

***Ansvarig utgivares policy för annonser/annonsbilagor i Verbum ABs samtliga periodiska mediekkanaler: Kyrkans Tidning, Sändaren samt församlingsuppdrag med tillhörande webbsidor och andra kanaler.***

Grundläggande regler för annonsering i Verbum ABs publikationer finns i "Spelregler för press, radio och TV" utgiven av Pressens samarbetsnämnd, som sammanfattar de etiska regler vilka skall gälla publicistisk verksamhet.

Annonspolicyn för Verbum ABs publikationer är i grunden liberal. Det innebär att företaget i positiv anda prövar all annonsering. Ansvarig utgivare har dock rätt att vägra införa annonser som inte är förenliga med utgivarens allmänna policy, image, ideologiska grund, pressetiska regler eller tryckfrihetslagstiftning, utan att behöva ange skäl därför. Detta gäller både åsikts- och kommersiell annonsering, bland annat på grund av etiska aspekter kring speciella varor som alkohol och spel etc. Företaget kan också med hänsyn till de olika publikationernas läsare vädja till annonsörer att vara återhållsamma med utmanande budskap och/eller bilder.

- Vi tar inte in annonser som marknadsför speltjänster, inte heller alkohol och tobak, eller annonser med sexistiska anspelningar.
- Vi tackar även generellt nej till annonser – utan 90-konto – som uppmanar till insamling.
- Annonser med religiöst innehåll som inte stämmer överens med en bred kristen huvudinriktning kräver särskilt godkännande av ansvarig utgivare.
- Annonser som vänder sig till barn och unga kräver speciell uppmärksamhet.
- Erbjudanden om resor till länder som har pågående gränskonflikter eller där religiösa minoriteter förföljs publiceras ej. Kontakta oss för mer information.
- Erbjudanden om resor till länder med lågt pressfrihetsindex kräver särskilt godkännande av ansvarig utgivare.

Annonsbudskap med tvetydigt syfte ska inte förekomma. Begärd placering i anslutning till specifik redaktionell artikel, där till exempel annonsören är nämnd, medges inte.

### **Församlingsuppdrag:**

För våra tidningsuppdrag för enskilda församlingar, pastorat och andra kundtidningsuppdrag gäller samma som ovan, dessutom undanber vi all

åsiktsannonsering från partier och organisationer. Undantag kan göras för nomineringsgrupper i samband med kyrkoval.

Kontakta oss för mer information.

### **Annonsmärkning:**

Annonser skall också vara utformade så att de är lätt urskiljbara från redaktionellt material. Förväxling mellan redaktionellt material och reklambudskap skall ej kunna förekomma. Ansvarig utgivare kan utan särskild motivering kräva att annonser tydligt annonsmärks för att förväxling ej skall kunna ske. Annonsmärkning av helsidor sker enligt nedan:

**ANNONS**

**Denna sida är en annons från NN**

**ANNONS**

**ANNONS**

**Denna sida är en annons från NN**

**ANNONS**

Bården anpassas till annonsens storlek:

<b>Annonsens bredd</b>	<b>Bårdens höjd</b>	<b>Text</b>	
150mm–251mm		6mm	12p
	–149mm	5mm	10p

Ramen sätts med 0,5 pt linje. Bården kan göras som en ram eller en platta med negativ text. Vid utfallande tryck kan bården inkopieras med negativ eller positiv text. Typsnittet skall vara en grotesque; Franklin, Helvetica, Frutiger eller liknande. Ordet "annons" kan för icke-vinstdrivande organisationer utbytas mot "information".

### **Annonsregler för profilplats och åsiktsannonsering**

Särskilda regler gäller för annonsering som påverkar tidningens profil.

1. **Förstasidan:** För annonsering på publikationernas förstasida ställs ännu högre krav på ovan givna regler.
2. **Åsiktsannonsering:** Beträffande åsiktsannonsering hänvisas till de regler som står att läsa i "Spelregler för press, radio och TV".

## MÄRKNING AV ANNONSBLAGOR

**Reklamidentifiering** Läsarna skall, utan att tveka, redan vid ett hastigt påseende kunna skilja mellan framställning i tidning/tidskrift som härrör från redaktionen (redaktionellt material) och sådan framställning som har annan avsändare, dvs annonser eller annat av icke redaktionellt ursprung. Därför skall trycksaker som ibladas i Verbum ABs publikationer märkas enligt de normer som fastställts av TU.

Ansvarig utgivare bär ansvar för allt material som bifogas tidningen, även reklamibladningar. En komplett skiss/dummy av trycksaken skall därför vara tidningen tillhanda i god tid innan tryckstart, detta gäller samtliga ibladningar.

Grundregeln är att ibladningar skall utformas så att det tydligt framgår att det är fråga om reklam. Det skall också tydligt framgå vem som är budskapets avsändare.

Nedan följer åtgärder som skall/kan vidtas i kombination eller var för sig:

- Ibladningens omslagssidor skall ha en tydlig avsändare som markerar att det är fråga om reklam.
- Ibladningens utformning skall tydligt skilja sig från huvudtidningens och dess bilagors utformning gällande typsnittsval, rubrikutformning, spaltupbyggnad och layout.

**Annonsmärkning** I de fall där ibladningen är av ickekommersiell typ (t ex insamling eller information) skall ibladningen alltid annonsmärkas oavsett format. I de fall det är tveksamt om grundregeln ovan är uppfylld, skall ibladningen annonsmärkas. Ibladningar med redaktionellt innehåll och/eller ibladningar i formaten tabloid, mini-tabloid och magasin skall alltid annonsmärkas. Generellt gäller annonsmärkning på första och sista sidan i överkant, över hela sidan med en bård enligt nedan. Ibladningar tryckta på tidningspapper samt ibladningar med redaktionell text skall märkas på samtliga sidor.

### ANNONS

Hela denna bilaga är en annons från NN

### ANNONS

### ANNONS

Hela denna bilaga är en annons från NN

### ANNONS

Bården anpassas till trycksakens storlek:

Trycksakens bredd	Bårdens höjd	Text
300mm–397mm		8mm 14p
150mm–299mm		6mm 12p
–149mm		5mm 10p

Ramen sätts med 0,5 pt linje. Bården kan göras som en ram eller en platta med negativ text. Vid utfallande tryck kan bården inkopieras med negativ eller positiv text. Typsnittet

skall vara en grotesque; Franklin, Helvetica, Frutiger eller liknande. Ordet "annons" kan för icke-vinstdrivande organisationer utbytas mot "information".

### **Vilka sidor skall märkas?**

Annonsmärkning skall göras på samtliga sidor med redaktionell text. Undantag kan göras för följande:

- Rena annonssidor
- Då första sidan är utan avsändare, men övriga sidor är fulla med prissatta produkter, räcker det att omslagssidorna är markerade.

### **Bilagor med flera annonsörer**

Verbum AB kan efter slutet avtal acceptera bilagor med annonser förutsatt att:

- Bilagan är annonsmärkt enligt ovan.
- Huvudavsändaren klart och tydligt framgår.
- Annonsörerna i ibladningen stämmer med Verbum ABs annospolicy.
- Annonsörerna i fråga inte är konkurrerande tidningar.
- En dummy har levererats till tidningen i god tid innan tryckning av inbladningen.

### **Kopia av enhet:**

Ansvarig utgivare för Verbum ABs publikationer ansvarar för material som bifogas tidningen, även reklam-ibladningar. En komplett skiss/dummy av trycksaken skall därför vara Verbum tillhanda i god tid innan tryck av ibladningen.

PDF mailas till marknadschef [annika.waldenstrom@verbum.se](mailto:annika.waldenstrom@verbum.se) samt ansvarig utgivare för aktuell medietitel:

Kyrkans Tidning: [inger.wallin@kyrkanstidning.se](mailto:inger.wallin@kyrkanstidning.se)

Sändaren: [annika.ahlefeldt@sandaren.se](mailto:annika.ahlefeldt@sandaren.se).

Församlingsuppdrag: [sara.grant@verbum.se](mailto:sara.grant@verbum.se)

Vid frågor, kontakta marknadschef Annika Waldenström på tel 08-743 65 15