

Auszug aus den Richtlinien für die IVW-Auflagenkontrolle

zum Thema: Ergänzung der Print-Ausweisung um einen zuzüglich-Ausweis (zzgl.) von paid-content-Produkten

[...]

38. Paid Content

Unter den folgenden Bedingungen ist es möglich, die aus dem Meldeverfahren Paid Content nach den Richtlinien für die Erfassung, Meldung und Prüfung kostenpflichtiger digitaler Nutzungsrechte in der jeweils gültigen Fassung festgestellten Werte mit IVW-geprüften Presseergebnissen zu verknüpfen und in den Veröffentlichungen der Quartalsauflagen in die entsprechende Ausweisung per zzgl.-Ausweis zu übernehmen.

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

b) Titel-/Markenidentität

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

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

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

c) Inhaltliche Kriterien

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

d) Vermarktungsangebot

Printtitel und paid-content-Produkt müssen in einer Anzeigenpreisliste/Mediadaten mit einem gemeinsamen Vermarktungsangebot erscheinen, wonach eine Kombinationsbelegung in beiden Ausgaben zu einem bestimmten Preis angeboten wird. Darunter sind Teilbelegungen bei der Printausgabe (auch inkl. ePaper) und den ePublishing-Angeboten möglich. Cross-Media-Vermarktungsangebote müssen über eine rein zeitliche Parallelität der Belegung der einzelnen Produkte auch eine inhaltliche Verbindung aufweisen.

e) Preiskriterien

Es gelten die Preisregeln aus dem Verfahren "Paid Content".

f) Meldung

Der Mitgliedsverlag des Printprodukts meldet der IVW, welche paid-content-Produkte mit welchem Print-Produkt verknüpft werden sollen.

g) Ausweisung

Die im paid-content-Verfahren veröffentlichten monatlichen Werte der Nutzungsrechte eines zu verknüpfenden paid-content-Produkts werden von der IVW zum jeweiligen Print-Veröffentlichungstermin zu einem Quartals-Durchschnittswert umgerechnet und neben der entsprechenden Quartalsauflage des Printprodukts ausgewiesen.

Für den "zzgl.-Ausweis" werden die im Meldeverfahren Paid Content veröffentlichten Zahlen

- der tagesdurchschnittlichen Abo- und Einzel-Nutzungsrechte des Einzelangebots,
- der tagesdurchschnittlichen Abo- und Einzel-Nutzungsrechte zugehöriger Kombinationsangebote (als „davon“-Ausweis)
- deren Summe

und

- die tagesdurchschnittlichen Abo- und Einzel-Nutzungsrechte eigenständiger Kombinationsangebote (Ziffer V 4.4. der Richtlinie Meldeverfahren Paid Content)

gemäß ihrer Darstellung in der Einzelangebotsansicht des Meldeverfahrens Paid Content übernommen, den entsprechenden Auflagenkategorien der Printausweisung zugeordnet und bei diesen veröffentlicht.

Die Veröffentlichung des zzgl.-Ausweises beginnt mit dem ersten Veröffentlichungstermin der Quartalsauflagen nach der Anmeldung der Verknüpfung.

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

h) Prüfung

Nach der Anmeldung der Verknüpfung überprüft die IVW in einer Initialprüfung die Einhaltung der Bedingungen. Die weitere kontinuierliche Prüfung ist Bestandteil der Turnusprüfungen im paid-content-Verfahren.