



Informationsgemeinschaft
zur Feststellung der
Verbreitung von
Werbeträgern e.V. (IVW)

Anlage 2 zu den Richtlinien für Online-Angebote

Kategoriensystem 2.0 für Digital-Angebote in der IVW

Version 3.11 (Kat 2.0)

(in der Fassung des Beschlusses des Organisationsausschusses Online-Medien vom 16. Januar 2014)



INHALTSVERZEICHNIS

A. ALLGEMEINER TEIL	5
1. ALLGEMEINE HINWEISE ZUR ZUORDNUNG	5
2. KATEGORIENSYSTEM: KATEGORIEN UND MERKMALE	5
3. ZUORDNUNG	5
3.1 MEHRDIMENSIONALITÄT DES KATEGORIENSYSTEMS	5
3.2 ZUORDNUNGSRATE	6
3.3 SCHWERPUNKTREGELUNG	6
3.4 ZUORDNUNG ZU EINER WEITEREN EBENE	6
4. ZUGRIFFE AUS DEM INLAND/AUSLAND	7
5. FAQ, HILFE-, ERLÄUTERUNGS- UND EINFÜHRUNGSSEITEN	7
6. ENTSCHEIDUNG IN ZWEIFELSFÄLLEN	7
B. ÜBERBLICK ZUM KATEGORIENSYSTEM	8
1. ÜBERBLICK ZU DEN KATEGORIEN UND MERKMALEN	8
2. ÜBERBLICK ZU DEN MERKMALSGRUPPEN DER KATEGORIE „INHALT“	9
C. DEFINITIONEN ZU DEN KATEGORIEN UND MERKMALEN.....	10
1. SPRACHE.....	10
1.1 DEUTSCH.....	10
1.2 ANDERE SPRACHE, INHALT PRÜFBAR.....	10
1.3 ANDERE SPRACHE, INHALT NICHT PRÜFBAR	10
2. FORMAT	10
2.1 BILD/TEXT.....	10
2.2 AUDIO.....	11
2.3 VIDEO.....	11
2.4 ANDERE DYNAMISCHE FORMATE	12
3. ERZEUGER.....	12
3.1 REDAKTION	12
3.2 USER.....	12
3.3 UNBEKANNT	12
4. HOMEPAGE	12
4.1 HOMEPAGE	12
4.2 KEINE HOMEPAGE	13
4.3 HOMEPAGE DER FREMDDOMAINS BEI MULTI-ANGEBOTEN	13



5.	AUSLIEFERUNG	13
5.1	ONLINE	13
5.2	MOBILE	13
5.3	CONNECTED TV	14
6.	APP	14
6.1	APP	14
6.2	KEINE APP	14
7.	PAID	14
7.1	PAID	14
7.2	NICHT ZUGEORDNET	15
8.	INHALT	15
	MERKMALSGRUPPE „THEMA“	15
8.1	NACHRICHTEN	15
8.2	SPORT	15
8.3	ENTERTAINMENT/BOULEVARD/STARS/FILM/MUSIK	15
8.4	FASHION/BEAUTY	15
8.5	FAMILIE/KINDER/LEBENSHILFE	15
8.6	LIEBE/PSYCHOLOGIE/BEZIEHUNGEN	16
8.7	FAHRZEUGE /VERKEHR/MOBILITÄT	16
8.8	REISEN/TOURISTIK	16
8.9	COMPUTER	16
8.10	CONSUMER ELECTRONICS	16
8.11	TELEKOMMUNIKATION/INTERNETDIENSTE	17
8.12	SPIELE	17
8.13	WOHNEN/IMMOBILIEN/GARTEN/HAUSHALT	17
8.14	WIRTSCHAFT/FINANZEN/JOB/KARRIERE	17
8.15	GESUNDHEIT	18
8.16	ESSEN/TRINKEN	18
8.17	KUNST/KULTUR/LITERATUR	18
8.18	EROTIK	18
8.19	WISSENSCHAFT/BILDUNG/NATUR/UMWELT	19
8.20	ANGEBOTSINFORMATION	19
8.21	VERMISCHTES (MULTITHEMATISCH)	19
8.22	SONSTIGES (MONOTHEMATISCH)	19
	MERKMALSGRUPPE „SPIELE“	20
8.23	ÜBERSICHTSSEITE ZU SPIELEN	20
8.24	CASUAL GAMES	20
8.25	CORE GAMES	20
8.26	SONSTIGES (BEREICH SPIELE)	20
	MERKMALSGRUPPE „NETWORKING/KOMMUNIKATION“	21
8.27	SOCIAL NETWORKING – PRIVAT	21
8.28	SOCIAL NETWORKING – BUSINESS	21
8.29	PARTNERSUCHE/DATING	21
8.30	NEWSLETTER	22
8.31	E-MAIL/SMS/E-CARDS	22



8.32	MESSENGER/CHAT	22
8.33	SONSTIGES (BEREICH NETWORKING/KOMMUNIKATION)	22
	MERKMALSGRUPPE „SUCHMASCHINEN/VERZEICHNISSE“	23
8.34	SUCHMASCHINEN	23
8.35	VERZEICHNISSE/AUSKUNFTSDIENSTE	23
8.36	SONSTIGES (BEREICH SUCHMASCHINEN/VERZEICHNISSE)	23
	MERKMALSGRUPPE „E-COMMERCE“	24
8.37	ONLINESHOPS/SHOPPING MALL/AUKTIONEN/B2B-MARKTPLÄTZE	24
8.38	IMMOBILIEN RUBRIKENMÄRKTE/KLEINANZEIGEN	24
8.39	JOBS RUBRIKENMÄRKTE/KLEINANZEIGEN.....	24
8.40	FAHRZEUGE RUBRIKENMÄRKTE/KLEINANZEIGEN	25
8.41	SONSTIGE RUBRIKENMÄRKTE/KLEINANZEIGEN	25
8.42	SONSTIGES (BEREICH E-COMMERCE).....	25

A. Allgemeiner Teil

1. Allgemeine Hinweise zur Zuordnung

Vom Anbieter zuzuordnen ist jeder auf Grund einer Nutzeraktion ausgelieferte Inhalt einer Website, der Werbung führt oder führen könnte. Maßgeblich für die Frage, welche Inhalte einer Website in das Kategoriensystem einzuordnen sind, ist die Definition in Ziffer 5 der Anlage 1 zu den Richtlinien für Online-Angebote (vgl. Anlage 1 Ziffer 5.3 mit Beispielen für Nutzeraktionen). Im Folgenden werden die derart definierten aktuell oder potenziell werbeführenden Inhalte verkürzt lediglich als „Inhalt“ bezeichnet.

Alle der IVW-Prüfung unterstellten Digital-Angebote sind verpflichtet, ihre Inhalte jeweils entsprechend der vorgegebenen Kategorien zu spezifizieren.

2. Kategoriensystem: Kategorien und Merkmale

Das IVW-Kategoriensystem stellt acht Kategorien zur Verfügung:

- Kategorie „Sprache“
- Kategorie „Format“
- Kategorie „Erzeuger“
- Kategorie „Homepage“
- Kategorie „Auslieferung“
- Kategorie „App“
- Kategorie „Paid“
- Kategorie „Inhalt“

Jede Kategorie liegt in unterschiedlichen Ausprägungen vor, den sogenannten „Merkmalen“. Diese Merkmale spezifizieren die Eigenschaften bzw. den Inhalt eines Digital-Angebots.

Beispiel: Die Kategorie „Format“ ist in vier unterschiedliche Merkmale unterteilt:

- Bild/Text
- Audio
- Video
- Andere dynamische Formate.

3. Zuordnung

3.1 Mehrdimensionalität des Kategoriensystems

Das Kategoriensystem 2.0 der IVW ist mehrdimensional. Die endgültige Kategorisierung eines Digital-Angebots ergibt sich aus der Kombination der Merkmale aller acht Kategorien, d.h. jeder Webseiteninhalt muss jeweils einem Merkmal in jeder Kategorie zugeordnet werden. Kurz: Der Anbieter ist verpflichtet, jeweils Angaben in allen acht Kategorien zu machen.

Jeder Inhalt ist in jeder Kategorie jeweils einem der Merkmale zuzuordnen.

Beispiel für die Zuordnung eines Webseiteninhalts:

Kategorie „Sprache“:	Merkmal „Deutsch“
Kategorie „Format“:	Merkmal „Andere dynamische Formate“
Kategorie „Erzeuger“:	Merkmal „Redaktion“
Kategorie „Auslieferung“:	Merkmal „Online“
Kategorie „Homepage“:	Merkmal „Nein“
Kategorie „App“:	Merkmal „keine App“
Kategorie „Paid“:	Merkmal „Paid“
Kategorie „Inhalt“:	Merkmal „Casual Games“

Da die Kategorie „Inhalt“ wesentlich mehr unterschiedliche Merkmale beinhaltet als die anderen sieben Kategorien, sind die Merkmale dieser Kategorie auf unterschiedliche Gruppen, die sogenannten „Merkmalsgruppen“ verteilt.

Beispiel:

Das Merkmal „Casual Games“ der Kategorie „Inhalt“ gehört zu der Merkmalsgruppe „Spiele“ (vgl. Überblick Ziffer B.2.).

Die Merkmalsgruppen geben dabei lediglich eine Orientierung zu den unterschiedlichen Gruppen von Inhaltsmerkmalen; die Zuordnung findet auch bei dieser Kategorie immer auf der Ebene der Merkmale statt.

3.2 Zuordnungsrate

Die Zuordnung hat bis zu einem von der IVW vorgegebenen Termin zu erfolgen (Stichtagszuordnung). Sind bis zu diesem Termin nicht mindestens 90 Prozent der Inhalte zugeordnet, kann das Angebot nicht ausgewiesen werden.

3.3 Schwerpunktregelung

Entspricht ein Inhalt mehr als einem Merkmal, ist für die Zuordnung der Schwerpunkt und generelle Charakter des Inhalts maßgeblich. Vorrangig zu beachten sind die zu den einzelnen Merkmalen getroffenen Regelungen.

Befinden sich innerhalb eines eindeutig abgrenzbaren Bereichs des Angebots in unbedeutendem Ausmaß einzelne Inhalte, die unterschiedlichen Merkmalen einer Kategorie zuzuordnen wären, hat der Anbieter in Ausnahmefällen die Möglichkeit, diese Inhalte einheitlich demjenigen Merkmal zuzuordnen, das den inhaltlichen Schwerpunkt des abgrenzbaren Bereichs darstellt. Die Abgrenzung des Bereichs kann sich beispielsweise aus der Gliederung und Navigationsstruktur der Seite sowie aus der Anordnung der Seitenelemente ergeben.

3.4 Zuordnung zu einer weiteren Ebene

Die weitere Zuordnung zu einer AGOF-Themen-Ebene ist optional und wird von der IVW weder geprüft noch ausgewiesen.

4. Zugriffe aus dem Inland/Ausland

In der Ausweisung der IVW wird zusätzlich dargestellt, ob ein Zugriff auf das jeweilige Angebot aus dem Inland oder aus dem Ausland erfolgt ist. Diese Information über das Angebot ist zwar Teil des Kategoriensystems, da sie aber automatisch durch die technische Messung generiert wird, ist keine Zuordnung seitens des Anbieters erforderlich (vgl. Anlage 1 zu den Richtlinien für Online-Angebote).

5. FAQ, Hilfe-, Erläuterungs- und Einführungsseiten

FAQ, Hilfe-Seiten, erläuternde- und einführende Inhalte sind den gleichen Merkmalen zuzuordnen wie der Inhalt, auf den sie sich beziehen. Sie sind wichtige Zusatzinformationen, wenn auch redaktionell gestaltet, und sollen nicht vom eigentlichen Inhalt getrennt werden.

Beispiele:

- Chat-Hilfen und -Erläuterungen fallen unter das Merkmal „Messenger/Chat“ der Merkmalsgruppe "Networking/Kommunikation" (Kategorie „Inhalt“)
- Spieleerläuterungen und/oder -Hilfen fallen unter das Merkmal "Spiele" (Kategorie „Inhalt“)
- E-Mail-Erläuterungen und/oder -Hilfe fallen unter das Merkmal "E-Mail, SMS/E-Cards" in der Merkmalsgruppe "Networking/Kommunikation" (Kategorie „Inhalt“)
- Bestellvorgangshilfen etc. fallen unter das Merkmal "Onlineshop/Shopping Mall/Auktionen" der Merkmalsgruppe "E-Commerce" (Kategorie „Inhalt“)

6. Entscheidung in Zweifelsfällen

Der Anbieter nimmt die Implementierung der Tags in seinem Angebot entsprechend der nachfolgenden Richtlinien und Definitionen vor. Die Zuordnung der Inhalte zu den einzelnen Kategorien erfolgt durch den Anbieter nach bestem Wissen und Gewissen.

Die Geschäftsstelle entscheidet über die Richtlinienkonformität der Zuordnung. Auf Antrag der Geschäftsstelle kann der Organisationsausschuss Online-Medien eine Empfehlung bezüglich der Zuordnung beschließen.



B. Überblick zum Kategoriensystem

1. Überblick zu den Kategorien und Merkmalen

Kategorien	Merkmale
1. Sprache	1.1 Deutsch
	1.2 Andere Sprache, Inhalt prüfbar
	1.3 Andere Sprache, Inhalt nicht prüfbar
2. Format	2.1 Bild/Text
	2.2 Audio
	2.3 Video
	2.4 Andere dynamische Formate
3. Erzeuger	3.1 Redaktion
	3.2 User
	3.3 Unbekannt
4. Homepage	4.1 Homepage des Angebots
	4.2 Keine Homepage
	4.3 Homepage der Fremddomains bei Multi-Angeboten
5. Auslieferung	5.1 Online
	5.2 Mobile
	5.3 Connected TV
6. App	6.1 App
	6.2 keine App
7. Paid	7.1 Paid
	7.2 nicht zugeordnet
8. Inhalt	8.01 - 8.22: Merkmalsgruppe „Thema“
	8.23 - 8.26: Merkmalsgruppe „Spiele“
	8.27 - 8.33: Merkmalsgruppe „Networking/Kommunikation“
	8.34 - 8.36: Merkmalsgruppe „Suchmaschinen/Verzeichnisse“
	8.37 - 8.42: Merkmalsgruppe „E-Commerce“

Die Auflistung aller Merkmale befindet sich auf der Folgeseite.

2. Überblick zu den Merkmalsgruppen der Kategorie „Inhalt“

Merkmalsgruppe „Thema“

- 8.1 Nachrichten
- 8.2 Sport
- 8.3 Entertainment/Boulevard/
Stars/Film/Musik
- 8.4 Fashion/Beauty
- 8.5 Familie/Kinder/Lebenshilfe
- 8.6 Liebe/Psychologie/Beziehungen
- 8.7 Fahrzeuge/Verkehr/Mobilität
- 8.8 Reise/Touristik
- 8.9 Computer
- 8.10 Consumer Electronics
- 8.11 Telekommunikation/Internetdienste
- 8.12 Spiele
- 8.13 Wohnen/Immobilien/Garten/Haushalt
- 8.14 Wirtschaft/Finanzen/Job/Karriere
- 8.15 Gesundheit
- 8.16 Essen/Trinken
- 8.17 Kunst/Kultur/Literatur
- 8.18 Erotik
- 8.19 Wissenschaft/Bildung/Natur/Umwelt
- 8.20 Angebotsinformation
- 8.21 Vermischtes (multithematisch)
- 8.22 Sonstiges (monothematisch)

Merkmalsgruppe „Spiele“

- 8.23 Übersichtsseite zu Spielen
- 8.24 Casual Games
- 8.25 Core Games
- 8.26 Sonstiges (Bereich Spiele)

Merkmalsgruppe „Networking/Kommunikation“

- 8.27 Social Networking - Privat
- 8.28 Social Networking - Business
- 8.29 Partnersuche/Dating
- 8.30 Newsletter
- 8.31 E-Mail/SMS/E-Cards
- 8.32 Messenger/Chat
- 8.33 Sonstiges
(Bereich Networking/
Kommunikation)

Merkmalsgruppe „Suchmaschinen/Verzeichnisse“

- 8.34 Suchmaschinen
- 8.35 Verzeichnisse/Auskunftsdienste
- 8.36 Sonstiges (Bereich Suchmaschinen/
Verzeichnisse)

Merkmalsgruppe „E-Commerce“

- 8.37 Onlineshops/Shopping Mall/
Auktionen/B2B-Marktplätze
- 8.38 Immobilien
Rubrikenmärkte/ Kleinanzeigen
- 8.39 Jobs
Rubrikenmärkte/Kleinanzeigen
- 8.40 Fahrzeuge
Rubrikenmärkte/Kleinanzeigen
- 8.41 Sonstiges
Rubrikenmärkte/Kleinanzeigen
- 8.42 Sonstiges (Bereich E-Commerce)

C. Definitionen zu den Kategorien und Merkmalen

1. Sprache

Die Kategorie „Sprache“ gibt Auskunft über die Sprache, in der die Inhalte einer Seite verfasst sind.

1.1 Deutsch

Sind die Textinhalte einer Seite vollständig oder deutlich überwiegend in deutscher Sprache verfasst, ist die Seite diesem Merkmal zuzuordnen.

1.2 Andere Sprache, Inhalt prüfbar

Sind die Textinhalte einer Seite vollständig oder deutlich überwiegend nicht in deutscher Sprache verfasst, ist die Seite diesem Merkmal zuzuordnen, wenn eine Prüfung seitens der IVW möglich ist. Dieses ist in der Regel bei englischsprachigen Seiten der Fall.

Besteht innerhalb des Digital-Angebots ein "Umschaltmodus" zu einem gleichen Inhalt in deutscher Sprache und gibt der Anbieter zudem eine verbindliche Versicherung gegenüber der IVW ab, dass fremdsprachige und deutsche Seiten inhaltsgleich sind, ist der Inhalt zuordnungsfähig und prüfbar. Die Zuordnung des fremdsprachigen und des deutschsprachigen Inhalts muss identisch sein.

1.3 Andere Sprache, Inhalt nicht prüfbar

Alle anderen Seiten, bei denen fremdsprachiger Inhalt im Mittelpunkt steht und die nicht unter die Eigenschaft „Andere Sprache, Inhalt prüfbar“ (Ziffer 1.2) fallen, sind diesem Merkmal zuzuordnen. Wird ein Inhalt dem Merkmal „Andere Sprache, Inhalt nicht prüfbar“ zugeordnet, wird dieser Inhalt automatisch auch dem Merkmal „Sonstiges (monothematisch)“ (Ziffer 8.22) in der Kategorie „Inhalt“ zugeordnet.

2. Format

Die Kategorie „Format“ gibt Auskunft über die Art und Darstellung der Inhalte einer Seite.

2.1 Bild/Text

Inhalte, die vollständig oder ganz überwiegend aus Bildern und/oder Text bestehen, sind diesem Merkmal zuzuordnen. „Bild“ im Sinne dieser Eigenschaft ist die Wiedergabe eines Fotos, einer Grafik oder einer Zeichnung.

Einzelne oder mehrere Bildelemente können im Text in unterschiedlicher Gewichtung eingebettet sein, es kann sich jedoch auch um Inhalte handeln, die ausschließlich Text oder ausschließlich Bilder beinhalten.

Die Vorschau von Videostreams in Form von Bildern ist ebenfalls diesem Merkmal zuzuordnen. Ebenso werden hier Inhalte zugeordnet, die zwar Audio- oder Videowerbung enthalten, deren Inhalte aber nicht der unten genannten Definition von Audio oder Video entsprechen.

2.2 Audio

Voraussetzungen für eine Zuordnung zum Merkmal "Audio":

- Auslieferung von Audiocontent, d.h. Audiocontent muss das prägende Merkmal des ausgelieferten Inhalts sein, also im Zentrum der Aufmerksamkeit des Nutzers stehen oder es muss eine auf die Auslieferung von Audiocontent gerichtete Nutzeraktion vorangegangen sein
- Funktionalitäten in einem Player, die die Wiedergabe steuern („Start“ und „Pause/Stop“)
- Aktivierte Tonspur
- Potentielle Auslieferung von InStream-Audiowerbung (pre-Roll, mid-Roll, post-Roll)

Nicht dem Merkmal „Audio“ zugeordnet werden darf die alleinige Auslieferung von Audiowerbung.

Ebenfalls nicht erfasst wird die Auslieferung von Audioinhalten nach einer eindeutig nicht auf den Abruf von Audioinhalten gerichteten Nutzeraktion.

2.3 Video

Voraussetzungen für eine Zuordnung zum Merkmal "Video":

- Auslieferung von Videocontent, d.h. Videocontent muss das prägende Merkmal des ausgelieferten Inhalts sein, also im Zentrum der Aufmerksamkeit des Nutzers stehen oder es muss eine auf die Auslieferung von Videocontent gerichtete Nutzeraktion vorangegangen sein
- Funktionalitäten in einem Player, die die Wiedergabe steuern („Start“ und „Pause/Stop“)
- Aktivierte Tonspur
- Potenzielle Auslieferung von InStream-Videowerbung (pre-Roll, mid-Roll, post-Roll)

Nicht dem Merkmal „Video“ zugeordnet werden darf die alleinige Auslieferung von Videowerbung.

Ebenfalls nicht erfasst wird die Auslieferung von Videoinhalten nach einer eindeutig nicht auf den Abruf von Videoinhalten gerichteten Nutzeraktion.

2.4 Andere dynamische Formate

Dieses Merkmal ist dynamischen Inhalten zuzuordnen, die eine Mischform aus multimedialen Formaten mit einem hohen Maß an Steuerung durch den Nutzer darstellen und nicht unter die Ziffern 2.1 - 2.3 fallen. Diese Interaktion ist der vom Nutzer beabsichtigte Zweck der Seitennutzung (bspw. Interaktive Animationen, Multimedia-Specials, Videospiele).

3. Erzeuger

In der Kategorie „Erzeuger“ wird angegeben, wer zum Zeitpunkt der Erstellung des Inhalts Urheber des Inhalts war.

3.1 Redaktion

Diesem Merkmal werden alle Inhalte eines Angebots zugeordnet, die erkennbar aus redaktioneller Berichterstattung oder redaktioneller Aufbereitung stammen. Zu redaktionellen Seiten zählen ausschließlich Inhalte, für die der Anbieter die inhaltliche Verantwortung trägt. User generierter Content (vgl. Ziffer 3.2) wird durch redaktionelle Nachbearbeitung nicht zum redaktionellen Inhalt.

3.2 User

Diesem Merkmal werden alle Inhalte eines Digital-Angebots zugeordnet, die von Usern erstellt bzw. bereitgestellt werden. Im Vordergrund der Veröffentlichung stehen in der Regel der Meinungs-austausch und/oder die Selbstdarstellung. Kennzeichnend ist weiterhin, dass bei User-generierten Inhalten der Anbieter inhaltlich nicht verantwortlich ist oder sich ausdrücklich von den Inhalten distanziert.

Eine redaktionelle Nachbearbeitung der Inhalte führt nicht zu einer Zuordnung zum Merkmal „Redaktion“. Die Inhalte müssen allen (ggf. registrierten) Usern der jeweiligen Seite zugänglich sein (keine One-to-One-Kommunikation im Gegensatz zur Merkmalsgruppe „Networking/Kommunikation“, Ziffer 8.27 - 8.33).

Typische Beispiele sind Foren und Blogs sowie Video-Portale oder Dating- und Networking-Seiten.

3.3 Unbekannt

Führt eine Nutzeraktion zu Inhalten, die sich vom Anbieter im Vorfeld der Nutzeraktion nicht eindeutig zu den Merkmalen „Redaktion“ oder „User“ zuordnen lassen, sind diese Inhalte beim Merkmal „Unbekannt“ einzuordnen.

4. Homepage

4.1 Homepage

Das Merkmal „Homepage“ ist demjenigen Inhalt zuzuordnen, der beim Aufruf des angemeldeten FQDN des Angebots aufgerufen wird. Der Inhalt einer Homepage kann je nach Nutzer variieren.

4.2 Keine Homepage

Alle Inhalte, die nicht den Ziffern 4.1 oder 4.3 zuzuordnen sind, werden diesem Merkmal zugeordnet.

4.3 Homepage der Fremddomains bei Multi-Angeboten

Bei Multi-Angeboten (vgl. Anlage 1 zu den Richtlinien für Online-Angebote, Ziffer 1.2) ist (über die Zuordnung der Homepage des namensgebenden Angebots nach Ziffer 4.1 hinaus) jeweils die Homepage aller Angebotsbestandteile dem Merkmal 4.3 zuzuordnen. Die von der Homepage des namensgebenden Angebots (Ziffer 4.1) abweichenden Homepages müssen dabei den FQDNs entsprechen, die in der Liste der Angebotsbestandteile veröffentlicht sind.

(Hinweis: Ausgewiesen werden die Nutzungszahlen für die Homepage des namensgebenden Angebots und die Gesamtsumme der Nutzungszahlen für die Homepages der weiteren Angebotsbestandteile.)

5. Auslieferung

Ein Inhalt darf nicht gleichzeitig über zwei oder drei der folgenden Merkmale erfasst werden. Innerhalb einer Nutzeraktion darf nur ein Tag aktiv sein.

5.1 Online

Alle Inhalte, die nicht unter die Ziffer 5.2 oder 5.3 fallen, sind dem Merkmal „Online“ zuzuordnen.

5.2 Mobile

Dieses Merkmal gibt an, ob ein Inhalt in seiner technischen Spezifikation vom Anbieter für den mobilen Abruf konzipiert ist oder nicht. Für die Zuordnung eines Inhalts zu dieser Kategorie sind die folgenden Voraussetzungen maßgeblich:

- Es muss immer eine Anbieterkennung vorliegen, dass es sich um ein mobiles Angebot handelt (Mobile-Tag).
- Ein Angebot kann als Mobile erfasst werden, wenn zumindest eines der folgenden Kriterien muss erfüllt ist:
 - a. potenziell vorliegendes mobiles Werbemittel (z. B. MMA, IAB)
 - b. Domain (z. B. m, mobile, mobil, wap)
 - c. Besondere Aufbereitung (z. B. Inhaltearchitektur, Navigationsstruktur, Benutzerführung, Skalierung)

Ein Angebot muss als Mobile erfasst werden, wenn überwiegend mobile Werbemittel enthalten sind

5.3 Connected TV

Dieses Merkmal gibt an, ob ein Inhalt in seiner Spezifikation vom Anbieter für den Abruf auf Connected TV konzipiert ist oder nicht. Für die Zuordnung eines Inhalts zu dieser Kategorie sind die folgenden Voraussetzungen maßgeblich:

- Das Angebot muss durch den Anbieter in der Messung immer als „Connected TV“ gekennzeichnet werden (Connected TV-Tag)
- Es muss immer zumindest eines der folgenden Kriterien erfüllt sein:
 - a. Potenziell vorliegendes Connected TV-Werbemittel
 - b. Besondere Aufbereitung für Connected TV
(Indikatoren: Inhaltearchitektur, Navigationsstruktur, Benutzerführung, Skalierung, Fernbedienbarkeit, räumliche Distanz des Nutzers zum Bildschirm)

Nicht erfassbar als Connected TV sind normale Webseiten oder mobile Webseiten, auch dann nicht, wenn sie über einen Browser auf dem TV-Gerät abgerufen werden. Eine Hbb-Seite, die auf einem anderen Endgerät (wie PC oder einem mobilen Endgerät) aufgerufen wird, darf als Connected TV gezählt werden.

6. App

6.1 App

Eine App im Sinne der IVW ist eine in sich geschlossene Anwendung, die typischerweise aus einem plattformspezifischen Store (z.B. Apple App Store oder Google Play) installiert wird.

- Eine in sich geschlossene Anwendung, die über eine Library gemessen wird, ist in der Regel eine App im Sinne der IVW-Erfassung.
- Eine Anwendung, die in einem funktional offenen Browser ausgeführt wird, ist in der Regel *keine* App im Sinne der IVW-Erfassung.
- Ein Lesezeichen, das in einen funktional offenen Browser führt, ist *keine* App im Sinne der IVW-Erfassung.

6.2 Keine App

Alle Angebote, die nicht nach Ziffer 6.1 als App einzuordnen sind, werden diesem Merkmal zugeordnet.

7. Paid

7.1 Paid

Dem Merkmal „Paid“ kann ein Inhalt zugeordnet werden, der für den Nutzer kostenpflichtig ist. Kostenpflichtigkeit liegt vor, wenn für die Erzeugung der PI eine bezahlte

Zugriffsberechtigung erforderlich ist. Liegt diese Voraussetzung vor, ist die Zuordnung zu diesem Merkmal optional.

7.2 nicht zugeordnet

Alle Inhalte, die nicht dem Merkmal „Paid“ zugeordnet werden, sind mit dem Merkmal „nicht zugeordnet“ zu kennzeichnen.

8. Inhalt

Merkmalsgruppe „Thema“

Die Merkmale in der Merkmalsgruppe „Thema“ geben dem Anbieter die Möglichkeit, die Inhalte einer Seite bestimmten gängigen, vom Nutzer häufig aufgesuchten und das Werbeumfeld prägenden Themen zuzuordnen.

Merkmale in der Merkmalsgruppe „Thema“

8.1 Nachrichten

Dem Merkmal „Nachrichten“ sind Inhalte zuzuordnen, die auf Nachrichten aus Politik, Tagesgeschehen, Wetter und Panorama sowie Themen aus aller Welt basieren.

Nicht zu diesem Merkmal gehören z.B. Informationen zu fachspezifischen Themen und Entwicklungen.

8.2 Sport

Das Merkmal „Sport“ bildet Informationen, Hintergrundberichte, Meinungen, Daten und Fakten zu Sportveranstaltungen, Sportlern und Sportarten ab.

8.3 Entertainment/Boulevard/Stars/Film/Musik

Diesem Merkmal sind Inhalte zuzuordnen, die Unterhaltung und Infotainment in den Vordergrund stellen. Mit diesen Inhalten werden in unterhaltender Weise insbesondere Informationen zu Boulevard, Stars, Prominenten, Celebrities, Film (TV, TV-Programm, Kino) und aktueller Musik vermittelt. Zu den unterhaltenden Inhalten können beispielsweise auch Elemente wie Comics, Humor und Horoskope gehören.

8.4 Fashion/Beauty

Inhalte mit Informationen, Tipps, Anregungen, Meinungen sowie Berichterstattung zu Ereignissen rund um Kleidung und Accessoires, Outfit, Kosmetik und MakeUp, Frisuren, Stil, Parfüm und Mode.

8.5 Familie/Kinder/Lebenshilfe

Diesem Merkmal sind Inhalte zuzuordnen, die Familien und/oder deren Angehörige (Eltern, Kinder und Großeltern) betreffen, in dem sie Informationen, Tipps, Anregungen und Meinungen rund um das Zusammenleben der Familie und zu Kindererziehung,

-förderung sowie -betreuung enthalten oder Ratschläge für altersspezifische Probleme sowie altersspezifische Aktivitäten und Freizeitgestaltung geben.

8.6 Liebe/Psychologie/Beziehungen

Diesem Merkmal sind Inhalte zuzuordnen, die Informationen, Tipps, Anregungen und Meinungen zu Ehe, Partnerschaft, Liebe und Lust oder Informationen mit unterhaltendem Charakter rund um den Bereich Psychologie enthalten.

8.7 Fahrzeuge /Verkehr/Mobilität

Informationen, Tipps, Anregungen, Meinungen sowie Berichterstattung zu Ereignissen rund um Autos, Motorräder und andere Fahrzeuge (Boote, Nutzfahrzeuge, Fahrräder, etc.). Zu diesem Merkmal gehören auch aktuelle Verkehrsinformationen.

8.8 Reisen/Touristik

Diesem Merkmal sind Inhalte zuzuordnen, die Informationen, Tipps, Anregungen, Meinungen sowie Berichterstattung zu Reise und Tourismus, Ländern, Regionen, Städten und Sehenswürdigkeiten sowie zu Reiseplanung und Reiseklima enthalten.

8.9 Computer

Inhalte mit Informationen, Tipps, Anregungen und Meinungen insbesondere rund um

- Computer (PC, Server, Notebooks, TabletPC, Spielekonsolen etc.),
- deren Zubehör (Bildschirm, Drucker und andere Hardware),
- Software, Installation, Anwendung und
- fachspezifische Veranstaltungen

sind dem Merkmal „Computer“ zuzuordnen.

Inhalte, die sich auf Spielesoftware beziehen, sind hingegen der Ziffer 8.12 zuzuordnen.

8.10 Consumer Electronics

Inhalte mit Informationen, Tipps, Anregungen und Meinungen insbesondere zu den folgenden Produkten der Unterhaltungselektronik sind dem Merkmal „Consumer Electronics“ zuzuordnen:

- Geräte für die Wiedergabe, Aufnahme oder Bearbeitung von Ton (Musik und Sprache), (z. B. CD- und MD-Player, Stereoanlage, MP3-Player, Radio, Autoradio etc.)
- Geräte für die Wiedergabe, Aufnahme oder Bearbeitung von Film und Fernsehen (z.B. Fernsehgeräte und Zubehör, DVD-Player, Blu-ray-Player, Beamer etc.)
- Kameras, Zubehör und Dienstleistungen

8.11 Telekommunikation/Internetdienste

Inhalte mit Informationen, Tipps, Anregungen und Meinungen zu Produkten und Dienstleistungen aus dem Bereich Telekommunikation, insbesondere

- mobile Telefonie und Festnetztelefonie
- Geräte (z.B. Festnetztelefon, Handy, Smartphone) und Services (z.B. Tarife, Logos) und dem Bereich Internet, z. B. Services (z.B. Webhosting, Domains)
- Tarife

sind dem Merkmal „Telekommunikation/Internetdienste“ zuzuordnen.

8.12 Spiele

Dem Merkmal „Spiele“ sind Inhalte mit Informationen, Tipps, Anregungen und Meinungen insbesondere zu PC- und Konsolen-Spielen zuzuordnen.

8.13 Wohnen/Immobilien/Garten/Haushalt

Inhalte mit Informationen, Tipps, Anregungen und Meinungen zu den Themen Wohnen, Immobilien, Garten und Haushalt sind diesem Merkmal zuzuordnen.

Das umfasst insbesondere die folgenden Bereiche:

- Kauf, Miete, Bau und Einrichtung von Haus und Wohnung (privat und gewerblich genutzt), Baufinanzierung
- Haustechnik (Elektrik, Installationen, Heizen, Sanitär), Möbel, Wohndesign und Innenarchitektur, Küche und Bad
- Heimwerker, Handwerker und deren Bedarf
- Anlegen und Pflegen eines Gartens (Ziergarten und Nutzgarten) sowie Begrünung von Balkon und Terrasse
- Haushaltsführung und -organisation (Reinigen und Pflegen, Putzen, Waschen, Einkaufen).

Immobilienangebote sind dem Merkmal „Immobilien Rubrikenmärkte/Kleinanzeigen“ (Ziffer 8.38) zuzuordnen.

8.14 Wirtschaft/Finanzen/Job/Karriere

Inhalte mit Informationen, Tipps, Anregungen und Meinungen zu den Themen Wirtschaft, Finanzen, Job und Karriere sind diesem Merkmal zuzuordnen.

Das umfasst insbesondere die folgenden Bereiche:

- **Wirtschaft:** Unternehmensnachrichten und allgemeine Wirtschaftsnachrichten
- **Finanzen:** Börse, Banking, Steuern, Geldanlage, Versicherungen, Finanzierungen und Kredit. Auch Datenbankabfragen wie Börsenkurse (inkl. Ergebnisseiten) oder z.B. Rechenergebnisse aus Immobilien-, Zins-, Hypotheken- und Versicherungsvergleichen.

- **Job/Karriere:** Dieser Bereich wendet sich an Berufseinsteiger und Berufstätige und kann die folgenden Aspekte beinhalten:
 - Ausbildung, fachliche Qualifikation und Weiterbildung
 - Rechte und Pflichten im Arbeitsverhältnis
 - Gehalt und andere Leistungen des Arbeitgebers, Gehaltsrechner
 - berufliches Fortkommen und beruflicher Wechsel
 - Verhalten in Job und beruflichem Umfeld

Stellenangebote sind dem Rubrikenmarkt „Jobs“ (Ziffer 8.39) zuzuordnen.

8.15 Gesundheit

Dem Merkmal „Gesundheit“ sind Inhalte mit Informationen, Tipps, Meinungen, Anregungen insbesondere zu den Themen

Gesundheit (physisch/psychisch), Wellness, Kur und Rehabilitation, Ernährungstipps, Diät, Fitness, Körperpflege, Arzneimittel und Pharmazie, Kliniken, Arztpraxen, Sanitätsbedarf, Optiker und Akustiker (Seh- und Hörhilfen)

zuzuordnen.

8.16 Essen/Trinken

Dem Merkmal „Essen/Trinken“ sind Inhalte mit Informationen, Tipps, Meinungen und Anregungen insbesondere zu den Themen

Kochen, Backen, Rezepte, Gastronomie im In- und Ausland, Zutaten, Lebensmittel, Einkauf und Verwendung von Zutaten/Lebensmitteln

zuzuordnen.

8.17 Kunst/Kultur/Literatur

Diesem Merkmal sind die folgenden Inhalte zuzuordnen:

Tipps und Anregungen sowie Berichterstattung, Meinung und Kritik zu Theater, Museum, Konzert, Festival, Lesung, Kabarett, Bücher, Film sowie anderer neuer und alter Kunst in allen Formen und Ausprägungen.

8.18 Erotik

Dem Merkmal „Erotik“ sind Inhalte zuzuordnen, die mit der Darstellung erotisch-sinnlicher Situationen beim Betrachter Sexualität oder geschlechtliche Anziehung assoziieren.

Stehen Darstellungen in erzieherischer Absicht oder in Zusammenhang mit einem Aufklärungsauftrag, werden die Seiten dem Merkmal „Familie/Kinder/Lebenshilfe“ (Ziffer 8.5) zugeordnet.

Werden die Inhalte in einem medizinischen Zusammenhang dargestellt, müssen sie dem Merkmal „Gesundheit“ (Ziffer 8.15) zugeordnet werden.

8.19 Wissenschaft/Bildung/Natur/Umwelt

Inhalte mit Informationen, Tipps, Anregungen und Meinungen zu den Themen Wissenschaft, Bildung, Natur und Umwelt sind diesem Merkmal zuzuordnen.

Das umfasst insbesondere die folgenden Bereiche:

- **Wissenschaft/Bildung:**
Forschung, Entwicklung und Technologien, Schule und Hochschule, E-Learning und die klassischen wissenschaftlichen Felder wie Biologie, Physik, Mathematik, Medizin, Astronomie, Soziologie, Psychologie und Theologie, Geschichte, Geographie.
- **Natur/Umwelt:**
Heimische und exotische Flora und Fauna, Umwelt- und Naturschutz, Zoo, Naturschutzparks, Landschaften, Land- und Forstwirtschaft.

8.20 Angebotsinformation

Dieses Merkmal beinhaltet Inhalte, die der Unternehmenskommunikation (unabhängig von B2B oder B2C) zuzurechnen sind,

z.B. unternehmenseigene Informationen wie Unternehmensdarstellung, Öffentlichkeitsarbeit, Job-Angebote, Impressum, Kontakt, AGB, Hinweise, Datenschutz, „Wir über uns“, Mediadaten, Nutzungsbedingungen, Sitemap, Registrierungs- und Administrationsseiten und weitere.

8.21 Vermischtes (multithematisch)

Mit diesem Merkmal werden Inhalte erfasst, die aufgrund der Zusammenstellung mehrerer unterschiedlicher Themen auf einer Seite nicht nur einer, sondern mindestens zwei oder mehreren der in Ziffer 8 definierten Merkmale zugeordnet werden könnten.

Kann ein Inhalt aufgrund seines inhaltlichen Schwerpunktes eindeutig einem Merkmal zugeordnet werden, darf er nicht dem Merkmal „Vermischtes (multithematisch)“ zugeordnet werden.

8.22 Sonstiges (monothematisch)

Monothematische Inhalte, die keinem anderen Merkmal der Merkmalsgruppe „Thema“ zugeordnet werden können, sind dem Merkmal „Sonstiges (monothematisch)“ zuzuordnen.

Dieses gilt auch für Inhalte, die keinem Merkmal der anderen Merkmalsgruppen zugeordnet werden konnten.

Merkmalsgruppe „Spiele“

Die Merkmalsgruppe „Spiele“ ist für Digital-Angebote, die Online-Spiele wie Geschicklichkeits- und Glücksspiele ohne Geldeinsatz im Single- und Multiplayer-Modus oder Spiele mit interaktiven Unterhaltungselementen (mit oder ohne Gewinnmöglichkeit) anbieten.

Ebenso umfasst diese Merkmalsgruppe Hilfeseiten und FAQs zu den Spieleseiten. Außerdem sind verschiedene Quiz- und Rätselformen, z.B. Kreuzworträtsel dieser Gruppe zuzuordnen.

Merkmale in der Merkmalsgruppe „Spiele“

8.23 Übersichtsseite zu Spielen

Inhalte, die (z.B. als Teaser-Sammlung) einen Überblick über die Spiele eines Angebots und einen Zugang zu diesen Spielen geben, sind diesem Merkmal zuzuordnen.

8.24 Casual Games

Als Casual Games sind Spiele einzuordnen, die auf Grund ihrer schnell überschaubaren Story, der einfachen Steuerung und raschen Erlernbarkeit insbesondere für eine kurze, spontane Nutzung konzipiert sind.

Dazu gehören beispielsweise Geschicklichkeitsspiele wie "Bejeweled", "Moorhuhn" oder Mini-Sportgames und Arcade-Racer, auch Wimmelbildspiele, Brett- und Kartenspiele im Internet.

8.25 Core Games

Als Core Games sind Spiele einzuordnen, die auf Grund ihrer umfangreichen Story, der komplexen Steuerung und wegen der fortgesetzten Historie sowohl für ihr Erlernen als auch beim Spielen Zeitaufwand voraussetzen.

Dazu gehören beispielsweise Rollenspiele wie "World of Warcraft" oder Strategiespiele wie "OGame", "Die Siedler Online" o.ä., auch Action-Games wie "Quake Live" o.ä.

8.26 Sonstiges (Bereich Spiele)

Diesem Merkmal sind Inhalte rund um das Spielen zuzuordnen, sofern sie keinem anderen Merkmal zugeordnet werden können.

Merkmalsgruppe „Networking/Kommunikation“

Networking

Die Ziffern 8.27 - 8.29 betreffen diejenigen Inhalte, die es Nutzern ermöglichen, Informationen (z.B. Profile, Fotos, Blogs, Videos, Kontaktdaten, Lebenslauf, Interessens- oder Fachgebiete usw.) auf einer entsprechenden Plattform im Internet einzustellen und zu verwalten.

Kommunikation

Die Ziffern 8.30 - 8.33 betreffen diejenigen Inhalte eines Digital-Angebots, die eine einseitige oder wechselseitige Kommunikation (One-to-One-Kommunikation) ermöglichen. Im Vordergrund steht hier der Austausch von Informationen mit den vom User selbst ausgewählten Kommunikationspartnern.

Eine redaktionelle Nachbearbeitung erfolgt in der Regel nicht.

Merkmale in der Merkmalsgruppe „Networking/Kommunikation“

Kennzeichnend für die folgenden Merkmale ist die offene, auch plattformübergreifende Vernetzung der User untereinander; die aktive Produktion von Inhalten durch Nutzung der auf einer spezifischen Plattform möglichen Kommunikationsform; die Verbreitung von Content der Plattform und die One-to-one- oder One-to-many-Kommunikation.

8.27 Social Networking – Privat

Das Merkmal erfasst die Inhalte im Bereich sozialer Netzwerke mit privater Ausrichtung. Kennzeichnend ist, dass der Nutzer deren Inhalte vor allem nutzt, um Freunde zu finden und mit seinen Freunden zu kommunizieren.

8.28 Social Networking – Business

Dieses Merkmal erfasst die Inhalte im Bereich sozialer Netzwerke mit beruflicher Ausrichtung. Diesem Merkmal sind Inhalte zuzuordnen, bei denen das Knüpfen und Pflegen geschäftlicher bzw. beruflicher Kontakte und der Austausch über berufliche Themen im Vordergrund stehen.

8.29 Partnersuche/Dating

Dem Merkmal sind Inhalte zur Partner- und Kontaktvermittlung sowie Kontaktbörsen (Dating) zuzuordnen.

8.30 Newsletter

Diesem Merkmal müssen alle HTML-Newsletter zugeordnet werden. Charakteristisch für einen Newsletter sind regelmäßig die folgenden Eigenschaften:

- Versand per E-Mail
- abgegrenzter Empfängerkreis (one-to-many)
- regelmäßiger Empfang mit Einverständnis des Adressaten
- periodische Erscheinungsweise
- aufbereitete Information als Inhalt

8.31 E-Mail/SMS/E-Cards

Dieses Merkmal erfasst Inhalte, die dem Versand von solchen Informationen dienen, die nicht zum Merkmal „Newsletter“ oder „Messenger/Chat“ gehören. Das Merkmal beinhaltet auch sämtliche zu dem Informationsversand gehörenden Zusatzangebote wie das Herunterladen von SMS-Texten und -Sprüchen, das selbstständige Gestalten von Bildern oder Grußkarten etc.

8.32 Messenger/Chat

Dieses Merkmal erfasst zum einen die Instant-Messenger-Anwendungen, die Informationen aller Art unmittelbar nach Absendung einer Information an den Empfänger über eine Anzeige der verfügbaren Kontakte (also Nutzer, die gerade online sind und diese Funktion aktiviert haben) weiterleiten. Der Empfänger kann sofort auf die eingegangene Information „online“ reagieren. Hierzu gehören auch weitere im Instant Messaging verfügbare Features wie Datentransfer, Adressbuch, Kalender, Wetter, News und Webcam.

Zum anderen werden Inhalte erfasst, die „Chat“ ermöglichen, also die Kommunikation über das Internet in Echtzeit zwischen zwei oder mehreren Teilnehmern. Hierunter fallen auch die entsprechenden Chat-Protokolle.

8.33 Sonstiges (Bereich Networking/Kommunikation)

Inhalte aus dem Bereich Networking/Kommunikation, die keinem Merkmal dieser Gruppe zugeordnet werden können, sind dem Merkmal „Sonstiges“ zuzuordnen.

Merkmalsgruppe „Suchmaschinen/Verzeichnisse“

Zu dieser Merkmalsgruppe gehören diejenigen Inhalte, die ein zielgerichtetes Suchen im Internet ermöglichen und Ergebnisse liefern sowie Seiten, die internetspezifische Dienstleistungen enthalten.

Merkmale in der Merkmalsgruppe „Suchmaschinen/Verzeichnisse“

8.34 Suchmaschinen

Diesem Merkmal sind Inhalte zuzuordnen, die nach Eingabe eines Suchbegriffs einen Index durchsuchen, um die gewünschten Informationen herauszufiltern. Zu diesem Merkmal zählen auch die Sucheingabemöglichkeit sowie die Suchergebnisse. Inhalte von Suchmaschinen werden von Crawlern erzeugt.

8.35 Verzeichnisse/Auskunftsdienste

Diesem Merkmal sind Inhalte zuzuordnen, die nach Eingabe eines Suchbegriffs Suchergebnisse aus Verzeichnissen liefern, unabhängig von einer Unterscheidung nach B2B, B2C oder C2C. Inhalte von Verzeichnissen/Auskunftsdiensten sind redaktionell bearbeitet.

Zu diesem Merkmal gehören z.B. Telefonbuchabfragen, Stadtplanergebnisse, Routenplaner, Branchen-, Unternehmens-, Produkt- und E-Mail-Verzeichnisse, Reise- und Flugauskünfte sowie Online-Lexika und Wörterbücher.

Außerdem gehören auch Datenbankabfragen, z.B. über Wirtschaftsinformationen (Finanzen, Unternehmen, Versicherungen, Presse- und Fachmedien und Fachinformationsdienste wie z.B. Handelsregisterinformationen) zu diesem Merkmal.

8.36 Sonstiges (Bereich Suchmaschinen/Verzeichnisse)

Inhalte aus dem Bereich Suchmaschinen/Verzeichnisse, die keinem anderen Merkmal dieser Gruppe zugeordnet werden konnten, sind dem Merkmal „Sonstiges“ zuzuordnen.

Suchergebnisse können abweichend davon einem Merkmal der Merkmalsgruppe „Thema“ (Ziffer 8.1 - 8.22) zugeordnet werden, wenn sie inhaltlich monothematisch sind, eindeutig zugeordnet werden können und ausschließlich im Angebot generiert werden.

Merkmalsgruppe „E-Commerce“

Die Merkmale in dieser Gruppe erfassen die Inhalte eines Digital-Angebots, die zum Ziel haben, gewerblichen oder privaten Kunden über das Netz Produkte und Dienstleistungen aller Art anzubieten und zu verkaufen.

Dabei ist es für die Zuordnung in die Merkmalsgruppe E-Commerce unerheblich, ob die Bezahlung über ein online betriebenes Bezahlssystem möglich ist oder nicht. Die Vertragserfüllung durch den Anbieter kann sowohl online (nicht physisch, z.B. Download oder Übertragung von Software oder anderen Inhalten) als auch offline (physisch, z.B. per Warenversand oder durch Erbringung einer Dienstleistung) erfolgen.

Merkmale in der Merkmalsgruppe „E-Commerce“

8.37 Onlineshops/Shopping Mall/Auktionen/B2B-Marktplätze

Inhalte, die zu einem Onlineshop, einer Shopping Mall, einer Auktion oder zu einem B2B-Marktplatz gehören, sind diesem Merkmal zuzuordnen.

Die folgenden Definitionen sind insoweit maßgeblich:

- **„Onlineshop“** ist eine Seite, auf der ein einzelnes Unternehmen bzw. ein einzelner Händler Waren oder Dienstleistungen anbietet.
- **„Shopping Mall“** ist eine Zusammenfassung von mehreren Onlineshops.
- Unter dem Begriff **„Auktionen“** fallen Seiten, auf denen Waren und Dienstleistungen nach einem flexiblen Preisfindungsmechanismus angeboten werden.
- **„B2B-Marktplatz“** ist ein virtueller Handelsplatz, der sich mit verschiedenen Funktionalitäten auf die Vermittlung von B2B-Gütern spezialisiert hat.

8.38 Immobilien Rubrikenmärkte/Kleinanzeigen

Das Merkmal „Immobilien Rubrikenmärkte/Kleinanzeigen“ erfasst Inhalte mit Informationen zur Miete und zum Kauf von Häusern, Wohnungen und Gewerberaum, wobei auf den Seiten – ähnlich den Anzeigenblättern oder Anzeigenrubriken bei Tageszeitungen etc. – Inserate von Privatpersonen oder Gewerbetreibenden (kostenlos oder gegen Gebühr) veröffentlicht werden.

8.39 Jobs Rubrikenmärkte/Kleinanzeigen

Das Merkmal „Jobs Rubrikenmärkte/Kleinanzeigen“ erfasst Inhalte mit Stellenangeboten und -gesuchen; kennzeichnend ist, dass – ähnlich den Anzeigenblättern oder Anzeigenrubriken bei Tageszeitungen etc. – Inserate von Privatpersonen oder Gewerbetreibenden (kostenlos oder gegen Gebühr) veröffentlicht werden.

8.40 Fahrzeuge Rubrikenmärkte/Kleinanzeigen

Das Merkmal „Fahrzeuge Rubrikenmärkte/Kleinanzeigen“ erfasst Inhalte mit Informationen zum Verkauf von Autos und anderen Fahrzeugen (wie Boote, Nutzfahrzeuge, Fahrräder, Sportflugzeuge etc.) sowie deren Zubehör; kennzeichnend ist, dass – ähnlich den Anzeigenblättern oder Anzeigenrubriken bei Tageszeitungen etc. – Inserate von Privatpersonen oder Gewerbetreibenden (kostenlos oder gegen Gebühr) veröffentlicht werden.

8.41 Sonstige Rubrikenmärkte/Kleinanzeigen

Das Merkmal „Rubrikenmärkte/Kleinanzeigen“ beinhaltet alle anderen Inhalte, bei denen – ähnlich den Anzeigenblättern oder Anzeigenrubriken bei Tageszeitungen etc. – Inserate von Privatpersonen oder Gewerbetreibenden zum Ankauf, Verkauf oder Tausch von Waren und Dienstleistungen (kostenlos oder gegen Gebühr) veröffentlicht werden.

Hinweis zu den Ziffern 8.38 - 8.41: Im Unterschied zu „Auktionen“ haben die „Rubrikenmärkte/Kleinanzeigen“ keinen flexiblen Preisfindungsmechanismus.

8.42 Sonstiges (Bereich E-Commerce)

Inhalte aus dem Bereich E-Commerce, die keinem anderen Merkmal dieser Gruppe zugeordnet werden können, sind dem Merkmal „Sonstiges“ zuzuordnen.

Inhalte, die keinem Merkmal der fünf Merkmalsgruppen zugeordnet werden können, sind dem Merkmal „Sonstiges (monothematisch)“ (Ziffer 8.22) zuzuordnen.