



Gemäß Richtlinien für paid-content-Angebote

(in der Fassung des Verwaltungsratsbeschlusses vom 20. März 2020)

Ziff. VII, Absatz 7 Veröffentlichung/Ausweisung gilt:

Auf Antrag kann das Mitglied die veröffentlichten Meldewerte mit IVW-geprüften Presseerzeugnissen verknüpfen. Nach abgeschlossener Initialprüfung erfolgt eine Ausweisung in Form einer zzgl.-Ausweisung bei der vierteljährlichen Auflagenausweisung des Presseerzeugnisses.

Bedingungen gemäß Richtlinien für die IVW-Auflagenkontrolle (Auszug)

(in der Fassung des Verwaltungsratsbeschlusses vom 7. Mai 2020)

38. Paid Content

Unter den folgenden Bedingungen ist es möglich, die nach den Richtlinien für paid-content-Angebote in der jeweils gültigen Fassung ausgewiesenen monatlichen Nutzungsrechte mit IVW-geprüften Presseerzeugnissen zu verknüpfen und in den Veröffentlichungen der Quartalsauflagen in die entsprechende Ausweisung per zzgl.-Ausweis zu übernehmen.

a) Alle folgenden Kriterien und Bedingungen müssen erfüllt sein, um einen zzgl.-Ausweis zu ermöglichen. Auf der Grundlage dieser Bedingungen beantragt der Verlag formlos die beabsichtigte Verknüpfung eines paid-content-Angebots mit einem Presseerzeugnis. Für die Berücksichtigung eines digitalen Verlagsprodukts in den Veröffentlichungen muss das entsprechende gedruckte Objekt (Zeitung oder Zeitschrift) der Auflagenkontrolle durch die IVW unterstellt sein. Die zu verknüpfenden paid-content-Angebote werden im Rahmen der zzgl.-Ausweisung entsprechend der paid-content-Ausweisung einzeln identifiziert und aufgeführt.

b) **Titel-/Markenidentität**

Die Marke muss Bestandteil des Titels sowohl des Print-Produkts wie des paid-content-Angebots sein. Titel mit Modifikationen und/oder Eingrenzungen der Hauptmarke auf eine bestimmte Zielgruppe genügen für eine Identität nicht, auch wenn die eingegrenzte Zielgruppe von der Hauptmarke umfasst ist. Titel-Ergänzungen oder -Modifikationen, die eine thematisch/inhaltliche und/oder zielgruppenbezogene Einschränkung oder Erweiterung gegenüber dem Printprodukt zum Ausdruck bringen, lassen eine zzgl.-Verknüpfung nicht zu. Inhaltsneutrale Titel-Zusätze, die auf den multimedialen Mehrwert des paid-content-Produkts abstellen, sind unschädlich.

Die Markenidentität kann alternativ zu der identischen Wortmarke auch durch eine identische Markenkennung in Form eines Logos hergestellt werden, die eine eindeutige Identifikation der einzelnen Produkte gewährleistet. Das Logo muss auf allen Produkten, die verknüpft werden sollen, in einheitlicher Darstellungsform erscheinen. Die Bedingungen im Hinblick auf einschränkende/erweiternde Ergänzungen oder Modifikationen gelten sinngemäß.

Bei Zeitungen mit mehreren Ausgaben/Belegungseinheiten ist die Titel-/Markenidentität mit einem in der Belegungseinheit enthaltenen Titel ausreichend, um paid-content-Angebote eines Titels, der in der Auflagenstatistik nicht alleine, sondern nur zusammen mit anderen Titeln in einer Belegungseinheit buchbar ist, berücksichtigen zu können.

c) **Inhaltliche Kriterien**

Die Inhalte des paid-content-Angebots unterliegen im Hinblick auf Form und Funktion keinen Beschränkungen. Audiovisuelle Inhalte, interaktive Elemente und sonstige multimediale Bestandteile sind sowohl im redaktionellen als auch im Anzeigenteil möglich. Die Themenbreite und thematische Ausrichtung des paid-content-Angebots muss jedoch inhaltlich dem des Print-Produkts entsprechen. Der inhaltliche Gesamtcharakter muss erhalten bleiben.



- d) **Vermarktungsangebot**
Printtitel und paid-content-Angebot müssen in einer Anzeigenpreisliste/Mediadaten mit einem gemeinsamen Vermarktungsangebot erscheinen, wonach eine Kombinationsbelegung in beiden Ausgaben zu einem bestimmten Preis angeboten wird. Darunter sind Teilbelegungen bei der Printausgabe (auch inkl. ePaper) und den ePublishing-Angeboten möglich. Cross-Media-Vermarktungsangebote müssen über eine rein zeitliche Parallelität der Belegung der einzelnen Produkte auch eine inhaltliche Verbindung aufweisen.
- e) **Preiskriterien**
Es gelten die Preisregeln gemäß Richtlinien für paid-content-Angebote.
- f) **Meldung**
Der Mitgliedsverlag des Presseerzeugnisses beantragt formlos bei der IVW, welche paid-content-Angebote mit welchem Print-Produkt verknüpft werden sollen.
- g) **Prüfung**
Nach Antragseingang einer Verknüpfung überprüft die IVW in einer Initialprüfung die Einhaltung der Bedingungen. Die weitere kontinuierliche Prüfung ist Bestandteil der Turnusprüfungen.
- h) **Ausweisung**
Die veröffentlichten monatlichen Nutzungsrechte eines zu verknüpfenden paid-content-Angebots werden von der IVW zum jeweiligen Print-Veröffentlichungstermin zu einem Quartals-Durchschnittswert umgerechnet und neben der entsprechenden Quartalsauflage des Printprodukts ausgewiesen.

Für den zzgl.-Ausweis werden die veröffentlichten paid-content-Abo- und Einzel-Nutzungs-rechte sowie deren Summe bei den entsprechenden Auflagenkategorien der Printausweisung zugeordnet und veröffentlicht.

Die Veröffentlichung des zzgl.-Ausweises beginnt mit dem ersten Veröffentlichungstermin der Quartalsauflagen nach der Bestätigung der Verknüpfung durch die IVW.

In Zweifelsfällen entscheidet der Organisationsausschuss Presse über die Zulässigkeit des zzgl.-Ausweises.