

# **Normer för annonsering i tidning/tidskrift**

**Giltiga fr o m januari 2002**

**Sveriges Tidskrifter**

**Tidningsutgivarna**

# Normer för annonsering

Giltiga från januari 2002

Svenska Tidningsutgivareföreningen (Tidningsutgivarna), och Föreningen Sveriges Tidskrifter har fastställt föreliggande normer för annonsering att gälla från och med 2002-01-01. Normerna som redovisas i avsnitt I nedan, reglerar förhållandet mellan tidning/tidskrift och annonsör eller beställare vid köp, försäljning och förmedling av annonser i de fall andra villkor inte överenskommit.

## I. NORMER FÖR ANNONSERING

### 1. TILLÄMPNING OCH DEFINITIONER

- 1 Dessa normer tillämpas vid köp, försäljning och förmedling av annonser om inte annat avtalats.
- 2 Med tidning förstås i dessa normer **tidning** eller **tidskrift** anslutna till Tidningsutgivarna och Sveriges Tidskrifter.
- 3 Med annonsör förstås fysisk eller juridisk person, som själv eller genom annan för egen räkning beordrar annons.
- 4 Med beställare förstås var och en, som i egenskap av annonsör eller på uppdrag av annonsör beordrar annons.

### 2. ANNONSÖRS OCH BESTÄLLARES ANSVAR

- 5 Annonsör ansvarar gentemot tidning/tidskrift för att beordrad annons inte strider mot gällande lagar eller utomrättsliga regler för marknadsföring.
- 6 Annonsör ansvarar gentemot tidning/tidskrift för att publicering kan ske utan intrång i någons upphovsrätt.
- 7 I de fall annons beordras av annan än annonsören skall beställaren ange för vilken annonsör annonsen beordras. Om beställaren inte har försett tidningen/tidskriften med en skriftlig fullmakt från annonsören, varav framgår att annonsören är betalningsskyldig, har beställaren det fulla betalningsansvaret för annonsen.
- 8 Om beställd annons inte kan införas i tidning och detta beror på beställaren eller något förhållande på hans sida gäller beställarens ansvar högst motsvarande annonskostnaden.

### 3. ANNONSPRIS OCH ÖVRIGA ANNONSVILLKOR

- 9 Grundpriset för annons i tidning/tidskrift avser färdigt digitalt material enligt specifikation.
- 10 Annons debiteras efter den på beställningsdagen gällande prislistan. Om prishöjning har aviserats vid beställningstillfället och införingsdagen infaller efter prishöjningsdatum, skall dock införingsdagens pris gälla. Tidning/tidskrift åtager sig ej att hålla fast pris vid annonsbeställningar tidigare än två månader före införingsdagen.
- 11 Om tidning/tidskrift företar ändring som inverkar på den totala annonskostnad som angetts i annonsordern bör beställaren kontaktas före införandet. Om detta ej är möjligt skall meddelande sändas till beställaren senast tredje arbetsdagen efter annonsens införande (jfr punkt 16)
- 12 Annonspris inkluderar i förekommande fall annonskatt.

### 4. ANNONSUTRYMME

- 13 Med annonsutrymme förstås antingen i gällande prislister angivna standardformat eller annonsens höjd, räknad i mm mellan skiljelinjerna över och under annonsen ("från linje till linje") multiplicerad med det antal spalter som utgör annonsens bredd. Tidning/tidskrift har rätt att vid debitering avrunda annonsens höjd till närmast högre 5 mm.
- 14 Annons skall beordras och av tidning/tidskrift införas i ett bestämt angivet format.

- 15 Om tryckt manuskript eller annat annonsmaterial som levereras, utvisar större format än vad som angetts i ordern, införs annonsen på det utrymme manuskriptet eller materialet kräver, om inte instruktioner getts, hur annonsen skall minskas (jfr punkt 11).
- 16 Om tryckt manuskript eller annat annonsmaterial som levereras är mindre än vad som angetts på annonsordern bör beställaren kontaktas för eventuell ändring av order (jfr punkt 11). Om detta ej är möjligt debiteras det bokade utrymme. Om ordern avser begärd plats eller annonsmaterialet lämnats efter senaste bokningstid debiteras alltid det beordrade utrymme.
- 17 Avvikelse till och med 5 mm per spalt, dock högst 25 mm per annons, debiteras/krediteras ej. Vid upprepade avvikelser avseende samma beställare/tidning debiteras dock utnyttjat utrymme.
- 18 I brådskande fall, och om det är nödvändigt av tekniska skäl, kan annons beordras på erforderligt eller approximativt utrymme. I sådana fall har **tidning** rätt att debitera utrymme från linje till linje och **tidskrift** efter det standardformat, som annonsmaterialet kräver.

## 5. ANNONSMATERIAL

- 19 Beställare ska tillhandahålla tidning/tidskrift fullständigt och fullgott annonsmaterial. För **tidning** avses digitalt material i enlighet med "Specifikation för digitalt annonsmaterial" utgiven av Tidningsutgivarna (senaste utgåva december 2004). För **tidskrift** avses digitalt annonsmaterial enligt respektive tidskrifts digitala annonspecifikation.
- 20 Annonsmaterialet skall lämnas till tidning/tidskrift senast vid tidpunkt som anges i tidningens/tidskriftens annonsprislsta.
- 21 För definition av färger i **tidning** gäller "Färgguiden för dagspress" utgiven av Tidningsutgivarna 2004. För färgannons i **tidskrift** gäller respektive tidskrifts/förlags färgskala.
- 22 Tidning/tidskrift producerar annons med stil ur tidningens eget stilförråd och i de stilsorter, som tidning/tidskrift använder som grundstilar för olika slag av annonser samt enligt de bestämmelser, som gäller för respektive tidning/tidskrift.
- 23 Vid ändring mot manuskript eller i annons som redan är producerad debiteras beställaren de kostnader som föranletts av ändringen.
- 24 Annonsmaterial skall för att möjliggöra identifikation åtföljas av avdrag, som kan utgöras av fotostat-kopia eller liknande av den kompletta annonsen. För digitalt annonsmaterial till tidskrift gäller vad som överenskommit med tidskriften.
- 25 Digitalt annonsmaterial betraktas som förbrukat efter senast beordrade införingsdag. I det fall film, fotokopior och reproavdrag lämnats som annonsmaterial för annons i tidning betraktas dessa som förbrukade efter införingsdagen. Beställaren kan dock i samband med att materialet översändes begära att det skall återsändas. Vid flergångsinföranden skall därför levereras tillräckligt antal fotokopior/ reproduktionsavdrag. Annonsooriginal som lämnats till **tidningen** förvaras, om inte annat överenskommit, i högst 30 dagar efter senast beordrad införingsdag. För **tidskrifter** gäller 90 dagar. Annonsooriginal som färdigställt av tidningen betraktas som förbrukade efter senast beordrade införingsdag.
- 26 Äganderätten till annonsooriginal som producerats av tidningen/tidskriften tillkommer tidningen/tidskriften. Äganderätten till offertmaterial - t ex skisser, ritningar - tillkommer tidningen/tidskriften.

## 6. BETALNINGSVILLKOR

- 28 Betalning för annons skall ske kontant i förskott.
- 28 Tidning/tidskrift kan medge annonsör kredit.
- 29 Tidnings/tidskrifts faktura ställs ut på beställaren.

## 7. FEL I ANNONS OCH ANNONSFAKTURA

- 30 Tidning/tidskrift är fritagen från ansvar för fel i digitalt eller annat annonsmaterial, som beställaren tillhandahåller eller som uppkommer vid överföring av sådant material. Manuskript eller skiss som åtföljer helmaterial fyller enbart uppgiften att identifiera materialet.
- 31 Tidning/tidskrift är fritagen från ansvar för inte fullgod reproduktion, om anledning härtill är att erhållet material är bristfälligt eller har lämnats efter senaste lämningsstid. Tidning/tidskrift bör om möjligt underrätta beställaren om detta före införandet.
- 32 Tidning/tidskrift är fritagen från ansvar om annons placeras på annan än beordrad plats om skälet till detta är att material lämnats efter senaste lämningsstid.
- 33 När tidning/tidskrift bär ansvaret för fel i annons, ansvarar den inför beställaren med högst annonskostnaden och endast för införandet i den egna tidningen/tidskriften. Som fel i annons avses även att annons införts på annan plats än beordrad plats eller att annons felaktigt införts på annan dag än beordrad dag. Om tidnings/tidskriftens rätt att under vissa förhållanden ställa över annons finns föreskrivet i punkt 37.  
Som fel anses inte avvikelser och variationer i fråga om prestationens beskaffenhet som enligt fackmässig bedömning utgör ringa avvikelse från prov, förlaga eller liknande.

- 34 Reklamation angående fel i annons bör göras omgående och senast tre dagar efter annonsens införande. Reklamation bör godkännas även efter angiven tidsfrists utgång om den gjorts så snart beställaren rimligen kan ha tagit del av annonsens utformning.
- 35 Reklamation angående fel i faktura bör göras omgående och senast 14 dagar efter mottagandet. För mediebyrå gäller att reklamation ska göras senast 30 dagar efter fakturadatum. Vid särskilda skäl kan efter överenskommelse med tidningen/tidskriften även reklamation efter 30 dagar beaktas.

## **8. ANNULLERING, EJ INFÖRDA ANNONSER**

- 36 Annullering av annons kan endast ske senast vid stopptid för bokning eller på andra av tidning/tidskrift meddelade villkor.
- 37 Tidning/tidskrift har rätt att utan beställares medgivande ställa över annons om detta blir nödvändigt vid avvägningen av text- och annonsmängd för ett givet sidantal. I sådant fall bör beställare kontaktas i förväg. Överställd annons kan annulleras av beställaren förutsatt att detta sker före införandet.
- 38 Tidning/tidskrift är fritagen från ansvar för eventuell skada, om annons inte blir införd på beordrad dag.
- 39 Tidning/tidskrift har rätt att debitera beställaren annonskostnad enligt annonsorder även om annonsen inte kunnat införas om skälet till detta är att annonsmaterialet lämnats efter senaste lämningsdag.
- 40 Tidning/tidskrift kan vägra införa annons.
- 41 Annonsorder, till vilken fogats villkor om textomnämning av något slag, skall avvisas av tidningen/tidskriften.

## **9. SÄNDARANGIVELSE**

### *Kommersiella annonser*

Reglerna om sändarangivelse för kommersiella annonser som är avsedda att främja avsättning av varor och tjänster (avsättningsfrämjande annonser) gäller enligt följande:

- 42:0 Avsättningsfrämjande annons skall innehålla sådana uppgifter om annonsören att läsaren lätt kan fastställa annonsörens identitet och lätt nå denne.
- 42:1 Normalt skall avsättningsfrämjande annons innehålla uppgift om annonsörens namn eller firma eller allmänt kända namn- eller firmaförkortning. Allmänt känt varumärke eller allmänt känd firmasymbol får användas i stället för namn, firma eller förkortning därav \*).
- 42:2 Avsättningsfrämjande annons skall innehålla uppgift om annonsörens fasta adress eller telefonnummer till fast kontor eller fast driftställe. Tillfällig adress eller enbart postfaksnummer godtas inte. \*).
- 42:3 Om annonsören är väl känd eller om använt varumärke, firmasymbol eller dylikt förknippas med annonsören behöver adress eller telefonnummer ej anges. I enlighet med punkt 42:0 förutsätts härvid att annonsören skall vara lätt att nå.
- 43:0 För avsättningsfrämjande annons som införs som rubricerad annons och för annons från privatperson där viss vara eller tjänst utbjuds gäller de regler om sändarangivelse som vederbörande tidningsföretag uppställer. Reglerna skall om möjligt publiceras i tidningens/tidskriftens annonsprislista, annars i bilaga till denna.
- 44:0 Annons för tillfällig handel skall - oavsett placering - enligt lag alltid innehålla uppgift om annonsörens namn eller firma, fasta adress och telefonnummer. Detsamma skall gälla annons för postorder.

### *Icke kommersiella annonser*

- 45:0 Icke-kommersiell annons bör innehålla uppgift om annonsörens namn eller firma eller allmänt kända namn- eller firmaförkortning eller firmasymbol.
- 45:1 I fråga om skyldigheten att ange adress och telefonnummer i icke-kommersiell annons bör anvisningarna i punkterna 42:2, 42:3 och 43:0 ges motsvarande tillämpning.

-----  
\*) Tillämpning av 42:1 och 42:2.

I vissa fall ligger det i sakens natur att annonsörens namn och adress eller telefonnummer inte kan sättas ut. Detta gäller i främsta rummet sk intrisväckare eller teasers, dvs annonser som införs för att påkalla uppmärksamhet om vanligen en efterföljande annons. Även i mycket små annonser av erinringstyp innehållande endast varumärke, firma eller annat kännetecken - vanligen enspalt i 3-5 cm höjd - är det ibland praktiskt ogörligt att ange namn och adress eller telefonnummer.