

Print und Digital: Die Verfahren der IVW

	Auflagenkontrolle		Meldeverfahren Paid Content	Technische Nutzungsmessung
Werbeträger	Presseerzeugnisse (Zeitungen, Zeitschriften, Verzeichnismedien)	kostenpflichtige ePaper (= identische elektro- nische Ausgaben) von IVW-geprüften Pressetiteln	kostenpflichtige digitale Angebote	Online- und Mobile- Angebote (stationäre / mobile enabled Websites, Apps) mit und ohne Bezahlschranken
Grundlage der Erhebung	gedruckte und verbreitete Exemplare von Pressetiteln	gegen Entgelt vergebene Zugangsrechte zu ePaper-Ausgaben = Exemplare	gegen Entgelt vergebene Nutzungsrechte	der von den Nutzern des Werbeträgers ausgelöste Traffic auf den Servern der Anbieter
Leistungswert	Durchschnittliche Auflage pro Ausgabe im Quartal differenziert nach Abonnement, Einzelverkauf, Sonstiger Verkauf, Bordexemplare, Lesezirkel, Freistücke	Durchschnittliche virtuelle Auflage pro Ausgabe im Quartal differenziert nach Abonnement, Einzelverkauf und Sonstiger Verkauf	Gültige tagesdurchschnittliche Nutzungsrechte im Meldemonat differenziert nach Abonnement und Einzelverkauf (unbefristete Nutzungsrechte zählen ohne Durch- schnittsbildung)	Nutzungsdaten als Summe im Monat differenziert nach Visits, Kategorien- Visits, PageImpressions, weiter aufgeschlüsselt nach Inhalten und Eigenschaften des Angebots
Erhebung	Erfassung und Meldung durch Verlag	Erfassung und Meldung durch Verlag	Erfassung und Meldung durch Anbieter	fortlaufende technische Messung der Nutzung des Angebots
Veröffentlichung	quartalsweise online und in Auflagenliste (PDF), zusätzlich pro Heft (nur online) ggf. in Summe mit der ePaper-Auflage	quartalsweise online und in Auflagenliste (PDF), zusätzlich pro Heft (nur online) in Summe mit der Printauflage und im "davon"-Ausweis	monatlich online zusätzlich neben der Printauflage als "zzgl."-Ausweis möglich, differenziert nach Abonnements und Einzelverkauf	monatlich online
Prüfung	2x jährlich durch IVW-Auflagenprüfer; anhand Herstellungs-, Vertriebs- und buchhalterischen Nachweisen	2x jährlich im Rahmen der Auflagenprüfung; anhand buchhalte- rischer Nachweise und Dokumentation der Kaufvorgänge je Plattform	2x jährlich durch IVW- Prüfer; anhand buchhalte- rischer Nachweise und Dokumentation der Kaufvorgänge je Plattform	kontinuierliche technische Prüfung; turnusgemäße Sichtung durch IVW- Online-Prüfer

Fragen zum neuen IVW-Meldeverfahren Paid Content

Die IVW hat mit dem Meldeverfahren Paid Content ein neues Verfahren für die Erfassung, Prüfung und Ausweisung digitaler Werbeträger eröffnet. Dieses ergänzt die bestehenden Verfahren im Bereich Print und Online/Mobile. Zum einen schließt es für die Produkte, die außerhalb der Grenzen eines ePapers liegen, eine Lücke im Bereich der Verbreitungserfassung durch die IVW. Zum anderen bietet das Verfahren für digitale Produkte, die an der technischen Nutzungsmessung teilnehmen, eine weitere Option der Darstellung von Leistungswerten.

Wir haben für Sie einige Informationen zusammengestellt, die Ihnen eine erste Orientierung über den Nutzen des Verfahrens, seine Anforderungen und Abläufe ermöglichen soll.

Das Dokument ist in drei Bereiche unterteilt.

Der erste Bereich behandelt Fragen, die für alle Anbieter von Belang sind, die sich für die Teilnahme am Verfahren interessieren. Der zweite Teil richtet sich vor allem an diejenigen Unternehmen, die einen oder mehrere digitale Ableger eines Print-Produkts kostenpflichtig am Markt anbieten. Teil 3 schließlich gibt Informationen zu den organisatorischen Aspekten, die für alle vor und während des Verfahrens wichtig sind.

Teil 1:

Allgemeine Fragen

1.1 Warum gibt es ein neues IVW-Verfahren?

Zunehmend werden digitale Produkte wie Apps oder Online-Angebote dem Nutzer nicht mehr kostenlos angeboten, sondern vollständig oder teilweise bepreist. Als Paid Content entstehen damit Werbeträger, die eine eigene Charakteristik aufweisen. Bisher fehlen jedoch noch standardisiert erfasste und neutral geprüfte Zahlen zur Verbreitung der kostenpflichtigen Zugänge dieser Werbeträger. An der IVW-Auflagenkontrolle können diese Produkte nicht teilnehmen, da ihnen als digitale Medienangebote die print-typische Verkörperung fehlt. Die technische Nutzungsmessung für Online- und Mobile-Angebote steht diesen Digitalprodukten offen. Durch sie wird jedoch ausschließlich die Nutzung eines Produkts quantitativ und kontinuierlich erfasst. An dieser Stelle setzt das neue IVW-Meldeverfahren Paid Content an: Durch das Meldeverfahren wird erstmalig die Erfassung und Prüfung der Verbreitung kostenpflichtiger digitaler Produkte ermöglicht. Es ist damit als eigenständiges Verfahren zwischen der IVW-Auflagenkontrolle und der technischen Nutzungsmessung angesiedelt.

1.2 Für welche Produkte ist das neue Verfahren gedacht?

Das Meldeverfahren Paid Content ist eigenständig und hat einen breiten Anwendungsbereich. Die maßgeblichen Richtlinien machen für die Teilnahme am Verfahren keinerlei

Vorgaben bezüglich des Inhalts des digitalen Produkts. Die Teilnahme ist möglich für alle kostenpflichtigen digitalen Angebote mit oder ohne Markenbezug: für erweiterte ePaper von Print-Produkten oder andere publizistische Inhalte, für Nutzenwendungen, Unterhaltung, Spiele u.v.m. .

➔ siehe auch IVW-Richtlinien "Paid Content", Ziffer II

1.3 Welcher Leistungswert wird durch das neue Verfahren erfasst?

Durch das Meldeverfahren Paid Content werden für das teilnehmende digitale Produkt die bezahlten Nutzungsrechte im Tagesdurchschnitt des jeweiligen Meldemonats ermittelt (bei unbefristeten Nutzungsrechten ohne Durchschnittsbildung) und ausgewiesen. Diese Zahl kann sich dabei aus Abonnements und Einzelverkäufen zusammensetzen.

Beispiel: Kostenpflichtiger Online-Zugang für ein Webangebot

Ein Anbieter hat für bestimmte Inhalte auf seiner Website eine Paywall eingerichtet. Wenn der Nutzer auf die Inhalte zugreifen will, muss er dafür bezahlen. Dabei hat er die Möglichkeit, den Zugang für einen Tag oder für einen ganzen Monat zu erwerben.

Tageszugang = Einzelverkauf

Monatszugang = Abonnement

➔ siehe auch IVW-Richtlinien "Paid Content", Ziffern V 3 und VII 2

1.4 Kann ich die von der IVW im Meldeverfahren veröffentlichten Zahlen meines Angebots in der werblichen Kommunikation verwenden?

Ja. Ebenso wie die aktuellen Auflagenzahlen und die Online-/Mobile-Nutzungszahlen können auch die Zahlen aus dem Meldeverfahren vom Anbieter für seine werbliche Kommunikation genutzt werden. Möglich ist dabei auch die gemeinsame Nutzung aller IVW-Leistungswerte. Die Zahlen aus dem Meldeverfahren bilden damit eine wichtige Ergänzung der Grundlagen zur Ermittlung der Gesamtreichweite einer Medienmarke.

➔ siehe auch IVW-Richtlinien "Paid Content", Ziffer VIII

1.5 Kann ich die Leistungswerte der am Meldeverfahren teilnehmenden Produkte auch in Verbindung mit meinen anderen Werbeträgern bringen, die an IVW-Prüfverfahren teilnehmen?

Ja. In der IVW-Ausweisung des Meldeverfahrens kann jeder Anbieter auf verwandte IVW-angeschlossene Werbeträger aus seinem Unternehmen verweisen. Er kann auf diese Weise ein "Schaufenster" einrichten, das zu allen Angeboten seiner Medien- oder Produktmarke die grundlegenden Verbreitungs- und Nutzungsdaten versammelt.

➔ siehe auch IVW-Richtlinien "Paid Content", Ziffer VII 4

1.6 Wie oft werden die im Meldeverfahren ermittelten Leistungswerte meiner Produkte veröffentlicht?

Die Leistungswerte werden für jeden Kalendermonat aktuell erfasst und veröffentlicht. Die Veröffentlichung der Zahlen des Meldemonats findet Mitte des Folgemonats auf der IVW-Website statt.

→ siehe auch IVW-Richtlinien "Paid Content", Ziffer VII 1

1.7 Wie verhält sich das neue Verfahren zur technischen Nutzungsmessung von Online- und Mobile-Angeboten?

Durch die technische Nutzungsmessung werden kontinuierlich die Visits und Page-Impressions (PIs) eines Online-Angebots, eines Mobile-Angebots oder einer App erfasst und von der IVW monatlich ausgewiesen. Visits und PageImpressions sind die IVW-Leistungswerte für die Erhebung der Nutzung. Ein Visit entspricht einem Besuch auf einem Angebot und bezieht sich damit auf die Nutzungshäufigkeit des Online-Mediums. Während eines Visits werden in der Regel mehrere Seiten oder Bereiche eines Angebots angeschaut und dadurch mehrere PageImpressions erzeugt. Gemessen werden dafür die Abrufe des "Zählpixels" (Tag), der vom Anbieter in das digitale Produkt eingebaut wird. Die technische Nutzungsmessung wird von Websites ebenso genutzt wie von Apps, die für Smartphones oder Tablets programmiert sind.

Der durch die Nutzungsmessung erfasste Leistungswert unterscheidet sich elementar von dem des Meldeverfahrens Paid Content. Die technische Messung leistet eine monatliche Vollerhebung der Nutzungshäufigkeit. Dabei ist es jedoch unerheblich, ob und wie viele verbreitete Produkte der gemessenen Nutzung zugrunde liegen. Demgegenüber wird durch das Meldeverfahren Paid Content ausschließlich die Verbreitung eines digitalen Produkts erfasst – ohne dessen jeweilige Nutzungshäufigkeit. Kostenpflichtige Angebote oder Angebotsteile können somit an zwei Verfahren teilnehmen, die einander ergänzen. Sie können jeweils eigenständig oder auch kombiniert für ein Digital-Produkt genutzt werden, je nachdem, welche Leistungswerte vom Anbieter für seine Vermarktung benötigt werden.

Anders als beim Meldeverfahren Paid Content ist bei der technischen Nutzungsmessung die Kostenpflichtigkeit des Angebots keine Teilnahmevoraussetzung, aber eine mögliche Charakterisierung.

1.8 Welche Grundbedingungen muss mein digitales Produkt erfüllen, damit es am neuen Meldeverfahren teilnehmen kann?

Das Produkt muss ein Fremdwerbeträger sein, also mit Werbung belegbar sein. Nachweise dafür sind Mediadaten, Werbepreislisten o.Ä.

Das Produkt muss kostenpflichtig sein. Der Preis des paid-content-Produkts muss mindestens 1 Eurocent (brutto) je Kalendertag der Laufzeit des Nutzungsrechts bzw. des Erscheinungsintervalls betragen. Als Nachweise dafür dienen insbesondere das Angebot und buchhalterisch dokumentierte Umsätze und Erlöse.

→ siehe auch IVW-Richtlinien "Paid Content", Ziffern I, IV 1.1 bis 1.3, IV 2.1 und 2.2

1.9 Werden die am neuen Verfahren teilnehmenden Angebote inhaltlich kategorisiert?

Nein. Anders als bei der technischen Nutzungsmessung von Online-/Mobile-Angeboten findet keinerlei Kategorisierung der Inhalte statt. Auch eine Gliederung, die mit der bei der Auflagenkontrolle vorgenommenen Unterteilung nach Publikumszeitschriften, Fachzeitschriften etc. vergleichbar wäre, ist im Meldeverfahren Paid Content nicht vorgesehen.

1.10 Gibt es andere Differenzierungen zwischen den am Verfahren teilnehmenden Produkten?

Ja. Für die Ermittlung des Leistungswertes ist eine Differenzierung der digitalen Produkte nach Erscheinungsintervallen und Laufzeiten vorgesehen. Unterschieden werden dabei fünf Formen:

- zeitlich befristetes Einzel-Nutzungsrecht
- Einzel-Inhalts-Nutzungsrecht
- zeitlich unbefristetes Nutzungsrecht
- zeitlich befristetes Abo-Nutzungsrecht
- Abo-Inhalts-Nutzungsrecht

➔ siehe auch IVW-Richtlinien "Paid Content", Ziffer IV

1.11 Können auch "freemium-" oder "metered"-Modelle am Meldeverfahren teilnehmen?

Ja. Bei freemium-Angeboten werden ausgewählte Inhalte kostenpflichtig zur Verfügung gestellt. Bei metered-Modellen ist eine bestimmte Anzahl an Inhalten frei zugänglich, bevor eine Bezahlung erforderlich ist. Je nach Angebotsstruktur können in diesen Modellen Einzel- und Abo-Nutzungsrechte ermittelt werden.

1.12 Können auch Kombinationsangebote ("Bundles") in das neue Verfahren einbezogen werden?

Ja. Für die Berücksichtigung von Kombinationsangeboten sind besondere, ausführliche Regeln geschaffen worden, die die Meldung und die Ausweisung gleichermaßen betreffen. Kombinationsangebote sind Zusammenstellungen von zwei oder mehr gleichartigen oder unterschiedlichen Produkten, deren Nutzung in dieser Zusammenstellung kostenpflichtig angeboten wird.

Kombinationsangebote können als Gesamtheit oder aber auch mit einzelnen Bestandteilen gemeldet werden. Damit ein digitales Produkt als Bestandteil eines Kombinationsangebots bei der Meldung berücksichtigt werden kann, muss das entsprechende Produkt in der Ausweisung des Meldeverfahrens zunächst als eigenständiges Angebot geführt und mit den gemeldeten Nutzungsrechten ausgewiesen werden.

Als Bestandteil eines Kombinationsangebots muss es unterschiedliche Voraussetzungen erfüllen, die die Beziehbarkeit, den Inhalt und die Bepreisung betreffen. Liegen diese vor und

wird der Bestandteil bei der Meldung berücksichtigt, ist in der Ausweisung zum einen erkennbar, dass das digitale Produkt auch zu einem Kombinationsangebot gehört und zum anderen, welche weiteren, mit Fremdwerbung belegbaren Bestandteile dieses Kombinationsangebot hat.

Für das eigenständige Produkt und das Kombinationsangebot, dem das Produkt als Bestandteil angehört, werden jeweils Einzelzahlen ausgewiesen. Zusätzlich findet eine Summierung dieser Zahlen statt.

→ siehe auch IVW-Richtlinien "Paid Content", Ziffer V 4

1.13 Wird es eine "Impulsmessung" geben?

Nein. In der ersten Richtlinienversion war vorgesehen, dass das Meldeverfahren Paid Content noch durch eine technische "Impulsmessung" ergänzt wird. In der geltenden Fassung ist dies nicht mehr vorgesehen. In den Gremien der Mitgliedsverbände besteht jedoch die klare Erwartungshaltung, dass die Angebote, die das Meldeverfahren Paid Content nutzen, zusätzlich an der technischen Nutzungsmessung (vgl. Frage 1.7) teilnehmen, um optimale Transparenz der Leistungsdaten zu gewährleisten.

Teil 2:

Fragen für Unternehmen, die digitale Ableger eines Print-Produkts anbieten

Content und Services werden dem Nutzer schon lange nicht mehr nur in gedruckter, sondern auch in digitaler Form angeboten, insbesondere als so genannte "Apps" oder auch im Rahmen von Internetdiensten. Häufig handelt es sich bei den im Markt angebotenen Apps oder Online-Diensten um digitale Angebote, die Ableger von Zeitungen und Zeitschriften sind. Die folgenden Informationen beziehen sich auf diese Produkte.

2.1 Wie verhält sich das neue Verfahren zu der Zählung von ePapern?

Digitale Abbilder von Print-Produkten werden schon seit einigen Jahren angeboten, häufig im pdf-Format. Bei der IVW können diese digitalen Ausgaben von Zeitungen und Zeitschriften als Teil der Auflage berücksichtigt werden, wenn sie die engen Voraussetzungen erfüllen, die die IVW-Richtlinien an ein so genanntes "ePaper" stellt. Eine der zentralen Voraussetzungen ist die Identität zwischen dem digitalen Produkt und dem Print-Produkt. Weicht ein digitales Produkt inhaltlich vom dem Print-Pendant ab oder weist es multimediale Anreicherungen auf, fehlt es an der erforderlichen 1:1- Identität; ein "ePaper" liegt dann nicht mehr vor. Nicht zuletzt damit auch diese digitalen Produkte ("erweiterte" ePaper) gleichwohl der IVW-Erfassung, -Prüfung und Ausweisung unterstellt werden können, wurde das neue Meldeverfahren geschaffen. Bildlich gesprochen fängt das Meldeverfahren Paid Content also genau dort an, wo die Zählung von ePapern ihre Grenzen erreicht.

2.2 Kann ich die Leistungswerte der am Meldeverfahren teilnehmenden Produkte auch bei den Auflagenzahlen meiner Print-Produkte berücksichtigen?

Ja. Es ist möglich, die im Meldeverfahren ermittelten Zahlen von paid-content-Angeboten per „zzgl.-Ausweis“ neben den Quartalsauflagen des Print-Produkts zu veröffentlichen. Dabei müssen die Angebote hinsichtlich der Markenidentität und Vermarktung mit einem Presseerzeugnis verbunden sein und dessen Inhalt und Themenspektrum widerspiegeln.

Beispiel:

DIE ZEITUNG

	1/2013	davon ePaper 1/2013
Verbreitung	53.845	2.312
Verkauf	51.265	2.312
Abonnement	44.832	617
EV-Verkauf	4.311	208
EV-Lieferung	6.399	208
Remittenden	2.088	
Bordexemplare	1.000	
Sonstiger Verkauf	1.122	1.487
Druckauflage	55.000	

Zzgl. DIE ZEITUNG App 01/2013
400
250
150

Teil 3: Organisatorisches

3.1 Welche Kosten entstehen mir als Teilnehmer des Verfahrens?

Die Kosten setzen sich zusammen aus einem einmaligen Aufnahmebeitrag (239,-€ pro Angebot) und einem jährlichen Mitgliedsbeitrag. Der Mitgliedsbeitrag besteht wiederum aus einem pauschalen Sockelbetrag (100,-€) und einem Staffelbeitrag, der je nach Anzahl der durchschnittlichen digitalen Nutzungsrechte pro Monat von 195,- € in der niedrigsten Beitragsstufe bis zu 1.440,- € in der höchsten Beitragsstufe fällig wird.

Zur Beitragsordnung

[http://daten.ivw.eu/download/pdf/Paid_Content_Beitrag.pdf]

3.2 Ist mir der Einstieg in das Meldeverfahren jederzeit möglich?

Ja. Die Teilnahme an dem Meldeverfahren kann in jedem Monat begonnen werden. Zu beachten ist lediglich, dass für die Ausweisung des ersten Meldemonats die Aufnahmeprüfung abgeschlossen sein muss und die Zahlen des gesamten Monats der IVW spätestens zum Meldeschluss zur Verfügung stehen. Meldeschluss für den Meldemonat ist jeweils der 14. Tag des Folgemonats.

3.3 Welche Aufgaben habe ich als Anbieter beim Meldeverfahren?

Eng orientiert an dem bestehenden Verfahren für die IVW-Auflagenkontrolle von Print-Produkten obliegt dem Anbieter die rechtzeitige Meldung der Zahlen, die für die monatliche Ausweisung der Nutzungsrechte erforderlich sind. Zu melden sind die im Meldemonat gültigen digitalen Einzel- und Abo-Nutzungsrechte im Tagesdurchschnitt sowie ggf. die Anzahl der verkauften zeitlich unbefristeten Nutzungsrechte. Für das Aufnahmeverfahren stellt der Anbieter der IVW die erforderlichen Informationen über sein Produkt einschließlich der Unterlagen/Nachweise zur Vermarktung und kostenfreier Nutzungsrechte bzw. Zugänge zum Produkt zur Verfügung.

→ siehe auch IVW-Richtlinien "Paid Content", Ziffern II 2.1 bis 2.4 und V 5.1 bis 5.3

3.4 Wie werden die Meldewerte ermittelt?

Grundlage für die Berechnung der Meldewerte sind die Laufzeiten der einzelnen Angebote. Die Laufzeit jedes Angebots gemäß den Kennzahldefinitionen (siehe Frage 1.10) wird tagesgenau in einen Kalender eingetragen. Die im Meldemonat pro Tag gültigen Einzel- und die Abo-Nutzungsrechte werden addiert und durch die Anzahl der Kalendertage dividiert.

→ Eine Hilfestellung bieten die Berechnungstabellen unter „Meldewertberechnung“

→ siehe auch Dokument "Erscheinungsintervalle und Laufzeiten"

→ siehe auch tabellarische Übersicht "Kennzahlenrubriken, Laufzeiten und Meldewerte"

3.5 Was prüft die IVW bei dem neuen Verfahren und wie prüft sie das?

Grundlage für die Meldung und Prüfung ist eine monatliche Gesamtstatistik, in der die Laufzeiten der bezahlten Nutzungsrechte für jede Angebotsform (Einzel-Nutzungsrechte, Abo-Nutzungsrechte) im jeweiligen Kalendermonat tagesgenau erfasst werden (vgl. auch Frage 3.4, "Meldewerte"). Für die Prüfung wird diese Meldestatistik um die Umsätze aus den Verkäufen ergänzt. Die Daten zum Nachweis der Verkäufe werden entweder aus den Unterlagen entnommen, die der Anbieter zur Abrechnung mit den Verkaufsplattformen erhält, oder stammen aus den eigenen Abrechnungen mit den Käufern. Dieses Verfahren gleicht insbesondere auch im Hinblick auf die Erlösabstimmung weitgehend dem Prüfverfahren im Printbereich.

→ siehe auch IVW-Richtlinien "Paid Content", Ziffer VI

3.6 Wo und wie kann ich ein Angebot anmelden?

Die Anmeldung erfolgt auf der IVW-Website durch Auswahl des Menüpunkts "Online-Medien Interface", dann im Register "Neuanmeldung", Button "IVW-Mitgliedschaft für paid-content-Angebote beantragen". Durch Klicken auf den Button erscheint das entsprechende Antragsformular. Nach Ausfüllen des ersten Formulars mit der Mitgliedsanschrift und der Bestätigung durch "Eingaben speichern" erfolgen weitere Abfragen zum Mitglied (Kontaktdaten Rechnung, Geschäftsführung, Buchhaltung). Die Bearbeitung jedes Fensters wird mit "Eingaben speichern" abgeschlossen und führt automatisch zum nächsten Schritt. Der Button "abbrechen" beendet die Bearbeitung des Gesamtvorgangs und verwirft alle

Eingaben.

Anschließend erfolgen die spezifischen Abfragen zum anzumeldenden paid-content-Angebot. Wird die letzte Abfrage "weiteres Angebot hinzufügen" mit "Angebot" beantwortet, wiederholen sich die entsprechenden Schritte; wird mit "kein weiteres..." geantwortet, erfolgt eine Zusammenfassung der Angaben und der Aufnahmeantrag wird generiert. Mit "Eingabe bestätigen..." wird der Erfassungsvorgang abgeschlossen. Den Aufnahmeantrag drucken Sie bitte aus und senden ihn unterschrieben mit den notwendigen Unterlagen an die IVW. Damit wird das Aufnahmeverfahren verbindlich in Gang gesetzt.

- ➔ siehe auch IVW-Richtlinien "Paid Content", Ziffer II
- ➔ siehe auch „Merkblatt zur Anmeldung“

Zur Anmeldung

[<https://www.ivwonline.de/index.php?type=x&akt=14>]

3.7 Wie bekomme ich weiterführende Informationen zum neuen Verfahren?

- **Kontakt**
Kristina Lawrenz
030-590099-728
lawrenz@ivw.de
- **Richtlinien**
[http://daten.ivw.eu/download/pdf/Paid_Content_Richtlinien.pdf]
- **Aufnahme**
[<http://www.ivw.de/index.php?menuid=78>]
- **Allgemeine Informationen zum Verfahren**
[<http://www.ivw.de/index.php?menuid=79>]