



TIDNINGSUTGIVARNA Vägledning transparensmeddelande

Observera: Denna vägledning syftar till att underlätta din process. Du som sponsor ansvarar för att göra korrekta deklarationer och ge fullständig information enligt förordning (EU) 2024/900.

1. Sponsor: [FÖRETAGSNAMN, e-postadress, postadress, etableringsort, registreringsnummer eller FÖR- och EFTERNAMN, e-postadress och ev. postadress].

Fyll i annonsörens företagsnamn och övriga efterfrågade uppgifter.

2. (Om aktuellt) Enhet som ytterst kontrollerar sponsorn: [FÖRETAGSNAMN, e-postadress, postadress, etableringsort, registreringsnummer eller FÖR- och EFTERNAMN, e-postadress och ev. postadress].

Fyll i den juridiska person (företag, organisation eller individ) som har det slutliga ägandet eller kontrollen över sponsorn. Detta är den enhet som står högst upp i ägarkedjan.

3. Enhet som betalar för det politiska reklammeddelandet: [FÖRETAGSNAMN, e-postadress, postadress, etableringsort, registreringsnummer eller FÖR- och EFTERNAMN, e-postadress och ev. postadress].

Ange den fysiska eller juridiska person som faktiskt tillhandahåller ersättningen, d.v.s. den part som står för de ekonomiska kostnaderna för det politiska reklammeddelandet.

4. Period under vilken det politiska reklammeddelandet är avsett att publiceras (t.ex. från datumet för reklamstart till datumet för valdag): [Från startdatum till slutdatum].

Ange start- och slutdatum för publiceringen av ditt politiska reklammeddelande. Ange den period då reklammeddelandet är avsett att publiceras för allmänheten, i samtliga kanaler och oavsett publicist eller plattform.

5. De sammanlagda beloppen och det sammanlagda värdet av andra förmåner som erhållits av tillhandahållarna av politiska reklamtjänster för det politiska reklammeddelandet (t.ex. "skolfrågan", "säkerhet", "ekonomi", "en allmän uppmaning att rösta på visst parti" oavsett kanal/publicist/media): [Totalt budgeterat belopp och valuta, om inte annonsören angett att annan metod använts för beräkningen, se punkt 8].

Här ska du ange det totala belopp som budgeterats för det politiska reklammeddelandet, oavsett hur många kanaler, publicister eller medier som används.

Ett politiskt reklammeddelande är en konkret förekomst av politisk reklam som publiceras, tillhandahålls eller sprids oberoende av metod.



TIDNINGSGIVARNA Vägledning transparensmeddelande

I praktiken kan flera annonser utgöra ett och samma politiska reklammeddelande om de har samma budskap eller syfte (t.ex. "skolfrågan", "säkerhetspolitik", "ekonomi" eller "en allmän uppmaning att rösta på ett visst parti"). Du som sponsor ansvarar för att avgöra vilken konkret förekomst av politisk reklam som faller in under ett och samma politiska reklammeddelande, samt för att lämna fullständiga och korrekta uppgifter.

Vilken information kan fyllas i?

Ange det sammanlagda budgeterade beloppet och värdet av andra förmåner i kronor för alla kostnader kopplade till ditt reklammeddelande, exempelvis:

- **Kostnader för annonsering i olika kanaler** (tidningar, sociala medier, sökmotorer, webbplatser, etc.)
- **Framtagning och produktion av material** av kreativa byråer (grafisk design, video, text, foto, etc.)
- **Konsulttjänster och experthjälp** (strategi, kampanjplanering, mediaköp, etc.)
- **Värdet av tjänster eller förmåner som erhålls utan kostnad** (t.ex. pro bono-arbete)

Exempel för att förtydliga:

Du har ett politiskt reklammeddelande om "skolfrågan" med en totalbudget på 10 000 kronor. Denna budget fördelas enligt följande:

- Annonser i tidningen A och tidningen B: 5 000 kronor
- Framtagning av material av kreativ byrå (grafisk design och text): 4 000 kronor
- Konsulthjälp för kampanjstrategi: 1 000 kronor

***Du ska då ange:* 10 000 kronor som din totala budget för reklammeddelandet "skolfrågan".**

6. De sammanlagda beloppen och det sammanlagda värdet av andra förmåner som erhållits av tillhandahållarna av politiska reklamtjänster för den politiska reklamkampanjen (dvs. alla reklammeddelanden, oavsett kanal/publicist/media, för hela reklamkampanjen i Sverige):

[Totalt budgeterat belopp och valuta för hela reklamkampanjen, om inte annonsören angett att annan metod använts för beräkningen, se punkt 8].

Här ska du ange det totala belopp som budgeterats för hela din politiska reklamkampanj. En kampanj kan innehålla flera olika politiska reklammeddelanden med en rad sammanhängande budskap. Detta är det totala beloppet för alla dina sammanhängande reklammeddelanden tillsammans, oavsett kanal, publicist eller media.

Skillnaden mellan reklammeddelande och kampanj:



TIDNINGSUTGIVARNA Vägledning transparensmeddelande

- Ett reklammeddelande = En konkret förekomst av politisk reklam som publiceras, tillhandahålls eller sprids oberoende av metod (t.ex. "skolfrågan", "miljö")
- En politisk reklamkampanj = Alla dina sammanhängande reklammeddelanden tillsammans

Vilken information ska fyllas i?

Ange det sammanlagda budgeterade beloppet i kronor för alla reklammeddelanden som ingår i din politiska reklamkampanj.

Exempel:

Du har två sammanhängande reklammeddelanden "Skolfråga" och "Miljö" inför din politiska reklamkampanj. Varje reklammeddelande har en totalbudget på 10.000 kronor vardera. Det betyder att din politiska reklamkampanj har en budget på 20.000 kronor.

7. Information om källan till de belopp och andra förmåner som erhållits av tillhandahållarna av politiska reklamtjänster: [Offentlig och/eller privat, från ett land inom EU och/eller ett land utanför EU].

Specificera om medlen som finansierar reklammeddelandet kommer från offentliga och/eller privata medel samt från ett land inom EU och/eller ett land utanför EU. Du måste ange:

1. **Typ av medel:** Om de är 'Offentliga' (offentliga medel kan vara t.ex. statligt partistöd, kommunala medel) eller 'Privata' (privata medel kan vara t.ex. företagsintäkter, medlemsavgifter, donationer).
2. **Ursprung:** Om källan finns 'Inom EU' eller 'Utanför EU'.

Om finansieringen är en blandning, t.ex. både offentliga och privata medel, ska alla tillämpliga alternativ anges.

8. Den metod som används för att beräkna de sammanlagda beloppen och det sammanlagda värdet av andra förmåner som erhållits av tillhandahållarna av politiska reklamtjänster för det politiska reklammeddelandet och, i förekommande fall, den politiska reklamkampanjen: [Budgeterat belopp exklusive mervärdesskatt för den politiska reklamkampanjen, eller den annan metod som använts av annonsören].

Beskriv kortfattat hur du har räknat fram de belopp du angett i punkt 5 och 6.

Exempel på formulering:

"Beräkningen baseras på budgeterade belopp exklusive mervärdesskatt för reklammeddelandet och kampanjen"



TIDNINGSUTGIVARNA Vägledning transparensmeddelande

9. Det politiska reklammeddelandet är kopplat till ([t.ex.](#) Riksdagsval 13 september 2026):
[namn på, nivå på och datum för val eller namn på regleringsinitiativet].

Är ditt reklammeddelande kopplat till ett specifikt val eller annan politisk händelse? Tex Riksdagsvalet? Beskriv om det är kopplat till ett val eller ett regleringsinitiativ.

10. [Länkar till webbsida med officiell information om förfarandena för att delta i det val eller den folkomröstning som det politiska reklammeddelandet är kopplat till, [t.ex.](#) www.val.se].

Om ditt politiska reklammeddelande är kopplat till ett val eller ett regleringsinitiativ ska du här länka till webbsida med officiell information om förfarandena för att delta.

11. [Länkar till den europeiska databasen över politiska reklammeddelanden online].

12. Anmäl om det politiska reklammeddelandet inte uppfyller kraven [här](#) [länk till formulär för anmälan].

13. [Eventuell information om ifall en tidigare publicering av det politiska reklammeddelandet tillfälligt har avbrutits eller återkallats på grund av en överträdelse av förordning (EU) 2024/900].

Har ditt kampanj eller ditt reklammeddelande tillfälligt avbrutits eller återkallats på grund av en överträdelse av förordningen? Svara ja eller nej på den här frågan.