

NOM definities magazines 2019 print oplagecijfers

INHOUD

INLEIDING	3
1.1 WAT IS EEN TITEL	4
1.2 DEFINITIES ALGEMEEN	6
1.2.1 BULKLEVERING	8
1.3 DEFINITIE CATEGORIEËN	9
1.4 PROTOCOL GRATIS OPLAGE	12
BIJLAGE OPLAGEFORMULIER MAGAZINES	13

NOM (Nationaal Onderzoek Multimedia)

Postbus 22032
1100 CA Amsterdam Zuidoost

T (020) 820 4434

I www.nommedia.nl

E 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 voorafgaande 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 **magazines**. 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 => 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.

NOM-controle oplagecijfers

NOM zal de invoer van gemiddelde print 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 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 gerede 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.

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 volgend 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.
Conclusie	Niet meetellen in verantwoording moedertitel	Oplage rapportage bij moedertitel (extra verschijningsdatum)	Oplage rapportage bij moedertitel	Oplage van regionale titels/edities specifieke doelgroepen combineren
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 definitie-set.

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 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 abonnements standaardprijs kunnen gerapporteerd worden onder de categorie betaalde (meervoudige) abonnementen.

Adviesprijs

Een door de uitgever vastgestelde (maximale) verkoopprijs waarvoor een titel wordt verkocht ('coverprijs').

Actieprijs van uitgever

De prijs die voor een editie lager is dan de reguliere adviesprijs op voorgaande vergelijkbare edities van een titel.

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 prijs criterium zoals opgenomen in de NOM 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.

Digitale censusdata (replica, non-replica, digitale nieuwsbrieven)

De digitale censusdata (tellingen) van digitale uitgaven worden ook door NOM geregistreerd. Neem voor meer informatie over digitale censusdata contact op met NOM.

Gdrukte oplage

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

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 leesportefeuille-abonnee. 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 leesportefeuille-abonnee).

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 horeca - gelegenheden 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.

Lidmaatschapsabonnement

Verspreiding, onverbreekelijk 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.

Magazine

Een magazine is een periodieke uitgave die gericht is op consumenten, die een herkenbare en substantiële redactionele formule bevat en die in de losse verkoop en/of als abonnementsvorm verkrijgbaar zijn. De verspreiding van een deel van een magazine (een of meerdere katernen) dient als een aparte titel te worden gezien. Derhalve dient deze nieuwe titel apart te worden aangemeld bij NOM. Jaaruitgaven/gidsen en dagblad - magazines worden beschouwd als magazine.

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 oplagecijfers 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.

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 moet in het volgende kwartaal gerapporteerd worden.

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).

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) tijdschriftpakketten

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 verkoopdatum 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 M2.2 'Overige oplage (betaald/ gratis)'.

Reeds aan het NOM gerapporteerde oplage-aantallen (kwartaalcijfers) worden niet aangepast als gevolg van tweede uitzet.

Wisselabonnement

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 inkoopprijs voor de partij waar de uitgever de betaling van ontvangt, die gelijk is aan of hoger is dan 25% van de adviesprijs/standaardabonnementsprijs.

Gratis bulkleveringen zijn bulkleveringen print tegen een inkoopprijs voor de partij waar de uitgever de betaling van ontvangt, die lager is dan 25% van de adviesprijs/standaardabonnementsprijs.

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

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

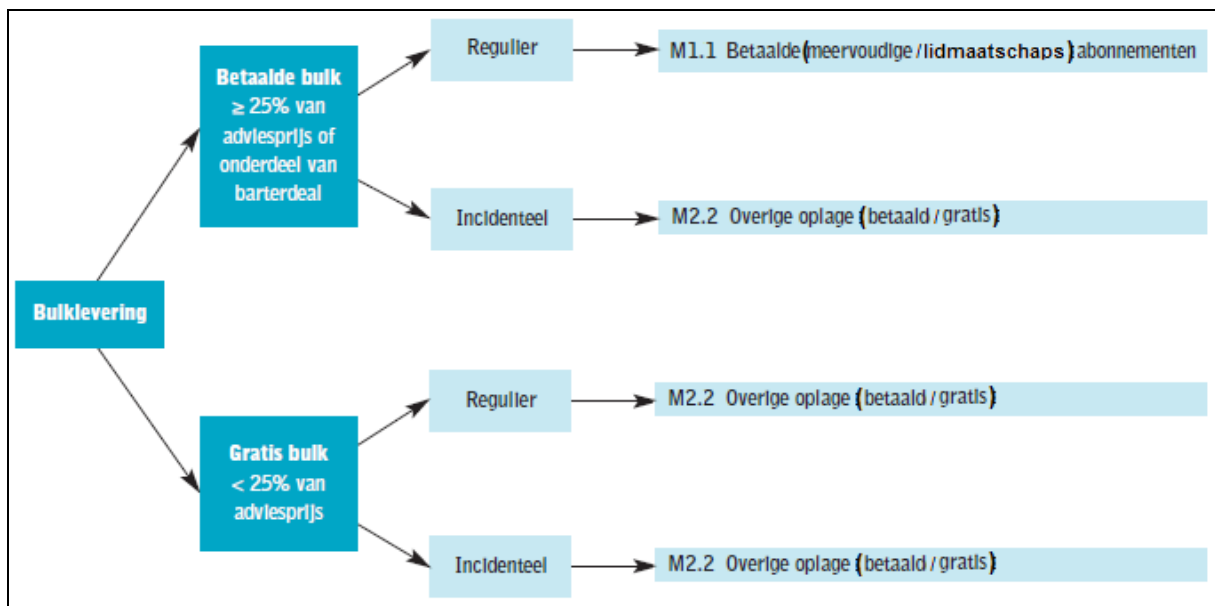
Minimumcriterium

- $x/360 * 12$ 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

Oplage die onderdeel uitmaakt van een barterdeal en die aan alle overige voorwaarden van betaalde meervoudige abonnementen voldoet, wordt verantwoord als M1.1 betaalde (meervoudige/lidmaatschaps) abonnementen. Om een en ander te verduidelijken zijn de verschillende bulkleveranties opgenomen in volgend schema.

Schema classificeren bulkleveringen magazines



1.3. DEFINITIE CATEGORIEËN

NOM onderscheidt de volgende hoofd oplagecategorieën:

TOTAAL BETAALDE GERICHTE OPLAGE

TOTAAL VERSPREIDE OPLAGE

Zie het nieuwe oplageformulier achter in deze handleiding.

CATEGORIE 1: TOTAAL BETAALDE GERICHTE OPLAGE

Categorie M1.1: Betaalde (meervoudige / lidmaatschaps) 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. Betaalde reguliere bulkleveringen (>3) 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 definities betaald/gratis en reguliere/incidentele bulkleveringen zie hoofdstuk 1.2.1 'Bulklevering'.

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.

Lidmaatschapsabonnementen worden miv 2018 ook in de categorie M1.1 gerapporteerd. De uitgever dient te beschikken over de NAW-gegevens van de abonnee.

Indien de abonnementsprijs lager ligt dan 25% van de standaard abonnementsprijs dienen de aantallen te worden verantwoord in de categorie M2.1: 'Gerichte gratis oplage' respectievelijk categorie M2.2 'Overige oplage (betaald/gratis)' in geval van print bulkleveringen.

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.

In geval van combinatie-abonnementen van meerdere titels 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 (zie ook de FAQ pagina op de NOM website).

Categorie M1.2: Leesportefeuilles + Leestafels

Verspreiding via leesportefeuilles en/of volgens het zogenaamde 'leestafel concept' op basis van een overeenkomst waarin de leveringsplicht van de uitgever aan de exploitant is vastgelegd. Tevens dient uit betreffende overeenkomst te blijken dat de exploitant de 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 (zoals bijvoorbeeld: verspreiding in combinatie met hoeveel andere titels (in een omslag), prijsrange waarvoor de exemplaren aan abonnees beschikbaar worden gesteld, vaste periode).

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 M2.2 'Overige oplage (betaald/gratis)' 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 M2.1 '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 netto). De ontvanger van de minimum prijs dient de uitgever of de leestafelexploitant te zijn. Indien niet aan dit prijs criterium wordt voldaan dient betreffende verspreiding verantwoord te worden onder categorie M2.2 'Overige oplage (betaald/gratis)'.

Oplage die onderdeel uitmaakt van een barter-deal die in een leesportefeuille wordt opgenomen dan wel als leestafel exemplaar worden gebruikt dient aan het minimum prijs criterium van 25% te voldoen, waarbij de waarde van de barter-deal 'at arms length' dient te worden vastgesteld.

Zogenaamde hotelexemplaren, gratis op de kamers ter beschikking gestelde exemplaren, kunnen niet in deze categorie worden verantwoord, maar dienen verantwoord te worden in categorie M2.2 'Overige oplage (betaald/gratis).

LET OP! Specificatie leesportefeuilles tbv NOM validatie bereikcijfers

Ten behoeve van de validatie van het print bereiksonderzoek verzoekt NOM om miv 2018, bij de (online) verantwoording van de kwartaalcijfers het aantal exemplaren van Leesportefeuilles te specificeren. Dit gemiddeld aantal exemplaren kan de invoerder van oplagecijfers in het (online) opmerkingveld specificeren.

Deze aanvullende gegevens dienen enkel voor **interne NOM controledoeleinden** en zullen dus niet in de NOM publicaties/het NOM dashboard zichtbaar worden en tot een verzwaring van accountantscontroles leiden.

Categorie M1.3 Losse verkoop

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

Bij losse verkoop 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 moet in het volgende kwartaal gerapporteerd worden.

Tweede uitzet (retouren) bij betaalde tijdschriftpakketten kan alleen gerapporteerd worden in categorie M2.2 'Overige oplage (betaald/gratis)'.

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 M2.2 'Overige oplage (betaald/gratis)'.

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 M2.2 'Overige oplage (betaald/gratis)'. 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 (tegen adviesprijs + tegen actieprijs) 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 2.2.

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 print exemplaren door de eindconsument besteld via internet, geleverd door de uitgever rechtstreeks aan de eindgebruikers mogen tevens in deze categorie worden gerapporteerd. De verkoopprijs dient ten minste gelijk aan of hoger dan 25% van de adviesprijs te zijn.

In geval van **pakketverkoop** van **meerdere titels** dient de pakketverkoop berekening toegepast te worden. Met andere woorden de gecombineerde prijs dient te worden toegerekend naar de verhouding van de afzonderlijke reguliere inkooprijzen. Vervolgens dient aan de hand van de reguliere definities vastgesteld te worden in welke categorie desbetreffende losse verkoop moeten worden verantwoord.

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 M2.1. 'Gerichte gratis oplage'.

CATEGORIE 2:

Categorie M2.1: Gerichte gratis oplage

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

Onder gerichte gratis oplage zijn ook begrepen: controlled circulation, gratis personeelsabbonementen, zogenaamde 'ruilabbonementen' en vaste verspreiding onder relaties, indien de NAW-gegevens van betreffende eindgebruikers bij de uitgever bekend zijn.

Tevens vallen in deze categorie M2.1 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 M2.1 gerapporteerd.

Tweede uitzet van retouren in tijdschriftpakketten die wordt betaald, kan alleen gerapporteerd worden in categorie M2.2 'Overige oplage (betaald/gratis)'.

LET OP! Specificatie gratis abonnementen (<25%) tbv NOM validatie bereikcijfers

Ten behoeve van de validatie van het print bereiksonderzoek verzoekt NOM om miv 2018, bij de (online) verantwoording van de kwartaalcijfers het aantal exemplaren van abonnementen (<25%) te specificeren. Dit gemiddeld aantal exemplaren kan de invoerder van oplagecijfers in het (online) opmerkingveld specificeren.

Deze aanvullende gegevens dienen enkel voor **interne NOM controledoelinden** en zullen dus niet in de NOM publicaties/het NOM dashboard zichtbaar worden en tot een verzwarend van accountantscontroles leiden.

Categorie M2.2: Overige oplage (betaald/gratis)

De overige oplage betaald betreft de oplage-aantallen die niet onder een van de eerder genoemde categorieën kan worden gerapporteerd (onder andere incidentele betaalde print bulkleveringen) indien 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 overige oplage gratis betreft alle onbetaalde (bruto) verspreiding, met uitzondering van verspreiding door middel van M2.1 Gerichte gratis oplage. Hieronder worden tevens begrepen de (bruto) aantallen overige betaalde oplage tegen een inkoopprijs die lager ligt dan 25% van de adviesprijs en gratis incidentele 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 M2.2 'Overige oplage gratis' 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. (doormiddel 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 MAGAZINES 2019

NOM CERTIFICERINGSFORMULIER MAGAZINES 2019

Titel	Meetperiode kwartaal jaar
Uitgeverij	Aantal verschenen nummers in meetperiode
Verschijnt x per jaar	GEMIDDELDE gedrukte oplage per nummer

GEMIDDELDE aantallen per editie/nummer in meetperiode	Print Binnenland	Print Buitenland	Print Totaal
M1.1 Betaalde (meervoudige / lidmaatschaps) abonnementen			
M1.2 Leesportefeuilles + Leestafels			
M1.3 Losse verkoop			
TOTAAL BETAALDE GERICHTE OPLAGE			
M2.1 Gerichte gratis oplage			
M2.2 Overige oplage (betaald / gratis)			
TOTAAL VERSPREIDE OPLAGE			

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.

Bedrijfsnaam	Bedrijfsnaam
Persoonsnaam	Persoonsnaam
Adres Postcode Plaats	E-mail
E-mail	Telefoon
Telefoon	Handtekening
Handtekening	Stempel
Datum	Datum

Let op: Een Assurance-rapport bijvoegen a.u.b. * Let op: directie dient hier te ondertekenen

LET OP: GELIJKTJDIG 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.

nationaal
onderzoek
multimedia

NOM (Nationaal Onderzoek Multimedia)
 Postbus 22032. 1100 CA Amsterdam Zuidoost
 T (020) 8204434 | www.nommedia.nl | nom@nommedia.nl