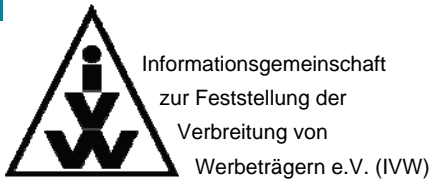


A N L A G E 2

zu den Richtlinien für die Erfassung, Meldung und Prüfung kostenpflichtiger digitaler Nutzungsrechte ("Meldeverfahren Paid Content")



Erscheinungsintervalle und Laufzeiten

Ermittlung der Laufzeiten in Tagen und Berechnung der zu meldenden Zahl

1. Grundlagen der Laufzeiten

Die im Verfahren "Paid Content" zu meldende und ausgewiesene Zahl (tagesdurchschnittliche Nutzungsrechte) wird auf der Grundlage der Laufzeit/Gültigkeit des paid-content-Produkts berechnet, das am Meldeverfahren teilnimmt. Die Laufzeiten des paid-content-Produkts ergeben sich entweder aus

- der konkreten Angabe der Kalenderdaten der Gültigkeit oder
- der Anzahl der Tage der Gültigkeit ab Kaufdatum oder
- der Anzahl der Ausgaben bzw. Erscheinungsintervalle oder
- der Dauer eines Erscheinungsintervalls pro Ausgabe.

2. Beginn und Ende der Laufzeit

Beginnt die Gültigkeit des Nutzungsrechts mit dem Erwerb des paid-content-Produkts, beginnt die Berechnung der Laufzeit mit dem Tag des Erwerbs.

Beginnt die Gültigkeit des Nutzungsrechts erst zu einem kalendarisch festgelegten Zeitpunkt, beginnt die Berechnung der Laufzeit mit dem kalendarische angegebenen Tag der erstmaligen Gültigkeit des Nutzungsrechts.

Der erste Tag der Gültigkeit und der letzte Tag der Gültigkeit laut angegebenem Erscheinungsintervall oder angegebener Laufzeit gelten jeweils als ein Tag.

Lassen sich aus den Reports von Anbieterplattformen Beginn und Ende der Laufzeit nicht tagsgenau ableiten, gilt folgende Sonderregelung: Bei wöchentlichen Reports ist der Laufzeitbeginn dem 4. Tag der Reportwoche zuzuordnen, das Ende dem 3. Tag. Reports, die einen längeren Zeitraum als eine Woche umfassen, sind für die Meldewertberechnung unzulässig; Verkäufe können auf dieser Grundlage nicht gemeldet werden.

3. Elemente für die Berechnung der Laufzeiten

Datumsgenaue Erscheinungsintervalle und Laufzeiten gehen mit der Anzahl der Tage laut gültigem Kalender in die Berechnung ein.

Beispiele:

vom 12. bis 17. = 6; 28. Januar bis 16. Februar = 20; 24. Februar bis 24. Mai = 90 (im Schaltjahr 91)

Tagesgenaue Erscheinungsintervalle und Laufzeiten gehen mit ihrem jeweiligen Wert in die Berechnung ein.

Beispiele:

Ein Tag = 1; dreitägig = 3; 14-tägig = 14

Erscheinungsintervalle und Laufzeiten in Wochenangaben werden mit sieben Tagen pro Woche berechnet.

Beispiele:

wöchentlich = 7; zwei-wöchentlich = 14; zweimal wöchentlich = 3,5



Erscheinungsintervalle und Laufzeiten in Monatsangaben werden mit 30 Tagen pro Monat berechnet.

Beispiele:

monatlich = 30 Tage; zweimonatlich = 60 Tage; zweimal monatlich = 15 Tage

Bedeutet in der Angebotsbeschreibung die Angabe "monatlich" einen anderen Berechnungszeitraum als die von der IVW angesetzten 30 Tage, ist in unmittelbarem räumlichen und inhaltlichen Zusammenhang mit dieser Angabe, z.B. in einer Fußnote, der abweichende Berechnungszeitraum darzulegen.

Insbesondere Abonnements, die über die Plattformen iTunes und GooglePlay verkauft werden, unterfallen dieser Regelung.

Erscheinungsintervalle und Laufzeiten in dreimonatigen Intervallen werden jahresanteilig berechnet.

Beispiele:

dreimonatlich = vierteljährlich = 91 Tage; sechsmonatlich = halbjährlich = 182 Tage

Erscheinungsintervalle und Laufzeiten in Jahresangaben werden nach gültigem Kalender auf ganze Tage umgerechnet.

Beispiele:

jährlich = 365 (im Schaltjahr 366); halbjährlich = 182 (im Schaltjahr 183); vierteljährlich = 91; fünfmal jährlich = 73

4. Berechnung der zu meldenden Zahl

Für jedes paid-content-Produkt ist abzugleichen,

- wie viele verkaufte Nutzungsrechte im Meldemonat (ggf. zeitanteilig) gültig sind und
- an wie vielen Tagen des aktuellen Meldemonats diese verkauften Nutzungsrechte Gültigkeit haben (= anteilige Laufzeit. Die Einordnung dieser Laufzeit in den jeweiligen Meldemonat ergibt sich dabei durch die kalendarisch festgelegten Monatsübergänge.)

Die sich ergebende Zahl der Tage mit gültigen Nutzungsrechten pro paid-content-Produkt im Meldemonat wird durch die Anzahl der Kalendertage im Meldemonat dividiert. Aus dieser Berechnung ergeben sich für den Meldemonat die für die Berechnung der Meldewerte heranzuziehenden Basiszahlen. Die Basiszahlen sind pro Kennzahlenrubrik (Einzel-Nutzungsrecht, Abonnement-Nutzungsrecht) zu addieren; die Summe ist ggf. anschließend kaufmännisch auf ganze Zahlen zu runden.

Hinweis:

Es empfiehlt sich, eine kalendarische Meldematrix zu führen, in die jeder paid-content-Verkauf tagesgenau beginnend mit dem ersten Gültigkeitstag und der Laufzeit gemäß Angebot übernommen wird.