TS bestämmelser för TS-upplaga – tidskrifter

Innehåll:

1. Bestämmelsernas syfte och deras antagande 1
2. TS upplagebegrepp 1
3. Definition av tidskrift 1
4. Sifo Media Audit:s åligganden 2
5. Beslutsordning 2
6. Påföljder vid utebliven rättelse 2
7. Redovisning av tidskrift 2
8. Definition av utgåva 3
9. Redovisningsperioder 3
10. Redovisning vid samannonseringskombinationer 3
11. Beräkning av TS-upplaga 3
12. Abonnerade exemplar 4
13. Medlemsexemplar 6
14. Friexemplar 6
15. Sålda lösnummer 7
16. Revision av TS-upplaga 7
17. Intyg för TS-upplaga 7
18. Användning av TS upplageuppgifter i marknadsföringen 8

Tillägg digitala tidskrifter 9

Bilaga 1 11

Stockholm april 2026

TS bestämmelser för TS-upplaga – tidskrifter

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 tidskrifter som är TS-anslutna.

1.2. Antagande av bestämmelserna.

TS upplagebestämmelser jämte ändringar av dessa utarbetas av Sifo Media Audit. Initiativ till ändring av bestämmelserna kan tas av Sifo Media Audit eller annan av bestämmelserna berörd part.

1.3. Förbindelse

Varje enskild tidskrift anses vara TS-ansluten då den skriftligen förbundit sig att följa dessa bestämmelser.

2. TS upplagebegrepp

2.1. För TS-ansluten tidskrift fastställs, efter revision, TS-upplaga.

2.2. TS-ansluten tidskrift kan inte samtidigt redovisas under RS distributionsbegrepp.

3. Definition av tidskrift

3.1. Med tidskrift förstås dels populärtidskrift vars innehåll karaktäriseras av underhållning och förströelse med inriktning på ett flertal ämnen, dels facktidskrift vars innehåll dels behandlar ett bestämt avgränsat yrkes-, bransch- eller ämnesområde eller vänder sig till en på motsvarande sätt bestämd och definierbar intressegrupp/mottagargrupp, dels tidskrift som utges av förening eller annan organisation och vars innehåll till övervägande del behandlar ämnen inom organisationens eller föreningens intresseområde (medlemstidskrift).

3.2. Tidskrift skall ha en offentliggjord utgivningsplan, innehålla minst 25 % redaktionell text 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 tidskrifter som uppfyller Postens bestämmelser om postdistribution).

3.3. Med självständig tidskrift förstås publikation eller upplagedel vars redaktionella innehåll till minst 51 % skiljer sig från innehållet i annan publikation eller upplagedel med samma eller annat namn.

3.4. Med edition/avläggare förstås del av tidskrift (upplagedel) som avskiljer en geografiskt avgränsad upplage- och annonsmarknad och som till minst hälften har samma redaktionella innehåll som huvudtidskriften. Med edition förstås upplagedel som har samma namn som huvudtidskriften och med avläggare avses upplagedel som har annat namn än huvudtidskriften.

3.5. Tidskrift kan också utges digitalt enligt beskrivning under tillägget Digitala tidskrifter nedan.

4. Sifo Media Audit:s åligganden

4.1. Sifo Media Audit svarar för att revision och fastställande av upplagor sker enligt gällande bestämmelser och tillämpningsföreskrifter.

Sifo Media Audit handlägger tolknings- och publiceringsfrågor samt svarar för att erforderliga tillämpningsföreskrifter och branschpraxis utarbetas och tillkännages.

Sifo Media Audit svarar för att upplageuppgifterna i ”Intyg för TS-upplaga” återges korrekt i Mediafacts och annan TS-information.

Sifo Media Audit debiterar för fastställande av TS-upplaga inkluderande utförda revisionsuppdrag och den publicering som sker i Mediafacts och annan TS-information. För Sifo Media Audit:s medarbetare gäller vanliga revisionsetiska normer, där det förutsätts att Sifo Media Audit:s medarbetare iakttar tystnadsplikt. Sifo Media Audit:s medarbetare får således inte röja sakförhållanden eller uppgifter för utomstående som Sifo Media Audit:s medarbetare har fått kännedom om i sin yrkesutövning om Sifo Media Audit:s medarbetare inte har upplysningsplikt enligt författning, professionell skyldighet eller rätt att yttra sig eller behörigt tillstånd i övrigt. Sifo Media Audit:s medarbetare får inte heller utnyttja sådan information på ett sätt som är till fördel för Sifo Media Audit:s medarbetare själv eller till skada eller nytta för någon annan.

5. Beslutsordning

5.1. Sifo Media Audit:s beslut med anledning av föreliggande bestämmelser kan överklagas.

Överklagande och ingivande av de handlingar part önskar åberopa skall ha skett till Sifo Media Audit

senast 30 dagar efter mottagandet av Sifo Media Audit:s beslut.

6. Påföljder vid utebliven rättelse

6.1. Om tidskrift gjort avsteg från punkt 18 i bestämmelserna skall Sifo Media Audit kunna söka rättelse genom att tidskriften upplåter gratis annonsplats där Sifo Media Audit bereds möjlighet att korrigera eventuella avsteg.

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

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

7. Redovisning av tidskrift

7.1. Av Sifo Media Audit kontrollerade uppgifter om tidskrift skall alltid redovisas på ”Intyg för TS-

upplaga” (jämför 17). Varje självständig tidskrift skall redovisas på separat upplageintyg.

7.2. Om tidskrift distributionsmässigt kan uppdelas för spridning till geografiskt skilda områden och sådan möjlighet erbjuds annonsörerna, skall varje sådan upplagedel redovisas särskilt i intyget eller i bilaga till detta samt i Mediafacts och annan TS-information.

7.3. TS-upplaga skall årligen redovisas enligt de regler och anvisningar som fastställts av Sifo Media Audit. Publicering sker i Mediafacts och annan TS-information.

8. Definition av utgåva

8.1. Med utgåva förstås de exemplar av tidskrift som utkommer vid ett och samma utgivningstillfälle och som har samma nummer i tidskriftens löpande numrering. Dubbelnummer räknas som en utgåva.

9. Redovisningsperioder

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

Obligatorisk redovisningsperiod är 1/7 - 30/6. 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. Tidskrift som i sin marknadsföring vill åberopa en kommande periods upplaga för minst en tremånadersperiod kan göra detta under förutsättning att utgivaren ställer en upplagegaranti och samtidigt förbinder sig att låta Sifo Media Audit kontrollera upplagan för motsvarande period. Upplagegarantin och den kontrollerade upplagan publiceras i Mediafacts och annan TS-information.

Om den fastställda upplagan är mer än tre procent lägre än den garanterade, kan tidskriften inte åberopa denna upplaga under den kommande ettårsperioden.

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

10. Redovisning vid samannonseringskombinationer

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

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

11. Beräkning av TS-upplaga

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

- abonnerade exemplar med uppdelning på fullt betalda exemplar och rabatterade exemplar.
- sålda lösnummer (15).
- friexemplar (14).
- medlemsexemplar (gäller endast medlemstidskrifter, 13).

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

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

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

11.4. För att en genomsnittlig upplaga skall kunna fastställas måste tidskrift under varje enskild redovisningsperiod utkomma med minst två utgåvor och skillnaden mellan dessa två upplagor får inte överstiga tio procent räknat utifrån den lägsta upplagan. I annat fall redovisas upplagorna var för sig.

11.5. Om antalet medräknade lösnummer sålda till företag är tre procent eller mer ska antal anges i en förklarande not.

11.6. Om antalet medräknade abonnemang tecknade av företag till anställda och kunder är tio procent eller mer av TS-upplagan skall antal anges i en förklarande not.

11.7. Abonnemang på digitala tidskrifter samt låsta artiklar i digitala tidskrifter ska redovisas som varav uppgifter var för sig i intyget.

12. Abonnerade exemplar

12.1. Individuellt abonnerade exemplar

12.1.1. Utmärkande för ett abonnemang är att mottagaren genom individuell beställning och betalning efterfrågar tidskriften. 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 (dock minst två utgåvor) för att exemplaren skall medräknas bland ”Abonnerade exemplar”. Är abonnemangsperioden kortare räknas exemplaren som ”Sålda lösnummer” enligt 15.

12.1.2.3. Tidskriftskonsumenten 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

12.2.1. För tidskrifter avses med ordinarie pris det pris som för respektive abonnemangsperiod, mottagargrupp och distributionssätt framgår av publicerad prislista.

Med ordinarie pris avses även det fall där en medlemstidskrift betalas med en särskild avgift för tidskriften utöver medlemsavgiften.

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 tidskrift 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. Abonnemang tecknade av företag till anställda och kunder kan oavsett 12.3.1 medräknas.

För tidskrifter kan abonnemang för förtroendevaldas räkning medräknas om det kan förutsättas att mottagaren haft frihet att välja annan tidskrift.

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

12.4. Ekonomisk avstämning – abonnemang

12.4.1. Vid revisionen kontrollerar Sifo Media Audit att betalning influtit för den av tidskriften uppgivna abonnerade upplagan. Den ekonomiska avstämningen innebär en jämförelse mellan

bokförd och beräknad abonnemangsintäkt. Avstämningen görs för varje tidskrift som skall redovisas. Beräknad abonnemangsintäkt avser den av tidskriften uppgivna och till angivna priser betalda abonnerade upplagan.

Om den beräknade abonnemangsintäkten överstiger den bokförda med mer än tre procent får antalet exemplar som motsvarar den överskjutande delen medräknas som friexemplar i TS-upplagan om de uppfyller kraven på friexemplar enligt 14.1.

12.4.2. Intäktsavstämningen sker för tidskrifter för aktuellt kalenderår.

Nystartad tidskrift avstäms alltid på aktuell redovisningsperiod.

12.4.3. Vid avstämning av abonnemangsintäkter får i den bokförda intäkten inte medräknas vare sig fordringar vid redovisningsperiodens slut på passiva abonnenter (registrerade abonnenter för vilka distributionen av tidskriften 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 abonnemangsintäkten 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 abonnemangsförnyelse genom olika former och kombinationer av prisreduceringar eller tilläggserbjudanden som kommer den slutlige mottagaren till godo. Snabbhetspremie jämställs alltid med rabatt.

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

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

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

12.5.4. Tidskrift 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 tidskrifter utmärks av att det erbjudna priset för kombination är lägre än summan av de ingående tidskrifternas 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 medräknas i TS-upplaga om de bulkdistribueras till exempelvis 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.

12.7. Överförda abonnemang

12.7.1. Med överförda abonnemang förstås abonnemang som ursprungligen tecknats för en annan tidskrift. Dessa får medräknas som abonnemang alternativt friexemplar enligt nedanstående villkor.

12.7.2. Abonnenterna ska ha erbjudits ett val mellan återbetalning av resterande abonnemangsskuld

eller abonnemang på den övertagande tidskriften. I annat fall redovisas de som friexemplar enligt 14.1.

12.7.3. De överförda abonnemangen redovisas i första hand enligt samma rabatt som de hade vid tecknande av abonnemang. De ska således redovisas i samma kategori på TS upplageintyg som de hade redovisats i om den tidskrift de överförts från hade redovisat TS-upplaga.

12.7.4. I de fall information angående pris och längd på det ursprungliga abonnemanget saknas redovisas det som friexemplar enligt 14.1.

12.7.5. Det står den övertagande tidskriften fritt att välja att kompensera överförda abonnemang med lika många utgåvor eller lika lång period som var kvar på det ursprungliga abonnemanget. De övertagna abonnemangen redovisas i båda fallen enligt 12.7.3.

12.7.6. Kompenserar den övertagande tidskriften överförda abonnemang enligt annan metod än 12.7.5 redovisas de som friexemplar enligt 14.1.

13. Medlemsexemplar

13.1. Definitioner

13.1.1. Medlemsexemplar kan endast förekomma för medlemstidskrift.

13.1.2. Med medlemsexemplar förstås tidskrifts exemplar som regelbundet distribueras till medlemmar i organisation för vilken tidskriften är officiellt organ.

13.1.3. Med föreningsmedlem förstås fysisk eller juridisk person som uppfyllt villkoren för medlemskap enligt föreningens stadgar. Även indirekt medlemskap kan inkluderas.

13.2. Om föreningsmedlem i sin medlemsavgift erhåller mer än ett exemplar per utgåva skall efterfrågan dokumenteras i varje enskilt fall.

Sänds mer än ett exemplar per utgåva utan att mottagaren själv anhållit om det, skall det klart framgå att distribution sker till följd av normgivande beslut av föreningens styrelse eller instans eller person som enligt föreningens stadgar har rätt att fatta sådant beslut.

13.3. Om antalet medlemsexemplar med mer än tio procent över- eller understiger antalet medlemmar i organisationen för vilken tidskriften är officiellt organ skall notering härom göras i ”Intyg för TS-upplaga”.

13.4. I sådant fall särskild avgift betalas för tidskriften utöver den medlemsavgift som erlagts betraktas exemplaret som abonnerat enligt punkt 12.

14. Friexemplar

14.1. Med friexemplar förstås exemplar som utan kostnad distribueras regelbundet utgåva för utgåva till samma registrerade mottagare under minst tre månader (dock minst tre utgåvor). För friexemplar skall fullständiga namn- och adressuppgifter finnas tillgängliga hos det utgivande företaget/organisationen.

14.2. Tidskrift 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 tidskriften. Dokumentationen kan genomföras antingen som totalundersökning eller på ett statistiskt representativt urval.

15. Sålda lösnummer

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

• exemplar sålda till allmänheten direkt eller genom återförsäljare och för vilka exemplar tidskriften erhållit verklig försäljningsinkomst eller verkligt tillgodohavande.
• exemplar sålda till företag för utdelning bland kunder.
• abonnerade exemplar med för kort abonnemangstid enligt 12.

15.1.1. Rabatter förutom vad som anges i 15.1.2 och 15.1.3 beräknas för lösnummer enligt reglerna för abonnemang. Det på tidskriften angivna lösnummerpriset är ordinarie pris och kan variera mellan olika geografiska områden.

15.1.2. Kupongerbjudanden som följer med tidskriften är inte rabattgrundande.

15.1.3. Erbjudanden i form av varor som följer med tidskriften är inte rabattgrundande.

15.2. Ekonomisk avstämning – lösnummer

15.2.1. Vid revision kontrollerar Sifo Media Audit att betalning influtit för den av tidskriften uppgivna lösnummerupplagan. Den ekonomiska avstämningen innebär en jämförelse mellan bokförd och beräknad lösnummerintäkt. Avstämning görs för varje tidskrift som skall redovisas. Beräknad lösnummerintäkt avser den av tidskriften 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.

15.2.2. Intäktsavstämningen sker i första hand för aktuellt kalenderår.

Nystartad eller nyansluten tidskrift avstäms alltid för aktuell redovisningsperiod.

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

16. Revision av TS-upplaga

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

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

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

Tidskrift skall för Sifo Media Audit:s 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 tidskriftens bokföring i samråd med tidskriftens revisorer kan påfordras av TS revisor eller av tidskrift.

17. Intyg för TS-upplaga

17.1. Uppgifter om tidskrifts TS-upplaga redovisas på ”Intyg för TS-upplaga”. För att vara giltigt och anses fastställt skall intyget godkännas av det utgivande företagets firmatecknare och Sifo Media Audit.

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

17.2. ”Intyg för TS-upplaga” är Sifo Media Audit:s förlagsegendom. Vid återgivande av originalintyget får endast upptas de uppgifter som förekommer på detta. Ändringar, borttagande eller tillägg av uppgifter får således inte göras.

17.3. I ”Intyg för TS-upplaga” redovisas som obligatoriska uppgifter tidskriftens upplaga enligt bilaga 1.

17.4. Samtliga uppgifter i upplageintyget skall på lämpligt sätt redovisas i Mediafacts och annan TS-information.

17.5. Uppgifter i TS upplageintyg för aktuell redovisningsperiod är offentliga fr.o.m. att TS-upplageintyg är utfärdat.

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

17.6. På begäran från tidskrift kan Sifo Media Audit för annan period än obligatorisk redovisningsperiod utfärda upplageintyg endast avsett för internt bruk. Efter överenskommelse med TS kan sådant intyg göras offentligt.

18. Användning av TS upplageuppgifter i marknadsföringen

18.1. Allmänna anvisningar

Tidskrift 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 tidskriftsutgivningens område.

18.2. Särskilda anvisningar

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

18.2.2. När TS-upplaga används i marknadsföringssyfte, skall senast fastställda upplaga enligt 8, 9 och 11 användas och redovisningsperiod anges i direkt anslutning till upplageangivelsen.

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

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

18.2.5. När TS-upplaga har fastställts får tidskrift använda TS logotyp så länge upplageintyget är giltigt enligt 17.5.

18.2.6. Användandet av felaktiga upplageangivelser medför att Sifo Media Audit kan kräva en korrigerande annons. Denna skall vara minst lika stor som den ursprungliga annonsen samt ange att det är en rättelse av tidigare annons.

Digitala tidskrifter och abonnemang på digital tidskrifts låsta artiklar

1. Definition av en digital tidskrift

En digital tidskrift 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 tidskrift enligt paragraf 3 i TS Upplagebestämmelser.

1.1. Det kan finnas två olika typer av digitala tidskrifter:

- Digital tidskrift med tryckt förlaga eller
- digital tidskrift utan tryckt förlaga

Med en digital tidskrift 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 tidskrift. Ansluten titel ska upplysa TS om andelen gemensamt redaktionellt innehåll.

1.2. Den digitala tidskriften kan publiceras i en rad olika digitala plattformar.

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

1.4 En digital tidskrift enligt definition 1 ovan, som har betalda abonnenter och registrerade friexemplar på låsta artiklar i den digitala tidskriften kan medräknas i TS-upplagan enligt villkor som sägs för digital tidskrift i övrigt under detta tillägg.

2. Revision av digital tidskrift

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 tidskriften vara lösenordsskyddad och/eller finnas bakom en betalvägg. En fritt tillgänglig digital tidskrift utan mottagarregister kan inte medräknas.

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

2.3. Tillgänglighet

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

2.3.2. Avvikelse från utgivningsplan ska aviseras och Sifo Media Audit ska även ha möjlighet att kontrollera tillgängligheten till den digitala tidskriften. Sifo Media Audit måste därför ha tillgång till den lösenordsskyddade tidskriften på alla digitala plattformar.

2.4. 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 utkommit.

2.4.1. I ett abonnemang på en digital tidskrift 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.

2.4.2. Sålda lösnummer vilka hör till redovisad period medräknas.

2.4.3. Abonnemang vilka innebär att abonnenten betalar för papperstidskriften och därmed även får tillgång till den digitala tidskriften alternativt enbart låsta artiklar får endast räknas som ett betalt abonnemang.

Tillgängligheten till den digitala tidskriften är inte heller rabattgrundande för papperstidskriftsabonnenterna.

Abonnemang på en digital tidskrifts låsta artiklar, där abonnemanget inkluderar andra låsta artiklar inom samma förlagshus, räknas enbart som abonnemang för den tidskrift där abonnemanget tecknats. Tillgången till de andra tidskrifternas artiklar är normalt sett inte rabattgrundande.

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.

2.5. Abonnemang vilka tecknats separat för papperstidskrift och digital tidskrift alternativt enbart låsta artiklar 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.

2.6. Ordinarie pris

2.6.1. Den digitala tidskriften är en egen distributionsform och varje plattform kan ha ett eget ordinarie pris. Abonnemangsformen där abonnenten enbart betalar för låsta artiklar på den digitala tidningen, har också ett eget ordinarie pris.

2.6.2. Ordinarie pris för hybridabonnemang, där abonnenten får papperstidskriften vissa dagar/utgåvor och digital tidskrift alternativt enbart låsta artiklar i digital tidskrifts övriga dagar/utgåvor, räknas fram enligt gällande tillämplig prislista för respektive distributionsform.

2.6.3. Befintliga abonnenter på en tryckt förlaga (papperstidskriftsabonnenter) kan ha ett särskilt ordinarie pris på den digitala tidskriften alternativt enbart låsta artiklar i den digitala tidskriften. 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 tidskrift

3.1. Utgör en digital tidskrift alternativt abonnemang på enbart låsta artiklar i den digitala tidskriften 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 tidskriften efter att TS intyg underskrivits. TS logotyp får användas i marknadsföringen av tidskriften enligt samma regler som gäller för TS-upplaga.

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

Bilaga 1

Intyg TS-upplaga

Tidskrift:
Utgiven i:
Redovisningsperiod:

Antal utgåvor	Abonnerade exemplar		Sålda lösnummer	Medlems-exemplar	Fri-exemplar	TS-Upplaga
	Fullt betalda	Rabatterade				
Not:						