

# TS bestämmelser för RS-distribution



Kantar Media Audit  
114 78 Stockholm  
Besöksadress Vasagatan 11  
Telefon 08-507 424 00  
info@kantarsifo.com  
[www.kantarsifo.se/mediaaudit](http://www.kantarsifo.se/mediaaudit)



## Innehåll

1. Bestämmelsernas syfte och deras antagande .....	2
2. RS distributionsbegrepp .....	2
3. Definition av RS-medier.....	2
4. TS åligganden.....	3
5. Beslutsordning .....	3
6. Påföljder vid utebliven rättelse .....	3
7. Redovisning RS-medier.....	4
8. Särredovisning av utgåva .....	4
9. Redovisningsperioder .....	4
10. Redovisning vid samannonseringskombinationer.....	5
11. Beräkning av RS-distribution.....	5
12. Revision av RS-distribution.....	5
13. Intyg för RS-distribution.....	5
14. Användning av RS distributionsuppgifter i marknadsföringen .....	6
Bilaga 1.....	8
Priser .....	9



### 1. Bestämmelsernas syfte och deras antagande

#### 1.1. Bestämmelsernas syfte

TS bestämmelser för RS-distribution har till syfte att ge riktlinjer för fastställande av korrekta och jämförbara distributionsuppgifter till gagn för annonsörer, annonsförmedlare, medierådgivare, reklambyråer och medier. De innehåller regler för revision och redovisning av RS-distribution samt för distributionsuppgiftens användning i marknadsföring.

Bestämmelserna är uteslutande avsedda för de medier som är RS-an slutna.

#### 1.2. Antagande av bestämmelserna

RS distributionsbestämmelser jämte ändringar av dessa utarbetas av TS och antas av Media Audit Advisory Board.

Initiativ till ändring av bestämmelserna kan tas av TS, Media Audit kommitté eller annan av bestämmelserna berörd part.

#### 1.3. Förbindelse

Varje enskilt media anses vara RS-an slutet då det skriftligen förbundet sig att efterleva dessa bestämmelser.

### 2. RS distributionsbegrepp

2.1. För RS-an slutna medier fastställs efter revision RS-distribution.

2.2. RS-an slutna medier kan inte samtidigt redovisas under TS upplagebegrepp.

### 3. Definition av RS-medier

3.1. Med gratistidning förstås titel vars primära uppgift är allmän nyhetsförmedling eller riktad nyhets- och debattförmedling där innehållet karakteriseras av aktualitet, allsidighet och allmängiltighet. Gratistidning skall ha ett innehåll som till minst 25 % består av redaktionell text samt ha en utgivnings frekvens på lägst 20 utgåvor per år.

3.1.1. Med lågfrekvent gratistidning förstås titel som uppfyller kraven på tidning enligt punkt 3.1, förutom kravet på utgivningsfrekvens.

3.2. Med annonsblad förstås titel vars primära uppgift är att förmedla annonser till en definierbar mottagargrupp. Annonsblad präglas av en lokalt avgränsad spridning. Med annonsblad förstås även tidning som inte uppfyller kravet på innehåll enligt punkt 3.

3.3. Med tidskrift förstås dels titlar vars innehåll karakteriseras av underhållning och förströelse med inriktning på ett flertal ämnen dels titlar vars innehåll behandlar ett bestämt avgränsat yrkes-, bransch- eller ämnesområde eller vänder sig till en på motsvarande sätt bestämd och definierbar intresse-/mottagargrupp.

Tidskrift skall ha ett innehåll som till minst 25 % består av redaktionell text.

3.4. RS-medier kan även klassificeras under kategorierna katalog, kalender eller kuponghäfte. Uppdelning av kuponghäften görs på företags- respektive konsumentinriktade kuponghäften.

3.5. RS-medier som inte kan klassificeras enligt punkt 3.1 – 3.4 definieras som övriga medier.

3.6. RS-medier skall ha en offentliggjord utgivningsplan.



- 3.7. Utmärkande för RS-kontrollerade medier är att de i huvudsak är gratisdistribuerade och inte ansluter sig till Postens allmänna bestämmelser om postdistribution och vad som där gäller för distribution av posttidning, till exempel högst 75 % annonsvolym och lägst en utgivningsfrekvens om fyra gånger per år.

RS-kontrollerade medier vänder sig i regel till icke registrerade mottagare, det vill säga namn och adressuppgift finns inte tillgängliga hos det utgivande förlaget.

- 3.8. Med självständig titel/självständigt media förstås titel/media vars innehåll till minst 51 % skiljer sig från innehåller i annan titel/annat media med samma eller annat namn.
- 3.9. Med edition/avläggare förstås del av titel som avskiljer en geografisk avgränsad distributions- och annonsmarknad och som till minst hälften har samma redaktionella innehåll som huvudtiteln. Med edition förstås distributionsdel som har samma namn som huvudtiteln och med avläggare avses distributionsdel som har annat namn än huvudtiteln.

#### 4. TS åligganden

TS svarar för att revision och fastställande av distributioner sker enligt gällande bestämmelser.

TS tolkar dessa bestämmelser och lämnar praktiska anvisningar.

TS debiterar för utförda revisionsuppdrag, konsultationer och den publicering som sker i **Mediafacts** och annan TS-information enligt vid varje tillfälle gällande prislista.

TS svarar för att distributionsuppgifterna i "Intyg för RS-distribution" korrekt återges i **Mediafacts** och annan TS-information.

TS skall verka för kännedom om gällande bestämmelser och branschpraxis.

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

#### 5. Beslutsordning

TS svarar för att revision och fastställande av RS-distribution sker enligt gällande bestämmelser. TS 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 TS beslut.

För beslut i **Media Audit Advisory Board** krävs två tredjedels majoritet. Om två tredjedels majoritet inte kan nås beträffande tolkning och tillämpning av dessa bestämmelser skall frågan avgöras av skiljemän enligt gällande svensk lag.

#### 6. Påföljder vid utebliven rättelse

Om titel/media gjort avsteg från punkt 14 i bestämmelserna skall TS kunna söka rättelse genom att titel/media upplåter gratis annonsplats där TS bereds möjlighet att korrigera eventuella avsteg.

Om titel/media gjort uppenbart avsteg från bestämmelserna i ärende av större vikt och rättelse inte kunnat vinnas äger **Media Audit Advisory Board** rätt att avstänga denna från distributionskontroll. Beslut om avstängning meddelas för högst ett år i sänder.



Media Audit Advisory Board skall tillkännage avstängningsbeslut samt verka för att det publiceras i lämplig ordning.

### 7. Redovisning RS-medier

7.1. Av TS kontrollerade uppgifter om RS-anslutna medier skall alltid redovisas på "Intyg för RS-distribution" (jämför 13).

Varje självständig titel skall redovisas på separat distributionsintyg.

7.2. Om titel distributionsmässigt kan uppdelas för spridning till geografiskt skilda grupper och sådan möjlighet åberopas i marknadsföringen (avvikande annonspris och/eller selektiv distribution) skall varje sådan edition/avläggare redovisas särskilt på intyget eller i bilaga till detta samt i **Mediafacts** och annan TS-information.

7.3. RS-distribution kan på frivillig basis redovisas geografiskt enligt de regler och anvisningar som fastställts av TS. Publicering sker i **Mediafacts** och annan TS-information.

### 8. Särredovisning av utgåva

8.1. Med utgåva förstås de exemplar av titel som utkommer vid ett och samma utgivningstillfälle och som har samma nummer i titelns löpande numrering. Så kallat dubbelnummer räknas som en utgåva.

8.2. RS-distribution för extraordinära utgåvor skall särredovisas om de är av väsentlig omfattning.

Med väsentlig omfattning menas att enskild sådan utgåva avviker från RS-distribution exklusive denna utgåva med mer än 20 %

8.3. Utgåvor med mer än 50 % prisreducering i jämförelse med gängse lösnummerpris, såsom det regelbundet anges på titelns omslag, skall särredovisas, i de fall denna eller dessa utgåvor avviker i väsentlig omfattning enligt 8.2.

### 9. Redovisningsperioder

9.1. Redovisningsperiod är den period för vilken distributionsuppgift lämnas på RS distributionsintyg.

Obligatorisk redovisningsperiod är 1/7 - 30/6. Även andra redovisningsperioder kan förekomma. För titlar med en utgåva per år anges när huvuddistributionen sker.

9.2. Om RS distribution för på varandra följande halvår inom den obligatoriska redovisningsperioden minskar med mer än 50 % skall särskild redovisning genomföras.

9.3. Titel/media som i sin marknadsföring vill åberopa en kommande periods distribution för minst en tremånadersperiod kan göra detta under följande förutsättningar. Utgivaren ställer en distributionsgaranti och förbinder sig samtidigt att låta TS kontrollera distributionen för motsvarande period. Distributionsgarantin och den kontrollerade distributionen publiceras i **Mediafacts**.

Om avvikelsen mellan dessa båda uppgifter är större än tre procent kan titeln/mediet inte åberopa punkt 9.3 under en ettårsperiod.

## 10. Redovisning vid samannonseringskombinationer

10.1. Titlar, inklusive editioner och avläggare som tillämpar gemensamt annonspris får sammanlös och redovisas i RS intyg för samannonseringskombinationer.

10.1.1. Titlar inklusive editioner och avläggare inom en sådan kombination skall specificeras var för sig dels beträffande distribution, dels beträffande periodicitet med angivande av antal utgåvor per år.

## 11. Beräkning av RS-distribution

11.1. RS-distribution utgörs av summan av det genomsnittliga antalet exemplar per utgåva under redovisningsperioden av:

- adresserade exemplar, med uppdelning på distributionssätt enligt TS anvisningar.
- oadresserade exemplar, med uppdelning på distributionssätt enligt TS anvisningar.
- bulkdistribuerade exemplar, med uppdelning på distributionssätt enligt TS anvisningar.
- lösnummerförsälda exemplar.

Ytterligare indelning kan ske i exemplarkategorier, med uppdelning på abonnerade exemplar, medlemsexemplar och friexemplar.

Redovisning i Intyg för RS distribution framgår av bilaga 1.

11.2. Avvikelser från senast offentliggjorda utgivningsplan kan föranleda notering i intyget.

11.3. Exemplar till utlandet skall noteras i "Intyg för RS-distribution" om minst tio procent av RS-distribution sänds till utlandet.

## 12. Revision av RS-distribution

12.1. Syftet med revisionen är att fastställa RS-distribution

Med revision avses granskning av titels/medias försäljnings- och distributionssystem.

12.2. För att få RS distribution fastställd skall titel/media föra distributionsjournaler och andra erforderliga register med hänsyn till dessa bestämmelser och övriga anvisningar som utfärdas av TS.

Titel/media skall för TS revisorer hålla tillgängligt allt det material som är av betydelse för fastställande av distribution enligt dessa bestämmelser, såsom till exempel utgivningsplan, tryckeri- och distributionsfakturor.

## 13. Intyg för RS-distribution

13.1. Uppgifter om titels/medias distribution redovisas på "Intyg för RS-distribution". För att vara giltigt och anses fastställt skall intyget godkännas av det utgivande företagens firmatecknare och TS.

Samtliga distributionsuppgifter redovisas avrundade till närmast jämna hundratal, 1-49 nedåt och 50-99 uppåt.



## TS bestämmelser för RS-distribution

13.2. "Intyg för RS-distribution" är TS förlagsegendom. Vid återgivande av originalintyget får endast upptas de uppgifter som förekommer på detta. Ändringar, borttagande eller tillägg av uppgifter får således inte göras.

13.3. "Intyg för RS-distribution" redovisas som obligatoriska uppgifter titelns/mediets distributioner enligt bilaga 1.

13.4. Samtliga uppgifter i distributionsintyget skall på lämpligt sätt redovisas i **Mediafacts** och annan TS-information. Distributionsintyget för obligatorisk redovisningsperiod är giltigt längst intill dess att nytt sådant intyg utfärdats. Giltigheten är dock längst arton månader från sista datum för den period distributionsintyg avser.

Har titel/media vid upprepade tillfällen redovisat "RS-distribution ännu inte fastställd" för obligatorisk redovisningsperiod är upplageintyget endast giltigt till nästa publiceringsdag för obligatorisk redovisningsperiod.

13.5. Uppgifter i RS-distributionsintyg för aktuell redovisningsperiod är offentliga enligt 14.2.2.

På begäran från titel/media kan TS för annan period än obligatorisk redovisningsperiod utfärda distributionsintyg endast avsett för internt bruk. Efter överenskommelse med TS kan sådant intyg göras offentligt.

## 14. Användning av RS distributionsuppgifter i marknadsföringen

### 14.1. Allmänna anvisningar

Titel/media skall använda RS distributionsuppgifter på ett entydigt och vederhäftigt sätt i samklang med bokstav och andemening i dessa bestämmelser. I övrigt gäller att användningen av RS-uppgifter skall vara förenlig med gällande lagstiftning och rättslig praxis på marknadsföringens område liksom med god branschpraxis.

### 14.2. Särskilda anvisningar

14.2.1. Om RS-redovisade uppgifter används i marknadsföringen tillsammans med andra data skall det klart framgå vilka uppgifter som är RS-kontrollerade.

14.2.2. "Intyg för RS-distribution" publiceras snarast efter distributionens fastställande.

14.2.3. När RS-distribution används i marknadsföringssyfte, skall senast fastställda distribution användas och redovisningsperiod anges.

Både tryckt antal och digitalt antal av RS-distributionen skall redovisas om andelen digitala ex av RS-distributionen är större än tre procent (gäller från 2015-01-01).

Om andelen digitala exemplar överstiger 20 % av RS-distributionen skall andelen öppnade utskick redovisas (gäller från 2016-01-01).

Jämförelse kan endast göras mot titel som redovisar samma distributionsmått.

14.2.4. Uppgift om antal tryckta exemplar får inte lämnas. Uppgift om tillfälliga distributioner och distributioner utanför RS-distributionen får inte lämnas utan överenskommelse med TS.

14.2.5. Om RS-distribution för senaste redovisningsperiod används i jämförelse med RS-distribution för tidigare redovisningsperiod eller för annan titel skall aktuell period alltid jämföras med



## TS bestämmelser för RS-distribution

motsvarande period föregående år. Detsamma gäller vid jämförelse med annan titel.

14.2.6. När RS-distribution har fastställts får titel/media använda RS logotyp så länge distributionsintyg är giltigt enligt 13.4.





Bilaga 1.

# INTYG RS-DISTRIBUTION

Tidning:  
Utgivningsort:  
Antal utgåvor:  
Redovisningsperiod:

Distributionsform	Antal ex l medeltal per utgåva	Specifikation
Adresserade exemplar		
RS-distribution		
Not		



## TS bestämmelser för RS-distribution



### Priser

För redovisningsperioder som börjar fr.o.m. 2019-01-01

Prislistan avser revision och fastställande av RS-distribution. Publicering i Mediafacts ingår. Priserna gäller per RS-distribution.

#### Priser – ordinarie period

Fast arvode	14 400 kr
-------------	-----------

#### Priser för andra redovisningsperioder än ordinarie

Fast arvode	5 900 kr
-------------	----------

#### Övriga prisuppgifter

Geografisk spridningsredovisning per A-region utförs mot offert

Samtliga priser är exklusive skatter.