

NMO definities dagbladen 2026 print oplagecijfers

Nationaal Media Onderzoek (NMO)

Burgemeester Stramanweg 108-S
1101 AA Amsterdam Zuidoost

T (020) 820 4434 | www.nationaalmediaonderzoek.nl E lezen@nationaalmediaonderzoek.nl

© 2026 NMO

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 NMO. NMO stelt zich niet aansprakelijk voor eventuele onjuistheden, die ondanks alle zorgvuldigheid in de rapportage mochten voorkomen.

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	11
BIJLAGE OPLAGEFORMULIER DAGBLADEN	12

INLEIDING EN WIJZIGINGEN

Deze NMO handleiding en definities 2026 is uitsluitend van toepassing voor **dagbladen**. Iedere printgroep (dagbladen, magazines, vaktijdschriften) heeft een eigen definitie-set. Deze handleiding is van toepassing vanaf de oplageverklaringen 1e kwartaal 2026. Voor de meest actuele definities en voorwaarden wordt verwezen naar de NOM website (www.nommedia.nl => oplage => documenten voor uitgevers).

NMO-controle oplagecijfers

NMO verzamelt en controleert de gemiddelde kwartaalcijfers van aangesloten titels. In geval van geconstateerde afwijkingen door NMO zal de uitgever om een schriftelijke verklaring worden gevraagd.

NOM-publicaties

NMO zal de oplagecijfers publiceren op www.nmodata.nl. Voor dagbladen geldt een alternatieve werkwijze: de oplagecijfers worden niet in het NMO dashboard gepubliceerd, maar worden 1x per jaar verstrekt aan de CEO's en contactpersonen van de aangesloten uitgevers en de diverse brancheorganisaties die binnen NMO participeren. NMO zal geen persvoorlichting geven over ontwikkelingen/analyses in oplagecijfers.

Accountantscontrole (eens per 4 jaar)

Met ingang van 1 januari 2026 is er een nieuwe opzet bepaald voor de certificering. Dit houdt in dat er certificeringsrondes zijn die 4 jaar duren. NMO selecteert per jaar ad random 10 uitgevers; elke uitgever komt slechts één keer aan de beurt binnen deze 4 jaar. De certificering van de oplage vindt per uitgever plaats, niet meer per titel. Per uitgever zal een deel van alle titels ad random geselecteerd worden. Hiervoor heeft NMO een staffel als volgt bepaald:

# titels per uitgever	Certificering o.b.v. # titels
1 of 2 titels	1
3 t/m 5 titels	2
6 t/m 10 titels	3
Meer dan 10 titels	5

De uitgever dient zelf voor de certificering een externe RA/AA accountant aan te stellen. **Bij de aanmelding van een titel blijft een aanmeldcertificering over het aanmeldkwartaal verplicht, deze aanmeldcertificering staat los van de 4-jaarlijkse certificeringsronde. Zogenaamde inserts van een reeds aangesloten titel zijn met ingang van 2026 vrijgesteld van een 1e aanmeldcertificering.**

Zie voor de online certificeringsprocedure de website www.nommedia.nl oplage => Accountants.

Natuurlijk blijft NMO elk kwartaal de publisher statements controleren. Bij gerede twijfel kan door NMO 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 NMO de uitgever verzoeken om de kwartaalcijfers te corrigeren en zal de correctie aan de markt gecommuniceerd worden.

HOI keurmerk gebruik op tariefkaart

Het gebruik van het HOI keurmerk op de tariefkaart is niet langer verplicht maar wordt door NMO aanbevolen. Indien een uitgever besluit het HOI keurmerk te gebruiken dan dient zij te voldoen aan de richtlijnen van het HOI keurmerk gebruik (zie Algemene voorwaarden NMO oplagecertificering).

Digitale censusdata (replica, non-replica, combi print + replica)

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

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 oplage aantallen niet wenst mee te nemen bij de 'moedertitel' hoeft onderstaand 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)	Extra nummer (Special)	Identiek nummer (ander formaat)	Regionale edities en edities voor een specifieke doelgroep
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 verschijnings- datum)	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

Voorpagina 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.
- 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 verschijningsdatum.

'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 uitgaven 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 toebehoord 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

- Bij dagbladen is de keuze aan de uitgever om of een (combinatie van) hoofdtitel(s) en/of regionale editie(s) afzonderlijk als titel aan te melden bij NMO. Het HOI-keurmerk mag alleen gebruikt worden voor de specifiek aangemelde titel. Op de tariefkaart dient duidelijk te worden aangegeven welke titel bij NMO is aangesloten en welke oplage dit betreft.
- Zogenaamde 'light' versies en dagblad magazines van dagbladen dienen als afzonderlijke titel beschouwd te worden.
- Buitenlandedities kunnen worden beschouwd als regionale editie.

1.2 DEFINITIES ALGEMEEN

Iedere printgroep (dagbladen, magazines, vaktijdschriften) heeft een aparte NMO definitie-set.

Abonnee (abonnement)

Een natuurlijk- of rechtspersoon die zich door aanmelding het recht heeft verzekerd van toezending van **meer dan twee verschijningsdata** 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 de colofon of in de titel vermelde abonnementsprijs met de langste looptijd met een maximum van een jaar (jaarabonnement per automatisch incasso). Er dient hierbij onderscheid gemaakt te worden naar reguliere abonnementen en deelabonnementen. Met andere woorden voor deelabonnementen zal een afwijkende abonnement standaardprijs bestaan. Abonnementen die geleverd worden tegen $\geq 25\%$ van de abonnement 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 verschijningsdatum lager is dan de reguliere adviesprijs op voorgaande vergelijkbare verschijningsdata 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 NMO 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 verschijningsdatum 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.

Dagblad

Een uitgave welke naar het oordeel van het bestuur van NMO - gelet op het spraakgebruik en de geldende opvattingen in de kringen van pers en publiciteit in Nederland - moet worden aangemerkt als een dagblad.

Deelabonnement

Deelabonnementen betreft abonnementen op één of meerdere specifieke verschijningsdagen in de week zonder geabonneerd te zijn op alle nummers in de week. Zondag-edities zijn geen deelabonnementen, maar worden beschouwd als een afzonderlijke titel.

Deelabonnementen kunnen bij Betaalde (meervoudige) abonnementen gerapporteerd worden. Zie voor de berekening van deelabonnementen de categorie D1.1.

Digitale censusdata (replica, non-replica, combi print + replica)

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

Gedrukte 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.

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 NMO 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, verschijningsdata, waarvan de op de voorpagina benoemde datum valt in een specifiek kwartaal c.q. jaar. Indien de losse verkoop retouren nog niet volledig zijn vastgesteld mag de uitgever een voorlopige inschatting aan NMO rapporteren. Zodra de retouren bekend zijn zal de uitgever de definitieve rapportage van de losse verkoop uiterlijk voor de rapportage van het nieuwe kwartaal aan NMO rapporteren.

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.

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/verschijningsdatum 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.

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.

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:

- >300 keer per jaar
- 55-300 keer per jaar

Minimumcriterium:

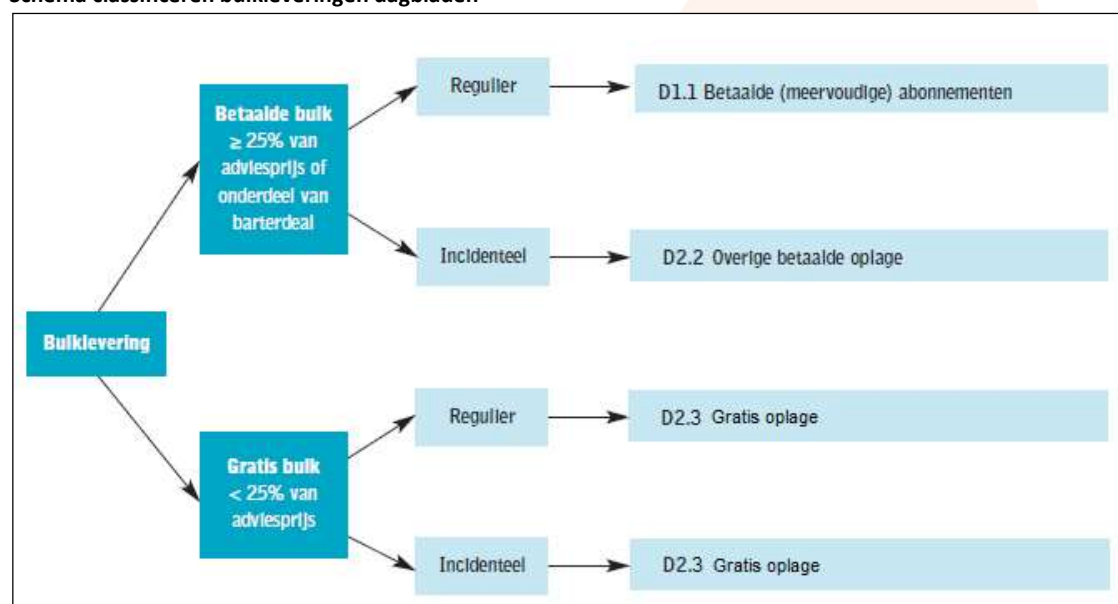
- 12 bulkleveringen per maand
- $x/360 * 12$ bulkleveringen per maand

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 D1.1 betaalde meervoudige abonnementen.

Om een en ander te verduidelijken zijn de verschillende bulkleveranties opgenomen in volgend schema.

Schema classificeren bulkleveringen dagbladen



1.3. DEFINITIE CATEGORIEËN

NMO onderscheidt de volgende hoofd oplagecategorieën:

TOTAAL BETAALDE GERICHTE OPLAGE

TOTAAL VERSPREIDE OPLAGE

Zie voor nieuwe oplageformulier achter in deze handleiding.

CATEGORIE 1: TOTAAL BETAALDE GERICHTE OPLAGE

Categorie D1.1: 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.

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 barterdeal 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.

Indien de abonnementsprijs (van bulkleveringen) lager ligt dan 25% van de standaard abonnementsprijs dienen de aantallen te worden verantwoord in de categorie D2.3: 'Gratis oplage'.

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/verschijningsdata ten opzichte van het totaal aantal edities/verschijningsdata 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.

Zogenaamde deelabonnementen worden tevens onder Betaalde (meervoudige) abonnementen gerapporteerd.

Hieronder worden begrepen de aantallen deelabonnementen die worden geleverd tegen een tarief dat gelijk is aan, of hoger ligt dan 25% van de standaard abonnementsprijs van het deelabonnement. Het betreft bijvoorbeeld zaterdagabonnement, maandagabonnement, vrijdagabonnement of weekendabonnement (zaterdag- en maandagkrant).

Berekening van het te verantwoorden aantal: Gemiddeld aantal deelabonnementen vermenigvuldigt met 1/6 bij deelabonnement van één dag of vermenigvuldigt met 2/6 bij een weekendabonnement. **Zondag-edities worden als een aparte titel beschouwd.**

Indien de abonnementsprijs lager ligt dan 25% van de standaard abonnementsprijs voor deelabonnementen, dienen de aantallen te worden verantwoord in categorie D2.3: 'Gratis oplage'.

Abonnementenbeheer door derden

Zorg ervoor dat in geval van abonnementenbeheer door derden, de bewijslast (gedetailleerde abonnementstanden en NAW gegevens etc.) ook bij de uitgever intern goed worden geregistreerd, zodat voor toekomstige accountant-certificeringen de bewijsvoering altijd beschikbaar is.

Categorie D1.2 Losse verkoop netto

De losse verkoop (netto) betreft:

- Verkoop door uitgever aan grossiers
- Verkoop door uitgever rechtstreeks aan verkooppunten
- Verkoop door uitgever rechtstreeks aan eindconsument.
- Verkoop via internet/digitaal verkoopkanaal

Bij losse verkoop netto dient altijd sprake te zijn van recht van retour voor de ontvangende partij (m.u.v. Optie c en d) en aftrek van retouren.

Ad a en b. Verkoop door uitgever aan grossiers en rechtstreeks aan verkooppunten

Betreft aantallen rechtstreeks verkocht aan verkooppunten of grossiers (Aldipress, Betapress, MailMerge, IMA Press, Logipress, AMP en Van Gelderen) 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 reguliere inkoop prijs 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 D 2. Indien door een uitgever een andere dan genoemde grossiers wordt gebruikt, dient betreffende verspreider ter beoordeling aan NMO te worden voorgelegd. NMO zal vervolgens een uitspraak doen omtrent het al dan niet mogen beschouwen van betreffende verspreider als grossier in de zin van dit artikel.

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 (verkoop prijs gelijk aan of hoger dan 25% van de advies prijs).

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 verkoop prijs dient tenminste gelijk aan of hoger dan 25% van de advies prijs 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 inkoop prijzen. 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 inkoop prijs van de betreffende grossier (a), verkooppunt (b) dan wel de advies prijs (c en d), dienen te worden verantwoord in de categorie D2.3 'Gratis oplage'.

CATEGORIE 2:

Categorie D2.1: Losse verkoop bruto De aantallen verspreid ten behoeve van de losse verkoop volgens de voorwaarden van categorie D1.2 waarbij echter **geen sprake is van het recht op retour**, worden onder deze categorie (D2.1 Losse verkoop bruto) gerapporteerd.

Categorie D2.2: Overige betaalde oplage

Hieronder wordt begrepen de overige betaalde verspreiding, die niet onder een van de eerder genoemde categorieën kan worden gerapporteerd (onder andere incidentele betaalde print bulkleveringen) waarbij een inkoop prijs voor de partij waar de uitgever de betaling van ontvangt wordt gehanteerd die gelijk is aan, of hoger ligt dan 25% van de advies prijs.

Categorie D2.3: Gratis oplage

De gratis oplage betreft alle onbetaalde (bruto) verspreiding. Hieronder worden tevens begrepen de (bruto) aantallen overige betaalde oplage tegen een inkoop prijs die lager ligt dan 25% van de advies prijs en gratis incidentele of gratis reguliere print bulkleveringen. Onder gratis oplage vallen ook de aantallen die al of niet gevraagd, gratis aan een eind-gebruiker, **waarvan NAW-gegevens beschikbaar zijn, worden verspreid. Per eindgebruiker (NAW) kan maximaal één exemplaar van de titel als gratis oplage worden verantwoord.**

Onder gratis oplage zijn ook begrepen: gratis personeelsabonnementen, zogenaamde 'ruilabonnementen' en vaste verspreiding onder relaties, indien de NAW-gegevens van betreffende individuele 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 abonnements prijs en de aantallen die worden verkocht tegen een inkoop prijs die lager ligt dan 25% van de advies prijs. Bewijsnummers worden ook in deze

categorie D2.3 gerapporteerd.

Gratis oplage waarvan geen individuele NAW gegeven of geldstroom bekend is bij de uitgever kunnen alleen in categorie D2.3 gratis oplage verantwoord worden als de uitgever voldoet aan de documentatievereisten zoals uiteengezet in het protocol 'Gratis oplage', welke hieronder is opgenomen. NMO geeft geen waarborgen voor ontvangst door de eind gebruiker, maar het NMO keurmerk richt zich slechts op de betrouwbaarheid van de **bruto**-uitzet van aantallen aan de distributieagent/eindgebruikers.

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

Ten behoeve van de validatie van het print bereiksonderzoek verzoekt NMO 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) opmerking veld specificeren. Deze aanvullende gegevens dienen enkel voor **interne NMO controledoeleinden** en zullen dus niet in de NMO publicaties zichtbaar worden en tot een verzwarende van accountantscontroles leiden.

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 'GRATIS OPLAGE'

Opname van oplage onder de categorie D2.3 'Gratis oplage' is slechts toegestaan indien aan alle onderstaande documentatievereisten wordt voldaan. De eisen in dit protocol gelden niet voor bruto losse verkoop, gerichte gratis oplage (max 1 exemplaar) obv verzending naar individuele NAW gegevens en overige **betaalde oplage <25%** van de adviesprijs.

1. Aansluiting per verschijningsdatum 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. (bijv. door middel van kwijtingdocumenten). Zorg in geval van eigen distributie en/of ontbreken van kwijtingsdocumentatie voor alternatieve overtuigende bewijsvoering dat de exemplaren (in bulk) daadwerkelijk zijn afgeleverd.
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 bovengenoemde bewijsdocumentatie is het essentieel dat inzicht wordt gegeven in de **verspreiding** van de exemplaren.

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

BIJLAGE NMO OPLAGEFORMULIER DAGBLADEN 2026

NMO | NATIONAAL
MEDIA
ONDERZOEK

OPLAGEFORMULIER DAGBLADEN



Titel

Uitgeverij

Verschijntx per jaar

Meetperiode kwartaal jaar

Aantal verschenen nummers in meetperiode

GEMIDDELTE gedrukte oplage per nummer

OEMIDDELTE aantallen per verschijningsdatum/editie in meetperiode	Print Binnenland	Print Buitenland	Print Totaal
D1.1 Betaalde (meervoudige) abonnementen			
D1.2 Losse verkoop netto			
TOTAAL BETAALDE GERICHTE OPLAGE			
D2.1 Losse verkoop bruto			
D2.2 Overige betaalde oplage			
D2.3 Gratis oplage			
TOTAAL VERSPREIDE OPLAGE			

Specificatie gratis abonnementen tbv NMO validatie van bereikcijfers

In het formulier rapporteert u bij categorie D2.3 Gratis oplage de totaal gemiddelden conform de definities voor gratis oplage. NMO vraagt miv 2017 - tbv de validatie van het print bereiksonderzoek - om een verdere detaillering van deze categorie D2.3 Gratis oplage. U wordt verzocht om in het opmerkingsveld hieronder de aanvullende details (gemiddeld aantal exemplaren) van de gratis abonnementen (<25%) te specificeren. Alvast bedankt voor uw medewerking. Neem voor vragen contact op met NMO.

Let op! Deze specificatie is slechts voor intern gebruik bij NMO en leidt niet tot een verzwaaring van de accountantscontrole.

OPMERKINGEN

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

Wij verwerken uw persoonsgegevens conform het privacy-beleid van NMO. Zie de privacy verklaring op www.nationaalmediaonderzoek.nl

DIRECTIE*

Bedrijfsnaam

Persoonsnaam

Handtekening

* Let op: directie dient formulier te ondertekenen

Datum

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

NMO | NATIONAAL
MEDIA
ONDERZOEK

HNK AMSTERDAM ZUIDOOST
BURGEMEESTER STRAMANWEG 108-S
1101 AA AMSTERDAM

E EMMANUELLE.SWART@NATIONAALMEDIAONDERZOEK.NL
T +31 (0)20 820 44 34
W NATIONAALMEDIAONDERZOEK.NL