

## 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. Dies gilt auch für die Fälle, in denen nur ein Vertriebsweg (Abo oder EV) oder eine Verkaufsplattform das erweiterte Zugriffsrecht vorsieht. 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.

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 gewahrt 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 Meldungen erfolgen auf zwei Meldeformularen: 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 Mehrfachzahlungen 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 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
-------	----------------------	--------------------------------	---------------------------------------	---------------------------	-------

## *Heftbezogene Auflagenmeldungen*

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

## *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 Dienstleistungsangebote/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 gewahrt 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 Bilderstrecken, 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 Auflagensparten 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 Mediadaten 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 Mediadaten 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/Mediadaten 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, aufgeschlüsselt nach Abonnement, Einzelverkauf, Bordexemplaren und Sonstigem Verkauf.

#### Praxisregel:

Sofern dem ePaper-Kunden der Zugriff auf alle Ausgaben eingeräumt wird, erfolgt die Ausweisung ausschließlich für die Titel-/Gesamtbelegung. Dies gilt auch für die Fälle, in denen nur ein Vertriebsweg (Abo oder EV) oder eine Verkaufsplattform das erweiterte Zugriffsrecht vorsieht. 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 entgeltspflichtigen 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.