

# NOM definities vaktijdschriften 2019 print oplage en digitaal

# INHOUD

<b>INLEIDING</b>	<b>3</b>
1.1 WAT IS EEN TITEL	4
1.2 DEFINITIES ALGEMEEN	6
1.2.1 BULKLEVERING	9
1.2.2 DIGITALE PUBLICATIES	10
1.3 DEFINITIE CATEGORIEËN	14
1.4 PROTOCOL GRATIS OPLAGE	18
<b>BIJLAGE OPLAGEFORMULIER VAKTIJDSCHRIFTEN</b>	<b>19</b>

## **NOM (Nationaal Onderzoek Multimedia)**

Postbus 22032  
1100 CA Amsterdam Zuidoost

T (020) 820 4434

I [www.nommedia.nl](http://www.nommedia.nl)

E [nom@nommedia.nl](mailto:nom@nommedia.nl)

© 2019 NOM

Auteursrechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd en/of openbaar gemaakt worden door middel van druk, fotokopie, microfilm, elektronisch of op welke andere wijze dan ook, zonder vooraf gaande schriftelijke toestemming van NOM. NOM stelt zich niet aansprakelijk voor eventuele onjuistheden, die ondanks alle zorgvuldigheid in de rapportage mochten voorkomen.

## INLEIDING EN WIJZIGINGEN

Deze handleiding en definities 2019 is uitsluitend van toepassing voor **vaktijdschriften**.

Iedere printgroep (dagbladen, magazines, vaktijdschriften) heeft een eigen definitieset.

Deze handleiding is van toepassing vanaf de oplageverklaringen 1e kwartaal 2019. Voor de meest actuele definities en voorwaarden wordt verwezen naar de NOM website ([www.nommedia.nl](http://www.nommedia.nl) => Print oplage => Definities).

### **NOM print oplage**

NOM verzamelt en controleert de gemiddelde kwartaalcijfers van aangesloten titels en publiceert de oplagecijfers van de aangesloten titels in een online NOM dashboard.

### **Voortschrijdend jaargemiddelde vaktijdschriften**

Voor vaktijdschriften is er de keuze uit twee rapportagefrequenties:

- a) Voortschrijdend jaargemiddelde op basis van 4x per jaar de gemiddelde kwartaalcijfers, NOM zal een voortschrijdend jaargemiddelde berekenen (op basis van de verschenen edities in de 4 meest recente door de uitgever gerapporteerde kwartalen) en dit voortschrijdend jaargemiddelde publiceren in het NOM dashboard.

of

- b) Enkel de door de uitgever gerapporteerde gewogen gemiddelde oplagecijfers Q1 t/m Q4 rapporteren. Dit geschied in de NOM rapportage periode van de kwartaalcijfers van Q4.

De uitgever geeft vooraf schriftelijk per titel de gewenste rapportagefrequentie aan. Indien de titel digitale oplagecijfers rapporteert is rapportage optie a voor de titel verplicht.

### **NOM-controle oplagecijfers**

NOM zal de invoer van gemiddelde kwartaalcijfers van uitgevers controleren. In geval van geconstateerde afwijkingen door NOM zal de uitgever om een schriftelijke verklaring worden gevraagd.

### **NOM-publicaties**

NOM zal de oplagecijfers publiceren in het NOM dashboard. Het NOM dashboard is via de website [www.nommedia.nl](http://www.nommedia.nl) te benaderen. NOM zal geen persvoorlichting geven over ontwikkelingen/analyses in oplagecijfers.

### **Aanpassen opzet en frequentie accountantscontrole (eens per 3 jaar)**

NOM heeft de accountantsprocedure voor de registratie van de oplagecijfers aangepast. Voorheen was er de verplichting om ieder jaar een accountantscontrole door een externe RA/AA accountant op de aangeleverde cijfers te laten uitvoeren. De laatste oplagecertificering is uitgevoerd over de oplagecijfers 2015. **NOM heeft nu besloten om één keer per drie jaar een certificering uit te laten voeren op de oplage jaarcijfers.** De eerstvolgende certificeringsronde van oplagecijfers zal dus plaatsvinden na 2018. NOM bepaald per titel het te certificeren controlejaar. De uitgever dient zelf voor de certificering een externe RA/AA accountant aan te stellen.

Natuurlijk blijft NOM elk kwartaal de publisher statements controleren. Bij gereede twijfel kan door NOM alsnog een review/extra accountantscontrole ingesteld worden. In geval van grote afwijkingen van het gecertificeerde jaarcijfers tov het gewogen gemiddelde van Q1 t/m Q4, kan NOM de uitgever verzoeken om de kwartaalcijfers te corrigeren en zal de correctie aan de markt gecommuniceerd worden.

### **Digitale oplagecijfers**

De huidige opzet voor digitale oplageregistratie van Combi print + replica, replica, non-replica en online nieuwsbrieven blijft voor 2018 gehandhaafd voor vaktijdschriften.

# 1. DEFINITIES

## 1.1 WAT IS EEN TITEL

### Algemeen

Een titel is een (digitale) publicatie, met telkens gelijklopende naam en herkenbare vormgeving. Het bevat redactionele informatie en in vele gevallen advertenties. Een titel wordt door of namens de uitgever (digitaal) verspreid.

**Zogenaamde 'light' versies worden aangemerkt als een afzonderlijke titel.**

Voor supplementen/bijlagen, specials, afwijkende print formaten van identieke uitgaven en regionale edities/edities t.b.v. een specifieke doelgroep, gelden de navolgende aanvullende voorwaarden voor het bepalen of de uitgave als een afzonderlijke titel beschouwd dient te worden. Indien niet wordt voldaan aan alle gestelde voorwaarden dient de uitgave beschouwd te worden als afzonderlijke titel.

Indien de uitgever voor supplementen/bijlagen, specials, afwijkende print formaten van identieke uitgaven en regionale edities/edities t.b.v. een specifieke doelgroep geen HOI-keurmerk wenst te gebruiken en de aantallen niet wenst mee te nemen bij de 'moedertitel' hoeft dit schema niet in de overweging meegenomen te worden.

Indien één extra nummer/special wordt meegenomen als extra editie bij de moedertitel dan dienen ALLE extra nummers/specials, zonder uitzondering, te worden meegenomen in de berekening van de gemiddelde oplage van de titel.

Variabelen	Supplement/bijlage (bij moedertitel) (print en/of digitaal)	Extra nummer (Special) (print en/of digitaal)	Identiek nummer (ander formaat) (print)	Regionale edities en edities voor een specifieke doelgroep (print en/of digitaal)
Criteria	I	II	III	IV
Cover heeft relatie met 'moedertitel' (I en II) / onderlinge relatie (III en IV)	n.v.t.	ja	identiek	ja, onderling
Losse bijlage bij moedertitel	ja	n.v.t.	nee	n.v.t.
'Look en feel' vergelijkbaar met moedertitel	n.v.t.	ja	identiek	ja, onderling
Redactionele inhoud gelijk aan moedertitel	n.v.t.	nee	identiek	onderling vergelijkbaar
Advertentie inhoud gelijk aan moedertitel	n.v.t.	n.v.t.	identiek	> 70%
Verschijningsdatum gelijk aan moedertitel	ja	n.v.t.	identiek	ja, onderling
Formaat kleinste exemplaar minimaal 50% van grootste formaat waarin titel wordt uitgegeven	n.v.t.	n.v.t.	ja	n.v.t.
<b>Conclusie</b>	<b>Niet meetellen in verantwoording moedertitel</b>	<b>Oplage rapportage bij moedertitel (extra verschijningsdatum)</b>	<b>Oplage rapportage bij moedertitel</b>	<b>Oplage van regionale titels/edities specifieke doelgroepen combineren</b>
Conclusie t.a.v. HOI-keurmerk	HOI-keurmerk niet opnemen	HOI-keurmerk mag opgenomen worden	HOI-keurmerk mag opgenomen worden	HOI-keurmerk opnemen met vermelding strekking

## **Toelichting op het schema**

### **Cover heeft relatie met moedertitel**

- II Er dient een duidelijke relatie te bestaan tussen de naamgeving van de special en de moedertitel. Naam van de moedertitel dient op de special duidelijk te zijn weergegeven in de naam van de special of prominent en duidelijk in de subtitel.
- III Moet exacte replica zijn. Toevoegingen als 'pocketuitgave van...' o.i.d. is toegestaan.
- IV Voor de regionale edities en de edities t.b.v. een specifieke doelgroep dient een duidelijke relatie te bestaan tussen de onderlinge edities (o.a. qua lay-out en/of vergelijkbare naam).

### **Losse bijlage bij moedertitel**

- II Hoeft niet per definitie te zijn toegevoegd bij een specifieke editie.

### **'Look en feel' vergelijkbaar met moedertitel**

- II Essentieel dat de uitstraling, vormgeving en inhoud van de special vergelijkbaar is met de moedertitel.
- III Is dezelfde publicatie waardoor look en feel hetzelfde is.
- IV Dienen vergelijkbare edities te zijn met vergelijkbare soort inhoud.

### **Redactionele inhoud gelijk aan moedertitel**

- II Redactionele inhoud kan niet gelijk zijn, dan is er namelijk geen sprake van een extra nummer/special.
- III Is dezelfde publicatie waardoor redactionele inhoud gelijk moet zijn.
- IV Redactionele inhoud dient onderling vergelijkbaar te zijn in de verschillende edities.

### **Advertentie inhoud gelijk aan moedertitel**

- IV Advertentie inhoud dient minimaal 70% (aantal advertenties) hetzelfde te zijn in de verschillende edities. Advertenties van (onderdelen van) het concern waar de uitgever toebehoort mogen hierbij niet worden meegeteld.

### **Verschijningsdatum gelijk aan moedertitel**

- I Supplement/bijlage komt altijd tegelijk met moedertitel uit en wordt gezamenlijk verspreid.
- III Moet identiek zijn.
- IV Dient onderling vergelijkbaar te zijn.

### **Formaat kleinste exemplaar minimaal 50% van grootste formaat waarin titel wordt uitgegeven**

- III Het 'andere formaat' dient minimaal 50% van het grootste formaat te zijn waarin de titel wordt uitgegeven.

### **Uitzonderingen/specifieke regels**

- Buitenlandedities kunnen worden beschouwd als regionale editie.

## 1.2 DEFINITIES ALGEMEEN

Iedere printgroep (dagbladen, magazines, vaktijdschriften) heeft een aparte NOM definitiezet.

### **Abonnee (abonnement)**

Een natuurlijk- of rechtspersoon die zich door aanmelding het recht heeft verzekerd van toezending van **meer dan twee edities** van de betreffende titel (abonnees voor digitale publicaties zijn gerechtigd tot het integraal downloaden van de afzonderlijke edities van de titel) op basis van een overeenkomst waarbij de leveringsplicht van de uitgever is vastgelegd, evenals de betalingsplicht van de wederpartij. **Een criterium voor het meetellen als abonnement, is de betalingsplicht van de abonnee, en de plicht van de uitgeverij tenminste één herinnering/aanmaning te sturen.** De basis voor de HOI classificatie van abonnementen is de in het colofon of in de titel vermelde abonnementsprijs met de langste looptijd met een maximum van een jaar (jaarabonnement per automatisch incasso). Abonnementen die geleverd worden tegen  $\geq 25\%$  van de abonnement standaardprijs kunnen gerapporteerd worden onder de categorie betaalde (meervoudige) abonnementen.

### **Barter**

Een barter is het direct uitwisselen van exemplaren van een titel (onder andere in de vorm van abonnementen en losse exemplaren) tegen goederen of diensten (in natura) zonder dat hier geld voor wordt betaald. Het versturen van facturen door de partijen in de barter heeft geen invloed op de classificatie als barter. Een barter-deal dient aan het minimum prijscriterium zoals opgenomen in de HOI voorwaarden te voldoen, waarbij de waarde van de barter-deal 'at arms length' moet worden vastgesteld.

### **BTW**

Voor alle oplagecategorieën dient, indien van toepassing, met prijzen exclusief BTW gerekend te worden.

### **Bulklevering**

Aflevering van meer dan drie exemplaren (>3) van één editie aan één leveringsadres, met het oogmerk deze exemplaren vanaf dat adres verder te verspreiden en ter beschikking te stellen aan eindgebruikers.

Er wordt bij bulkleveringen onderscheid gemaakt naar:

- betaalde en gratis bulkleveringen;
- reguliere en incidentele bulkleveringen.

Zie voor de definities en voorwaarden van bulkleveringen hoofdstuk 1.2.1.

### **Combinatie print + digitaal**

Een combinatie van een print titel + digitale publicatie met gelijklopende naam en dezelfde editie en verschijningsfrequentie. Een combinatie kan als (meervoudig) abonnement, losse verkoop en controlled circulation worden aangeboden. Er wordt bij een combinatie van print + digitaal onderscheid gemaakt naar:

- Combinatie print + digitaal replica;
- Combinatie print + digitaal non-replica;
- Combinatie print + digitaal replica + digitaal non-replica.

Zie voor de classificatie van de diverse combinaties hoofdstuk 1.2.2 digitale publicaties.

### **Combinatie prijs print + digitaal**

Een door de uitgever vastgestelde prijs waarvoor een combinatie van print + digitale publicatie(s) wordt verkocht.

### **Digitale publicatie**

Een digitale publicatie is een elektronische verschijningsvorm van een titel. Hierbij wordt onderscheid gemaakt naar:

- Replica van een print versie;
- Non-replica.
- Online nieuwsbrief

Zie voor de definitie, voorwaarden en het onderscheid tussen replica, non-replica, online nieuwsbrief en websites hoofdstuk 1.2.2.

### **Digitale verspreiding**

Digitale verspreiding betreft het gemiddelde aantal gerechtigden/afnemers van een digitale publicatie over de in de meetperiode vallende edities.

### **Gedrukte oplage**

Hieronder wordt begrepen het aantal gedrukte exemplaren dat staat vermeld op de factuur of afleveringsbon van de drukker.

### **Hard bounces en soft bounces bij online nieuwsbrieven**

Een hard bounce is een e-mail (verzonden online nieuwsbrief) die op permanente basis geweigerd wordt door een e-mail server/e-mail programma van de ontvanger (Undeliverable). Er kan hierbij sprake zijn van een foutief/niet bekend e-mailadres SPAM blocks etc. Een soft bounce betreft een tijdelijk geweigerde e-mail. Er kan hierbij sprake zijn van een volle inbox van de ontvanger of een mailserver die tijdelijk niet bereikbaar is. Hard bounces kunnen niet opgenomen worden in de NOM rapportage van de online nieuwsbrief.

### **Inkoopprijs**

Het bedrag dat de grossier contractueel betaalt per exemplaar onder aftrek van kwantumkortingen, bonussen, in welke vorm dan ook.

### **Leesportefeuille**

Verspreiding van meerdere titels in een omslag tegen een gezamenlijke vergoeding die betaald wordt door een leesportefeuilleabonnee. Een titel dient gezamenlijk met minimaal twee andere titels aan minimaal 4 betalende leesportefeuille-abonnees voor een van te voren vastgelegde periode achtereenvolgens beschikbaar te worden gesteld. De bladen blijven in principe eigendom van de leesportefeuille exploitant (eventueel kunnen de bladen bij de laatste verspreidingsronde eigendom worden van de leesportefeuilleabonnee). Het is mogelijk om digitale aantallen van leesportefeuilles te rapporteren. **De rapportage dient vooraf door NOM getoetst te worden. Leesportefeuilles worden gerapporteerd onder V1.1 Betaalde (meervoudige) abonnementen.**

### **Leestafels**

Verspreiding van meerdere titels tegen een gezamenlijke vergoeding voor een van te voren vastgelegde abonnementsperiode die betaald wordt door bedrijven en instellingen. Deze bedrijven en instellingen stellen de betreffende titels voor algemeen gebruik beschikbaar aan haar bezoekers (zoals bijvoorbeeld in horecagelegenheden en bij de kapper) waarbij het niet de bedoeling is dat de titels door de lezers meegenomen worden. Een titel dient gezamenlijk met minimaal 2 andere titels beschikbaar te worden gesteld. **Leestafel-exemplaren worden gerapporteerd onder V1.1 Betaalde (meervoudige) abonnementen.**

### **Lidmaatschapsabonnement**

Verspreiding, onverbrekkelijk samenhangend met een lidmaatschap van een niet-commerciële vereniging of organisatie waarbij het abonnementsgeld, al of niet in de contributie van die vereniging of organisatie is begrepen en de (digitale) titel uit dien hoofde aan de leden van de vereniging of organisatie wordt verstrekt. De uitgever dient te beschikken over de NAW-gegevens van de abonnee. Het is mogelijk om digitale lidmaatschapsabonnementen te rapporteren. **De rapportage dient vooraf door NOM getoetst te worden.**

### **Niet verspreide print oplage**

De totaal verspreide oplage van printtitels is **per definitie lager** dan de totaal gedrukte oplage. Archiefexemplaren/voorraden kunnen bijvoorbeeld niet verantwoord worden als verspreide oplage. De niet verspreide oplage van de printtitel dient bij het invoeren van de oplagecijfers online te worden verantwoord. In de rapportages van NOM wordt de niet verspreide oplage niet getoond. Indien de niet verspreide oplage gelijk of lager is dan nihil zal automatisch een melding aan de uitgever worden getoond om hem erop te attenderen dat dit in principe niet mogelijk is, aangezien vrijwel nooit 100% van de drukoplage wordt verspreid. Denk hierbij aan archiefexemplaren, retouren, etc.

### **Non-replica**

Non-replica is een digitale publicatie die redactioneel en/of advertentioneel **geen exacte replica is van een printtitel**. Hieronder vallen ook de stand-alone digitale publicaties zonder gelijknamige printversie. Non-replica's worden (betaald/gratis) digitaal verspreid en zijn via een beeldscherm (PC/tablet/smartphone) te lezen. Zie voor aanvullende voorwaarden voor non-replica en het onderscheid tussen replica, non-replica, online nieuwsbrief en websites hoofdstuk 1.2.2.

### Nummers in de meetperiode

Hieronder worden verantwoord die nummers, edities, waarvan de op de cover benoemde periode valt in een specifiek kwartaal, c.q. jaar. Als de op de cover benoemde periode een kwartaal- of jaargrens overschrijdt, wordt de editienummering bepalend voor de periode waarin de oplage verantwoord moet worden.

**Nummers waarvan de retouren nog niet voldoende betrouwbaar zijn vastgesteld in de kwartaalperiode waarover wordt gerapporteerd, mogen niet worden meegenomen en het volledige nummer (inclusief het nummer van eventuele replica) moet in het volgende kwartaal gerapporteerd worden.**

### Online nieuwsbrieven

Een online nieuwsbrief is een digitale publicatie (non-replica) die regelmatig verspreid wordt, waar de ontvanger zich al dan niet gratis voor kan registreren. Een online nieuwsbrief wordt per e-mail naar de geregistreerden verzonden. In de NOM rapportage kunnen het aantal per e-mail naar geregistreerden verzonden online nieuwsbrieven onder aftrek van hard bounces gerapporteerd worden. Een online nieuwsbrief wordt als een afzonderlijke titel gerapporteerd. Zie voor aanvullende voorwaarden inzake online nieuwsbrieven hoofdstuk 1.2.2.

### Pakketverkoop

Bij pakketverkoop (**ook voor abonnementen**) dient voor de toerekening van de gecombineerde prijs de verhouding van de adviesprijzen (standaard abonnementsprijzen) van de afzonderlijke titels gehanteerd te worden. Vervolgens dient aan de hand van de reguliere definities vastgesteld te worden in welke categorie desbetreffende pakketverkoop moet worden verantwoord. Een pakket kan bestaan uit meerdere titels van verschillende media (digitaal, print). Zie voor combinaties van print + digitaal replica van dezelfde titel de definitie 'Combinatie print + digitaal'.

### Replica

Replica is een (betaalde/gratis) digitale uitgave van een gedrukte titel, die digitaal wordt verspreid en via een beeldscherm (PC/tablet/smartphone) is te lezen. Een replica is een exacte replica (zowel qua inhoud als lay-out) van een gedrukte titel die op elektronische wijze wordt gedistribueerd. De replica bevat dezelfde redactionele pagina's en advertenties, zowel in aantal als inhoud, als de gedrukte versie, waarbij in de replica gebruik mag worden gemaakt van de mogelijkheden van internet (enige uitzondering op 'exacte replica'). Bij digitale replica zijn beperkte afwijkingen van de content (bijvoorbeeld: icoontjes voor een slideshow functie, sharing en bookmarking of icoontjes voor clickable ads) toegestaan. Ook zijn er afwijkingen in verband met actualisering toegestaan; bijvoorbeeld actuelere beurskoersen. **Afwijkingen dienen vooraf door NOM getoetst te worden.** Zie voor aanvullende voorwaarden voor replica en het onderscheid tussen replica, non-replica, online nieuwsbrief en websites hoofdstuk 1.2.2.

### Titel

Een titel is een (digitale) publicatie, met telkens gelijklopende naam en herkenbare vormgeving. Het bevat redactionele informatie en in vele gevallen advertenties. Een titel wordt door of namens de uitgever (digitaal) verspreid. Zie voor aanvullende voorwaarden inzake supplementen, extra nummers, afwijkende formaten, regionale edities of edities t.b.v. specifieke doelgroep hoofdstuk 1.1.

### Tweede uitzet (retouren)

Elk exemplaar van een titel met een verschijningsdatum voor de huidige editie verspreid voor de tweede keer, wordt behandeld als tweede uitzet en wordt in principe niet meegeteld in de verspreide oplage tenzij aangetoond kan worden, dat deze tweede uitzet betaald wordt, onder voorwaarde dat de verschijningsdatum minder dan twaalf maanden voor de verkoop datum ligt. Tweede uitzet dient meegeteld te worden bij de betreffende editie en kan daardoor nooit leiden tot optelling bij een ander kalender jaar dan waarin de verschijningsdatum ligt. **De tweede uitzet wordt altijd verantwoord in categorie 2 . Reeds door het NOM gepubliceerde oplage-aantallen worden niet aangepast als gevolg van tweede uitzet.**

### Vaktijdschrift

Tijdschriften die bestemd zijn voor en qua inhoud specifiek gericht zijn op een bepaalde vak en/of beroepsgroep, die voornamelijk in abonnementsvorm of via gerichte verspreiding verkrijgbaar zijn en waarvan meer dan 50% van de oplage verspreid wordt op de b2b markt. Tot vaktijdschriften behoren ook titels die op privéadressen worden ontvangen uit hoofde van functie/beroep van de ontvanger.

### Verkoopprijs digitale publicaties

De verkoopprijs van digitale publicaties (replica en non-replica) is gebaseerd op de verkoopprijs die de uitgever ontvangt, onder aftrek van commissies van verkoopplatformen.

### Wisselabonnement

Betreft een abonnement op meerdere titels die afwisselend aan de eindgebruiker worden verstrekt.



## 1.2.1 BULKLEVERING

### Bulklevering

Aflevering van meer dan drie exemplaren (>3) van één editie aan één leveringsadres, met het oogmerk deze exemplaren vanaf dat adres verder te verspreiden en ter beschikking te stellen aan eindgebruikers.

Er wordt bij bulkleveringen onderscheid gemaakt naar:

- betaalde en gratis bulkleveringen;
- reguliere en incidentele bulkleveringen.

### Betaalde en gratis bulkleveringen

Betaalde bulkleveringen zijn bulkleveringen tegen een inkoop prijs voor de partij waar de uitgever de betaling van ontvangt, die gelijk is aan of hoger is dan 25% van de adviesprijs/standaardabonnementsprijs. Voor bulkleveringen van digitale publicaties geldt een minimum verkoopprijs die gelijk is aan of hoger is dan 25% van de standaardprijs/adviesprijs (replica) of €0,50 x het aantal verschijningsdata in de abonnementsperiode (non-replica).

Gratis bulkleveringen zijn bulkleveringen print tegen een inkoop prijs voor de partij waar de uitgever de betaling van ontvangt, die lager is dan 25% van de adviesprijs/standaardabonnementsprijs. Gratis bulkleveringen van digitale publicaties replica's, non-replica's en online nieuwsbrieven kunnen **niet bij NOM** worden gerapporteerd.

### Reguliere en incidentele bulkleveringen

Het onderscheid tussen regulier en incidenteel hangt samen met de verschijningsfrequentie van de titel.

Indien een levering voldoet aan het minimumcriterium zoals opgenomen in onderstaande tabel, dan mag betreffende levering als regulier worden aangemerkt. Incidentele bulkleveringen van digitale publicatie replica's en non-replica's kunnen niet bij NOM worden gerapporteerd.

#### Verschijningsfrequentie:

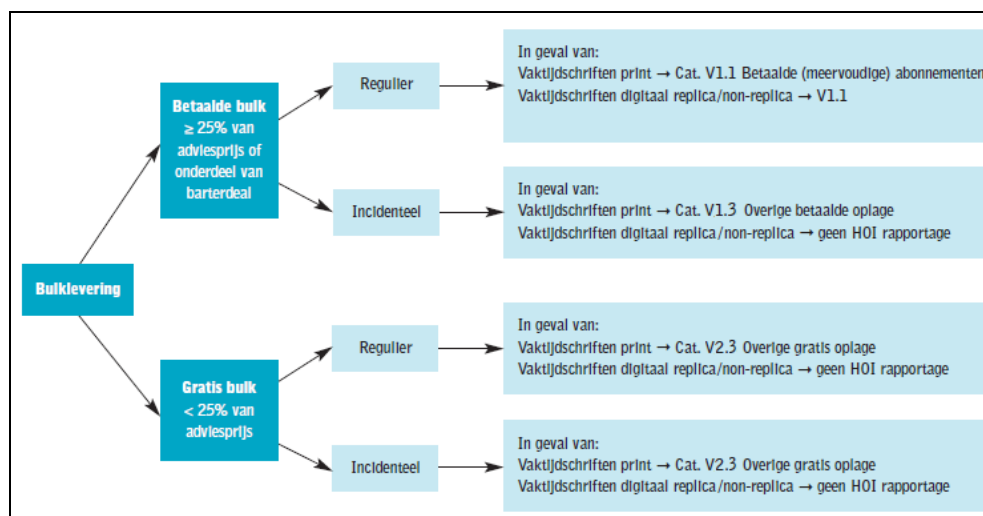
- 55-300 keer per jaar
- 50-54 keer per jaar
- 29-49 keer per jaar
- 24-28 keer per jaar
- 15-23 keer per jaar
- 10-14 keer per jaar
- 6-9 keer per jaar
- 3-5 keer per jaar
- 2 keer per jaar
- 1 keer per jaar

#### Minimumcriterium

- x/360 \* 12 bulkleveringen per maand
- 10 bulkleveringen per 3 maanden
- x/48 \* 12 bulkleveringen per 3 maanden
- 5 bulkleveringen per 3 maanden
- 12 bulkleveringen per jaar
- 6 bulkleveringen per jaar
- 5 bulkleveringen per jaar
- 3 bulkleveringen per jaar
- 2 bulkleveringen per jaar
- 1 bulklevering per jaar

x = aantal verschijningsdata per jaar

#### Schema classificeren bulkleveringen vaktijdschriften



## 1.2.2 DIGITALE PUBLICATIES

Vormen digitale verspreiding		Oplagecategorie	NOM meet
1	Betaald	Abonnement	Gerechtigden obv financiële administratie
		Losse verkoop	Gerechtigden obv financiële administratie
2	Gratis (inclusief registratie)	Controlled circulation	Downloads na wilsverklaring (download rapportage obv iTunes connect, Android market, eigen CMS etc.)
		Gerichte gratis oplage	Downloads na registratie (bijv. rapportage van iTunes connect, Android market of eigen CMS etc.)
3	Gratis (zonder registratie)	GEEN HOI RAPPORTAGE	N.v.t.

### Digitale publicatie replica

Onder digitale publicatie replica wordt de (betaalde/gratis) digitale uitgave van een gedrukte titel verstaan die digitaal wordt verspreid, via een beeldscherm (PC/tablet/smartphone) is te lezen en voldoet aan **alle** van de volgende voorwaarden.

- Een replica is een exacte replica (zowel qua inhoud als lay-out) van een gedrukte titel die op elektronische wijze wordt gedistribueerd. De replica bevat dezelfde redactionele pagina's en advertenties, zowel in aantal als inhoud, als de gedrukte versie, waarbij in de replica gebruik mag worden gemaakt van de mogelijk heden van internet (enige uitzondering op 'exacte replica').
- De verkoopprijs van digitale publicaties replica is gebaseerd op de verkoopprijs die de uitgever ontvangt, onder aftrek van commissies van verkoopplatformen.
- Het formaat van de replica advertentie/het redactionele artikel dient binnen het kader te liggen zoals opgenomen in de gedrukte versie. Om de mogelijkheden van internet (bv. hyperlinks slide-show, sharing en bookmarking) tot uiting te laten komen dient door de lezer minimaal een actieve handeling te worden verricht (bijvoorbeeld een muisklik of touch/swipe op het scherm). Bij digitale replica zijn beperkte afwijkingen van de content (bijvoorbeeld: icoontjes voor een slideshow functie, sharing en bookmarking of icoontjes voor clickable ads) toegestaan. Ook zijn er afwijkingen in verband met actualisering toegestaan; bijvoorbeeld actuelere beurskoersen.

#### Afwijkingen dienen vooraf door NOM getoetst te worden.

- Indien bij een gedrukte versie een redactionele 'insert' of supplement wordt toegevoegd dient deze tevens aan de replica te worden toegevoegd.
- De uitgavedatum van de digitale replica mag niet **voor** de uitgavedatum van de vorige gedrukte editie liggen en niet **na** de uitgavedatum van de opvolgende gedrukte editie.
- De verschijningsfrequentie van de replica en de gedrukte versie dienen gelijk te zijn.
- Navigatie door de publicatie vindt plaats door middel van bladerfunctie (in de ruimste zin des woords).
- De publicatie wordt door de eindconsument verkregen door middel van een integrale download van de editie.
- Iedere editie van de replica dient als een **afzonderlijke** download aangeboden te worden.
- Publicaties uit het verleden (minimaal 1 jaar terug) dienen bij de uitgever beschikbaar te zijn voor download.
- De publicatie bevat een titelpagina, herkenbare afzender, redactionele content en in vele gevallen reclame-uitingen.
- Titelpagina toont editienummer en eerste verschijningsdatum van het betreffende editienummer ('tjdstempel').
- De verkoopprijs van digitale publicaties (replica en non-replica) is gebaseerd op de verkoopprijs die de uitgever ontvangt, onder aftrek van commissies van verkoopplatformen.

### Digitale publicatie non-replica

Digitale publicaties non-replica zijn **geen exacte replica van een gedrukte titel. Hieronder vallen ook de stand-alone digitale publicaties zonder gelijknamige printversie.** Non-replica's worden (betaald/gratis) digitaal verspreid en zijn via een beeldscherm (PC/tablet/smartphone) te lezen. Een digitale publicatie non-replica dient te voldoen aan **alle** van de volgende voorwaarden.

- De verkoopprijs van digitale publicaties (replica en non-replica) is gebaseerd op de verkoopprijs die de uitgever ontvangt, onder aftrek van commissies van verkoopplatformen.
- Abonnees ontvangen de titel tegen betaling van de abonnementsprijs, waarbij de abonnementsprijs tenminste het aantal periodieken x €0,50 in de abonnementsperiode bedraagt.
- Voor de 'losse verkoop' geldt als adviesprijs een minimum van €0,50 per editie.

- Gratis ‘verspreiding’ betreft de elektronisch geleverde verschijningsdata voor een prijs lager dan €0,50 per editie.
- Navigatie door de publicatie vindt plaats door middel van bladerfunctie (in de ruimste zin des woord).
- De publicatie wordt door de eindconsument verkregen door middel van een integrale download van de editie.
- Iedere editie van de non-replica dient als een afzonderlijke download aangeboden te worden.
- Publicaties uit het verleden (minimaal 1 jaar terug) dienen bij de uitgever beschikbaar te zijn voor download.
- Edities worden periodiek integraal aangeboden door de uitgever/het verkoopplatform. Periodiek betekent tenminste één editie per jaar.
- De publicatie bevat een titelpagina, herkenbare afzender, redactionele content en in vele gevallen reclame-uitingen.
- Titelpagina toont editienummer en eerste verschijningsdatum van het betreffende editienummer (‘tjdstempel’).
- Redactionele content mag wijzigen na de eerste verschijningsdatum van de editie voor zover het een update van de content betreft.
- Reclame-uiting mag wijzigen na de eerste verschijningsdatum van de editie.
- Additionele reclame-uitingen na de eerste verschijningsdatum van de editie zijn toegestaan.
- Na uitgave opvolgende editie mag content eerdere edities niet meer wijzigen.

### **Online nieuwsbrief**

Online nieuwsbrieven worden als afzonderlijke titel gerapporteerd. Een online nieuwsbrief is een digitale publicatie (non-replica) die regelmatig verspreid wordt, waar de ontvanger zich al dan niet gratis voor kan registreren. Een online nieuwsbrief wordt per e-mail naar de geregistreerden verzonden. Een online nieuwsbrief dient te voldoen aan **alle** van de volgende voorwaarden:

- Online nieuwsbrieven worden als afzonderlijke titel gerapporteerd.
- In de NOM rapportage kunnen het aantal per e-mail naar geregistreerden verzonden online nieuwsbrieven, onder aftrek van hard bounces gerapporteerd worden. Soft bounces (tijdelijk geweigerde e-mails) bijvoorbeeld door een volle inbox van de ontvanger of een mailserver die tijdelijk niet bereikbaar is, kunnen wel in de NOM rapportage worden opgenomen.
- Navigatie door de online nieuwsbrief vindt plaats door middel van bladerfunctie (in ruimste zin des woord).
- De online nieuwsbrief wordt door de geregistreerden verkregen door middel van een integrale download per e-mail.
- Iedere verschijningsdatum van de online nieuwsbrief dient als een afzonderlijke download aangeboden te worden.
- Verspreidingscijfers en hard bounces uit het verleden (min. 1 jaar terug) dienen bij de uitgever beschikbaar te zijn.
- Edities worden periodiek integraal aangeboden door de uitgever.
- De online nieuwsbrief bevat een titel, herkenbare afzender, redactionele content en in vele gevallen reclame-uitingen.
- De online nieuwsbrief bevat de verschijningsdatum van de betreffende editie (‘tjdstempel’).
- Indien sprake is van betaalde abonnementen op de online nieuwsbrief ontvangen de geregistreerde abonnees de online nieuwsbrief tegen betaling van de abonnementsprijs, waarbij de abonnementsprijs tenminste het aantal periodieken x €0,50 in de abonnementsperiode bedraagt.
- In geval van ‘losse verkoop’ geldt als adviesprijs een minimum van €0,50 per verschijningsdatum.
- Gratis ‘verspreiding’ betreft de verzonden online nieuwsbrieven – hard bounces voor een prijs lager dan €0,50 per verschijningsdatum.
- Indien een uitgever een gecombineerde online nieuwsbrief verspreid die gerelateerd is aan meerdere bij NOM aangesloten print titels voor oplageregistratie, dient de uitgever een keuze te maken bij welke printtitel deze online nieuwsbrief in de oplagerapportage opgenomen moet worden.
- Verzonden online nieuwsbrieven naar ontvangers die niet geregistreerd zijn voor de specifieke online nieuwsbrief kunnen niet in de oplagerapportage van de nieuwsbrief worden opgenomen.

### **Verskil digitale publicatie en website**

Het fundamentele onderscheid tussen een digitale publicatie en een website is de bladerfunctie (in de ruimste zin des woord) die een digitale publicatie kenmerkt. De bladerfunctie kan zijn het omslaan van pagina’s of andere lineaire navigatiemethoden waarmee van begin tot het einde door een titel gebladerd kan worden. Daarnaast heeft een digitale publicatie een regelmatige verschijningsfrequentie in het digitale formaat. Ook heeft een digitale publicatie een vaste opmaak en vormgeving (zoals een titelpagina met een editienummer) en iedere editie heeft een afzonderlijke tjdstempel. Indien een website wordt aangepast is de versie voor aanpassing niet meer oproepbaar. Een nieuwe versie met een nieuwe tjdstempel van een digitale publicatie komt tot uiting in een nieuwe beschikbare download. Alle downloads van een digitale publicatie, ook voorgaande edities, zijn in principe afzonderlijk te benaderen. Een digitale publicatie dient verder te voldoen aan alle voorwaarden zoals omschreven in de definitie van de digitale publicatie (replica, non-replica, online nieuwsbrief).

### **Definities en voorwaarden gedrukte titels versus digitale publicaties**

De definities en voorwaarden voor de NOM-indeling zoals deze van toepassing zijn voor gedrukte titels gelden onverminderd voor de (indeling van de) digitale publicaties replica. Eventuele aanvullende voorwaarden en/of afwijkingen

zijn hieronder en/of bij de voorwaarden voor de categorieën vermeld. Indien de definities en/of voorwaarden voor de gedrukte exemplaren en de replica conflicterend zijn, dient voor de digitale publicatie replica de specifieke definitie voor replica te worden gehanteerd. In hoofdstuk 5 is bij de definiëring van de categorieën aangegeven of betreffende categorieën eveneens van toepassing zijn voor de digitale publicaties.

#### **Te verantwoorden aantallen digitale publicaties**

De te verantwoorden aantallen zijn het gemiddeld aantal gerechtigden/afnemers tot de in de meetperiode vallende edities. NOM maakt onderscheid tussen print only, combinaties van print + digitaal replica en digital only (replica en non-replica).

**Zie onderstaan schema. Met ingang van 2018 wordt er bij vaktijdschriften geen onderscheid meer gemaakt naar verspreiding binnenland en buitenland.** De te verantwoorden aantallen van online nieuwsbrieven worden – als een afzonderlijke titel- in de kolom digital only non-replica gerapporteerd.

GEMIDDELDE aantallen per editie/nummer in de meetperiode	Print only	Combi print + digitaal replica	Digital only replica	Digital only non-replica	PRINT TOTAAL	DIGITAL TOTAAL
	A	B	C	D	E = A + B	F = B+C+D
V1.1 Betaalde (meervoudige) abonnementen						
V1.2 Lidmaatschapsabonnementen						
V1.3 Overige betaalde oplage						
<b>TOTAAL BETAALDE GERICHTE OPLAGE</b>						
V2.1 Controlled Circulation						
V2.2 Gerichte gratis oplage						
V2.3 Overige gratis oplage						
<b>TOTAAL VERSPREIDE OPLAGE</b>						

#### **Combinaties**

Er wordt bij combinaties van een print titel + digitale publicatie met gelijklopende naam en dezelfde editie en verschijningsfrequentie onderscheid gemaakt naar:

- Combinatie print + digitaal replica;
  - Combinatie print + digitaal non-replica;
  - Combinatie print + digitaal replica + digitaal non-replica.
- Als combinatie afgenomen abonnementen/losse verkoop van **print + digitaal replica** dienen als 1 exemplaar gerapporteerd te worden in de kolom voor combi print + digitaal replica.
  - Indien sprake is van een combinatie van **print + digitaal non-replica** dan dient 1 exemplaar in print only en 1 exemplaar in digital only non-replica gerapporteerd te worden.
  - Om de aantallen van non-replica in het NOM rapportageformulier van de printtitel op te nemen, dient de non-replica dezelfde kenmerken en look-en-feel te hebben als de printtitel.
  - In geval van een combinatie van **print + replica + non-replica** dient 1 exemplaar in de combi print + digital replica gerapporteerd te worden en dient een exemplaar bij digitaal only non-replica gerapporteerd te worden.
  - Onderscheid tussen binnen- en buitenland wordt miv 2018 voor print en digitaal niet meer gemaakt.
  - In geval van gecombineerde losse verkoop/abonnementen van print + digitaal non-replica, dient dit behandeld te worden als een pakketverkoop. Met andere woorden de gecombineerde prijs dient te worden toegerekend naar de verhouding van de prijzen voor afzonderlijke losse verkoop/abonnementen. Vervolgens dient aan de hand van de reguliere definities vastgesteld te worden in welke categorie desbetreffende losse verkoop/abonnementen moeten worden verantwoord.
  - Bij digitale publicaties kan gratis verspreiding in de rapportage worden opgenomen als gerichte gratis oplage mits er bij verspreiding via PC/laptop sprake is van een registratie (pull methode) en download rapportage. In geval van verspreiding via verkoop platformen van Apple/Android dient de gratis download aantoonbaar gemaakt te worden met download rapportage tools van het betreffende platform. (bv. iTunes Connect, Android Market Developer Console etc.).

## Bewijsdocumentatie digitale publicaties replica's, non-replica's en online nieuwsbrieven

Met betrekking tot de te verantwoorden aantallen dient de uitgever de volgende bewijsdocumentatie beschikbaar te hebben:

- Een tabel per te onderscheiden oplagecategorie per verschijningsdatum met daarin de volgende gegevens:
  - Titel
  - Editie
  - Abonnementen: Identiteit van de abonnee/geregistreerde (NAW-gegevens en/of persoonlijk e-mailadres) of vergelijkbare bewijslast om de geregistreerden/abonnees te kunnen traceren. In geval van meervoudige digitale abonnementen volstaat bewijslast waaruit blijkt dat de ontvanger betaald heeft voor een contractueel vastgesteld aantal gebruikers die toegang wordt verstrekt tot de digitale publicatie.
  - Registratiedatum: van abonnees, geregistreerden voor gericht gratis oplage en CC-abonnees.
  - Looptijd abonnement: van abonnees en CC-abonnees.
  - Verkoopprijs (=prijs die de uitgever ontvangt, onder aftrek van eventuele commissies) van de afgenomen editie(s): van abonnementen, losse verkoop en gericht gratis oplage > €0,-.
  - NOM-oplagecategorie.
- Alle verantwoorde aantallen dienen door middel van een betaling (abonnement, losse verkoop of gericht gratis oplage > €0,-), een registratie en download rapportage (gericht gratis oplage) of een geldige wilsverklaring (CC bij replica) per editie te kunnen worden onderbouwd.
  - Voor de betaalde aantallen dient een aansluiting met de opbrengsten in de financiële administratie beschikbaar te zijn.
  - Gerichte gratis oplage (> €0,-): Bij gerichte gratis aantallen > €0,- via PC/laptop of verkoopplatformen van Apple en Android dient naast de financiële administratie een download rapportage van de individuele afnemers beschikbaar te zijn.
  - Gerichte gratis oplage (€0,-):
    - PC/laptop: Bij gerichte gratis aantallen tegen €0,- via PC/laptop dient sprake te zijn van een registratie (pull methode) waarbij de eindgebruiker zich inschrijft (NAW-gegevens + e-mailadres) om de betreffende digitale publicatie(s) op een afgeschermd pagina te kunnen downloaden. Het gemiddelde aantal downloads per editie van de geregistreerden kan worden geclassificeerd als V2.2 gerichte gratis oplage bij digitale publicaties via pc/laptop. (maximaal 1 download per gebruiker, per editie)
    - Apple-, Android verkoopplatform: Bij gratis verspreiding via het Apple- of Android verkoopplatform kan gesteund worden op de download rapportage tools van het betreffende verkoopplatform (bv. iTunes Connect, Android Market Developer Console, etc.).
- Voor online nieuwsbrieven is de basis voor de oplagerapportage bij NOM het aantal per e-mail naar geregistreerden verzonden online nieuwsbrieven minus de hard bounces.
- Voor de CC-abonnees bij digitaal dient een wilsverklaring beschikbaar te zijn conform de daaraan gestelde eisen voor de printoplage. Voor digitale controlled circulation dient naast de (digitale) wilsverklaring **ook sprake te zijn van een digitale aflevering/download** bij de CC abonnee. Zie voor aanvullende voorwaarden inzake controlled circulation hoofdstuk 5 categorie V2.1.

Indien door een uitgever een andere dan de genoemde verspreidingsplatformen wordt gebruikt, dient deze ter beoordeling aan NOM te worden voorgelegd.

## 1.3. DEFINITIE CATEGORIEËN

NOM onderscheidt de volgende hoofd oplagecategorieën:

### TOTAAL BETAALDE GERICHTE OPLAGE

### TOTAAL VERSPREIDE OPLAGE

Zie voor het nieuwe oplageformulier achterin de handleiding.

#### CATEGORIE 1: TOTAAL BETAALDE GERICHTE OPLAGE

##### Categorie V1.1: Betaalde (meervoudige) abonnementen

Hieronder worden begrepen de aantallen abonnementen die worden geleverd tegen een tarief dat gelijk is aan, of hoger ligt dan 25% van de standaard abonnementsprijs, met uitzondering van abonnementen die vallen onder rubriek V1.2 lidmaatschapsabonnementen.

Betaalde meervoudige abonnementen zijn regulier betaalde bulkleveringen (>3 exemplaren) die worden geleverd tegen een tarief dat gelijk is aan, of hoger ligt dan 25% van de standaard abonnementsprijs, kunnen eveneens in deze categorie gerapporteerd worden. Een barter-deal die voldoet aan de voorwaarden van betaalde reguliere bulkleveringen kan tevens in deze categorie gerapporteerd worden. Voor het classificeren van bulkleveringen (>3 abonnementen) wordt verwezen naar hoofdstuk 1.2.1 'Bulklevering'.

Indien de abonnementsprijs lager ligt dan 25% van de standaard abonnementsprijs dienen de aantallen te worden verantwoord in de categorie V2.2: 'Gerichte gratis oplage' respectievelijk categorie V2.3 'Overige gratis oplage' in geval van print bulkleveringen. Gratis bulkleveringen van digitale publicaties replica's (<25% standaard abonnementsprijs) en non-replica's (<€0,50 x het aantal edities) kunnen **niet** in de NOM rapportage worden gerapporteerd.

In geval van meervoudige digitale abonnementen volstaat bewijslast waaruit blijkt dat de ontvanger betaald voor een contractueel vastgesteld aantal gebruikers die toegang wordt verstrekt tot de digitale publicatie. De geldstroom van het meervoudige abonnement moet net als voor standaardabonnementen volledig gevolgd kunnen worden bij de uitgever. Hierbij dient onomstotelijk duidelijk te zijn hoeveel abonnementen het betreft.

Betaalde abonnementen met een verschil tussen ontvanger en betaler (bijvoorbeeld bij geschenkabonnementen) kunnen eveneens in deze categorie worden gerapporteerd. In het kader van een abonnementsaanbieding gegeven 'gratis exemplaren' worden meegeteld voor zover zij onderdeel uitmaken van het te nemen abonnement en dus een vorm van korting zijn. Wisselabonnementen worden meegeteld voor de verhouding van het aantal edities ten opzichte van het totaal aantal edities in de betreffende periode.

##### Digitale publicaties

De verkoopprijs van digitale publicaties (replica en non-replica) is gebaseerd op de verkoopprijs die de uitgever ontvangt, onder aftrek van commissies van verkoopplatformen.

Voor abonnementen op digitale publicaties non-replica geldt een standaard abonnementsprijs van minimaal € 0,50 x het aantal edities in de abonnementsperiode. Alle betaalde abonnementen (abonnementsprijs minimaal € 0,50 x het aantal edities in de abonnementsperiode) van de digitale publicaties non-replica worden verantwoord onder 'V1.1 Betaalde (meervoudige) abonnementen'. Indien de abonnementsprijs voor digitale publicaties non-replica lager ligt dan € 0,50 x het aantal edities in de abonnementsperiode, dienen de aantallen te worden verantwoord in de categorie V2.2: 'Gerichte gratis oplage'.

Combinatie-abonnementen van **print + digitaal replica** tegen een tarief dat gelijk is aan, of hoger ligt dan 25% van de combinatie prijs print + digitaal dienen als **één exemplaar** in categorie V1.1 in de kolom 'combi print + digital replica' gerapporteerd te worden.

In geval van combinatie-abonnementen van **print + digitaal non-replica** dient dit behandeld te worden als een pakketverkoop. Met andere woorden de gecombineerde prijs dient te worden toegerekend naar de verhouding van de prijzen voor afzonderlijke abonnementen. Vervolgens dient aan de hand van de reguliere definities vastgesteld te worden in welke categorie desbetreffende abonnementen moeten worden verantwoord. Er dient in geval van print + digital non-replica één exemplaar als print only en één exemplaar als digitaal only non-replica gerapporteerd te worden. Voor vragen over de pakketverkoopberekening kunt u contact opnemen met NOM.

### **Leesportefeuilles + Leestafels**

Met ingang van 2015 wordt de verspreiding via leesportefeuilles en/of volgens het zogenaamde 'leestafel concept' gerapporteerd in categorie V1.1. De rapportage van leesportefeuilles en leestafels is gebaseerd op een overeenkomst waarin de leveringsplicht van de uitgever aan de exploitant is vastgelegd. Tevens dient uit de betreffende overeenkomst duidelijk te zijn dat de exploitant de (digitale) titels tegen **betaling** afzet aan zijn afnemers. In deze overeenkomst dient tenminste vastgelegd te zijn hoe de relatie van de exploitant met zijn afnemer is. Bijvoorbeeld: verspreiding in combinatie met hoeveel andere (digitale) titels (in één omslag), prijsrange waarvoor de exemplaren voor een vaste periode aan abonnees beschikbaar worden gesteld. **Het is mogelijk om digitale aantallen van leesportefeuilles te rapporteren onder V1.1 in de categorieën combi print + replica, replica only en non-replica. De rapportage dient vooraf door NOM getoetst te worden.**

De levering aan de leesportefeuille-exploitant dient plaats te vinden tegen een inkoopprijs voor de partij waar de uitgever de betaling van ontvangt die gelijk is aan of hoger is dan 25% van de reguliere inkoopprijs van de grossier zoals deze geldt voor de losse verkoop (zie definitie losse verkoop netto). Indien niet aan dit prijs criterium wordt voldaan dient betreffende verspreiding verantwoord te worden onder categorie V2.3 'Overige gratis oplage' of, indien de NAW gegevens van de leesportefeuilleabonnees bij de uitgever bekend zijn c.q. ter beschikking gesteld worden aan de certificerend accountant, onder categorie V2.2 'Gerichte gratis oplage'.

De levering via de leestafelexploitant dient plaats te vinden tegen een prijs die gelijk is aan of hoger is dan 25% van de reguliere inkoopprijs van de grossier zoals deze geldt voor de losse verkoop (zie definitie losse verkoop). De ontvanger van de minimumprijs dient de uitgever of de leestafelexploitant te zijn. Indien niet aan dit prijs criterium wordt voldaan dient betreffende verspreiding verantwoord te worden onder categorie V2.3 'Overige gratis oplage'.

Oplage die onderdeel uitmaakt van een barterdeal dient aan het minimum prijs criterium van 25% te voldoen, waarbij de waarde van de barterdeal 'at arms length' moet worden vastgesteld.

### **Categorie V1.2: Lidmaatschapsabbonementen**

Verspreiding, onverbrekelijk samenhangend met een lidmaatschap van een **niet-commerciële** vereniging of organisatie waarbij het abonnementsgeld, al of niet in de contributie van die vereniging of organisatie is begrepen en de titel uit dien hoofde aan de leden van de vereniging of organisatie wordt verstrekt. De uitgever dient te beschikken over de NAW-gegevens van de abonnee. **Het is mogelijk om digitale aantallen van lidmaatschapsabbonementen te rapporteren in de categorieën combi print + replica, replica only en non-replica. De rapportage dient vooraf door NOM getoetst te worden.**

### **Categorie V1.3 Overige betaalde oplage (incl. Losse verkoop)**

De overige betaalde oplage betreft de oplage-aantallen (onder andere incidentele betaalde print bulkleveringen en losse verkoop) waarbij een inkoopprijs voor de partij waar de uitgever de betaling van ontvangt wordt gehanteerd die gelijk is aan, of hoger ligt dan 25% van de adviesprijs.

De losse verkoop betreft:

- a. Verkoop door uitgever aan grossiers.
- b. Verkoop door uitgever rechtstreeks aan detaillist.
- c. Verkoop door uitgever rechtstreeks aan eindconsument.
- d. Verkoop via internet/digitaal verkoopkanaal aan eindconsumenten (inclusief digitale publicaties replica en non-replica).

Bij losse verkoop onder categorie V1.3 dient altijd sprake te zijn van recht van retour voor de ontvangende partij (m.u.v. optie c en d) en aftrek van retouren.

**Nummers waarvan de losse verkoop retouren nog niet voldoende betrouwbaar zijn vastgesteld in de kwartaalperiode waarover wordt gerapporteerd, mogen niet worden meegenomen en het volledige nummer (inclusief het nummer van eventuele replica) moet in het volgende kwartaal gerapporteerd worden.**

**Tweede uitzet (retouren) bij betaalde tijdschriftpakketten kan alleen gerapporteerd worden in categorie 2 'Overige oplage'.**

#### **Ad a. Verkoop door uitgever aan grossiers**

Betreft aantallen verkocht aan grossiers (Aldipress, Betapress, MailMerge, IMA Press, Logipress, AMP en Van Gelderen) tegen een inkoopprijs voor de partij waar de uitgever de betaling van ontvangt, die gelijk is aan of hoger is dan 25% van de reguliere inkoopprijs van de grossier. Het betreft aantallen die door de grossier via kiosken, boekhandels, supermarkten, etc. feitelijk aan eindafnemers (consumenten) zijn verkocht, dus **onder aftrek van retouren**. Het recht van retour dient contractueel geregeld te zijn. Indien geen recht op retouren bestaat dan dienen betreffende exemplaren te worden gerapporteerd in categorie 2 'Overige oplage'. Indien door een uitgever een andere dan genoemde grossiers wordt gebruikt, dient betreffende verspreider ter beoordeling aan NOM te worden voorgelegd. NOM zal vervolgens een uitspraak doen omtrent het al dan niet mogen beschouwen van betreffende verspreider als grossier in de zin van dit artikel.

#### **Ad b. Verkoop door uitgever rechtstreeks aan detaillist**

Betreft aantallen rechtstreeks verkocht door de uitgever aan detaillisten (ten behoeve van verdere verkoop door de detaillist) tegen een inkoopprijs voor de partij waar de uitgever de betaling van ontvangt die gelijk is aan of hoger is dan 25% van de reguliere inkoopprijs van de grossier, **onder aftrek van retouren**. Het recht van retour dient contractueel geregeld te zijn alsmede het doel; verdere verkoop door de detaillist aan de eindgebruiker. Indien **geen** recht op retouren bestaat dan dienen betreffende exemplaren te worden gerapporteerd in categorie 2 'Overige oplage'. De detaillist dient de bruto geleverde aantallen, de geretourneerde aantallen en de netto verkochte aantallen per editie te bevestigen. Indien de losse verkopen via de detaillisten ten opzichte van de totaal verspreide oplage hoger is dan 5% (op kwartaalbasis), dient het jaargemiddelde van de via de detaillist netto verkochte aantallen door de accountant van de detaillist gecontroleerd en gecertificeerd te worden. In het geval dat een dergelijk assurance-rapport niet wordt verstrekt dient de betreffende verspreiding verantwoord te worden in categorie 2.3.

#### **Ad c. Verkoop door uitgever rechtstreeks aan eindconsument**

Los verkochte exemplaren door de uitgever rechtstreeks aan eindgebruikers, veelal betaalde nabestellingen, mogen tevens in deze categorie worden gerapporteerd (verkoopprijs gelijk aan of hoger dan 25% van de adviesprijs).

#### **Ad d. Verkoop via internet/digitaal verkoopkanaal aan eindconsumenten**

Los verkochte exemplaren door de eindconsument besteld via internet, geleverd door de uitgever rechtstreeks aan de eindgebruikers mogen tevens in deze categorie worden gerapporteerd. De verkoopprijs van digitale publicaties (replica en non-replica) is gebaseerd op de verkoopprijs die de uitgever ontvangt, onder aftrek van commissies van verkoopplatformen. De verkoopprijs dient ten minste gelijk aan of hoger dan 25% van de adviesprijs te zijn. Verkoop van digitale publicaties die besteld worden via het internet of digitaal verkoopkanaal worden tevens als losse verkoop geclassificeerd. Hierbij dient in geval van replica de verkoopprijs (=prijs die de uitgever ontvangt, onder aftrek van commissies) ten minste gelijk aan of hoger dan 25% van de adviesprijs te zijn.

Combinatie losse verkoop van **print + digitaal replica** tegen een tarief dat gelijk is aan, of hoger ligt dan 25% van de combinatie prijs print + digitaal voor losse verkoop dienen als één exemplaar in categorie V1.3 in de kolom 'Combi print + digital replica' gerapporteerd te worden.

Bij digitale publicaties non-replica geldt een adviesprijs hoger of gelijk aan €0,50 voor V1.3 Overige betaalde oplage. In geval van combinatie losse verkoop van **print + digitaal non-replica** dient dit behandeld te worden als een pakketverkoop. Met andere woorden de gecombineerde prijs dient te worden toegerekend naar de verhouding van de prijzen voor afzonderlijke losse verkoop. Vervolgens dient aan de hand van de reguliere definities vastgesteld te worden in welke categorie desbetreffende losse verkoop moeten worden verantwoord. Er dient in geval van print + digital non-replica één exemplaar als print only en één exemplaar als digitaal only non-replica gerapporteerd te worden.

Aantallen die worden verkocht tegen een tarief lager dan 25% van de reguliere inkoopprijs van de betreffende grossier (a), detaillist (b) dan wel de adviesprijs (c en d), dienen te worden verantwoord in de categorie V2.2. 'Gerichte gratis oplage'. Indien de verkoopprijs (=prijs die de uitgever ontvangt, onder aftrek van commissies) voor de losse verkoop van een digitale publicatie non-replica lager is dan €0,50 dan wordt deze verspreiding verantwoord als V2.2 'Gerichte gratis oplage'. Zie voor de voorwaarden van digitale publicaties hoofdstuk 1.2.2 alinea 'Bewijsdocumentatie digitale publicaties replica en non-replica'.

## **CATEGORIE 2:**

### **Categorie V2.1: Controlled Circulation**

Aantallen verspreid volgens controlled circulation, met in achtname van de definities. Verspreiding volgens de controlled circulation methode is het aantal exemplaren van elke aflevering van een titel dat wordt toegezonden aan een door de uitgever tevoren vastgestelde en op de tariefkaart gepubliceerde doelgroep. **Het is verplicht de doelgroep op de tariefkaart te vermelden om voor controlled circulation in aanmerking te komen.**

De ontvanger heeft door middel van een wilsverklaring te kennen gegeven, dat hij de betrokken titel wenst te ontvangen. De ontvanger/lezer van de titel zal op verzoek van de uitgever een door hem of haar ondertekende en gedateerde wilsverklaring afgeven dat hij geïnteresseerd is in de ontvangst van de titel. De wilsverklaring dient naast de naam, adres en



woonplaats tevens gegevens te bevatten die duidelijk maken dat hij of zij tot de doelgroep behoort. Onder het hoofdje CC-verspreiding dient het aantal tot de doelgroep behorende wilsverklaringen, getekend en gedateerd door ontvanger/lezer te worden vermeld, welke niet ouder zijn dan drie jaar op het tijdstip van de verschijningsdatum van de editie van de titel. In geval van een CC replica of non-replica abonnement dient dit expliciet uit de wilsverklaring te blijken. **Voor digitale controlled circulation dient naast de (digitale) wilsverklaring ook sprake te zijn van een digitale aflevering/download bij de CC abonnee.**

#### **Categorie V2.2: Gerichte gratis oplage**

Betreft aantallen die anders dan onder 'controlled circulation', al of niet gevraagd, gratis aan een eindgebruiker, **waarvan NAW-gegevens beschikbaar zijn**, worden verspreid. **Per eindgebruiker (NAW) kan maximaal één exemplaar van de titel als gerichte gratis oplage worden verantwoord.**

Onder gerichte gratis oplage zijn ook begrepen: gratis personeelsabonnementen, zogenaamde 'ruilabonnementen' en vaste verspreiding onder relaties, indien de NAW-gegevens van betreffende eindgebruikers bij de uitgever bekend zijn. Tevens vallen in deze categorie de abonnementen die worden geleverd tegen een tarief dat lager ligt dan 25% van de standaard abonnementsprijs en de aantallen die worden verkocht tegen een inkoopprijs die lager ligt dan 25% van de coverprijs. **Verspreiding in bulk en na-leveringen vallen niet in deze categorie.** Bewijsnummers worden wel in deze categorie V2.2 gerapporteerd.

Digitale publicaties replica (<25% standaard abonnementsprijs/adviesprijs) en non-replica (<€0,50 x het aantal edities) worden eveneens als V2.2 'Gerichte gratis oplage' verantwoord. Gratis verspreide online nieuwsbrieven (onder aftrek van hard bounces) kunnen tevens onder gerichte gratis oplage gerapporteerd worden. **Een online nieuwsbrief wordt als een afzonderlijke titel, als non-replica gerapporteerd.**

Voor digitale publicaties (replica en non-replica) zullen de NAW-gegevens van de consument niet altijd bij de uitgever bekend zijn. Bij digitale publicaties via verkoopplatformen als de Apple App Store en Android Market heeft de uitgever/de ontwikkelaar echter wel beschikking over softwaretools die de bewijslast ten aanzien van het aantal downloads en de geldstroom kunnen aantonen. Bij gratis verspreiding (pullmethode) bij PC's/browsers dient de digitale publicatie afgeschermd te zijn en dient tevens een download rapportage beschikbaar te zijn.

#### **Categorie V2.3: Overige gratis oplage** (Combinatie print + digital replica en digital only n.v.t)

Oplage-aantallen in de categorie V2.3 'Overige gratis oplage' kunnen alleen verantwoord worden als de uitgever voldoet aan de documentatievereisten zoals uiteengezet in het protocol 'Overige gratis oplage', welke is opgenomen in deze handleiding. NOM geeft geen waarborgen voor ontvangst door de eindgebruiker, maar het HOI keurmerk richt zich slechts op de betrouwbaarheid van de **bruto**-uitzet van aantallen aan de distributieagent/eindgebruikers.

De overige gratis oplage betreft alle onbetaalde (bruto) verspreiding, met uitzondering van verspreiding door middel van 'Controlled Circulation' (V2.1) en 'Gerichte gratis oplage' (V2.2). Hieronder worden tevens begrepen de (bruto) aantallen overige betaalde oplage tegen een inkoopprijs die lager ligt dan 25% van de adviesprijs en gratis incidentele print bulkleveringen of gratis reguliere print bulkleveringen.

**De totaal verspreide oplage is per definitie lager dan de totaal gedrukte oplage. Archiefexemplaren/voorraden kunnen bijvoorbeeld niet verantwoord worden als verspreide oplage.**

## 1.4 PROTOCOL 'OVERIGE GRATIS OPLAGE'

Opname van oplage onder de categorie V2.3 'Overige gratis oplage' is slechts toegestaan indien aan alle onderstaande documentatievereisten wordt voldaan. De eisen in dit protocol gelden niet voor overige **betaalde oplage** <25% van de adviesprijs.

1. Aansluiting per editie in aantallen tussen drukoplage en verspreiding. Drukoplage = totaal verspreide oplage + niet verspreide oplage.
2. Bewijs ten aanzien van uitgezette aantallen:
  - Een overzicht per editie waarop naam en adres van alle partijen waaraan exemplaren in bulk is toegezonden. Vermelding van aantal exemplaren per partij. Achterliggende documentatie, correspondentie, etc. ten behoeve van bewijsvoering van verspreiding aan deze partijen.
  - Achterliggende overeenkomsten met distributieorganisatie, retail, ontvangende partijen, etc.
  - **Overtuigend bewijs dat aantallen ook daadwerkelijk zijn ontvangen** door de partijen waaraan de exemplaren (in bulk) zijn afgeleverd. (b.v. door middel van kwijtingdocumenten).

### 3. Verspreiding op beurzen:

Indien exemplaren van een titel op beurzen worden verspreid door anderen dan de uitgever zijn de onder 1 en 2 genoemde eisen eveneens van toepassing. Indien verspreiding op een beurs door de uitgever zelf wordt verzorgd dient zoveel mogelijk bewijs beschikbaar te zijn.

Er kan hierbij gedacht worden aan:

- Bewijs ten aanzien van het vervoer van de op de beurs verspreide exemplaren naar de beurs (facturatie door een koerier e.d.);
- Correspondentie tussen uitgever en verspreider;
- Correspondentie tussen uitgever en beursorganisatie;

Bij de bovengenoemde bewijsdocumentatie is het essentieel dat inzicht wordt gegeven in de **verspreiding** van de exemplaren.

**NOM kan de uitgever bij de controle op oplagecijfers, om aanvullende bewijsdocumentatie vragen inzake de gerapporteerde aantallen.**

## BIJLAGE NOM OPLAGEFORMULIER VAKTIJDSCHRIFTEN 2019

# NOM CERTIFICERINGSFORMULIER VAKTIJDSCHRIFTEN 2019

Titel	Print aantal verschenen nummers in meetperiode
Uitgeverij	Print GEMIDDELTE gedrukte oplage per nummer
Print verschijnt ....x per jaar	Non-replica verschijnt .....x per jaar
Meetperiode                      kwartaal                      jaar	Non-replica verschenen nummers in meetperiode

GEMIDDELTE aantallen per editie/nummer in de meetperiode	Print only	Combi print + digitaal replica	Digital only replica	Digital only non-replica	PRINT TOTAAL	DIGITAL TOTAAL
	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>	<b>D</b>	<b>E = A + B</b>	<b>F = B+C+D</b>
V1.1 Betaalde (meervoudige) abonnementen						
V1.2 Lidmaatschapsabonnementen						
V1.3 Overige betaalde oplage						
<b>TOTAAL BETAALDE GERICHTE OPLAGE</b>						
V2.1 Controlled Circulation						
V2.2 Gerichte gratis oplage						
V2.3 Overige gratis oplage						
<b>TOTAAL VERSPREIDE OPLAGE</b>						

### OPMERKINGEN

VERKLARING Deze oplageopgave over de meetperiode is opgesteld in overeenstemming met de door NOM opgestelde voorwaarden en definities.

ACCOUNTANT Zoals bedoeld in artikel 393, eerste lid van Boek 2 van het Burgerlijk Wetboek.

DIRECTIE\*

Wij verwerken uw persoonsgegevens conform het privacy-beleid van NOM. Zie de privacy verklaring op [www.nommedia.nl](http://www.nommedia.nl).

Bedrijfsnaam

Bedrijfsnaam

Persoonsnaam

RA/AA

Persoonsnaam

Adres

Postcode

Plaats

E-mail

E-mail

Telefoon

Telefoon

Handtekening

Handtekening

Stempel

Datum

Let op: Een Assurance-rapport bijvoegen a.u.b.

\* Let op: directie dient hier te ondertekenen

Datum



NOM (Nationaal Onderzoek Multimedia)  
Postbus 22032, 1100 CA Amsterdam Zuidoost  
T (020) 8204434 | [www.nommedia.nl](http://www.nommedia.nl) | E [nom@nommedia.nl](mailto:nom@nommedia.nl)

LET OP: GELUKTJIDIG MET HET INZENDEN VAN HET FORMULIER DIENT EEN BEWIJSNUMMER MEEGEZONDEN TE WORDEN VAN DE LAATSTE EDITIE WELKE GERAPPORTEERD WORDT IN DE BETREFFENDE PERIODE. OOK DIENT ER EEN TARIEFKAART OPGESTUURD TE WORDEN.