



# Regel-Leitfaden IVW-Auflagenkontrolle

**Version 022**

**- Stand: 7. Juni 2021 -**



### Vorbemerkung

Mit diesem Regel-Leitfaden stellt die IVW den Nutzern eine begleitende Kommentierung zur Anwendung der geltenden Regeln für die richtliniengemäße Meldung, Zuordnung und Prüfung der Quartalsauflagen (Print und ePaper) zur Verfügung.

Dieser Leitfaden umfasst

- Ausschnitte der gültigen Richtlinien für die IVW-Auflagenkontrolle (grau unterlegt),
- Durchführungsbestimmungen sowie
- fallbezogene Praxisregeln

und stellt 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.

Der Leitfaden bezieht sich im Schwerpunkt auf den Bereich der Quartals-Auflagenmeldung (Print und ePaper).

Er wird ergänzt um weitere gattungsspezifische Regelungen z. B. für Kundenzeitschriften, um die Regelungen für Zusatzverfahren (z. B. IVW-Verbreitungsanalyse Tageszeitungen, heftbezogene Auflagenmeldungen etc.) und um fallbezogene Praxisregeln, die sich aus der täglichen Anwendung ergeben.

Farblegende:

- Zitierte Abschnitte aus den IVW-Regularien sind **grau** unterlegt.
- Veränderungen zur vorherigen Version sind [mit **neuen Formulierungen** und **Streichungen**] hervorgehoben. Ein Hinweis am entsprechenden Kapitel ist **gelb** unterlegt.



## Übersicht Ergänzungen/Änderungen nach Basisversion 2009

| Datum      | Thema   | Abschnitt               | Regel-Leitfaden |
|------------|---|-------------------------|-----------------|
| 07.06.2021 | ePaper: Freistücke –<br>Durchführungsbestimmungen/Praxisregel zu den<br>ePaper-Richtlinien Ziffern 6, 9 und 10 sowie<br>Regel-Leitfaden       | 5.2.4<br>5.7            | Version 022     |
| 15.03.2021 | ePaper: Verkäufe an Unternehmen und<br>Einrichtungen zur Bereitstellung für deren<br>Kunden und Gäste   | 5.2.2                   | Version 021     |
| 25.01.2021 | Print: Prüfungsort  | 4.                      | Version 020     |
| 25.01.2021 | ePaper: Freistücke  | 5.                      | Version 020     |
| 25.01.2021 | Print: Ausgelegte Freistücke  | 4.7.                    | Version 020     |
| 11.12.2019 | Neugestaltung - insbesondere<br>redaktionelle Überarbeitung Kapitel ePaper  |                         | Version 019     |
| 29.11.2019 | ePaper: E-Mail-Verbreitung  | 5.5.1                   |                 |
| 29.10.2019 | ePaper: Verkäufe über Lizenzen/Nutzungsrechte   | 5.2.3                   | Version 018     |
| 08.02.2019 | ePaper: Neufassung Identität Werbeträger  | 5.2, 5.3.1,<br>5.3.1.1. | Version 017     |
| 08.02.2019 | Print: Bordexemplare über Dienstleister:<br>Praxisanpassung   | 4.5                     | Version 017     |
| 07.09.2018 | ePaper: Flatrate-Angebote: Ergänzung um<br>heftbezogene ePaper-Erstmeldungen  | 5.4.1                   | Version 016     |
| 07.09.2018 | Print: Zeitschriften-Bundles: Änderungen  | 4.2.1.                  | Version 016     |
| 25.08.2017 | ePaper: IVW-Verbreitungsanalyse<br>Tageszeitungen: Ergänzung Verkäufe an<br>Hotelbetreiber, Kreuzfahrt-Reedereien und<br>Reisebus-Unternehmen | 5.2.2 ff.               | Version 015     |
| 25.08.2017 | ePaper: IVW-Verbreitungsanalyse<br>Tageszeitungen: Ergänzung um Bordexemplare   | 5.2.1 ff.               | Version 015     |
| 31.07.2017 | ePaper: Ergänzung um Verkäufe an Hotel-<br>betreiber, Kreuzfahrt-Reedereien und Reisebus-<br>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<br>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 | Print: Abonnements mit Kooperationspartnern<br>(Ergänzung)  | 4.1                     | Version 009     |
| 28.05.2014 | ePaper: redaktionelle und werbliche Beilagen,<br>Sonderinsertionsformen,<br>Sonderveröffentlichungen  | 5.3.1.1.                | Version 008     |
| 11.04.2013 | Print: redaktionelle Änderung (BMD/WBZ)   | 4                       | Version 007     |
| 01.04.2012 | ePaper: Neufassung der ePaper-Richtlinien   | 5.                      | Version 006     |
| 03.02.2012 | ePaper: Hinweis auf neue ePaper-Richtlinien<br>ab 01.04.2012  | 5.                      | Version 005.1   |
| 15.09.2011 | Print: Studentenabonnements / Streichung<br>Wehrpflicht, Zivildienst  | 4.1.4.3.                | Version 005     |
| 15.09.2011 | ePaper: (Präzisierung Ausgabenzuordnung)  | 5.                      | Version 005     |
| 18.04.2011 | Print: Abonnements mit zusätzlichen Ausgaben /  | 4.1.                    | Version 004     |



## Regel-Leitfaden IVW-Auflagenkontrolle

---

|            |  |          |             |
|------------|--|----------|-------------|
|            | Bezugspreisvergünstigung   |          |             |
| 18.04.2011 | Print: Einzelverkauf / Praxisregel EV-Gutscheine (Nachweisführung)                                     | 4.2.     | Version 004 |
| 23.03.2011 | Print: Koppelabonnements (redaktionelle Ergänzung)   | 4.1.4.4. | Version 003 |
| 23.03.2011 | Print: Bundles mit aktuellem und Alt-Heft  | 4.2.1.   | Version 003 |
| 23.03.2011 | Print: Fachzeitschriften-Empfängerdatei-Analysen<br>- Werbung mit Hinweisen<br>- Branchenzugehörigkeit | 6.       | Version 003 |
| 05.03.2010 | Print: Abonnements mit zusätzlichen Ausgaben /<br>Bezugspreisvergünstigung                             | 4.1.     | Version 002 |
| 05.03.2010 | Print: EV-Gutscheine   | 4.2.     | Version 002 |
| Aug. 2009  | Basisversion   |          | Version 001 |



## **Inhaltsverzeichnis**

### **Vorbemerkung**

### **Übersicht Ergänzungen/Änderungen nach Basisversion 2009**

## **Inhaltsverzeichnis**

- 1. Auflagenpyramide Zeitungen, Zeitschriften**
- 2. IVW-Regularien • Grundlagen**
- 3. Kriterienkatalog zur Eingruppierung in die Mediengattungen**
- 4. Richtlinien für die IVW-Auflagenkontrolle**

### **Auflagenrubriken**

- 4.1. Abonnierte Exemplare
  - 4.1.1. Probe-/Kurzabonnement
  - 4.1.2. Mehrfachlieferungen
  - 4.1.3. Abonnements für den werbenden Buch- und Zeitschriftenhandel und Buchhändler
  - 4.1.4. Durchführungsbestimmungen Sonderformen Abonnement
    - 4.1.4.1. Patenschaftsabonnement
    - 4.1.4.2. Technische Nachlässe
    - 4.1.4.3. Studentenabonnement
    - 4.1.4.4. Koppelabonnement
    - 4.1.4.5. Kollegenabonnement
  - 4.1.5. Personalstücke
  - 4.1.6. Mitgliederstücke
  - 4.1.7. Teilbezieher
- 4.2. Einzelverkauf
  - 4.2.1. Zeitschriften-Bundles
- 4.3. Sonstiger Verkauf
- 4.4. Lesezirkel-Exemplare
- 4.5. Bordexemplare
  - 4.5.1. Bordexemplare, hier: IVW-Verbreitungsanalyse Tageszeitungen
- 4.6. Remittenden
- 4.7. Freistücke

### **Sonstiges**

- 4.8. Formatveränderte Ausgaben (Pocket)
- 4.9. Ausweisung Zeitungen/Zeitschriften
  - 4.9.1. Anzeigentarif als Veröffentlichungsgrundlage
  - 4.9.2. Belegungseinheiten von Zeitungen
- 4.10. Durchschnittsermittlung Tageszeitungen

## **5. ePaper: Ergänzende Bestimmungen**

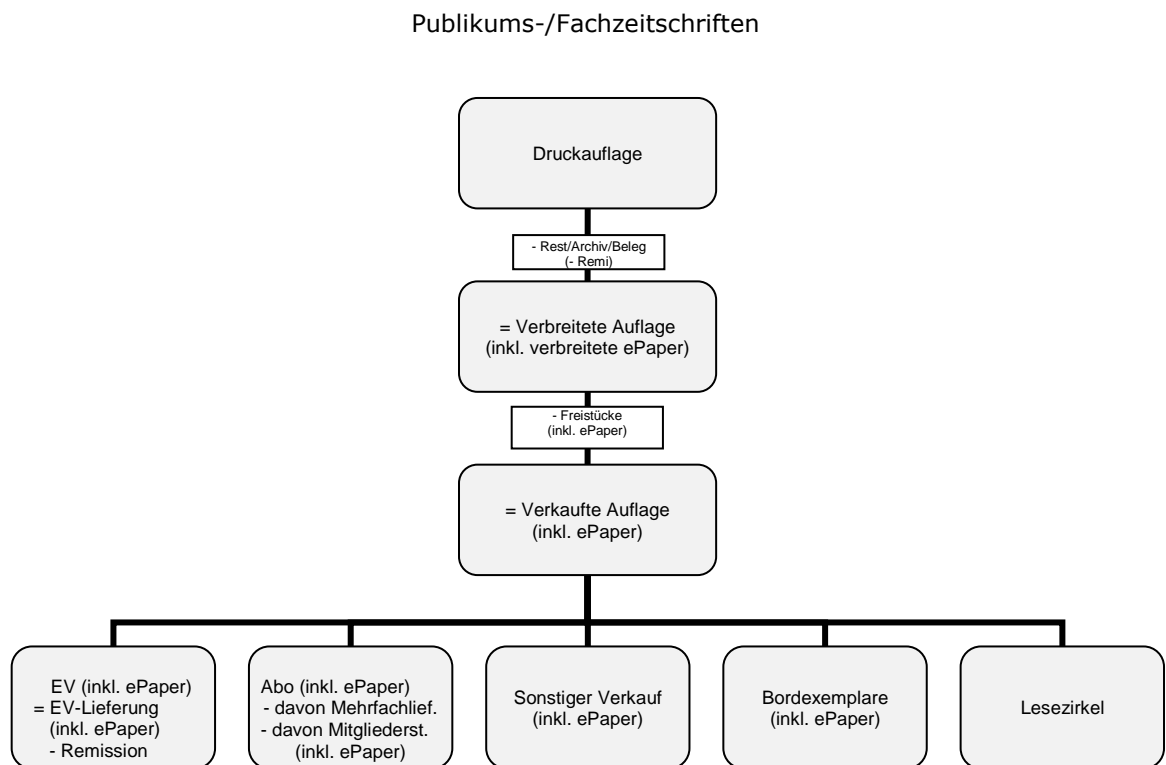
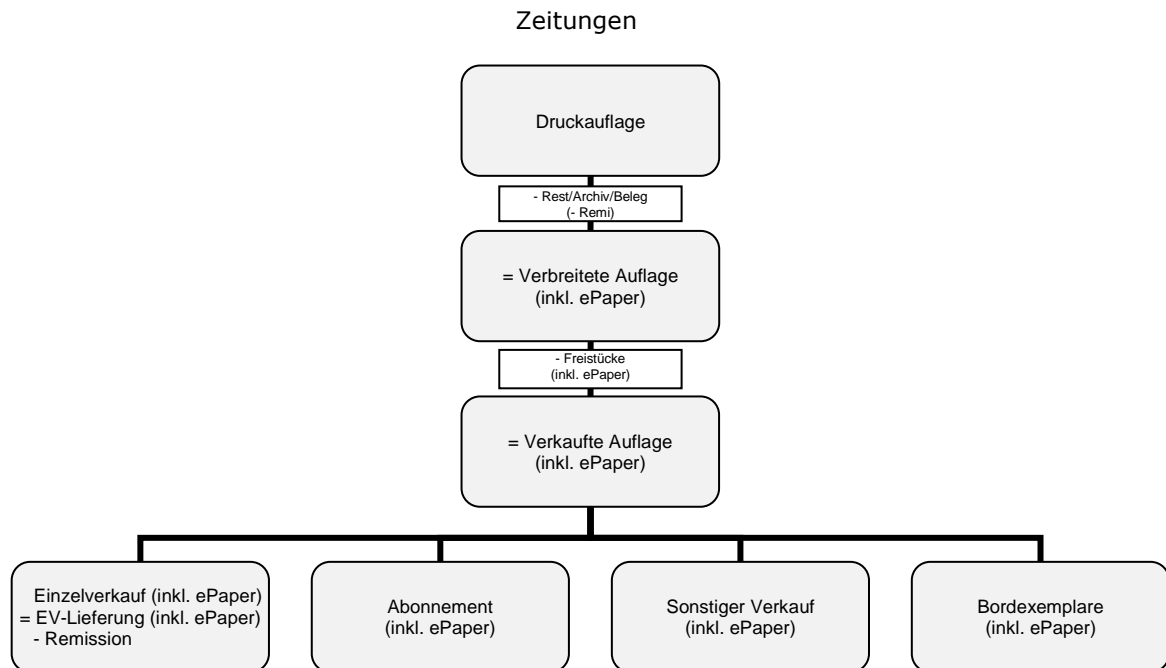
- 5.1. Identität des Werbeträgers (Redaktion und Anzeigen)
- 5.2. Auflagenkategorien (Durchführungsbestimmungen zu den Ziffern 4 und 6)
  - 5.2.1. Rubrik Bordexemplare
    - 5.2.1.1. Bordexemplare, hier: IVW-Verbreitungsanalyse Tageszeitungen
  - 5.2.2. Verkäufe an Unternehmen und Einrichtungen zur Bereitstellung für deren Kunden und Gäste
    - 5.2.2.1. Verkäufe an Unternehmen und Einrichtungen zur Bereitstellung für deren Kunden und Gäste, hier: IVW-Verbreitungsanalyse Tageszeitungen
  - 5.2.3. Verkäufe von ePaper-Ausgaben über Lizenzen/Nutzungsrechte
  - 5.2.4. ePaper-Freistücke
- 5.3. Heftbezogene ePaper-Auflagenmeldungen
- 5.4. ePaper im EDA-Verfahren
- 5.5. Prüfung
  - 5.5.1. Verbreitung von ePaper-Ausgaben über E-Mail-Versand
- 5.6. Redaktionelle und werbliche Beilagen, Sonderinsertionsformen, Sonderveröffentlichungen
  - 5.6.1. Allgemeines - Welche Auswirkungen haben Beilagen etc. auf die Grundbedingung Identität als Voraussetzung der Meldefähigkeit des ePapers?
  - 5.6.2. Redaktionelle Beilagen und Sonderveröffentlichungen: Unter welchen Voraussetzungen sind diese im ePaper zu integrieren?
  - 5.6.3. Werbliche Beilagen/Multisensorische Werbemittel/Sonderinsertions-formen: Unter welchen Voraussetzungen sind diese im ePaper zu integrieren?
  - 5.6.4. Möglichkeiten für den Leser des ePapers, Beilagen und Zusatzprodukte zu erhalten:
- 5.7. Ausweisung
- 5.8. Besondere Angebotsformen (Kategorien des Verkaufs)
  - 5.8.1. Flatrate-Angebote
    - 5.8.1.1. Heftbezogene ePaper-Erst- bzw. Abschlussmeldungen aus Flatrate-Angeboten

## **6. Fachzeitschriften-Empfängerdatei-Analysen (EDA)**

- 6.1. zu III. Grundlagen des Verfahrens
  - 6.1.1. 2. Analyisierte Auflage
  - 6.1.2. 5. Empfängerdatei
  - 6.1.3. 10. Branche
- 6.2. zu IV. Meldung der Empfängerstruktur-Analysen
  - 6.2.1. 4. Melderhythmus
- 6.3. Weitere Hinweise:
  - 6.3.1. Meldungen aus zurückliegenden Berichtszeiträumen
  - 6.3.2. Belegexemplare
  - 6.3.3. Werbung mit Hinweisen auf die IVW-EDA

# 1. Auflagenpyramide Zeitungen, Zeitschriften

mit den von der IVW ausgewiesenen Auflagenrubriken





## **2. IVW-Regularien • Grundlagen**

- **IVW-Satzung**  
in der Fassung des Verwaltungsratsbeschlusses vom 7. Mai 2020
- **Satzung für das IVW-Zeichen**  
in der Fassung des Verwaltungsratsbeschlusses vom 20. Mai 2014
- **Richtlinien für die werbliche Kommunikation mit IVW-Hinweisen**  
in der Fassung des Verwaltungsratsbeschlusses vom 8. Dezember 2020,  
gültig ab 1. Januar 2021
- **Aufnahme-Richtlinien Presse**  
in der Fassung des Verwaltungsratsbeschlusses vom 23. Mai 2012,  
gültig ab 6. Juli 2012
- **Richtlinien für den Anschluss weiterer Verlagsobjekte an die IVW**  
in der Fassung des Verwaltungsratsbeschlusses vom 23. Mai 2012,  
gültig ab 6. Juli 2012
- **Richtlinien für die IVW-Auflagenkontrolle**  
in der Fassung der Verwaltungsratsbeschlüsse vom Dezember 2020,  
gültig ab 1. Januar 2021
- **Ergänzende Bestimmungen zu den Richtlinien für die IVW-Auflagenkontrolle – ePaper-Ausgaben**  
in der Fassung des Verwaltungsratsbeschlusses vom 30. Dezember 2020,  
gültig ab 1. Januar 2021
- **Richtlinien für die Meldung, Veröffentlichung und Prüfung heftbezogener Auflagenzahlen**  
in der Fassung des Verwaltungsratsbeschlusses vom 18. Mai 2016
- **Richtlinien für die IVW-Auflagenkontrolle von Kundenzeitschriften**  
in der Fassung des Verwaltungsratsbeschlusses vom 29. November 2019
- **Richtlinien für die IVW-Auflagenkontrolle von Supplements**  
in der Fassung des Verwaltungsratsbeschlusses vom 6. September 2017
- **Richtlinien für die Meldung, Veröffentlichung und Prüfung von Fachzeitschriften-Empfängerdatei-Analysen**  
in der Fassung des Verwaltungsratsbeschlusses vom 23. Mai 2012,  
gültig ab 6. Juli 2012
- **IVW-Richtlinien zur IVW-Verbreitungsanalyse Tageszeitungen**  
in der Fassung des Verwaltungsratsbeschlusses vom 23. Oktober 2019
- **Richtlinien für paid-content-Angebote**  
in der Fassung des Verwaltungsratsbeschlusses vom 20. März 2020

---

Download über: [www.ivw.de/downloadcenter](http://www.ivw.de/downloadcenter)  
(Dokumententyp: Regularien/Richtlinien bzw. Satzung)





### **3. 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  
Definitionen zu den Ziffern 36 d und 36 f sowie zur Anlage 1 Sachgruppensystematik

#### **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-/ Wechselversand  
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

### **Anzeigekunden/-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

## 4. Richtlinien für die IVW-Auflagenkontrolle

### Richtlinien für die IVW-Auflagenkontrolle, Ziffer 40

#### Prüfungsort und Prüfungsumfang

Die von der IVW beauftragten Prüfer sind berechtigt, alle erforderlichen Unterlagen einzusehen und die notwendigen Auskünfte einzuholen, soweit dies für die Beurteilung der gemeldeten Auflagenzahlen von Bedeutung ist. Die Prüfung erfolgt in den Geschäftsräumen des Verlages. Zu den Geschäftsräumen des Verlages zählen auch Zweigstellen, Niederlassungen, verlagseigene Druckereien und Vertriebsagenturen. Darüber hinaus kann sie auch in den Büros der beauftragten Prüfer oder der IVW-Geschäftsstelle durchgeführt werden.

[...]

## Auflagenrubriken

### 4.1. Abonnierte Exemplare

#### Richtlinien für die IVW-Auflagenkontrolle, Ziffer 16

Zu den abonnierten Exemplaren zählen nur solche, die der Verlag oder ein Wiederverkäufer (WBZ-Unternehmen 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 Copy-Preises, 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.

Exemplarmengen können auch dann dem Abonnement zugerechnet werden, wenn die Erlöse **oberhalb** des regulären, veröffentlichten Standard-Abopreises liegen.



**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 dem Sonstigen Verkauf zugerechnet.**

### **Erläuterungen zu Abonnements mit Kooperationspartnern:**

**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 (Einzelpfänger).

**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. WBZ-Unternehmen) 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 einem WBZ-Unternehmen 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 das WBZ-Unternehmen entrichtet. Mit der entsprechend nachzuweisenden Berechnung und Zahlung gilt hier die aktive Willenserklärung als gegeben;



- der **Restbetrag vom Kooperationspartner direkt** an den Verlag oder das WBZ-Unternehmen 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 Zusatzlieferungen**, 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 Bezieher, 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.

#### 4.1.1. Probe-/Kurzabonnement

##### Richtlinien 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.

#### Beispiel:

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 "Sonstiger Verkauf"**  
Auch die Zuordnung zu den Kategorien "Abonnements" und "Sonstiger Verkauf" 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  
[\(Querverweis: 4.3. Sonstiger Verkauf\)](#)
- 3. Ausschließliche Zuordnung zur Kategorie "Sonstiger Verkauf"**  
Den Verlagen steht es frei, alle Exemplare dieser Angebotsform der Rubrik "Sonstiger Verkauf" zuzuordnen.

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

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 Copy-Preises, nicht überschreiten.

Diese Regelung **gilt 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 Copy-Preis 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.

#### **4.1.2. Mehrfachlieferungen**

### **Richtlinien 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 Mengenpreisstafel, angegeben werden.



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

### 4.1.3. Abonnements für den werbenden Buch- und Zeitschriftenhandel und Buchhändler

#### Richtlinien für die IVW-Auflagenkontrolle, Ausschnitt Ziffer 16

Zu den abonnierten Exemplaren zählen nur solche, die der Verlag oder ein Wiederverkäufer (WBZ-Unternehmen und 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;
- darüberhinausgehende Exemplare **je nach Preisgestaltung bzw. Verwendungszweck** den **Rubriken** Sonstiger Verkauf, Freistücken oder den Rest-/Archivexemplaren zuzurechnen sind.

### 4.1.4. Durchführungsbestimmungen Sonderformen Abonnement

#### 4.1.4.1. 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 %.

#### 4.1.4.2. Technische Nachlässe

Ein regulärer Abo-Preis 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.**



### 4.1.4.3. 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 begünstigten 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 Referendarzeit von Juristen und Lehrern ist integraler Bestandteil der jeweiligen Ausbildung; insofern können vergünstigte Abonnements für diese Personenkreise 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. Ausschließlich Studenten der Fernuniversität Hagen gelten in diesem Kontext als Vollzeit-Studenten.

#### **Praxisregel Studentenabonnements:**

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.

### 4.1.4.4. 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 beziehenden Objekten 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.)**.

### 4.1.4.5. 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.

### 4.1.5. Personalstücke

#### Richtlinien 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**  
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.

### 4.1.6. Mitgliederstücke

#### Richtlinien 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 Richtlinien 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.

### 4.1.7. Teilbezieher

#### Richtlinien 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.



### 4.2. Einzelverkauf

#### Richtlinien 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 Copy-Preis** 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 Copy-Preise 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 Copy-Preisen** 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.

### 4.2.1. Zeitschriften-Bundles

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

##### **1. 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 Bundle ist ein eigenständiges Objekt und bedarf deshalb

- einer eigenständigen VDZ/Objekt-Nummer,
- eines eigenständigen EAN-Codes,
- eines eigenständigen Preises (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.

### 2. 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 Copy-Preis) 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.

[Querverweis: 4.6. Remittenden](#)



**3. 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 Copy-Preise 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.



### 4.3. Sonstiger Verkauf

#### Richtlinien 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.

### 4.4. Lesezirkel-Exemplare

#### Richtlinien 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.

#### Durchführungsbestimmungen:

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 liefern.*

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 Sonstiger Verkauf 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 Sonstiger Verkauf 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 Sonstiger Verkauf 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/Sonstiger Verkauf 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 nachfolgender Punkt 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.

### 4.5. Bordexemplare

#### Richtlinien 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.

#### 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 darüber, welche Unternehmen des öffentlichen Personenverkehrs 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.

[Querverweis: Ziffer 5.2.1 ePaper-Bordexemplare](#)

### 4.5.1. Bordexemplare, hier: 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).

[Querverweis: Ziffer 5.2.1.1 ePaper-Bordexemplare IVW-Verbreitungsanalyse Tageszeitungen](#)

### 4.6. Remittenden

#### Richtlinien 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: 4.2.1 Zeitschriften-Bundles](#)



### 4.7. Freistücke

#### **Richtlinien für die IVW-Auflagenkontrolle, Ziffern 32 und 53**

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, Abrechnungen vom Verlag beauftragter Verteiler (Dienstleister, interne oder externe Verlagsmitarbeiter) über die Verbreitung.

Durch Auslegen verbreitete Freistücke sind darüber hinaus durch Empfangsbescheinigungen der Auslegestellen mit Stempel und Unterschrift, Ausgabenummer 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.

Sind Empfangsbescheinigungen der Auslegestellen mit Stempel und Unterschrift aus wichtigem Grund (z.B. behördlich angeordnete Schließzeiten [wie z.B. während der Corona-Pandemie] oder fehlende Unterschriftsbefugnis des vor Ort anwesenden, der Auslegestelle zuzurechnenden Personals) nicht zu erhalten, können in diesen Fällen die vom Verlag beauftragten Verteiler (Dienstleister, interne oder externe Verlagsmitarbeiter) den Nachweis der Auslegung erbringen.

#### **Praxisregel:**

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

#### **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 E-Mail  
**(nachträglich)**

*Kann in Einzelfällen akzeptiert werden; erforderlich ist ein enger zeitlicher Zusammenhang. Eine E-Mail 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.*



9. Verbreitung durch einen vom Verlag **beauftragten Verteiler** (Dienstleister, interne oder externe Verlagsmitarbeiter)

*zu akzeptieren unter der Voraussetzung, dass es sich um einen professionellen Verteiler handelt, bei dem und durch den sichergestellt ist, dass der Empfang und die Auslegung ebenso wie die Auslieferung dokumentiert und bestätigt werden und die Stückzahlen pro Ausgabe und Auslegestelle verifiziert werden können.*

*Zur schlüssigen Nachweisprüfung werden u.a. folgende Unterlagen herangezogen:*

- *Einlieferungslisten, Übergabedateien, Lieferscheine, Versandnachweise/Protokolle, Retourenscheine/Protokolle, Nachweise über Rücklieferungen und Logistikabrechnungen (i.d.R. Karton/Gewicht)*
- *Sammellisten, Aufstellungen oder Bestätigungen für ein Quartal, auf denen jede einzelne im betreffenden Quartal erschienene Ausgabe aufgeführt und mit Angabe der jeweiligen Stückzahl sowie mit Stempel und Unterschrift des beauftragten Verteilers dokumentiert wird*
- *Bestätigung vom beauftragten Verteiler über erhaltene und ausgeführte Verteilungsaufträge. Derartige Bestätigungen müssen ausführliche Informationen beinhalten:*
  - *kalendarische Daten*
  - *eingesetzte Personen*
  - *stückzahlenabhängige Entlohnung*
  - *nähere Beschreibung der einzelnen Auslegestellen*
  - *ggf. nachweisgeeignete Fotodokumentation, Hinweise auf Displays usw.*

*Die Verlage verpflichten sich, ausgabenbezogen in einem vertretbaren Umfang stichprobenartig die Angaben des von ihnen beauftragten Verteilers an einzelnen Auslegestellen zu überprüfen und die Ergebnisse ihrer Stichproben zu dokumentieren und zur Prüfung bereitzuhalten.*

*Die Richtigkeit der eigenen und der Dokumentation des beauftragten Verteilers ist vom Verlag durch rechtsverbindliche Bestätigung zu belegen.*

### **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**

### **4.8. Formatveränderte Ausgaben (Pocket)**

#### **Richtlinien 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.
- Copy-Preis 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.

## 4.9. Ausweisung Zeitungen/Zeitschriften

### 4.9.1. Anzeigentarif als Veröffentlichungsgrundlage

#### Richtlinien für die IVW-Auflagenkontrolle, Ziffern 34

#### 34. Anzeigentarif als Veröffentlichungsgrundlage

Die Veröffentlichung der gemeldeten Auflagen erfolgt vierteljährlich online auf der IVW-Website

- für jeden Titel/Ausgabe/Belegungseinheit einzeln,
- für alle Titel/Ausgaben/Belegungseinheiten gesamt in dem Kompendium "IVW-Auflagenliste" als pdf. Inhalte, Strukturen und Gliederung richten sich nach den Ziffern 1-38 dieser Richtlinien.

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 Copy-Preise 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.

[Querverweis: 4.8. Formatveränderte Ausgaben \(Pocket\)](#)

### 4.9.2. Belegungseinheiten von Zeitungen

#### Richtlinien für die IVW-Auflagenkontrolle, Ziffer 4

#### 4. Belegungseinheiten von Zeitungen

##### a) Meldung der Belegungseinheiten

Die Auflagenmeldungen der Zeitungen richten sich grundsätzlich nach den für das jeweilige Quartal gültigen Anzeigenpreislisten. 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:**

| <b>Zeitungen</b>  | <b>Zeitschriften</b>  |
|---|---|
| <b>meldepflichtig:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- kleinste Anzeigenbelegungseinheit mit Grundpreis</li> <li>- Titel gesamt</li> <li>- Maximale</li> <li>- ggf. nicht getrennt belegbar</li> </ul> | <b>meldepflichtig:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Titel gesamt</li> </ul>   |
| <b>Kombinationen können gemeldet werden:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Titel gesamt/Titel gesamt</li> <li>- Einzel/Titel gesamt</li> </ul>   | <b>Kombinationen können gemeldet werden:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Titel gesamt/Titel gesamt, sofern alle Bestandteile IVW-geprüft sind</li> </ul> |
| <b>Nicht gemeldet werden:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kombination Einzel/Einzel</li> </ul>   | <b>Es können gemeldet werden:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Teilbelegungen</li> </ul>  |

**4.10. Durchschnittsermittlung Tageszeitungen**

**Richtlinien für die IVW-Auflagenkontrolle, Ziffer 5**

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

- die Durchschnittsauflage aller Erscheinungstage
- die Durchschnittsauflage für den Tag mit besonderem Anzeigenpreis
- 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

## **5. ePaper: Ergänzende Bestimmungen**

Für die Meldung und Ausweisung von ePaper-Ausgaben gelten die Bestimmungen der "Richtlinien für die IVW-Auflagenkontrolle" sowie die "Ergänzenden Bestimmungen zu den Richtlinien für die IVW-Auflagenkontrolle - ePaper-Ausgaben".

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

- die hinreichende Abbildung eines Printprodukts
- die Kostenpflichtigkeit mit einhergehender Rubrizierung
- aktuelle Empfängerlisten für kostenfreie ePaper-Ausgaben
- die Zählung der Zugriffsrechte oder der E-Mail-Versand als Verbreitungswert
- die umfassende Prüffähigkeit

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

Im Bereich der ePaper-Freistücke sind der aktive Bestellvorgang und die damit einhergehende Willenserklärung zum Bezug unerlässlich.

Für die Antragstellung steht auf der IVW-Homepage ein entsprechendes Formular zur Verfügung.

### **5.1. Identität des Werbeträgers (Redaktion und Anzeigen)**

(Durchführungsbestimmungen und Praxisregel zu Ziffer 3)

Medienspezifische Anpassungen und Anreicherungen in den digitalen Ausgaben sind in engen Grenzen möglich; hierzu zählen:

- Interstitials (Unterbrecherwerbung)
- Splash-Screens (Begrüßungsbildschirm)
- Zwischengeschaltete Werbeseiten
- ergänzende Bilderstreifen im redaktionellen Teil
- Teilnahmeformulare (analog der Preisrätsel-Postkarte Print)
- Motivwechsel innerhalb der gebuchten Anzeige
- Austausch von Bildern und Texten

Unter die zulässigen Nutzungsfunktionalitäten können insbesondere fallen:

- Navigationshilfen
- interne und externe Links\*
- Zoommöglichkeiten
- Kennzeichnung bereits gelesener Artikel
- Vorlesefunktion (Wiedergabe des gedruckten Inhalts)
- digitale Rätsel – Spiele etc. (eingebundene digitale Anwendung)

#### **\*Praxisregel Links:**

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.

Unzulässige Anreicherungen im ePaper:

- Audiofiles (sofern sie nicht den Inhalt der gedruckten Publikation wiedergeben)
- animierte Werbung
- Bewegtbilder
- interaktive Werbeformen
- Dynamic Web View Buttons (zusätzliche App-Schaltflächen)

#### **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.

### 5.2. Auflagenkategorien (Durchführungsbestimmungen zu den Ziffern 4 und 6)

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 reguläre 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 regulären 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 regulären ePaper-EV-Preis abgesetzt und zu **mindestens 50 %** des jeweiligen Copy-Preises der gedruckten Ausgabe verkauft werden. Der reguläre 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 Copy-Preises** des Printprodukts.

[Querverweis: 5.2.1. ePaper-Bordexemplare](#)

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 können die entsprechenden Stückmengen den Freistücken zugeordnet werden.**



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, App-Stores.

### Meldeverfahren

Die Übermittlung der Zahlen erfolgt über zwei Meldungen:

- a) die **Gesamtmeldung** des Titels/der Ausgabe mit der Printauflage und den ePaper-Auflagen als Summen in den Rubriken Abonnement, Einzelverkauf-Lieferung, Bordexemplare, Sonstiger Verkauf und Freistücke sowie
- b) die **gesonderte ePaper-Meldung**.

Bei **Zeitungen** sind die **Summen** und die "davon ePaper"-Meldungen auch in den **ausgewiesenen 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.

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 jeweiligen Rubriken. Daraus ergibt sich folgendes Vorgehen für die Plausibilitätsprüfung der Gesamtmeldung:

|                  |   |
|------------------|---|
| <b>Summe</b>     | Abonnement + EV-Lieferung + Bordexemplare +<br>Lesezirkelstücke [bei Zeitschriften] + Sonstiger Verkauf + Freistücke +<br>Restexemplare |
| <b>abzüglich</b> | ePaper- Verbreitung   |
| <b>ergibt</b>    | Druckauflage  |

ePaper-Exemplare, die den Mindestlerlös von 10 % des jeweiligen Print-Pendants unterschreiten oder gar kostenlos zur Verfügung gestellt werden, können in der Rubrik **Freistücke** gemeldet werden.

### 5.2.1. Rubrik Bordexemplare

(Durchführungsbestimmungen und Praxisregel zu den Ziffern 4 und 6)

Die spezifischen Regeln und Bedingungen für ePaper-Bordexemplare schließen an Ziff. 4.5 (Print-Bordexemplare) und Ziff. 5.2 (ePaper) des Regel-Leitfadens an.

Querverweis: [Ziff. 4.5 \(Print-Bordexemplare\)](#); [Ziff. 5.2 \(ePaper\)](#)

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 Einzelempfänger**, 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 Bordexemplare

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 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 ePaper-Bordexemplare:**

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 BuchungsCodes 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./<br>Ausgabe | Aktionsdatum<br>Initial-Aufruf | Verkehrsgesellschaft<br>Dienstleister | ID-Merkmal<br>Ticket-Code | Preis |
|-------|----------------------|--------------------------------|---------------------------------------|---------------------------|-------|
|-------|----------------------|--------------------------------|---------------------------------------|---------------------------|-------|

### **Praxisregel:**

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



### 5.2.1.1. Bordexemplare, hier: IVW-Verbreitungsanalyse Tageszeitungen

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.

[Querverweis: 4.5.1. Print-Bordexemplare IVW-Verbreitungsanalyse Tageszeitungen](#)

### 5.2.2. Verkäufe an Unternehmen und Einrichtungen zur Bereitstellung für deren Kunden und Gäste

(Durchführungsbestimmungen und Praxisregel zu den Ziffern 4 und 6)

Verkäufe von ePapern an Unternehmen und Einrichtungen 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.

#### 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 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 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 **Mindestertlöse** hierfür erzielt werden. Die Exemplare, die unterhalb des Mindestertlöses liegen oder gar kostenfrei sind, können unter Einhaltung der vorangegangenen Bedingungen unter "Freistücke" gemeldet 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./<br>Ausgabe | Aktionsdatum<br>Initial-Aufruf | Unternehmen/<br>Einrichtung Hotel,<br>Kreuzfahrt-schiff,<br>Reisebus etc. | Ort des jeweiligen<br>stationären<br>Unternehmens,<br>wenn verfügbar* | ID-<br>Merkmal | Preis<br>ggf. |
|-------|----------------------|--------------------------------|---|---|----------------|---------------|
|-------|----------------------|--------------------------------|---|---|----------------|---------------|

\* bei (zum Beispiel) Hotelketten nicht zwingend verfügbar

### 5.2.2.1. Verkäufe an Unternehmen und Einrichtungen zur Bereitstellung für deren Kunden und Gäste, hier: IVW-Verbreitungsanalyse Tageszeitungen

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



Digitale Exemplare an Unternehmen und Einrichtungen zur kostenlosen Nutzung für deren Kunden und Gäste werden somit in der Gruppe "950 digitale Tageszeitungen ohne ortsbezogene Ausweisung" (neben digitalen Bordexemplaren) erfasst und ausgewiesen.

### 5.2.3. Verkäufe von ePaper-Ausgaben über Lizenzen/Nutzungsrechte (Durchführungsbestimmungen zu den Ziffern 4 und 6 )

Unter der Lizenzverbreitung von ePaper-Ausgaben sind die Vertriebs- und Absatzformen zu verstehen, nach denen ein Unternehmen für seine Mitarbeiter eine vertraglich fest vereinbarte Anzahl von Nutzungsrechten von ePaper-Ausgaben eines Printobjekts erwirbt. Der Zugang zum ePaper kann über den Verlagsserver mit pro Bezieher personalisierten Login-Daten, aber auch über eine auf dem Verlagsserver hinterlegte IP-Steuerung erfolgen. Ebenfalls kann der Zugang zum ePaper über das Intranet des Unternehmens gewährt werden.

Der Umstand, dass die Dokumentationen über die Abrufe der jeweiligen Bezieherkreise und damit die tatsächliche Verbreitung des digitalen Werbeträgers an den Endempfänger in der Regel im jeweiligen Unternehmen verbleiben und weder der Verlag noch die IVW hierauf einen Zugriff erhält, macht spezielle Anforderungen, aber auch damit einhergehende systembedingte Einschränkungen zur Nachweisführung des einzelnen Beziehers erforderlich.

Von daher ist die vollständige und eindeutige Erfüllung der nachstehenden Mindestanforderungen mit der Vorlage der entsprechenden Nachweise unverzichtbar. Können diese, auch in Teilen, nicht vorgelegt werden, ist eine Meldung und Anerkennung der entsprechenden Stückmengen nicht möglich.

Für die Rubrizierung der verkauften und verbreiteten Stückmengen gelten gesonderte Regelungen; siehe hierzu insbesondere den Abschnitt "[5.2. Auflagenkategorien](#)".

#### Nachweisführung

- Es muss sich um eine beschränkte Lizenz handeln, in der sowohl die zeitlichen als auch mengenmäßigen Aspekte eindeutig festgelegt sind.
- Der Bezieherkreis ist eindeutig definiert.
- Der Vertrag muss eine Verwendungsbindung enthalten.
- Die vertraglichen Vereinbarungen müssen die Nutzungsrechte des jeweiligen Objekts in Stückmengen zum Inhalt haben.
- Die Lizenzen müssen anhand einer öffentlich zugänglichen Preisliste bemessen werden können [um eine Rubrizierung herbeiführen zu können].
- Die Rechnungen weisen stückmengenbezogene Nutzungsrechte aus.

#### Rubrizierung

ePaper-Verkäufe aus Lizenzverträgen können üblicherweise nur in der Rubrik des Sonstigen Verkaufs gemeldet werden; hier ist ein Mindesterloß in Höhe von 10 % des Copypreises des Printprodukts pro eingeräumtem Nutzungsrecht in Rechnung zu stellen und entsprechend zu verbuchen.

In den Fällen, in denen im Verlag identifizierte Bezieher nachweisbar hinter den einzelnen eingeräumten Nutzungsrechten vorliegen UND der reguläre ePaper-Abonnementpreis pro Nutzungsrecht in Rechnung gestellt wird, können die Stückmengen den Abonnements zugeordnet werden.

Mischformen (Anteil Sonstiger Verkauf/Anteil Abonnements) innerhalb eines Lizenzvertrags sind zulässig. Es ist in jedem Fall eine stückmengenbezogene Berechnung vorzunehmen; Pauschalberechnungen finden in den Auflagenmeldungen keine Berücksichtigung.

#### Identifikation des Beziehers

Nach den Regularien der IVW ist die eindeutige Identifikation des Beziehers eines ePapers immer dann gegeben, wenn dieser mit Namen und Kontaktadresse



nachweisbar ist. Beide Anforderungen werden sich bei Verkäufen von Lizenzen aus unterschiedlichen Gründen nicht immer realisieren lassen.

a) Identifizierter Bezieher

In den Fällen, in denen jedoch im Verlag Name und Kontaktadresse vorliegen UND der reguläre Abonnementpreis des ePapers erzielt wird, ist eine Rubrizierung zu den Abonnements zulässig. Erfolgt die Verbreitung/der Zugriff per IP-Steuerung auf dem Verlagsserver, steht dieser der eindeutigen Identifikation gleich, sofern dies in den Verträgen geregelt ist und bei den turnusgemäßen Auflagenprüfungen entsprechende Nachweise zu den Zugriffen (z.B. Logfiles etc.) vorgelegt werden können.

b) Nicht identifizierter Bezieher

Sofern der Verlag die von den Richtlinien erforderlichen Nachweise zur Identifikation des ePaper-Beziehers nicht vorlegen kann, ist es ausschließlich im Rahmen von Lizenzverkäufen zulässig, dass die erforderlichen Kriterien (Name und Kontaktadresse) nicht nachgewiesen werden.

In diesem Fall ist allerdings der Nachweis unabdingbar, dass es sich um einen solchen Geschäftsvorfall handelt, der in der Vertragsgestaltung seinen Niederschlag erfahren muss. Die jeweiligen Exemplarmengen können (bei Erfüllung der preislichen Mindestanforderung) ausschließlich im Sonstigen Verkauf oder bei Unterschreitung des Mindesterlöses von 10 % bei den Freistücken gemeldet werden.

Anmeldung von Lizenzverkäufen

Um erstmals ePaper-Verkäufe aus Lizenzverträgen melden zu können, ist vor der ersten Meldung die IVW-Geschäftsstelle zu informieren. Zugleich sind ihr die erforderlichen Unterlagen zur Verfügung zu stellen, auf deren Basis die Meldung in den jeweiligen Rubriken erfolgen soll. Erst nach schriftlicher Bestätigung seitens der IVW-Geschäftsstelle ist eine Berücksichtigung der Anteile in den Auflagenmeldungen zulässig.

### 5.2.4. ePaper-Freistücke

(Durchführungsbestimmungen/Praxisregel zu den ePaper-Richtlinien Ziffern 6, 9 und 10 sowie Regel-Leitfaden 5.2)

"Die Dokumentation der Verbreitung kostenfreier Paper-Ausgaben muss folgende Datenelemente enthalten:

- aktive Bestellungen der ePaper-Empfänger
- mindestens die E-Mail-Adresse zur Identifikation der Empfänger
- technische Daten und Unterlagen zur Dokumentation der Verbreitung, z.B. Logfiles, E-Mail-Protokolle, crm-Systeme;
- Lieferdatum, Heftnummer, Beginn des Zugriffsrechts

Die Dokumentation muss den Nachweis der Verbreitung an jeden einzelnen Empfänger erbringen."

aus:

IVW-Rundschreiben v. 14.01.2021 (Aktuelle Beschlüsse des Verwaltungsrats i.V.m. den "Ergänzenden Bestimmungen zu den Richtlinien für die IVW-Auflagenkontrolle - ePaper-Ausgaben" in der Fassung des Verwaltungsratsbeschlusses vom 30. Dezember 2020, gültig ab 1. Januar 2021)

### Praxisregel/Durchführungsbestimmung

Auch gegen Entgelt abgegebene ePaper-Exemplare können den Freistücken zugeordnet werden, nämlich in den Fällen, in denen die verbreiteten Stücke den regulären Copy-Preis von 10 % unterschreiten.



Die "**aktive Bestellung**" wird ausgelöst durch eine nachgewiesene nutzerinduzierte Aktion wie z.B. das "Setzen eines Häkchens" in einem entsprechenden Auswahlmenü oder das "Tippen" oder "Anklicken" eines Titelcovers.

Eine gültige "E-Mail-Adresse zur Identifikation der Empfänger" ist unerlässlich für die Zurechnung der ausgelieferten Exemplarmengen zu den Freistücken. Hierzu ist eine Double-Opt-In-Erklärung des Empfängers nachzuweisen. Die eindeutige Identifikation ist immer dann gegeben, wenn der ePaper-Bezieher mit Namen und Kontaktadresse nachweisbar ist. Dies kann durchaus eine anonymisierte E-Mail-Adresse sein, wie sie z.B. auch bei Verkäufen über externe Angebotsplattformen anerkannt wird.

Zu "technische Daten und Unterlagen zur Dokumentation der Verbreitung" zählen z.B. E-Mail-Protokolle, crm-Systeme, aber auch Reports über nachgewiesene konkrete Zugriffe, wie z.B. das initiale Öffnen, Lesen oder der Download des ausgewählten ePapers (Log-Files).

Falls ePaper-Freistücke gemeldet werden sollen, die aus dem Versand via E-Mail resultieren, sind bei der Ermittlung der Werte die in Punkt 5.5.1.Regel-Leitfaden aufgeführten Regularien, insbesondere der Umgang mit Bounces (Hard- und Softb.) anzuwenden.

Zur Überprüfung müssen im Verlag entsprechende Reports vorliegen, aus denen die geforderten Kriterien (s.o.) eindeutig hervorgehen. Sofern sich der Verlag eines externen Dienstleisters bedient, muss dieser dem Verlag die geforderten Daten für die IVW-Prüfung bereitstellen. Alternativ hat der Verlag dafür Sorge zu tragen, dass der IVW im Rahmen einer möglichen Dienstleisterprüfung vor Ort der Zugriff auf die Quelldaten ermöglicht wird.

### 5.3. Heftbezogene ePaper-Auflagenmeldungen

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

### 5.4. ePaper im EDA-Verfahren

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

[Querverweis: 6. Fachzeitschriften-Empfänger-Analysen \(EDA\)](#)

### 5.5. Prüfung

(Durchführungsbestimmungen zu den Ziffern 9 bis 16)

Als ePaper-Bezieher gilt der **Vertragskunde im Sinne des Erwerbers** des **Zugriffsrechts** oder der qualifizierte Empfänger.

Dem Nachweis von Zugriffsrechten in Form aktiver Willensbekundungen seitens des Beziehers kommt vor allem bei der Verbreitung von kostenfreien ePaper-Ausgaben besondere Bedeutung zu. 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.

### **5.5.1. Verbreitung von ePaper-Ausgaben über E-Mail-Versand** (Durchführungsbestimmungen)

Neben dem Zugriffsrecht, das in der Regel über ein Login-Verfahren mit Benutzernamen und Passwort erfolgt, kann das verkaufte oder kostenfreie ePaper auch durch die Übermittlung einer personalisierten E-Mail dem Bezieher zugänglich gemacht werden; in diesen Fällen gelten nachstehende Anforderungen:

- Das ePaper wird aktiv durch den Verlag oder einen beauftragten Dienstleister über ein standardisiertes E-Mail-Programm, crm-System etc. versendet.
- Jeder einzelne Empfänger wird mit mindestens dem Merkmal der digitalen Adresse identifiziert.
- Es liegt eine Double-Opt-In-Erklärung vor.
- Die per E-Mail erreichten Empfänger werden durch technische Nachweise über den aktiven Versand und die dezidierte Identifizierung des Beziehers/Käufers nachgewiesen.
- Die Dokumentationen müssen technische Daten und Unterlagen des aktiven Versands, z.B. Logfiles, E-Mail-Protokolle, crm-Systeme enthalten.
- Gemeldet werden können nur die zugestellten E-Mails; Bounces (Hard- und Softbounces) bleiben in der Meldung unberücksichtigt - sie sind jedoch zu dokumentieren.
- Der Zugriff auf das ePaper kann auch durch einen in einer E-Mail hinterlegten Download-Link erfolgen.

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

#### **5.6.1. Allgemeines - Welche Auswirkungen haben Beilagen etc. auf die Grundbedingung Identität als Voraussetzung der Meldefähigkeit des ePapers?**

Zur Beurteilung der Übereinstimmung ist es notwendig, die Version des Printprodukts zu bestimmen und zu definieren, die die Grundlage für den Vergleich bildet. 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.

#### **Produktarten können sein**

Beilagen, Zugaben und Sonderveröffentlichungen, z. B. lose beigelegt, heftverbunden, aufgeklebt, verschweißt etc.

#### **Rahmenbedingungen ohne Einfluss auf die Meldefähigkeit**

Sind redaktionelle und/oder werbliche Teile eines Heftes/einer Ausgabe nicht Bestandteil der unbeschränkten Gesamtbelegung laut Mediadaten (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.

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

### 5.6.2. **Redaktionelle Beilagen und Sonderveröffentlichungen: Unter welchen Voraussetzungen sind diese im ePaper zu integrieren?**

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.

### 5.6.3. **Werbliche Beilagen/Multisensorische Werbemittel/Sonderinsertionsformen: Unter welchen Voraussetzungen sind diese im ePaper zu integrieren?**

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.

### 5.6.4. **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

### 5.7. **Ausweisung** (Praxisregel zu Ziffer 9, hier: Tageszeitungen)

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.

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.~~

Nur wenn der ePaper-Kunde zusätzliche (kostenfreie) Lokalausgaben **aktiv** bestellt und hierzu eine entsprechende Willenserklärung (z.B. mittels eines "Häkchens" bei der jeweiligen Ausgabe) abgibt, können diese Exemplarmengen bei entsprechender Dokumentation den Freistücken zugerechnet und ausgewiesen werden.

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.

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.

### 5.8. Besondere Angebotsformen (Kategorien des Verkaufs)

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 sowie 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 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.

### 5.8.1 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 und Rubrizierung

Grundlage für die Rubrizierung der Ausgabe eines Titels, die innerhalb eines Flatrate-Angebots gelesen wurde, ist der entsprechende **individuelle Verlagslerlös**. Dieser individuelle Verlagslerlös 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 **eine Meldung von ePaper-Exemplaren nur in der Rubrik Freistücke** erfolgen; alternativ besteht 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. Ausgaben-unabhängige Erlöse müssen ebenso gesondert aufgeführt sein.

Berichtswesen und Abrechnung sollten monatlich erfolgen.

#### 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 und gebuchter Erlös

### **5.8.1.1. Heftbezogene ePaper-Erst- bzw. Abschlussmeldungen aus Flatrate-Angeboten**

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 (EDA)**

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

#### **Durchführungsbestimmungen:**

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

#### **6.1. zu III. Grundlagen des Verfahrens**

##### **6.1.1. 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.

##### **6.1.2. 5. Empfängerdatei**

Die Versanddokumentation ist nach jeder Aussendung auf Datenträger zu speichern.

##### **6.1.3. 10. Branche**

Die Branchenzuordnung der Empfänger sollte sich orientieren an der "Alphabetischen Klassifizierung der Wirtschaftszweige des Statistischen Bundesamtes" (WZ 2008). 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 sowohl seitens des Verlages wie auch von der werbungtreibenden 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 %.

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

##### **6.2.1. 4. Melderhythmus**

Hat ein Verlag im aktuellen Berichtszeitraum keine EDA-Meldung abgegeben, ist er zur Abgabe der Meldung im darauffolgenden 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 in den Mediaunterlagen. In jedem Fall kann frühestens ein Jahr nach dem Ausschluss ein erneuter Aufnahmeantrag gestellt werden.



### 6.3. Weitere Hinweise:

#### 6.3.1. 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.

#### 6.3.2. 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.

#### 6.3.3. 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.

[Querverweis: 5.4 ePaper im EDA-Verfahren](#)