



## TS bestämmelser för TS-upplaga – tidningar

---



## TS bestämmelser för TS-upplaga – tidningar

---

### Innehåll:

1. Bestämmelsernas syfte och deras antagande .....	1
2. Upplagebegreppet .....	1
3. Definition av tidning .....	1
4. TS åligganden.....	1
5. Beslutsordning .....	2
6. Påföljder vid utebliven rättelse.....	2
7. Redovisning av tidning .....	2
8. Särredovisning av utgåva .....	2
9. Redovisningsperioder .....	3
10. Redovisning vid samannonseringskombinationer .....	3
11. Beräkning av TS-upplaga .....	3
12. Abonnerade exemplar .....	4
13. Friexemplar.....	6
14. Sålda lösnummer.....	6
15. Revision av TS-upplaga .....	7
16. Intyg för TS-upplaga .....	7
17. Användning av TS upplageuppgifter i marknadsföringen .....	8
TS Total .....	9
Digitala publikationer .....	12
Bilaga 1.....	14



## 1. Bestämmelsernas syfte och deras antagande

### 1.1. Bestämmelsernas syfte

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

Bestämmelserna är uteslutande avsedda för de tidningar som är TS-an slutna.

### 1.2. Antagande av bestämmelserna

TS upplagebestämmelser jämte ändringar av dessa utarbetas av TS och antas av TS styrelse.

Initiativ till ändring av bestämmelserna kan tas av TS, TS Mediekommitté eller annan av bestämmelserna berörd part.

### 1.3. Förbindelse

Varje enskild tidning anses vara TS-an sluten då den skriftligen förbundit sig att följa dessa bestämmelser.

## 2. Upplagebegreppet

### 2.1. För TS-an sluten tidning fastställs efter revision TS-upplaga.

## 3. Definition av tidning

3.1. Med tidning förstås publikation som utkommer med minst en utgåva per vecka, vars innehåll karakteriseras av aktualitet, allsidighet och allmängiltighet och vars primära uppgift är allmän eller riktad nyhetsförmedling och debatt.

3.2. Tidning skall ha giltigt utgivningsbevis, en offentliggjord utgivningsplan, ha minst 25 % redaktionellt innehåll samt även i övrigt uppfylla Postens "Villkor för posttidningar".

TS kan - i speciella fall och efter särskild prövning - frångå dessa krav (till exempel beträffande utländska tidningar som inte har utgivningsbevis men som i övrigt uppfyller Postens bestämmelser om postdistribution).

3.3. Med självständig tidning förstås publikation eller upplagedel vars redaktionella innehåll till minst hälften skiljer sig från innehållet i varje annan publikation eller upplagedel med samma eller annat namn. Två eller flera upplagedelar av samma tidning skall således vardera till minst 51 % skilja sig från innehållet i de övriga.

## 4. TS åligganden

4.1. TS svarar för att revision och fastställande av upplagor sker enligt gällande bestämmelser och tillämpningsföreskrifter.

TS och TS Mediekommitté handlägger tolknings- och publiceringsfrågor samt svarar för att nödvändiga tillämpningsföreskrifter och branschpraxis utarbetas och tillkännages.

TS svarar för att upplageuppgifterna i "Intyg för TS-upplaga" återges korrekt i TS Mediefakta och annan TS-information.

TS debiterar för utförda revisionsuppdrag och konsultationer samt för den publicering som sker i TS Mediefakta och annan TS-information.

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

- 5.1. TS beslut med anledning av föreliggande bestämmelser kan överklagas till TS styrelse. Överklagande och ingivande av de handlingar part önskar åberopa skall ha skett till TS styrelse senast 30 dagar efter mottagandet av TS beslut.

För beslut i TS styrelse 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

- 6.1. Om tidning gjort avsteg från punkt 17 i bestämmelserna skall TS kunna söka rättelse genom att tidningen upplåter gratis annonsplats där TS bereds möjlighet att korrigera eventuella avsteg.

Om tidning gjort uppenbart avsteg från bestämmelserna i ärende av större vikt och rättelse inte kunnat vinnas, äger TS styrelse rätt att avstänga denna från upplagerevision. Beslut om avstängning meddelas för högst ett år i sänder.

TS styrelse skall tillkännage avstängningsbeslut samt verka för att det publiceras i lämplig ordning.

## 7. Redovisning av tidning

- 7.1. Av TS kontrollerade uppgifter om tidning skall alltid redovisas på "Intyg för TS-upplaga" (jämför 16). Varje självständig tidning och/eller samtliga ingående editioner/avläggare skall redovisas på separat upplageintyg.
- 7.2. Om tidning distributionsmässigt kan uppdelas för spridning till geografiskt skilda områden och sådan möjlighet erbjuds annonsörerna, bör varje sådan upplagedel redovisas särskilt i intyget eller i bilaga till detta samt i TS Mediefakta t och annan TS-information.
- 7.3. TS-upplaga skall årligen redovisas enligt de regler och anvisningar som fastställts av TS. Publicering sker i TS Mediefakta och annan TS-information.

## 8. Särredovisning av utgåva

- 8.1. Med utgåva förstås de exemplar av tidning som utkommer vid ett och samma utgivningstillfälle och som har samma nummer i tidningens löpande numrering. Dubbelnummer räknas som en utgåva.
- 8.2. Tidning kan även redovisa upplagan för andra utgivningsdagar.
- 8.3. Även andra extraordinära utgåvor (på visst tema eller på viss utgivningsdag eller liknande) som är regelbundet återkommande och i förväg kända skall särredovisas om de är av väsentlig omfattning.

Med väsentlig omfattning menas att:

- summan av sådana extraordinära utgåvor påverkar TS-upplaga under den aktuella redovisningsperioden med mer än tre procent eller
  - enskild sådan utgåva avviker från TS-upplaga, exklusive denna utgåva, med mer än 20 %.
- 8.4. Utgåva/utgåvor med mer än 50 % prisreducering i jämförelse med tidningens gängse lösnummerpris, såsom det regelbundet anges på tidningens omslag, skall särredovisas i de fall denna eller dessa utgåvor avviker i väsentlig omfattning enligt 8.3.

### 9. Redovisningsperioder

- 9.1. Redovisningsperiod är den period för vilken upplageuppgift lämnas på TS upplageintyg.

Obligatorisk redovisningsperiod är kalenderår. Även andra redovisningsperioder kan förekomma.

- 9.2. Om TS-upplaga för på varandra följande halvår inom den obligatoriska redovisningsperioden minskar med mer än tio procent skall särskild redovisning genomföras.
- 9.3. Tidning som i sin marknadsföring vill återropa upplagan för minst en kommande tremånadersperiod kan göra detta under förutsättning att utgivaren ställer en upplagegaranti och samtidigt förbinder sig att låta TS kontrollera upplagan för motsvarande period. Upplagegarantin och den kontrollerade upplagan publiceras i TS medieinformation.

Om den fastställda upplagan är mer än tre procent lägre än den garanterade kan tidningen inte återropa denna upplaga under den kommande ettårsperioden.

- 9.4. Tidning, som vill redovisa upplaga per månad, kan göra detta i form av snabbupplaga.

### 10. Redovisning vid samannonseringskombinationer

- 10.1. Tidningar, inklusive editioner och avläggare, som tillämpar gemensamt annonspris får sammanslås och redovisas i TS intyg för samannonseringskombinationer.

Tidningar, inklusive editioner och avläggare, inom en sådan kombination skall specificeras var för sig dels beträffande upplaga, dels beträffande periodicitet.

### 11. Beräkning av TS-upplaga

- 11.1. TS-upplaga utgörs av summan av det genomsnittliga antalet exemplar per utgåva av

- abonnerade exemplar med uppdelning på fullt betalda exemplar, exemplar med högst 25 % rabatt, exemplar över 25 men högst 50 % rabatt och exemplar med över 50 % rabatt (12) samt blockabonnemang
- friexemplar (13)
- sålda lösnummer bestående av fullt betalda exemplar och exemplar med högst 50 % rabatt (14)

Redovisning i "Intyg för TS-upplaga" framgår av bilaga 1.

- 11.1.1. I redovisningen av tidnings upplaga anges även "Betalningsgrad", d.v.s. relationen mellan den fastställda upplagan till verkliga priser och upplagan till ordinarie priser. Tillämpas särskilt studentpris ska jämförelse ske mot ordinarie konsumentpris vid beräkning av betalningsgrad för dessa exemplar.

- 11.2. Exemplar till utlandet skall noteras i "Intyg för TS-upplaga" om minst tio procent av TS-upplaga sänds till utlandet.

- 11.3. Avvikelse från senast offentliggjorda utgivningsplan kan föranleda notering i "Intyg för TS-upplaga".

- 11.4. Om utgivning av tidning till följd av händelser utanför tidningens kontroll (force majeure) helt eller delvis förhindras, skall utgåvan inte medräknas i TS-upplaga om upplagans avvikelse från övriga utgåvor av samma dagtyp under redovisningsperioden är minst 20 %. Anmärkning härom skall göras i "Intyg för TS-upplaga".
- 11.5. Om antalet medräknade lösnummer sålda till företag är tre procent eller mer skall antal anges i en förklarande not.

## 12. Abonnerade exemplar

### 12.1. Individuellt abonnerade exemplar

12.1.1. Utmärkande för ett abonnemang är att mottagaren genom individuell beställning och betalning efterfrågar tidningen. Som framgår av nedanstående avsnitt om valfrihet vid individuella abonnemang medräknas i TS-upplaga under vissa förutsättningar även abonnemang som betalas för anställds räkning samt gåvoabonnemang från fysisk till fysisk person.

### 12.1.2. Definitioner

12.1.2.1. Med abonnerade exemplar förstås dels abonnemang betalda till ordinarie pris (fullt betalda), dels abonnemang betalda till ett reducerat pris enligt 12.5.

12.1.2.2. Kortaste abonnemangsperiod är en månad för att exemplaren skall medräknas bland "Abonnerade exemplar". Är abonnemangsperioden kortare räknas exemplaren som "Sålda Lösnummer" enligt 14.

12.1.2.3. Tidningskonsumenten kan vara antingen fysisk eller juridisk person. För abonnerade exemplar skall fullständiga namn- och adressuppgifter finnas tillgängliga hos det utgivande företaget.

### 12.2. Ordinarie abonnemangspris

För tidningar avses med ordinarie pris det pris som för respektive abonnemangsperiod, geografiskt område och distributionssätt framgår av publicerad prislista. Företag kan ha ett högre ordinarie pris om detta framgår av publicerad prislista. Studenter kan ha ett särskilt ordinarie pris om detta framgår av publicerad prislista. För att räknas som ordinarie pris för respektive abonnemangsperiod måste priset per utgåva bli lägre ju längre abonnemangsperioden är.

### 12.3. Valfrihet vid individuella abonnemang

12.3.1. Abonnerade exemplar medräknas i TS-upplaga om mottagaren/konsumenten själv valt sin tidning och själv betalat abonnemanget.

12.3.2. Abonnemang i form av gåva från fysisk person till annan fysisk person medräknas i TS-upplaga som abonnemang.

12.3.3. Exemplar, som betalats för egen anställd, medräknas i TS-upplaga om det kan förutsättas att mottagaren haft frihet att välja annan tidning. I annat fall betraktas abonnemanget som styrt och definieras som friexemplar enligt 13 om distribution har skett i minst en månad. Med anställd avses i detta sammanhang person som genom anställningsavtal är knuten till betalaren.

12.3.4. I de fall tveksamhet råder huruvida valfrihet förelegat vid abonnemang skall TS vid revision av tidningens upplaga kontrollera att mottagaren haft sådan valfrihet.

### 12.4. Ekonomisk avstämning – abonnemang

12.4.1. Vid revisionen kontrollerar TS att betalning influiter för den av tidningen uppgivna abonnerade upplagan. Den ekonomiska avstämningen innebär en jämförelse mellan bokförd och beräknad

abonnemangsinntäkt. Avstämningen görs för varje tidning som skall redovisas. Beräknad abonnemangsinntäkt avser den av tidningen uppgivna och till angivna priser betalda tidningen.

Om den beräknade abonnemangsinntäkten överstiger den bokförda med mer än tre procent får antalet exemplar som motsvarar den överskjutande delen medräknas som friexemplar i TS-upplaga om de uppfyller kraven på friexemplar enligt 13.1.

12.4.2. Intäktsavstämningen sker för tidningar i första hand för närmast föregående kalenderår.

Tidning eller TS kan kräva avstämning direkt på aktuell redovisningsperiod för TS-upplaga om beräknad differens för föregående räkenskapsår överstiger tre procent eller om det finns anledning anta att differensen för den aktuella perioden kan komma att överstiga tre procent. Nystartad tidning avstäms alltid på aktuell redovisningsperiod.

12.4.3. Vid avstämning av abonnemangsinntäkter får i den bokförda intäkten inte medräknas vare sig fordringar vid redovisningsperiodens slut på passiva abonnenter (registrerade abonnenter för vilka tidningen avslutats) eller andra fordringar på aktiva abonnenter än de som kan beräknas bli betalda under följande kalenderår eller i förekommande fall under följande del av innevarande kalenderår.

12.4.4. Avstämning enligt dessa regler sker sedan den bokförda abonnemangsinntäkten i förekommande fall justerats så att den innefattar en korrekt periodiserad intäkt.

### 12.5. Rabattexemplar

12.5.1. Med rabatt förstås avvikelse från ordinarie pris vid nyförsäljning eller abonnemangs-förnyelse genom olika kombinationer av prisreduceringar eller tilläggserbudanden som kommer den slutlige mottagaren till godo. Snabbhetspremie jämställs alltid med rabatt.

Tillämpas särskild företagsabonnemangsprislista och/eller särskild studentprislista skall rabattberäkningar för företagsabonnemang/studentabonnemang göras mot denna särskilda prislista. Vid övriga rabattberäkningar ska jämförelse ske mot ordinarie konsumentpris.

Förmåner i form av förmånskort och dylikt som utan samband med nyförsäljning eller abonnemangs-förnyelse riktas till hela läsekretsen eller större grupper av abonnenter skall inte betraktas som tilläggserbudanden av rabattinnebörd.

12.5.2. Rabatt genom prisreducering innefattar exempelvis mängdrabatter och andra prissänkningar i förhållande till ordinarie pris för aktuell period.

12.5.3. Rabatt genom tilläggserbudande innefattar exempelvis distribution utöver abonnemangsperiod, kombination med vara eller kombination med annan tidning eller tidskrift.

12.5.4. Tidning som erbjuds i kombination med vara skall alltid ange det faktiska/ordinarie priset/bruttopriset för varje enhet som ingår i erbjudandet. Med bruttopris avses antingen varans gängse pris mellan köpare och säljare på marknaden eller ett på kostnadskalkyl baserat pris som innefattar även distributions- och hanteringskostnader inklusive porto.

12.5.5. En kombination mellan två tidningar utmärks av att det erbjudna priset för kombinationen är lägre än summan av de ingående tidningarnas ordinarie abonnemangspriser.

### 12.6. Blockabonnemang

12.6.1. Med blockabonnemang förstås två eller fler abonnemang som betalas av och distribueras till en och samma mottagare. Blockabonnemang kan endast medräknas i TS-upplaga om de

bulkdistribueras till följande mottagarkategorier: flygbolag, gater, tåg, taxi, bussar, hotell och skolor. Dessa får medräknas i TS-upplaga under förutsättning att antalet står i rimlig proportion till och konsumeras i abonnentens verksamhet.

12.6.2. Blockabonnemang redovisas i särskild kolumn i "Intyg för TS-upplaga".

### 13. Friexemplar

13.1. Med friexemplar förstås exemplar som, utan kostnad, distribueras regelbundet utgåva för utgåva till samma registrerade mottagare under minst en månad. För friexemplar skall fullständiga namn- och adressuppgifter finnas tillgängliga hos det utgivande företaget/organisationen. Hit räknas även styrda abonnemang (12.3.3) och tillfälliga friexemplar (13.5).

13.1.1. Under förutsättning att det finns ett avtal kan friexemplar även vara exemplar vilka uppfyller samtliga krav för blockabonnemang enligt 12.6 förutom kravet på betalning.

13.2. Av de friexemplar som distribueras under en redovisningsperiod får i TS-upplaga medräknas högst antalet budexemplar och friexemplar till anställda samt en upplagerelaterad andel. Den upplagerelaterade andelen får utgöra högst fem procent av godkända abonnemang och lösnummer.

13.3. Antalet budexemplar motsvarar det antal buddistrikt och därmed jämförbara billinjer i vilka tidningen faktiskt distribuerats och i vilka buden erhåller tidning i egenskap av anställda hos distributionsföretag eller motsvarande. Med bud likställs brevbärare i brevbäringstur.

13.4. Tidning kan i not redovisa antalet dokumenterade friexemplar. Med dokumentation avses en minst vart tredje år förnyad handling vari den enskilde friexemplarmottagaren skriftligen bekräftar sin önskan att erhålla tidningen. Dokumentationen kan genomföras antingen som totalundersökning eller på ett statistiskt urval.

13.5. Tidning kan i not redovisa antalet tillfälliga friexemplar. Tillfälliga friexemplar utgörs av exemplar vilka distribuerats till en mottagare där det finns ett avtal med en tredje part. Distributionen behöver inte ske till specifik individ utan kan ske i bulk. Rimliga proportioner mellan antal distribuerade exemplar och antalet mottagare på leveransadressen ska kunna påvisas. Tidskrav enligt 13.1 tillämpas inte för tillfälliga friexemplar.

### 14. Sålda lösnummer

14.1. Med sålda lösnummer som medräknas i TS-upplaga förstås:

- exemplar sålda till allmänheten direkt eller genom återförsäljare betalda till minst 50 % av det på tidningen angivna lösnummerpriset, vilket kan variera mellan olika geografiska områden och för vilka exemplar tidningen erhållit verklig försäljningsinkomst eller verkligt tillgodohavande
- abonnerade exemplar med för kort abonnemangstid enligt 12.
- exemplar sålda till företag, till minst 50 % av det på tidningen angivna lösnummerpriset, för utdelning bland kunder.

14.1.1. Rabatter förutom vad som anges i 14.1.2 och 14.1.3 beräknas för lösnummer enligt reglerna för abonnemang.

14.1.2. Kupongerbjudande, som följer med tidningen är inte rabattgrundande.

14.1.3. Erbjudanden i form av varor som följer med tidningen är inte rabattgrundande.

14.2. Ekonomisk avstämning – lösnummer

14.2.1. Vid revision kontrollerar TS att betalning influtit för den av tidningen uppgivna lösnummerupplagan. Den ekonomiska avstämningen av lösnummerintäkten innebär en jämförelse mellan bokförd och beräknad lösnummerintäkt. Avstämning görs för varje tidning som skall



redovisas. Beräknad lösnummerintäkt avser den av tidningen uppgivna och till angivna priser betalda lösnummerupplagan.

Om den sålunda beräknade lösnummerintäkten överstiger den bokförda, får antalet exemplar som motsvarar den överskjutande delen inte medräknas i TS-upplaga.

14.2.2. Intäktsavstämningen sker i första hand för föregående kalenderår eller, i förekommande fall, för aktuell redovisningsperiod.

Nystartad eller nyansluten tidning avstäms alltid för aktuell redovisningsperiod.

14.2.3. Avstämning enligt dessa regler sker sedan den bokförda lösnummerintäkten i förekommande fall justerats så att den innefattar en korrekt periodiserad intäkt.

### 15. Revision av TS-upplaga

15.1. Syftet med revisionen är att fastställa TS-upplaga.

Med revision avses granskning av tidningarnas försäljnings- och distributionssystem med tillhörande ekonomisk granskning av att upplageintäkterna är korrekt redovisade.

15.2. För att få TS-upplaga fastställd skall tidning följa offentliggjord utgivningsplan samt föra de register som behövs med hänsyn till dessa bestämmelser och de övriga anvisningar som utfärdas av TS.

Tidning skall för TS revisorer hålla tillgängligt allt det material som krävs för fastställande av upplagan, till exempel utgivningsplan, bokföringsmaterial, distributionsjournaler, system- och programspecifikationer, informations- och reklammaterial, tryckeri- och distributionsfakturor.

Granskning av tidningens bokföring i samråd med tidningens revisorer kan krävas av TS revisor eller av tidning.

### 16. Intyg för TS-upplaga

16.1. Uppgifter om tidnings upplaga redovisas på "Intyg för TS-upplaga". För att vara giltigt och anses fastställt skall intyget godkännas av det utgivande företags firmatecknare och TS.

Samtliga upplageuppgifter redovisas avrundade till närmaste jämna hundratal, 1 – 49 nedåt och 50 – 99 uppåt.

16.2. "Intyg för TS-upplaga" 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.

16.3. I "Intyg för TS-upplaga" redovisas som obligatoriska uppgifter tidningens upplaga enligt bilaga 1.

16.4. Samtliga uppgifter i upplageintyget skall på lämpligt sätt redovisas i TS Mediefakta och annan TS-information.

16.5. Uppgifter i TS upplageintyg för aktuell redovisningsperiod är offentliga fr.o.m. första publiceringsdagen enligt 17.2.2.

Upplageintyget 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 TS upplageintyg avser.

Har tidning vid upprepade tillfällen redovisat "TS-upplaga ännu inte fastställd" för obligatorisk redovisningsperiod är upplageintyget endast giltigt till nästa publiceringsdag för obligatorisk redovisningsperiod.

16.6. På begäran från tidning kan TS för annan period än obligatorisk redovisningsperiod utfärda upplageintyg endast avsett för internt bruk. Efter överenskommelse med TS kan sådant intyg göras offentligt.

### 17. Användning av TS upplageuppgifter i marknadsföringen

#### 17.1. Allmänna anvisningar

Tidnings skall använda TS upplageuppgifter på ett entydigt och vederhäftigt sätt i samklang med bokstav och andemening i dessa bestämmelser. I övrigt gäller att användningen av TS uppgifter skall vara förenlig med gällande lagstiftning och rättslig praxis på marknadsföringens område liksom med god branschpraxis på tidningsutgivningens område.

#### 17.2. Särskilda anvisningar

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

17.2.2. Första publiceringsdag för kalenderårets, andra halvårets, tredje tertialets, fjärde kvartalets och december månads upplageuppgifter är samtidigt med publiceringsdagen av TS Varumärkeskort tertial 3. Övriga perioders upplagor publiceras snarast efter upplagans fastställande.

TS styrelse kan besluta om tidigareläggning av publiceringsdag enligt första stycket.

17.2.2.1. För TS-snabbupplaga (enligt 9.4) gäller särskilda publiceringsdagar.

17.2.2.2. När TS-upplagan har fastställts får tidningen använda denna i sin marknadsföring oavsett 17.2.2.

17.2.3. När TS-upplaga används i marknadsföringssyfte, skall senast fastställda upplaga användas och redovisningsperiod anges i direkt anslutning till upplageangivelsen. Både tryckt antal och digitalt antal ingående i TS-upplagan skall anges, om den digitala publikationen särredovisas enligt bestämmelserna om Digitala publikationer 3.1, så att det inte finns någon risk för mottagaren av marknadsföringen att inte notera denna särredovisning (gäller från 2015-01-01). Om andelen digitala friexemplar särredovisas enligt bestämmelserna om Digitala publikationer 3.1 skall andelen öppnade utskick redovisas (gäller från 2016-01-01). Jämförelse kan endast göra mot titel som redovisar samma upplagemått.

17.2.4. Uppgift om antal tryckta exemplar får inte lämnas. Uppgift om av TS icke verifierade och redovisade upplagor och distributioner utanför TS-upplagan får inte lämnas utan överenskommelse med TS.

17.2.5. Om TS-upplaga för senaste redovisningsperiod används i jämförelse med TS-upplaga för tidigare redovisningsperiod eller med annan tidning skall aktuell period alltid jämföras med motsvarande period föregående år respektive med aktuell period för den jämförda tidningen. Tidningen kan dessutom jämföra sin upplaga med föregående period. Om redovisningsperioden är månad, kvartal, tertial eller halvår skall TS-upplaga för senaste redovisade helår anges.

17.2.6. När TS-upplaga har fastställts får tidning använda TS logotyp så länge upplageintyget är giltigt enligt 16.5.

17.2.7. Användandet av felaktiga upplageangivelser medför att TS kan kräva en korrigerande annons. Denna ska vara minst lika stor som den ursprungliga annonsen samt ange att det är en rättelse av tidigare annons.



## TS Total

### 1. Allmänt

TS Total är ett generösare upplagemått som ger medierna större möjligheter till marknadsaktiviteter och annonsörerna mer information.

Av detta följer att jämförelser endast kan göras med tidningar med en TS Total. Hänvisningar till "störst upplaga" kan endast ske refererande till TS-upplaga.

De främsta skillnaderna mellan TS-upplaga och TS Total är:

- inget tak för friexemplar
- kategoripriser accepteras

### 2. Redovisning

2.1. Tidningen kan själv välja om TS Total skall vara intern eller extern.

2.2. För att kunna redovisa TS Total krävs att tidningen är TS-ansluten och redovisar en TS-upplaga. Tidningar vilka redovisas enligt detta begrepp skall uppfylla minst ett av nedanstående krav:  
I huvudsak (minst till 50 %) vara betalda  
I huvudsak (minst till 50 %) ha registrerade mottagare

2.3. Redovisning av tidning sker enligt TS upplagesystem.

2.4. Redovisningsperioder enligt TS upplagesystem.

2.5. Betalda exemplar redovisas i kolumnen betalda exemplar och exemplar som inte är betalda redovisas i kolumnen övriga exemplar.

### 3. Publicering

3.1. TS publicerar alltid båda upplagebegreppen när TS Total är framtagen för en period.

3.2. Ansluten tidning kan själv välja vilket upplagebegrepp som användas i marknadsföringen. Det ska tydligt framgå vilket begrepp som används.

3.3. När tidningarna jämför sig med andra titlar måste samma upplagebegrepp användas. Tidningar som inte publicerar samma mätning kan inte jämföras med varandra. Endast samma upplagebegrepp för samma period kan jämföras.

TS Total kan inte jämföras med TS-upplaga.

Hänvisningar till störst upplaga kan endast ske refererande till TS-upplaga.

3.4. Övrig användning av TS Total i marknadsföringen hanteras enligt TS upplagebestämmelser.

### 4. Definitioner och förtydliganden

4.1. Benämning:  
För ansluten tidning fastställs efter revision TS Total.

4.2. Definition av tidning:  
Hanteras enligt TS upplagebestämmelser.

4.3. Periodicitet:  
Hanteras enligt TS upplagebestämmelser.

- 4.4. Prenumeration:  
Innebär att tidningen levereras till dörren (privat eller företag), enligt avtal, under minst en månad i följd.
- 4.5. Lösnummer:  
Innebär allt som inte levereras till dörren samt prenumerationer som löper kortare tid än en månad.
- 4.6. Priser:  
Hanteras enligt TS upplagebestämmelser förutom att kategoripriser accepteras.
- 4.7. Betalningsgrad:  
Beräknas utifrån respektive prislista. Varje prislistekategori räknas för sig och därefter viktas en total betalningsgrad för den totala upplagan.
- 4.8. Premier:  
Hanteras enligt TS upplagebestämmelser.
- 4.9. Kombinationserbudanden tidning-tidning:  
Hanteras enligt TS upplagebestämmelser.
- 4.10. Särredovisning av utgåva:  
Hanteras enligt TS upplagebestämmelser.
- 4.11. Valfrihet vid individuella abonnemang:  
Hanteras enligt TS upplagebestämmelser.
- 4.12. Gåvor:  
Hanteras enligt TS upplagebestämmelser.
- 4.13. Ekonomisk avstämning:  
Hanteras enligt TS upplagebestämmelser.
- 4.14. Taltidning:  
Hanteras enligt TS upplagebestämmelser.
- 4.15. Digital edition:  
Hanteras enligt TS upplagebestämmelser.
- 4.16. Upplagekommentarer:  
På ett bakomliggande dokument kan, om tidningen så önskar, upplagan kommenteras och förklaras. Här kan även de olika kategoripriser tidningen använder sig av anges.
- 4.17. Blockabonnemang:  
Redovisas som övriga abonnemang
- 4.18. Rabatter:  
Med undantag av de avvikelser som anges i detta dokument hanteras dessa enligt TS upplagebestämmelser.
- 4.19. Friexemplar:  
Hanteras enligt TS upplagebestämmelser.
- 4.20. Revision av TS Total:  
Hanteras enligt TS upplagebestämmelser.
- 4.21. Hushållstäckning samt specialrapporter:  
Dessa tas fortsatt fram som för TS-upplagan. Dessa kan även på frivillig basis tas fram för TS Total.
- 4.22. Övriga revisionspunkter som inte berörts ovan hanteras på samma sätt som för TS-upplagan.



### 5. Gratisutdelning av lösnummer

5.1. Inom ramen för TS Total ryms även gratisutdelade lösnummer vilka redovisas som övriga exemplar.

5.2. Tidningar som distribueras som gratis lösnummer eller via tidningsställ godkänns av TS under förutsättning att:

- avtal finns med tredje part
- ett verifierbart underlag finns på antalet som distribuerats till utdelaren eller tidningsställen
- returer dokumenteras och redovisas till TS
- TS:s revisorer har rätt att göra stickprovskontroller av distributionen samt vid de uppställda tidningsställen för kontroll av rimligheten i antalen som framkommit enligt ovanstående underlag.

## Digitala publikationer

### 1. Definition av en digital publikation

En digital publikation levereras periodiskt i ett digitalt format med linjär navigering med en början och ett slut och innehåller daterat innehåll. Den ska även i övrigt uppfylla definitionen av tidning enligt punkt 3 i TS Upplagebestämmelser.

Det kan finnas två olika typer av digitala publikationer:

- digital publikation med tryckt förlaga eller
- digital publikation utan tryckt förlaga

Med en digital publikation med tryckt förlaga avses en digital utgåva vilken till mer än 50 % (baserat på innehållet i den tryckta förlagan) har ett gemensamt redaktionellt innehåll med en tryckt tidning. Ansluten titel ska upplysa TS om andelen gemensamt redaktionellt innehåll.

1.1. Den digitala publikationen kan publiceras i en rad olika digitala plattformar.

1.2. Annonseringen kan anpassas till att ta vara på digitala möjligheter.

### 2. Revision av digital publikation

Förutom vad som sägs i detta tillägg medräknas digitala exemplar enligt gällande regler för TS upplaga.

2.1. För att kunna medräknas i TS-upplaga måste den digitala publikationen vara lösenordskyddad och/eller finnas bakom en betalvägg. En fritt tillgänglig digital publikation kan inte medräknas.

2.2. Revisionen av abonnerade digitala publikationer sker i huvudsak enligt samma regler som för TS upplaga för tryckta medier.

2.3. Tillgänglighet

2.3.1. Den digitala publikationen ska vara tillgänglig för abonnenter varje dag tidningen utkommer samt därefter som kortast till följande nummer utkommer.

2.3.2. Avvikelse från utgivningsplan skall aviseras och TS skall även ha möjlighet att kontrollera tillgängligheten till den digitala publikationen. TS måste därför ha tillgång till den lösenordskyddade publikationen på alla digitala plattformar.

2.3.3. Visar det sig att aktuell utgåva inte alls är tillgänglig kan denna inte medräknas i upplagan. Om en utgåva endast har utkommit i tryckt eller digitalt format antas att den del som inte utkommit haft samma snitt som övriga utgåvor.

I en not upplyses om att utgåvan alternativt digital/tryckt del av den utgåvan inte kommit ut.

2.4. I ett abonnemang på en digital publikation medräknas inte tidigare utkomna nummer som retroaktivt erbjuds abonnenterna om utgåvan är äldre än en månad. Detta gäller dock endast om en ny utgåva har utgivits. Aktuell utgåva kan oavsett ovanstående medräknas.

2.5. Sålda lösnummer vilka hör till redovisad period medräknas.

2.6. Abonnemang vilka innebär att abonnenten betalar för papperstidningen och därmed även får tillgång till den digitala publikationen får endast räknas som ett betalt abonnemang. Tillgängligheten till den digitala publikationen är inte heller rabattgrundande för papperstidningsabbonenterna.

Friexemplar som distribueras till samma mottagare i både tryckt och digital version medräknas endast som ett friexemplar.

Däremot kan information om tillgängligheten lämnas som en upplysande not på intyget.

- 2.7. Abonnemang vilka tecknats separat för papperstidning och digital publikation kan båda medräknas i TS-upplaga om de uppfyller övriga gällande regler. För att båda abonnemangen ska medräknas krävs att abonnenten betalar 120 % av högsta ordinarie tillämpbara pris.

Abonnemang vilka tecknas enligt en särskild prislista för befintliga abonnenter enligt 2.8.3 kan inte medräknas.

### 2.8. Ordinarie pris

2.8.1. Den digitala publikationen är en egen distributionsform och varje plattform kan ha ett eget ordinarie pris.

2.8.2. Ordinarie pris för hybridabonnemang, där abonnenten får papperstidningen vissa dagar/utgåvor och digital publikation övriga dagar/utgåvor, räknas fram enligt gällande tillämplig prislista för respektive distributionsform.

2.8.3. Befintliga abonnenter på en tryckt förlaga (papperstidningsabonnenter) kan ha ett särskilt ordinarie pris på den digitala publikationen. Dessa abonnemang medräknas inte i TS-upplagan men information om dessa kan ges i en not på intyget enligt 2.6.

## 3. Redovisning av digital publikation

- 3.1. Utgör en digital publikation mer än tre procent av TS-upplagan särredovisas denna del av TS-upplagan. Redovisningen görs med indelning i antal per exemplarkategorier.

Om andelen digitala friexemplar överstiger 20 % av TS-upplagan skall andelen öppnade utskick redovisas (gäller från 2016-01-01).

Andelen som redovisas skall vara en genomsnittlig procentuell andel för de digitala friexemplaren för de ingående utgåvorna under redovisningsperioden. Ett utskick av en utgåva anses som öppnat då det visats med bilder och/eller aktivt klickats på för visning.

Andel redovisas som en not på intyget.

- 3.2. TS logotyp får användas även i den digitala publikationen efter att TS intyg underskrivits. TS logotyp får användas i marknadsföringen av publikationen enligt samma regler som gäller för TS-upplaga.

- 3.3. Sker särredovisning enligt 3.1 ska information om upplagens fördelning tryckt/digitalt lämnas i marknadsföringssammanhang där upplaga anges.



## Bilaga

### INTYG TS-UPPLAGA

Tidning:  
Utgiven i:  
Redovisningsperiod:

Antal utgåvor	Abonnerade exemplar					Sålda lösnummer	Friexemplar	TS-upplaga	Betalningsgrad
	Fullt betalda	Rabatt 1-25 %	Rabatt 25-50 %	Rabatt 50-99 %	Block-abonnemang				
Not:									