

23 Mein Geld



Mein Geld
ANLEGERMAGAZIN

04 | 2017
SEPTEMBER | OKTOBER
23. JAHRGANG



DKM Spezial
zur Leitmesse der
Finanz- und Versiche-
rungsbranche
ab S. 94

**Guided Content
Aktien**
mit
BNP Paribas
GS&P
Rouvier
First Private
AB
S. 16

**Guided Content
Versicherung**
mit
Nürberger Versicherung
Basler Lebensver-
sicherung AG
Barmenia Versicherungen
Canada Life
S. 120

D 4,90 € | A 5,10 €
CH 6,90 CHF | LUX 5,30 €



LEITMENSCH DER FINANZINDUSTRIE

VANGUARD: EIN UNGEWÖHNLICHER VERMÖGENSVERWALTER

IM INTERVIEW MIT MEIN GELD: THOMAS MERZ,
HEAD OF DISTRIBUTION EUROPE EX UK, VANGUARD

Mein Geld

Mediaanalyse 2018



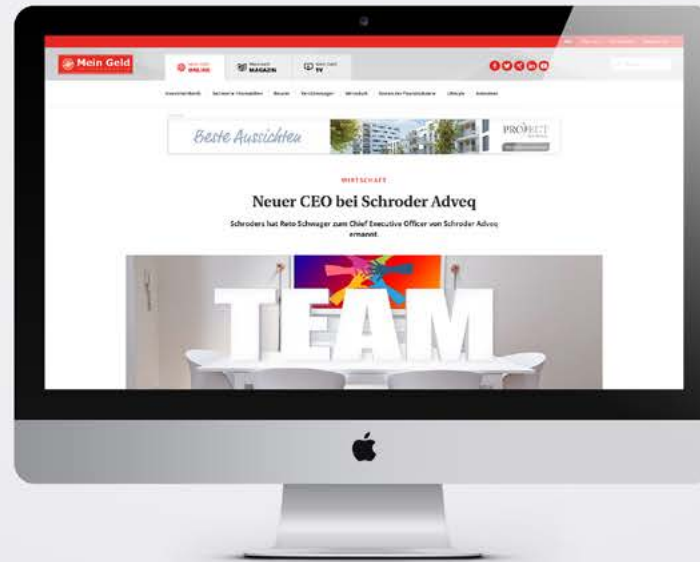
**1.
Platz**
Print als
Verkaufshilfe
5 x p.a.

MEIN GELD MEDIA PACK PRINT 2018

PRICES VALID FROM 01.10.2017

MEIN GELD MEDIA GROUP

MEIN GELD ONLINE



MEIN GELD TV



MEIN GELD MAGAZINE



CONTENT

Short portrait	03	ETF News	11
Target group and range	04	Special prints	12
Printing specifications and deadlines 2018	05	Mein Geld TV	13
Advertisement sizes and rates	07	Dates and facts	15
Advertorials	09	Contact	16
Guided Content	10	General terms and conditions of business	17

SHORT PORTRAIT

Mein Geld has been in the market for 20 years now and it is one of the leading corporately independent special interest magazines for leaders and decision makers of the financial and insurance industries. At the same time it is a guide for distributors, investors and institutional investors.

- **Mein Geld** helps you to reach the exact defined target group.
- You can make a large profit with the Mein Geld network and offer a lot of customized solutions to your clients.
- Our highly skilled editorial department and Mr. Detlef Glow, Head of EMEA Research at Lipper, deliver over 200 pages of high class content for every category in the magazine each year.
- Over 800 pages of well grounded articles in the categories:
 - investment funds
 - tangible assets / real estate
 - brokers/financial advisors
 - insurance
 - lifestyle
- **Mein Geld** Mein Geld also addresses to all institutional clients, consisting of family businesses, asset managers, private banking and pensions funds.
- With practical articles, interviews, judgments and news in brief, **Mein Geld** informs the readers and presents successful concepts and solutions for the day-to-day business. In addition, the latest trends in the financial market are presented.

MAIN TOPICS

- Investment funds
- tangible assets
- Real estate
- Brokers
- Financial service providers
 - Training and development
- Insurance
- Market and trends of the financial industries



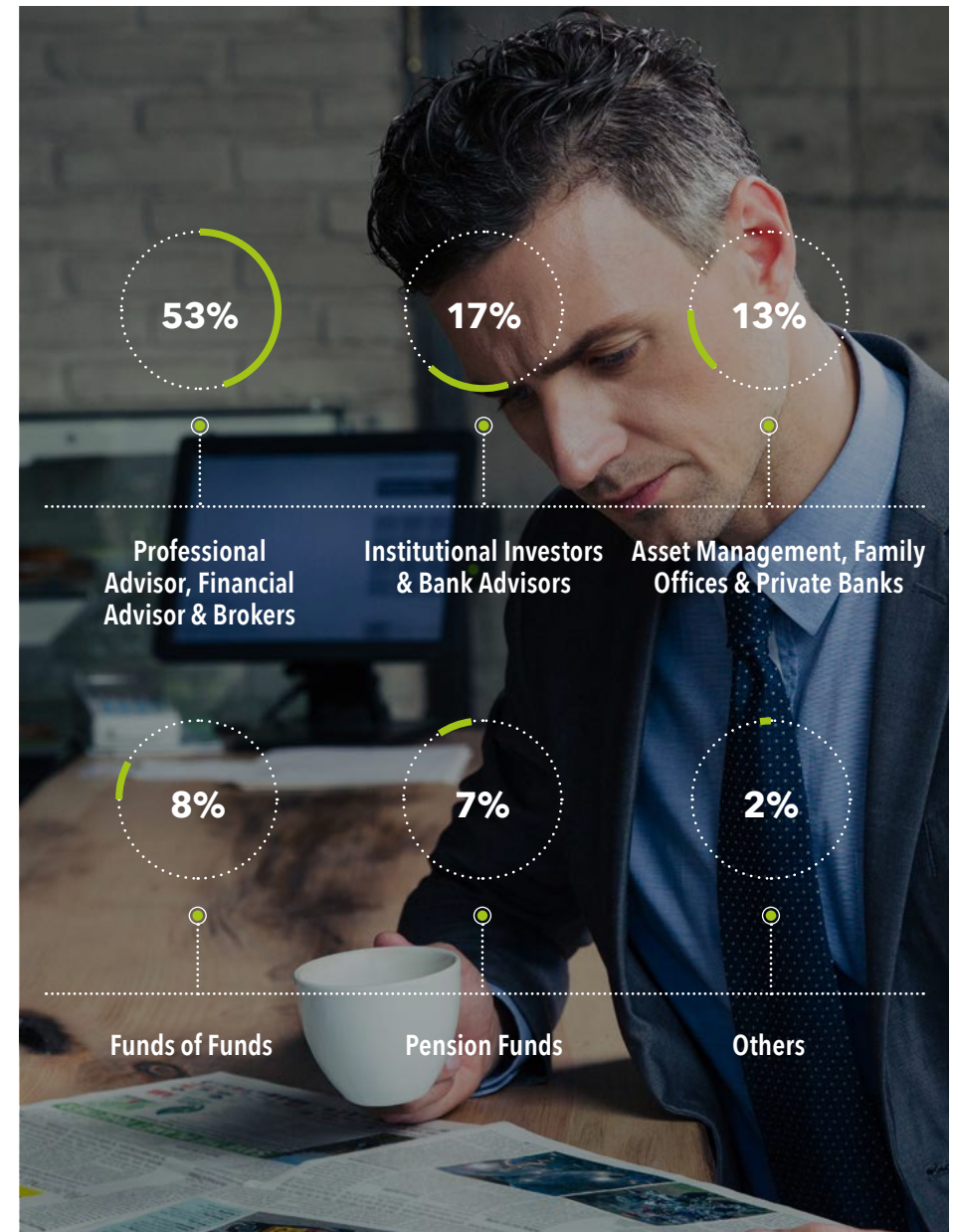
TARGET GROUP AND RANGE



With **Mein Geld** you can reach those affluent clients who are interested in your products and can afford them. Our readers use the services of your industry eminently and have an above-average, freely available income. **Mein Geld** is a commitment for financial service providers and brokerage pools, as it is a source of fair partners and new financial impulses. It offers consultants an active sales aid for themselves and their customers. Readers will find niche products in every segment in the magazine and are always ahead of the financial market trends. For institutional readers, too, the Open Mutual Funds section offers valuable information from the financial industry.

REICHWEITE

52 000 issues at newsstands throughout Germany, in Austria, Switzerland and Luxembourg. Additionally about 5 000 copies direct shipment to asset managers, family offices, associations, pension funds and private banking and 3 000 copies directly to institutional clients.



PRINTING SPECIFICATIONS AND DEADLINES 2018



PRINTING SPECIFICATIONS

Texts

Delivery only as clean text document (.doc, .docx). 2 700 characters (including spaces) per page. Please send picture files individually. Tables and graphics as possible in raw format (.doc, .docx, .xls)

Print documents

Delivery only as PDF/X-3-Standard.
Please note 3 mm bleed.
Do not use custom colours.
Note the colour profile.

Picture data

Colour pictures – Colour-mode CMYK,
Auflösung 300dpi,
Scale 100 %.
black and white images – grey scale mode,
Resolution 300 dpi.
No DCS-Format within EPS-Documnets.

Colour profile

ISOcoated_v2_300_eci.icc
total area coverage max. 300%.

Colour profile Download:
www.eci.org

DEADLINES 2018

ISSUE	DEADLINE	Release
01 - Februar / März	12.01.2018	19.02.2018
02 - April / Mai	02.03.2018	09.04.2018
03 - Juni / Juli	04.05.2018	11.06.2018
04 - September / Oktober	20.07.2018	27.08.2018
05 - November / Dezember	28.09.2018	05.11.2018

Dates are subject to minor changes.



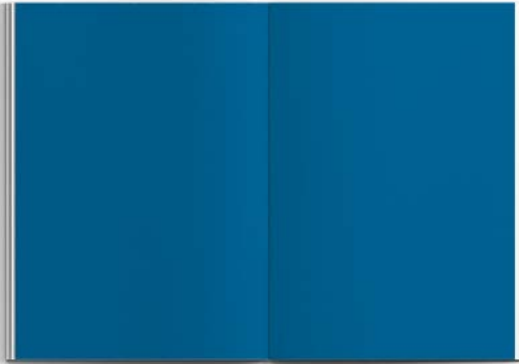
ADVERTISEMENT SIZES AND RATES



FORMAT	PRINT SPACE WIDTH X HEIGHT	FINAL FORMAT (+ 3 MM BLEED) WIDTH X HEIGHT	PRICES (PLUS. 19 % TAX)
2/1	→ 380 x ↑ 222 mm	→ 420 x ↑ 270 mm	12 520,00 €
1/1	→ 170 x ↑ 211 mm	→ 210 x ↑ 270 mm	7 025,00 €
1/2 horizontally	→ 170 x ↑ 109,5 mm	→ 210 x ↑ 133,5 mm	3 700,00 €
1/2 horizontally, printed across the gutter	→ 380 x ↑ 109,5 mm	→ 420 x ↑ 133,5 mm	7 540,00 €
1/3 vertically (1-column)	→ 53 x ↑ 211 mm	→ 73 x ↑ 270 mm	3 015,00 €
1/3 horizontally (3-columnes)	→ 170 x ↑ 65,5 mm	→ 210 x ↑ 90 mm	3 015,00 €
1/6 vertically (1-column)	→ 28 x ↑ 80 mm	→ 67 x ↑ 133,5 mm	1 510,00 €
1/4 vertically (1-column)	→ 53 x ↑ 166 mm	→ 73 x ↑ 190 mm	2 140,00 €
1/4 horizontally (3-columnes)	→ 170 x ↑ 44 mm	→ 210 x ↑ 70 mm	2 140,00 €
Flip Flop	left: → 170 x ↑ 100 mm / right: → 170 x ↑ 110 mm	left: → 210 x ↑ 135 mm / right: → 210 x ↑ 135 mm	7 540,00 €
Island	→ 53 x ↑ 53 mm	→ 53 x ↑ 53 mm	800,00 €
Tunnel	→ 53 x ↑ 61 mm	→ 53 x ↑ 85 mm	1 200,00 €
Wallpaper	left: → 116,5 x ↑ 24 mm / right: → 53 x ↑ 211 mm	left: → 136,5 x ↑ 55 mm / right: 1/3 vertically	5 170,00 €

SPECIALS	PRINT SPACE WIDTH X HEIGHT	FINAL FORMAT (+ 3 MM BLEED) WIDTH X HEIGHT	PRICES (PLUS. 19 % TAX)
2./3. cover page	-	→ 210 x ↑ 270 mm	7 660,00 €
4. cover page	-	→ 210 x ↑ 270 mm	8 940,00 €
1/3 Ad Editorial	→ 53,3 x ↑ 211 mm	→ 74 x ↑ 270 mm	3 300,00 €
1/3 Ad Table of contents	→ 61 x ↑ 211 mm	→ 81 x ↑ 270 mm	3 300,00 €
1/3 Ad Imprint	→ 53,3 x ↑ 211 mm	→ 74 x ↑ 270 mm	3 300,00 €
Title			upon request

ADVERTISEMENT SIZES AND RATES



2/1 pages, printed across the gutter

→ 420 x 270 mm

12 520,00 €



1/1 page

→ 210 x 270 mm

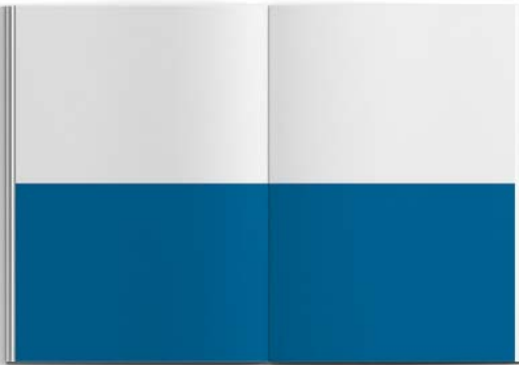
7 025,00 €



1/2 page

→ 210 x 133,5 mm

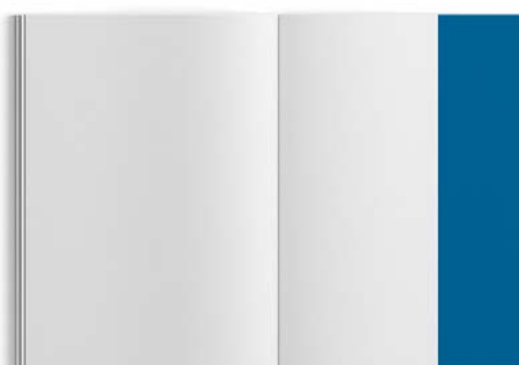
3 700,00 €



2 x 1/2 page, printed across the gutter

→ 420 x 133,5 mm

7 540,00 €



1/3 page, 1-column (vertically)

→ 73 x 270 mm

3 015,00 €



1/3 page, 3-columns (horizontally)

→ 210 x 90 mm

3 015,00 €

ADVERTISEMENT SIZES AND RATES



1/6 page, 1-column (vertically)

→ 67 x 133,5 mm

1 510,00 €



1/4 page, 1-column (vertically)

→ 72 x 190 mm

2 140,00 €



1/4 page, 3-spaktig (horizontally)

→ 210 x 70 mm

2 140,00 €



Flip Flop

2x → 210 x 135 mm

7 540,00 €



Island

→ 53 x 53 mm

800,00 €

1/3 page, 1-column (vertically)

→ 53 x 185 mm

1 200,00 €



Wallpaper

links → 136,5 x 55 mm

rechts → 73 x 270 mm

5 170,00 €

ADVERTORIALS

MEIN GELD ADVERTORIAL

Represent your product or company optimally with an advertorial in Mein Geld. With your contents (photos and logo (300 dpi), graphics, texts, ...) our team of editors, graphic designers and layout artists creates an individual and customized page design for you without any additional costs. We provide you with several pages for publishing your contents.

SERVICES

layout by **Mein Geld**, unlimited rights of use as .pdf on the internet.

PRICE EXAMPLE

one page* **1 760 €****
2 pages **3 300 €****

individual offers possible



*2700 characters per page including spaces.
**Price is not discountable and commissionable and is exclusive of VAT.

GUIDED CONTENT / CROSS MEDIA

EDITORIAL PREPARATION

The main topic will be editorially prepared in advance by **Mein Geld**.

1. INTRODUCTORY ARTICLE

- Market overview with relevant data and developments

2. EXPERT INTERVIEW

- Interview with an expert from the fonds industry or science

TWO PAGES FOR OUR CUSTOMERS

Every participating company gets two pages.*

3. PRODUCT PORTRAIT

- One page product portrait
- You send us the article and we will layout it for you
- 2700 characters incl. spaces
- plus footage

4. Q&A

- All four companies answer the exact same questions that are provided by **Mein Geld** in advance
- The questions serve the optimal comparability of the participating companies and their products
- 2700 characters incl. spaces

You can find all Guided Contents free of charge on the website of **Mein Geld**

* The pages should be viewed separately, the numbers of characters can not be added up or divided at will

INTRODUCTORY ARTICLE



EXPERTEN INTERVIEW



PARTICIPANT 1



PARTICIPANT 2



PARTICIPANT 3



PARTICIPANT 4



1. INTRODUCTION

The ETF News of each issue will be editorially prepared in advance by **Mein Geld**. The editorial staff puts together market overview with relevant data and developments

2. EDUCATION

One company teaches the **Mein Geld** readers about certain product lines and innovations from ETF and gives examples of their in-house products

- 2 pages
- Article has to meet the „learning character“
- You send us the article and we will layout it for you
- 5 500 characters incl. spaces
- plus footage

3. COMPANY-NEWS

Three further companies position themselves on the issues of ETF and inform the readers about their in-house products

- 1 page
- The topic can be chosen freely (product, strategy,...)
- Interview possible
- You send us the article and we will layout it for you
- 2700 characters incl. spaces
- plus footage

You can find all ETF News free of charge on the website of **Mein Geld**

Introduction



Education

COMPANY 1



Company-News

COMPANY 2



COMPANY 3



COMPANY 4



SPECIAL PRINTS

MEIN GELD SPECIAL PRINTS

With your **Mein Geld** special print you have an ideal communication amplifier at your side.

Use our special prints

- for your sales force
- as display at fairs and events
- for mailings
- for integration into your website

You can also have your article from the magazine reprinted as a special print. The articles are prepared at your wishes and regenerated with an individual cover page.

Prices Range	Preise auf Anfrage*
Format	2 pages, 4 pages, 6 pages (...)
	210 x 270 mm (closed)

*Prices are not commissionable



EXAMPLE 4 PAGES



EXAMPLE 6 PAGES



FRANKFURTER KREIS – DER FINANZTALK

Mein Geld TV conducts exclusive round tables with video footage in Berlin. Objective target of these talks is a constructive exchange of experience with critical statements from different perspectives.

Mein Geld TV hosts these round tables according to the motto:
„adopt, adapt, improve“

1) License free videos

Participants in these discussions are selected experts from the financial sector, business and politics. The use of the video is license-free for the participants

2) Spread on the internet

- Partners: Lipper Alpha Insight, wallstreet:online, Investment & more, BörseGo AG, FondsDISCOUNT.de, Thomson Reuters, GodmodeTrader, Go Guidants, FinanzNachrichten.de, Poppres, Fundresearch, Fondsvermittlung24.de, Asset Standard

- Forums and blogs: You Tube, Twitter, Xing, LinkedIn, Facebook, vimeo
- Promotion of the film through a Standalone Newsletter (over 20 000 recipients / up to 15% opening rate and a click rate of 1%)

The scope of the seven largest cooperation partners and financial Platforms is approximately 63.5 million PI per month (Page Impressions)

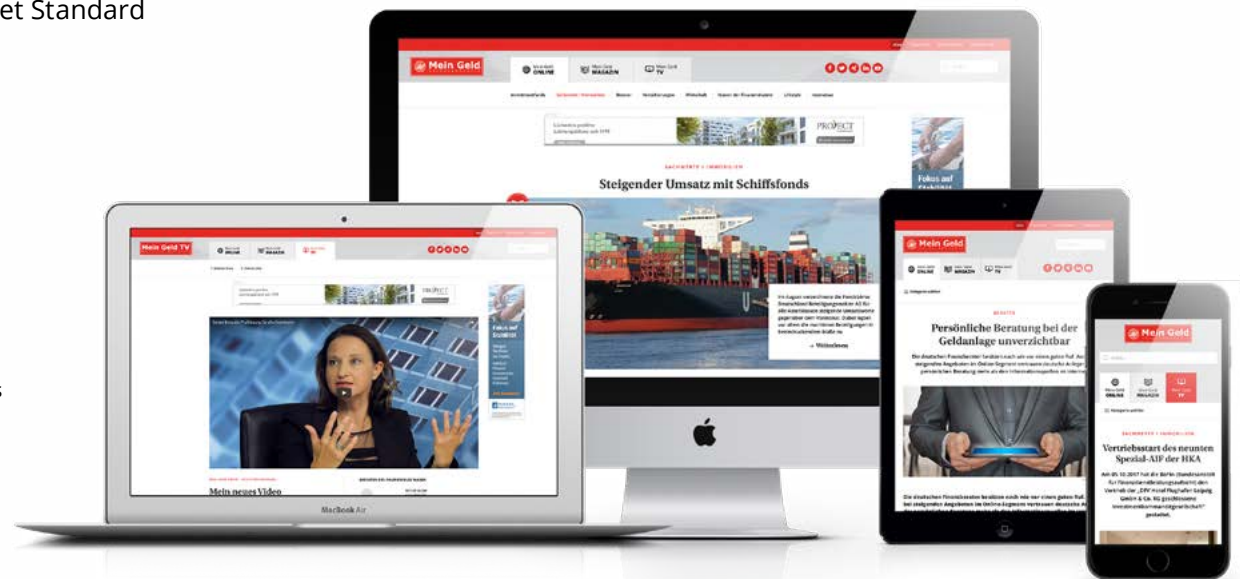
3) Printfeedback

A detailed summary of 2 pages is published in every following issue of the Mein Geld magazine.

Mein Geld TV shot over 260 videos and reaches up to 15 000 clicks per video within three months after publication.



approx.
15 000 clicks
per video after 3 months



ONE-ON-ONE - DAS EXPERTENGESPRÄCH

Mein Geld TV conducts exclusive round tables with video footage in Berlin. Objective target of these talks is a constructive exchange of experience with critical statements from different perspectives.

Mein Geld TV hosts these round tables according to the motto:
„adopt, adapt, improve“

1) License free videos

The use of the video is license-free for the participants

2) Spread on the internet

- Partners: Lipper Alpha Insight, wallstreet:online, Investment & more, BörseGo AG, FondsDISCOUNT.de, Thomson Reuters, GodmodeTrader, Go Guidants, FinanzNachrichten.de, Poppres, Fundresearch, Fondsvermittlung24.de, Asset Standard

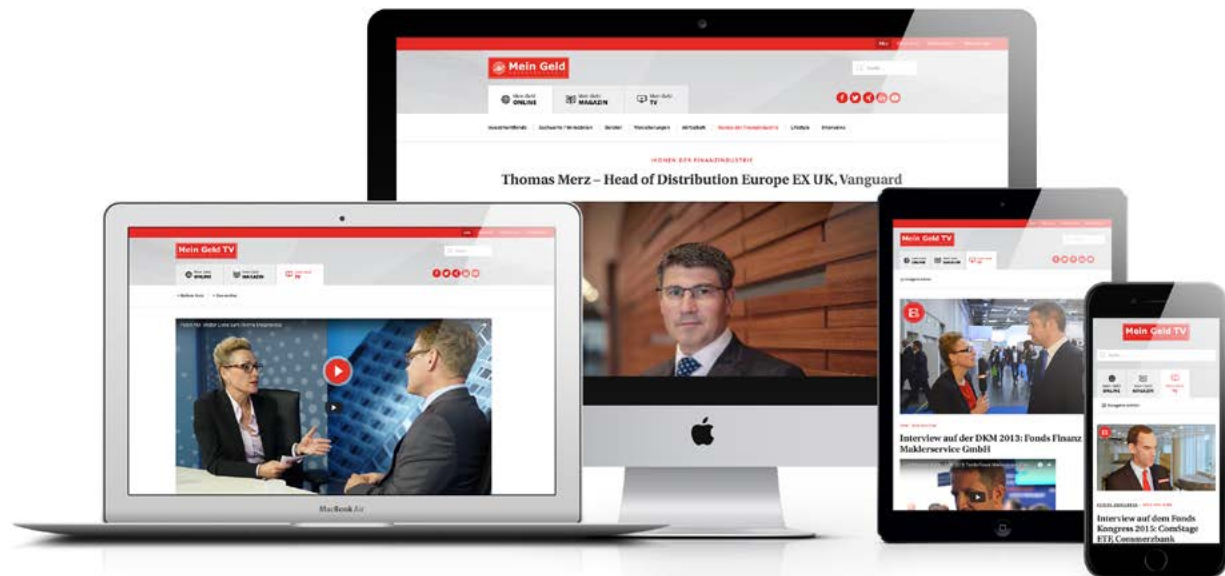
- Forums and blogs: You Tube, Twitter, Xing, LinkedIn, Facebook, vimeo
- Promotion of the interview film through a Standalone Newsletter (over 20 000 recipients / up to 15% opening rate and a click rate of 1%)

The scope of the seven largest cooperation partners and financial Platforms is approximately 63.5 million PI per month (Page Impressions)

Mein Geld TV shot over 260 videos and reaches up to 15 000 clicks per video within three months after publication.



approx.
15 000 clicks
per video after 3 months



DATES AND FACTS



GENRE	business Magazine
PRINT RUN	60 000 issues (Germany, Austria, Switzerland, Luxembourg)
ABONNENTEN	8 000
FREQUENCY OF PUBLICATION	5 issues per year
COPYPREIS	4,50 EUR Germany / 5,10 EUR Austria / 6,90 CHF Switzerland / 5,30 EUR Luxembourg
MAGAZINE FORMAT	210 x 270 mm
PRINT SPACE	170 x 211 mm / 2 700 characters including spaces
PRINT METHOD	sheet offset, adhesive binding
PRINT DOCUMENTS	Delivery per e-mail or data carrier in common file types, videos are inappropriate due to the loss of quality.
AGENCY COMMISSION	15 %

PUBLISHER

Mein Geld Medien GmbH
Friedrichstraße 133
10117 Berlin

Fon: +49 30 88 94 71 90
Fax: +49 30 88 94 71 93
info@mein-geld-medien.de

www.mein-geld-medien.de

Managing director

Blanche I. Hägewald
+49 30 88 94 71 90
haegewald@mein-geld-medien.de

EDITING

Editorial Board

Isabelle Hägewald
+49 30 88 94 71 90
haegewald@mein-geld-medien.de

Online editing

Jan Schröter
j.schroeter@mein-geld-medien.de

Ingo Blisse
i.blisse@mein-geld-medien.de

Laura Weger
l.weger@mein-geld-medien.de

GRAFICDESIGN/LAYOUT PRINT/ IMAGES

Jessica Zimmerling
+49 30 25056088
j.zimmerling@mein-geld-medien.de

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

1. Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten für die Verträge über Leistungen der Mein Geld Medien GmbH („Verlag“) in den Bereichen Print-Anzeigen, Online-Werbemittel (insoweit subsidiär zu den hierfür ggf. gesondert aufgestellten Bedingungen) und bewegtes Bild. Für Print-Anzeigen gelten daneben die jeweils aktuellen Mediadaten Print. Für Online-Werbemittel gelten daneben die jeweils aktuellen Mediadaten Online. Daneben gelten die dem Kunden für das jeweilige Format überlassenen Mediadaten und Konzeptunterlagen.

2. Entgegenstehende oder abweichende Bedingungen des Auftraggebers finden keine Anwendung, es sei denn, der Verlag hat ihrer Geltung ausdrücklich in Textform zugestimmt. Es gelten auch dann ausschließlich die Bedingungen des Verlages, wenn der Verlag in Kenntnis entgegenstehender oder abweichender Bedingungen des Auftraggebers die Leistung vorbehaltlos ausführt.

A. Print-Anzeigen

3. Es gilt die bei Vertragsschluss aktuelle Anzeigenpreisliste des Verlages. Preise, Aufschläge und Nachlässe werden für alle Auftraggeber einheitlich berechnet. Bei allgemeinen Änderungen der Preisliste ist der Verlag berechtigt, die vereinbarten Preise für noch nicht erschiene Anzeigen in gleicher Weise zu ändern.

4. Der Verlag gewährt die in der Anzeigenpreisliste bezeichneten Nachlässe für alle innerhalb eines Jahres erscheinenden Anzeigen eines Werbungstreibenden. Wird ein Auftrag aus Gründen, die der Verlag nicht zu vertreten hat, nicht ausgeführt, so hat der Auftraggeber unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten dem Verlag die Differenz zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme

entsprechenden Nachlass zu erstatten.

5. „Anzeigenauftrag“ im Sinne dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel (nachfolgend insgesamt als „Anzeigen“ bezeichnet) eines Werbungstreibenden oder sonstigen Inserenten („Auftraggeber“) zum Zweck der Verbreitung.

6. In einen Anzeigenauftrag können alle innerhalb eines Jahres erscheinenden Anzeigen einbezogen werden. Die Laufzeit des Anzeigenauftrages beginnt mit dem Erscheinen der ersten Anzeige.

7. Platzierungsanweisungen des Auftraggebers sind nur gültig, wenn sie vom Verlag schriftlich bestätigt worden sind.

8. Anzeigen werden in bestimmten Ausgaben und an bestimmten Plätzen nur aufgenommen, wenn Auftraggeber und Verlag sich hierauf in Textform (einschließlich E-Mail) geeinigt haben.

9. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

10. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge nicht anzunehmen, deren Inhalte gegen Gesetze, behördliche Bestimmungen oder die guten Sitten verstoßen, oder die wegen ihres Inhaltes, ihrer Herkunft oder technischen Form den einheitlichen Grundsätzen des Verlages widersprechen oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Trifft eine dieser Voraussetzungen auf einzelne Anzeigen im Rahmen eines Anzeigenauftrages zu, so ist der Verlag berechtigt, nach seiner Wahl die Anzeige bis zu einer Korrektur zurückzustellen oder die Anzeige abzulehnen. Der Gesamtabschluss

bleibt von einer solchen Ablehnung einzelner Anzeigen unberührt. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

11. Die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der Anzeigen verbleibt beim Auftraggeber. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob sie Rechte Dritter und/oder gesetzliche Vorschriften (z. B. Wettbewerbs-, Urheber-, Presserecht) verletzen. Der Auftraggeber hat den Verlag von Ansprüchen freizustellen, die Dritten aus der Ausführung des Auftrags gegen den Verlag erwachsen. Einen Schaden, der dem Verlag aus der Ausführung des Auftrags durch Ansprüche Dritter (z. B. Anspruch auf Abdruck einer Gegendarstellung oder Ansprüche wegen fehlender Bildrechte) entsteht, hat der Auftraggeber zu ersetzen.

12. Bei PR-Texten behält sich der Verlag formale Änderungen vor (z. B. Schriftart und -größe), um Layout-Vorgaben einzuhalten. Beilagen- und Beihefteraufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren Billigung bindend.

13. Anzeigen, die sich in Bild, Text oder Aufmachung auf „MeinGeld“ beziehen, kann der Verlag in der Regel nicht aufnehmen.

14. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an.

15. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.

16. Der Auftraggeber hat, soweit dies nicht von ihm selbst zu vertreten ist, bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige. Der Anspruch besteht nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige innerhalb der garantierten verkauften Auflage beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Nachfrist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung.

17. Für Schäden aus der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit sowie für Schäden, die auf Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit beruhen, haftet der Verlag nach den gesetzlichen Vorschriften. Für Schäden, die auf einer leicht fahrlässigen Verletzung wesentlicher Vertragspflichten beruhen, haftet der Verlag begrenzt auf Ersatz des vertragstypischen, vorhersehbaren Schadens. Sonstige Schadensersatzansprüche des Auftraggebers sind ausgeschlossen. Die Vorschriften des Produkthaftungsgesetzes bleiben unberührt. Für Schäden aus höherer Gewalt, Streik oder anderen Umständen, die der Verlag nicht zu vertreten hat, haftet der Verlag nicht.

18. Beim Abschluss über mehrere Anzeigen hat der Auftraggeber im Falle einer Auflagenminderung einen Anspruch auf Preisminderung, wenn eine Auflagenhöhe zugesichert ist und diese um mehr als 20 v. H. sinkt. Der Anspruch auf Preisminderung ist ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.

19. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit zurückgesandter Probeabz

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

ge oder Andrucke und der dazu gegebenenfalls vermerkten Korrekturangaben. Wenn der Auftraggeber den ihm übermittelten Korrekturabzug nicht innerhalb der ihm gesetzten Frist zurückgibt, gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt.

20. Rechnungen sind sofort nach Erhalt zur Zahlung fällig. Bei Zahlungen innerhalb von 3 Tagen werden 2% Skonto gewährt, sofern keine älteren Rechnungen offen sind.

21. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlungen verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf das ursprünglich vereinbarte Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

22. Kosten für erhebliche Änderungen einer ursprünglich vereinbarten Ausführung und für die Lieferung bestellter Druckunterlagen gehen zu Lasten des Auftraggebers.

23. Mängelhaftungs- und Schadenersatzansprüche gegen den Verlag verjähren innerhalb von zwölf Monaten ab Lieferung bzw. Veröffentlichung. Beanstandungen von Mängeln – mit Ausnahme von versteckten Mängeln – müssen dem Verlag innerhalb von vier Wochen nach Veröffentlichung erklärt werden.

24. Nach Freigabe des Korrekturabzugs sind Sistierungen, Änderungen von Größen, Forma-

ten und der Wechsel von Farben nicht mehr möglich. Bei telefonisch aufgegebenen Anzeigen oder telefonisch erteilten Korrekturen haftet der Verlag nicht für die Richtigkeit der Wiedergabe. Eine Haftung wird auch nicht übernommen wenn sich Mängel an der Vorlage erst bei der Reproduktion oder beim Druck zeigen. Der Auftraggeber hat bei ungenügendem Abdruck dann keine Ansprüche. Evtl. entstehende Mehrkosten müssen weiter berechnet werden.

25. Zu Beginn einer neuen Geschäftsverbindung behält sich der Verlag vor, Vorauszahlungen bis zum Anzeigenschlusstermin zu verlangen.

26. Der Verlegernachlass auf Anzeigen für Bücher, die im Verlag des Auftraggebers erscheinen, beträgt 10%.

27. Werbeagenturen und Werbemittler sind verpflichtet, sich mit ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen an die gültige Preisliste des Verlages zu halten. Eine vom Verlag gewährte Mittlervergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

28. Die Bedingungen für Anzeigenaufträge gelten sinngemäß auch für Aufträge über Sonderdrucke, Advertorials, Beihefter, Beikleber oder technische Sonderausführungen.

B. Online-Werbemittel

29. Für Verträge über Online-Werbemittel (insb. Anzeigen und andere Werbeschaltungen auf der Internetpräsenz des Verlages) gelten vorrangig die hierzu gesondert aufgestellten Allgemeinen Geschäftsbedingungen.

30. Im Übrigen gelten ergänzend und ent-

sprechend die vorstehenden Bedingungen für Print-Anzeigen.

31. Der Verlag behält sich vor, für Werbeaner aus Platzgründen ein Rotationsverfahren festzulegen.

C. Bewegtes Bild

32. Paketangebote des Verlages, die neben unentgeltlichen Leistungen im Bereich bewegtes Bild entgeltliche Leistungen, insbesondere Anzeigenaufträge, umfassen, können nur als Gesamtpaket der entgeltlichen und unentgeltlichen Leistungen gebucht werden. Die Annahme des Paketangebots erfasst daher stets auch den entgeltlichen Teil.

33. Leistungen des Verlages im Bereich bewegtes Bild bedürfen aufwendiger Planung und Vorbereitung. Sofern die Teilnahme einer vom Auftraggeber benannten Person an einer Videoproduktion (z. B. Aufzeichnung einer Roundtable-Diskussion, Frankfurter Kreis Finanztalk usw.) Vertragsbestandteil ist, ist der Auftraggeber daher für die Mitwirkung des Teilnehmers verantwortlich. Über eine Verhinderung des Teilnehmers hat der Auftraggeber den Verlag spätestens vier Wochen vor dem Zeitpunkt der Mitwirkung (z. B. Tag der Aufzeichnung), frühestens aber drei Werktage nach Bekanntgabe des Zeitpunktes der Mitwirkung durch den Verlag zu informieren. Der Auftraggeber hat zugleich einen geeigneten und qualifizierten Ersatzteilnehmer zu benennen. Ein geeigneter und qualifizierter Ersatzteilnehmer ist auch zu benennen, wenn der vorgesehene Teilnehmer kurzfristig verhindert ist.

34. Der Auftraggeber haftet für Schäden, die dem Verlag aus der vom Auftraggeber zu ver-

trehenden Verletzung der in Nr. 33 genannten Obliegenheiten entstehen. Die nicht rechtzeitige Benennung eines Ersatzteilnehmers sowie ein Verschulden der von ihm benannten Teilnehmer hat der Auftraggeber in jedem Fall zu vertreten.

35. Die Verhinderung eines Teilnehmers berechtigt den Auftraggeber nicht, sich vom Vertrag zu lösen, es sei denn, sie ist vom Verlag zu vertreten. Anspruch auf die ersatzweise Teilnahme an einer anderen Videoproduktion besteht nicht.

D. Allgemeines

36. Erfüllungsort und ausschließlicher Gerichtsstand ist der Sitz des Verlages, soweit nicht gesetzlich etwas anderes zwingend vorgeschrieben ist.

37. Es findet ausschließlich das Recht der Bundesrepublik Deutschland Anwendung.