

Österreichische Gemeinschaft zur Feststellung
der Verbreitung von Werbeträgern/
Österreichische Auflagenkontrolle

Richtlinien ePaper 2.0

Gültig ab 01. 01. 2019

Inhalt

A. Grundbedingungen	2
B. Meldung	4
C. Auflagen	5
D. Prüfung.....	8
E. Prüfordnung	8
F. Werbung mit Auflagenzahlen und Richtlinien für das ÖAK-Zeichen	10
G. Aufnahme.....	11
Impressum	12

A) GRUNDBEDINGUNGEN

Unter einem ePaper wird im Folgenden die digitale Ausgabe eines Printmediums verstanden, die elektronisch verbreitet und an einem Bildschirm dargestellt wird.

- 1** Für eine Berücksichtigung einer ePaper-Ausgabe in der Ausweisung der ÖAK-Auflagenliste muss das gedruckte Objekt (Zeitung oder Zeitschrift) der Auflagenkontrolle unterstellt sein. Dies bedeutet, dass die Minimalanforderung für die Veröffentlichung die in der Auflagenliste ausgewiesene Anzeigenbelegungseinheit des gedruckten Werks bildet.
- 2** Die Erscheinungsweise des ePapers muss derjenigen des Printtitels entsprechen.
- 3** Die digitale Ausgabe muss eine abgeschlossene Einheit sein.
- 4** Als Minimalanforderung für einen ePaper-Ausweis gelten die Anzeigenbelegungseinheiten des Print-Titels.
 - In der digitalen Ausgabe können einzelne zusätzliche redaktionelle Seiten und Anzeigenseiten enthalten sein, über die Inhalte aktualisiert eingespielt werden. Es gilt das Prinzip, dass die digitale Ausgabe im Wesentlichen eine Kopie der Print-Ausgabe sein muss und kein neues Angebot definiert wird.
 - Die Darstellung der Inhalte (Anordnung der redaktionellen Inhalte, Platzierung der Anzeigen) in der digitalen Version entspricht jener der gedruckten Ausgabe. Sofern das Look-and-feel der Printausgabe gewahrt bleibt, kann eine Anpassung der Darstellung an das Endgerät erfolgen.
 - Funktionsbezogene Elemente (Inhaltsverzeichnis, Lesemodus, ...) sind zulässig.
 - Sollte ein neues Produkt aufgrund eines eigenen Tarifs definiert werden, kann die Meldung extra erfolgen.
- 5** Gezählt werden sowohl bezahlte als auch gratis digitale Ausgaben. Bezahlte Ausgaben haben die definierten Erlösgrenzen der einzelnen Auflagenkategorien zu erfüllen (siehe Punkt C) Auflagen). Gratisexemplare ePaper werden in der Ausweisung unter Gratis davon ePaper berücksichtigt.
- 6** Der Verlag, der das Printobjekt der Auflagenkontrolle unterstellt hat, muss gegenüber der ÖAK muss auch für sein ePaper Angebot in vollem Umfang

verantwortlich sein. Der Meldeverantwortliche für Print und ePaper muss identisch sein.

7 Meldeschlusstermine

Die Auflagenmeldungen sind jeweils pünktlich bis 10. des zweiten Monats nach Halbjahresende mittels Eingabe oder Upload im ÖAK-Meldetool zu erfassen und zu bestätigen.

B) MELDUNG

8 In die Meldungen dürfen nur Ausgabennummern einbezogen werden, die im Halbjahr erschienen sind.

Die Meldungen erfolgen nach den Auflagenkategorien:

- Abonnements davon ePaper
- Einzelverkauf davon ePaper
- Großverkauf davon ePaper
- Sonstige bezahlte Auflage davon ePaper
- Verkaufte Auflage davon ePaper
- Gratis davon ePaper
- Verbreitete Auflage davon ePaper
- Verbreitete Auflage inkl. Ausland davon ePaper

Grundlage für die Gliederung bilden die Richtlinien Print in der geltenden Fassung der ÖAK Auflagenkontrolle.

9 EPaper Exemplare für den Abruf von Ausgabennummern aus zurückliegenden Halbjahren werden in der Auflagenmeldung nicht berücksichtigt.

10 Bezüglich der Abgrenzung unbezahlter bzw. bezahlter Exemplare gilt sinngemäß Punkt 16d) der Richtlinien Print in der geltenden Fassung.

11 Es erfolgt keine Differenzierung in Inland und Ausland.

C) AUFLAGEN

12 Abonnements davon ePaper

Zu den digital abonnierten Exemplaren zählen nur solche, die zu einem digitalen Jahresabonnementspreis von nicht weniger als 30 % des regulären digitalen Jahresabonnementspreises verkauft und an feste Einzelbezieher (maximal 5 Exemplare je Rechnungsadresse/-zahler) geliefert werden. Der digitale Jahresabonnementspreis muss mindestens 50 % des Jahresabonnementspreises der gedruckten Ausgabe entsprechen. Für die Zugabenregelungen gilt sinngemäß Punkt 16b) der Richtlinien Print in der aktuellen Fassung.

a) **ePaper (only)**

Diese werden unter Abonnements davon ePaper ausgewiesen. Für die Abgrenzung unbezahlter bzw. bezahlter ePaper Exemplare gilt sinngemäß Punkt 16d) der Richtlinien Print in der aktuellen Fassung. Exemplare, die weniger als die definierte Erlösgrenze erfüllen, sind unter Sonstige bezahlte Auflage davon ePaper auszuweisen.

b) **Kombi-Abo Print/ePaper mit Aufpreis**

Zu den Kombi-Abos Print und ePaper mit Aufpreis zählen nur solche, die nicht weniger als 10 % der ePaper Ausgabe gemessen am Jahresabonnementspreis ePaper Erlösen und ein verkaufte Printabonnements besteht. Der ePaper Jahresabonnementspreis muss mindestens 50 % des Abonnementspreises der gedruckten Ausgabe entsprechen. Diese werden unter Abonnements davon ePaper ausgewiesen. Für die Abgrenzung unbezahlter bzw. bezahlter ePaper Exemplare gilt sinngemäß Punkt 16d) der Richtlinien Print in der aktuellen Fassung.

Exemplare, die weniger als die definierte Erlösgrenze erfüllen, sind unter Sonstige bezahlte Auflage davon ePaper auszuweisen.

c) **Kombi-Abo Print/ePaper ohne Aufpreis**

Zu den Kombi-Abos Print und ePaper ohne Aufpreis zählen solche, bei denen kein Aufpreis für den ePaper-Anteil erlöst wird. Diese ePaper-Exemplare werden unter Gratis davon ePaper ausgewiesen.

13 Einzelverkauf davon ePaper

Als Einzelverkäufe davon ePaper gelten Exemplare, die zu einem Preis von nicht weniger als 30 % des ePaper Einzelverkaufspreises an einen Einzelbezieher verkauft werden. Der ePaper Einzelverkaufspreis muss mindestens 50 % des Einzelverkaufspreises der gedruckten Ausgabe entsprechen.

Exemplare, die weniger als die definierte Erlösgrenze erfüllen, sind unter Sonstige bezahlte Auflage davon ePaper auszuweisen.

14 Großverkauf davon ePaper

EPaper Verkäufe von mehr als fünf Exemplaren an eine Rechnungsadresse/einen Zahler, deren Verkaufspreis nicht unter 10 % gemessen am regulären Jahresabonnementspreis ePaper beträgt, wobei der ePaper Jahresabonnementspreis mindestens 50 % betragen muss, werden als Großverkauf davon ePaper ausgewiesen. Für die Abgrenzung unbezahlter bzw. bezahlter ePaper Exemplare gilt sinngemäß Punkt 16d) der Richtlinien Print in der geltenden Fassung.

Exemplare, die weniger als die definierte Erlösgrenze erfüllen, sind unter Sonstige bezahlte Auflage davon ePaper auszuweisen. Zusätzlich gilt sinngemäß Punkt 12a), b) und c).

15 Verkaufte Auflage davon ePaper

Unter Verkaufte Auflage davon ePaper werden die Summen aller verkauften ePaper Exemplare ausgewiesen. Bezüglich der Begrenzung des Anteils Großverkauf gilt sinngemäß Punkt 22 der Richtlinien Print in der geltenden Fassung.

16 Sonstige bezahlte Auflage davon ePaper

Alle gegen Entgelt verbreitete ePaper Exemplare, die weder dem Einzelverkauf, den Abonnements oder dem Großverkauf zuzurechnen sind, werden in der Sonstigen bezahlten Auflage davon ePaper ausgewiesen.

17 Gratis davon ePaper

Unter Gratis davon ePaper sind alle gratis vertriebenen ePaper Exemplare auszuweisen.

18 Verbreitete Auflage davon ePaper

Unter der Verbreiteten Auflage davon ePaper ist die Summe der Verkauften Auflage davon ePaper zuzüglich Sonstige bezahlte Auflage davon ePaper und Gratis davon ePaper auszuweisen.

19 Verbreitete Auflage inkl. Ausland davon ePaper

Die ePaper Exemplare der Verbreiteten Auflage inkl. Ausland entsprechen der Anzahl der ePaper Exemplare der Verbreiteten Auflage davon ePaper, da keine Differenzierung der ePaper Exemplare in In- und Ausland erfolgt.

D) PRÜFUNG

Sinngemäß gilt F) Prüfung Punkt 49 - 57 der Richtlinien Print in der geltenden Fassung.

E) PRÜFORDNUNG

20 Sinngemäß gilt Punkt 1 bis 6 der Prüfordnung der Richtlinien Print in der geltenden Fassung.

Die Prüfung erfolgt differenziert nach ausgewiesenen ePaper Auflagekategorien:

Es gilt für Abonnements davon ePaper (only) und Kombiabo Print/ePaper mit Aufpreis sinngemäß Punkt 10 der Prüfordnung der Richtlinien Print in der geltenden Fassung.

21 Für Kombiabos Print/ePaper ohne Aufpreis, Einzelverkauf davon ePaper, Großverkauf davon ePaper, Sonstige bezahlte Auflage davon ePaper und Gratis davon ePaper gilt ebenso sinngemäß Punkt 10 der Prüfordnung der Richtlinien Print in der geltenden Fassung. Zusätzlich muss eine Dokumentation für die ePaper-Zugriffsberechtigung erfolgen. Diese muss folgende Datenelemente mindestens enthalten:

- eindeutige Identifikation des ePaper-Beziehers
- Objekt/Anzeigenbelegungseinheit/Ausgabe
- Vertragsarten je Auflagenkategorie (Abonnement davon ePaper [ohne Aufpreis]; Einzelverkauf davon ePaper; Großverkauf davon ePaper, Sonstige bezahlte Auflage davon ePaper und Gratis davon ePaper)
- Vertragsbeginn mit Datum und Ausgabennummer
- Vertragsende mit Datum und Ausgabennummer

Bei Fehlen der Ausgabennummer im Einzelverkauf aufgrund technischer Gegebenheiten wird das Kaufdatum herangezogen.

22 Erfolgen Bestellung und Verkauf des ePapers über einen Dienstleister (externe Anbieterplattformen wie eKiosk und ähnliche, Spezialdienstleister für Großverkäufe) sind die vertraglichen Vereinbarungen mit dem Dienstleister vorzulegen, denen insbesondere die vereinbarten Endpreise, Vergütungsregelungen und den ÖAK-Anforderungen entsprechende Regelungen zur Dokumentation und Nachweisführung zu entnehmen sind.

- 23** Für Großverkäufe davon ePaper und Gratis davon ePaper und Einzelverkäufe davon ePaper legt der Dienstleister technische Nachweise und Reports über die Bereitstellung und Abrufe vor.

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 der Zugriffsberechtigten innerhalb der zeitlichen und räumlichen Schranken. Ebenfalls konkrete Zugriffe sind das ggf. initiale Öffnen, Lesen oder Download des ausgewählten ePapers in diesem Kontext. Gezählt wird ausschließlich der initiale Abrufes/Zugriff, z.B. der erste Download des ausgewählten Titels.

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 beispielsweise Daten über konkrete Abrufe, Zugriffe, Downloads, etc. (z. B. Logfiles und/oder Nachweise/Dokumentation der aktiven Willenserklärungen).

Der initiale Abruf/Zugriff auf das jeweilige Produkt und die damit erfolgte Willenserklärung bildet 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 Prüfung bei Dritten einsetzt.

F) WERBUNG MIT AUFLAGENZAHLEN UND RICHTLINIEN FÜR DAS ÖAK-ZEICHEN

- 24** Sinngemäß gelten die ÖAK-Richtlinien Print in der geltenden Fassung, im Speziellen Abschnitt D "Werbung mit Auflagenzahlen" und Abschnitt E "ÖAK-Zeichen".
- 25** Bei Vorliegen einer ePaper Ausweisung sind zwingend bei jeder anwendbaren Auflagenkategorie die Anzahl der ausgewiesenen ePaper Exemplare in der Bewerbung anzuführen.

G) AUFNAHME

- 26** Für die Aufnahme zur Auflagenkontrolle einer ePaper-Ausgabe ist ein Antrag bei der ÖAK-Geschäftsstelle zu stellen.
- 27** Der ÖAK und dem Prüfinstitut ist ein ständiger kostenfreier Zugang zu diesem Angebot ggf. über alle Angebotsplattformen zu gewähren.
- 28** Dem Antrag muss präzise zu entnehmen sein, auf welche Titel und Ausgaben sich das ePaper-Angebot erstreckt.
- 29** Dem Antrag sind beizufügen:
- dem ePaper aktuell entsprechende Belegexemplare der Printausgaben,
 - eine aktuelle, vollständige Liste der Angebots- und Verkaufsplattformen,
 - eine aktuelle, vollständige Aufstellung aller Bezugspreise nach Bezugsarten, Angebotsplattformen und Gestaltung der Zugriffsrechte.

Herausgeber:
Österreichische Gemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von
Werbeträgern / Österreichische Auflagenkontrolle, ZVR-Zahl: 543514096
1010 Wien, Schottenring 12/Top 5
Tel.: 0043/1/512 88 66-0, Fax: 0043/1/512 88 66-22
E-Mail: office@oak.at, Internet: www.oak.at