

# INHOUD

---

<b>1</b>	<b>AANMELDEN EN OPZEGGEN</b>	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>WERKWIJZE</b>	<b>5</b>
<b>3</b>	<b>GEBRUIK HOI KEURMERK</b>	<b>7</b>
<b>4</b>	<b>DEFINITIES ALGEMEEN</b>	<b>9</b>
<b>5</b>	<b>DEFINITIES</b>	<b>14</b>



# HANDLEIDING HOI

Deze handleiding 2010 Versie 1 is van toepassing vanaf de oplageverklaringen 1e kwartaal 2010. Voor de meest actuele definities en voorwaarden wordt verwezen naar de HOI internetsite ([www.hoi-online.nl](http://www.hoi-online.nl)). De belangrijkste wijzigingen ten opzichte van voorgaand jaar hebben betrekking op:

- Losse verkoop (1.6/1.7);
- E-paper meervoudige abonnementen (1.8/1.9);
- Verschijningsfrequentie bulkleveringen (1.8/1.9);
- Niet verspreide oplage.

Voor de losse verkoop is de definitie aangepast voor losse verkoop via internet rechtstreeks aan eindconsumenten. De definitie voor bulkleveringen is aangepast voor de toepassing door E-papers. De tabel voor de verschijningsfrequentie van bulkleveringen die bepaalt of er sprake is van regulier danwel incidentele leveringen is aangepast. In de online applicatie is een veld opgenomen voor de niet verspreide oplage.

HOI heeft ook een controleprotocol opgesteld ten behoeve van de accountants die betrokken zijn bij de controle van de jaarlijkse oplageverantwoordingen en de accountantscontrole bij de 1e aanmelding van een titel. In het protocol zijn aanwijzingen en aandachtspunten opgenomen voor deze accountants. Het controleprotocol is een complementair document waarin geen 'nieuwe' voorwaarden/definities zijn opgenomen.

## 1. AANMELDEN EN OPZEGGEN DEELNAME HOI

HOI verzamelt en publiceert vier keer per jaar kwartaalcijfers van aangesloten titels. Een keer per jaar verzamelt en publiceert HOI de gecertificeerde jaarcijfers van aangesloten titels. Dat zijn de oplagecijfers over het afgelopen jaar per titel die door een openbare accountant (RA/AA) zijn gecontroleerd (zoals bedoeld in artikel 393, eerste lid van Boek 2 van het Burgerlijk Wetboek).

### Aanmelden

Een uitgeverij kan iedere titel in Nederland voor deelname aan de oplageregistratie en publicatie door HOI aanmelden bij HOI. Deelname aan de oplageregistratie is vanaf het begin van ieder kwartaal (1-01, 1-04, 1-07 en 1-10) mogelijk en betreft minimaal één jaar en wordt automatisch steeds met een jaar verlengd.

### Aanmelden E-paper

- Om een E-paper in aanmerking te laten komen voor de HOI oplagepublicatie, dient de gedrukte uitgave aangesloten te zijn bij het HOI. Voor de opname van een E-paper in de oplagepublicatie moet schriftelijk een ten opzichte van de gedrukte versie additionele aanmelding bij het HOI worden ingediend. Bij de eerste aanmelding dient door de uitgever een

goedkeurend assurance-rapport bij de eerste kwartaalopgave te worden overlegd aan het HOI;

- HOI dient permanente toegang tot de E-paper te krijgen. Betreffende toegang dient bij aanmelding te worden toegekend;
- De voor de gedrukte oplage verantwoordelijke uitgever is tegenover HOI tevens verantwoordelijk voor de opgave van de E-paper aantallen.

### Procedure aanmelding

Aanmelding van een titel geschiedt door middel van het invullen en insturen van het deelnameformulier. Het deelnameformulier is te downloaden van de HOI site ([www.hoi-online.nl](http://www.hoi-online.nl)). Voor het aanmelden van een E-paper bestaat een apart deelnameformulier. Na ontvangst van het ingevulde deelnameformulier ontvangt de uitgeverij een factuur voor de deelnamekosten en het entreebedrag. De deelnamekosten per titel zijn afhankelijk van de totaal verspreide oplage (binnenland en buitenland) van de titel. Als basis geldt de gecertificeerde jaaroplage van het laatst bekende kalenderjaar. Wanneer het een titel in de aanmeldprocedure betreft, zal de hoogte van de deelnamekosten worden gebaseerd op de totaal verspreide oplage van het gecertificeerde kwartaal. De deelnamekosten per titel dienen na aanmelding jaarlijks te worden betaald. Voor E-paper geldt naast een entreebedrag een vast deelnamebedrag, onafhankelijk van de oplage. Ook ontvangt de uitgeverij een formulier voor het assurance-rapport 'eerste aanmelding' ter zake van de controle van de kwartaalcijfers die voor de aanmelding nodig zijn. De uitgeverij dient op basis daarvan een oplageverantwoording te overleggen over het kwartaal zoals vermeld op het deelname/aanmeldingsformulier, inclusief een goedkeurend assurance-rapport door een openbare (RA/AA) accountant (zoals bedoeld in artikel 393, eerste lid van Boek 2 van het Burgerlijk Wetboek). Het aanmeldingskwartaal dient te liggen in het jaar waarvan nog geen gecertificeerde jaarcijfers door HOI gepubliceerd zijn. Opname van de gecertificeerde jaarcijfers in HOI-rapportages (zowel op internet als in het jaarboek) is pas mogelijk zodra de oplage van de vier kwartalen conform de HOI definities aan HOI gerapporteerd zijn.

Na goedkeuring van HOI op de accountantscontrole 'eerste aanmelding' en na ontvangst van betaling van de verschuldigde bedragen, ontvangt de uitgeverij van HOI een schriftelijk akkoord op de aanmelding voor deze titel. Vanaf ontvangst van dit akkoord mag de uitgever voor betreffende titel gebruik maken van het HOI Keurmerk. **Titels die zich nog in de aanmeldingsprocedure bevinden, mogen nog geen HOI keurmerk gebruiken**, maar worden opgenomen in het overzicht 'Titels in aanvraagprocedure'. Indien de titel een jaar na de aanmeldingsdatum nog niet definitief is aangesloten bij HOI, vervalt de aanvraag tot deelname en wordt de

---

titel verwijderd uit het overzicht 'Titels in aanvraag-procedure'. Er bestaat geen recht op restitutie van de kosten.

De eerste publicatie van kwartaalcijfers kan naar keuze van de uitgeverij worden gebaseerd op de door de accountant gecontroleerde kwartaalcijfers die bij de aanmelding zijn opgegeven of op het daaropvolgend kwartaal. Opname van een titel in de publicatie van de gecertificeerde jaarcijfers is pas mogelijk indien de oplagen in vier aaneengesloten kwartalen in een jaar conform de HOI definities aan de hand van het kwartaalformulier gerapporteerd zijn. Titels die zich na het eerste kwartaal hebben aangesloten zullen in het betreffende jaar niet opgenomen worden in de HOI rapportage inzake de gecertificeerde oplagecijfers over het hele jaar.

Zie voor het gebruik van het HOI keurmerk hoofdstuk 3.

#### **Overname titel**

Bij overname van een titel gaat de HOI deelname automatisch over op de nieuwe uitgever. De overnemende uitgeverij dient voor de voortzetting administratiekosten te betalen. De verplichtingen voortvloeiende uit de deelname aan de oplageregistratie die op de vorige uitgeverij rusten gaan door de voortzetting automatisch op de overnemende uitgeverij over. De nieuwe uitgever is verantwoordelijk voor het indienen van de kwartaalopgave over het kwartaal waarin de overname heeft plaatsgevonden. De voormalig uitgever is verplicht tot het laten certificeren door haar accountant van de reeds ingediende kwartalen. In geval de nieuwe uitgeverij de deelname niet wil voortzetten dan dient hij de deelname op te zeggen conform de opzeggingsregeling zoals hieronder bepaald.

Indien de nieuwe uitgever de deelname aan HOI wenst te beëindigen en de 'oude' uitgever wenst dat de reeds gepubliceerde kwartaaloplagen in de rapportages van HOI terzake het betreffende jaar niet worden verwijderd, dienen betreffende kwartaalopgaven door een openbare accountant te worden gecertificeerd.

#### **Herdeelname/naamswijziging titel**

Een uitgeverij die na opzegging opnieuw wil deelnemen dient opnieuw het entreebedrag te betalen. Dit (her)-entreebedrag geldt eveneens voor titels die 'tijdelijk' niet hebben deelgenomen aan de opgave zonder dat een opzegging heeft plaatsgevonden. Wanneer een titel van naam verandert zal ter dekking van de kosten administratiekosten in rekening worden gebracht.

#### **Opzeggen**

Uitgeverijen die een titel niet langer willen laten deelnemen, dienen HOI hiervan per aangetekende brief vóór 1 juli van een kalenderjaar te informeren.

De deelname wordt beëindigd per 1 januari van het jaar dat op de opzegging volgt. De titel is in het jaar van opzegging nog lid van HOI en dient zich te houden aan de HOI voorwaarden en verplichtingen. De uitgeverij dient voor deze titel de kwartaal- en de gecertificeerde jaarcijfers in dat jaar in te dienen. De laatste publicatie (de gecertificeerde jaarcijfers) vindt plaats in mei van het daaropvolgende jaar.

#### **Opheffen titel**

Indien een titel ophoudt te bestaan, blijven de verplichtingen verbonden aan de HOI deelname onverkort van kracht tot de laatste editie/verschijningsdatum. Voor het lopende kalenderjaar dienen de deelnamekosten voldaan te worden en bestaat geen recht op restitutie van de deelnamekosten.

## 2. WERKWIJZE

### Verplichtingen van de uitgeverij

Uitgeverijen van aangesloten titels leveren de oplagecijfers online aan via de HOI website volgens vastgestelde specificaties (conform definities) bij HOI. Een nieuwe uitgeverij ontvangt van HOI een eigen gebruikersnaam en wachtwoord. Hiermee krijgt de uitgeverij toegang tot een eigen afgeschermd gedeelte van de HOI-website, waarbij het kwartaal- en het jaarformulier online ingezonden kan worden. De uitgeverijen en accountants beschikken met deze handleiding over een schriftelijke instructie met heldere definities voor het online invullen en controleren van de oplagecijfers. Bovendien is er voor de accountantscontrole van de oplage-opgave een controleprotocol opgesteld. Dit protocol is te downloaden op de HOI website [www.hoi-online.nl](http://www.hoi-online.nl).

De HOI deelname brengt voor de uitgeverij o.a. de volgende verplichtingen ten aanzien van de opgave met zich mee:

- **Kwartaalcijfers:** Online inzenden ingevuld kwartaalformulier.
- **Jaarcijfers:** Online inzenden ingevuld jaarformulier. Het formulier met de jaarcijfers dient door een openbare (RA/AA) accountant (zoals bedoeld in artikel 393, eerste lid van Boek 2 van het Burgerlijk Wetboek) te worden gecertificeerd.
- **De uitgeverij is verplicht het HOI keurmerk voor de aangesloten titel af te beelden op de tariefkaart.**
- **Bewijsnummer:** Er dient elk kwartaal een bewijsnummer naar HOI gezonden te worden van de laatste editie (tijdschriften) cq verschijningsdatum (dagbladen) welke gerapporteerd wordt in het desbetreffende kwartaal.
- **Tariefkaart:** Gelijktijdig met het online inzenden van de gecertificeerde jaarcijfers dient een tariefkaart van het nieuwe jaar meegezonden te worden.
- **Definities en protocol:** Voldoen aan de documentatieverplichting zoals opgenomen in de definitieset en het bijbehorende protocol (zie hoofdstuk 'definities').

### Inlevertermijn

Iedere uitgeverij verplicht zich het oplageformulier binnen de gestelde termijn volledig op HOI-online ingevuld te retourneren. HOI is niet verplicht uitgeverijen te herinneren of aan te manen tot inzending. De uitgeverij levert elk kwartaal kwartaalcijfers en eenmaal per kalenderjaar de jaarcijfers aan die door een openbare accountant (RA/AA) zijn gecertificeerd. Voor elke titel dient het GEMIDDELDE oplagecijfer over de rapportageperiode aangeleverd te worden, uitgesplitst naar de categorieën die worden gehanteerd bij de aan te leveren gegevens. Ook dient het aantal edities/verschijningsdata van de titel in de betreffende periode te worden opgegeven.

De uiterste inleverdatum is 8 weken na het verstrijken van het kwartaal waarop de rapportage betrekking heeft. Deze datum wordt door HOI gecommuniceerd naar de uitgevers. **De uiterste inleverdatum van de jaarcijfers is 10 weken na het verstrijken van het jaar.**

De oplagecijfers die aan HOI zijn aangeboden, worden opgenomen in de publicatie van de kwartaal- of jaarcijfers, tenzij door of namens HOI wordt vastgesteld dat oplagecijfers niet juist zijn. Voorafgaand aan de publicatie ontvangt de uitgeverij per e-mail een bewijs van ontvangst. Een overzicht van de voorgenomen publicatie van de aangesloten titel(s) wordt op de afgeschermd pagina van de uitgever beschikbaar gesteld.

### Controle aansluiting kwartaalcijfers op jaarcijfer

De jaarcijfers worden door HOI berekend uit de kwartaalcijfers op basis van een gewogen gemiddelde, waarbij het aantal edities/verschijningsdata per kwartaal als wegingsfactor dient. HOI zal openbare mededeling doen van titels waarbij zich afwijkingen voordoen van het door de uitgeverij aangeleverde gecertificeerde jaarcijfer ten opzichte van het op bovenstaande wijze door HOI berekende jaarcijfer, voorzover deze afwijking groter is dan 2% van het jaarcijfer en het verschil meer dan 200 exemplaren betreft (basis totaal verspreide oplage binnenland en buitenland).

### Review op toegepaste accountantscontroles

Op maximaal 5% van de aangesloten titels vindt door een accountant namens HOI een review plaats op de kwaliteit van de uitgevoerde accountantscontrole van de opgegeven en gecertificeerde jaaroplagecijfers. Deze 5% is samengesteld uit titels aangewezen door HOI vanwege gereede twijfel over de juistheid van de aangeleverde (kwartaal- en/of jaar) oplagecijfers en aangevuld met op basis van deelwaarneming bepaalde titels. Bij gereede twijfel over de juistheid van de opgegeven kwartaalcijfers kunnen ook tussentijdse (accountants)controles door of namens HOI uitgevoerd worden.

Deze review namens HOI richt zich met name op:

- De juiste interpretatie en toepassing van de definities;
- De kwaliteit van de uitgevoerde accountantscontrole.

### Publicatie

De kwartaalcijfers worden een maand na de uiterste inleverdatum van de kwartaalcijfers gepubliceerd. De gecertificeerde jaarcijfers worden twee maanden na de uiterste inleverdatum van de jaarcijfers gepubliceerd. HOI heeft het recht om bij de publicatie per mediumgroep een verdere onderverdeling te maken. De oplagecijfers zijn vrij opvraagbaar op de website [www.hoi-online.nl](http://www.hoi-online.nl).

### **Abonnementen op HOI Kernrapporten**

Ook kan een abonnement worden afgesloten op de gedrukte HOI kernrapporten inclusief toegang tot de geavanceerde online opvraagmodule. Het opzeggen van een abonnement dient voor 1 juli voor het desbetreffende jaar aangetekend te gebeuren. Het abonnement wordt vervolgens beëindigd na het toesturen van de jaar-publicatie.

### **Tariefkaarten**

De aangesloten titels zijn verplicht het HOI keurmerk op de tariefkaart af te beelden. Het is alleen toegestaan een HOI oplage op de tariefkaart te vermelden indien vier aaneengesloten kwartalen en een gecertificeerd jaarcijfer door HOI gepubliceerd zijn. Anders dient verwezen te worden naar de HOI publicaties/website. De oplage die vermeld kan worden, dient het laatste gepubliceerde gecertificeerd jaarcijfer te zijn of het gewogen gemiddelde van de, op het moment van uitbrengen van de tariefkaart, vier recente kwartalen. Altijd dient de betreffende periode te worden vermeld en aangegeven te worden welke HOI oplagecategorie het betreft. Het is aan te bevelen om op de tariefkaart te verwijzen naar de officiële HOI website voor de meest actuele oplagecijfers.

### **Overige voorwaarden voor deelname**

- **Onjuiste opgave:** Indien het gewogen gemiddelde van de gepubliceerde kwartaalcijfers achteraf niet blijken overeen te stemmen met het door de accountant van de uitgeverij gecontroleerde jaarcijfer, of bij de review door de HOI-accountant blijkt dat de aangeleverde cijfers niet juist zijn of door HOI zelf onjuistheden worden geconstateerd, zal HOI daarvan openbare mededeling aan de markt doen. Bij een geconstateerde fout heeft HOI het recht het eerstvolgende kwartaal de titel door haar accountant te laten controleren. De hiermee gepaard gaande kosten komen voor rekening van de betrokken uitgeverij. Mochten de door de uitgeverij daarna aangeleverde kwartaalcijfers wederom niet juist blijken te zijn, dan wordt deze titel door HOI met onmiddellijke ingang opgezegd en zal HOI de markt hierover informeren. De oplagecijfers van de betreffende titel zullen niet worden gepubliceerd in de kwartaal- en/of jaarcijfers.
- **Niet of niet-tijdige opgave:** Indien de oplagecijfers voor een titel niet dan wel te laat worden aangeleverd, zullen deze cijfers niet in de desbetreffende publicatie worden opgenomen en zal daarvan in de publicatie melding worden gemaakt. Deze maatregel laat onverlet de verplichting van de uitgeverij om alsnog de ontbrekende oplagecijfers aan te leveren. Voor het eerstvolgende kwartaal zullen deze oplagecijfers alsnog beschikbaar dienen te zijn.

- In het geval in één jaar een of meerdere keren niet of niet tijdig de kwartaalcijfers van een titel zijn aangeleverd, wordt de titel niet in de publicatie van de gecontroleerde jaarcijfers opgenomen, zonder dat hierdoor recht op restitutie van het deelnamebedrag ontstaat.
- In het geval in één jaar een of meerdere keren niet of niet tijdig de kwartaalcijfers van een titel zijn aangeleverd en in het geval niet of niet tijdig de door de accountant gecontroleerde jaarcijfers van een titel zijn aangeleverd, wordt door HOI schriftelijk de deelname van de titel per direct beëindigd. HOI zal de markt daarover informeren. De uitgeverij heeft voor de titel geen recht op restitutie van het deelnamebedrag.
- Bij de marketing van een titel mag verwezen worden naar de door HOI gepubliceerde oplagecijfers. Altijd dient de betreffende periode te worden vermeld en aangegeven te worden welke HOI oplagecategorie het betreft. Onjuiste weergave van oplagecijfers, al dan niet in combinatie met een verwijzing naar HOI, is verboden. Bij overtreding is de uitgeverij verplicht tot rectificatie op de door HOI aangegeven wijze.
- Het is uitgevers NIET toegestaan naar buiten te treden met een optelling van oplagecijfers E-paper en oplagecijfers print zonder de afzonderlijke oplagen te vermelden. Het publiceren van alleen printaantallen of E-paper aantallen is wel toegestaan.
- Bij herhaling van overtredingen van het bovenstaande of op andere wijze misbruik van de HOI oplagecijfers en/of deelname, is HOI gerechtigd de deelname van de titel per direct te beëindigen en/of andere passende maatregelen te nemen.
- Iedere deelnemer onderschrijft het streven van HOI naar publicatie van correct verantwoorde oplagecijfers van de deelnemende titel. Iedere deelnemer zegt medewerking toe bij het controleren, certificeren en publiceren van de oplagecijfers van de deelnemende titel.
- Iedere aangesloten uitgever is verplicht tot het meewerken aan reviews van de uitgevoerde accountantscontroles indien haar titel hiertoe wordt geselecteerd.
- HOI zal zich inzetten de rubricering van de oplagecijfers en alle publicaties vanuit HOI te laten plaatsvinden volgens de eisen van goed vakmanschap en zal bij de publicatie de nodige zorgvuldigheid betrachten.
- Aanmelding bij HOI houdt in dat de deelnemer toestemming geeft de merknamen en titels van de

---

uitgeverij te gebruiken in het kader van de werkzaamheden van HOI, waaronder opname in de toepasselijke categorieën van de publicaties van de kwartaal- en jaarcijfers, in overige publicaties en in persberichten.

- HOI is niet aansprakelijk voor de schade als gevolg van druk- en zetfouten alsmede rekenfouten, voor de gevolgen van het niet publiceren van de kwartaal- en/of jaarcijfers van een titel en noch voor het onthouden van het recht om het HOI keurmerk te gebruiken. HOI aanvaardt wettelijke verplichtingen tot schadevergoeding slechts voor zover deze het maximum van vijftienduizend euro's niet te boven gaat. Vergoeding van indirecte schade, waaronder gevolgschade en gederfde winst, is daarbij uitgesloten.
- Verspreidingsvormen welke niet onder één van de oplagecategorieën zijn onder te brengen dienen vooraf schriftelijk met HOI afgestemd te worden alvorens opname in de oplageverantwoording geoorloofd is.

### 3. GEBRUIK HOI KEURMERK

Ter bescherming van het HOI keurmerk tegen onbevoegd gebruik, is het HOI keurmerk op 16 januari 2003 als collectief merk bij het Benelux Merkenbureau gedeponeerd op naam van de Stichting HOI Keurmerk & Logo. Dit is vergezeld gegaan van een afzonderlijk reglement op gebruik en toezicht. Het reglement kan worden opgevraagd op de website van HOI ([www.hoi-online.nl](http://www.hoi-online.nl)). De Stichting HOI Keurmerk & Logo is opgericht met het doel het houden van toezicht op het gebruik van het HOI Keurmerk. Het reglement gaat in op het gebruik van het HOI Keurmerk bij titels van de aangesloten uitgeverijen indien en voor zover is voldaan aan de voorwaarden en verplichtingen zoals in deze handleiding bepaald.

#### **Gebruik van het HOI Keurmerk**

De uitgeverij gebruikt het HOI keurmerk voor de aangesloten titel op de wijze zoals hierna verder bepaald, na de eerste kwartaalopgave aan de hand van het assurance-rapport, betaling van de deelnamekosten en het entreebedrag en na ontvangst van de schriftelijke bevestiging van HOI dat de titel is geaccepteerd.

#### **Verval van gebruik op het HOI Keurmerk**

##### **Vrijwillige opzegging:**

Na opzegging door de uitgeverij van de deelname van een titel vervalt het recht op het gebruik van het HOI Keurmerk per 31 december van het jaar waarin is opgezegd.

##### **Niet nakomen van de verplichtingen door de uitgeverij**

Indien naar aanleiding van controles dan wel op andere wijze blijkt dat de verplichtingen door de uitgeverij niet, niet tijdig en/of niet deugdelijk worden nagekomen, zal HOI het bestuur van Stichting HOI Keurmerk & Logo daarvan op de hoogte stellen.

De Stichting HOI Keurmerk & Logo zal naar aanleiding van de melding door HOI zoals hiervoor bedoeld, de uitgeverij schriftelijk in gebreke stellen en een redelijke termijn gunnen om alsnog aan de verplichting op deugdelijke wijze te voldoen.

Indien de uitgeverij niet binnen de door de Stichting HOI Keurmerk & Logo gestelde termijn alsnog haar verplichtingen is nagekomen, heeft de Stichting de bevoegdheid om het gebruik van het HOI keurmerk met onmiddellijke ingang in te trekken. Indien de Stichting van deze bevoegdheid gebruik maakt, ontvangt de uitgeverij daarvan schriftelijk bericht.

De Stichting HOI Keurmerk & Logo heeft de bevoegdheid zonder in gebreke stelling het gebruik met onmiddellijke ingang in te trekken, in het geval een

---

tijdige en/of deugdelijke nakoming van de verplichtingen niet meer mogelijk is. Indien bijvoorbeeld de betreffende (kwartaal- dan wel jaar-) cijfers reeds gepubliceerd zijn.

Het gebruik van het HOI keurmerk eindigt met ingang van de dagtekening van het bericht van de Stichting HOI Keurmerk & Logo, dan wel op de einddatum die in dat bericht is genoemd. De uitgeverij waarbij het gebruik van het HOI keurmerk aldus wordt beëindigd, zal het gebruik van het keurmerk per genoemde datum staken. HOI en de Stichting HOI Keurmerk & Logo zijn niet aansprakelijk voor de schade die de uitgeverij mocht ondervinden als gevolg van het niet meer kunnen gebruiken van het keurmerk HOI.

### **Uitvoering van HOI Keurmerk**

Het HOI Keurmerk onderscheidt de volgende uitvoeringen van het HOI Keurmerk:

1. Print
2. Print ongeadresseerd

Alle bij HOI aangesloten titels hanteren het HOI Keurmerk 'Print', behalve indien **75% of meer van de verspreide oplage gerapporteerd wordt in categorie 3 'Totaal overige oplage'** (niet meetbaar tot de eindgebruiker). Dan wordt het keurmerk 'Print ongeadresseerd' aan de titel toegekend.

Voor E-paper uitgave bestaat geen afzonderlijk keurmerk.

De uitgeverij is verplicht het juiste HOI keurmerk voor zijn titel(s) te gebruiken. De door de accountant gecertificeerde jaaropgave is de basis voor het vaststellen welk keurmerk gevoerd dient te worden voor het daaropvolgende jaar. Voor elke titel wordt eenmaal per jaar vastgesteld welk HOI keurmerk van toepassing is. Voor nieuwe titels geldt de gecontroleerde oplageverantwoording van het eerste volle kwartaal. Iedere titel houdt het hele jaar hetzelfde keurmerk.

### **Jaartal**

In het keurmerk is het jaartal afgebeeld van het jaar van de tariefkaart van de aangesloten titel. Het keurmerk is voor de invoerder op de HOI-website op de afgeschermdede pagina van de uitgever beschikbaar

### **Tariefkaart**

De uitgeverij heeft de verplichting het HOI Keurmerk met het juiste jaartal op te nemen op de tariefkaart van de aangesloten titel.

### **Colofon**

De uitgeverij heeft het recht het HOI Keurmerk op te nemen in het colofon van de aangesloten titel. **Het is niet toegestaan om het HOI keurmerk in het colofon te combineren met oplagecijfers.** Voor de oplagecijfers

mag slechts verwezen worden naar officiële HOI publicaties, de HOI website of naar de tariefkaart van de betreffende titel.

### **Keurmerk voor andere doeleinden**

Wanneer een uitgeverij voor een titel het HOI Keurmerk voor andere doeleinden wenst te gebruiken (zoals bijvoorbeeld in mailings of advertenties), dan dient voorafgaand schriftelijke goedkeuring door HOI te worden verstrekt.

## 4. DEFINITIES ALGEMEEN

### Wat is een Titel

#### Algemeen

Een titel is een in gebundelde vorm verschijnende publicatie (tijdschrift/dagblad/jaaruitgave/gids), met telkens gelijklopende titel en herkenbare vormgeving. Het bevat redactionele informatie en in vele gevallen advertenties. Een titel wordt door of namens de uitgever verspreid.

#### Verbijzondering

Voor supplementen/bijlagen, specials, afwijkende 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 door de uitgever supplementen/bijlagen, specials, afwijkende 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 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.

### 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.

Variabelen	Supplement/ bijlage (bij moedertitel)	Extra nummer (Special)	Identiek nummer (ander formaat)	Regionale edities en edities t.b.v. een specifieke doelgroep (tijdschriften)
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 editie/verschijningsdatum)</b>	<b>Oplage rapportage bij moedertitel</b>	<b>Oplage van regionale titels combineren</b>
<b>Conclusie t.a.v. HOI-keurmerk</b>	<b>HOI-keurmerk niet opnemen</b>	<b>HOI-keurmerk mag opgenomen worden</b>	<b>HOI-keurmerk mag opgenomen worden</b>	<b>HOI-keurmerk opnemen met vermelding strekking</b>

- III Moet exacte replica zijn. Toevoegingen als 'pocket-uitgave 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/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 edities/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 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

- 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 HOI. Het HOI-keurmerk mag alleen gebruikt worden voor de specifiek aangemelde titel. Op de tariefkaart dient duidelijk te worden aangegeven welke titel bij HOI is aangesloten en welke oplage dit betreft.
- Zogenaamde 'light versions' en dagblad magazines van dagbladen dienen als afzonderlijke titel beschouwd te worden.

- Zondagedities van dagbladen worden beschouwd als afzonderlijke titel.
- Buitenlandedities kunnen worden beschouwd als regionale editie.

#### Tijdschrift

Een uitgave welke naar het oordeel van het bestuur van HOI – gelet op het spraakgebruik en de geldende opvattingen in de kringen van pers en publiciteit in Nederland – moet worden aangemerkt als een tijdschrift. De verspreiding van een deel van een tijdschrift (een of meerdere katernen) dient als een aparte titel te worden gezien. Derhalve dient deze nieuwe titel apart te worden aangemeld bij HOI. Jaaruitgaven/gidsen en dagbladmagazines worden beschouwd als tijdschrift.

#### Dagblad

Een uitgave welke naar het oordeel van het bestuur van HOI – gelet op het spraakgebruik en de geldende opvattingen in de kringen van pers en publiciteit in Nederland – moet worden aangemerkt als een dagblad. Zondagedities van dagbladen worden beschouwd als een aparte dagblad titel.

#### E-paper

Onder E-paper wordt de digitale uitgave van een gedrukte titel verstaan dat online wordt verspreid, via een beeldscherm is te lezen en voldoet aan alle van de onderstaande voorwaarden.

- De E-paper is een exacte replica (zowel qua inhoud als lay-out) van een gedrukte titel die op elektronische wijze wordt gedistribueerd. De E-paper bevat dezelfde redactionele pagina's en advertenties, zowel in aantal als inhoud, als de gedrukte versie, waarbij in de E-paper gebruik mag worden gemaakt van de mogelijkheden van internet (enige uitzondering op 'exacte replica'). Het formaat van de E-paper advertentie/het redactionele artikel dient binnen het kader te liggen zoals opgenomen in de gedrukte versie. Om de mogelijkheden van internet tot uiting te laten komen dient door de lezer minimaal een actieve handeling te worden verricht (bijvoorbeeld een muisklik).
- Indien bij een gedrukte versie een redactionele 'insert' of supplement wordt toegevoegd dient deze tevens aan de E-paper te worden toegevoegd.
- De uitgavedatum van de E-paper ligt uiterlijk drie werkdagen na de uitgavedatum van de gedrukte versie.
- De verschijningsfrequentie van de E-paper en de gedrukte versie dienen gelijk te zijn.
- De adviesprijs ten behoeve van de losse verkoop respectievelijk de standaard abonnementsprijs van een E-paper bedraagt minimaal 25% van de adviesprijs respectievelijk standaard abonnementsprijs van de gedrukte versie.

- De prijs voor een gecombineerd abonnement voor zowel print als E-paper voor dezelfde periode (na eventueel verstrekte korting) dient minimaal 10% hoger te zijn dan de hoogste van de print-abonnementsprijs en E-paper abonnementsprijs voor de betreffende periode.

### **Definities en voorwaarden gedrukte titels versus E-paper**

De definities en voorwaarden voor de HOI-indeling zoals deze van toepassing zijn voor gedrukte titels gelden onverminderd voor de (indeling van de) E-papers. Eventuele aanvullende voorwaarden en/of afwijkingen zijn hieronder en/of bij de voorwaarden voor de categorieën vermeld. De print definities zijn tevens van toepassing op E-papers. Indien de definities en/of voorwaarden voor de gedrukte exemplaren en de E-paper conflicterend zijn, dient voor de E-paper de specifieke E-paper definitie te worden gehanteerd.

### **Gedrukte oplage**

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

### **BTW**

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

### **Inkoopprijs**

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

### **Adviesprijs**

Een door de uitgever vastgestelde (maximale) verkoopprijs waarvoor een titel zou moeten worden verkocht ('coverprijs'). Voor de E-paper kan een afwijkende adviesprijs gelden.

### **Actieprijs van uitgever**

Adviesprijs die voor een editie/verschijningsdatum lager is dan de reguliere adviesprijs op voorgaande vergelijkbare edities/verschijningsdata van een titel.

### **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.

### **Standaardprijs abonnement**

De in of op de titel vermelde hoogste abonnementsprijs, die geldt voor abonnees. Er dient hierbij onderscheid gemaakt te worden naar reguliere abonnementen en deelabonnementen.

### **Abonnee (abonnement)**

Een natuurlijk- of rechtspersoon die zich door aanmelding het recht heeft verzekerd van toezending van meer dan twee edities/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.

### **Deelabonnement (dagbladen)**

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

### **Wisselabonnement**

Wisselabonnement betreft een combinatie-abonnement op meerdere titels die afwisselend aan de eindgebruiker worden verstrekt.

### **Leesportefeuille (tijdschriften)**

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).

### **Abonnementen ten behoeve van 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.

### **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 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 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 de volgende tabel, dan mag betreffende levering als regulier worden aangemerkt.

### Verschijningsfrequentie:

- >300 keer per jaar
- 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

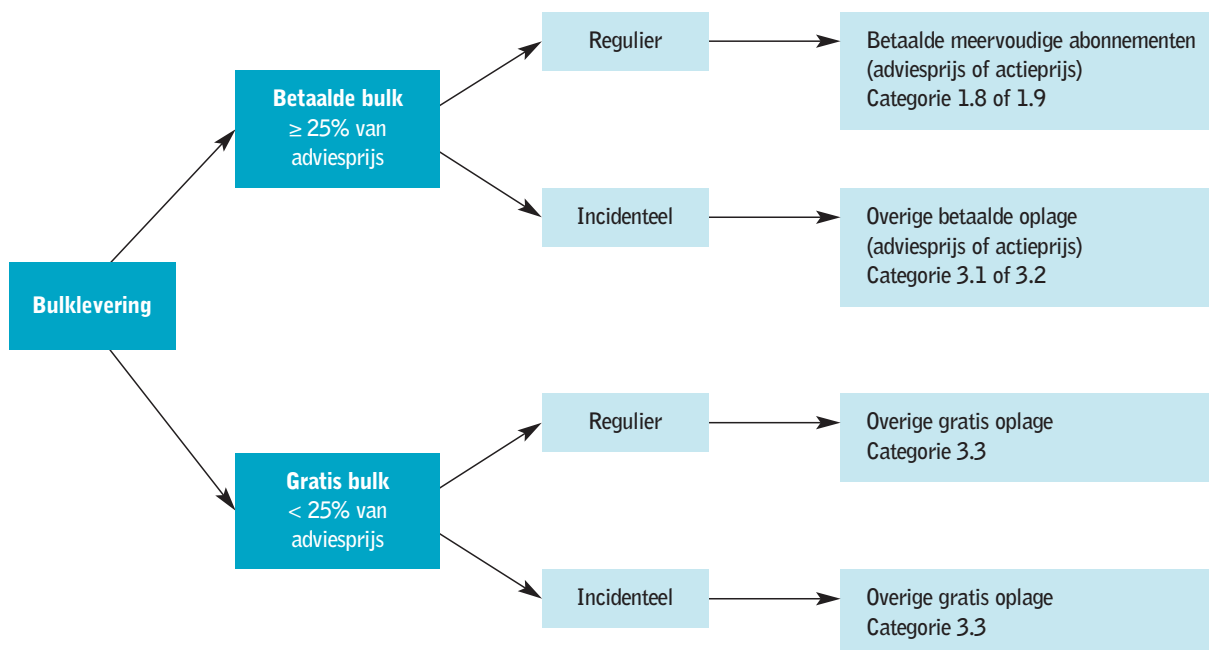
### Minimumcriterium

- 12 bulkleveringen per maand
- $x/360 * 12$  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
- n.v.t.

x = aantal verschijningsdata per jaar

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

### Schema classificeren bulkleveringen



---

### Tweede uitzet in losse verkoopkanaal

Elk exemplaar van een titel met een verschijningsdatum voor de huidige editie/verschijningsdatum 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/verschijningsdatum en kan daardoor nooit leiden tot optelling bij een ander kalenderjaar dan waarin de verschijningsdatum ligt. Reeds door het HOI gepubliceerde oplage-aantallen worden niet aangepast als gevolg van tweede uitzet.

### Nummers in de meetperiode

Hieronder worden verantwoord die nummers, edities/verschijningsdata, 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.

### Te verantwoorden E-paper aantallen

De te verantwoorden E-paper aantallen op het E-paper oplageformulier zijn het gemiddeld aantal gerechtigden/afnemers tot de in de meetperiode vallende verschijningsdata.

- Onderscheidt tussen binnen- en buitenland wordt voor E-paper niet gemaakt.
- In het geval een (rechts)persoon zowel een abonnement op de gedrukte versie als een abonnement op de E-paper heeft en daar **bewust** voor heeft moeten kiezen (m.a.w. afzonderlijke abonnementen zijn tevens mogelijk), zullen beide abonnementen mogen worden meegeteld in de betreffende categorieën, met uitzondering van Controlled Circulation (CC)-abonnementen.
- Gecombineerde CC-abonnementen mogen slechts als één abonnement worden meegeteld. Dit CC-abonnement dient in dat geval onder de geprinte oplage te worden verantwoord.
- Indien alleen een gecombineerd (E-paper + gedrukte versie) abonnement mogelijk is, dan dienen de aantallen te worden ontubbeld en verantwoord te worden onder de 'printoplage'.
- In geval van gecombineerde verkoop van gedrukte versie en E-paper dient de gecombineerde prijs te worden toegerekend naar de verhouding van de prijzen voor afzonderlijke abonnementen en

vervolgens vastgesteld te worden aan de hand van de reguliere definities in welke categorie desbetreffende abonnementen moeten worden verantwoord.

### Bewijsdocumentatie E-paper

Met betrekking tot de E-paper aantallen dient de uitgever de volgende bewijsdocumentatie beschikbaar te hebben:

- Een tabel per te onderscheiden E-paper categorie per verschijningsdatum met daarin de volgende gegevens:
  - Titel
  - Verschijningsdatum
  - Identiteit van de online abonnee (NAW-gegevens)
  - HOI-categorie
- De onderliggende gegevens per abonnement/losse verkoop dienen evenals voor de traditionele (CC-)abonnementen te kunnen worden overlegd.
- Alle verantwoorde oplagen dienen door middel van een betaling (van een abonnement) of een wilsverklaring (in geval van CC) te kunnen worden onderbouwd.
  - Voor de betaalde E-papers dient een aansluiting met de opbrengsten in de financiële administratie beschikbaar te zijn.
- Voor de CC-abonnees dient een wilsverklaring beschikbaar te zijn conform de daaraan gestelde eisen voor de printoplage.

## 5. DEFINITIES

### Niet verspreide oplage

De totaal verspreide oplage is per definitie lager dan de totaal gedrukte oplage. Archiefexemplaren/voorraden kunnen bijvoorbeeld niet verantwoord worden als verspreide oplage. De niet verspreide oplage dient bij het invoeren van de oplagecijfers online te worden verantwoord. In de rapportages van HOI en op de website van HOI 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, etcetera.

HOI onderscheidt de volgende hoofdcategorieën:

#### 1. TOTAAL BETAALDE GERICHTE OPLAGE

#### 2. TOTAAL GRATIS GERICHTE OPLAGE

#### 3. TOTAAL OVERIGE OPLAGE

#### 1+2+3= TOTAAL VERSPREIDE OPLAGE

### CATEGORIE 1: TOTAAL BETAALDE GERICHTE OPLAGE

#### Categorie 1.1: Betaalde abonnementen (standaardprijs)

Hieronder worden begrepen de aantallen reguliere abonnementen die worden geleverd tegen een tarief dat gelijk is aan, of hoger ligt dan 50% van de standaard abonnementsprijs, met uitzondering van abonnementen die vallen onder rubriek 1.3 deelabonnementen (n.v.t. tijdschriften) en 1.4 lidmaatschapsabonnementen.

Levering van meer dan één abonnement, maar maximaal drie abonnementen per abonneerhouder vallen ook onder deze categorie. 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.

Voor het classificeren van bulkleveringen wordt verwezen naar hoofdstuk 4 'Definities Algemeen'.

Indien de uitgeverij bij het uitblijven van betaling na de

opvolgende gelijke abonnementsperiode de verzending niet heeft gestaakt, dient deze verspreiding gerekend te worden onder de categorie 2.2 'Gerichte gratis oplage'. De betalingsachterstand dient berekend te worden uitgaande van drie maanden na afloop van de abonnementsperiode. In de praktijk betekent dit bijvoorbeeld bij een kwartaalabonnement dus maximaal zes maanden, omdat normaliter vooruitbetaald dient te worden (uiteraard moet de titel wel bezorgd blijven worden).

#### Categorie 1.2: Betaalde abonnementen (actieprijs)

Hieronder worden begrepen de abonnementen conform 1.1 die worden geleverd tegen een tarief dat ligt tussen 25% en 50% van de standaard abonnementsprijs. Abonnementen die vallen onder rubriek 1.3 'Deelabonnementen' (n.v.t. tijdschriften) en 1.4 'Lidmaatschapsabonnementen' kunnen niet worden verantwoord onder categorie 1.2.

Levering van meer dan één abonnement, maar maximaal drie abonnementen per abonneerhouder vallen ook onder deze categorie. In geval van 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 voorzover 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.

Voor het classificeren van bulkleveringen wordt verwezen naar hoofdstuk 4 'Definities Algemeen'.

Indien de uitgeverij bij het uitblijven van betaling na de opvolgende gelijke abonnementsperiode de verzending niet heeft gestaakt, dient die verspreiding gerekend te worden onder de categorie 2.2 Gerichte gratis oplage. De betalingsachterstand dient berekend te worden uitgaande van drie maanden na afloop van de abonnementsperiode. In de praktijk betekent dit bijvoorbeeld bij een kwartaalabonnement dus maximaal zes maanden, omdat normaliter vooruitbetaald dient te worden (uiteraard moet het titel wel bezorgd blijven worden).

Indien de abonnementsprijs lager ligt dan 25% van de standaard abonnementsprijs dienen de aantallen te worden verantwoord in de categorie 2.2: 'Gerichte gratis oplage' respectievelijk categorie 3.3 'Overige gratis oplage' in geval van bulkleveringen. Indien abonnementsprijs E-paper lager is dan 25% van de standaard E-paper abonnementsprijs dan wordt deze verspreiding niet meegeteld.

### **Categorie 1.3: Deelabbonementen (Tijdschriften n.v.t.)**

Hieronder worden begrepen de aantallen deelabbonementen die worden geleverd tegen een tarief dat gelijk is aan, of hoger ligt dan 25% van de standaard abonnementsprijs (betaling zie 1.1.). Het betreft bijvoorbeeld zaterdagabonnement, maandagabonnement, vrijdagabonnement of weekendabonnement (zaterdag- en maandagkrant).

Berekening van het te verantwoorden aantal: Gemiddeld aantal deelabbonementen vermenigvuldigt met 1/6 bij deelabonnement van één dag of vermenigvuldigt met 2/6 bij een weekendabonnement. Zondagedities worden als een aparte titel beschouwd.

Indien de abonnementsprijs lager ligt dan 25% van de standaard abonnementsprijs voor deelabbonementen, dienen de aantallen te worden verantwoord in categorie 2.2: 'Gerichte gratis oplage'.

### **Categorie 1.4: Lidmaatschapsabbonementen (E-paper n.v.t.)**

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 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. Omroepbladen vallen niet in deze categorie, maar worden gerapporteerd bij betaalde abonnementen.

### **Categorie 1.5: Leesportefeuilles en Leestafels (Dagbladen en E-paper n.v.t.)**

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 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 3.3 'Overige gratis oplage' of, indien de NAW-gegevens van de leesportefeuille-abonnees bij de uitgever bekend zijn cq ter beschikking gesteld worden aan de certificerende accountant, onder categorie 2.2 '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 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 3.3 'Overige gratis oplage'.

Zogenaamde hotelexemplaren, gratis op de kamers ter beschikking gestelde exemplaren, kunnen dus niet in deze categorie worden verantwoord, maar dienen verantwoord te worden in categorie 3 'Totale overige oplage'.

### **Categorie 1.6 en 1.7: Losse verkoop netto**

De losse verkoop (netto) betreft:

- Verkoop door uitgever aan grossiers
- Verkoop door uitgever rechtstreeks aan verkooppunten (dagbladen)
- Verkoop door uitgever rechtstreeks aan detaillist (tijdschriften)
- Verkoop door uitgever rechtstreeks aan eindconsument.
- Verkoop via internet aan eindconsumenten.

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

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.

### **Categorie 1.6: Losse verkoop netto tegen adviesprijzen**

**Ad a en b. Verkoop door uitgever aan grossiers en rechtstreeks aan verkooppunten (dagbladen)**

Betreft aantallen verkocht aan grossiers (Aldipress, Betapress, MailMerge, IMA Press, Logipress, AMP en Van Gelderen) dan wel bij dagbladen rechtstreeks aan de verkooppunten tegen een inkoopprijs voor de partij waar de uitgever de betaling van ontvangt, die gelijk is aan of hoger is dan 50% 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 3.

Indien door een uitgever een andere dan genoemde grossiers wordt gebruikt, dient betreffende verspreider ter beoordeling aan HOI te worden voorgelegd. HOI 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 detaillist (tijdschriften)**

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 50% van de reguliere inkoopprijs van de betreffende detaillist, **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 3.

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 3.

#### **Ad d. 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 hoger dan 50% van de adviesprijs).

#### **Ad e. Verkoop via internet 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 dient ten minste gelijk aan of hoger dan 50% van de adviesprijs te zijn.

#### **Categorie 1.7: Losse verkoop netto tegen actieprijzen van de uitgever**

##### **Ad a en b. Verkoop door uitgever aan grossiers en rechtstreeks aan verkooppunten (dagbladen)**

Betreft aantallen verkocht aan grossiers (Aldipress, Betapress, MailMerge, IMA Press, Logipress, AMP en Van Gelderen) dan wel bij dagbladen rechtstreeks aan de verkooppunten tegen een inkoopprijs voor de partij waar de uitgever de betaling van ontvangt die ligt tussen 25% en 50% 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 3.

Indien door een uitgever een andere dan genoemde grossiers wordt gebruikt, dient betreffende verspreider ter beoordeling aan HOI te worden voorgelegd. HOI 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 detaillist (tijdschriften)**

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 ligt tussen 25% en 50% van de reguliere inkoopprijs van de betreffende detaillist, **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 3.

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 3.

#### **Ad d. 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 tussen 25% en 50% van de adviesprijs).

#### **Ad e. Verkoop via internet 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 dient ten minste hoger dan 25% en lager dan 50% van de adviesprijs te zijn.

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 (d en e), dienen te worden verantwoord in de categorie 2.2.

---

'Gerichte gratis oplage. Indien losse verkoopprijs E-paper lager is dan 25% van de adviesprijs E-paper dan wordt deze verspreiding niet meegeteld.

### **Categorie 1.8: Betaalde meervoudige abonnementen (adviesprijs)**

Hieronder worden begrepen de aantallen regulier betaalde bulkleveringen die worden geleverd tegen een tarief dat gelijk is aan, of hoger ligt dan 50% van de standaard abonnementsprijs. Voor definities betaald/gratis en reguliere/incidentele bulkleveringen zie hoofdstuk 4 'Definities Algemeen'.

In geval van meervoudige E-paper abonnementen dient uiteraard aan alle voorwaarden van meervoudige abonnementen te worden voldaan, met de volgende aanvullingen:

- Individuele abonnementen die deel uitmaken van het meervoudige abonnement moeten identificeerbaar zijn
- Identificeerbaar wil zeggen dat sprake is van een inlogcode per individueel abonnement (m.a.w. minimaal 4 inlogcodes), het verstrekken van de PDF (of vergelijkbaar format) aan individuele e-mail-adressen binnen het meervoudige abonnement of een vergelijkbaar concept (afhankelijk van de verspreidingssystematiek van de E-paper).
- Geldstroom terzake 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.

### **Categorie 1.9: Betaalde meervoudige abonnementen (actieprijs)**

Hieronder worden begrepen de aantallen regulier betaalde bulkleveringen die worden geleverd tegen een tarief dat hoger of gelijk is aan 25% en lager is dan 50% van de standaard abonnementsprijs. Voor definities betaald/gratis en reguliere/incidentele bulkleveringen zie hoofdstuk 4 'Definities Algemeen'.

In geval van meervoudige E-paper abonnementen dient uiteraard aan alle voorwaarden van meervoudige abonnementen te worden voldaan, met de volgende aanvullingen:

- Individuele abonnementen die deel uitmaken van het meervoudige abonnement moeten identificeerbaar zijn
- Identificeerbaar wil zeggen dat sprake is van een inlogcode per individueel abonnement (m.a.w. minimaal 4 inlogcodes), het verstrekken van de PDF (of vergelijkbaar format) aan individuele e-mailadressen binnen het meervoudige abonnement of een vergelijkbaar concept (afhankelijk van de verspreidingssystematiek van de E-paper).
- Geldstroom terzake 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.

## **CATEGORIE 2: TOTAAL GRATIS GERICHTE VERSPREIDING**

### **Categorie 2.1: 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. Fysieke ondertekening van de wilsverklaring kan vervangen worden door het beantwoorden van een gepersonaliseerde vraag door de abonnee en/of door middel van het aanklikken van een separaat (digitaal) toegezonden persoonlijke digitale activeringscode na het aanvragen van het CC-abonnement. 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 hoofdde 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. Ongeldige, dan wel niet tot de doelgroep behorende wilsverklaringen, moeten in mindering worden gebracht op het totaal getelde aantal verklaringen. In geval van een CC E-paper abonnement dient dit expliciet uit de wilsverklaring te blijken.

### **Categorie 2.2: Gerichte gratis oplage (E-paper n.v.t.)**

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 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 naleveringen vallen niet in deze categorie.

Bewijsnummers worden wel in deze categorie 2.2 gerapporteerd.

### **CATEGORIE 3: TOTAAL OVERIGE OPLAGE**

Oplage-aantallen in de categorie 3.3 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.

HOI 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 distributie-agent/eindgebruikers.

#### **Categorie 3.1: Losse verkoop bruto (adviesprijs) en overige betaalde oplage (adviesprijs) (E-paper n.v.t.)**

De aantallen verspreid ten behoeve van de losse verkoop volgens de voorwaarden van categorie 1.6 waarbij echter geen sprake is van het recht op retour worden onder deze categorie gerapporteerd.

Tevens wordt de overige betaalde verspreiding die niet onder een van de eerder genoemde categorieën kan worden gerapporteerd (onder andere incidentele betaalde bulkleveringen) in deze categorie verantwoord, indien een inkoopprijs voor de partij waar de uitgever de betaling van ontvangt wordt gehanteerd die gelijk is aan, of hoger ligt dan 50% van de adviesprijs.

#### **Categorie 3.2: Losse verkoop bruto (actieprijs) en overige betaalde oplage (actieprijs) (E-paper n.v.t.)**

De aantallen verspreid ten behoeve van de losse verkoop volgens de voorwaarden van categorie 1.7 waarbij echter geen sprake is van het recht op retour worden onder deze categorie gerapporteerd.

Tevens wordt de overige betaalde verspreiding die niet onder een van de eerder genoemde categorieën kan worden gerapporteerd (onder andere incidentele betaalde bulkleveringen) in deze categorie verantwoord, indien een inkoopprijs voor de partij waar de uitgever de betaling van ontvangt wordt gehanteerd die gelijk is aan, of hoger ligt dan 25%, maar lager dan 50% van de adviesprijs.

#### **Categorie 3.3: Overige gratis oplage (E-paper n.v.t.)**

De overige gratis oplage betreft alle onbetaalde verspreiding, met uitzondering van verspreiding door middel van Controlled Circulation (2.1) en Gerichte gratis oplage (2.2). Hieronder worden tevens begrepen de aantallen overige betaalde oplage tegen een inkoopprijs die lager ligt dan 25% van de adviesprijs en gratis incidentele of gratis reguliere bulkleveringen. De totaal verspreide oplage is per definitie lager dan de totaal gedrukte oplage. Archiefexemplaren/voorraden kunnen bijvoorbeeld niet verantwoord worden als verspreide oplage.

#### **PROTOCOL 'OVERIGE GRATIS OPLAGE'**

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

1. Aansluiting per verschijningsdatum in aantallen tussen drukoplage en verspreiding.  $\text{Drukoplage} = \text{totaal verspreide oplage} + \text{niet verspreide oplage}$
2. Bewijs ten aanzien van uitgezette aantallen:
  - Een overzicht per editie/verschijningsdatum 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 distributie-organisatie, 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 dat betreffende beurs is geweest;
- Bewijs dat uitgever op betreffende beurs heeft gestaan (huurovereenkomst ten aanzien van een stand);
- 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;
- Etc., etc.



## TIJDSCHRIFTEN KWARTAALFORMULIER

<b>Titel</b>
<b>Uitgeverij</b>
<b>Verschijnt</b> <b>x per jaar</b>
<b>Meetperiode</b> <b>kwartaal</b> <b>Jaar</b>
<b>Aantal verschenen nummers in meetperiode van kwartaal</b>
<b>GEMIDDELDE gedrukte oplage per nummer</b>

<b>GEMIDDELDE aantallen per nummer</b>	<b>Binnenland</b>	<b>Buitenland</b>	<b>TOTAAL</b>
1.1 Betaalde abonnementen (standaardprijs)			
1.2 Betaalde abonnementen (actieprijs)			
1.3 N.v.t.			
1.4 Lidmaatschapsabonnementen			
1.5 Leesportefeuilles + Leestafels			
1.6 Losse verkoop (adviesprijs)			
1.7 Losse verkoop (actieprijs)			
1.8 Betaalde meervoudige abonnementen (adviesprijs)			
1.9 Betaalde meervoudige abonnementen (actieprijs)			
<b>1 = TOTAAL BETAALDE GERICHTE OPLAGE</b>			
2.1 Controlled Circulation			
2.2 Gerichte gratis oplage			
<b>2 = TOTAAL GRATIS GERICHTE OPLAGE</b>			
3.1 Overige betaalde oplage (adviesprijs)			
3.2 Overige betaalde oplage (actieprijs)			
3.3 Overige gratis oplage			
<b>3 = TOTAAL OVERIGE OPLAGE</b>			
<b>1 + 2 + 3 = TOTAAL VERSPREIDE OPLAGE</b>			

<b>OPMERKINGEN</b>

<b>VERKLARING</b> Deze oplagespecificatie is opgesteld met inachtneming van de definities zoals vastgelegd in de Handleiding van HOI.	
<b>DIRECTIE*</b>	
Bedrijfsnaam	
Persoonsnaam	
Handtekening	Datum
* Let op: directie dient formulier te ondertekenen	

**Instituut voor Media Auditing**  
Van Heuven Goedhartlaan 937 // 1181 LD Amstelveen  
Postbus 314 // 1180 AH Amstelveen  
T (020) 661 3626 // F (020) 661 4089  
E info@hoi-online.nl // I www.hoi-online.nl

**LET OP: GELIJKTIJDIG MET HET INZENDEN VAN HET KWARTAALFORMULIER DIEN EEN BEWIJSNUMMER MEEGEZONDEN TE WORDEN VAN DE LAATSTE EDITIE WELKE GERAPPORTEERD WORDT IN HET DESBETREFFENDE KWARTAAL.**



## DAGBLADEN KWARTAALFORMULIER

<b>Titel</b>
<b>Uitgeverij</b>
<b>Verschijnt</b> <b>x per jaar</b>
<b>Meetperiode</b> <b>kwartaal</b> <b>Jaar</b>
<b>Aantal verschenen nummers in meetperiode van kwartaal</b>
<b>GEMIDDELDE gedrukte oplage per nummer</b>

<b>GEMIDDELDE aantallen per nummer</b>	<b>Binnenland</b>	<b>Buitenland</b>	<b>TOTAAL</b>
1.1 Betaalde abonnementen (standaardprijs)			
1.2 Betaalde abonnementen (actieprijs)			
1.3 Deelabonnementen			
1.4 Lidmaatschapsabonnementen			
1.5 N.v.t.			
1.6 Losse verkoop netto (adviesprijs)			
1.7 Losse verkoop netto (actieprijs)			
1.8 Betaalde meervoudige abonnementen (adviesprijs)			
1.9 Betaalde meervoudige abonnementen (actieprijs)			
<b>1 = TOTAAL BETAALDE GERICHTE OPLAGE</b>			
2.1 Controlled Circulation			
2.2 Gerichte gratis oplage			
<b>2 = TOTAAL GRATIS GERICHTE OPLAGE</b>			
3.1 Losse verkoop bruto + overige betaalde oplage (adviesprijs)			
3.2 Losse verkoop bruto + overige betaalde oplage (actieprijs)			
3.3 Overige gratis oplage			
<b>3 = TOTAAL OVERIGE OPLAGE</b>			
<b>1 + 2 + 3 = TOTAAL VERSPREIDE OPLAGE</b>			

<b>OPMERKINGEN</b>

<b>VERKLARING</b> Deze oplagespecificatie is opgesteld met inachtneming van de definities zoals vastgelegd in de Handleiding van HOI.	
<b>DIRECTIE*</b>	
Bedrijfsnaam	
Persoonsnaam	
Handtekening	Datum
* Let op: directie dient formulier te ondertekenen	

**Instituut voor Media Auditing**  
Van Heuven Goedhartlaan 937 // 1181 LD Amstelveen  
Postbus 314 // 1180 AH Amstelveen

T (020) 661 3626 // F (020) 661 4089  
E info@hoi-online.nl // I www.hoi-online.nl

**LET OP: GELIJKTIJDIG MET HET INZENDEN VAN HET KWARTAALFORMULIER DIENT EEN BEWIJSNUMMER MEEGEZONDEN TE WORDEN VAN DE LAATSTE EDITIE WELKE GERAPPORTEERD WORDT IN HET DESBETREFFENDE KWARTAAL.**