

# Regel-Leitfaden IVW-Auflagenkontrolle

## **Vorbemerkung**

Mit diesem Regel-Leitfaden stellt die IVW einen detaillierten Überblick über die geltenden Regeln zur richtliniengemäßen Meldung, Zuordnung und Prüfung der Quartalsauflagen zur Verfügung.

Dieser Leitfaden umfasst die gültigen Richtlinien für die IVW-Auflagenkontrolle, Durchführungsbestimmungen und fallbezogenen Praxisregeln und stellt damit in den wesentlichen Bereichen den aktuellen, verbindlichen Stand der Regularien dar.

Das Werk soll umfassende Transparenz über die Grundlagen der Meldung, Prüfung und Veröffentlichung schaffen und den IVW-Mitgliedsverlagen insbesondere im Hinblick auf die richtliniengemäße Zuordnung der Auflagen zu den definierten Auflagensparten und die entsprechenden Prüfungsanforderungen praktische Orientierung, Hilfestellung und Entscheidungsgrundlagen bieten.

Dieser Leitfaden bezieht sich in der vorliegenden Fassung zunächst auf den Bereich der Quartalsauflagenmeldung. Es wird schrittweise ergänzt um weitere gattungsspezifische Regelungen z. B. für Kundenzeitschriften, um die Regelungen für Zusatzverfahren, z. B. heftbezogene Auflagenmeldungen etc., und um fallbezogene Praxisregeln, die sich aus der täglichen Anwendung ergeben.

## Ergänzungen/Änderungen nach Basisversion 2009

Datum	Thema	Abschnitt	Regel-Leitfaden
07.09.2018	Flatrate-Angebote: Ergänzung um heftbezogene ePaper-Erstmeldungen	5.4.1	Version 016
07.09.2018	Zeitschriften-Bundles: Änderungen	3.2.1.	Version 016
25.08.2017	Verbreitungsanalyse: Ergänzung um digitale Verkäufe an Hotelbetreiber, Kreuzfahrt-Reedereien und Reisebus-Unternehmen	5.2. ff.	Version 015
25.08.2017	Verbreitungsanalyse: Ergänzung um digitale Bordexemplare	5.2. ff.	Version 015
31.07.2017	ePaper: Ergänzung um Verkäufe an Hotelbetreiber, Kreuzfahrt-Reedereien und Reisebus-Unternehmen	5.2. ff.	Version 014
31.07.2017	ePaper: Berücksichtigung von Lokalausgaben	5.3.3	Version 014
31.07.2017	ePaper: Praxisregel zu Bordexemplaren	5.2. ff.	Version 014
03.03.2017	ePaper: Ergänzung um besondere Angebotsformen	5.4.	Version 013
01.01.2017	ePaper: Ergänzung der Praxisregel	5.3.3.	Version 012
07.10.2016	ePaper: Ergänzung um Bordexemplare	5.2. ff.	Version 011
14.12.2015	ePaper: Bedingung der Downloadfähigkeit entfällt	5.3.2.	Version 010
22.05.2015	Abonnements mit Kooperationspartnern (Ergänzung)	3.1	Version 009
28.05.2014	ePaper: redaktionelle und werbliche Beilagen, Sonderinsertionsformen, Sonderveröffentlichungen	5.3.1.1.	Version 008
11.04.2013	Redaktionelle Änderung (BMD/WBZ)	3	Version 007
01.04.2012	Neufassung der ePaper-Richtlinien	5.	Version 006
03.02.2012	Hinweis auf neue ePaper-Richtlinien ab 01.04.2012	5.	Version 005.1
15.09.2011	Studentenabonnements / Streichung Wehrpflicht, Zivildienst	3.1.4.3.	Version 005
15.09.2011	ePaper (Präzisierung Ausgabenzuordnung)	5.	Version 005
18.04.2011	Abonnements mit zusätzlichen Ausgaben / Bezugspreisvergünstigung	3.1.	Version 004
18.04.2011	Einzelverkauf / Praxisregel EV-Gutscheine (Nachweisführung)	3.2.	Version 004
23.03.2011	Koppelabonnements (redaktionelle Ergänzung)	3.1.4.4.	Version 003
23.03.2011	Bundles mit aktuellem und Alt-Heft	3.2.1.	Version 003
23.03.2011	Fachzeitschriften-Empfängerdatei-Analysen - Werbung mit Hinweisen - Branchenzugehörigkeit	6.	Version 003
05.03.2010	Abonnements mit zusätzlichen Ausgaben / Bezugspreisvergünstigung	3.1.	Version 002
05.03.2010	EV-Gutscheine	3.2.	Version 002
August 2009	Basisversion		Version 001

# Inhaltsverzeichnis

## **1. Auflagenpyramide Zeitungen, Zeitschriften**

## **2. IVW-Regularien • Grundlagen**

- 2.1. Richtlinien für die IVW-Auflagenkontrolle vom 23.02.2018
- 2.2. Richtlinien ePaper vom 06.09.2017
- 2.3. Richtlinien für die IVW-Verbreitungsanalyse Tageszeitungen vom 16.05.2018
- 2.4. Richtlinien Fachzeitschriften-Empfängerdatei-Analysen vom 06.07.2012

## **3. Richtlinien für die IVW-Auflagenkontrolle**

### **Auflagenrubriken**

#### **3.1. Ziffer 16 Abbonierte Exemplare**

- 3.1.1. Probe-/Kurzabonnement
- 3.1.2. Mehrfachlieferungen
- 3.1.3. Abonnements für den werbenden Buch- und Zeitschriftenhandel und Buchhändler

#### **3.1.4. Durchführungsbestimmungen Sonderformen Abonnement auf der Grundlage der Änderung der Richtlinien/Auslegungsbestimmungen vom 1.1.1990**

- 3.1.4.1. Patenschaftsabonnement
- 3.1.4.2. Technische Nachlässe
- 3.1.4.3. Studentenabonnement
- 3.1.4.4. Koppelabonnement
- 3.1.4.5. Kollegenabonnement

#### **3.1.5. Ziffer 17 Personalstücke**

#### **3.1.6. Ziffer 18 Mitgliederstücke**

#### **3.1.7. Ziffer 19 Teilbezieher**

#### **3.2. Ziffern 21 und 22 Einzelverkauf**

- 3.2.1. Zeitschriften-Bundles

#### **3.3. Ziffer 23 Sonstiger Verkauf**

#### **3.4. Ziffer 24 Lesezirkel-Exemplare**

#### **3.5. Ziffer 25 Bordexemplare**

#### **3.6. Ziffern 26 bis 30 Remittenden**

#### **3.7. Ziffern 32 und 51 Freistücke**

### **Sonstiges**

#### **3.8. Ziffer 6b Formatveränderte Ausgaben (Pocket)**

#### **3.9. Ziffern 4 und 34 Ausweisung Zeitungen/Zeitschriften**

#### **3.10. Ziffer 5 Durchschnittsermittlung Tageszeitungen**

## **4. Kriterienkatalog zur Eingruppierung in die Mediengattungen**

### **5. ePaper**

#### **5.1. Aufnahmeverfahren (Ziffern 21 ff.)**

#### **5.2. Verdichtete Erläuterungen zu den ePaper-Richtlinien**

#### **5.3. Ergänzende Bestimmungen zu den Richtlinien für die IVW-Auflagenkontrolle - ePaper-Ausgaben**

##### 5.3.1. Richtlinie Ziffer 3 (Identität)

##### 5.3.1.1. Redaktionelle und werbliche Beilagen, Sonderinsertionsformen, Sonderveröffentlichungen

##### 5.3.2. Richtlinie Ziffer 6 (Rubrizierung)

##### 5.3.3. Richtlinie Ziffer 9 (Ausweisung)

##### 5.3.4. Richtlinie Ziffer 10 (Prüfung)

##### 5.3.5. Richtlinie Ziffer 11 (Identifikation)

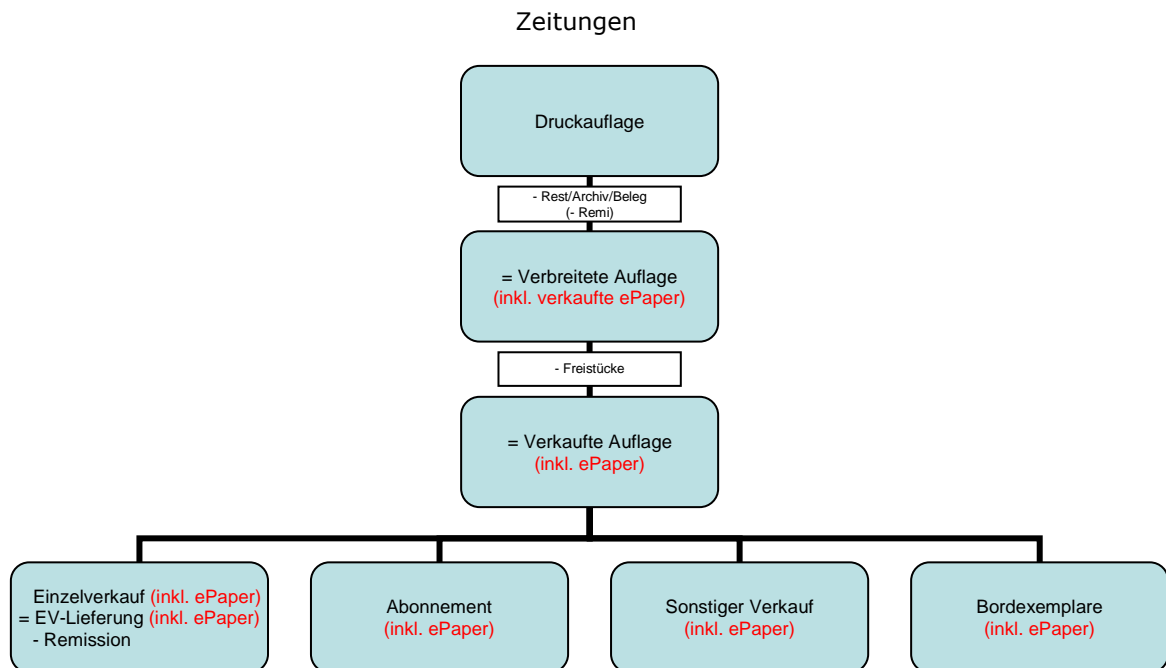
#### **5.4. Besondere Angebotsformen**

##### 5.4.1. Flatrate-Angebote

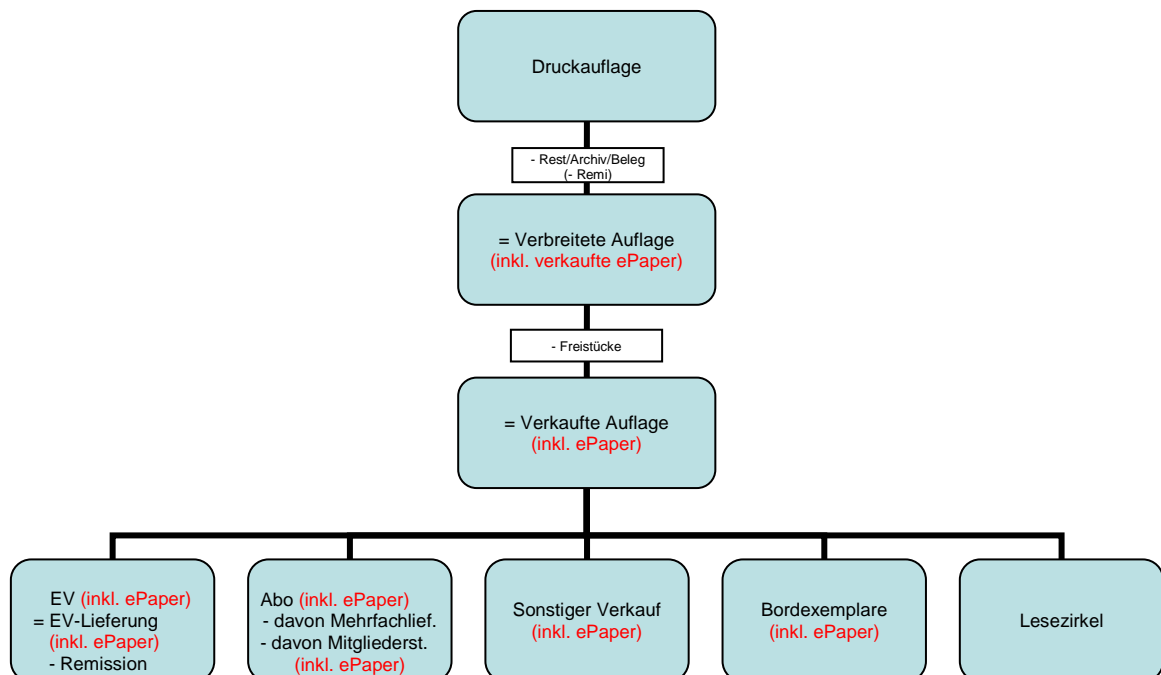
## **6. Fachzeitschriften-Empfängerdatei-Analysen**

# 1. Auflagenpyramide Zeitungen, Zeitschriften

mit den von der IVW ausgewiesenen Auflagenrubriken



## Publikums-/Fachzeitschriften



## **2. IVW-Regularien • Grundlagen**

**2.1. Richtlinien für die IVW-Auflagenkontrolle vom 23.02.2018**

**2.2. Richtlinien ePaper vom 06.09.2017**

**2.3. Richtlinien für die IVW-Verbreitungsanalyse Tageszeitungen vom 16.05.2018**

**2.4. Richtlinien Fachzeitschriften-Empfängerdatei-Analysen vom 06.07.2012**

## **3. Richtlinien für die IVW-Auflagenkontrolle**

### **Auflagenrubriken**

#### **3.1. Abonnierte Exemplare**

##### **Richtlinie für die IVW-Auflagenkontrolle, Ziffer 16**

Zu den abonnierten Exemplaren zählen nur solche, die der Verlag oder ein Wiederverkäufer (BMD - Bundesverband der Medien- und Dienstleistungshändler e.V.; ehemals WBZ und Buchhändler) zum regulären Abonnementpreis verkauft und an feste Einzelbezieher liefert.

Den abonnierten Exemplaren werden auch zugerechnet:

- Personalstücke (Ziffer 17);
- Mitgliederstücke (Ziffer 18);
- Mehrfachlieferungen von Zeitschriften gegen Berechnung, sofern ein Mengennachlass von nicht mehr als 25 % auf den regulären Abonnementpreis gewährt wird. Diese Exemplare sind zusätzlich gesondert zu melden und auszuweisen.

Nicht unter abonnierte Exemplare fallen die unbezahlten Vorauslieferungen an neu geworbene Bezieher; sie sind als Freistücke zu melden.

Entgeltlich angebotene Abonnements von Zeitungen mit einer maximalen Laufzeit von drei Monaten und einem maximalen Nachlass von 35 % auf den regulären Abonnementpreis können erlösanteilig den Abonnements zugerechnet werden.

Probe-Abonnements mit Negativoption werden den Abonnements zugerechnet unter der Voraussetzung, dass die maximale Laufzeit drei Monate und der maximale Nachlass 35 % des regulären Abonnementpreises, bei Publikumszeitschriften des kumulierten Copypreises, nicht überschreiten.

##### **Durchführungsbestimmungen:**

Der reguläre Abonnementpreis muss allgemein zugänglich angeboten werden, d.h. er muss offenkundig sein. Die Angabe des regulären Abonnementpreises erfolgt in der Regel im Impressum. Der reguläre Abonnementpreis kann aber auch in Form eines Aufdrucks auf der Titelseite, im Rahmen von "Bezugsbedingungen" außerhalb des Impressums oder in einer allgemein zugänglichen Bezugspreisliste angegeben werden. Wesentlich ist, dass er tatsächlich fixiert ist und allen Interessenten einheitlich und allgemein zugänglich angeboten wird.

Unter einem Einzelbezieher ist grundsätzlich der Empfänger eines Exemplars zu verstehen. Bei Lieferungen von mehr als einem Exemplar ist auf Anforderung im Rahmen der Prüfung der einzelne Bezieher/die weitere Verbreitung nachzuweisen. Kann der Nachweis nicht erbracht werden, kommt eine Zuordnung zu den Abonnements nicht in Betracht.

Abonnements mit Kooperationspartnern:

Von Dritten als Zusatzleistung für einen Endempfänger zum regulären Abonnementpreis gekaufte Abonnements können den Abonnements zugerechnet werden, wenn

- eine aktive Willenserklärung des Endempfängers zum Bezug des Abonnements vorliegt
- und
- die Lieferung an jeden Endempfänger einzeln erfolgt.

Sind diese Bedingungen nicht erfüllt, werden die Exemplare den Sonstigen Verkäufen zugerechnet.

Erläuterungen:

Als Dritte im Sinne dieser Regel gelten alle natürlichen und juristischen Personen, die nicht herausgebender Verlag oder Endempfänger sind. Sie sind Auftraggeber und Zahler der Abonnements, aber weder direkt noch indirekt Endempfänger.

Als Zusatzleistung gilt ein Abonnement, wenn es als Zugabe (Sekundärleistung) zu einer mittelbaren oder unmittelbaren Hauptleistung (Primärleistung) gewährt wird. Die Bezeichnung der Zugabe (Zugabe, Prämie, Geschenk, Belohnung ...) ist unerheblich. Hauptleistung können Produkte oder Dienstleistungen des Dritten sein, die der potentielle Endempfänger erwirbt oder in Anspruch nimmt.

Als Endempfänger gilt der regelmäßige Bezieher des einzelnen Abonnements (Einzelempfänger).

Als aktive Willenserklärung des Endempfängers gilt eine rechtsverbindliche, dokumentierte und dem Endempfänger eindeutig und unmittelbar zuzuordnende Erklärung, die die Zustimmung zu dem Bezug des Abonnements zum Inhalt hat. Dazu zählt auch die Auswahl des Abonnements aus mehreren, alternativ angebotenen Zugaben. Eine Negativoption reicht nicht aus. Eine nicht erfolgte oder nicht nachweisbare Willenserklärung in diesem Sinne gilt als Ablehnung des Abonnements.

Die gesamte Abwicklung muss dokumentiert und dem IVW-Prüfer nachgewiesen werden, insbesondere auf Anforderung auch die aktiven Willenserklärungen. Dies gilt auch, wenn die Bestellung, Zahlung und Lieferabwicklung über einen Abonnement-Dienstleister (z. B. BMD/WBZ) erfolgt.

Diese Regelung erstreckt sich auch auf Kurz- und Probeabonnements (Ziff. 16, Abs. 4 und 5).

Den vorgenannten Abonnements können auch die Exemplare zugerechnet werden, deren Abonnementerlöse aus zwei Quellen stammen (Dritter und Endempfänger). Voraussetzung hierfür ist, dass

- vom Verlag oder BMD der volle reguläre Abonnementpreis erlöst wird (keine bezieherbezogenen Vergünstigungen wie Studenten, Mitglieder etc.);
- der einzelne Endempfänger mindestens 50 % des regulären Abonnementpreises an den Verlag oder BMD entrichtet. Mit der entsprechend nachzuweisenden Berechnung und Zahlung gilt hier die aktive Willenserklärung als gegeben;
- der Restbetrag vom Kooperationspartner direkt an den Verlag oder BMD entrichtet wird;
- die Rechnungsstellungen sowohl an den Endbezieher als auch an den Kooperationspartner transparent und eindeutig auf den Bezug des Presseprodukts bezogen sind;
- eine Negativoption vom Empfänger des Exemplars nachweisbar vorliegt, nach der das Abonnement spätestens nach Ablauf eines Jahres in ein reguläres Vollabonnement gewandelt wird;

- die Prüfbarkeit auf allen Ebenen und in allen Abwicklungs-Abschnitten gewährleistet ist. Jederzeit muss eine Auswertung möglich sein, aus welchen Zahlern sich der Gesamterlös dieser Abonnements mit Kooperationspartnern ergibt; eine entsprechende Kennzeichnung in den jeweiligen Systemen ist unerlässlich.

Wird eine dieser Bedingungen nicht erfüllt, sind die jeweiligen Stückmengen dem Sonstigen Verkauf zuzuordnen.

Die Regelung zu den Kooperationsabonnements aus zwei Erlösquellen ist nicht anwendbar auf die Kurz- und Probeabonnements.

Abonnements mit zusätzlichen Ausgaben/Bezugspreisvergünstigungen:

Umfasst ein Abonnement-Angebot auch kostenlose Zusatzliefereien, können die kostenpflichtigen Exemplare dem Abonnement zugerechnet werden, solange der Preis dieser Exemplare dem regulären Abonnementpreis entspricht. Die im Rahmen dieses Abonnement-Angebots kostenlos gelieferten Exemplare werden den Freistücken zugerechnet. Das Verhältnis von verkauften zu kostenlos gelieferten Exemplaren darf maximal drei zu eins betragen. Dabei ist es unerheblich, ob die kostenlos gelieferten Exemplare am Anfang oder am Ende des Bezugszeitraums geliefert werden. Beispiel: Bei einer Gesamtmenge von vier Ausgaben können drei Ausgaben als Abonnement gemeldet werden, wenn der Preis (dieser drei Exemplare) dem regulären Abonnement-Preis entspricht. Der vierte Teil der Lieferung ist den Freistücken zuzuordnen. Alternativ kann eine Zurechnung der Gesamtlieferung/Gesamt-Exemplarmenge zum Sonstigen Verkauf erfolgen.

**Praxisregel:**

Wird ein Titel eingestellt und den bisherigen Abonnenten dieses Titels ein Ersatzobjekt angeboten, so bedarf es für eine Zuordnung der Ersatzlieferungen zur Rubrik der Abonnements der Zustimmung des Beziehers, mindestens über eine Negativoption in der Angebotsunterbreitung. Die Anzahl der Ersatzlieferungen pro Bezieher wird bestimmt entweder über das Restguthaben im Verhältnis zum Wert des Ersatztitels oder über den bereits bezahlten Zeitraum des eingestellten Objekts, unabhängig von der Erscheinungshäufigkeit.

**3.1.1. Probe-/Kurzabonnement**

**Richtlinie für die IVW-Auflagenkontrolle, Ausschnitt Ziffer 16**

Entgeltlich angebotene Abonnements von Zeitungen mit einer maximalen Laufzeit von drei Monaten und einem maximalen Nachlass von 35 % auf den regulären Abonnementpreis können erlösanteilig den Abonnements zugerechnet werden.

Probe-Abonnements mit Negativoption werden den Abonnements zugerechnet unter der Voraussetzung, dass die maximale Laufzeit drei Monate und der maximale Nachlass 35 % des regulären Abonnementpreises, bei Publikumszeitschriften des kumulierten Copypreises, nicht überschreiten.

**Beispiel:**

*Erster Absatz*

*"Entgeltlich angebotene Abonnements von Zeitungen mit einer maximalen Laufzeit von drei Monaten und einem maximalen Nachlass von 35 % auf den regulären Abonnementpreis können erlösanteilig den Abonnements zugerechnet werden."*

Diese Regelung gilt ausschließlich für Zeitungen und sieht verschiedene Zuordnungsmöglichkeiten zu den Auflagenrubriken vor, z.B.:



Regulärer Monats-Abonnementpreis = 30,-- Euro  
3 Monats-Probeabonnement ohne Negativoption = 60,-- Euro  
Erscheinungstage pro Monat = 24 Ausgaben

1. Zuordnung zu den Kategorien "Abonnements" und "Freistücke"  
Es besteht die Möglichkeit, den kompletten Erlös der Kategorie "Abonnements" zuzurechnen. Daraus ergibt sich für das aufgezeigte Beispiel: 2 Monate Abonnements (48 Ausgaben) und 1 Monat (24 Ausgaben) Freistücke.
2. Zuordnung zu den Kategorien "Abonnements" und "Sonstige Verkäufe"  
Auch die Zuordnung zu den Kategorien "Abonnements" und "Sonstige Verkäufe" ist mit der Bestimmung in Einklang zu bringen. Bezogen auf das Beispiel bedeutet dies: Maximal 45 Ausgaben "Abonnements" mit einem Erlösanteil in Höhe von 56,25 Euro. Minimal 27 Ausgaben "Sonstiger Verkauf" mit einem Erlösanteil von 3,75 Euro bzw. 0,139 Euro pro Ausgabe – der 10 %-Mindeste Erlös, in diesem Fall in Höhe von 0,125 Euro pro Ausgabe, ist erfüllt (siehe auch 3.3.).
3. Ausschließliche Zuordnung zur Kategorie "Sonstige Verkäufe"  
Den Verlagen steht es weiterhin frei, alle Exemplare dieser Angebotsform der Rubrik "Sonstige Verkäufe" zuzuordnen.

#### *Zweiter Absatz*

*"Probe-Abonnements mit Negativoption werden den Abonnements zugerechnet unter der Voraussetzung, dass die maximale Laufzeit drei Monate und der maximale Nachlass 35 % des regulären Abonnementpreises, bei Publikumszeitschriften des kumulierten Copypreises, nicht überschreiten."*

Diese Regelung gilt zunächst sowohl für Zeitschriften als auch für Zeitungen. Mit Bezug auf das oben genannte Beispiel - mit nun angenommener Verankerung einer Negativoption - ergäbe sich als alleinige Möglichkeit die Zuordnung zu den Abonnements. Im Hinblick auf die Nachlass-Bemessungsgrundlage ist zu betonen, dass nur bei Publikumszeitschriften der kumulierte Copypreis herangezogen wird. Für Zeitungen, Fachzeitschriften und Kundenzeitschriften gilt nach wie vor der auf den jeweils vorliegenden Zeitraum umgerechnete Abonnementpreis.

Diese Regelungen können auch in Verbindung mit den IVW-Regularien für Studentenabonnements angewendet werden.

### **3.1.2. Mehrfachlieferungen**

#### **Richtlinie für die IVW-Auflagenkontrolle, Ausschnitt Ziffer 16**

Den abonnierten Exemplaren werden auch zugerechnet:

- Mehrfachlieferungen von Zeitschriften gegen Berechnung, sofern ein Mengennachlass von nicht mehr als 25 % auf den regulären Abonnementpreis gewährt wird. Diese Exemplare sind zusätzlich gesondert zu melden und auszuweisen.

#### **Durchführungsbestimmungen:**

Die Anerkennung von Mehrfachlieferungen setzt identischen Besteller, Empfänger und Zahler der jeweiligen Menge voraus. Die Mengennachlässe sind einheitlich zu handhaben und müssen in allgemein zugänglichen Bezugsbedingungen, z.B. im Impressum oder in einer Bezugspreisliste mit einer entsprechenden Mengenpreisstaffel, angegeben werden.

Die Regel bezieht sich ausschließlich auf die Mediengattung der Zeitschriften. Mehrfachlieferungen mit Mengennachlässen von Zeitungen sind dem Sonstigen Verkauf zuzurechnen.

### **3.1.3. Abonnements für den werbenden Buch- und Zeitschriftenhandel und Buchhändler**

#### **Richtlinie für die IVW-Auflagenkontrolle, Ausschnitt Ziffer 16**

Zu den abonnierten Exemplaren zählen nur solche, die der Verlag oder ein Wiederverkäufer (WBZ, Buchhändler) zum regulären Abonnementpreis verkauft und an feste Einzelbezieher liefert.

#### **Durchführungsbestimmungen:**

Wiederverkäufer im Sinne dieser Richtlinienziffer sind in erster Linie werbender Buch- und Zeitschriftenhandel und Buchhändler, die die von ihnen bezogenen Mengen nach ihrem Verwendungszweck aufzugliedern haben. Dies bedeutet, dass

- ausschließlich Exemplare, die zum regulären Abonnementpreis an feste, zahlende Einzelbezieher geliefert und berechnet werden, den Abonnements zugerechnet werden können;
- darüber hinausgehende Exemplare je nach Preisgestaltung bzw. Verwendungszweck den Rubriken Sonstiger Verkauf, Freistücken oder den Rest-/Archivexemplaren zuzurechnen sind.

### **3.1.4. Durchführungsbestimmungen Sonderformen Abonnement auf der Grundlage der Änderung der Richtlinien/Auslegungsbestimmungen vom 1.1.1990**

#### **3.1.4.1. Patenschaftsabonnement**

Mengenrabatte für Patenschaftsabonnements bei ZEITUNGEN werden in EINZELFÄLLEN anerkannt und trotz des Nachlasses zu den Vollabonnements gezählt. Der Begriff "Patenschaft" setzt hier voraus, dass ein Dritter als Besteller und Zahler auftritt, die Lieferung aber an den oder die Empfänger direkt erfolgt. Erhält der Besteller (und Zahler) die Exemplare selbst, kann dies nicht als Patenschaft angesehen werden. Ferner muss das Patenschaftsabonnement einen gewissen Fürsorgecharakter erkennen lassen. Als Richtwert für die Rabattierung sollte der jeweilige Studentennachlass herangezogen werden; die Obergrenze liegt somit bei 50 %.

#### **3.1.4.2. Technische Nachlässe**

Ein regulärer Abopreis liegt auch dann vor, wenn Nachlässe für Laufzeit, Zahlungsrhythmus, Zahlweise gewährt werden. Hier handelt es sich um technische Abwicklungsnachlässe, die üblicherweise zum Zwecke der Rationalisierung der Abonnementabwicklung gewährt werden. Ein Laufzeitnachlass liegt vor, wenn für ein über den Mindestbezugszeitraum hinausgehendes Abonnement ein Nachlass gewährt wird. Nachlässe für Zahlweise betreffen z.B. die Ermächtigung zum Lastschrifteneinzug der Abonnementgebühren. Nachlässe für Zahlungsrhythmus liegen vor, wenn für über den Mindestzahlungszeitraum hinausgehende Zahlungszeiträume Nachlässe gewährt werden. Die Kombination einzelner oder aller genannten Nachlässe ist möglich. Die Summe dieser Nachlässe darf 10 % pro Jahr nicht überschreiten. Ferner dürfen die einzelnen Nachlässe den handelsüblichen Rahmen nicht überschreiten.

### **3.1.4.3. Studentenabonnement**

Preisbegünstigte Abonnements für Studenten (Tages-Vollzeit-Studiengänge), Schüler und Auszubildende werden als Abonnements anerkannt. Die Bezugspreise sind einheitlich anzubieten und zu handhaben. Der eingeräumte Rabatt muss dabei handelsüblich sein (in der Regel bis max. 50 %). Weitere Voraussetzung für die Anerkennung ist, dass bei Abschluss des Abonnementvertrages und in angemessenen Abständen die dem begünstigen Bezugspreis zugrunde liegende Eigenschaft der Empfänger nachgewiesen wird (mindestens einmal jährlich auf jeweils aktuellen Nachweisen) und die Nachweise auf Anforderung dem IVW-Prüfer vorgelegt werden können.

Die Begriffe Studenten und Auszubildende sind hier im Sinne von Personen zu verstehen, die in einer in sich geschlossenen Ausbildung zu einem anerkannten Beruf stehen, der in aller Regel dem Aufbau einer beruflichen Existenz dient. Die Referendanzzeit von Juristen und Lehrern ist integraler Bestandteil der jeweiligen Ausbildung; insofern können vergünstigte Abonnements für diese Personengruppen bei entsprechenden Nachweisen anerkannt werden. Volontäre und Praktikanten fallen jedoch nicht in diese Gruppe. Entscheidendes Kriterium für die Anerkennung von Studentenabonnements ist der Nachweis von Tages-Vollzeit-Studiengängen. Berufsbegleitende Studiengänge, unabhängig von deren Abschlussqualifikationen, können aus Sicht der IVW nicht anerkannt werden. Studenten der Fernuniversität Hagen gelten in diesem Kontext als Vollzeit-Studenten.

#### **Praxisregel:**

Studentenabonnements, die diese Voraussetzungen, insbesondere die der Vorlage von Studienbescheinigungen nicht erfüllen, sind dem Sonstigen Verkauf zuzuordnen. Diese Bedingungen gelten auch dann, wenn Studentenabonnements nicht vom Verlag selbst, sondern von einem zwischengeschalteten Unternehmen akquiriert bzw. verwaltet werden. In diesen Fällen sollte das Unternehmen verpflichtet werden, die Studienbescheinigungen einzuholen und für die IVW-Prüfung verfügbar zu halten.

In der Prüfungspraxis werden die Studienbescheinigungen regelmäßig zu jeder Prüfung stichprobenartig eingesehen. Die Bescheinigungen müssen insofern generell zur Einsichtnahme zur Verfügung stehen. Stellt der IVW-Prüfer im Rahmen einer Stichprobenkontrolle fest, dass wiederholt Anteile der Studentenabonnements nicht durch Studienbescheinigungen belegt werden können, ist er angewiesen, den entsprechenden Anteil der Auflage in den Sonstigen Verkauf umzugruppieren.

### **3.1.4.4. Koppelabonnement**

Eine Zuordnung von Auflagenanteilen zur Rubrik Abonnement der jeweiligen Zeitungen und Zeitschriften ist nur dann möglich, wenn echte Koppelabonnements vorliegen. Dies bedeutet, dass ein Abonnementvertrag zum gleichzeitigen Bezug zweier (oder mehrerer), ansonsten einzeln zum regulären Abonnementpreis zu beziehender Objekte vorliegt und ein Nachlass auf die Summe der Bezugspreise gewährt wird. Dieser Nachlass darf die übliche Handelsrabattspanne nicht überschreiten, wobei zu beachten ist, dass dieser Preis nicht unter dem jeweiligen Abonnementpreis des teuersten Objektes liegt.

### **Praxisregel:**

Dies erfährt insbesondere dann eine Relevanz, wenn z.B. ein wöchentlicher Titel mit einer quartalsweise erscheinenden Publikation kombiniert wird und beiden Objekten sehr unterschiedliche Abonnementpreise zugrunde liegen.

Ein Koppelabonnement in diesem Sinne liegt nicht vor, wenn ein Abonnent zuzüglich zu seinem abonnierten und zum regulären Abonnementpreis berechneten Objekt kostenlos ein weiteres Objekt erhält. Diese Exemplare sind den Freistücken zuzuordnen. Im Übrigen müssen Koppelabonnements mit den entsprechenden Preisen einheitlich angeboten und gehandhabt werden (z.B. im Impressum etc.).

### **3.1.4.5. Kollegenabonnement**

Die Gewährung von Kollegenrabatten wird unter der Voraussetzung anerkannt, dass der Nachweis geführt werden kann, dass es sich um Einzelabonnements für Kollegen, also in der Regel für Mitarbeiter anderer Verlage, handelt und der Rabatt die übliche Handelsrabattspanne nicht überschreitet. Für Mehrfachlieferungen an einen Empfänger kann ein Kollegenrabatt nicht in Anspruch genommen werden; hier liegt ein nicht mehr mit dem regulären Abonnementpreis in Einklang zu bringender Mengenrabatt vor.

### **3.1.5. Personalstücke**

#### **Richtlinie für die IVW-Auflagenkontrolle, Ziffer 17**

Der Zahl der abonnierten Exemplare können Personalstücke (an Betriebsangehörige, Träger, Vertriebsagenturen und ständige Mitarbeiter gelieferte Freixemplare) mit je einem Exemplar hinzugezählt werden.

Mitarbeiter organisatorisch ausgegliederter Fachbereiche des die Druckschrift verlegenden Verlags- und Druckereiunternehmens, die für die Druckschrift tätig sind, sowie Rentner und Pensionäre dieses Unternehmens stehen Betriebsangehörigen gleich.

Die Personalstücke müssen jederzeit nachgewiesen werden können. Bei Fachzeitschriften ist das fachliche Interesse des Empfängers des Personalstücks anzugeben.

#### **Durchführungsbestimmungen:**

Hervorzuheben für die nachfolgenden Punkte 1. und 2. ist der Abschnitt "die für die Druckschrift tätig sind". Hieraus leiten sich die folgenden Auslegungsbestimmungen ab:

1. Ausgegliederte Bereiche mit oder ohne Konzernanbindung  
Diese Personalstücke sind anzuerkennen, wenn die Mitarbeiter dieser Bereiche schwerpunktmäßig für den betreffenden Titel tätig sind und die Lieferung nachgewiesen werden kann.
2. Zustellgemeinschaften und -organisationen  
Hier kann eine Anerkennung erfolgen, wenn der Zusteller das betreffende Objekt tatsächlich austrägt, die in Rede stehenden Exemplare von der Organisation bestätigt werden und der jeweilige Träger auch das Stück erhalten hat.

3. Mitarbeiter eines Verlages
4. Grundsätzlich kann jeder Mitarbeiter eines Verlages ein Personalstück erhalten, auch wenn er nicht direkt mit der Produktion des Titels befasst ist. Entscheidend ist, dass es sich um einen Mitarbeiter des Verlages handelt.

Auch Personalstücke unterliegen der Pflicht eines Verbreitungsnachweises, der entweder in Form eines konkreten Verbreitungsnachweises (etwa Versandlisten) oder aber durch den plausiblen Nachweis der Zahl empfangsberechtigter Mitarbeiter geführt werden kann.

In den Fällen, in denen ein Titel nicht über den Vertriebskanal Abonnement verfügt, ist es zulässig, die Personalstücke der Rubrik zuzurechnen, über die der Titel hauptsächlich Verbreitung erfährt; eine alleinige Meldung von Personalstücken in der Rubrik der Abonnements ist nicht statthaft.

### **3.1.6. Mitgliederstücke**

#### **Richtlinie für die IVW-Auflagenkontrolle, Ziffer 18**

Stücke einer Zeitschrift, deren Lieferung laut Impressum im Rahmen eines Mitgliedsbeitrages oder eines gesonderten Mitgliederbezugspreises mit einem maximalen Nachlass von 25 % auf den regulären Abonnementpreis an Einzelbezieher erfolgt, gelten als Mitgliederstücke. Die Zahl der Mitgliederstücke wird den abonnierten Exemplaren hinzugerechnet. Sie ist jedoch gesondert zu melden und wird in der IVW-Liste unter "davon Mitgliederstücke" ausgewiesen.

#### **Praxisregel:**

Bei der Betrachtung der Mitgliederstücke im Zusammenhang mit den Abonnements ist zu differenzieren, ob es sich um Lieferungen an Mitglieder eines Verbandes/Vereins handelt, oder ob diese von einzelnen Interessierten zu einem Mitgliederbezugspreis bestellt werden.

Als Mitgliederstücke im Sinne dieser Richtlinie gelten solche Exemplare, deren Bezug im Rahmen eines Mitgliedsbeitrags abgegolten wird. Dies muss aus dem Impressum des entsprechenden Objekts hervorgehen, z.B. durch die Formulierung "Der Bezug der Zeitschrift xy ist im Mitgliedsbeitrag des Verbandes xyz enthalten". Fehlt dieser Hinweis, kommt eine Zuordnung zu den Mitgliederstücken nicht in Betracht. Es ist im Übrigen unerheblich, ob zwischen Verlag und der Organisation, deren Mitglieder das Objekt erhalten, eine Be- oder Verrechnung stattfindet. Jedoch muss eine vertragliche Vereinbarung beider Parteien vorliegen, und im Rahmen der Prüfung müssen entsprechende Bestätigungen der Organisation über die zahlenden Mitglieder beigebracht werden können. Generell gilt, dass die Bezieher auch echte Mitglieder sein müssen (beispielsweise eines eingetragenen Verbandes oder Vereins). So genannte Kundenclubvereinigungen von Unternehmen haben keinen Mitgliederstatus und folglich können diese Exemplare nicht den Mitgliederstücken zugerechnet werden.

Weiterhin können im Einzelbezug an Mitglieder im Impressum genannter Mitgliederorganisationen gelieferte, mit einem maximalen Nachlass von 25 % auf den regulären Abonnementpreis den Einzelbeziehern berechnete Exemplare den Mitgliederstücken zugerechnet werden. Auch hier muss die Berechtigung für den Bezug eines solchen Mitgliederstücks durch entsprechende Unterlagen nachgewiesen werden.

### **3.1.7. Teilbezieher**

#### **Richtlinie für die IVW-Auflagenkontrolle, Ziffer 19**

Die Zahl der Teilbezieher von Zeitungen (1-, 2-, 3-, 4- und 5-Tage-Bezieher) wird der Zahl der abonnierten Exemplare anteilig, d.h. im Verhältnis zur Zahl der wöchentlichen Erscheinungstage zugerechnet.

#### **Praxisregel:**

Die Regelung wird sinngemäß auch für Teilabonnements von Zeitschriften herangezogen. Als Voraussetzung gilt in diesem Zusammenhang ein Mindestbelieferungsintervall für eine monatliche Zeitschrift von jeder zweiten Ausgabe.

### **3.2. Einzelverkauf**

#### **Richtlinie für die IVW-Auflagenkontrolle, Ziffern 21 und 22**

EV-Lieferungen sind regelmäßige Lieferungen preisgebundener Exemplare mit Remissionsrecht an Wiederverkäufer (Presse-Großhändler, Einzelhändler, Bahnhofsbuchhändler, Importeure und Exporteure) gegen Rechnung zu handelsüblichen Konditionen im In- und Ausland.

Hinzugerechnet werden Verkäufe von einzelnen Exemplaren an den Endverbraucher zum Einzelverkaufspreis.

In der IVW-Auflagenliste wird unter "EV-Verkauf" die Stückzahl ausgewiesen, die sich nach Abzug der Remittenden von den EV-Lieferungen ergibt.

#### **Durchführungsbestimmungen:**

Durch die redaktionelle Formulierung wird deutlich gemacht, dass hier in erster Linie Lieferungen an Händler und Wiederverkäufer mit Remissionsrecht gegen Berechnung erfasst werden. Sonstige Lieferungen an nichtständige Abnehmer werden den EV-Lieferungen zugeordnet, wenn es sich um Exemplare handelt, die zum angegebenen Einzelverkaufspreis berechnet werden. Hierzu zählen auch Geschäftsstellen- und Schalterverkäufe sowie Verkäufe über Verkaufsautomaten (Stumme Verkäufe).

Lieferungen an Handverkäufer gelten als EV-Lieferungen, wenn sie mit Remissionsrecht erfolgen. Handverkäufer sind insofern den Händlern gleichgestellt.

Die Bedingungen und Prüfkriterien des direkt belieferten Einzelhandels werden denen des vom Großhandel belieferten Einzelhandels gleichgesetzt. Dies sind vor allem:

- Nachweis und Prüfbarkeit der regelmäßigen Belieferung;
- Überprüfung des Einhaltens der Preisbindung;
- angemessener Abgabepreis an den Einzelhandel;
- Kontrolle des Zahlungseingangs im Verlag;
- Kontrolle der Remissionsabwicklung ("praktizierte" Remission) des Einzelhandels.

Bei Verkäufen ab Verlag zum Copypreis ist - auf Anforderung im Rahmen der Prüfung - bei außergewöhnlichen Bezugsmengen der weitere Verwendungszweck nachzuweisen. Kann der Nachweis nicht erbracht werden, kommt eine Zuordnung zum Einzelverkauf nicht in Betracht.

Fachhändler: Sofern ein Fachhändler den gleichen Bedingungen unterliegt wie der klassische Pressehandel (Endpreisbindung, handelsübliche Rabattspanne, Remissionsrecht, praktizierte Remission), können die über den Fachhandel abgesetzten Exemplare den Einzelverkäufen zugerechnet werden. In den Fällen, in denen eines dieser Kriterien nicht erfüllt wird, sind künftig die über den Fachhandel abgesetzten Exemplarmengen dem Sonstigen Verkauf zuzuordnen.

### Praxisregel:

#### EV-Gutscheine:

Gibt ein Verlag mehrere Gutscheine in Form eines Gutscheinheftes zum Bezug eines bestimmten Zeitungs- oder Zeitschriftentitels aus, die im Presse-Einzelhandel gegen jeweils ein Exemplar dieses Titels pro Gutschein eingelöst werden können, werden die der Anzahl der eingelösten Gutscheine entsprechenden (gegen die Gutscheine ausgegebenen) Exemplare dem Einzelverkauf zugerechnet, wenn der Preis des Gutscheinheftes im Verhältnis zu der Summe der Copypreise der entsprechenden Exemplarmenge mindestens 5/6 (fünf Sechstel) beträgt. Das heißt, der Preis eines Gutscheinheftes mit 6 (12) Gutscheinen muss mindestens die Summe der Einzelheftpreise von 5 (10) Exemplaren betragen.

Bei abweichenden Copypreisen innerhalb einer Woche in der Mediengattung der Tageszeitungen gilt die Regel sinngemäß, d.h. das Verhältnis 5/6 (fünf Sechstel) bezieht sich in diesen Fällen auf die Ausgabennummern.

Ein IVW relevanter Verkauf liegt erst bei der jeweiligen Einlösung der Gutscheine vor, nicht bei dem Verkauf des Gutscheinheftes. Für die Nachweisführung sind u.a. die eingelösten Coupons vorzulegen. Auf die Vorlage der Gutscheine kann verzichtet werden, wenn eine eindeutige Nachweisführung im Rahmen des KR-Verfahrens gewährleistet ist.

### 3.2.1. Zeitschriften-Bundles

**geänderte Fassung - gültig ab 07.09.2018**  
[mit ~~Streichungen~~ und **neuen Formulierungen**]

#### **Durchführungsbestimmung zu den Richtlinienbestimmungen Einzelverkauf (Ziffern 21, 22, 26, 27 der Richtlinien für die IVW-Auflagenkontrolle)**

##### *Bundles mit aktuellen **IVW-geprüften** Heften*

Exemplare verschiedener **IVW-geprüfter** Zeitschriften, die im Einzelhandel in einem Paket ("Bundle") zu einem Paketpreis angeboten werden, können abhängig von der Preisgestaltung des Bundles in Verbindung mit den gebundenen Heftpreisen der einzeln erhältlichen Objekte dem Einzelverkauf zugerechnet werden. Die übrigen Bedingungen der Ziffer 21 der Richtlinien bleiben unberührt. Bei formatveränderten Ausgaben oder Verwendung von Remittenden gelten die Ziffern 6 b) bzw. 30 der Richtlinien für die IVW-Auflagenkontrolle.

Unterschreitet der Paketpreis die Summe der Heftpreise, zu denen die Einzelobjekte im Handel erhältlich sind, können nur die Exemplare des Objektes dem EV zugerechnet werden, dessen Einzelheftpreis noch vom Bundle-Preis abgedeckt ist.

Die Rubrizierung der Exemplare des zweiten Objekts richtet sich nach der verbleibenden Differenz: mehr als 10 % des gebundenen Preises = Sonstiger Verkauf, weniger als 10 % = Freistücke.

Unterschreitet der Bundle-Preis den niedrigsten der gebundenen Einzelheftpreise, sind die Exemplare beider Objekte dem Sonstigen Verkauf zuzurechnen, solange der Bundle-Preis noch 10 % der Summe der Einzelheftpreise erreicht.

Um die Erhältlichkeit im Pressehandel sicherzustellen, müssen folgende Bedingungen erfüllt sein:

~~Das Objekt muss in der Bundle-Form und in der entsprechenden Einzelheftform 100 %ig identisch, d. h. insbesondere~~

- ~~— identisch bepreist sein (auf Titelseite gedruckt, keine Tektur o.ä.)~~
- ~~und~~
- ~~— mit einem identischen EAN/Bar-Code bedruckt sein~~
- ~~und~~
- ~~– mit einer eigenständigen VDZ/Objekt-Nummer versehen sein.~~

Das Bundle ist ein eigenständiges Objekt und bedarf deshalb

- einer eigenständigen VDZ/Objekt-Nummer,
- einem eigenständigen EAN-Code,
- einem eigenständigen Preis (auf einem der IVW-gemeldeten Hefte oder auf der Verpackung/Folie oder auf einem Aufleger).

Die im Bundle befindlichen Hefte müssen auch einzeln im Handel erhältlich sein mit

- eigener VDZ/Objekt-Nummer,
- eigenem Preis und
- eigenem EAN-Code.

Das Einzelheft muss in gleicher Weise in den Handelskreislauf gelangen wie das Bundle selbst. Der mit dem Bundle belieferte Groß- und Bahnhofsbuchhandel muss grundsätzlich auch mit dem Einzelheft beliefert werden. Die Liefermenge darf für jeden mit dem Bundle belieferten Grossisten bzw. Bahnhofsbuchhändler nicht 0 sein und die Menge der Gesamtlieferung des Einzelheftes an den Handel muss mindestens 50 % der Lieferung des Bundles betragen. Die Remissionsquote muss insgesamt ungleich 100 % sein. Das ISPC/EDI-PRESS-System muss liefer- wie remissionsseitig das jeweilige Einzelheft über die Objektidentifizierung mit entsprechenden Stückzahlen und Abrechnungsdaten ausgeben.

Wenn das Bundle bis zum Meldetermin nicht ausremittiert ist, das heißt, der Angebotszeitraum des Bundles über das Meldequartal hinausgeht, sind die Remissionen der betreffenden Einzeltitel im Folgequartal zu berücksichtigen.

*Bundles mit aktuellen IVW-geprüften Heften und weiteren Heften/  
Zusatzheften*

Werden in Zeitschriften-Bundles aktuelle Ausgaben IVW-geprüfter Hefte aus laufendem Angebotszeitraum mit Ausgaben weiterer Hefte, die nicht dem Verfahren der IVW-Auflagenkontrolle unterstellt sind oder Ausgaben IVW-geprüfter Hefte aus einem abgelaufenen Angebotszeitraum (aus Remission, Restbestand, Nachdruck) kombiniert, können die aktuellen IVW-geprüften Hefte dem Einzelverkauf zugerechnet werden, wenn

- die Beschaffenheit und Konfektionierung des Bundles so gestaltet ist, dass die Preisangaben der weiteren Hefte/Zusatzhefte (EAN-Code und Copypreis) zum Zeitpunkt der Kaufentscheidung nicht erkennbar sind oder entfernt wurden,
- der Preis des Bundles  $\geq$  Preis der aktuellen IVW-geprüften Hefte ist.

Ist der Preis des Bundles  $>$  Preis der aktuellen IVW-geprüften Hefte, müssen die im Bundle befindlichen aktuellen IVW-Hefte auch einzeln im Handel erhältlich sein und über einen eigenen EAN-Code und Preis verfügen.

Sind diese Bedingungen nicht erfüllt, sind die aktuellen IVW-geprüften Hefte je nach Preisgestaltung des Bundles dem Sonstigen Verkauf oder den Freistücken zuzurechnen.

In Bezug auf die Auflagenrubrizierung von IVW-geprüften Alt-Heften gilt gegebenenfalls Folgendes:

- Die Regelungen zur Erfassung und Ausweisung von Exemplaren aus früheren Berichtszeiträumen und von wiederverwendeten Remittenden (Ziffer 30) bleiben unberührt.
- Sind die Preiskennzeichnungen unkenntlich gemacht, kann eine Rubrizierung als Freistücke vorgenommen werden.



**Fallbeispiele mit zwei aktuellen IVW geprüften Heften:**

Zeitschrift A = 2,00 €

Zeitschrift B = 3,00 €

Variablen: Einzelerhältlichkeit und Bundlepreis

**Fallbeispiel 1**

*Beide Titel sind einzeln zu erhalten*

<b>Bundlepreis</b>		<b>Rubrizierung</b>
von	bis	
5,00 €	>5,00 €	beide EV
0,50 €	4,99 €	beide können SV
2,30 €	4,99 €	A kann EV - B muss dann SV
3,20 €	4,99 €	B kann EV - A muss dann SV
2,00 €	2,29 €	A kann EV - B muss dann Frei
0,50 €	1,99 €	beide SV
0,20 €	0,49 €	A kann SV - B muss dann Frei
0,30 €	0,49 €	B kann SV - A muss dann Frei
< 0,19 €	0,19 €	beide Frei

**Fallbeispiel 2**

*B ist nicht einzeln erhältlich*

<b>Bundlepreis</b>		<b>Rubrizierung</b>
von	bis	
2,30 €	>2,30 €	A EV - B SV
2,00 €	2,29 €	A EV - B Frei
0,50 €	1,99 €	beide SV
0,20 €	0,49 €	A kann SV - B muss dann Frei
0,30 €	0,49 €	B kann SV - A muss dann Frei
<0,19 €	0,19 €	beide Frei

**Fallbeispiel 3**

*A und B sind nicht einzeln erhältlich*

<b>Bundlepreis</b>		<b>Rubrizierung</b>
von	bis	
0,50 €	>0,50 €	beide SV
0,20 €	0,49 €	A kann SV - B muss dann Frei
0,30 €	0,49 €	B kann SV - A muss dann Frei
kleiner 0,19	0,19 €	beide Frei

Wenn in einem Bundle zwei **aktuelle IVW-geprüfte** Hefte enthalten sind, deren Summe beider Copypreise den Bundle-Preis übersteigt, darf der Verlag wählen, welchen der beiden Titel er als Einzelverkauf bzw. als Sonstigen Verkauf eingruppiert, solange das Bundle neutral gehalten ist und nicht ausdrücklich einer der beiden Titel hervorgehoben wird ("Leittitel"). In letzterem Fall muss der Verlag den "Leittitel" dem Einzelverkauf zuordnen und den Zusatztitel im Sonstigen Verkauf melden.

Die Ausführungen gehen davon aus, dass alle weiteren Richtlinienanforderungen erfüllt sind.

### 3.3. Sonstiger Verkauf

#### **Richtlinie für die IVW-Auflagenkontrolle, Ziffer 23**

Alle verkauften Exemplare, die weder den abonnierten Stücken noch den Einzelverkäufen, Lesezirkelstücken oder Bordexemplaren zuzurechnen sind, werden dem Sonstigen Verkauf zugerechnet und in einer gesonderten Spalte ausgewiesen.

#### **Durchführungsbestimmungen:**

Hierzu gehören insbesondere Einzel- und Mehrfachlieferungen an Festbezieher, denen individuelle Preisnachlässe oder Mengenrabatte gewährt werden und die insofern nicht den abonnierten Exemplaren zugeordnet werden können. Ebenso sind als Sonstiger Verkauf die Exemplare zu erfassen, die einzeln oder in größerer Anzahl an nichtständige Bezieher unter Einräumung eines Nachlasses auf den Einzelverkaufspreis geliefert werden.

Exemplare, die zu einem Scheinentgelt abgegeben werden, sind nicht dem Sonstigen Verkauf, sondern den Freistücken zuzuordnen. Als Scheinpreise sind Preise anzusehen, die lediglich einen Bruchteil (unterhalb 10 %) des angegebenen Einzelverkaufspreises ausmachen. Als Bemessungsgrundlage kann im Ausnahmefall auch der Abonnementpreis zugrunde gelegt werden, wenn der jeweilige Charakter des Verkaufs diesen Bezug zulässt.

### 3.4. Lesezirkel-Exemplare

#### **Richtlinie für die IVW-Auflagenkontrolle, Ziffer 24**

An Lesezirkel zum Zwecke der Vermietung zu Lesezirkel-Konditionen verkaufte Exemplare werden gesondert erfasst und ausgewiesen. Quartalsaufstellungen mit den Namen der Lesezirkelfirmen, Objekten, Heftnummern, Liefermengen und Vertragsdaten sind Voraussetzung zur Anerkennung dieser Exemplare als Lesezirkelstücke.

#### **Durchführungsbestimmung:**

Für einen Ausweis als Lesezirkel-Exemplare sind folgende Kriterien zu erfüllen:

- Nachweis und Überprüfbarkeit der Belieferung des Lesezirkelunternehmens und der Auslieferung an den Lesemappen-Mieter;
- Kontrolle des Zahlungseingangs beim Verlag sowie bei dem Lesezirkel-Unternehmen;
- Titel ist Bestandteil der gemieteten Lesezirkel-Mappe.

Darüber hinaus an den Lesezirkel verkaufte bzw. gelieferte Exemplare sind, je nach Preisgestaltung, den Freistücken oder dem Sonstigen Verkauf zuzuordnen.

Zur Anerkennung der verkauften Lesezirkel-Exemplare, zum Zwecke der Vermietung, muss mindestens ein Stückpreis der kleinsten Währungseinheit (ein Euro-Cent) erzielt werden. Bei Verkäufen zu Pauschalpreisen mit der Folge eines niedrigeren Stückpreises handelt es sich um Scheinentgelte mit der Konsequenz, dass diese Auflagenanteile der Rubrik der Freistücke zuzuordnen sind.

#### **1. Berechnung der Lesezirkelstücke**

*Ist es für die Anerkennung von Lesezirkelaufgabe zwingend, dass der Verlag diese Exemplare an das Lesezirkelunternehmen berechnet, das die Exemplare auch verbreitet oder kann die Berechnung auch an ein anderes Lesezirkelunternehmen erfolgen, das dann gegebenenfalls eine Weiterbelastung vornimmt?*

Die Verlagsrechnungen sind generell an das Lesezirkelunternehmen zu stellen, das die Exemplare auch der Vermietung an ihre Kunden zuführt; ansonsten kommt eine Ausweisung von Lesezirkelstücken nicht in Betracht.

**2. Lieferverträge / Mietvereinbarungen**

*Muss eine Zeitschrift, die ein LZ-Unternehmen regelmäßig an seine Kunden verbreitet, in aktuellen Lieferverträgen zwischen LZ-Unternehmen und Mietkunden benannt werden?*

Die Titel müssen zumindest in aktuellen Lieferverträgen und/oder Angebotsunterlagen ausdrücklich erwähnt und dauerhaft (in der Regel 12 Monate) vermietet sein, um als Lesezirkelstücke anerkannt zu werden. Daraus ergibt sich: Lieferungen von Titeln, die nicht Gegenstand aktueller Verträge sind, erfolgen nicht zum Zwecke der Vermietung und sind folglich nicht als Lesezirkelstücke zu rubrizieren.

**3. Angebotsunterlagen / Liefernachweise**

*Ein Lesezirkelunternehmen kauft zu LZ-Konditionen eine Exemplarmenge einer Zeitschrift. Das Objekt ist im Angebotsmaterial des LZ-Unternehmens nicht enthalten. Das Objekt ist in den LZ-internen Lieferdokumenten nicht erwähnt. Von Seiten des LZ-Unternehmens wird argumentiert, dass man allen Kunden zusätzlich dieses Objekt liefere.*

Zeitschriften, die generell nicht Gegenstand von aktuellem Angebotsmaterial des LZ-Unternehmens und von aktuellen Mietverträgen sind, dienen der Verbreitung, keinesfalls der Vermietung. Daraus ergibt sich: Verkäufe an LZ-Unternehmen ohne die vorgenannten Nachweise sind als Freistücke bzw. bei ausreichendem Mindesterloß als Sonstige Verkäufe zu melden.

**4. Temporäre Belieferung**

*Ein LZ-Unternehmen kauft z.B. für drei Monate zu LZ-Konditionen eine bestimmte Menge einer Zeitschrift und legt diese für den Zeitraum von drei Monaten allen Standardmappen bei; eine Veränderung der Bezugsbedingungen der Mappe erfolgt nicht.*

Zeitschriften, die nicht Gegenstand aktueller Bezugsbedingungen sind und temporär an die Kunden des Lesezirkelunternehmens geliefert werden, dienen der Verbreitung. Sie sind keine Lesezirkelstücke im Sinne der IVW-Richtlinien. Daraus ergibt sich: Verkäufe an LZ-Unternehmen, die diese ohne vertragliche Grundlage an ihre Mietkunden liefern, sind als Freistücke bzw. bei ausreichendem Mindesterloß als Sonstige Verkäufe zu melden.

**5. Exemplare, die einer Mappe lose beigelegt werden**

*Ist es mit der Zuordnung von Exemplaren zur Rubrik Lesezirkelstücke vereinbar, wenn aus den Unterlagen hervorgeht, dass eine Zeitschrift als lose "Beilage" (kein LZ-typischer Umschlag, keine Erwähnung in Angebotsunterlagen, keine Mietvereinbarung) der Lesemappe verteilt wird?*

Lose "Beilagen" dienen der Verbreitung, nicht der Vermietung. Daraus ergibt sich: Sonderverkäufe an LZ-Unternehmen zur Verbreitung als lose "Beilage" sind als Freistücke bzw. bei ausreichendem Mindesterloß als Sonstige Verkäufe zu melden, keinesfalls als LZ-Stücke. Geht aus Unterlagen hervor, dass es sich um solche Sonderverkäufe handelt, sind die betreffenden Exemplare auch dann als Freistücke/Sonstige Verkäufe zu rubrizieren, wenn parallel gezeichnete Lieferungs- und Zahlungsbedingungen zwischen Verlag und LZ-Unternehmen vorliegen sollten.

Ausdrücklich ausgenommen von dieser Regelung sind TV-Zeitschriften, da sie im LZ-Geschäft besonderen Bedingungen unterliegen (siehe 6.).

## **6. TV-Zeitschriften**

*In den Angebotsunterlagen und Lieferverträgen von LZ-Unternehmen findet sich ein Hinweis, dass "im Mappenpreis eine aktuelle TV-Zeitschrift enthalten ist", ohne das Objekt zu benennen. Aus den internen LZ-Lieferdokumenten kann die Verbreitung der TV-Zeitschrift an die Mietkunden nachgewiesen werden.*

Auch ohne konkrete Benennung der Zeitschrift in den Angebotsunterlagen liegt ein Mietverhältnis zwischen dem Kunden und LZ-Unternehmen vor. Daraus ergibt sich: Die Stücke können der LZ-Auflage zugeordnet werden. Diese Sonderstellung innerhalb des LZ-Geschäfts beschränkt sich jedoch ausdrücklich auf ein Exemplar sowie die Mediengattung der TV-Zeitschriften.

## **3.5. Bordexemplare**

### **Richtlinie für die IVW-Auflagenkontrolle, Ziffer 25**

An Unternehmen des öffentlichen Personenverkehrs verkaufte Exemplare, die der unentgeltlichen Weitergabe an deren Kunden an Bord bzw. in deren Wartebereichen dienen, werden gesondert erfasst und als Bordexemplare ausgewiesen.

Voraussetzung zur Anerkennung dieser Exemplare als Bordexemplare sind Quartalsaufstellungen mit den Namen der Verkehrsunternehmen, Objekten, Heftnummern, Liefermengen, Vertragsdaten sowie Nachweise über die zweckgebundene Verwendung der gelieferten Exemplare.

*Details zu digitalen Bordexemplaren siehe Ziffer 5.2./Bordexemplare.*

### **Durchführungsbestimmungen:**

Als Unternehmen des öffentlichen Personenverkehrs gelten im Sinne dieser Richtlinien Luftverkehrsgesellschaften nebst unternehmensverbundenen Caterern, Deutsche Bahn, private Bahnunternehmen mit Linienverkehr, Bus- und Straßenbahnunternehmen (Linienbetrieb), Schifffahrtsunternehmen mit Linienbetrieb, Taxiunternehmen.

#### *Preis*

Für die Zeitschriften muss mindestens ein Stückpreis der kleinsten Währungseinheit (ein Euro-Cent) erzielt werden. Bei Verkäufen zu Pauschalpreisen mit der Folge eines niedrigeren Stückpreises handelt es sich um Scheinentgelte mit der Konsequenz, dass diese Auflagenanteile der Rubrik der Freistücke zuzuordnen sind.

Für die Zeitungen müssen mindestens 10 % des regulären Preises pro Exemplar erzielt werden.

#### *Verwendungszweck*

Der Verlag hat dafür Sorge zu tragen, dass die Verkehrsgesellschaften jederzeit die zweckgebundene Verwendung der Exemplare nachweisen können. Dies sind insbesondere die Lieferungen an Bord der Verkehrsmittel bzw. in geschlossene Wartebereiche (z.B. Flughafengates, Lounges etc.).

#### *Dienstleister*

Bei einem zwischengeschalteten Dienstleister wird ein Kriterienkatalog herangezogen, aus dem hervorgeht, welche Unterlagen in den turnusgemäßen Auflagenprüfungen vorgelegt werden müssen, um eine Ausweisung von Bordexemplaren zu ermöglichen; im Einzelnen sind dies:

- objektbezogene Bestellung / Ankauf der Exemplare des Dienstleisters,
- Verträge mit Laufzeit und Konditionen,
- Rechnungslegungen,
- Zahlungseingänge,
- jeweilige Verbuchungen,
- Vorlage einer unterzeichneten Verwendungsbindung,
- Nachweise des Dienstleisters, dass die Berechnung an die Fluggesellschaft zu üblichen (Bordexemplar-)Konditionen erfolgt,
- Nachweise darüber, welche Fluggesellschaften beliefert werden,

- Aufstellung darüber, in welchen Gates, Lounges etc. die jeweiligen Stücke ausgelegt bzw. an die Kunden weitergegeben wurden.

Darüber hinaus muss der Dienstleister der IVW die Möglichkeit einräumen, in seinem Unternehmen eine externe Dienstleisterprüfung durchzuführen.

#### *IVW-Verbreitungsanalyse Tageszeitungen*

Als Bordexemplare verbreitete, gedruckte Ausgaben der Tageszeitungen müssen grundsätzlich den Flughäfen zugeschrieben werden, an denen sie auch verteilt werden. Ferner gilt, dass die in Rede stehenden Verkäufe der Gemeinde zugeordnet werden müssen, dem der Flughafen objektiv zugerechnet wird. Beispiel: Für den "Franz-Josef Strauß Flughafen" gilt in diesem Zusammenhang München, nicht die Gemeinde, auf deren Gebiet sich der Flughafen befindet (also nicht Erding). Details zu digitalen Bordexemplaren siehe Ziffer 5.2./Bordexemplare.

### **3.6. Remittenden**

#### **Richtlinie für die IVW-Auflagenkontrolle, Ziffern 26 bis 30**

##### **26. Remittenden**

Nur die im Berichtsquartal eingegangenen bzw. im KR-Verfahren gemeldeten Remittenden sind als solche zu erfassen und zu melden. Aus welchem Quartal die zurückgegebenen Stücke stammen, ist dabei unbeachtlich.

##### **27. Remittendendurchschnitt**

Die Durchschnittszahl der Remittenden wird errechnet durch Division der Anzahl aller in der Berichtszeit remittierten Stücke durch die Zahl der Erscheinungstage im jeweiligen Vierteljahr.

Weichen Erscheinungshäufigkeit und Anzahl der Hauptremissionen regelmäßig in mehreren aufeinander folgenden Quartalen voneinander ab, kann der Remittendendurchschnittsermittlung auf Antrag die Anzahl der Hauptremissionen zugrunde gelegt werden. Grundlage zur Feststellung der Erscheinungshäufigkeit und der Remissionstermine ist der verbindliche Jahres-EVT-Kalender.

##### **Durchführungsbestimmungen:**

Zeigt der verbindliche EVT-Kalender eines Titels Abweichungen zwischen Erscheinungshäufigkeit und Anzahl der Hauptremissionen, kann der Remissionsdurchschnitt mit dem Divisor "Anzahl der Hauptremissionen" ermittelt werden. Die Anwendung dieses Verfahrens ist rechtzeitig bei der IVW zu beantragen, für mindestens ein Jahr beizubehalten und bei jeder Meldung zu dokumentieren. Eine erneute Änderung dieses Verfahrens vor Ablauf der Jahresfrist kann nur in begründeten Fällen wie einer veränderten Erscheinungsweise oder einem deutlich veränderten EVT vorgenommen werden und bedeutet zwangsläufig die Rückkehr zu der Bestimmung im ersten Absatz der IVW-Richtlinie.

Die Ermittlung des Durchschnitts der Lieferung durch die tatsächliche Erscheinungshäufigkeit bleibt unberührt ebenso wie die Grundbestimmung, dass alle im Berichtsquartal eingegangenen Remittenden zu berücksichtigen sind.

##### **Praxisregel:**

In sachlich ausreichend begründeten Ausnahmefällen kann das Hauptremissionsverfahren auch zur realitätsnahen Abbildung der Remittenden angewendet werden. Als Beispiel für einen Ausnahmefall ist eine einmalige außerplanmäßige Reduzierung der Erscheinungsweise anzuführen. Auch in diesen Fällen ist ein entsprechender Antrag des Verlags notwendig, um die dem Einzelfall zugrunde liegenden Kriterien unter Einbeziehung des Prüfers zu beurteilen.

##### **28. Schwankende Erscheinungshäufigkeit**

Liegt regelmäßig eine quartalsweise schwankende Erscheinungshäufigkeit vor, so kann die auf Jahresbasis errechnete durchschnittliche Erscheinungshäufigkeit auf jedes Quartal angewandt werden.

### **29. KR-Verfahren**

Rechnet ein Verlag die Remittenden nach dem von der IVW anerkannten Verfahren der Körperlosen Remission (KR-Verfahren)\* ab, so sind in der Auflagenmeldung diejenigen Remittendenzahlen zugrunde zu legen, für die der Verlag Gutschriften gemäß den Bestimmungen des KR-Verfahrens während der Berichtszeit erteilt hat. Die abgeschlossenen bei den zuständigen Verlegerverbänden zu hinterlegenden Verträge sind Voraussetzungen zur Anwendung des KR-Verfahrens. Sie sind der IVW unmittelbar in Kopie vorzulegen. Eine Lagerrestzählung soll regelmäßig durchgeführt werden.

\* Das Verfahren der Körperlosen Remission. Herausgeber: Verband Deutscher Zeitschriftenverleger e.V. Die Publikumszeitschriften im VDZ, Presse-Grosso - Bundesverband Deutscher Buch-, Zeitungs- und Zeitschriften-Grossisten e.V., Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger e.V., Bonn und Köln.

### **30. Zurückgenommene oder gutgeschriebene Remittenden**

Aus früheren Berichtszeiträumen stammende, im laufenden Berichtszeitraum verbreitete Stücke dürfen in die Auflagenzahlen des laufenden Berichtszeitraums nicht eingerechnet werden. Sie können jedoch außerhalb dieser Zahlen mitgemeldet und ausgewiesen werden. Zu melden ist nicht die tatsächliche Zahl, sondern die Durchschnittszahl pro Nummer/Vierteljahr.

Der Remission des laufenden Quartals entnommene, kostenlos oder entgeltlich weiterverbreitete Stücke können ebenfalls in einer zusätzlichen Meldung erfasst und ausgewiesen werden.

Die im Meldequartal eingegangene Remission ist unabhängig von der Wiederverwendung in der Hauptmeldung in voller Höhe zu erfassen.

#### **Praxisregel:**

Der Remission des zu meldenden Quartals entnommene Exemplare, die in diesem Quartal erneut dem Vertrieb zugeführt, d.h. verkauft oder unentgeltlich verbreitet werden, können in einer zusätzlichen Meldung erfasst werden. Eine Pflicht zur Meldung dieser Exemplare besteht nicht.

In keinem Fall dürfen wiederverwendete Remittenden in der Hauptmeldung verrechnet, also weder von der Remission abgezogen noch der Verbreitung zugerechnet werden. Die zusätzliche Meldung, sofern sie vorgenommen werden soll, wird in einer separaten Meldung erstattet. Die wiederverwendeten Remittenden sind in der zusätzlichen Meldung den entsprechenden Auflagenkategorien zuzuordnen und werden in dieser beispielhaften Form ausgewiesen:

Die Zeitschrift  
Die Zeitschrift zzgl. Exemplare aus Remission

Eine vom Verlag für die Werbung mit Auflagenzahlen ermittelte Gesamtzahl bedarf der eindeutigen Erläuterung.

#### **Querverweis:**

Siehe auch die Durchführungsbestimmung zur Behandlung von Zeitschriften-Bundles unter Punkt 3.2.1.

## **3.7. Freistücke**

### **Richtlinie für die IVW-Auflagenkontrolle, Ziffern 32 und 51**

In dieser Position sind alle unentgeltlich verbreiteten Exemplare mit Ausnahme der Rest-, Archiv- und Belegexemplare zu melden und auszuweisen. Die Regelmäßigkeit der Lieferung ist für die Anerkennung als Freistücke nicht maßgebend.

Überschreitet die Zahl der Freistücke 20 Prozent der tatsächlich verbreiteten Auflage (Ziffer 14), so sind diejenigen Freistücke zusätzlich gesondert zu melden und auszuweisen, die durch Auslegen verbreitet werden. Darüber hinaus ist die Anzahl der Auslegestellen anzugeben.

Freistücke sind detailliert nachzuweisen. Als Verbreitungsnachweise dienen insbesondere Freistückdateien, Versandkostenabrechnungen nebst Buchungs- und Zahlungsbelegen, Posteinlieferungslisten, Versandnachweise, Lieferscheine, verlagsinterne Protokolle mit Verwendungszweck, Portonachweise, Abrechnung beauftragter Dienstleister über die Verbreitung.

Durch Auslegen verbreitete Freistücke sind darüber hinaus durch Empfangsbescheinigungen der Auslegestellen mit Stempel und Unterschrift, Ausgabennummer und Exemplarmenge nachzuweisen. Die Empfangsbescheinigungen sind so zu führen, dass sich aus ihnen auch die Zahl der Auslegestellen ergibt.

Durch Hausverteilung verbreitete Zeitschriftenexemplare sind insbesondere zu belegen durch Abrechnungsunterlagen über die Entlohnung der Träger, Trägerlisten mit Routen unter Angabe der Anzahl zu beliefernder Haushalte, Bestätigung der Träger über tatsächlich verteilte Exemplare. Zusätzlich ist die Anzahl der Haushalte im Verbreitungsgebiet durch amtliche oder gleichwertige statistische Unterlagen nachzuweisen.

#### **Praxisregel:**

Bei ausgelegten Zeitschriftenexemplaren muss ein Nachweis in Form von Stempel- und Unterschriftenlisten erfolgen. Ohne diese Unterlagen ist eine Zuordnung zu den Freistücken in der Regel nicht möglich.

Aus der Richtlinie ergibt sich folgende Grundbedingung:

**"Empfangsbescheinigung der Auslegestellen mit Stempel und Unterschrift"**

#### **Überblick der Fallgestaltungen**

**(Handhabungsformen werden kursiv dargestellt):**

1. Empfangsbescheinigung der Auslegestellen nur mit Stempel
  - *Grundsätzlich nicht zu akzeptieren.*
2. Auslegestelle unterschreibt und stempelt für eine andere Auslegestelle (z. B. noch nicht geöffnet)
  - *Kann in Einzelfällen akzeptiert werden.*
3. Empfangsbescheinigung der Auslegestellen per Brief, Fax oder eMail (nachträglich)
  - *Kann in Einzelfällen akzeptiert werden; erforderlich ist ein enger zeitlicher Zusammenhang.*
  - *Eine eMail der Auslegestelle als Empfangsbescheinigung ist in der Regel als nicht ausreichend anzusehen.*
4. Sammellisten der Auslegestellen (für ein Quartal / für ein Jahr). A) Liste mit Stempel und Unterschrift je Ausgabennummer, B) Liste mit einem Stempel und einer Unterschrift.
  - *Es können nur Sammellisten für ein Quartal akzeptiert werden, auf denen jede einzelne, im betreffenden Quartal erschienene Ausgabe aufgeführt und mit Angabe der jeweiligen Stückzahl sowie mit Stempel und Unterschrift dokumentiert wird.*

5. Empfangsbescheinigung durch einen Dienstleister (Verteilerliste mit Stempel und Unterschrift der Auslegestellen liegt nicht vor), der die Verteilung anhand einer Verteilerliste durchführt. A) es wird nur eine Auslegestelle gezählt, B) es werden alle Auslegestellen gezählt.
  - *In der Regel ist dieses nicht zu akzeptieren.*
  - *Ausnahme: Verlage, die ihre Publikationen schwerpunktmäßig über Auslegestellen in Uni-Bereichen verbreiten und bundesweit operieren, erhalten Bestätigungen von Dienstleistern über ausgeführte Verteilungsaufträge. In diesem Zusammenhang ist auf eine räumliche Einheit zu achten. Derartige Bestätigungen sollten ausführliche Informationen beinhalten: kalendarische Daten, eingesetzte Personen, stückzahlenabhängige Entlohnung, nähere Beschreibung der einzelnen Auslegestellen innerhalb der UNI, Hinweise auf Displays usw.*
6. Verteilung durch einen Logistikpartner (Deutsche Post, DPD, UPS usw.) Folgende Nachweise stehen je nach Partner zur Verfügung: Einlieferungslisten, Übergabedateien, Lieferscheine, Versandnachweise/Protokolle, Retourenscheine/Protokolle, Nachweise über Rücklieferungen und Logistikabrechnungen (i.d.R. Karton/Gewicht).
  - *Grundsätzlich zu akzeptieren.*  
*Voraussetzung: Es handelt sich um Logistikpartner, bei denen sichergestellt ist, dass der Empfang bestätigt wird und die Stückzahlen pro Auslegestelle anhand der o. g. Unterlagen verifiziert werden kann.*
7. Selbstabholer - Menge wird im Verlag abgeholt und auf einer Liste erfasst (ohne Stempel, nur mit Unterschrift).
  - *Grundsätzlich nicht zu akzeptieren.*
  - *Ausnahme: Eine Zuordnung unter Freistücke ist möglich, wenn auf einem Verlagsvordruck Abholer, Stückzahl und Ausgabe festgehalten werden.*
8. Empfangsbestätigung durch eine zentrale Stelle (Bibliotheken/Filialisten, Banken, AStA, Fachschaften usw.). Die Stelle bestätigt, dass an benannten Auslegestellen die entsprechenden Exemplarmengen verteilt werden.
  - *Grundsätzlich zu akzeptieren.*  
*Voraussetzung: Dokumentation der vorzunehmenden Verteilung.*

*Ergänzender Hinweis:*

Die festgelegten Auslegeregeln gelten auch für Messen. Das heißt, wenn kein Messenachweis vorgelegt werden kann, sind diese Exemplarmengen der Rubrik Reste/Archiv zuzuordnen. Dieses betrifft nur die Titel, die eine Verpflichtung zur Ausweisung haben (20 %-Grenze).

## Sonstiges

### 3.8. Formatveränderte Ausgaben (Pocket)

#### **Richtlinie für die IVW-Auflagenkontrolle, Ziffer 6b**

Exemplare eines Heftes, die in Ausgaben mit unterschiedlichen Formaten bei durchlaufender Anzeigenbelegungseinheit erscheinen, können in einer Gesamtsumme gemeldet werden, wenn der Werbeträger ansonsten in Aufmachung, Inhalt und Umfang unverändert bleibt.

Die vom Standardformat abweichenden Ausgaben müssen in diesen Fällen zusätzlich gesondert als "davon" gemeldet und ausgewiesen werden.

#### **Durchführungsbestimmungen:**

Die Nummer 6b der Richtlinien für die IVW-Auflagenkontrolle regelt, unter welchen Voraussetzungen Auflagenzahlen eines Objektes miteinander in einer Gesamtsumme ausgewiesen und die formatveränderte Ausgabe zusätzlich gesondert dargestellt



werden können. Hierfür gelten folgende Mindestanforderungen, die zwingend bei beiden Formatausgaben erfüllt werden müssen:

- identische Titelbezeichnung,
- identische Heftnummer,
- identisches Erscheinungsdatum,
- Identität und gleiche Platzierung sämtlicher Anzeigen, wobei die Sonderinsertionsformen und verlagseigene Zugaben die Anzeigenbelegungseinheit *nicht* berühren,
- Identität der redaktionellen Inhalte.
- In der Titelgestaltung können formatbedingte Anpassungen (Kürzungen von Headlines, Verschiebungen von Bildern und Texten) und Layout-unterstützende Modifikationen in der Farbgebung vorgenommen werden.
- Bei nicht regelmäßiger Erscheinungsweise der formatveränderten Ausgabe ist die Gesamterscheinungshäufigkeit der Standardausgabe im Vierteljahr als Divisor zur Ermittlung der Durchschnittszahlen heranzuziehen.
- Copypreis und Abonnementpreis für die formatveränderte Ausgabe können von der Preisgestaltung der Standardausgabe abweichen.
- Eine eindeutige Differenzierung der Ausgaben zum Zwecke der turnusgemäßen Auflagenprüfungen muss gewährleistet sein.
- Die Gesamtmeldung wird mit einem Hinweis (z.B. Standardausgabe und Pocketformat) versehen. Bei der Werbung mit Auflagenzahlen ist dieser Hinweis mit zu veröffentlichen.

In den Fällen, in denen eine dieser Anforderungen nicht erfüllt wird, kann eine Verquickung der Auflagenzahlen nicht erfolgen. Vielmehr muss dann eine von der "Standardausgabe" unabhängige Meldung erstattet werden.

### **3.9. Ausweisung Zeitungen/Zeitschriften**

#### **Richtlinie für die IVW-Auflagenkontrolle, Ziffern 4 und 34**

#### **34. Anzeigentarif als Veröffentlichungsgrundlage**

Maßgeblich für alle Eintragungen in der IVW-Auflagenliste ist die für das Berichtsquartal geltende Anzeigenpreisliste.

Zeitungen:

Die in den Preislisten ausgewiesenen Teilbelegungseinheiten mit einem in der gesamten Teilbelegungseinheit durchlaufenden Anzeigenteil sind zu melden und zu veröffentlichen. Kombinationen von Belegungseinheiten können nach Maßgabe der Bestimmungen für die Auflagenmeldung gemeldet werden und werden in diesem Fall veröffentlicht (s. Ziffer 4).

Zeitschriften:

Die in der Preisliste ausgewiesene Gesamtbelegung als durchlaufende Belegungseinheit einer Zeitschrift ist zu melden. Dies gilt auch für Zeitschriften, die sich aus mehreren Ausgaben zusammensetzen. Teilbelegungen können zusätzlich gemeldet werden.

Setzt sich eine Zeitschriftenbelegungseinheit ausschließlich aus mehreren nicht einzeln belegbaren Objekten mit jeweils einzelner Titelbezeichnung zusammen (Titelkombination als einzige mögliche Belegungseinheit), so wird diese Belegungseinheit unter Nennung aller beteiligten Titel, ggf. ergänzend zu einer separaten Bezeichnung der Kombination, ausgewiesen.

#### **Durchführungsbestimmungen:**

Belegungseinheiten von Zeitschriften

Die durchlaufende Anzeigenbelegungseinheit einer Zeitschrift mit mehreren Ausgaben ist gegeben, wenn alle in der Anzeigenpreisliste der Zeitschrift entsprechend zu Grundpreisen angebotenen und gebuchten Anzeigen in allen Ausgaben zu den gebuchten Konditionen (Größe/Format, Platzierungsbindung z. B. Umschlag, technische Vorgaben) erscheinen. Eine identische Platzierung nicht

platzierungsgebundener Anzeigen, eine vollständige Identität der redaktionellen Inhalte, der Titelmotive, der Heftumfänge und der Copypreise der jeweiligen Ausgaben sind nicht erforderlich. Zwingend notwendig ist die einheitliche Titelbezeichnung (Logo, Titelschriftzug) aller Ausgaben.

Ergänzender Hinweis zu formatveränderten Ausgaben (Richtlinien Ziffer 6 b): Laut gültiger Richtlinienbestimmung setzt die Regelung für formatveränderte Ausgaben die weitgehende Identität mit der Normalausgabe voraus. Abweichungen sind ausschließlich zulässig im Hinblick auf das Format und auf die Formatveränderung abstellenden Titelnachträge bzw. Hinweise auf der Titelseite. Dies bedeutet insbesondere, dass der redaktionelle und der Anzeigeninhalt in jeder Hinsicht identisch sein müssen. Sind diese Bedingungen nicht erfüllt, kann die Auflage der formatveränderten Ausgabe nicht der Auflage der Normalausgabe zugerechnet werden.

#### **4. Belegungseinheiten von Zeitungen**

- a) Meldung der Belegungseinheiten  
Die Auflagenmeldungen der Zeitungen richten sich grundsätzlich nach den für das jeweilige Quartal gültigen Anzeigenpreislagen. Danach sind alle Anzeigenbelegungseinheiten zu melden, die als kleinste Belegungsmöglichkeiten mit einem Grundpreis angeboten werden. Zusätzlich sind zu melden die Auflage der Gesamtbelegung des Titels sowie die Auflage der maximalen Belegungseinheit, in der der Titel mit seiner Gesamtauflage vertreten ist.
- b) Kombinationen  
Belegungseinheiten, die sich aus mehreren Titeln/Gesamtbelegungen bzw. aus Gesamtbelegungen und Einzelbelegungen zusammensetzen, können zusätzlich gemeldet werden. Kombinationen, die ausschließlich aus zu meldenden Einzelbelegungen bestehen, werden nicht berücksichtigt.
- c) nicht belegbare Auflagenteile  
Gliedern sich Belegungseinheiten in zu meldende Einzelbelegungen, deren Auflagensumme nicht die Auflage der nächst übergeordneten Belegungseinheit ergibt, sind zusätzliche Auflagenmeldungen für die verbleibende Auflagendifferenz als "nicht getrennt belegbar" zu erstatten. Diese Auflagenteile werden nicht ausgewiesen.

#### **Praxisregel:**

##### **Zeitungen**

meldepflichtig:

- kleinste Anzeigenbelegungseinheit mit Grundpreis
- Titelgesamt
- Maximale
- ggf. nicht getrennt belegbar

Kombinationen können gemeldet werden:

- Titelgesamt/Titelgesamt
- Einzel/Titelgesamt

nicht gemeldet werden können:

- Kombination Einzel/Einzel

## **Zeitschriften**

meldepflichtig:

- Titelgesamt

gemeldet werden können:

- Kombinationen Titelgesamt/Titelgesamt, sofern alle Bestandteile IVW-geprüft sind

und

- Teilbelegungen

### **3.10. Durchschnittsermittlung Tageszeitungen**

#### **Richtlinie für die IVW-Auflagenkontrolle, Ziffer 5**

Für Belegungseinheiten von Tageszeitungen, die an einem bestimmten Tag einen abweichenden Anzeigenpreis aufweisen, sind der IVW zu melden

- a) die Durchschnittsauflage aller Erscheinungstage,
- b) die Durchschnittsauflage für den Tag mit besonderem Anzeigenpreis,
- c) die Durchschnittsauflage der übrigen Erscheinungstage.

Wenn eine Anzeigenbelegungseinheit mit einem in der Anzeigenpreisliste angebotenen Anzeigenpreis mehrere aufeinander folgende Ausgaben umfasst, für die Folgeausgaben aber keine gesonderten Belegungsmöglichkeiten bestehen und in allen Ausgaben ein vollständig identischer Anzeigenteil erscheint, so ist die Auflage dieser Anzeigenbelegungseinheit die Summe der Auflagen der einzelnen Ausgaben. Diese Summe ist auch maßgebend für die Durchschnittsermittlung nach Abs. 1.\*

\* Beispiel:

Eine täglich erscheinende Zeitung gibt am Sonntag eine Ausgabe heraus, die als Anzeigenbelegungsmöglichkeit nicht angeboten wird, sondern den vollständigen Anzeigenteil der Samstagsausgabe enthält. In der Anzeigenpreisliste wird neben dem Anzeigenpreis für die Ausgaben Montag bis Freitag ein abweichender Anzeigenpreis für Samstag (Wochenende) angegeben. Die Auflagen sind wie folgt zu errechnen und auszuweisen:

Durchschnitt Sa/So = Sa + So

Durchschnitt Mo-Sa/So = (Mo + Di + Mi + Do + Fr + Sa/So) : 6

Durchschnitt Mo-Fr = (Mo + Di + Mi + Do + Fr) : 5

*Praktizierte Wochenendarstellung:*

Sa+So

Kombination, Addition der Auflagen

Sa/So

Zwangskombination, Addition der Auflagen

Sa-So

Einzelbelegung der Wochenendtage, Durchschnittswert pro Tag

## 4. Kriterienkatalog zur Eingruppierung in die Mediengattungen

### **KRITERIEN zur IVW-Gattungs- und Sachgruppenzuordnung Publikumszeitschriften – Fachzeitschriften – Kundenzeitschriften**

(nicht abschließend)

Beschluss des IVW-Organisationsausschusses Presse vom 6. September 2005

#### Ausrichtung/Ziel

PZ: Individuelle Interessen unabhängig von beruflichen Interessen/  
allgemeinverständliche Information/Unterhaltung/Lebenshilfe

FZ: Berufliche Nutzung/Information, Fortbildung, berufliche Bildung

KuZ: Kundengewinnung, Kundenerhaltung

#### Redaktioneller Inhalt

PZ: allgemeine Berichterstattung (Gesellschaft, Politik, Wirtschaft, Schwerpunkte Hobby,  
Freizeit), multithematisch (GI), monothematisch (SI)

FZ: berufs-/branchenbezogene/wissenschaftliche Berichterstattung,  
monothematisch/definiertes Fachgebiet

KuZ: allgemeine Berichterstattung aus dem Produkt-/Unternehmensumfeld

#### Zielgruppe

PZ: Gesamt-Bevölkerung/General Interest, Ausrichtung auf sozio-demografische  
Gruppen/Hobby- und Freizeitinteressen/Special Interest, Vereine Sport/Hobby/  
allgemeines Leben

FZ: Berufsgruppen/professionelle Branchenangehörige (abgrenzbar nach fachlichen  
Kriterien, Funktionen, Branchen), Branchenorganisationen/Berufsvereinigungen/-  
Genossenschaften

KuZ: Kunden/Konsumenten

#### Empfänger/Leser

Ergebnisse von Eigen-/Gemeinschaftsuntersuchungen (Empfängerstrukturanalysen-/  
Reichweitenstudien), (s. u. "Beteiligung an Untersuchungen")

#### Vertriebsstruktur

PZ: unbeschränkter Pressehandel, Einzelverkauf (Grosso/Presseeinzelhandel),  
Abonnements

(werbender Buch- und Zeitschriftenhandel), Lesezirkel, Bordexemplare,  
Mitgliederstücke (branchen-unspezifisch), Sonstiger Verkauf, Freistücke  
FZ: beschränkter Pressehandel (z. B. auf BB, Spezialhändler)/nicht klassischer  
Pressehandel, bei EV berufliche Nutzung, Schwerpunkt  
Abonnements/Mitgliederstücke (branchen-spezifisch)/Freistücke, Sonstiger Verkauf,  
Zielgruppen-/ Wechsellversand

KuZ: wie PZ plus Verkauf zur Weitergabe an Kunden (Schwerpunkt)

#### Eigenpositionierung redaktioneller/anzeigentechnischer Kontext

z. B. in Editorials, im Impressum, Media-Daten/Anzeigenpreisliste, Marketing-/  
Akquisitions-Maßnahmen

#### Herausgeber/Verlag/Redaktion

FZ/PZ: neutral/unabhängig

KuZ: Unternehmen/Produzent/Dienstleister

#### Titel/Untertitel

PZ: neutral/bevölkerungsbezogen/Bevölkerungsgruppen (Frauen, Altersgruppen, Hobby  
etc.)

FZ: Berufs-/Branchenbezug/spezifische Wirtschaftsbereiche

KuZ: Produkt-/Unternehmensbezug

#### Anzeigenkunden/-aufkommen

PZ: Publikumswerbung Konsumgüter, Freizeit- und Hobby-Produkte, allgemeine  
Dienstleistungen (privater Verbrauch)

FZ: B-to-B-Märkte, Produkte/Dienstleistungen im beruflichen Umfeld der Zielgruppe;  
in der Regel nicht an Endverbraucher gerichtet

KuZ: Schwerpunkt aus dem Produkt-/Unternehmensumfeld, ansonsten wie PZ

Beteiligung an Media-Untersuchungen

PZ: unbeschränkte Grundgesamtheit (Bevölkerung, demografische Kriterien)

FZ: eingeschränkte Grundgesamtheit (Branchenangehörige, Berufsgruppen, Empfänger), Teilnahme IVW-EDA, AMF, spezifische FZ-Untersuchungen

KuZ: ((wenig Erfahrungswerte))

Hier ggf. Gattungs-/Zuordnungsdefinitionen der jeweiligen Untersuchung!

Einordnung in Nachschlagewerke

Selbstzuordnung

Fremdzuordnung > Definitionen!

Verbandsmitgliedschaften

Hier ggf. Definitionen!

Zuordnung IVW

im Rahmen des Aufnahmeantrags plus Historie

## **5. ePaper**

Unter einem ePaper wird im Folgenden die digitale Ausgabe eines Printmediums verstanden, die elektronisch verbreitet und an einem Bildschirm dargestellt wird. Für eine Berücksichtigung einer ePaper-Ausgabe in der Ausweisung der IVW-Auflagenliste muss das gedruckte Objekt (Zeitung oder Zeitschrift) der Auflagenkontrolle durch die IVW unterstellt sein.

### **5.1. Aufnahmeverfahren (Ziffern 21 ff.)**

Für die Aufnahme zur Auflagenkontrolle einer ePaper-Ausgabe ist ein Antrag bei der IVW-Geschäftsstelle zu stellen. Für die Antragstellung steht auf der IVW-Homepage ein entsprechendes Formular zur Verfügung.

Dem Antrag muss präzise zu entnehmen sein, auf welche Titel und Ausgaben sich das ePaper-Angebot erstreckt. Dem Antrag sind beizufügen:

- dem ePaper aktuell entsprechende Belegexemplare der Printausgaben,
- eine aktuelle, vollständige Liste der Angebots- und Verkaufsplattformen,
- eine aktuelle, vollständige Aufstellung aller Bezugspreise (Print und ePaper) nach Bezugsarten, Angebotsplattformen und Gestaltung der Zugriffsrechte

Sofern dem ePaper-Kunden der Zugriff auf alle Ausgaben eingeräumt wird, erfolgt die Ausweisung ausschließlich für die Titel-/Gesamtbelegung.

*Details zur weiteren Ausweisung s. 5.3.3. Richtlinie Ziffer 9 (Ausweisung).*

Der IVW ist ein ständiger kostenfreier Zugang ggf. über alle Angebotsplattformen zu gewähren.

Nach Prüfung der Aufnahmebedingungen durch die IVW-Geschäftsstelle erfolgt eine Aufnahmebestätigung, mit der die Melde-, Prüf- und Beitragspflichten einsetzen. In Zweifelsfällen entscheidet der IVW-Organisationsausschuss Presse.

### **5.2. Verdichtete Erläuterungen zu den ePaper-Richtlinien**

Für die Meldung und Ausweisung von ePaper-Ausgaben gelten die Bestimmungen der "Richtlinien für die IVW-Auflagenkontrolle". Darüber hinaus sind die "Ergänzenden Bestimmungen zu den Richtlinien für die IVW-Auflagenkontrolle - ePaper-Ausgaben" entwickelt worden.

Die zentralen Kriterien und Bedingungen für die IVW-Meldung von ePapern sind:

- die 1:1-Abbildung eines Printprodukts,
- die Kostenpflichtigkeit, Rubrizierung,
- die Zählung der Zugriffsrechte als Verbreitungswert,
- die umfassende Prüffähigkeit.

### **1:1-Ausgabe/"Identität des Werbeträgers" (Ziffer 3 und Durchführungsbestimmungen)**

Die Identität des Werbeträgers sowohl des redaktionellen als auch des Anzeigenteils muss gewährt sein. Die Identität gilt als gegeben, wenn das ePaper eines bestehenden Printtitels mit diesem in Inhalt und Form übereinstimmt. Die redaktionellen und werblichen Inhalte der jeweiligen Printausgabe müssen zum Zeitpunkt des Erscheinens einer Ausgabe zu 100 Prozent in dem ePaper enthalten sein.

Die Identität wird durch Aktualisierungen der bereits vorhandenen redaktionellen Inhalte nicht beeinträchtigt, soweit dadurch keine neuen Themen entstehen. Das heißt: Aktualisierungen der bereits vorhandenen Inhalte sind in einem umfangsneutralen Rahmen zulässig. Konkret bedeutet dies, dass Bilder und Texte innerhalb des ePapers ausgetauscht werden können. Hierbei ist die Anzahl und Gewichtung der Text- und Bildinhalte im jeweils korrespondierenden Artikel des Printprodukts maßgeblich. Ergänzungen der redaktionellen Artikel in Form von Bilderstrecken, Audio- und Videofiles sind unzulässig.

Zulässig sind darüber hinaus Funktionalitäten zur Steigerung des Nutzerkomforts sowie Formatanpassungen, die sich aus den technischen Möglichkeiten ergeben bzw. durch das jeweilige Endgerät bedingt sind und den Print-Charakter nicht verändern. Unter die zulässigen Nutzungsfunktionalitäten können insbesondere fallen: Navigationshilfen, interne und externe Links, Zoommöglichkeiten.

Links im Sinne der Durchführungsbestimmungen liegen vor, wenn die Zieladresse erkennbar und mit einem unabhängigen Browser ansteuerbar ist. Die Verlinkung auf einen Verlagsserver ist in diesem Zusammenhang zu akzeptieren, sofern der Print-Charakter des ePapers nicht maßgeblich verändert wird.

Auf Basis der identischen Belegungseinheit sind Modifikationen der werblichen Inhalte nur begrenzt möglich. Motivwechsel sind mögliche Modifikationen innerhalb der Belegungseinheit.

### **Kostenpflichtigkeit, Rubrizierung (Ziffern 4, 6/Durchführungsbestimmungen)**

Zur Meldung können derzeit nur ePaper gelangen, die kostenpflichtig angeboten und verkauft werden. Dazu zählen auch ePaper-Bordexemplare.

Zu den Abonnements zählen nur die Exemplare, die zum vollen Abonnementpreis der ePaper-Ausgabe an Einzelbezieher abgegeben werden. Ferner muss zur Anerkennung von ePaper-Abonnements der Preis des ePapers mindestens 50 % des jeweiligen Preises des Printprodukts betragen. Der ePaper-Abonnementpreis muss offenkundig und beispielsweise im Impressum, in einer Preisliste etc. allgemein zugänglich sein.

ePaper-Exemplare, die in Kombination mit einem Abonnement der gedruckten Ausgabe zu einem - gegenüber dem vollen ePaper-Abo-Preis - ermäßigten Preis abgegeben werden, können nicht in der Rubrik Abonnement berücksichtigt werden; sie zählen ausschließlich zum Sonstigen Verkauf, sofern mindestens 10 % des regulären Preises des Printprodukts erzielt werden, d.h. die Rubrizierungen werden nach den jeweiligen Preisanteilen vorgenommen.

Hierzu folgendes Beispiel:

regulärer Abo-Preis Print	mtl.	30 Euro = Abo-Auflage
regulärer Abo-Preis ePaper	mtl.	20 Euro = Abo-Auflage (50 % Mindestpreis im Vergleich zu Print erfüllt)

Kombinationsangebot:

Abo Print- und ePaper-Ausgabe	mtl.	37 Euro
Preisanteil Print	=	30 Euro = Abo-Auflage
Preisanteil ePaper	=	7 Euro = Sonstiger Verkauf (10 % Mindestpreis im Vergleich zu Print erfüllt)

Abwicklungsnachlässe nach den Regeln der Durchführungsbestimmungen für Printmedien sind auch für ePaper möglich (Skonti für Zahlweise, Zahlungsrhythmus, Laufzeit).

In der Rubrik EV-Lieferung können nur die Exemplare gemeldet werden, die im Einzelverkauf zum vollen ePaper-EV-Preis abgesetzt und zu mindestens 50 % des jeweiligen Copypreises der gedruckten Ausgabe verkauft werden. Der Einzelverkaufspreis der ePaper-Ausgabe muss ebenfalls offenkundig sein.

In der Rubrik Bordexemplare werden die ePaper-Exemplare gemeldet, die an Verkehrsunternehmen oder deren Dienstleister zur Bereitstellung für ihre Passagiere verkauft werden. Der Mindestpreis pro Exemplar/Nutzungsrecht beträgt 10 % des Copypreises des Printprodukts.

In der Rubrik Sonstiger Verkauf sind alle die ePaper-Exemplare zu melden, die weder den Abonnements noch dem Einzelverkauf noch den Bordexemplaren zugeordnet werden können; hierzu zählen insbesondere auch die bereits genannten Exemplare aus Kombinationsabonnements mit der gedruckten Ausgabe zu reduziertem Preisanteil und mit einem Mindesterloß von 10 % des korrespondierenden Preises des Print-Produkts. Bei Unterschreitung dieses Mindesterloßes erfolgt keine Meldung.

Grundsätzlich gilt, dass in diesem Rahmen unterschiedliche Preise für jeweils unterschiedliche ePaper-Produkte eines Titels zulässig sind, sofern sie sich auf unterschiedliche Anbieter-Plattformen bzw. Endgeräte beziehen. Je Anbieter-Plattform/Endgerät müssen sie jedoch einheitlich gehandhabt werden. Anbieter-Plattformen sind z. B. die Homepage des Verlags, virtuelle Online-Kioske, iTunes-Store.

#### Meldeverfahren

Die Übermittlung der Zahlen erfolgt über zwei Meldungen: die Gesamtmeldung des Titels/der Ausgabe mit der Printauflage und den ePaper-Auflagen als Summen in den Verkaufsrubriken Abonnement, Einzelverkauf-Lieferung, Bordexemplare und Sonstiger Verkauf, und die gesonderte ePaper-Meldung. Freistücke/kostenlose Lieferungen im Bereich ePaper werden nicht gemeldet.

Bei Zeitungen sind die Summen und die "davon ePaper"-Meldungen auch in den relevanten Kombinationen und maximalen Belegungseinheiten zu bilden, d. h. Kombinationen, die einzelne Ausgaben mit ePapern umfassen, müssen diese mit den jeweiligen Summen enthalten. Das ePaper einer einzelnen oder mehrerer einzelner Ausgaben schlägt sich in der gesamten Belegungshierarchie bis zur maximalen Belegungseinheit nieder. Erstreckt sich das ePaper-Angebot grundsätzlich auf alle Ausgaben eines Zeitungstitels, erfolgt die Zurechnung ausschließlich zu der entsprechenden Gesamtausgabe und ggf. zu übergeordneten Einheiten.

#### *Bordexemplare*

Die spezifischen Regeln und Bedingungen für ePaper-Bordexemplare schließen an Ziff. 3.5 (Bordexemplare) und Ziff. 5 (ePaper) des Regel-Leitfadens an. Bordexemplare weisen eine Reihe spezifischer Besonderheiten im Hinblick auf die definitorischen Grundlagen, die praktische Erfassung und Zählung und das Prüfungsvorgehen auf.

Bordexemplare im Sinne der IVW haben zunächst keine identifizierbaren Einzelpfänger, unterliegen aber einer spezifischen Verwendungsbindung. Die

Endverwendung beschränkt sich auf die Bereitstellung zur Entnahme bzw. zum Abruf durch die Fahrgäste des Verkehrsmittels. Die faktische Bereitstellung erfolgt durch den Betreiber des Verkehrsmittels oder einen von ihm beauftragten Dienstleister. Der originäre Nachweis der definitionsgerechten Verwendung sowohl qualitativ als auch quantitativ ist daher durch den Betreiber oder den von ihm beauftragten Dienstleister zu erbringen. Diese Verpflichtung muss der Verlag in seine vertraglichen Vereinbarungen mit den Betreibern/Dienstleistern übernehmen. Gleiches gilt für die daraus folgende Bedingung, der IVW für eine externe Dienstleisterprüfung Zugang zu gewähren (Ziff. 40 der Richtlinien für die IVW-Auflagenkontrolle i.V.m. den vorliegenden Durchführungsbestimmungen für ePaper).

#### Verwendungsbindung

Die Bereitstellung des ePapers für die Kunden muss gemäß Verwendungsbindung an Bord eines Verkehrsmittels bzw. in einem Wartebereich (geschlossener Raum) einer Verkehrsgesellschaft erfolgen. Als geschlossener Raum im Sinne dieser Richtlinienbestimmung ist anzusehen, wenn ein Zugriff auf ein ePaper nur von einem bestimmten Standort (Bereich) oder durch einen individualisierten Zugang für den bezugsberechtigten Passagier möglich ist. Ein abgeschlossener Raum wird geschaffen durch:

- die Begrenzung mittels einer standortdefinierten und vom Standortbetreiber bekanntgegebenen IP-Range (Zugriff ist nur vor Ort durch die Inanspruchnahme des jeweils angebotenen WLANs der Lounge, Inflights etc. möglich, jedoch nicht mehr von außerhalb unter Verwendung eines standortfremden WLANs, auch wenn die Standort-URL verwendet wird)

oder

- Beschränkung des Zugriffs durch die Installation einer App durch den Passagier, die dem Zugriff auf das ePaper vorgeschaltet und ausschließlich in einem geschlossenen Raum verwendbar ist (z.B. Inflight-Entertainment-Systeme)

oder

- Beschränkung durch einen individuellen Account, der standortunabhängig verwendet werden kann und an ein Reisedokument (Ticket, Buchungscode etc.) gekoppelt ist (z.B. Auswahl und Download einer Ausgabennummer beim Web Check-in innerhalb einer begrenzten Zeit vor Abflug, der Abruf eines Titels während der Reise).

Durch entsprechende technische Maßnahmen muss sichergestellt sein, dass der Verwendungsbereich räumlich und zeitlich auf den bezugsberechtigten Kreis und die konkrete Verwendungssituation eingeschränkt ist. Die meldefähige Zugriffsberechtigung auf die Auswahl der angebotenen Titel als ePaper beginnt frühestens drei Tage vor Reiseantritt und endet spätestens am Tag des Reiseabschlusses.

#### Bezugsberechtigte Kreise (Reisende)

Die Bezugsberechtigung entsteht durch die Passagiereigenschaft, d. h. mit dem Kauf und Aktivierung eines Tickets, dem Check-in oder dem Betreten des Verkehrsmittels bzw. dem Passieren der Zugangsschranken am Gate. Zur Abgrenzung der bezugsberechtigten Kreise (Reisende) und damit die aktive Willenserklärung des Reisenden zu einer Zurechnung zu den Bordexemplaren führen kann, ist eine Identifizierbarkeit des Kunden unerlässlich. Diese kann erfolgen durch

- das Setzen eines Cookies,
- die Vergabe eines eindeutigen Buchungscode,
- Authentifizierung bei Aktivierung/Verwendung einer App,
- eine eindeutige Session-ID,
- eine Kunden-ID.

Zur Überprüfung müssen im Verlag entsprechend eindeutige Reports vorliegen, aus denen die Zugriffsberechtigungen mit den Zugriffen und dem Titel hervorgehen. Es bedarf einer Abgrenzung von weiteren Zugriffen des jeweiligen Nutzungsberechtigten auf den bereits ausgewählten Titel bzw. dessen Ausgabennummer, um Mehrfachzählungen auszuschließen.



Basis der Meldung sind die aktiven Willenserklärungen zur Auswahl eines oder mehrerer Titel. Als aktive Willenserklärung gilt ein konkreter Zugriff wie beispielsweise die Auswahl des Titelcovers eines ePapers im elektronischen Kiosk durch Tippen, Anklicken, Setzen eines Häkchens des Zugriffberechtigten innerhalb der zeitlichen und räumlichen Schranken. Ebenfalls konkrete Zugriffe sind das ggf. initiale Öffnen, Lesen oder der Download des ausgewählten ePapers in diesem Kontext. Gezählt wird ausschließlich der initiale Abruf/Zugriff, z. B. der erste Download des ausgewählten Titels.

Die vom Dienstleister dokumentierten Willenserklärungen in diesem Sinne müssen gleichzeitig Grundlage der Abrechnung zwischen Dienstleister und Verkehrsunternehmen sein, sodass diese Abrechnung unmittelbar zur Meldung und zur Prüfung herangezogen werden kann. Zwischen Verlag und Verkehrsunternehmen/Dienstleister vereinbarte und ggf. abgerechnete Mengen bilden den äußeren Rahmen im Sinne der Plausibilität, das heißt die gemeldete Menge kann maximal dieser abgerechneten Menge entsprechen.

#### Prüfung

Primärer Prüfungsort mit allen Verantwortlichkeiten gegenüber der IVW ist der Verlag in seiner Eigenschaft als IVW-Mitglied. Die operative Nachweisführung zur Überprüfung spezifischer Abwicklungsdetails kann von Fall zu Fall und auf Anforderung einem Dritten übertragen werden, ersetzt im Innenverhältnis aber nicht die Direktive des Verlags gegenüber dem Dienstleister.

Da der digitalen Verbreitung die physische Verbreitung/Lieferung als Prüfungsgegenstand fehlt, wurden Kriterien entwickelt, die die Plausibilitätslücke füllen und so den äußeren Rahmen für meldefähige Mengen bilden. Dies sind

- Daten zu potentiell nutzungsberechtigten Empfängern (Passagierzahlen, verkaufte Tickets, registrierte Buchungs-codes etc.),
- Daten über konkrete Abrufe, Zugriffe, Downloads etc, z. B. Logfiles,
- Nachweise/Dokumentation der aktiven Willenserklärungen.

Der initiale Abruf/Zugriff auf das jeweilige Produkt und die damit erfolgte Willenserklärung bilden das zentrale Prüfkriterium zur Verifizierung der gemeldeten Mengen.

Diese Daten und entsprechende Nachweise fallen in der Regel beim Dienstleister bzw. beim Verkehrsunternehmen an. Sie können als Information an den Verlag weitergereicht, dort weiterverarbeitet und zur Prüfung herangezogen werden, die Prüfung der Quelldaten kann aber nur vor Ort erfolgen, sodass hier die externe Dienstleisterprüfung einsetzt.

Bis auf Weiteres gelten für eine Mustertabelle folgende Mindestangaben:

Titel	Heft-Nr./ Ausgabe	Aktionsdatum Initial-Aufruf	Verkehrsgesellschaft Dienstleister	ID-Merkmal Ticket-Code	Preis
-------	----------------------	--------------------------------	---------------------------------------	---------------------------	-------

#### **Praxisregel:**

Für eine Identification-ID kann pro Titel, pro Ausgabe und pro Kalendertag maximal ein Stück einer ePaper-Ausgabe gemeldet werden.

#### *Verbreitungsanalyse*

Da der Dienstleister aus Datenschutzgründen von den Luftverkehrsgesellschaften keine personenbezogenen Daten erhält, kann auch keine Geolokalisation erfolgen. Digitale Bordexemplare werden in der Gruppe "950 digitale Tageszeitungen ohne ortsbezogene Ausweisung" (neben ePaper-Verkäufen an Hotelbetreiber, Kreuzfahrt-Reedereien und Reisebus-Unternehmen) erfasst und ausgewiesen.

#### *ePaper-Verkäufe an Hotelbetreiber, Kreuzfahrt-Reedereien und Reisebus-Unternehmen*

Verkäufe von ePapern an Hotels, Kreuzfahrt- und Reisebus-Unternehmen zur kostenlosen Bereitstellung für deren Kunden/Gäste können den Verkäufen zugerechnet werden. Die Endverwendung beschränkt sich auf die Bereitstellung zum

Abruf durch die Kunden/Gäste der jeweiligen Einrichtung. Die Bereitstellung erfolgt durch den Betreiber dieser Einrichtung oder einen von ihm beauftragten Dienstleister. Die nachfolgenden Regelungen gelten ausschließlich für die drei Branchen und sind auf andere Unternehmen nicht übertragbar (z.B. Cafés, Lesesäle etc.), auch wenn diese die gleichen Angebots- und Abwicklungsformen haben sollten.

#### Erhältlichkeit / Angebot

Die Bereitstellung des ePapers für die Kunden/Gäste erfolgt in einem geschlossenen/ abgegrenzten Raum; im Sinne dieser Richtlinienbestimmung ist dieser als solcher anzusehen, wenn ein Zugriff auf ein ePaper von einem bestimmten Bereich oder durch einen individualisierten Zugang für den Kunden möglich ist. Ein geschlossener Raum wird geschaffen durch:

- die Begrenzung mittels einer standortdefinierten und vom Standortbetreiber bekanntgegebenen IP-Range (Zugriff ist nur vor Ort durch die Inanspruchnahme des jeweils angebotenen WLANs möglich, jedoch nicht mehr von außerhalb unter Verwendung eines standortfremden WLANs, auch wenn die Standort-URL verwendet wird)
- oder
- Beschränkung des Zugriffs durch die Installation einer App durch den Kunden/Gast, die dem Zugriff auf das ePaper vorgeschaltet und ausschließlich in einem geschlossenen Raum verwendbar ist.

Durch entsprechende technische Maßnahmen muss sichergestellt sein, dass der Verwendungsbereich räumlich und zeitlich auf den Kundenkreis eingeschränkt ist.

#### Kundenkreise

Die Bezugsberechtigung entsteht durch die Kunden-Eigenschaft. Zur Abgrenzung der bezugsberechtigten Kreise und damit die aktive Willenserklärung des Kunden/Gastes zu einer Zurechnung führen kann, ist eine Identifizierbarkeit des Kunden unerlässlich. Diese kann für die diesen Unternehmen bereitgestellten und berechneten Stückmengen hilfsweise erfolgen durch

- das Setzen eines Cookies,
- die Vergabe eines eindeutigen Codes (z.B. des Buchungscodes),
- Authentifizierung bei Aktivierung/Verwendung einer App,
- eine eindeutige Session-ID,
- eine Kunden-ID.

Zur Überprüfung müssen im Verlag entsprechend eindeutige Reports vorliegen, aus denen die Zugriffsberechtigungen mit den Zugriffen und dem Titel hervorgehen. Es bedarf einer Abgrenzung von weiteren Zugriffen des jeweiligen Nutzungsberechtigten auf den bereits ausgewählten Titel bzw. dessen Ausgabennummer, um Mehrfachzählungen auszuschließen.

Basis der Meldung sind die aktiven Willenserklärungen zur Auswahl eines oder mehrerer Titel. Als aktive Willenserklärung gilt ein konkreter Zugriff wie beispielsweise die Auswahl des Titelcovers eines ePapers im elektronischen Kiosk durch Tippen, Anklicken, Setzen eines Häkchens des Zugriffsberechtigten innerhalb der zeitlichen und räumlichen Schranken. Ebenfalls konkrete Zugriffe sind das ggf. initiale Öffnen, Lesen oder der Download des ausgewählten ePapers in diesem Kontext. Gezählt wird ausschließlich der initiale Abruf/Zugriff, z. B. der erste Download des ausgewählten Titels. Die vom Dienstleister dokumentierten Willenserklärungen in diesem Sinne müssen gleichzeitig Grundlage der Abrechnung zwischen Dienstleister und jeweiligem Unternehmen sein, sodass diese Abrechnung unmittelbar zur Meldung und zur Prüfung herangezogen werden kann. Zwischen Verlag und Unternehmen/Dienstleister vereinbarte und ggf. abgerechnete Mengen bilden den äußeren Rahmen im Sinne der Plausibilität, das heißt die gemeldete Menge kann maximal dieser abgerechneten Menge entsprechen. Eine Rubrizierung ist ausschließlich im Sonstigen Verkauf möglich, sofern die jeweils geltenden Mindesterloße hierfür erzielt werden.

#### Prüfung

Primärer Prüfungsort mit allen Verantwortlichkeiten gegenüber der IVW ist der Verlag in seiner Eigenschaft als IVW-Mitglied. Die operative Nachweisführung zur

Überprüfung spezifischer Abwicklungsdetails kann von Fall zu Fall und auf Anforderung einem Dritten übertragen werden, ersetzt im Innenverhältnis aber nicht die Direktive des Verlags gegenüber dem Dienstleister.

Da der digitalen Verbreitung die physische Verbreitung/Lieferung als Prüfungsgegenstand fehlt, wurden Kriterien entwickelt, die die Plausibilitätslücke füllen und so den äußeren Rahmen für meldefähige Mengen bilden. Dies sind

- Daten über konkrete Abrufe, Zugriffe, Downloads etc, z. B. Logfiles,
- Nachweise/Dokumentation der aktiven Willenserklärungen.

Der initiale Abruf/Zugriff auf das jeweilige Produkt und die damit erfolgte Willenserklärung bilden das zentrale Prüfkriterium zur Verifizierung der gemeldeten Mengen.

Diese Daten und entsprechende Nachweise fallen in der Regel beim Dienstleister bzw. beim Unternehmen an. Sie können als Information an den Verlag weitergereicht, dort weiterverarbeitet und zur Prüfung herangezogen werden, die Prüfung der Quelldaten kann aber nur vor Ort erfolgen, sodass hier die externe Dienstleisterprüfung einsetzt. Der IVW muss also uneingeschränkt ein Zugriff auf die Quelldaten ermöglicht werden.

Bis auf Weiteres gelten für das Reporting als Melde- und Prüfungsgrundlage folgende Mindestangaben:

- Titel
- Heft-Nr./Ausgabe
- Aktionsdatum Initial-Aufruf
- Einrichtung (Hotel, Kreuzfahrtschiff, Reisebus)
- [Ort des Hotels] (wenn verfügbar)
- ID-Merkmal
- Preis (gegebenenfalls)

#### *Heftbezogene Auflagenmeldungen*

Bei Titeln, die am zusätzlichen Verfahren der heftbezogenen Auflagenmeldungen teilnehmen, sind die ePaper-Anteile ebenfalls zu melden.

#### *Verbreitungsanalyse*

Da die Unternehmen aus datenschutzrechtlichen Gründen keine Informationen zum jeweiligen Bezugsort weitergeben dürfen, entfällt - wie bei digitalen Bordexemplaren - eine räumliche Zuordnung.

Digitale Exemplare an Hotels, Kreuzfahrt-Reedereien und Reisebus-Unternehmen werden somit in der Gruppe "950 digitale Tageszeitungen ohne ortsbezogene Ausweisung" (neben digitalen Bordexemplaren) erfasst und ausgewiesen.

#### *EDA-Verfahren*

Innerhalb des Verfahrens der Empfängerdatei-Analysen für Fachzeitschriften EDA ist eine Einbeziehung von ePapern vorläufig nicht vorgesehen.

#### Plausibilität

Aufgrund des "davon"-Ausweises von ePapern umfasst die "Haupt"-Meldung des entsprechenden Titels bzw. der entsprechenden Ausgabe immer auch das jeweilige ePaper. Zu melden ist also die Summe aus Printprodukt und digitalem Produkt in den Verkaufsrubriken. Daraus ergibt sich folgendes Vorgehen für die Plausibilitätsprüfung der Gesamtmeldung:

(Abonnement + EV-Lieferung + Bordexemplare + Lesezirkelstücke (bei Zeitschriften) + Sonstiger Verkauf + Freistücke + Restexemplare)

minus ePaper-Gesamtverkauf

= Druckauflage.

### **Zählung der Zugriffsrechte (Ziffern 4, 7, 8)**

Gezählt werden nur bezahlte Zugriffsrechte auf ePaper, hierzu zählen auch die initialen, d. h. die Erst-Zugriffe bei den Bordexemplaren. Kostenfreie Zugriffsberechtigungen werden in der Ausweisung nicht berücksichtigt.

### **Prüfung (Ziffern 10 ff. und Durchführungsbestimmungen)**

Die Prüfung der gemeldeten Zahlen zu den ePaper-Auflagen erfolgt durch Nachweise über die ePaper-Bezieher und die gegen Entgelt erteilten Zugangsberechtigungen sowie die entsprechenden buchhalterischen Erlöse.

Als ePaper-Bezieher gilt der Vertragskunde im Sinne des Erwerbers des Zugriffsrechts. Die Nachweisführung obliegt dem IVW-Mitglied. Die Vergütungsregelungen müssen in den Fällen, in denen die Vergütung eines Dienstleisters durch anteiligen Einbehalt vom Endpreis des ePapers erfolgt, erkennen lassen, nach welcher Formel die Berechnung vorgenommen wird, um eine richtliniengemäße Erlösabstimmung zu gewährleisten.

Die eindeutige Identifikation ist immer dann gegeben, wenn der ePaper-Bezieher mit Namen und Kontaktadresse nachweisbar ist. Nur im Falle von Verkäufen über externe Angebotsplattformen, bei denen diese Identifikation aufgrund nachzuweisender rechtlicher Vorgaben des Plattformbetreibers nicht möglich ist, wird als eindeutige Identifikation anerkannt, wenn die Bestätigung jeder einzelnen entgeltpflichtigen Bestellung und Zahlung vorliegt und die Abführung der Vergütung an den Plattformbetreiber für jede einzelne Bestellung nachgewiesen ist.

Für die Meldung können nur ePaper berücksichtigt werden, die die Prüfungsanforderungen in vollem Umfang erfüllen. Werden die Nachweise für einzelne Sparten oder für einzelne Dienstleisterangebote/Angebotsplattformen nicht vollständig erbracht, können die entsprechenden Anteile für die Meldung nicht berücksichtigt werden.

## **5.3. Ergänzende Bestimmungen zu den Richtlinien für die IVW-Auflagenkontrolle - ePaper-Ausgaben**

### **5.3.1. Richtlinie Ziffer 3 (Identität)**

Die Identität des Werbeträgers (Redaktion und Anzeigen) muss gewährt sein. Die Identität im Sinne dieser Richtlinie gilt als gegeben, wenn das ePaper als digitale Ausgabe eines bestehenden Printtitels mit diesem in Inhalt und Form übereinstimmt. Die redaktionellen und werblichen Inhalte der jeweiligen Printausgabe müssen zum Zeitpunkt des Erscheinens einer Ausgabe zu 100 Prozent in dem ePaper enthalten sein. Die Identität wird durch die folgenden Modifikationen nicht beeinträchtigt:

- Aktualisierungen der bereits vorhandenen redaktionellen Inhalte, soweit dadurch keine neuen Themen entstehen;
- Funktionalitäten zur Steigerung des Nutzerkomforts sowie Formatanpassungen, die sich aus den technischen Möglichkeiten ergeben bzw. durch das jeweilige Endgerät bedingt sind und den Print-Charakter nicht verändern.

Auf Basis der identischen Belegungseinheit sind Modifikationen der werblichen Inhalte nur begrenzt möglich.

#### **Durchführungsbestimmungen:**

Die vollständige inhaltliche und werbliche Identität stellt die zentrale Anforderung an ein ePaper dar.

Aktualisierungen der bereits vorhandenen Inhalte sind in einem umfangsneutralen Rahmen zulässig. Konkret bedeutet dies, dass Bilder und Texte innerhalb des ePapers ausgetauscht werden können. Hierbei ist die Anzahl und Gewichtung der Text- und Bildinhalte im jeweils

korrespondierenden Artikel des Printprodukts maßgeblich. Ergänzungen der redaktionellen Artikel in Form von Bilderstreifen, Audio- und Videofiles sind unzulässig.

Unter die zulässigen Nutzungsfunktionalitäten können insbesondere fallen: Navigationshilfen, interne und externe Links, Zoommöglichkeiten.

Motivwechsel sind mögliche Modifikationen der Belegungseinheit im Sinne der Richtlinie.

#### **Praxisregel:**

Links im Sinne der Durchführungsbestimmungen liegen vor, wenn die Zieladresse erkennbar und mit einem unabhängigen Browser ansteuerbar ist. Die Verlinkung auf einen Verlagsserver ist in diesem Zusammenhang zu akzeptieren, sofern der Print-Charakter des ePapers nicht maßgeblich verändert wird.

#### **5.3.1.1. Redaktionelle und werbliche Beilagen, Sonderinsertionsformen, Sonderveröffentlichungen**

##### **Vorbemerkung:**

Aufgrund vermehrter Anfragen hat die IVW Praxisregeln zu der Frage entwickelt, inwieweit Beilagen, Zugaben und Sonderveröffentlichungen (lose beigelegt, heftverbunden, aufgeklebt, verschweißt etc.) die Identität eines ePapers mit dem gedruckten Objekt beeinträchtigen und somit die Einrechnung und Anerkennung bei der Meldung in Frage gestellt ist.

Nach den Richtlinien und Durchführungsbestimmungen für die Auflagenkontrolle von ePapern sind die redaktionellen und werblichen Inhalte der Printausgabe zu 100 Prozent im ePaper abzubilden (Nummer 3 der Regularien). Werden redaktionelle Teile oder Anzeigen weggelassen oder hinzugefügt, ist eine Identität nicht mehr gegeben mit der Folge, dass eine Einrechnung dieser Ausgabe in die Summe der ePaper nicht möglich ist. Zur Beurteilung der Übereinstimmung ist es notwendig, die Version des Printprodukts zu bestimmen und zu definieren, die die Grundlage für den Vergleich bildet.

##### **Prämissen:**

Das Printprodukt ist die Grundlage und zentraler Bezugspunkt für das digitale Produkt ePaper (s. hierzu "Ergänzende Bestimmungen zu den Richtlinien für die IVW-Auflagenkontrolle – ePaper-Ausgaben" in Verbindung mit den Grundbedingungen und Durchführungsbestimmungen). Je weiter sich das Digitalprodukt inhaltlich und funktional von dem Printprodukt entfernt, desto höher die Wahrscheinlichkeit, dass es nicht mehr als ePaper im Sinne der IVW-Richtlinien gelten kann.

Sind redaktionelle und/oder werbliche Teile eines Heftes/einer Ausgabe nicht Bestandteil der unbeschränkten Gesamtbelegung laut Metadaten (Gesamtbelegung zum Grundpreis), d. h. erfolgt die Belegung dieser Teile nach den Bedingungen für Sonderinsertionsformen, Ad Specials o. ä. mit der Möglichkeit der individuellen Beschränkung bzw. Steuerung (z.B. geografische Steuerung, Reduzierung auf einzelne Aufgabensparten oder Zielgruppen), so sind diese Teile nicht zwingender Bestandteil des ePapers, sofern sie in den jeweiligen Ausgabenversionen nicht die Gesamtverbreitung umfassen. Gleiches gilt, wenn redaktionelle/ publizistische Ergänzungen/Zusätze gänzlich von der werblichen Belegung ausgenommen sind. Zum Nachweis ist es notwendig, dass diese Version der Ausgabe ("Basisausgabe" mit unbeschränkter

Belegung/ohne Zusatzteile) zum entsprechenden Verarbeitungsschritt aus dem Produktionsprozess herausgelöst werden kann.

Der Verlag steht in der Pflicht, zur Aufnahme, zu den Turnusprüfungen und ggf. auf Anforderung zur Überprüfung der Identität Belegexemplare vorzulegen, die diesen Bedingungen entsprechen, und plausibel darzulegen, welche Teile des Endprodukts nach welchen Bedingungen der Metadaten gestaltet sind.

Das ePaper muss darüber hinaus klar erkennbar und eindeutig nachvollziehbar Gegenstand der Kaufentscheidung sein.

Für Digitalprodukte, die diese Grenzen überschreiten, stehen die IVW-Verfahren Online/Mobile-Nutzungsmessung und Paid Content zur Verfügung.

### **Redaktionelle Beilagen und Sonderveröffentlichungen:**

Beilagen, unabhängig vom Format, gleich welcher Herkunft, Art und Verarbeitungsform sind im ePaper abzubilden, wenn sie integraler Bestandteil des Printprodukts sind und ohne Beschränkung bzw. ohne individuelle Belegungsmöglichkeit gemäß Metadaten die Gesamtauflage durchlaufen. Maßgeblich ist im Zweifelsfall hier, wie die Präsenz des Objektes in den Auflagensparten ausgestaltet ist.

Die Platzierung der Beilagen im ePaper ist nachrangig; insofern ist es zulässig, diese am Ende des ePapers bereitzustellen oder durch einen Link zugänglich zu machen.

Publizistisch und presserechtlich eigenständige Produkte müssen nicht im ePaper enthalten sein. Aus Sicht der Werbungtreibenden empfiehlt sich jedoch, dem Leser des ePapers auch das Supplement per Link zugänglich zu machen.

### **Werbliche Beilagen/Multisensorische Werbemittel/ Sonderinsertionsformen:**

Auf eine Bereitstellung von Sonderinsertionsformen (z.B. Advertorials, "klassische" Prospekte und multisensorische Werbemittel, z. B. Warenproben) bzw. auf ein geeignetes Äquivalent (Link zur Bestellung/Anforderung etc.) innerhalb der ePaper kann verzichtet werden, auch wenn eine Erwähnung im gedruckten Produkt erfolgt (z.B. im Impressum).

Diese Handhabung erstreckt sich z.B. auf AD-Specials, Auflagen- und Regionalsplits und zielgruppenspezifische Ausrichtungen, wenn die Sonderinsertionsformen gemäß Anzeigenpreisliste/Metadaten mit derartigen individuellen Ein-/Beschränkungen versehen sind.

### **Möglichkeiten für den Leser des ePapers, Beilagen und Zusatzprodukte zu erhalten:**

- unmittelbarer inhaltlicher Bestandteil des ePapers
  - Link für einen Download
  - Link, um die Beilage (kostenlos) zu bestellen
- und
- Lieferung per Post

### **Auswirkungen auf den Divisor zur Ermittlung der durchschnittlichen Auflage bei fehlender Identität:**

Werden an einem Erscheinungstag/für eine Ausgabe die Anforderungen an das ePaper nicht erfüllt (z.B. fehlende Identität),

so dürfen die Mengen dieser Ausgabe nicht in die Summenbildung der ePaper einbezogen werden.

Auch in diesen Fällen ist die Erscheinungshäufigkeit der Printausgabe im entsprechenden Vierteljahr als Divisor zur Ermittlung der Durchschnittszahlen für das ePaper heranzuziehen.

### **5.3.2. Richtlinie Ziffer 6 (Rubrizierung)**

In die Meldungen dürfen nur Ausgabennummern einbezogen werden, die im Quartal erschienen sind und verkauft wurden. Die Meldungen erfolgen nach den Auflagenrubriken

- Abonnements
- Einzelverkauf
- Bordexemplare
- Sonstiger Verkauf

Grundlage für die Rubrizierung bilden die Richtlinien für die IVW-Auflagenkontrolle und die ergänzenden Bestimmungen zu den Richtlinien für die IVW-Auflagenkontrolle – ePaper-Ausgaben.

#### **Durchführungsbestimmungen:**

Zur Zurechnung des ePapers zu den Auflagenkategorien Abonnements und Einzelverkauf muss der Preis des ePapers mindestens 50 % des entsprechenden Preises des Printprodukts betragen. Für die Zurechnung zu den Bordexemplaren und zum Sonstigen Verkauf gelten mindestens 10 % des regulären Preises des Printprodukts. In diesem Rahmen sind unterschiedliche Preise für jeweils unterschiedliche ePaper-Produkte eines Titels zulässig, sofern sie sich auf unterschiedliche Anbieter-Plattformen bzw. Endgeräte beziehen. Je Anbieter-Plattform/Endgerät müssen sie jedoch einheitlich gehandhabt werden. Anbieter-Plattformen sind z. B. die Homepage des Verlags, virtuelle Online-Kioske, iTunes-Store.

Abwicklungsnachlässe nach den Regeln der Durchführungsbestimmungen für Printmedien sind auch für ePaper möglich (Skonti für Zahlweise, Zahlungsrhythmus, Laufzeit).

Bei Kombinationsangeboten Print/ePaper gelten die vorangegangenen Regelungen sinngemäß, d. h. die Rubrizierungen werden nach den jeweiligen Preisanteilen vorgenommen.

### **5.3.3. Richtlinie Ziffer 9 (Ausweisung)**

Die Ausweisung erfolgt in einer gesonderten Zeile unmittelbar bei dem Printobjekt bzw. der Anzeigenbelegungseinheit in der quartalsweise erscheinenden IVW-Auflagenliste mit dem Hinweis "davon ePaper". Dargestellt wird die verkaufte Auflage der ePaper-Ausgabe, aufgegliedert nach Abonnement, Einzelverkauf, Bordexemplaren und Sonstigem Verkauf.

#### **Praxisregel:**

Sofern dem ePaper-Kunden durch den Kaufvorgang der undifferenzierte Zugriff auf mehrere Tageszeitungsausgaben eingeräumt wird, erfolgt die Ausweisung ausschließlich für die Titel-/Gesamtbelegung. Geht aus den Bezugsbedingungen hervor, dass der ePaper-Kunde eindeutig und nachvollziehbar exakt eine Lokalausgabe einer Tageszeitung kostenpflichtig bestellt und weitere Lokalausgaben als unentgeltliche Freistücke (als kostenfreie Zugabe des Verlages) beziehen kann, kann dieses eine bezahlte Exemplar der jeweiligen Lokalausgabe zugerechnet werden; die übrigen Exemplare sind im Sinne der ePaper-Richtlinien als Freistücke zu behandeln und finden bei der Ausweisung keine Berücksichtigung. Für die IVW-Prüfung muss das o.g. Exemplar nachvollziehbar verbucht sein. Dies gilt auch für die

Fälle, in denen nur ein Vertriebsweg (Abo oder EV) oder eine Verkaufsplattform das erweiterte Zugriffsrecht vorsieht.

Falls ein Verlag seine ePaper-Ausgaben aufgrund der bisherigen Bezugsbedingungen bislang als "Titel-/Gesamtbelegung" an die IVW melden musste und nun das o.g. Verfahren der Ausweisung nach Lokalausgaben in Anspruch nehmen möchte, ist ein formloser Antrag unter Beifügung der angepassten Bezugsbedingungen, der jeweiligen Printausgaben und mit Nennung der Angebots- und Verkaufsplattformen an die IVW zu richten. Ist der Zugriff grundsätzlich über alle Vertriebswege und Verkaufsplattformen auf eine Ausgabe eingeschränkt, erfolgt die Ausweisung sowohl für die Einzelbelegungseinheit als auch für die Titel-/Gesamtbelegung.

Bei Zeitungen sind die Summen und die "davon ePaper"-Meldungen auch in den relevanten Kombinationen und maximalen Belegungseinheiten zu bilden, d. h. Kombinationen, die einzelne Ausgaben mit ePapern umfassen, müssen diese mit den jeweiligen Summen enthalten. Das ePaper einer einzelnen oder mehrerer einzelner Ausgaben schlägt sich in der gesamten Belegungshierarchie bis zur maximalen Belegungseinheit nieder. Erstreckt sich das ePaper-Angebot grundsätzlich auf alle Ausgaben eines Zeitungstitels, erfolgt die Zurechnung ausschließlich zu der entsprechenden Gesamtausgabe und ggf. zu übergeordneten Einheiten.

Bei Titeln, die am zusätzlichen Verfahren der heftbezogenen Auflagenmeldungen teilnehmen, sind die ePaper-Anteile ebenfalls zu melden.

Innerhalb des Verfahrens der Empfängerdatei-Analysen für Fachzeitschriften EDA ist eine Einbeziehung von ePapern vorläufig nicht vorgesehen.

#### **5.3.4. Richtlinie Ziffer 10 (Prüfung)**

Die Prüfung der gemeldeten Zahlen zu den ePaper-Auflagen erfolgt durch Nachweise über die ePaper-Bezieher und die gegen Entgelt erteilten Zugangsberechtigungen sowie die entsprechenden buchhalterischen Erlöse. Für ePaper-Bordexemplare sind darüber hinaus die initialen Zugriffe/Aufrufe zu dokumentieren und nachzuweisen.

##### **Durchführungsbestimmungen:**

Als ePaper-Bezieher gilt der Vertragskunde im Sinne des Erwerbers des Zugriffsrechts. Die Nachweisführung obliegt dem IVW-Mitglied.

Die Vergütungsregelungen müssen in den Fällen, in denen die Vergütung des Dienstleisters durch anteiligen Einbehalt vom Endpreis des ePapers erfolgt, erkennen lassen, nach welcher Formel die Berechnung vorgenommen wird, um eine richtliniengemäße Erlösabstimmung zu gewährleisten.

#### **5.3.5. Richtlinie Ziffer 11 (Identifikation)**

Für die Prüfung der Unterlagen finden die Bestimmungen der Richtlinien für die IVW-Auflagenkontrolle (Abschnitt "Prüfung der Auflagenzahlen") Anwendung. Die Dokumentation für die Zugangsberechtigungen muss folgende Datenelemente enthalten:

- eindeutige Identifikation des ePaper-Beziehers
- Objekt/Anzeigenbelegungseinheit/Ausgabe
- Vertragsarten je Auflagenrubrik  
(Abonnement/Einzelverkauf/Bordexemplare/Sonstiger Verkauf/ Freizugriff)
- Vertragsbeginn mit Datum und Ausgabennummer
- Vertragsende mit Datum und Ausgabennummer



### **Durchführungsbestimmungen:**

Die eindeutige Identifikation ist immer dann gegeben, wenn der ePaper-Bezieher mit Namen und Kontaktadresse nachweisbar ist. Nur im Falle von Verkäufen über externe Angebotsplattformen, bei denen diese Identifikation aufgrund nachzuweisender rechtlicher Vorgaben des Plattformbetreibers nicht möglich ist, wird als eindeutige Identifikation anerkannt, wenn die Bestätigung jeder einzelnen entgeltpflichtigen Bestellung und Zahlung vorliegt und die Abführung der Vergütung an den Plattformbetreiber für jede einzelne Bestellung nachgewiesen ist.

Für die Meldung können nur ePaper berücksichtigt werden, die die Prüfungsanforderungen in vollem Umfang erfüllen. Werden die Nachweise für einzelne Sparten oder für einzelne Dienstleistungsangebote/Angebotsplattformen nicht vollständig erbracht, können die entsprechenden Anteile für die Meldung nicht berücksichtigt werden.

### **5.4. Besondere Angebotsformen**

Die Erlösabstimmung dient der Verifizierung der verkauften Auflage, rubriziert wird nach den in den jeweiligen Angeboten festgelegten und vom Verlag berechneten Preisen. Bei den nachfolgend beschriebenen Vertriebs- und Absatzkanälen in Verbindung mit den dortigen Angebotskonstellationen können diese grundsätzlichen Kriterien jedoch nur bedingt herangezogen werden.

Wenn bei digitalem Pressevertrieb über Drittanbieter/Plattformbetreiber keine festen Einzelverkaufspreise je Titel vorliegen, werden diese stattdessen nach der konkreten Erlösverteilung ermittelt. Auf dieser Grundlage wird entschieden, ob ein Exemplar einer Ausgabe eines Titels in einer Meldung berücksichtigt werden kann. Die Erlösverteilung kann dazu führen, dass der rechnerisch ermittelte Preis für eine Ausgabe variiert.

Bevor eine Meldung von ePaper-Exemplaren aus nachstehenden Presse-Angeboten erfolgen kann, ist die IVW vom Verlag über diese geplante Meldung zu informieren. Sie stellt fest, ob ePaper-Verkäufe eines Titels über die vom Verlag benannten Plattformen grundsätzlich melde- und prüffähig sind und erst nach Zustimmung kann der Verlag diese ePaper-Exemplare melden. Die Zustimmung ist für jeden Titel gesondert einzuholen.

Es können nur ePaper-Exemplare gemeldet werden, die im Meldezeitraum erschienen sind und in diesem Zeitraum geöffnet bzw. heruntergeladen wurden. Dies wirkt sich auf am Ende des Berichtszeitraumes erscheinende Ausgaben aus, da sie im Quartal nur für einen kürzeren Zeitraum genutzt werden können. Darüber hinaus müssen die Ausgaben einem einzelnen registrierten Bezieher, der über ein kostenpflichtiges Zugangsrecht verfügen muss, zuzuordnen sein. Bezieher dürfen unabhängig von der Anzahl der genutzten Endgeräte nur einmal je Ausgabe berücksichtigt werden. ePaper, die im Rahmen von Kooperationen mit Hotels, Verkehrsgesellschaften etc. über solche Presse-Angebote vertrieben werden, fallen nicht unter die folgenden Regelungen.

#### **5.4.1. Flatrate-Angebote**

Ein Flatrate-Angebot im Sinne der IVW liegt vor, wenn einem Bezieher für einen festen Monatspreis eine unbegrenzte Anzahl an ePaper-Titeln zur Verfügung gestellt wird.

Für die Berücksichtigung von ePaper-Exemplaren aus Flatrate-Angeboten gelten neben den Ergänzenden Bestimmungen zu den Richtlinien für die IVW-Auflagenkontrolle - ePaper-Ausgaben folgende Regelungen:

##### Meldung & Rubrizierung

Grundlage für die Rubrizierung der Ausgabe eines Titels, die innerhalb eines Flatrate-Angebots gelesen wurde, ist der entsprechende individuelle Verlagslös. Dieser individuelle Verlagslös kann über einen Faktor zu

einem Einzelverkaufspreis der entsprechenden Ausgabe umgerechnet werden. Der Faktor für diese Berechnung ergibt sich folgendermaßen:

$$\frac{\text{Flatrate-Angebotspreis Brutto}}{(\text{Flatrate-Angebotspreis Brutto} - \text{Mehrwertsteuer} - \text{Dienstleisterprovision})}$$

Beispiele:

Beträgt die Dienstleisterprovision 30 % und erhält der Verlag daher 70 % der Erlöse, ist der Faktor 1,7 anzuwenden. Beträgt die Dienstleisterprovision 20 %, ist der Faktor 1,49 heranzuziehen, bei 40 % der Faktor 1,98.

Für die Meldung ist die Anzahl der Bezieher zu ermitteln, deren Erlös für eine im Meldequartal erschienene Ausgabe zwischen 10 % und < 50 % bzw. deren Erlös für eine im Meldequartal erschienene Ausgabe ab 50 % des Preises der gedruckten Ausgabe liegt. Nur diese Anzahl der Bezieher ist je Auflagenkategorie (zwischen 10 % und < 50 % = Sonstiger Verkauf, ab 50 % = Einzelverkauf) über alle im Quartal erschienenen Ausgaben zu summieren und durch die Anzahl der Ausgaben zu dividieren.

Unterhalb von 10 % kann keine Meldung von ePaper-Exemplaren erfolgen; es besteht jedoch grundsätzlich die Möglichkeit, bei Erreichen der Preisgrenze von mindestens einem Cent je Tag des Erscheinungsintervalls den Verkauf im Meldeverfahren Paid Content zu berücksichtigen. Dabei ist zu beachten, dass ein ePaper eines Titels nicht gleichzeitig in der Auflagenkontrolle und im Meldeverfahren Paid Content gemeldet werden kann.

#### Prüfung

Zur Prüfung der Exemplare, die über Flatrate-Angebote abgegeben wurden, sind die Vertragsunterlagen, die Verkaufsberichte (Reporting) und die Abrechnung des Flatrate-Anbieters vorzulegen.

Aus den Verkaufsberichten müssen für jeden einzelnen Bezieher die geöffneten bzw. heruntergeladenen Ausgaben und der jeweilige an den Verlag gezahlte Erlös zu entnehmen sein.

Aus der Abrechnung muss hervorgehen, wie viel Erlös für welche Ausgabe erzielt worden ist; dabei muss eine Trennung von Einzel- und Mehrfachbeziehern (z.B. Hotels, Verkehrsgesellschaften) erfolgen. Ausgaben-unabhängige Erlöse müssen ebenso gesondert aufgeführt sein.

Berichtswesen und Abrechnung sollten monatlich erfolgen, um eine Meldung im Paid Content-Verfahren zu ermöglichen.

Eindeutige Identifikation des ePaper Beziehers:

Für die eindeutige Identifikation des ePaper-Beziehers ist es ausreichend, wenn ihm zweifelsfrei eine bestimmte, in der Meldung berücksichtigte Ausgabe zuzuordnen ist. Als Nachweis dient insbesondere eine nutzerseitige Aktivität wie zum Beispiel der Download oder das Öffnen der gemeldeten Ausgabe.

Zusammengefasst sind für die Meldung, Rubrizierung und Prüfung folgende Informationen nötig:

- eindeutige Identifikation des ePaper-Beziehers
- durch die zahlenden Bezieher tatsächlich erfolgten Nutzungsvorgänge
- erschienene Ausgaben eines Titels im Berichtszeitraum
- abgerechneter & gebuchter Erlös

#### **Ergänzung - gültig ab 07.09.2018**

##### Heftbezogene ePaper-Erstmeldungen

Da die verlagsunabhängigen Plattformbetreiber zurzeit systembedingt zum Meldezeitpunkt der Erstmeldung die erforderlichen Verkaufsberichte nicht stichtagsgerecht den Verlagen zur Verfügung stellen können, sind diese Meldungen unvollständig. Um diese Lücke zu schließen, wurde nachstehendes Verfahren entwickelt:

Bei den heftbezogenen Erstmeldungen für ePaper-Ausgaben können für das jeweilige Objekt die Stückzahlen, die sich aus dem errechneten Mittelwert des letzten Quartals des jeweiligen Flatlese-Angebots ergeben, herangezogen und in die entsprechende Auflagenkategorie des Titels eingerechnet werden. In der Abschlussmeldung sind dann die tatsächlichen Stückmengen zu berücksichtigen und die jeweiligen Auflagenrubriken zu berichtigen.

Für Objekte, für die erstmalig Verkäufe über eine externe Plattform generiert werden, demzufolge der Verlag nicht auf einen Quartalsdurchschnitt derselben zurückgreifen kann, sind ausschließlich die zum Zeitpunkt der Erstmeldung vorliegenden tatsächlichen Stückmengen zu melden.

## 6. Fachzeitschriften-Empfängerdatei-Analysen

### Richtlinien für die Meldung, Veröffentlichung und Prüfung von Fachzeitschriften-Empfängerdatei-Analysen

#### Durchführungsbestimmungen:

In Ergänzung zu den Richtlinien hat die Technische Kommission Empfängerdatei-Analysen beschlossen:

#### zu III. Grundlagen des Verfahrens

##### 2. Analyisierte Auflage

Die Ermittlung der Tatsächlich verbreiteten Auflage (TvA) kann erfolgen, indem die IVW-Quartalsmeldungen der verbreiteten Auflage des Erhebungszeitraums addiert und durch die Anzahl der Quartale dividiert werden. Wesentlich genauere Zahlen zur TvA liefert jedoch die Methode, jede IVW-Quartalsmeldung mit der Anzahl der in diesem Quartal erschienenen Ausgaben zu multiplizieren, hieraus die Summe zu bilden und anschließend diese Summe durch die Gesamtzahl der erschienenen Ausgaben des Erhebungszeitraumes zu dividieren. Insbesondere bei schwankenden Erscheinungshäufigkeiten je Quartal und/oder starken Schwankungen der Auflagenhöhe erzielt das zweite Verfahren eine wesentlich genauere TvA.

##### 5. Empfängerdatei

Die Versanddokumentation ist nach jeder Aussendung auf Datenträger zu speichern.

##### 10. Branche

Die Branchenzuordnung der Empfänger sollte sich orientieren an der "Alphabetischen Klassifizierung der Wirtschaftszweige des Statistischen Bundesamtes" (WZ '08). Diese stellt vorrangig einen Anhaltspunkt für eine mögliche Zuordnung der Empfänger zu den einzelnen Branchen dar. Die verzeichneten Branchen weisen in vielen Fällen jedoch nicht die notwendige tiefe Untergliederung auf, wie sie oftmals seitens des Verlages wie auch von der werbungstreibenden Wirtschaft gewünscht wird. Vor diesem Hintergrund sind abweichende Branchenbezeichnungen nicht nur möglich sondern oftmals auch gewollt. Bei der späteren Ausweisung der Daten werden die Branchen detailliert – analog zur abgegebenen Meldung – aufgelistet. Um jedoch gleichzeitig die Übersichtlichkeit des Datenmaterials zu gewährleisten, werden nur Branchendaten ausgewiesen, die zu einem relevanten prozentualen Anteil an der Gesamtauflage beitragen. Die Grenze liegt hierfür bei 0,5 %.

#### zu IV. Meldung der Empfängerstruktur-Analysen

##### 4. Melderhythmus

Hat ein Verlag im aktuellen Berichtszeitraum keine EDA-Meldung abgegeben, ist er zur Abgabe der Meldung im darauf folgenden Zeitraum verpflichtet. Falls wiederum keine Meldung abgegeben wird, ist umgehend das Ausschlussverfahren (gemäß IVW-Satzung § 21 Abs. 2 a) einzuleiten.

Der Verlag ist rechtzeitig vor dem regulären Abgabetermin (30. September) über mögliche Konsequenzen einer zweiten Nichtabgabe zu informieren, insbesondere über sich daraus ergebende Konsequenzen im Hinblick auf die Werbung mit IVW-EDA-Hinweisen im Impressum der Druckschrift und den Mediaunterlagen.

In jedem Falle kann frühestens ein Jahr nach dem Ausschluss ein erneuter Aufnahmeantrag gestellt werden.

#### Weitere Hinweise:

##### Meldungen aus zurückliegenden Berichtszeiträumen

Häufig liefern Verlage nicht unerhebliche Exemplarmengen aus zurückliegenden Berichtszeiträumen nach und beabsichtigen, diese Exemplare in die Empfängerdatei-Analyse einzubeziehen. In Anlehnung an die Richtlinien für die IVW-Auflagenkontrolle gilt:

"Aus früheren Berichtszeiträumen stammende, im laufenden Berichtszeitraum verbreitete Stücke können bei der Empfängerdatei-Analyse in die TvA einbezogen werden."

Folgende Kriterien müssen hierfür jedoch erfüllt sein:

- Die betreffende Ausgabe muss im laufenden EDA-Berichtszeitraum erschienen sein.
- Die Exemplarmengen müssen der IVW zusätzlich zu der regulären Auflagenmeldung als "zzgl. frühere Berichtszeiträume" gemeldet worden sein.
- Der IVW-Prüfer muss im Rahmen der Prüfung erkennbar abgrenzen können, welchem Quartal die jeweilige Ausgabe zuzuordnen ist, da der IVW üblicherweise nur Durchschnittswerte gemeldet werden.

Ansonsten gelten für diese Stücke die üblichen Nachweiskriterien zur Empfängerdatei-Analyse.

### **Belegexemplare**

An Anzeigenkunden verschickte Belegexemplare sind gemäß Richtlinien für die IVW-Auflagenkontrolle und der AMF-Richtlinien nicht Bestandteil der verbreiteten Auflage und können somit auch nicht bei der Empfängerdatei-Analyse berücksichtigt werden.

### **Werbung mit Hinweisen auf die IVW-EDA**

Nach der Aufnahme des Titels in die Gruppe "IVW-Empfängerdatei-Analysen" ist der Verlag berechtigt, mit dem Hinweis "IVW-EDA-Anschluss beantragt" zu werben.

Erst nach Abgabe einer EDA-Meldung darf der Verlag in seinen Media-Unterlagen oder sonstigen Druckschriften auch mit dem IVW-EDA-Logo werben.