

Hier finden Sie Antworten auf die am häufigsten gestellten Fragen.

1. Was ist ein paid-content-Angebot im Sinne der IVW?

Ein paid-content-Angebot im Sinne der IVW ist der Verkauf von digitalen Nutzungsrechten von Applikationen ("Apps") und Webangeboten, die als Werbeträger vermarktet werden. Es muss eindeutig identifizierbar sein und eine klare Abgrenzung zu anderen Angeboten ermöglichen.

Angemeldet werden können alle kostenpflichtigen digitalen Angebote mit oder ohne Markenbezug. Dazu gehören

z. B. erweiterte ePaper von Print-Produkten oder andere publizistische Inhalte, Nutzenwendungen, Unterhaltung, Spiele, Wetter-Apps.

Das paid-content-Angebot ist für den Nutzer kostenpflichtig, es wird ein Mindestlös erzielt.

2. Welche IVW-Richtlinien gelten für paid-content-Angebote?

- **Richtlinien für paid-content-Angebote**
- **Durchführungsbestimmungen zu den Richtlinien für paid-content-Angebote**
- **Richtlinien für die IVW-Auflagenkontrolle, Nummer 38 Paid Content (zzgl.-Ausweis bei Presseerzeugnissen)**
- **Beitragsordnung für Anbieter von paid-content-Angeboten**
- **IVW-Satzung**
- **Satzung für das IVW-Zeichen**
- **Richtlinien für die werbliche Kommunikation mit IVW-Hinweisen**
- **Nutzungsbedingungen für die IVW-Ausweisung Paid Content**

3. Wie hoch ist der Mitgliedsbeitrag für ein paid-content-Angebot?

Die Kosten entstehen pro paid-content-Angebot, für das eine Mitgliedschaft beantragt wird. Ein Anbieter kann mehrere Angebote zur Mitgliedschaft anmelden. Pro angemeldetes Angebot sind Beiträge gemäß Beitragsordnung für Anbieter von paid-content-Angeboten einmal jährlich gegen Rechnung zu zahlen.

Insofern aufgrund einer hohen Anzahl an Angebotsvarianten, die sowohl in die Meldung, als auch in die Prüfung einbezogen werden, ein erhöhter Prüfungsaufwand entsteht, wird gemäß Beitragsordnung – siehe Punkt c) „Aufschlag“ – ein entsprechender Aufschlag mit dem Anbieter im Rahmen der Prüfung festgesetzt.

Wird an dieser Stelle kein Preisaufschlag definiert, kommt dieser bei der Berechnung des Jahresbeitrags auch nicht zum Tragen.

4. Können Angebote jederzeit angemeldet werden?

Eine Anmeldung kann jederzeit erfolgen. Es ist ein Aufnahmeantrag zu stellen. Der Aufnahmeantrag wird online über das Online-Medien-Interface (OMI) (<https://www.ivwonline.de/>) gestellt. Mit Antragsingang wird eine Aufnahmeprüfung gestartet, die vor der ersten Meldung erfolgreich abgeschlossen sein muss.

Für die Aufnahmeprüfung stellt der Anbieter der IVW die erforderlichen Informationen über sein Angebot, einen kostenfreien Zugang sowie Unterlagen/Nachweise zur Werbeträgereigenschaft und zur Vermarktung zur Verfügung.



5. Wie und wann wird gemeldet und veröffentlicht?

Die Meldung erfolgt selbstständig durch das Mitglied auf dem Wege der elektronischen Datenübertragung nach dem vorgegebenen Schema zum jeweiligen Meldetermin (<https://www.ivwonline.de/>).

Das Mitglied ist verpflichtet, bis zum 14. Tag des Folgemonats die Meldung zu erstatten. Fällt der Meldetermin auf ein Wochenende oder einen Feiertag, muss die Meldung spätestens am folgenden Werktag erfolgen.

Liegt keine Meldung vor, so wird hinter dem Angebotsnamen der Hinweis "Meldung nicht eingetroffen" veröffentlicht. Sollte ein anderer Grund für die Nichterstattung der Meldung maßgebend sein, so kann ein entsprechender erklärender Hinweis hinzugesetzt werden.

6. Welche Nutzungsrechtarten werden gemeldet und ausgewiesen?

Es wird zwischen zwei Nutzungsrechtarten unterschieden: Einzel- und Abo-Nutzungsrechte. Zu melden sind die im Meldemonat gültigen Einzel- und Abo-Nutzungsrechte als Tagesdurchschnitte in ganzen Zahlen pro Kalendermonat

sowie ggf. die Anzahl der verkauften zeitlich unbefristeten Nutzungsrechte.

7. Wie werden die Meldewerte ermittelt?

Die Berechnung der Meldewerte ergibt aus der Definition der Nutzungsrechte. Eine Hilfestellung bieten Muster einer Meldedatei (Excel), die im Downloadcenter auf der IVW-Website zur Verfügung stehen.

- Muster Meldedatei Abo-Nutzungsrechte
- Muster Meldedatei Einzel-Nutzungsrechte

8. Was ist bei Verkäufen von Kombinationsangeboten besonders zu beachten?

Kombinationsangebote können sowohl aus gleichartigen als auch aus unterschiedlichen Angeboten (Print/Digital/Sonstiges) bestehen. Jeder Bestandteil eines Kombinationsangebots muss als einzeln erhältliches Angebot eindeutig bepreist (z. B. im Impressum, in einer Preisliste etc.) und zu beziehen sein. Die jeweiligen Bezugsformen müssen allgemein zugänglich sein.

Die Preisanteile innerhalb des Kombinationsangebots müssen die Anforderungen an die Mindestertlöse erfüllen, das gilt auch für eine Rubrizierung eines Bestandteils des Kombinationsangebots im Bereich Print.

Wird in einer bestehenden Leistungsbeziehung dem bisherigen Leistungsumfang ein paid-content-Angebot hinzugefügt und soll dieses in die Meldung einbezogen werden, muss entweder

- der Verkaufspreis um den Mindestpreis des ergänzten paid-content-Angebots erhöht werden
- oder
- eine aktive Willenserklärung des Kunden zum Erhalt des paid-content-Angebots vorliegen. Als aktive Willenserklärung gilt eine rechtsverbindliche, dokumentierte und dem Kunden eindeutig und unmittelbar zuzuordnende Erklärung, die die Zustimmung zum Erhalt des paid-content-Angebots zum Inhalt hat. Ein still-schweigend erteiltes Einverständnis genügt diesen Anforderungen nicht.

Kombinationsangebote können auch als eigenständiges paid-content-Angebot angemeldet werden.

Verkäufe aus Kombinationsangeboten werden mit dem Zusatz „davon aus Kombinationen“ veröffentlicht.

9. Was wird seitens der IVW geprüft?

Grundlage sind die Angebotsbeschreibung sowie der Nachweis der Werbeträgereigenschaft. Die Verkäufe sind in einer Gesamtstatistik wie folgt aufzuschlüsseln:

- Summe der im Prüfungszeitraum gemeldeten Einzel-Nutzungsrechte
- Summe der im Prüfungszeitraum gemeldeten Abo-Nutzungsrechte
- Summe aus beiden vorgenannten Nutzungsrechten

Die Prüfung des Verkaufs der Nutzungsrechte erfolgt anhand geeigneter Nachweise durch Unterlagen der jeweiligen Anbieter-, Abrechnungs- und Verkaufsplattformen. Aus diesen Unterlagen müssen mindestens die folgenden Informationen eindeutig zu entnehmen sein:

- Beginn/Ende der Gültigkeit des Nutzungsrechts (Datum)
- Laufzeit der Gültigkeit des Nutzungsrechts
- Angebotsname oder andere, eindeutige Angebots-ID
- Anzahl der verkauften paid-content-Angebote
- Preis des jeweils verkauften paid-content-Angebots
- Erlösverteilung bei Kombinationsangeboten
- Fakturierungszeitpunkt
- auf den Meldemonat abgegrenzte Umsätze für das paid-content-Angebot
- aktive Willenserklärung des Käufers
- eindeutige Identifikation des Käufers

Der Nachweis der Verkaufserlöse in der Finanzbuchhaltung muss so erfolgen, dass sich durch Umrechnung (Erlösabstimmung) die Anzahl der gemeldeten Nutzungsrechte des Prüfungszeitraums ermitteln lässt. Dieses Verfahren gleicht insbesondere auch im Hinblick auf die Erlösabstimmung weitgehend dem Prüfverfahren im Printbereich.

10. Werden paid-content-Angebote zu Gruppen kategorisiert?

Eine Gliederung, die mit der bei der Auflagenkontrolle vorgenommenen Unterteilung nach Publikumszeitschriften, Fachzeitschriften etc. vergleichbar wäre, erfolgt nicht.

11. Wie können die Nutzungsrechte mit einem Presseerzeugnis verknüpft werden (zzgl.-Ausweis)?

Auf formlosen Antrag können die veröffentlichten Nutzungsrechte zusätzlich mit den IVW-Auflagenzahlen zugehöriger Presseerzeugnisse einer Medienmarke verknüpft werden. Nach abgeschlossener Initialprüfung erfolgt die Ausweisung in der IVW-Datenbank zu den Quartalsauflagen als zzgl.-Ausweis beim verknüpften Presseerzeugnis.

Außerdem kann auf die Nutzungsdaten zugehöriger digitaler Werbeträger einer Medienmarke verlinkt werden, die zur technischen Nutzungsmessung der Visits und Page Impressions bei der IVW angemeldet sind.

12. Wie können die Nutzungsrechte in der werblichen Kommunikation verwendet werden?

Ebenso wie die Auflagenzahlen und die Online-/Mobile-Nutzungszahlen können auch paid-content-Nutzungsrechte vom Anbieter für eine werbliche Kommunikation genutzt werden. Möglich ist dabei auch die gemeinsame Nutzung aller IVW-Leistungswerte, um die Gesamtreichweite einer Medienmarke darzustellen.

13. Können Mehrfachverkäufe / B2B-Zugänge eines paid-content-Angebots gemeldet werden?

Mehrfach- oder B2B-Zugänge zu kostenpflichtigen Digital-Angeboten, die vom Anbieter an Unternehmen oder Institutionen für eindeutig definierte Personenkreise (z.B. Firmenbelegschaft, Studierende einer Universität) verkauft werden, sind seit Juni 2021 meldefähig.

Die Meldefähigkeit ist jedoch an eine Reihe von Bedingungen geknüpft, z.B. den Nachweis der aktiven Willenserklärung sowie die eindeutige Identität des jeweiligen Einzelnutzers. Detaillierte Informationen hierzu finden Sie in unseren [Durchführungsbestimmungen zu den Richtlinien für paid-content-Angebote](#).

14. Was muss bei einer bestehenden paid-content-Meldung bei der Meldung weiterer paid-content-Angebot und Kombinationsangeboten beachtet werden?

Bei der Meldung von weiteren paid-content-Angeboten und Kombinationsangeboten ist darauf zu achten, dass auch für diese Produkte die Meldefähigkeit eingehalten wird. Vgl. hierzu die Richtlinien für paid-content-Angebote (I. Grundlagen; II: Aufnahmeprüfung; IV. Meldung) vor allem die Hinweise in IV.5. Meldung von Kombinationsangeboten zu Mindestlösen und der Bezugsform sowie 5.6:

Wird in einer bestehenden Leistungsbeziehung dem bisherigen Leistungsumfang ein paid-content-Angebot hinzugefügt und soll dieses in die Meldung einbezogen werden, muss entweder

- der Verkaufspreis um den Mindestpreis des ergänzten paid-content-Angebots erhöht werden oder
- eine aktive Willenserklärung des Kunden zum Erhalt des paid-content-Angebots vorliegen. Als aktive Willenserklärung gilt eine rechtsverbindliche, dokumentierte und dem Kunden eindeutig und unmittelbar zuzuordnende Erklärung, die die Zustimmung zu dem Erhalt des paid-content-Angebots zum Inhalt hat. Ein stillschweigend erteiltes Einverständnis genügt diesen Anforderungen nicht.

Die allgemeine Meldefähigkeit des neu hinzukommenden paid-content-Produkts (Vorliegen der Anforderungen aus den Ziffern I, II und IV der Richtlinie) wird vor der ersten Meldung von der IVW überprüft (als interner Arbeitsschritt, nicht als formale „Aufnahmeprüfung“). Über das Ergebnis wird der Verlag informiert.

Die danach vom Verlag für dieses Produkt gemeldeten Zahlen werden von der IVW nicht bei der Meldung geprüft (nur cursorisch auf allgemeine Plausibilität), sondern erst im Rahmen der nächsten Turnusprüfung (mit der evtl. Folge einer Korrektur der Höhe).

Vgl. hierzu die FAQ 8. Was ist bei Verkäufen von Kombinationsangeboten besonders zu beachten?

Alle Dokumente, Richtlinien, Antragsformulare und Zusatzinformationen stehen auf der IVW-Website zur Verfügung.

www.ivw.de/paid-content/paid-content

Anne Dames / Adrienne Jungblut / Birgit Rüdiger

Tel. +49 (0)30 590099-752 / -751 / -728

Fax +49 (0)30 590099-733

E-Mail paid-content@ivw.de