

Förslag till avtal mellan tidskrift och extern annons säljare

Mellan *Tidskriften* med organisationsnummer _____, och *Annonssäljaren* med organisationsnummer _____, har idag tecknats följande avtal beträffande annonsförsäljning för *Tidskriften*.

§ 1

Annonssäljaren har enligt detta avtal ensamrätt att bedriva annonsförsäljning för *Tidskriften* från och med den _____. Avtalet innebär att provision på bokning som gjorts av *Annonssäljaren* för alla annonser och bilagor efter den _____ tillfaller *Annonssäljaren*. Undantag för detta redovisas i § 4

.

§ 2

Annonssäljaren är skyldig att på ett korrekt och affärsmässigt sätt tillvarata *Tidskriftens* intressen.

§ 3

Tidskriften har rätt att avböja publicering av annonser och bilagor som man av juridiska, etiska, policy- eller affärsmässiga skäl anser olämpliga. *Tidskriftens* ansvarige utgivare har rätt enligt Tryckfrihetsordningen att vägra införa annonser.

Annonssäljaren är skyldig att i god tid underrätta utgivaren om annonser som är juridiskt eller etiskt tveksamma.

§ 4

Ersättning utgår inte till *Annonssäljaren* för annonser gällande *Tidskriftens* egen verksamhet och följande företag: _____ med vilka *Tidskriften* har samarbetsavtal. Liknande avtal kan träffas av *Tidskriften* om *Annonssäljaren* och *Tidskriften* kommer överens om detta. Provision utgår inte heller på bokningar som gjorts av annan extern part innan detta avtal tecknats.

§ 5

Annonspriser samt rabattnivåer bestäms av *Tidskriften* i samråd med *Annonssäljaren* senast den _____ för nästkommande år.

§ 6

Annonssäljaren skall tillämpa gällande prislister men har rätt att lämna rabatter utan tillstånd från *Tidskriften*, så länge avvikelserna från prislister inte är större än ____%. Vid större rabatter skall *Annonssäljaren* inhämta medgivande från *Tidskriften*.

§ 7

Inför varje årsskifte presenterar *Annonssäljaren* ett förslag till annonsförsäljningsbudget och marknadsplan för godkännande av *Tidskriften*.

Tidskriften skall fortlöpande meddela *Annonssäljaren* om upplageutvecklingen.

§ 8

Annonssäljaren skall om så påkallas vara representerad vid redaktionsmöte före varje nummer, utan kostnader för *Tidskriften*. Om omfattande arbete, som ligger utanför uppdragets art skall göras av *Annonssäljaren*, har *Annonssäljaren* rätt till ersättning som överenskommes mellan parterna.

§ 9

Annonssäljaren ansvarar för att bokningslista finns hos ansvarig på redaktionen senast ____dagar/veckor före materiallämning och att redaktionen hålls kontinuerligt informerad om bokningsläget.

Annonsförsäljning kan pågå så länge som chefredaktören ger sitt medgivande. Annonsmaterial skall skickas till redaktionen men *Annonssäljaren* skall vara behjälplig med att driva in materialet om problem uppstår.

§ 10

Provision betalas ut för bokningar som gjorts av *Annonssäljaren* och som publicerats, fakturerats och betalats av kunden. Provisionen beräknas enligt nedan.

Bilagor: ____ %

Annonser: ____ %

Provisionen beräknas på försäljningsnetto, d v s efter avdrag för rabatter och förmedlingsprovisioner.

§ 11

Fakturering av Annonssörer sker av *Tidskriften* med a) ____ dagar som betalningsvillkor.

Annonssäljaren skall skicka faktureringsunderlag med orderbekräftelser till *Tidskriften* senast dag före utgivning.

Tidskriften lämnar senast veckan efter tidningens distribution underlag för provisionsavräkning till *Annonssäljaren*. Underlaget är erhållet försäljningsnetto, d v s efter avdrag för rabatter och förmedlingsprovisioner.

Annonssäljarens faktura förfaller till betalning tidigast b) ____ dagar efter utgivningsdag.

Slutavräkning mellan *Tidskriften* och *Annonssäljaren* görs c) ____ dagar efter förfallodag. Provisioner för sådana fakturor som kunden inte betalat i tid vid avräkningstillfället, betalas till *Annonssäljaren* utan dröjsmål när likvid erlagts.

Tidskriften är skyldig att skapa nödvändiga kravrutiner. Åtgärder för indrivande av förfallna fakturor skall diskuteras mellan parterna. *Annonssäljaren* skall bistå *Tidskriften* med att ringa och kräva utstående belopp.

§ 12

Annonssäljaren svarar för alla kostnader såsom _____ i samband med annonsförsäljning.

Tidskriften svarar för alla kostnader efter godkännande gällande _____ som föreslås av *Annonssäljaren*.

Tidskriften svarar också för kostnader för mellan parterna överenskomna undersökningar och körningar från undersökningsinstitutet/n: _____

§ 13

Avtalet gäller tills vidare. Ändringar i detta avtal skall vara skriftliga för att vara gällande.

Uppsägningstiden är ____ månader före respektive kalenderårs utgång. Vid försummelse kan avtalet sägas upp omgående. Efter uppsägning är *Annonssäljaren* skyldig att meddela *Tidskriften* om annonsförsäljningsbudgeten inte hålls.

Sägs avtalet upp har *Annonssäljaren* rätt till provisionen på alla bokade annonser som är skriftligt bekräftade under avtalstiden. Sådan provision utbetalas i enlighet med § 9 och 10.

§ 14

Det kundregister som *Annonssäljaren* erhåller från *Tidskriften* och som fortlöpande uppdateras tillhör *Tidskriften*.

§ 15

Annonssäljaren skall lämna försäljningsrapporter till *Tidskriften* på begäran.

§ 16

Annonssäljaren är skyldig att informera *Tidskriften* om nya försäljningsuppdrag som *Annonssäljaren* planerar att åta sig.

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

Ort och datum

Tidskriften

Annonssäljaren

Kommentarer och tips inför avtalsskrivandet

Detta avtal är endast ett förslag till hur ett avtal kan se ut. Det viktiga är att man hittar ett bra avtal som passar både *Tidskriften* och *Annonssäljaren*. Läs även igenom kommentarerna nedan till varje paragraf som kan ge dig värdefull input till ditt avtal.

Observera att i § 1, 4, 5, 6, 10, 11, 12 och 13 krävs individuella överenskommelser mellan parterna.

§ 1

Om ordet ensamrätt eller exklusiv används, innebär det i realiteten att *Annonssäljaren* får provision på alla annonser oberoende hur dessa bokas. Är det förhandlingsbart? Finns det anledning att undanta vissa delar som ex.vis webb, events etc. Kom ihåg att avtala om hur bilagor skall behandlas eftersom ni har kostnader för porto och tryck.

§ 2

Finns det anledning att bli mer konkret? Ska det finnas en separat bilaga till detta avtal om hur *Annonssäljaren* ska agera mot kund som representant för ditt företag. Bör det finnas ett sekretessavtal mellan er och *Annonssäljaren*?

§ 3

För att förenkla och förtydliga vad som gäller rekommenderas att du tar fram en annonspolicy för aktuell tidskrift och som biläggs detta avtal.

§ 4

Många tidningar och organisationer har samarbetsavtal, sponsorer, som går under specialavtal. Om nya sådana avtal ingås under avtalet skall detta ske i samförstånd med *Annonssäljaren*.

§ 6

Det är viktigt att hitta incitament och rutiner för att hålla rabattnivåer på en så låg nivå som möjligt. Att en säljare lämnar höga rabatter kan bero på kunskaps- eller kompetensbrist; att man inte på ett professionellt sätt kan argumentera för tidskriften. Ett sätt att hantera delar av detta är att inte betala ut eller minska provisionssatsen för bokningar som görs över en avtalad rabattnivå.

§ 8

Att avtala om en närvaroplikt vid redaktionella möten kan kännas obekvämt för *Annonssäljaren*. Ett bättre alternativ kan vara att man beslutar om x antal protokollförda möten under året. Glöm inte att försöka skapa en kreativ och löpande dialog mellan tidskriften och *Annonssäljaren* där båda parter får värdefull input till att vidareutveckla ”affären” och samarbetet.

§ 9

Det bör vara tydligt hur långt Annonssäljarens ansvar går när det gäller att hantera annonsmaterial. Gå igenom processen internt samt med *Annonssäljaren* och förtydliga vid behov i avtalet.

§ 10

Provision för annons säljare sker på många olika sätt. Ett sätt kan vara att man efter en trappstegsmodell sätter provisionssatsen, exempelvis 1 miljon = 23 %, 1,5 miljoner = 25 %, 2 miljoner 30 %. Vissa har fast provision oavsett resultat. Provision plus fast ersättning för administration är ytterligare en modell.

§ 11

Vanliga betalningsrutiner är i fall a) 30 dagar, b) 40 dagar och c) 60 dagar.

Avtala eventuellt separat för hur bilagor skall faktureras. Liksom under § 9 behöver man i detalj gå igenom ansvarsfördelning när det gäller förfallna fakturor.

I vissa fall överenskommer man att *Annonssäljaren* själv fakturerar kunderna. Se i så fall till att du får tillgång till det underlag som ligger till grund för *Annonssäljarens* fakturor. Tänk också på att du kan få betala en administrativ avgift för detta samt eventuellt även för en riskpremie för eventuella kreditförluster som *Annonssäljaren* kan råka ut för.

§ 12

Exempel på kostnader kan vara prislistor, massutskick, portokostnader, representation, etc. Exempel på undersökningar kan vara läsvärdesundersökningar och Obs-mätningar. Exempel på körningar kan vara typ RM (Reklam Mätningar) och Sesame (Orvesto).

§ 13

Var noga med att tänka igenom vilka möjligheter du vill ha att säga upp avtalet. Inte sällan handlar det om att *Annonsförsäljaren* av olika anledningar inte presterar vad som förväntats. Det kan då vara klokt att skriva in ett konkret prestationskrav utöver ett årsmål. Ett exempel kan vara; ”Om överenskommen annons budget inte nås inom ramen för - XX% över en sammanhängande period om X nummer, ges möjlighet för endera part att säga upp avtalet med en månads uppsägningstid”.

Efter att avtalet sagts upp är det extra viktigt att det är noga reglerat vad som skall gälla mellan parterna under uppsägningstiden. Exempel på frågeställningar som kan kräva reglering är: Hur lång tid framåt ska *Annonssäljaren* få fortsätta sälja? Vill *Tidskriften* att en ny annons säljare skall börja sälja parallellt under uppsägningstiden? Hur undviker du att *Annonssäljaren* under uppsägningstiden ger ”oskäligen” rabatter (se § 6).

§ 15

Se till att ni löpande, kanske varje fredag, få en rapport om försäljning och inbokningsläge för tidskriften samt gärna vilka kunder som bearbetats. Observera att rapporten inte ska vara alltför detaljerad och ta för mycket säljtid i anspråk.