



## Allgemeine Informationen zur Aufnahme von ePaper-Ausgaben

Es gelten für das ePaper Identitäts- und Preisregeln, die in den IVW-Regelwerken ausführlich beschrieben sind. Welche Unterlagen zur Prüfung bereitzustellen sind, ist ebenfalls dort geregelt.

- Ergänzende Bestimmungen zu den Richtlinien für die IVW-Auflagenkontrolle - ePaper-Ausgaben
- Regel-Leitfaden IVW-Auflagenkontrolle
- Beitragsordnung ePaper

Die zentralen Kriterien und Bedingungen für die IVW-Meldung von ePapern sind u. a.:

- das Print-Produkt ist der Auflagenkontrolle der IVW unterstellt
- Erscheinungsweise Print-Produkt und ePaper sind identisch
- die hinreichende Abbildung eines Print-Produktes ist gegeben
- das ePaper ist kostenpflichtig
- der ePaper-Bezieher ist eindeutig identifizierbar

## Anmeldung

Für die Anmeldung einer ePaper-Ausgabe ist ein Antrag zu stellen. Dem folgt eine ePaper-Aufnahmeprüfung in der Geschäftsstelle der IVW. Nach erfolgreicher Aufnahmeprüfung und schriftlicher Bestätigung ist die Führung des IVW-Zeichens in Zusammenhang mit der ePaper-Auflagenzahl zulässig.

Mit Antragstellung ist der IVW ein dauerhafter, kostenfreier Zugang zum ePaper auf jeder Angebotsplattform (ggf. über alle Angebotsplattformen) einzurichten. Dieser dient der Prüfung der Identität des Werbeträgers.

Dem Antrag sind beizufügen:

- kostenfreie Zugangsdaten
- dem ePaper aktuell entsprechende Belegexemplare der Print-Ausgaben

*Zusätzlich für Zeitungen, Publikums-/Fachzeitschriften:*

- eine Übersicht der regulären Bezugspreise (Print, ePaper, Kombi-Angebote) inkl. Information, wo diese offenkundig und allgemein zugänglich sind, z. B. Impressum, Website, Preisliste
- eine Liste der Angebots- und Verkaufsplattformen, für die ePaper-Verkäufe gemeldet werden sollen
- Bezugspreise pro benannter Plattform (Print, ePaper, Kombi-Angebote)
- Informationen über die Gestaltung der Zugriffsrechte bei Tageszeitungen bzw. Titeln mit einer differenzierten Ausgabenstruktur (Zugriff auf eine oder mehrere Lokalausgaben)

*Zusätzlich für Supplements:*

- eine Aufstellung der Trägerobjekte

Richtlinien und Formulare sind abrufbar unter: [www.ivw.de/print/epaper/epaper](http://www.ivw.de/print/epaper/epaper)

## Meldung

Generell ist das ePaper an das Print-Produkt gekoppelt, die Meldung erfolgt zeitgleich mit der gedruckten Auflage. Die digitalen Meldefomulare werden pro Quartal freigeschaltet. Auch die Auflagenzahlen der ePaper-Ausgabe müssen als Quartalsdurchschnitt gemeldet werden.

Aufgrund des "davon"-Ausweises sind die folgenden Hinweise in Bezug auf die Gesamtmeldung zu beachten. Die "Haupt"-Meldung des entsprechenden Titels bzw. der entsprechenden Ausgabe umfasst immer auch das jeweilige ePaper. Zu melden ist also die Summe aus Printprodukt und ePaper in den jeweiligen Verkaufsrubriken. Daraus ergibt sich eine Plausibilitätsprüfung der Gesamtmeldung wie folgt:

**Summe** Abonnement + EV-Lieferung + Bordexemplare + Lesezirkelstücke [bei Zeitschriften] +  
Sonstiger Verkauf + Freistücke + Restexemplare  
**abzüglich** ePaper-Gesamtverkauf  
**ergibt** Druckauflage

Für Zeitungen gilt zusätzlich u. a.: Sofern dem ePaper-Kunden der Zugriff auf alle Ausgaben eingeräumt wird, erfolgt die Ausweisung ausschließlich für die Titel-/Gesamtbelegung. Das gilt auch für die Fälle, in denen nur ein Vertriebsweg (Abo oder EV) das erweiterte Zugriffsrecht vorsieht. Ist der Zugriff grundsätzlich über alle Vertriebswege auf eine Ausgabe eingeschränkt, erfolgt die Ausweisung sowohl für die Einzelbelegungseinheit als auch für die Titel-/Gesamtbelegung.

## Rubrizierung

Es ist zu beachten, dass beim ePaper nur Verkäufe gemeldet werden können in den Rubriken Abonnement, Einzelverkauf, Sonstiger Verkauf, ggf. Bordexemplare. ePaper-Freistücke können nicht gemeldet werden.

Es gelten für ePaper Preisregeln, die im Regel-Leitfaden (Kapitel 5.) beschrieben sind. So ist ein regulärer ePaper-Preis festzulegen, der offenkundig und allgemein zugänglich sein muss, z. B. im Impressum, auf der Verlagswebsite, in einer Preisliste etc.

Zu den **Abonnements** zählen nur die Exemplare, die zum regulären 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 Print-Produkts betragen. Der ePaper-Abonnementpreis muss offenkundig und beispielsweise im Impressum, in einer Preisliste etc. allgemein zugänglich sein.

ePaper-Exemplare, die in **Kombination** mit einem Abonnement der gedruckten Ausgabe zu einem - gegenüber dem regulären ePaper-Abo-Preis - ermäßigten Preis abgegeben werden, können nicht als Abonnements berücksichtigt werden; sie zählen ausschließlich zum Sonstigen Verkauf, sofern mindestens 10 % des regulären Preises des Print-Produkts erzielt werden.

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	mtl. 30 Euro	= Abo-Auflage
Preisanteil ePaper	mtl. 7 Euro	= Sonstiger Verkauf (10 % Mindestpreis im Vergleich zu Print erfüllt)

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 Copypreises der gedruckten Ausgabe verkauft werden. Der Einzelverkaufspreis der ePaper-Ausgabe muss ebenfalls offenkundig sein.

In der **Rubrik Bordexemplare** werden die ePaper-Exemplare gemeldet, die an Verkehrsunternehmen oder deren Dienstleister zur Bereitstellung für ihre Passagiere verkauft werden. Der Mindestpreis pro Exemplar / Nutzungsrecht beträgt 10 % des Copypreises des Print-Produkts.

In der **Rubrik Sonstiger Verkauf** sind alle die ePaper-Exemplare zu melden, die weder den Abonnements, 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 Mindestlös von 10 % des korrespondierenden Preises des Print-Produkts.