



# KONTROLLREGLER FÖR UPPLAGEKONTROLL 2011

---

1.	Kontrollens syfte .....	3
2.	Allmänna principer .....	3
3.	Kontroll sätt .....	3
4.	Exemplar som hör till upplagan .....	4
5.	Exemplar som inte hör till upplagan .....	5
6.	Beräkning av upplagan .....	5
7.	Publicering av de kontrollerade upplageuppgifterna .....	5
8.	Kontrollerade upplageuppgifters giltighetstid.....	6
9.	Övervakning av kontrollerna .....	6

---

## 1. Kontrollens syfte

- 1.1 Syftet med Ab Upplagekontrolls kontroller är att klarlägga upplagan för tidningar, som prenumereras och levereras till en adress som prenumeranten har anvisat samt för tidningar, som säljs som lösnummer under en fastställd kontrollperiod.
- 1.2 Med tidning avses en tryckt publikation, som utkommer minst fyra (4) gånger per år och som innehåller redigerat material och som inte är en produktförteckning, en prislista eller en med dem jämförbar publikation.
- 1.3 Upplagan kan också kontrolleras för sådana publikationer, som i övrigt uppfyller reglerna för upplagekontroll och som utkommer regelbundet men mera sällan än fyra gånger per år eller som är annonstidningar, som säljs som prenumerationer eller lösnummer men, som inte innehåller redigerat material.

## 2. Allmänna principer

Ab Upplagekontrolls kontrollverksamhet bygger på följande principer:

- 2.1 Alla tidningar kontrolleras enligt samma regler fastställda av styrelsen för Ab Upplagekontroll.
- 2.2 Kontrollen utförs alltid för minst ett kalenderår.
- 2.3 Kontrollen utförs av en opartisk kontrollant som är befullmäktigad av styrelsen för Ab Upplagekontroll.
- 2.4 Över kontrollen utfärdas ett kontrollintyg, som alltid är utformat enligt samma modell. Uppgifterna i kontrollintyget bekräftas av en person som har rätt att teckna förläggarens firma och med upplagekontrollantens underskrift.
- 2.5 Kontrollverksamheten övervakas av övervakare nominerade av Ab Upplagekontrolls styrelse.
- 2.6 Kontrollverksamheten ordnas kostnads motsvarig i enlighet med Ab Upplagekontrolls gällande prislista vid respektive tidpunkt.

## 3. Kontrollsätt

- 3.1 Den tidning som skall kontrolleras samlar uppgifter om upplagan av de nummer som utkommit under kontrollperioden på det sätt, som fastställts av UK.
- 3.2 Med kontrollperiod avses det kalenderår för vilket upplagan av alla utgivna nummer kontrolleras. Förutom för kalenderåret kan kontroll vid behov utföras för en kortare period. Perioderna är då januari-juni och juli-december.
- 3.3 Det fastställda kontrollsättet är distanskontroll, som innebär att ett elektroniskt sammandrag över kontrollen skall uppgöras. Det elektroniska sammandraget och överenskomna bilagor tillställs av kontrollanten. De praktiska anvisningarna för distanskontrollen publiceras bl.a. på UK:s webbsidor.
- 3.4 Om en tidning ges ut i klart olika upplagor, skall varje upplaga kontrolleras separat och får inte betraktas som en enda tidning.
- 3.5 Om spridningen av en tidning vissa dagar, t.ex. på söndagar, är klart större än andra dagar, skall även upplagan för dessa dagar kontrolleras separat. För tidningen lämnas då separata uppgifter om söndags-, vardags- och totalupplagan, som inkluderar alla nummer av tidningen som utkommit under kontrollperioden.
- 3.6 Om ett visst nummer av en tidning har större spridning än i genomsnitt, kan ett sådant nummer kontrolleras separat. Ett nummer som kontrollerats separat ingår dock också i totalupplagan för tidningen.

---

## 4. Exempel som hör till upplagan

- 4.1** Enskilt samt i större partier prenumererade tidningar till fullt pris eller med högst 50 procents rabatt som sänds till en adress som prenumeranten har anvisat och för vilka prenumerationsavgift har betalats eller för vilka det är motiverat att anta att prenumeranten kommer att betala prenumerationsavgiften. Dessa exemplar har utkommit och distribuerats till prenumeranten under kontrollperioden. Rabattpriset räknas på grundpriset enligt den prislista, som gäller vid tidpunkten för prenumerationen för motsvarande prenumerationsperiod.

Gåvo- eller friexemplar, som baserar sig på en förmån för tidningens prenumerant, kan räknas som prenumerantexemplar i tidningens upplaga om denna förmån har direkt anknytning till den aktuella prenumerationen. I dessa fall måste 50 procents prisregel uppfyllas för såväl den prenumererade tidningen som gåvotidningen. Dessutom skall prenumeranten alltid själv ha meddelat att han eller hon själv vill ha gåvotidningen (se 4.6).

För kontrollen skall förläggaren eller utgivaren kunna visa ett prenumerantregister med namn- och adressuppgifter, saldo av prenumerationsintäkterna samt de prislistor som varit i kraft under kontrollåret.

- 4.2** Enskilt samt i större partier till fullt pris eller med högst 50 procents rabatt sålda lösnummerexemplar, för vilka motsvarande inkomst eller fordran har bokförts. Rabattpriset räknas på lösnummerpriset enligt den prislista, som gäller vid tidpunkten för utgivningen.

Om lösnummer säljs i form av s.k. partidningar räknas de sålda exemplaren av bägge tidningarna i upplagan, om summan av försäljningspriset för respektive tidning är minst 50 procent av det sammanlagda priset för dessa tidningar enligt prislistan.

För kontrollen skall förläggaren eller utgivaren visa en lösnummerredovisning.

- 4.3** Gruppprenumerationer, som sålts med över 50 men högst 85 procents rabatt på priset enligt den prislista som gäller vid tidpunkten för prenumerationen och där betalaren är någon annan än mottagaren. Med gruppprenumerationer avses dock inte exemplar som går till återförsäljning.

Vid gruppprenumerationer skall försäljningspartiet omfatta minst 100 exemplar. För kontrollen skall förläggaren eller utgivaren visa en (separat) prenumerationsfaktura och en specifikation av prenumerationsslag enligt prenumerantregistret samt ett avtal mellan förläggaren och köparen eller saldo erhållet från bokföring över betalt belopp. Av fakturan skall framgå betalaren, den köpta tidningens namn, antal och pris.

- 4.4** Grupplösnummer som sålts med över 50 men högst 85 procents rabatt på priset enligt den prislista som gäller vid tidpunkten för utgivningen och där betalaren är någon annan än mottagaren. Med grupplösnummer avses dock inte betald täckutdelning och inte heller exemplar som går till återförsäljning.

Vid grupplösnummer skall försäljningspartiet omfatta minst 100 exemplar. För exemplar som hör till denna grupp skall förläggaren eller utgivaren i samband med upplagekontrollen visa en faktura samt ett avtal mellan förläggaren och köparen eller saldo erhållet från bokföring över betalt belopp. Av fakturan skall framgå betalaren, den köpta tidningens namn, antal och pris.

- 4.5** Medlemstidningar som utges av en förening och tidningar som baserar sig på affärskedjors eller motsvarande företags registrerade kundförhållanden. De betalas av avsändaren och ingår i medlemskapet eller det registrerade kundförhållandet. Med registrerat kundförhållande avses dock inte här förläggarens tidningsprenumeranter.

- 4.6** Friexemplar som regelbundet sänts till mottagargrupperna nedan:

- Styrelsens medlemmar, personal samt motsvarande personer
- Tidningens utdelare och prenumerationsförsäljare.
- Ordinarie medhjälpare vilket innebär personer som regelbundet skriver i tidningen samt inrättningar som regelbundet lämnar information till tidningsredaktionen, såsom brandkårer, polisinsrättningar, pastorsexpeditioner, kommunkanslior och nödcentraler etc. Endast ett exemplar av tidningen per enskild medhjälpare godkänns i upplagan.
- Prenumeranter som utan valmöjlighet får en tidning som uppfyller 50 procents prisregel i form av en prenumerantförmån (se 4.1).

- 
- Personer, som inte själva är prenumeranter, men som får tidningar som uppfyller 50 procents prisregel och som baserar sig på en annan prenumerants förmån och dennes uttryckliga medgivande (se 4.1).

För kontrollen skall förläggaren eller utgivaren visa en lista över mottagare av friexemplar kodad eller indelad enligt mottagargrupp.

## 5. Exemplar som inte hör till upplagan

- 5.1 Exemplar, som har distribuerats gratis till förläggarens samarbetspartner. Undantag utgör exemplar som regelbundet distribuerats till de mottagargrupper, som nämns i pt 4.6.
- 5.2 Gratisexemplar som har sänts som lästidningar eller i informationssyfte till inrättningar, organisationer, sammanslutningar, ämbetsverk, vänte- och läsesalar, bibliotek, lokaliteter för allmänheten samt övriga mottagare som kan jämföras med dessa.
- 5.3 Exemplar, som har distribuerats eller sänts gratis som provtidningar i syfte att värva prenumeranter eller överlåtits gratis som tävlingspris.
- 5.4 Exemplar, som köpts av förlagets ägare eller en annan ekonomisk enhet som hör till samma koncern, förbund eller sammanslutning, räknas vanligtvis inte med i upplagan. Undantag utgör de exemplar som ovannämnda köpt åt sin egen personal.
- 5.5 Exemplar, som har sänts gratis eller som en del av ett annonsavtal till annonsörer eller anställda vid reklam- eller mediebyråer.
- 5.6 Exemplar, som har sänts till andra förläggare, alltså s.k. bytestidningar
- 5.7 Arbetsexemplar med vilka avses:
  - exemplar som behövs vid redigering och tryckning
  - arkivexemplar
  - granskningsexemplar
  - nummerexemplar som har blivit oanvända i förläggarens, utgivarens, tryckeriets eller distributörens lager.

## 6. Beräkning av upplagan

- 6.1 Upplagan beräknas så, att med antalet utgivningsgångar under kontrollperioden divideras:
  - Det totala antalet prenumererade exemplar, som sålts till fullt pris eller med högst 50 procents rabatt
  - Det totala antalet lösnummer, som sålts till fullt pris eller med högst 50 procents rabatt
  - Det totala antalet grupprenumerationsexemplar, som sålts med över 50 men högst 85 procents rabatt
  - Det totala antalet grupplösnummer, som sålts med över 50 men högst 85 procents rabatt
  - Det totala antalet exemplar, som baserar sig på medlemskap eller registrerat kundförhållande
  - Det totala antalet friexemplar, som har godkänts i upplagan.

Då dessa partier adderas erhålls tidningens upplaga per utgivningsgång. Av kontrollintyget framgår ovannämnda partier också separat.

## 7. Publicering av de kontrollerade upplageuppgifterna

- 7.1 Av upplageuppgifterna är följande offentliga omedelbart efter UK:s kontroll eller, efter överenskommelse med förläggaren, senast den dag UK uppger:
  - 7.1.1 Kalenderårets upplaga samt dess procentuella fördelning, av vilken framgår:
    - andelen exemplar, som sålts till fullt pris eller med högst 50 procents rabatt
    - andelen exemplar, som sålts med över 50 men högst 85 procents rabatt
    - andelen exemplar, som baserar sig på medlemskap eller registrerat kundförhållande samt
    - andelen friexemplar, som godkänns i upplagan

- 
- 7.1.2** Upplagans kvantitativa fördelning, av vilken framgår:
- antalet prenumerationer, som sålts till fullt pris eller med högst 50 procents rabatt
  - antalet lösnummer, som sålts till fullt pris eller med högst 50 procents rabatt
  - antalet gruppprenumerationer, som sålts med över 50 men högst 85 procents rabatt
  - antalet grupplösnummer, som sålts med över 50 men högst 85 procent rabatt
  - antalet exemplar, som baserar sig på medlemskap eller registrerat kundförhållande
  - antalet friexemplar som godkänns i upplagan

**7.2** UK publicerar de kontrollerade upplagorna och fördelningarna på sina webbsidor.

**7.3** Tidningen kan använda de av UK kontrollerades uppgifterna i sin egen marknadsföring. I sådana sammanhang får kalenderårets upplaga eller upplagan för en kontrollperiod bara jämföras med upplagesiffrorna för motsvarande tidsperioder.

**7.4** När upplageuppgifter används bör tydligt anges vilken tidpunkt det är fråga om. Kalenderårets siffra antecknas UK 2011 och siffran för halva året UK 2011/I eller UK 2011/II. På mediekort e motsvarande bör dessutom alltid anges upplagan procentuella fördelningar.

Upplagans procentuella fördelning uppges t.ex. som 20 000 (77/20/-/3) UK 2011,

där **20 000** är upplagesiffran, **77** är andelen exemplar som sålts till fullt pris eller med högst 50 procents rabatt, **20** är andelen exemplar som sålts med över 50 men högst 85 procents rabatt - är andelen medlems- eller kundexemplar och **3** är andelen friexemplar som godkänns i upplagan.

**7.5** Som bevis på den kontrollerade upplagan har förläggaren möjlighet att använda en upplagelogo i tidningen eller i tidningens medieförsäljningsmaterial. Logon skickas på begäran på elektronisk väg i önskat format till tidningar som kontrollerat sin upplaga. Logon får användas under den tid tidningen har en gällande UK-upplagesiffran.

**7.6** Om upplageuppgifterna används i strid med kontrollreglerna kan Ab Upplagekontroll ålägga förläggaren att korrigera sitt handlings sätt. Om överträdelsen av reglerna vid publiceringen av upplageuppgifterna är grov och/eller upprepad kan styrelsen för Ab Upplagekontroll utfärda ett kontrollförbud på viss tid för tidningen.

## **8. Kontrollerade upplageuppgifters giltighetstid**

**8.1** Upplagan för kalenderåret gäller under det år som följer på det år som kontrollerats och därtill från början av året därpå tills en ny årskontroll har utförts.

## **9. Övervakning av kontrollerna**

**9.1** Upplagekontrollverksamheten övervakas av två övervakare som valts för ett år i taget, den ena företräder annonsörerna och de andra marknadskommunikationsbyråerna.

**9.2** Övervakarna kan vid behov utföra stickprov av upplagekontrollverksamheten. De av UK befullmäktigade kontrollanterna kan likaså vid behov utföra stickprov hos förläggaren.

**9.3** Tillsammans med företrädarna för tidningsförläggarna bildar övervakarna en sektion för upplagekontroll. Sektionen målsättning är att utveckla upplagekontrollverksamheten och ge rekommendationer i anslutning till reglerna för upplagekontroll.

**9.4** Övervakarna och sektionen för upplagekontroll rapporterar till styrelsen för UK. UK:s styrelse svarar för upplagekontrollens regler och avgör i sista hand eventuella oklarheter i anslutning till upplagekontrollverksamheten.