

# Bestämmelser för e-mailrevision



Kantar, Vasagatan 11, 114 78 Stockholm. <https://www.kantarsifo.se/mediaaudit>

Bestämmelserna är giltiga från 2005-01-01

## Innehåll

Bestämmelsernas syfte och deras antagande	3
Begrepp	3
Rätten till e-mailtrafik	3
Media Audit åligganden	3
Beslutsordning	4
Påföljder vid utebliven rättelse	4
Redovisning	4
Mått	5
Redovisningsperioder	5
Redovisning samannonseringskombinationer	5
E-mailrevision	5
E-mailintyg	6
Användning av e-mailintyg i marknadsföringen	6

## **1. Bestämmelsernas syfte och deras antagande**

### **1.1 Bestämmelsernas syfte**

Kantar Media Audits bestämmelser för e-mailrevision har till syfte att ge riktlinjer för fastställande av korrekta och jämförbara uppgifter till gagn för annonsörer, annonsförmedlare, medierådgivare, reklambyråer och medier. De innehåller reflektörer för revision och redovisning av e-mailrevision samt för intygsuppgifters användning i marknadsföring.

Bestämmelserna är uteslutande avsedda för de e-mail som är anslutna till Media Audit.

### **1.2 Antagande av bestämmelserna**

Kantar Media Audits bestämmelser för e-mailrevision jämte ändringar av dessa utarbetas av Media Audit och antas av dess advisory board.

Initiativ till ändring av bestämmelserna kan tas av Media Audit, advisory board eller av annan berörd part.

### **1.3 Förbindelse**

Varje enskilt e-mail anses vara anslutet till Media Audit då den skriftligen förbundet sig att efterleva dessa bestämmelser.

## **2 Begrepp**

2.1 För anslutet e-mail fastställs efter revision ett e-mailintyg.

## **3. Rätten till e-mailtrafik**

För att få tillgodoräkna mail från ett e-mail ska följande villkor vara uppfyllda

3.1 E-målet måste antingen ägas av Media Audit kund eller ha avtal med ägaren som visar att Media Audit kund disponerar e-mail som räknas. Alla sådana förhållanden måste dokumenteras i särskilda samarbetsavtal för att vara giltiga. Ägarskap definieras som mer än 50 procent ägarandel.

3.2 E-mail kan endast tillgodoräknas en Media Audit kund.

3.3 Media Audit kan – i speciella fall och efter särskild prövning – frångå något/några av dessa krav.

## **4. Media Audit åligganden**

4.1 Media Audit svarar för att revision och fastställande av intygsuppgifter sker i enlighet gällande bestämmelser och tillämpningsföreskrifter.

4.2 Media Audit och dess advisory board handlägger tolknings- och publiceringsfrågor samt svarar för att erforderliga tillämpningsföreskrifter och branschpraxis utarbetas och tillkännages.

4.3 Media Audit svarar för att intygsuppgifterna återges korrekt i Media Audits medieinformation.

4.4 Media Audit debiterar för utförda revisionsuppdrag och konsultationer samt för den publicering som sker i Media Audits medieinformation.

4.5 För Media Audit medarbetare gäller vanliga revisionsetiska normer, där det förutsätts att Media Audit medarbetare iakttagit tystnadsplikt. Media Audit medarbetare får således inte röja sakförhållanden eller uppgifter för utomstående som media Audit medarbetare har fått kännedom om i sin yrkesutövning om Media Audit medarbetare inte har upplysningsplikt enligt författning, professionell skyldighet eller rätt att yttra sig eller behörigt tillstånd i övrigt. Media Audit medarbetare får inte heller utnyttja sådan information på ett sätt som är till fördel för Media Audit medarbetare själv eller till skada eller nytta för någon annan.

## 5. Beslutsordning

5.1 Media Audit beslut med anledning av föreliggande bestämmelser kan överklagas till Media Audit advisory board. Överklagande och ingivande av de handlingar part önskar åberopa skall ha skett till Media Audit advisory board senast 30 dagar efter mottagandet av Media Audit beslut.

För beslut i advisory board krävs enighet. Om enigheten ej kan nås beträffande tolkning och tillämpning av dessa bestämmelser skapp frågan avgäras av skiljemän enligt gällande svensk lag.

## 6. Påföljder vid utebliven rättelse

6.1 Om utgivare gjort avsteg från punkt 13 i bestämmelserna skall Media Audit kunna söka rättelse genom att utgivaren upplåter gratis annonsplats där Media Audit bereds möjlighet att korrigera eventuella avsteg.

Om utgivare gjort uppenbart avsteg från bestämmelserna i ärende av större vikt och rättelse inte kunnat vinnas, äger Media Audits advisory board rätt att avstänga denna från Media Audit e-mailrevision. Beslut om avstängning meddelas för högst ett år i sänder.

Media Audits advisory board skall tillkännage avstängningsbeslut samt verka för att det publiceras i lämplig ordning.

## 7. Redovisning

7.1 Av Media Audit kontrollerade uppgifter om e-mail skall alltid redovisas på "Media Audit e-mailintyg".

7.2 Media Audit e-mailintyg ska innehålla minst nedanstående information

Redovisningsperiod

En beskrivning av e-mailets innehåll

Kontakt detaljer för e-mailet

Totalt skickade antal e-mail (netto)

Definitioner på samtliga mått som förekommer på intyget för att hjälpa läsaren av intyget

7.3 Övrig information såsom logotyper och ytterligare analyserade data kan läggas till på intyget efter överenskommelser mellan Media Audit och utgivaren.

7.4 Varje självständigt e-mail skall redovisas på separat intyg.

7.5 "Media Audit e-mailintyg" är Kantar Media Audits förlagsegendom. Vid återgivning av originalintyget får endast upptas de uppgifter som förekommer på detta. Ändringar, borttagande eller

tillägg av uppgifter får således ej göras. Samtliga uppgifter i intyget skall på lämpligt sätt edo visas i Media Audit medieinformation.

7.6 "Media Audit e-mailintyg" publiceras snarast eftr fastställande.

## 8. Mått (definitioner)

### Distributionsmått

Distributionsmått kan redovisas med uppdelning på html- och textmejl.

8.1 Totalt antal skickade e-mail brutto

8.2 Totalt antal e-mail som studsat, mått som antalet e-mail med hårda studsar inom en viss period efter mailutskick

8.3 Totalt antal skickade mail netto. Totalt antal skickade e-mail brutto reducerat med antalet studsade e-mail enligt § 8.2

### Kvalitetmått

8.4 Totalt antal e-mail ADRESSER (SMTP) i utskicket

8.5 Antal dubletter i procent av bruttoutskick

8.6 Demografiska uppgifter enligt vad som är inlagt i databasen – källorna till dessa ska noteras tillsammans med ålder på källorna.

Handling vid mottagande som Media Audit kan revidera

Handling kan redovisas med uppdelning på när handlingen gjordes.

8.7 Antal öppnade e-mail

8.8 Antal öppnade e-mail av abonnenter

8.9 Antal vidarebefodrade e-mail

8.10 Antalet öppnade mail från andra adresser än de med i det ursprungliga utskicket

## 9. Redovisningsperioder

9.1 Redovisningsperiod är den period för vilken uppgift lämnas på Media Audit e-mailintyg.

9.2 Längsta redovisningsperiod är tertial.

9.3 Inget glapp får finnas mellan redovisningsperioderna.

## 10. Redovisning vid samannonskombinationer

10.1 E-mail som tillämpar gemensamt annonspris får sammanlösas och redovisas i Media Audit e-mailintyg för samannonskombinationer.

E-mail inom en sådan kombination skall specificeras var för sig.

## 11. E-mailrevision

11.1 Syftet med revisionen är att fastställa Media Audit e-mailintyg.

Med revisionen avses granskning för att få jämförbara data och att säkerställa att gällande standard efterlevs. De olika mått som redovisas ska samtliga tas fram på ett sätt som följer de definitioner som markanden har satt. Revisionen säkerställer att de mått som redovisas verkligen avser de objekt som sägs mätas.

11.2 För att få Media Audit e-mailintyg fastställt skall utgivaren för Media Audit revisor hålla tillgängligt allt det material som krävs för fastställande av e-mailintyget med hänsyn till dessa bestämmelser och de övriga anvisningar som utfärdas av Media Audit.

## 12. E-mailintyg

12.1 "Media Audit e-mailintyg" är en förslagsegendom. Vid återgivande av originalintyget får endsat upptas de uppgifter som förekommer på detta. Ändringar, borttagande eller tillägg av uppgifter får således ej göras.

12.2 I "Media Audit e-mailintyg" redovisas som obligatoriska uppgifter reviderade uppgifter enligt § 7.2.

12.3 Samtliga uppgifter i Media Audit e-mailintyg skall på lämpligt sätt redovisas i Media Audit medieinformation.

12.4 Uppgifter i Media Audit e-mailintyg för aktuell redovisningsperiod är offentliga fr.o.m. publicering enligt § 7.6.

Intyget är endast giltigt för Media Audit anslutet e-mail och är giltigt längst intill dess att nytt sådant intyg utfärdas.

12.5 På begäran från utgivare kan Media Audit för annan period än obligatorisk redovisningsperiod utfärda intyg endast avsett för internt bruk. Efter överenskommelser med Media Audit kan sådant intyg göras offentligt.

## 13. Användning av uppgifter på e-mailintyg i marknadsföringen

### 13.1 Allmänna anvisningar

Utgivare skall använda Media Audit e-mailintyg på ett entydigt och vederhäftigt sätt i samklang med bokstav och andemening i dessa bestämmelser. I övrigt gäller att användningen av uppgifter på Media Audit e-mailintyg skall vara förenlig med gällande lagstiftning och rättslig praxis på marknadsföringens område liksom med god branschpraxis.

### 13.2 Särskilda anvisningar

13.2.1 Om Media Audit-redovisade uppgifter på e-mailintyg används i marknadsföringen tillsammans med andra data skall det klart framgå vilka uppgifter som är Media Audit-kontrollerade.

13.2.2 När Media Audit e-mailintyg används i marknadsföringssyfte, skall endsat publicerat intyg användas och redovisningsperiod anges.

13.2.3 Uppgift om av Media Audit icke verifierade och redovisade obligatoriska mått enligt § 7.2 får ej lämnas utan överenskommelse med Media Audit.

13.2.4 Om uppgifter på Media Audit e-mailintyg för senaste redovisningsperiod används i jämförelse med uppgifter på Media Audit e-mailintyg för tidigare redovisningsperiod eller med annat e-mail, slaö aktuell period alltid jämföras med motsvarande period föregående år respektive med aktuell period för det jämförda mediet.

13.2.5 När Media Audit e-mailintyg har fastställts får utgivare använda Kantar Media Audit logotyp så länge intyget är giltigt enligt § 12.4.