

REGLEMENT WEMF / KS-  
AUFLAGEBEGLAUBIGUNG

# INHALTSVERZEICHNIS

<b>1 Allgemeines</b>	3
<b>2 Pressekategorien (Typologien)</b>	4
<b>3 Begriffsdefinitionen für gedruckte Auflage</b>	5
<b>4 Begriffsdefinitionen für Replica und Non-Replica-Auflage</b>	11
<b>5 Grundlagen der Auflage-Selbstdeklaration</b>	14
<b>6 Provisorische Beglaubigung</b>	18
<b>7 Zwischenbeglaubigung</b>	19
<b>8 Überprüfung der gemeldeten Auflage</b>	20
<b>9 Korrekturen</b>	22
<b>10 Sanktionen</b>	22
<b>11 Einsprachen</b>	22
<b>12 Inkrafttreten</b>	22

## **Impressum**

**Herausgeber:** WEMF AG für Werbemedienforschung  
Bachmattstrasse 53 – CH-8048 Zürich  
Tel. 041 311 76 76 – Fax 041 311 76 77  
[www.wemf.ch](http://www.wemf.ch) – [wemf@wemf.ch](mailto:wemf@wemf.ch)

**Ausgabe:** Mai 2017, überarbeitete Auflage gemäss Auftrag VR WEMF  
(Freigabe durch KAV und VR WEMF am 11. April 2017)

**Copyright:** WEMF/REMP © 2017

# 1 ALLGEMEINES

## 1.1 Ziel

Mit dem Ziel, die Auflagezahlen der regelmässig erscheinenden Printmedien (Titel) nach denselben Kriterien pro Pressekategorie zu ermitteln und somit vergleichbar zu erheben, erlässt die WEMF AG für Werbemedienforschung («WEMF») das vorliegende «Reglement zur WEMF/KS-Auflagebeglaubigung» («Reglement»). Um die Richtigkeit der Zahlen zu gewährleisten, werden die von den Medienhäusern («Kunden») zu liefernden Angaben von der WEMF – bzw. in ihrem Auftrag – periodisch überprüft.

## 1.2 Anerkennung

Die Verbände der Werbewirtschaft

- LSA LEADING SWISS AGENCIES
- Schweizer Werbe-Auftraggeberverband SWA
- Verband SCHWEIZER MEDIEN, MÉDIAS SUISSES, STAMPA SVIZZERA
- Verband Schweizerischer Werbegesellschaften VSW

anerkennen die WEMF/KS-beglaubigten Auflagen offiziell als die allein massgeblichen.

## 1.3 Kommission für Auflage und Verbreitung

Zur Förderung und Kontrolle der Auflagebeglaubigung setzt die WEMF eine «Kommission für Auflage und Verbreitung» («KAV») ein. Diese besteht aus:

- zwei Vertretern von LSA LEADING SWISS AGENCIES
- zwei Vertretern des Schweizer Werbe-Auftraggeberverbandes SWA
- zwei Vertretern des Verbandes SCHWEIZER MEDIEN und je einem Vertreter von MÉDIAS SUISSES und von STAMPA SVIZZERA
- zwei Vertretern des Verbandes Schweizerischer Werbegesellschaften VSW
- je einem Vertreter von KS Kommunikation Schweiz und von CS Communication Suisse
- dem Geschäftsführer der WEMF

Die Mitglieder der KAV werden durch die Verbände der Werbewirtschaft nominiert.

Als Präsident der KAV amtiert der Präsident des Verwaltungsrats der WEMF (ein Vertreter des Verbandes SCHWEIZER MEDIEN).

Die KAV berät die WEMF bei der Abfassung des Reglements und wirkt als abschliessende Rekursinstanz (siehe Ziff. 11 «Einsprachen»).

## 1.4 Durchführung

Renommierte Prüfgesellschaften überprüfen die Titel der Kat. I und II der Typologie 1000 sowie diejenigen der Typologie 2000. Wenn in Gesamtausgaben Titel der Kat. III (Auflage < 20 000 Ex.) und solche der Kat. II (20 000 – 40 000 Ex.) oder Kat. I (> 40 000 Ex.) enthalten sind, kontrollieren die Prüfgesellschaften aus Effizienzgründen alle Titel der Gesamtausgabe.

Die Überprüfung der Auflagezahlen der Titel der Kat. III der Typologie 1000 sowie sämtliche Titel der Typologie 3000 und 4000 **sowie** der übrigen Titel erfolgt grundsätzlich durch die WEMF. **Diese behält sich allerdings vor, Überprüfungen der Auflagezahlen einzelner Titel sämtlicher Typologien durchzuführen.**

## 2 PRESSEKATEGORIEN (TYPOLOGIEN)

### Typologie 1000 **Tagespresse**

Die auflegebeglaubigten Titel gehören einer der folgenden Kategorien an (die Zuordnung zu den Typologien 1000, 2000, 3000 und 4000 wird vom VSW vorgenommen und von der WEMF übernommen):

Erscheint mindestens 4-mal pro Woche. Enthält universelle Informationen über Aktualitäten, Politik, Wirtschaft und Sport. Richtet sich regelmässig an breite Bevölkerungsschichten und ist jedermann zugänglich.

### **Regionale Wochenpresse**

Erscheint weniger als 4-mal wöchentlich, richtet sich regelmässig an breite Bevölkerungsschichten und ist jedermann zugänglich.

### **Sonntagspresse**

Wird erstmals am Sonntag vertrieben.

### Typologie 2000 **Finanz- und Wirtschaftspresse**

Richtet sich an eine Leserschaft mit besonderem Interesse an wirtschaftlichen und finanztechnischen Themen.

### **Publikumspreise**

Wöchentlich oder seltener erscheinende Printprodukte, die sich an breite Zielpublika richten und jedermann zugänglich sind.

### Typologie 3000 **Spezialpresse**

Die Inhalte sind auf die Interessen der Leser ausgerichtet, die sich aus ausgeübten Hobbys, der Zugehörigkeit zu Altersgruppen, aus den Lebensumständen oder bestimmten Interessengebieten ergeben.

### Typologie 4000 **Fachpresse**

Richtet sich an Angehörige bestimmter Berufsgruppen mit spezifischen beruflichen Interessen.

### Übrige **Ausländische Titel**

Die Schweizer Auflage ausländischer Titel kann auf Wunsch des Kunden beglaubigt werden.

### **Andere Publikationen**

Die Auflage von Publikationen der Mitgliedschaft-, Gönner- und Stiftungspresse, ohne Typologiezuteilung durch den VSW, kann beglaubigt werden. Die Zahlen dienen diesen Kunden in erster Linie für Vertriebszwecke (Post und BAKOM) und werden durch die WEMF nicht publiziert.

### **Kalender usw.**

Die Auflage von Kalendern, Fahrplänen und Jahrbüchern kann nur beglaubigt werden, wenn sie gemäss VSW in die Typologie 1000, 2000, 3000 oder 4000 fallen und während drei Kalenderjahren ununterbrochen regelmässig erschienen sind.

### **Spezialfälle**

Über die Beglaubigung von Publikationen, die unter keine der vorstehenden Kategorien eingereiht werden können, entscheidet der Verwaltungsrat der WEMF nach freiem Ermessen.

# 3 BEGRIFFSDEFINITIONEN FÜR GEDRUCKTE AUFLAGE

## Abonnements

Werden dem Empfänger aufgrund eines entgeltlichen Abonnementsvertrages regelmässig zugestellt, wobei der Empfänger oder ein Dritter den Abonnementsbetrag entrichtet. Die Fakturierung der Abonnements muss innerhalb der Erhebungsperiode erfolgt sein. Im Nachhinein fakturierte Abonnements können nicht mehr in die verkaufte Auflage gerechnet werden. Personalexemplare gehören auch zu den Abonnements (siehe «Personalexemplare»).

Ein Abonnement muss je nach Erscheinungsintervall der Zeitung/Zeitschrift über eine minimale Laufzeit ununterbrochen ausgeliefert/bereitgestellt werden:

Titel	Laufzeit mindestens
– der Tagespresse	über 6 Tage
– der Wochen-/Sonntagspresse	über 1 Monat
– die monatlich erscheinen	über 3 Monate
– die weniger als einmal monatlich erscheinen	über 2 Ausgaben

## Beilagen

Folgende Arten von Beilagen werden unterschieden:

### Beilage des Haupttitels (inkl. Gesamtausgabe)

Wenn die Beilage nur dem Haupttitel beigelegt wird, darf sie in der Kommunikation als WEMF/KS-beglaubigt bezeichnet werden.

Voraussetzung dafür ist, dass die Anzahl der eingesteckten Beilagen der Anzahl der verteilten Auflage des Haupttitels entspricht (keine Abweichung der Auflage).

### Beilage in mehreren verschiedenen Titeln

Wenn die Beilage mehreren verschiedenen Titeln beigelegt wird, muss sie als Einzelteil separat beglaubigt werden.

Wichtig ist dabei, dass sich die Auflage aus der Kumulation der einzelnen Trägertitel errechnet, sofern dafür die gleichen Vertriebskanäle genutzt werden. Wenn in Teilen (Aboauflage, Kioskauflage usw.) der einzelnen Trägertitel keine Beilage eingesteckt wird, so sind diese Abweichungen zu berücksichtigen.

Sind keine Angaben zu den Auflagekategorien (Abo, EV, Gratisauflage usw.) der einzelnen Trägertitel bekannt, so muss die gesamte Auflage in der Gratisauflage deklariert werden.

Beilagen, die zusätzlich am Kiosk verkauft werden, sind anrechenbar.

### Fremdbeilage

Bei Fremdbeilagen erfolgt die Deklaration der Auflagezahlen in der Gratisauflage.

## Bulk-Auflage

Umfasst sämtliche gratis verteilten Exemplare (durch Kolportiere an Bahnhöfen, Zeitungsboxen/-ständer, Auflage in Schulen, Messen usw.), für die der Nachweis (Remissionsabrechnung) der nicht verteilten Exemplare NICHT erbracht wird.

Darin sind die Bruttolieferungen ohne Nachweis der effektiven Verteilung enthalten.

Die Kategorie «Bulk-Auflage» wird separat neben der Gratisauflage deklariert/publiziert und ist Bestandteil der total verbreiteten Auflage.

## Druckauflage

Bezeichnet die Gesamtanzahl der gedruckten Exemplare gemäss der Druckereirechnung bzw. der internen Verrechnung/Lauftasche der hauseigenen Druckerei.

## Einzelverkauf

Lieferungen an Wiederverkäufer (Kioske, Zeitungsboxen/Kassetten, Buchhandlungen, Schalter, Läden, Tankstellen, Strassenverkäufer usw.) abzüglich Remissionen. Bei offenen Zeitungsboxen ist zu unterscheiden zwischen Erlösen von mindestens 50% oder von weniger als 50%.

Ergeltliche Zustellungen, welche die minimale Laufzeit für ein Abonnement nicht erfüllen, gelten als Einzelverkäufe.

Hierunter fallen auch Exemplare, die im «Print on Demand»-Verfahren vertrieben werden.

Einzel verkaufte Exemplare sind nur anrechenbar, wenn sie aus der Erhebungsperiode stammen.

## Ermässigte Exemplare

Sind solche, für die mindestens 50% des vollen Abonnements- bzw. Einzelverkaufspreises der gedruckten Ausgabe gelöst werden.

Basis ist der offiziell publizierte Normalpreis für ein Jahresabonnement sowie für ein Einzelexemplar ohne Ermässigung. Viertel-, Halb-, Zwei- und Drei-Jahres-Abonnements sind dem Jahresabonnement gleichgestellt.

## Gegengeschäfte

Verkaufte Exemplare, denen ganz oder teilweise ein Gegengeschäft des Käufers zugrunde liegt, dürfen grundsätzlich und unabhängig davon, ob die wechselseitig geschuldeten Entschädigungen im Umfang ihrer Deckung verrechnet werden (kein Zahlungsfluss) oder nicht, der verkauften Auflage zugerechnet werden, sofern für die Exemplare ordentlich und innerhalb der Erhebungsperiode in Rechnung gestellt und die Mehrwertsteuer abgerechnet wurde.

Treten bei der Überprüfung allerdings Zweifel an der Angemessenheit des Preises der Gegenleistung auf, wird der Fall einem Transfer Pricing-Experten zur Prüfung übergeben. Kommt dieser Experte zum Schluss, dass der verrechnete Preis der Gegenleistung unangemessen hoch ist, hat der Kunde die Kosten des Experten zu tragen, und die auf dem Gegengeschäft beruhende Auflage wird nicht als verkaufte Auflage akzeptiert. In klaren Fällen entscheidet die WEMF ohne Einsetzung eines Transfer Pricing-Experten.

Wird der Preis der Gegenleistung als unangemessen beurteilt, gehört die auf dem Gegengeschäft beruhende Auflage in die Kategorie «Bulk-Auflage» oder in die «Gratisauflage», je nachdem ob der Nachweis der Remission erbracht werden kann.

Basiert das Gegengeschäft lediglich auf der Erbringung von Distributionsleistungen (Logistik) für den Vertrieb des Titels durch Dritte, so wird die auf solchen Gegengeschäften beruhende Auflage, unabhängig von der Angemessenheit der verrechneten Entschädigung, nie der verkauften Auflage, sondern der Kategorie «Bulk-Auflage» oder der Gratisauflage zugerechnet, je nachdem ob der Nachweis der Remission erbracht werden kann.

## Gesamtausgaben

Gesamtausgaben sind Zeitungs- oder Kopfblattsysteme. Darin werden Titel, welche im Bereich Redaktion und Inserate zusammenarbeiten, in einer Gesamtausgabe zusammengefasst. Dazu müssen alle in der Gesamtausgabe zusammengefassten Titel aber zwingend einzeln beglaubigt sein.

Folgende Kriterien müssen erfüllt sein:

- gleicher Erscheinungsintervall (gemäss Definition VSW/Typologien)
- Zeitungsverbund muss auf der Frontseite ersichtlich sein
- Zusammenarbeit im Bereich Redaktion und Inserate

Sprachausgaben werden, sofern die obenerwähnten Kriterien zutreffen, ebenfalls in einer Gesamtausgabe zusammengefasst.

Ist ein Titel innerhalb der Gesamtausgabe nicht beglaubigt, ist das ganze System nicht beglaubigt.

## Gönnerexemplare

Sind Exemplare, welche von gemeinnützigen Organisationen an ihre Gönner abgegeben werden.

## Gratisauflage

Umfasst sämtliche Exemplare, die regelmässig ohne Entgelt an den Empfänger abgegeben werden. Darunter fallen auch Exemplare, die an Mitarbeiter des Kunden verteilt werden, die nicht direkt für den betreffenden Titel tätig sind, sowie Exemplare an Pensionierte, Aktionäre, Teilhaber, freie Mitarbeiter, eigene Verträge, die für mehrere Titel des Kunden tätig sind usw. (siehe auch «Personalexemplare»).

Zur Gratisauflage gehören auch Lieferungen an Schulen, Altersheime, Spitäler, Militär, Postämter, Polizeiposten usw., ausserdem Gratisabonnements für Inseratekunden (Inserenten) und Werbeagenturen.

Ebenfalls als Gratisauflage deklariert werden dürfen diejenigen Exemplare, welche an eine wechselnde Zielgruppe verschickt werden.

Bei gratis verteilten Exemplaren (durch Kolportiere an Bahnhöfen, Zeitungsboxen/-ständler, Auflage in Schulen, Messen usw.) ist der Nachweis (Remissionsabrechnung) der nicht verteilten Exemplare erforderlich. Kann der Nachweis nicht erbracht werden, so sind diese Exemplare für die «Selbstbedienung/Handverteilung» nicht anrechenbar und müssen in die Kategorie «Bulk-Auflage» eingetragen werden.

Nicht zur Gratisauflage gehören z. B. an Postämter gelieferte Reserve-/Ersatzexemplare (gehören in die Kolonne «Vorrat») oder kostenlos ausgelieferte Exemplare an Anzeigenvermarkter (gehören in die Kolonne «Belegex.»).

## Gratisexemplare

Aus der Gratisauflage sind maximal 5% des Subtotals der verkauften Auflage in die verkaufte Auflage einzurechnen, vorausgesetzt dass diese Exemplare auch verteilt wurden.

## Gratis vertriebene Titel

### Grossauflagen

Sind Titel, die dem Empfänger überwiegend ohne Entgelt abgegeben werden, z. B. durch Haushaltverteilungen, Handverteilungen oder an frei zugänglichen Verteilorten. Auch Grossauflagen gelten als gratis vertriebene Titel.

Grossauflagen setzen sich zusammen aus der normalen Auflage und einer zusätzlichen regelmässigen Streuung in die Haushalte eines bestimmten Gebietes. Ändern die Streugebiete, so müssen die Grossauflagen der einzelnen Streugebiete einzeln beglaubigt werden. Ein Durchschnitt der verschiedenen Streugebiete ist nicht zulässig.

### Handverteilung

Sind Exemplare, die an öffentlichen Orten durch Kolportiere an Passanten abgegeben werden. Für die nicht verteilten Exemplare ist ein Nachweis (Remissionsabrechnung) erforderlich. Kann der Nachweis nicht erbracht werden, so sind diese Exemplare für die Gratisauflage nicht anrechenbar und müssen in die Kategorie «Bulk-Auflage» eingetragen werden.

### Haushaltstreuung

Sind gratis gelieferte Exemplare an Haushalte.

### Mitgliederabonnements

Werden aufgrund statutarischer Vorschriften an Mitglieder von Vereinen, Verbänden, Körperschaften usw. abgegeben.

### «Nur zur Information»

Diese Spalten des Erhebungsbogens sind zwingend auszufüllen, weil die Angaben für die Prüfung und Plausibilisierung der gemeldeten Auflage erforderlich sind.

- Die «Belegexemplare» zeigen die an Inseratekunden oder an Redaktionen verschickten Exemplare.
- Die Kategorie «Vorrat» wird als Differenz zwischen der verteilten Auflage und der Druckauflage automatisch errechnet (ohne Berücksichtigung von «Print on Demand»).
- «Druckauflage»: siehe separate Definition.

### Personalexemplare

Werden an das eigene, in der Schweiz fest angestellte Personal abgegeben. Als fest angestelltes Personal können nur die MitarbeiterInnen gerechnet werden, welche rechtlich beim Kunden angestellt sind, der den Titel herausgibt, und für die vom Kunden AHV abgerechnet wird. Sofern der Kunde mehrere Titel verlegt (Grossauflagen, Splitausgaben, Regionalausgaben usw. zählen nicht dazu), kann er insgesamt pro fest angestellte Person maximal 1,5 Exemplare als «voll bezahlt» deklarieren (siehe auch «Gratisauflage»).

### Pflichtabonnements

Sind Abonnements offizieller Publikationsorgane, die aufgrund eines Beschlusses des zuständigen Organs (Vereinsversammlung, Generalversammlung, Geschäftsleitung usw.) untrennbar im Mitgliedsbeitrag der herausgebenden Organisation enthalten sind. Pro Mitglied darf nur eine Ausgabe angerechnet werden, entweder die gedruckte oder die digitale Ausgabe.



## Print on Demand

Eine immateriell übermittelte und einzeln ausgedruckte Ausgabe eines Presseproduktes, die der gedruckten Version in allen Details des Inhalts, der Aufmachung (inkl. der Platzierung der Anzeigen) entspricht.

## Probe- / Werbe-exemplare

Sind Exemplare, die dem Empfänger kostenlos (z. B. durch Mailings oder andere Marketingaktionen) zugestellt werden. Sie dürfen unabhängig von der Laufzeit in der Kategorie «Ziel-/Wechselzielgruppenversand» deklariert werden.

## Schnupper-abonnements

Sind Exemplare, die dem Empfänger gegen Entgelt zugestellt werden. Solche mit bis zu 50 % Rabatt werden zu den ermässigten Abos, jene mit mehr als 50 % Rabatt zum «sonstigen Verkauf» gerechnet (Basis ist der publizierte Normalpreis für ein Jahresabonnement ohne Ermässigung). Es besteht keine zeitliche Begrenzung.

## Selbstbedienung

Sind Exemplare von Pendlerzeitungen, die an öffentlichen Orten von Passanten gratis Boxen, Ständern usw. entnommen werden können.

Der Nachweis (Remissionsabrechnung) der nicht verteilten Exemplare ist zu erbringen. Kann der Nachweis nicht erbracht werden, so sind diese Exemplare für die Gratisauflage nicht anrechenbar und müssen in die Kategorie «Bulk-Auflage» eingetragen werden.

## Sonstiger Verkauf

Exemplare, für die weniger als 50 % des vollen Abonnements- bzw. Einzelverkaufspreises der gedruckten Ausgabe gelöst werden.

Abonnements, welche mit mehr als 80 % Rabatt des vollen Abonnementspreises abgegeben werden, sind den Gratisabonnements zuzurechnen.

Einzelverkäufe, welche mit mehr als 80 % Rabatt des vollen Einzelverkaufspreises abgegeben werden, sind nicht anrechenbar für die beglaubigte Auflage.

## Typologien

Die Zuteilung der Typologien erfolgt durch den VSW (Verband Schweizerischer Werbegesellschaften):

Typologie 1000:	Tages-, regionale Wochen- und Sonntagspresse
Typologie 2000:	Publikums-, Finanz- und Wirtschaftspresse
Typologie 3000:	Spezialpresse
Typologie 4000:	Fachpresse

## Unterbrüche

Lieferunterbrüche (bei Ferien usw.) sind nicht anrechenbar für die beglaubigte Auflage, da diese Exemplare nachgeliefert (Verlängerung der Abonnementsdauer) oder gutgeschrieben werden.

### **Verbreitete Auflage**

Print: Summe der Gratis-, der Bulk- sowie der verkauften Auflage.

Replica: Summe der Gratis- und der verkauften Auflage.

Die Kumulation erfolgt automatisch.

### **Verkaufte Auflage**

Summe der abonnierten und im Einzelverkauf abgesetzten Exemplare, sei es in gedruckter oder in elektronischer Form.

### **Voll bezahlte Exemplare**

Sind solche, für die der volle Abonnements- bzw. Einzelverkaufspreis der gedruckten Ausgabe gelöst wird sowie Personalexemplare (siehe dort).

Basis ist der offiziell publizierte Normalpreis für ein Jahresabonnement sowie für ein Einzelexemplar ohne Ermässigung. Viertel-, Halb-, Zwei- und Drei-Jahres-Abonnements sind dem Jahresabonnement gleichgestellt.

### **Ziel- / Wechselzielgruppenversand**

Gratis an eine bestimmte Zielgruppe oder an wechselnde Zielgruppen verschickte Exemplare.

Darunter fallen auch Probe-/Werbeexemplare (siehe dort).

# 4 BEGRIFFSDEFINITIONEN FÜR REPLICA UND NON-REPLICA-AUFLAGE

## Generell (Internationaler Standard)

Digitale Presseerzeugnisse werden in zwei Typen unterteilt:

- digitale Ausgaben und
- digitale Publikationen

Eine digitale Ausgabe beruht auf einer gedruckten Ausgabe; eine digitale Publikation ist ein eigenständiges digitales Produkt (ohne gedruckte Ausgabe als Grundlage).

Digitale Ausgaben können im Replica-Format (ehemals ePaper), mit oder ohne erweitertem Inhalt (Fotogalerien, Filme, Musik usw.), oder im Non-Replica-Format, mit dynamischem oder zielgerichtetem Inhalt, vorkommen.

Ebenso können digitale Publikationen statischen, dynamischen oder zielgerichteten Inhalt haben. Digitale Publikationen mit statischem Inhalt zählen zu den Replica, diejenigen mit dynamischem oder zielgerichtetem Inhalt zu den Non-Replica.

Hauptmerkmal bei der Unterscheidung zwischen digitaler Ausgabe oder digitaler Publikation und einer Website ist das Navigationsformat (das kann «blättern» oder jede andere Methode, eine Ausgabe vom Anfang bis zum Ende durchzugehen, sein).

Deshalb muss die Aufmachung der digitalen Presseerzeugnisse in einem linearen Navigationsformat gestaltet sein, so dass das digitale Presseerzeugnis in einzelne Seiten unterteilt ist und vom Cover bis zur letzten Seite durchgeblättert werden kann.

Damit die Auflage digitaler Presseerzeugnisse anrechenbar ist, muss der Zugriff zum digitalen Inhalt entweder durch eine Paywall für Abonnements und Einzelverkauf oder durch eine Registrierung mittels Login-/Passwort-Eingabe für Gratisabonnements beschränkt sein.

Da bei Gratiszeitungen/-zeitschriften keine Registrierung mit Login-/Passwort-Eingabe gegeben ist, können die Zugriffe mittels speziellem Verfahren gemessen resp. als «Free Views» gezählt werden. Dieser Prozess wird in einem separaten Vertrag und in einer eigenen Preisliste geregelt.

Wenn zu einem bezahlten Abonnement der gedruckten Ausgabe der Zugriff zum digitalen Presseerzeugnis gratis angeboten wird, so sind diese Exemplare/Downloads nur dann anrechenbar, wenn der Nachweis der tatsächlich erfolgten Downloads/Zugriffe (max. 1 Ex. pro Tag/Abonnement) geliefert werden kann.

Wird das Abonnement für beide Ausgaben, die gedruckte und die digitale, bezahlt (siehe Ziff. 4.1), so sind beide Exemplare anrechenbar, jeweils in der entsprechenden Kategorie.

**Eine öffentlich zugängliche Website kann nicht als Ausgabe oder Publikation angerechnet werden.**

## 4.1 Replica

### Definition

Replica sind die immateriell übermittelte Hauptausgabe eines Titels, die der gedruckten Version in allen Details des Inhalts, der Aufmachung (inkl. der Platzierung der Anzeigen) und Erscheinungsweise entsprechen. Replica können mit Filmen, Fotogalerien, Musik oder zusätzlichem Text angereichert werden. Massgebend ist die erste Wahrnehmung.

## Abonnements

Werden dem Empfänger aufgrund eines entgeltlichen Abonnementsvertrages regelmäßig zugestellt, wobei der Empfänger oder ein Dritter den Abonnementsbetrag entrichtet. Die Fakturierung der Abonnements muss innerhalb der Erhebungsperiode erfolgt sein. Im Nachhinein fakturierte Abonnements können nicht mehr in die verkaufte Auflage gerechnet werden.

Basis ist der offiziell publizierte Normalpreis für ein digitales Jahresabonnement sowie für ein Einzelexemplar ohne Ermässigung. Der Preis für ein digitales Jahresabonnement muss mindestens 50% des Preises der gedruckten Ausgabe betragen.

Monats-, Viertel-, Halb-, Zwei- und Drei-Jahres-Abonnements sind dem Jahresabonnement gleichgestellt.

Ein Abonnement muss je nach Erscheinungsintervall der Zeitung/Zeitschrift über eine minimale Laufzeit ununterbrochen ausgeliefert/bereitgestellt werden.

Titel	Laufzeit mindestens
– der Tagespresse	über 6 Tage
– der Wochen-/Sonntagspresse	über 1 Monat
– die monatlich erscheinen	über 3 Monate
– die weniger als einmal monatlich erscheinen	über 2 Ausgaben

## Einzelverkauf

Bezahlte Downloads/Zugriffe, welche über eine Paywall verkauft werden. Der Nachweis für die deklarierten Exemplare erfolgt über die Statistiken der Fremdanbieter (Apple, Android usw.) oder der verlagseigenen Plattformen und über die Zahlungseingänge in der Buchhaltung.

Entgeltliche Zustellungen an Empfänger, welche die minimale Laufzeit für ein Abonnement nicht erfüllen, gelten als Einzelverkäufe.

Einzel verkaufte Exemplare sind nur anrechenbar, wenn sie aus der Erhebungsperiode stammen.

## Ermässigte Exemplare

Sind solche, für die mindestens 50% des vollen Abonnements- bzw. Einzelverkaufspreises der digitalen Ausgabe gelöst werden.

Basis ist der offiziell publizierte Normalpreis für ein digitales Jahresabonnement sowie für ein Einzelexemplar ohne Ermässigung.

## Gratisauflage

Gratisabonnements werden dem Empfänger befristet für maximum ein Jahr ohne Entgelt zur Verfügung gestellt. Falls ein Bezug zu einem Abonnement in gedruckter Form besteht, sind diese Gratisabonnements nicht anrechenbar in der beglaubigten Auflage.

Ebenfalls anrechenbar sind Gratis-Downloads/-Zugriffe bei bezahlten Abonnements der gedruckten Auflage (siehe Ziff. 4, Abs. 9). Der Nachweis muss vom Verlag mit Logfile (inkl. Beschrieb der einzelnen Filter) wie folgt geliefert werden:

- Nur Downloads/Zugriffe bei bezahlten gedruckten Abonnements
- Keine Duplikate (max. 1 Ex. pro Tag/Abonent)
- Keine Zugriffe durch Personal
- Keine Zugriffe durch Abonennten von Gratis- und bezahlten Replica Ex. (Only-Digital)

Exemplare, welche über Drittanbieter (z.B. Media Carrier usw.) vertrieben werden, können nur angerechnet werden, wenn der effektive Download/Zugriff nachgewiesen werden kann.

## **Pflichtabonnements**

Sind Abonnements offizieller Publikationsorgane, die aufgrund eines Beschlusses des zuständigen Organs (Vereinsversammlung, Generalversammlung, Geschäftsleitung usw.) untrennbar im Mitgliedsbeitrag der herausgebenden Organisation enthalten sind. Pro Mitglied darf nur eine Ausgabe angerechnet werden, entweder die gedruckte oder die digitale Ausgabe.

## **Schnupperabonnements**

Sind Exemplare, die dem Empfänger gegen Entgelt zugestellt werden. Solche mit bis zu 50 % Rabatt werden zu den ermässigten Abos, jene mit max. 80 % Rabatt zum «sonstigen Verkauf» gerechnet (Basis ist der publizierte Normalpreis für ein digitales Jahresabonnement ohne Ermässigung). Es besteht keine zeitliche Begrenzung.

## **Sonstiger Verkauf**

Exemplare, für die maximal 80 % Rabatt des vollen Abonnements- bzw. Einzelverkaufspreises der digitalen Ausgabe gewährt werden. Abonnements, welche mit mehr als 80 % Rabatt des vollen Abonnementspreises abgegeben werden, werden zu den Gratisabonnements gezählt. Einzelverkäufe, welche mit mehr als 80 % Rabatt des vollen Einzelverkaufspreises abgegeben werden, sind nicht anrechenbar für die beglaubigte Auflage.

## **UC Free Views**

Sind errechnete respektive gezählte Zugriffe auf ein Replica auf einer öffentlich zugänglichen Website. Die Erhebung erfolgt mittels einem speziellen Verfahren. Die Werte werden separat publiziert, sind jedoch Bestandteil der total verbreiteten Auflage.

## **Voll bezahlte Exemplare**

Sind solche, für die der volle Abonnements- bzw. Einzelverkaufspreis der digitalen Ausgabe gelöst wird. Basis ist der offiziell publizierte Normalpreis für ein digitales Jahresabonnement sowie für ein Einzelexemplar ohne Ermässigung. Der Preis für ein digitales Jahresabonnement muss mindestens 50 % des Preises der gedruckten Ausgabe betragen.

## **4.2 Non-Replica**

### **Definition**

Non-Replica beruhen auf einer gedruckten Ausgabe (Brand) oder digitalen Publikation, jedoch mit dynamischem und zielgerichtetem Inhalt. Das heisst, dass der Inhalt (redaktionelle Beiträge und Inserate) jederzeit ändern kann. Ebenso wenig sind das Format und die Aufmachung an diejenige der gedruckten Ausgabe gebunden.

### **Gratis**

Gratis-Downloads/-Zugriffe, welche über eine Registrierung mittels Login-/Passwort-Eingabe zugänglich gemacht wurden. Der Nachweis für die deklarierten Exemplare erfolgt über die Statistiken der Fremdanbieter (Apple, Android usw.).

### **Verkauft**

Bezahlte Downloads/Zugriffe, welche über eine Paywall verkauft werden. Der Nachweis für die deklarierten Exemplare erfolgt über die Statistiken der Fremdanbieter (Apple, Android usw.) oder der verlagseigenen Plattformen und über die Zahlungseingänge in der Buchhaltung.

# 5 GRUNDLAGEN DER AUFLAGE-SELBSTDEKLARATION

## 5.1 Meldepflicht und Termin

Die Beglaubigung basiert auf dem Prinzip der **Selbstdenklaration**. Damit eine Auflage als «WEMF/KS-beglaubigt» gilt, muss der Kunde der WEMF gemäss diesem Reglement sämtliche in der Erhebungsperiode tatsächlich verbreiteten Exemplare melden und sich einer Nachkontrolle unterziehen.

Die Meldung muss bis spätestens **30. Juni** erfolgen.

Titel, für welche die Selbstdeklaration unvollständig oder nicht rechtzeitig eingegangen ist, gelten als nicht mehr beglaubigt.

## 5.2 Erhebungsperiode

Die Erhebungsperiode umfasst den Zeitraum vom **1. April bis zum 31. März**.

## 5.3 Beglaubigte Einheiten

Die auf dem Lesermarkt erscheinenden Einheiten (Sprachausgaben, Sonntagsausgaben, Kopfblätter, Grossauflagen usw.) werden separat als Einzeltitel beglaubigt.

Wird ein Teil eines Zeitungssystems in der MACH Basic als separater Titel geführt, so wird dieser Titel auch in der Auflage als Einzeltitel beglaubigt.

Die Auflage von Gesamtausgaben (Kopfblattsysteme, Zeitungssysteme usw.) ergibt sich durch Addition der beglaubigten Auflagen der beteiligten Einzeltitel.

Die Auflage von Publikationen, die als Beilage in andere Titel eingesteckt werden, ergibt sich aus der Addition der beglaubigten Auflagen der Trägertitel (vollständige Definition siehe Ziff. 3).

## 5.4 Definitive Beglaubigung

Um definitiv beglaubigt werden zu können, müssen die Titel – allein und in allen Kombinationen – in der jeweiligen konzeptionellen Form mindestens eine Erhebungsperiode lang ununterbrochen erschienen sein.

## 5.5 Provisorische Beglaubigung

Neu konzipierte, neu lancierte oder fusionierte Titel, die in der jeweiligen Form noch keine volle Erhebungsperiode erschienen sind, können provisorisch beglaubigt werden. Details siehe Ziff. 6.

## 5.6 Zwischenbeglaubigung

Neu konzipierte, neu lancierte oder fusionierte Titel, die in der jeweiligen Form noch keine volle Erhebungsperiode erschienen sind, können ausserhalb der Erhebungsperiode eine Zwischenbeglaubigung durch die WEMF durchführen lassen. Details siehe Ziff. 7.

## 5.7 Meldung der Auflagezahlen

Der Kunde meldet sämtliche in der Erhebungsperiode tatsächlich verbreiteten Exemplare wie folgt:

- Monatsdurchschnittswerte nach Kalendermonaten geordnet (Monatstotal dividiert durch Anzahl Ausgaben)
- Jahresdurchschnittswerte (Summe der Monatsdurchschnitte dividiert durch 12)\*

\* Bei weniger als 12-maligem Erscheinen dividiert durch die Anzahl Ausgaben

### **Die Auflagezahlen der gedruckten Auflage der Tagespresse, regionalen Wochenpresse, Sonntags-, Finanz- und Wirtschafts-, Fach-, Spezial-, Publikumspresse werden wie folgt gemeldet:**

- voll bezahlte Abonnements
- ermässigte Abonnements (rabattiert bis max. 50%)
- Pflichtabonnements
- Einzelverkauf, inkl. offene Boxen (rabattiert bis max. 50%)
- sonstiger Verkauf, Abonnements und Einzelverkauf (rabattiert bis max. 80%)

Subtotal

- Gratisexemplare (max. 5% des Subtotals)

#### **Verkaufte Auflage**

- Gratisabonnements
- Haushaltstreuung
- Selbstbedienung/Handverteilung
- Ziel-/Wechselzielgruppenversand

#### **Gratisauflage**

#### **Bulk-Auflage**

### **Die Auflagezahlen der Replica der Tagespresse, regionalen Wochenpresse, Sonntags-, Finanz- und Wirtschafts-, Fach-, Spezial-, Publikumspresse werden wie folgt gemeldet:**

- voll bezahlte Abonnements
- ermässigte Abonnements (rabattiert bis max. 50%)
- Pflichtabonnements
- Einzelverkauf (rabattiert bis max. 50%)
- sonstiger Verkauf, Abonnements und Einzelverkauf (rabattiert bis max. 80%)

#### **Verkaufte Auflage**

- Gratisabonnements

#### **Gratisauflage**

#### **Free Views**

### **Die Auflagezahlen der Non-Replica der Tagespresse, regionalen Wochenpresse, Sonntags-, Finanz- und Wirtschafts-, Fach-, Spezial-, Publikumspresse werden wie folgt gemeldet:**

#### **Verkaufte Auflage (bezahlte Downloads)**

#### **Gratisauflage (Gratis-Downloads/-Zugriffe)**

## 5.8 Publikationen der Auflagezahlen

### Die Auflagezahlen der Titel gemeinnütziger Organisationen, Vereine, Verbände werden wie folgt gemeldet:

- Mitgliederabonnements und/oder
  - Spenderabonnements
- Subtotal
- Gratisexemplare (max. 5 % des Subtotals)

### Mitglieder- / Spenderauflage

#### Gratisauflage

#### Bulk-Auflage

**Beleg-, Archiv- und Restexemplare, Makulaturen sowie die Druckauflage gehören nicht zur beglaubigten Auflage, müssen jedoch zu Kontrollzwecken gemeldet werden.**

Die beglaubigten Auflagezahlen der Titel der Typologien 1000 bis 4000 dienen in erster Linie den Informationsbedürfnissen der Werbewirtschaft. Sie werden jährlich von der WEMF am 1. September in einem öffentlich zugänglichen «Bulletin» und im Internet auf [www.wemf.ch](http://www.wemf.ch) publiziert («Publikation»):

Publizierte Auflagezahlen: **gedruckte Auflage**

#### Verbreitete Auflage

##### – Verkaufte Auflage

- voll bezahlte/ermässigte Abonnements (rabattiert bis max. 50%)
- Pflichtabonnements
- Einzelverkauf, inkl. offene Boxen (rabattiert bis max. 50%)
- sonstiger Verkauf, Abonnements und Einzelverkauf (rabattiert bis max. 80%)
- Gratisexemplare (max. 5%)

##### – Gratisauflage

##### – Bulk-Auflage

Publizierte Auflagezahlen: **Replica**

#### Verbreitete Auflage

##### – Verkaufte Auflage

- voll bezahlte/ermässigte Abonnements (rabattiert bis max. 50%)
- Pflichtabonnements
- Einzelverkauf (rabattiert bis max. 50%)
- sonstiger Verkauf, Abonnements und Einzelverkauf (rabattiert bis max. 80%)

##### – Gratisauflage

##### – **Free Views**



## 5.9 Verwendung der gemeldeten Zahlen

Publizierte Auflagezahlen: **Non-Replica**

### Verbreitete Auflage

- verkaufte Auflage
- Gratisauflage

Die Auflagezahlen der Non-Replica werden erhoben und separat publiziert, nicht aber in das Total der verbreiteten Auflage aus gedruckter und Replica-Auflage eingerechnet.

Publizierte Auflagezahlen: **Mitglieder- / Spenderauflage**

- Mitglieder- und/oder Spenderabonnements
- Gratisexemplare (max. 5 % des Subtotals)

### Mitglieder- / Spenderauflage

#### Gratisauflage

#### Bulk-Auflage

Sobald die Publikation der Auflagezahlen durch die WEMF erfolgt ist, darf der Kunde die neue Auflage – unter Angabe der Erhebungsperiode – in der Kommunikation als «WEMF/KS-beglaubigt» bezeichnen.

Zudem ist der Kunde berechtigt, das Siegel «WEMF/KS-beglaubigt» zu benutzen.

Das Siegel kann in elektronischer Form bei der WEMF bestellt werden (e-Mail: [auflage@wemf.ch](mailto:auflage@wemf.ch)).

In Tarifdokumentationen sind alle Details gemäss Ziff. 5.8 «Publikation der Auflagezahlen» anzugeben.

Im Impressum ist die verbreitete Auflage und davon die verkaufte Auflage anzugeben.

Beispiel: Verbreitete Auflage: 100 000 Ex.  
davon verkaufte Auflage: 80 000 Ex.

## 5.10 Bestätigungen

Für alle WEMF/KS-beglaubigten Titel wird ein Attest ausgestellt.

## 5.11 Gültigkeit der Auflagebeglaubigung

Die WEMF/KS-Auflagebeglaubigung ist ab der Publikation durch die WEMF ein Jahr gültig (das heisst bis zum **31. August** des Folgejahres). Reicht der Kunde für das Folgejahr bis zum **30. Juni** keine neue Selbstdeklaration ein, so erlischt die Gültigkeit der bisher beglaubigten Auflage und damit das Recht, den Begriff «WEMF/KS-beglaubigt» zu verwenden. Das Gleiche gilt bei unvollständiger oder bei verspäteter Einreichung der Selbstdeklaration.

Erkennt die WEMF nach erfolgter Publikation einen Fehler im Zusammenhang mit der beglaubigten Auflage eines Titels, nimmt sie auf ihrer Internetpublikation die notwendigen Anpassungen vor, und der Kunde muss – nach entsprechender Aufforderung durch die WEMF – ab diesem Zeitpunkt die korrigierten Zahlen verwenden.

# 6 PROVISORISCHE BEGLAUBIGUNG

## 6.1 Bedingungen

Provisorisch beglaubigt werden können (nach Rücksprache mit der WEMF) die Auflagen von neu gegründeten Titeln sowie von solchen, bei denen wesentliche Änderungen an den Elementen der konzeptionellen Form vorgenommen worden sind, wie z.B.:

- Änderung des Namens der Publikation
- grundlegende Änderung bezüglich Inhalt
- grundlegende Änderung in der Aufmachung (Design)
- Neupositionierung im Lesermarkt
- grundlegende Änderung der Erscheinungsweise
- Fusion (Anteil der/des fusionierten Titel/s an der neuen Auflage grösser als 20%); (nicht kumulierbar bei Fusion mehrerer Titel)
- erhebliche Änderungen des Streugebietes bei gratis vertriebenen Pressetiteln

Eine Auflage kann nur dann definitiv beglaubigt werden, wenn der Titel in der jeweiligen konzeptionellen Grundform seit mindestens zwölf Monaten (= eine Erhebungsperiode) auf dem Markt ist.

## 6.2 Meldepflicht/ Gültigkeit

Die Meldung der provisorischen Auflagezahlen erfolgt bis spätestens zum **30. Juni**. Der Kunde darf die Auflagezahlen ab der Publikation durch die WEMF bis zur Publikation des Folgejahres gegenüber Dritten verwenden.

## 6.3 Erhebungs- periode

Als «provisorisch beglaubigt» wird eine Auflagezahl verstanden, die gemäss diesem Reglement für drei aufeinanderfolgende Monate (Beispiel: Januar, Februar, März) bzw. drei aufeinanderfolgende Ausgaben bei seltener als monatlich erscheinenden Titeln errechnet wird.

Aus den drei Einzelwerten der Monate bzw. Ausgaben errechnet die WEMF die Durchschnittsauflage.

## 6.4 Publikation der Auflagezahlen

Die Publikation der provisorisch beglaubigten Auflagezahlen erfolgt zusammen und analog mit derjenigen der ordentlichen Beglaubigung der anderen Titel, jedoch mit dem Vermerk «provisorische Beglaubigung», im Internet und im Auflagebulletin.

Der Zusatz «Provisorische Beglaubigung WEMF/KS» ist obligatorisch auch vom Kunden zu verwenden.

## 6.5 Gesamtausgaben

Wird einer der beteiligten Titel provisorisch beglaubigt, werden alle Titel der Gesamtausgabe provisorisch beglaubigt.

## 6.6 Kosten

Die Kosten für die provisorische Beglaubigung entsprechen denjenigen der ordentlichen Beglaubigung. Massgebend ist die jeweils aktuell gültige Preisliste.

# 7 ZWISCHENBEGLAUBIGUNG

## 7.1 Bedingungen

Damit bei neu gegründeten Titeln, Fusionen, Zusammenlegungen von Splitausgaben usw. die Kunden **auch ausserhalb der Erhebungsperiode** die Möglichkeit haben, mit den aktuellen Auflagezahlen schneller auf dem Werbemarkt aufzutreten, haben sie die Möglichkeit, eine Zwischenbeglaubigung durch die WEMF durchführen zu lassen.

## 7.2 Meldepflicht/ Gültigkeit

Die Meldung der Auflagezahlen erfolgt nach Rücksprache mit der WEMF. Der Kunde darf die Auflagezahlen ab der Freigabe durch die WEMF bis zur ordentlichen oder provisorischen Publikation der Auflage im Folgejahr gegenüber Dritten verwenden.

## 7.3 Erhebungs- periode

Als Basis für eine Zwischenbeglaubigung dienen die Auflagezahlen, die gemäss diesem Reglement für drei aufeinanderfolgende Monate bzw. drei aufeinanderfolgende Ausgaben bei seltener als monatlich erscheinenden Titeln erhoben werden.

Aus den drei Einzelwerten der Monate bzw. Ausgaben errechnet die WEMF die Durchschnittsaufgabe.

## 7.4 Publikation der Auflagezahlen

Die Publikation der Auflagezahlen einer Zwischenbeglaubigung erfolgt separat, aber analog zur ordentlichen Beglaubigung, mit dem Vermerk einer Begründung im Internet.

Der Zusatz «Zwischenbeglaubigung WEMF/KS» ist obligatorisch auch vom Kunden zu verwenden.

## 7.5 Gesamtausgaben

Einzelne Titel einer Gesamtausgabe können eine Zwischenbeglaubigung durchführen lassen. Die Auflagezahlen der Gesamtausgabe aus der ordentlichen oder provisorischen Beglaubigung werden nicht tangiert.

Beabsichtigt der Kunde die Auflagezahlen des zwischenbeglaubigten Titels in die Auflagezahlen der Gesamtausgabe zu integrieren, um damit auf dem Werbemarkt aufzutreten, so sind sämtliche in der Gesamtausgabe zusammengefassten Titel einer Zwischenbeglaubigung zu unterziehen. Damit ist sichergestellt, dass nicht Auflagezahlen aus verschiedenen Erhebungsperioden miteinander kumuliert/verglichen werden.

## 7.6 Kosten

Die Kosten für die Zwischenbeglaubigung sind in der separaten «Preisliste für Zwischenbeglaubigungen» aufgeführt.

# 8 ÜBERPRÜFUNG DER GEMELDETEN AUFLAGE

Der Kunde verpflichtet sich, die selbstdeklarierten Auflagezahlen von der WEMF oder von den von der WEMF beauftragten Prüfgesellschaften überprüfen zu lassen.

Für die Überprüfung der Auflagezahlen wird mit dem Kunden ein Termin vereinbart. Ist dieser fixiert, kann er nur in unverschuldeten Notfällen verschoben werden. Wenn die zuständige Person nicht anwesend sein kann, ist durch den Kunden eine Stellvertretung zu bestimmen. Sollte dies nicht möglich sein und muss die Kontrolle deshalb verschoben werden, so stellt die WEMF den resultierenden Mehraufwand zusätzlich in Rechnung.

Für die Überprüfung der Kundenangaben/Selbstdeklaration sind dem Prüfer **alle** damit in irgendeinem Zusammenhang stehenden Unterlagen vorzulegen, z. B. (die Aufzählung ist nicht abschliessend):

## 8.1 Für bezahlte und Gratisabonnements, Mitglieder- und Gönnerexemplare sowie Bulk-Auflage

- Buchhaltungsunterlagen, die den Abonnementsertrag betreffen
- Abonnenten- und Personallisten sowie Listen bezüglich Gratisverteilung
- Passwortlisten für Replica/Non-Replica
- Aufgabenverzeichnisse für Zeitungen (Post-Bordereaux)
- Speditionslisten bzw. -abrechnungen
- Routenhefte
- Post-Haushaltungslisten
- Abrechnungen der Verträgerorganisation
- Quittungen der Verträgerlöhne
- Aufstellung der direkt abgeholten Exemplare
- Empfängerlisten
- Mitgliedergesamtbeiträge/Spendeneinnahmen
- unterschriebene Lieferscheine
- Statistiken von Fremdanbietern (Apple, Android, Media Carrier usw.) für digitale Presseerzeugnisse
- Logfiles für digitale Presseerzeugnisse
- Zahlungseingänge für digitale Presseerzeugnisse

## 8.2 Für den Einzelverkauf

- Abrechnungen mit Zeitungsvertriebsfirmen und Buchhandlungen (Lieferschein sowie Remissions- und Differenzmeldungen)
- Rechnungen an Mehrexemplar-Bezüger
- Jahresstatistik (von Valora/Naville/Melisa verlangen)
- Statistiken von Fremdanbietern (Apple, Android usw.) für digitale Presseerzeugnisse
- Zahlungseingänge für digitale Presseerzeugnisse

## 8.3 Für den Strassenverkauf

- Abhollisten und Abrechnungen
- Einzahlungsbelege

## 8.4 Für den Schalterverkauf

- Kassabuch und/oder sonstige Eintragungen

### **8.5 Für den Kassettenverkauf bzw. Selbstbedienungskasten**

- Speditionslisten von Bruttolieferungen
- Belege über nicht abgesetzte bzw. über zurückgenommene Exemplare
- Belege über eingegangene Beträge bzw. Verkaufserlös

### **8.6 Für die Druckauflage**

- Druckabrechnungen/-aufträge, Laufaschen

### **8.7 Weitere Unterlagen**

Falls notwendig, kann der Prüfer weitere, hier nicht aufgeführte Unterlagen zur Einsicht verlangen.

### **8.8 Gegengeschäfte**

Beruhet die vom Kunden deklarierte Auflage ganz oder teilweise auf einem Gegengeschäft, so sind die diesem Gegengeschäft zugrunde liegenden Vereinbarungen und Rechnungen unaufgefordert und vollständig vorzulegen. Eine Verletzung dieser Offenlegungspflicht kann strafrechtliche Folgen haben.

### **8.9 Fehlende Unterlagen**

Kann die Prüfung eines Titels aufgrund nicht vorliegender oder nicht vollständig vorgelegter Unterlagen nicht durchgeführt werden, so wird ein neuer Termin vereinbart. Der dadurch resultierende Mehraufwand wird von der WEMF zusätzlich in Rechnung gestellt.

Kann die Prüfung eines Titels der Typologien 1000 bis 4000 nicht bis zu dem von der WEMF festgelegten Publikationsdatum abgeschlossen werden, so gilt dieser als nicht mehr beglaubigt. Der Kunde darf in der Folge die Auflage nicht mehr als «WEMF/KS-beglaubigt» bezeichnen.

### **8.10 Aufbewahrungspflicht**

Sämtliche für die Selbstdeklaration verwendeten Unterlagen sind mindestens während dreier Jahren aufzubewahren.

## 9 KORREKTUREN

Ergibt die Überprüfung eine Abweichung von der Selbstdeklaration, wird eine Korrektur vorgenommen, auch wenn die Abweichung im Vorjahr nicht festgestellt wurde. Dem Kunden ist es untersagt, die als unrichtig festgestellte Auflagezahl zu verbreiten.

## 10 SANKTIONEN

Der Kunde verpflichtet sich, eine Konventionalstrafe von CHF 50 000.– pro Titel zu zahlen, falls er oder seine Hilfspersonen durch vorsätzlich falsche Angaben versuchen, die tatsächlichen Auflagezahlen zu verfälschen, oder im Zusammenhang mit Gegengeschäften, auf denen die vom Kunden deklarierte Auflage ganz oder teilweise basiert, nicht sämtliche Vereinbarungen und Rechnungen unaufgefordert und vollständig offenlegen (siehe Ziff. 8.8).

Der Kunde verpflichtet sich, eine Konventionalstrafe von CHF 5 000.– pro Titel zu zahlen, falls er oder seine Hilfspersonen eine nicht oder nicht mehr WEMF/KS-beglaubigte Auflage als «WEMF/KS-beglaubigt» bezeichnen oder die Auflagezahlen vor der Publikation durch die WEMF gegenüber Dritten verwenden.

Bei Vorliegen eines Sachverhalts, welcher die Fälligkeit einer Konventionalstrafe begründet, wird der betroffene Kunde von der WEMF für die nächsten drei Erhebungsperioden vom Beglaubigungsverfahren ausgeschlossen.

Werden andere Bestimmungen dieses Reglements verletzt, so kann die WEMF den entsprechenden Titel für die nächste Beglaubigung aus dem Beglaubigungsverfahren ausschliessen. Bei diesem Entscheid berücksichtigt die WEMF insbesondere die Schwere der Reglementsverletzung.

## 11 EINSPRACHEN

Allfällige Einsprachen gegen Entscheidungen, die im Rahmen dieses Reglements getroffen wurden, sind zu richten an:

KAV Kommission für Auflage und Verbreitung  
c/o WEMF AG für Werbemedienforschung  
Bachmattstrasse 53  
8048 Zürich

Die KAV klärt den Tatbestand ab und teilt dem Kunden den Entscheid schriftlich mit. Der Entscheid der KAV ist endgültig.

## 12 INKRAFTTRETEN

Dieses Reglement tritt laut Beschluss des Verwaltungsrats der WEMF per 1. Mai 2017 in Kraft. Es ist ab der Erhebungsperiode April 2017 bis März 2018 anwendbar und ersetzt alle früher erlassenen Regelungen.