



Mein Geld
ANLEGERMAGAZIN

05 | 2019
NOVEMBER | DEZEMBER
25. JAHRGANG

IMPACT
INVESTING
AB SEITE 30

JUBILÄUM
25
JAHRE
Mein Geld



Standard Life

Podiumsdiskussion zu den Aussichten für die Finanzberatung 2025

**Guided Content
Dividendenfonds**

mit
Fidelity
M&G
Lupus alpha

Seite 16

**Sachwertanlagen-
Spezial**

Interessante Alternativen für Anleger in der aktuellen Marktlage

Seite 84

D 4,50 € | A 5,10 €
CH 6,90 CHF | LUX 5,30 €



IM FOKUS

„WIR SIND MIT DER NEUEN DIALOG
ERFOLGREICH GESTARTET!“

STEFANIE SCHLICK, HEAD OF BROKER BEI DER GENERALI
DEUTSCHLAND AG, IM EXKLUSIVINTERVIEW MIT MEIN GELD

SEITE 6

Inklusive gratis Mein Geld
Weihnachtsgesamtwortspiel
ab Seite 100

Mein Geld 1. Platz
Mein Geld 1. Platz
Mein Geld TV Experten-Kompetenz hervorragend

MRTK Mediaanalyse 2019, Sie haben gewählt:

- 1. Platz Reichweite Newsletter (2x p. Monat)
- 1. Platz Reichweite Print (5x p.a.)
- MGTV: Experten-Kompetenz hervorragend

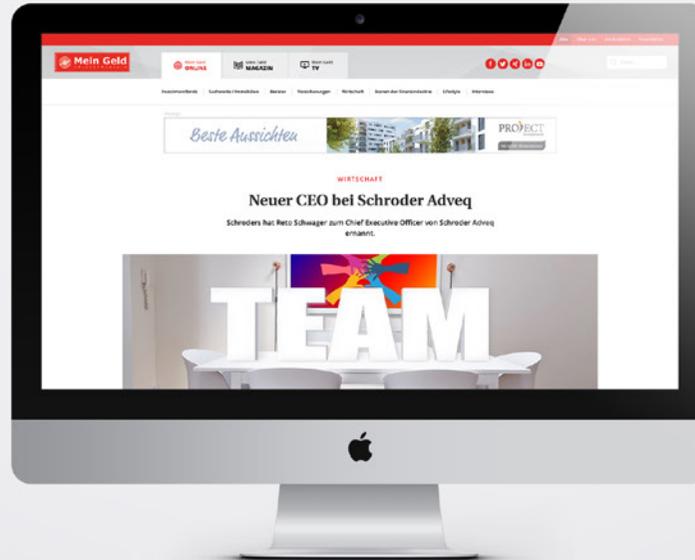
Vielen Dank!

MEIN GELD MEDIA PACK PRINT 2020

PRICES VALID FROM 01.01.2020

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 2020	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 also adresses 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

Trustee

Tangible assets

Real estate

Brokers

Financial service providers

Training and development

Insurance

Market and trends of the financial industries



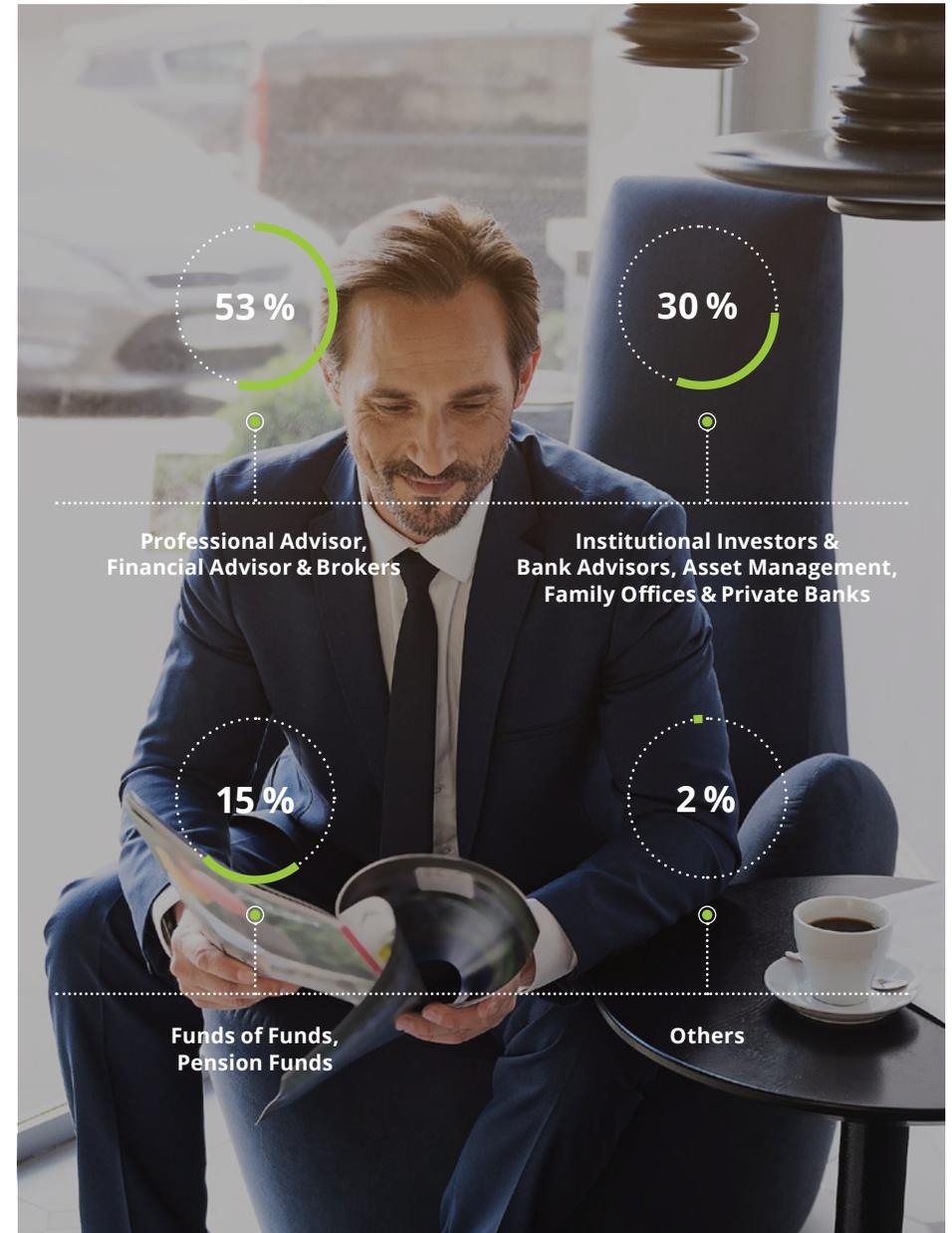
TARGET GROUP AND RANGE



RANGE

42,000 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.

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.



PRINTING SPECIFICATIONS AND DEADLINES 2020



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 300 dpi, 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 2020

ISSUE	DEADLINE	EVT
01 – February / March	13.01.2020	17.02.2020
02 – April / May	02.03.2020	06.04.2020
03 – June / July	27.04.2020	08.06.2020
04 – September / October	27.07.2020	07.09.2020
05 – November / December	28.09.2020	09.11.2020

Dates are subject to minor changes.



ADVERTISEMENT SIZES AND RATES

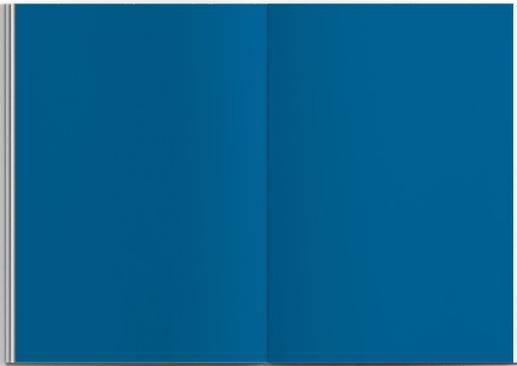


FORMAT	PRINT SPACE WIDTH X HEIGHT	FINAL FORMAT (+ 3 MM BLEED) WIDTH X HEIGHT	PRICE
2/1	380 x 222 mm	420 x 270 mm	13,000 Euro
1/1	170 x 211 mm	210 x 270 mm	7,500 Euro
1/2 horizontally	170 x 109,5 mm	210 x 133,5 mm	4,000 Euro
1/2 horizontally, printed across the gutter	380 x 109,5 mm	420 x 133,5 mm	8,000 Euro
1/3 vertically (1-column)	53 x 211 mm	73 x 270 mm	3,200 Euro
1/3 horizontally (3-columnes)	170 x 65,5 mm	210 x 90 mm	3,200 Euro
1/6 vertically (1-column)	28 x 80 mm	67 x 133,5 mm	1,700 Euro
1/4 vertically (1-column)	53 x 166 mm	73 x 190 mm	2,500 Euro
1/4 horizontally (3-columnes)	170 x 44 mm	210 x 70 mm	2,500 Euro
Flip Flop	left: 170 x 100 mm / right: 170 x 110 mm	left: 210 x 135 mm / right: 210 x 135 mm	8,000 Euro
Island	53 x 53 mm	53 x 53 mm	1,000 Euro
Tunnel	53 x 61 mm	53 x 85 mm	1,400 Euro
Wallpaper	left: 116,5 x 24 mm / right: 53 x 211 mm	left: 136,5 x 55 mm / right: 73 x 270 mm	6,000 Euro

SPECIALS	PRINT SPACE WIDTH X HEIGHT	FINAL FORMAT (+ 3 MM BLEED) WIDTH X HEIGHT	PRICE
2./3. cover page	-	210 x 270 mm	8,000 Euro
4. cover page	-	210 x 270 mm	8,700 Euro
1/3 Ad Editorial	53,3 x 211 mm	74 x 270 mm	3,500 Euro
1/3 Ad Table of contents	61 x 211 mm	81 x 270 mm	3,500 Euro
1/3 Ad Imprint	53,3 x 211 mm	74 x 270 mm	3,500 Euro
Title			upon request

All prices excl. VAT

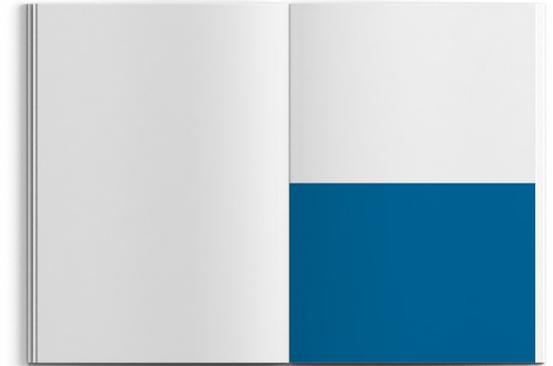
ADVERTISEMENT SIZES AND RATES



2/1 page, printed across the gutter
420 x 270 mm
13,000 Euro



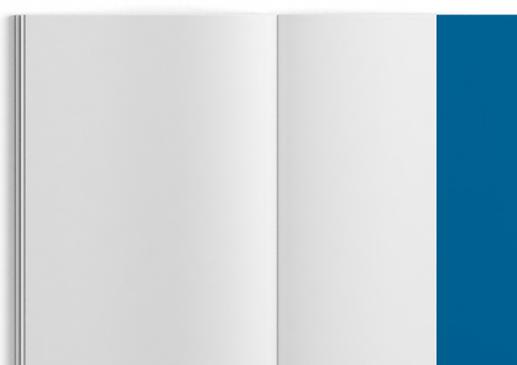
1/1 page
210 x 270 mm
7,500 Euro



1/2 page
210 x 133,5 mm
4,000 Euro



2 x 1/2 page, printed across the gutter
420 x 133,5 mm
8,000 Euro

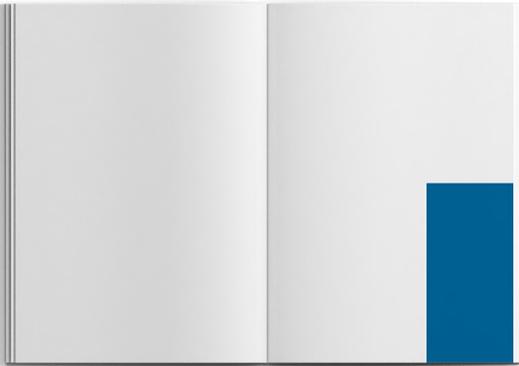


1/3 page, 1-column (vertically)
73 x 270 mm
3,200 Euro



1/3 page, 3-columns (horizontally)
210 x 90 mm
3,200 Euro

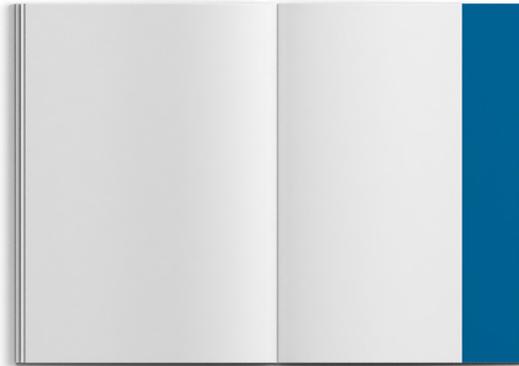
ADVERTISEMENT SIZES AND RATES



1/6 page, 1-column (vertically)

67 x 133,5 mm

1,700 Euro



1/4 page, 1-column (vertically)

72 x 190 mm

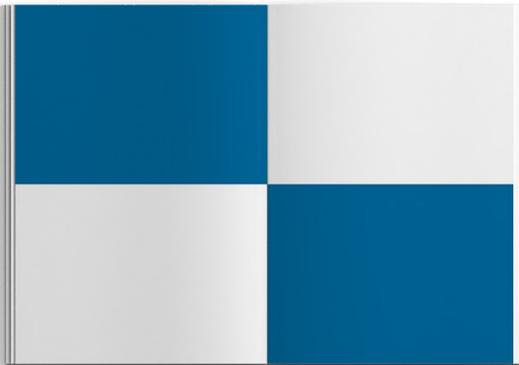
2,500 Euro



1/4 page, 3-column (horizontally)

210 x 70 mm

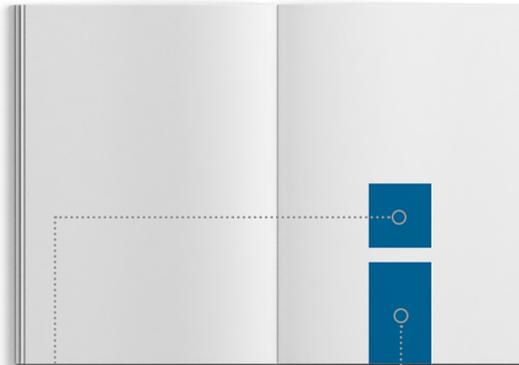
2,500 Euro



Flip Flop

2x 210 x 135 mm

8,000 Euro



Island

53 x 53 mm

1,000 Euro

Tunnel

53 x 85 mm

1,400 Euro



Wallpaper

left 136,5 x 55 mm

right 73 x 270 mm

6,000 Euro

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* für 1,800 Euro**
2 pages für 3,500 Euro**

Individual offers possible



*2,700 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 funds 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
- 2,700 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
- 2,700 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
- 2,700 characters incl. spaces
- plus footage

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

Introduction



Education



Company-News



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	Price on request*
Range	2 pages, 4 pages, 6 pages (...)
Format	210 x 270 mm (closed)

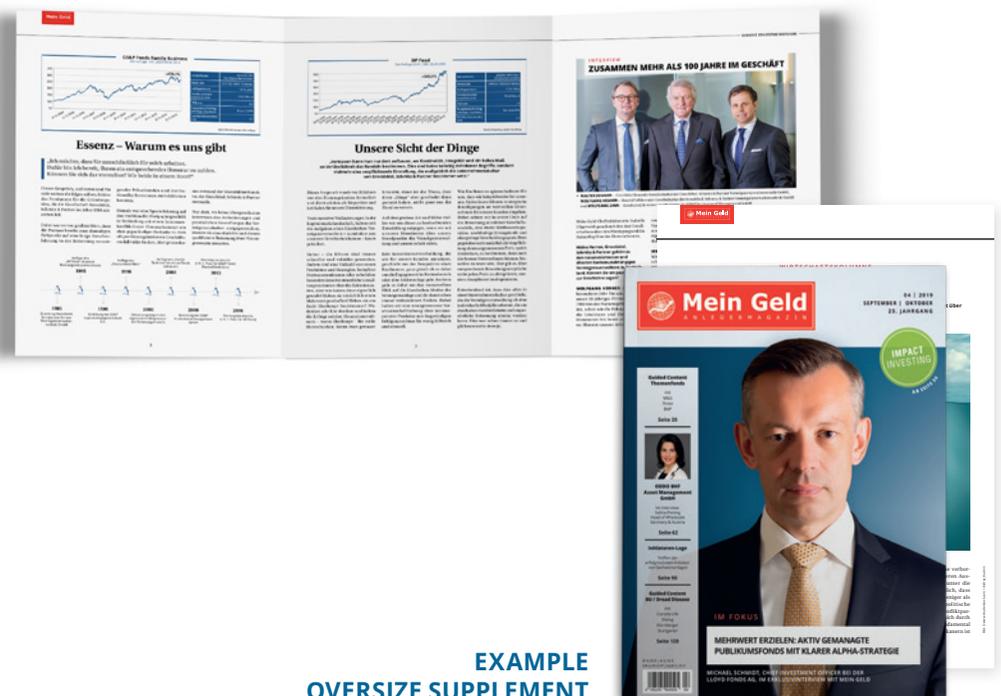
Or take advantage of our oversize side dish as a distinctive medium, price on request.

*Prices are not commissionable

EXAMPLE 4 PAGES



EXAMPLE 6 PAGES



EXAMPLE OVERSIZE SUPPLEMENT

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, Poppress, Fundresearch, Fondsvermittlung24.de, Asset Standard

- Forums and blogs: You Tube, Twitter, Xing, LinkedIn, Facebook, vimeo
- Promotion of the film through a Standalone Newsletter (over 16,000 recipients / up to 29.6% opening rate and a click rate of 2.5%)

The scope of the seven largest cooperation partners and financial Platforms is approximately 99.5 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 800 videos and reaches up to 10,000 clicks per video within three months after publication.



approx.
10,000 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, Poppress, 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 99.5 million PI per month (Page Impressions)

Mein Geld TV shot over 800 videos and reaches up to 10,000 clicks per video within three months after publication.



approx.
10,000 clicks
per video after 3 months



DATES AND FACTS



GENRE	Business Magazine
PRINT RUN	42,000 issues (Germany, Austria, Switzerland, Luxembourg)
ABONNENTEN	5,000
FREQUENCY OF PUBLICATION	5 issues per year
COPYPREIS	5,00 EUR Germany / 5,70 EUR Austria / 7,70 CHF Switzerland / 5,90 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

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

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

GRAFIC DESIGN/LAYOUT/ IMAGES

Claudia Zander
+49 30 88 94 71 92
c.zander@mein-geld-medien.de

Nicole Schwarz
+49 174 7 52 64 55
n.schwarz@mein-geld-medien.de

GENERAL TERMS AND CONDITIONS OF BUSINESS

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 Aufzeigenauftrag können alle innerhalb eines Jahres erscheinenden Anzeigen einbezogen werden. Die Laufzeit des Aufzeigenauftrages 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, Aufzeigenaufträge 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 Aufzeigenauftrages 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 Preiserminderung, wenn eine Auflagenhöhe zugesichert ist und diese um mehr als 20 v. H. sinkt. Der Anspruch auf Preiserminderung 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 Probeabzü-

GENERAL TERMS AND CONDITIONS OF BUSINESS

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, Formaten und der Wechsel von Farben nicht mehr möglich. Bei telefonisch aufgegebenen An-

zeigen 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 Mittelvergütung 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 entsprechend die vorstehenden Bedingungen für Print-Anzeigen.

31. Der Verlag behält sich vor, für Werbeban-

ner 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 vertretenden 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.