

2011-04-16

MALLDOKUMENT

Avtal mellan Förlag/tidskrift och mediebyrå avseende förmedling av annonser i digitala och tryckta tjänster och produkter samt övriga samarbeten.

Mellan *Förlaget/Tidskriften* (nedan kallad *Tidskriften*) med organisationsnummer _____, och *Mediebyrån* (nedan kallad *Byrån*) med organisationsnummer _____, har idag tecknats följande avtal beträffande förmedling av annonser i digitala och tryckta tjänster och produkter samt övriga samarbeten.

§1.

Mediebyrån agerar på uppdrag av en annonsör som vill annonsera/samarbeta med Tidskriften i någon av dess reklamkanaler. Byrån bokar annonsplats i kommission för namngiven annonsörs räkning eller enligt fullmakt som ombud för namngiven annonsörs räkning.

§2.

En bokning av annonsutrymme skall alltid innehålla minst följande information.

- Annonsörens namn
- Annonsidentifikation som kampanj eller produkt
- Om annonsutrymmet köps i kommission eller enligt fullmakt
- Ordernummer
- Annonsformat och ev. placeringar
- Införingsdagar/utgåvor/exponeringar eller motsvarande
- Annonsens bruttokostnad enligt prislista
- Annonsens nettokostnad efter avdrag för överenskomna rabatter och andra ersättningar
- Ev. kompletterande överenskommelser eller anvisningar.

§3

Tidskriftens orderbekräftelse skall alltid innehålla minst följande information.

- Annonsörens namn
- Annonsidentifikation som kampanj eller produkt
- Ordernummer
- Annonsformat och ev. placeringar
- Införingsdagar/utgåvor/exponeringar eller motsvarande
- Annonsens bruttokostnad enligt prislista
- Annonsens nettokostnad efter avdrag för överenskomna rabatter och andra

ersättningar
Ev. kompletterande överenskommelser eller anvisningar

Vid avvikelser i orderbekräftelsen skall Byrån utan dröjsmål meddela Tidskriften detta.

I de fall Byrån agerar som ombud för en viss Annonsör skall Byrån översända en skriftlig fullmakt i original till Tidskriften.

Byrån ansvarar i förhållande till Tidskriften såsom för egen skuld för fullgörandet av avtal som ingåtts i kommission eller som ombud genom Byråns försorg.

Byrån äger inte rätt att låta annan än i bokningen angiven annonsör använda bokad annonsutrymme.

§4.

För avtal om köp av annonsutrymme gäller Tidskriftens allmänna villkor för avtal om annonsutrymme, bilaga 1, samt Tidskriftens prislista. Tidskriften förbehåller sig rätten att göra ändringar i de allmänna villkoren samt prislistan.

Tidskriften skall informera Byrån om förändringar i villkor och priser. Byrån ansvarar för att inhämta informationen och förmedla den vidare till Annonsören.

För avtal om förmedling av annonser i digitala och tryckta tjänster och produkter samt övriga samarbeten gäller också de särskilda villkor som följer av de eventuella årsavtal som Tidskriften tecknat med Annonsören.

§5

Vid bokning från Byrå utgår en generell Byråersättning om ___% baserad på överenskomet nettopris efter avdrag för samtliga rabatter och andra ersättningar utom Byråersättningen.

Alternativt.

Vid bokning från Byrå utgår en Byråersättning, baserad på överenskomet nettopris efter avdrag för samtliga rabatter och andra ersättningar utom Byråersättningen, villkorad enligt följande.

___% i hanteringsersättning avseende bokning, fakturering, administration samt övrig hantering.

___% i informationsersättning avseende insamling av information rörande Tidskriftens prislistor och bokningsinformation, utgivningsplaner, ev. temanummer etc samt möten med Tidskriften.

___% i kreditersättning mot bankgaranti eller motsvarande säkerhet.

___% i kassarabatt mot betalning inom ___ dagar.

Samtliga rabatter och andra ersättningar skall redovisas på fakturor från Tidskriften

§6.

Tidskriften fakturerar Byrån löpande för de annonsinföranden som varit införda i Tidskriften.

Fakturor som avser annonsutrymme som Byrån förmedlat i kommission utställs och skickas till Byrån. Fakturor som avser annonsutrymme som Byrån köpt som ombud för annonsör utställs och skickas till Annonsören med kopia till Byrån. Byrån äger ej rätt att, utan skriftligt godkännande från Tidskriften, överlåta betalningsansvar på annan.

Tidskriftens faktura skall minst innehålla följande information:

- Annonsörens namn
- Annonsidentifikation som kampanj eller produkt eller liknande
- Ordernummer
- Införingsdagar/utgåvor och ev. placeringar
- Annonsformat
- Överenskommet pris
- Moms
- Specifikation av samtliga rabatter och ersättningar

Tidskriftens faktura skall vara betald senast ____ dagar efter fakturadatum. Vid betalning senare än denna dag debiteras dröjsmålsränta med ____% per månad.

§7

Avtalet gäller från avtalets undertecknande med ____ månaders ömsesidig uppsägningstid. Uppsägning från någondera part skall i samtliga fall ske skriftligen. Om avtalet upphör att gälla ansvarar Byrån för fullgörandet av de avtal om annonsköp som bokats av Byrån.

Tidskriften äger rätta att säga upp avtalet till omedelbart upphörande om Byrån försatts i konkurs, ställt in sina betalningar, vid upprepade tillfällen betalat sent eller om Tidskriften befarar att Byrån inte kommer att fullgöra sina skyldigheter enligt detta avtal. Byrån är inte befriad från sitt ansvar enligt detta avtal för redan gjorda bokningar som skett före uppsägningen.

§8

Samtliga tvister med anledning av förevarande avtal skall slutligt avgöras enligt Handelskammarens Skiljeråds regler för förenklat skiljeförfarande. Skiljeförfarandet skall äga rum i _____.

Tidskriften äger rätt att vända sig till allmän domstol för att erhålla betalning för förfallen fordran enligt detta avtal.

Detta avtal har upprättats i två exemplar, varav parterna tagit var sitt exemplar.

Ort och datum

Ort och datum

För Tidskriften

För Byrån

Namn

Namn

Bilaga 1: Allmänna villkor för annonsering i Tidskriften

Kommentarer:

§3

Tänk på att ställa krav på mediebyrån om tydlighet när det gäller bokning/önskemål om placeringar. Be dem därför att precisera dessa i sin bokningsorder. Det är alltid enklare om en eventuell placering finns med redan från början och att byrån i sitt underlag specificerar eventuellt placeringstillägg.

§5

Du kan välja att ge en generell ersättning alternativt välja att villkora ersättningen. Om du väljer det senare krävs en prestation för att ersättningen skall utgå. För att exempelvis informationsersättning skall utgå måste mediebyrån låta dig som tidskrift ha möjlighet att lämna information. Här bör man kanske specificera antal möten per år och vad de bör innehålla, kanske med en uppgjord agenda. Tänk på att dessa möten måste kunna skapa mervärde och ny kunskap hos Byrån. Det är exempelvis inte att enbart presentera priser och nya räckviddstal utan snarare redaktionell utveckling, kreativa annonslösningar och nya affärsmöjligheter för annonsörer.

När det gäller kassarabatten bör man avtala om att den endast utgår om betalning skett i enlighet med överenskomna betalningsvillkor. Tänk på att utforma detta på ett logiskt och enkelt sätt och att stämma av med din ekonomiavdelning. Säkert finns bra exempel att hämta från andra branschkolleger och mediebyråer.

§6

Sveriges Mediebyråer och Sveriges Annonsörer har tagit fram rekommendationer för samarbetet mellan annonsörer och mediebyråer. Som tidskrift bör du ta hänsyn till relevanta delar av dessa rekommendationer när du skriver avtal. Viktigast är frågan om transparens i redovisningen av ersättning och rabatter. På din faktura skall alltså samtliga rabatter och ersättningar tydligt redovisas.

§8

Skriv in i avtalet vilken handelskammare som skall hantera skiljeförfarandet samt var det skall ske. Mer info om handelskamrarna finns på <http://www.cci.se/se/Handelskamrarna/>