

In Kooperation mit

Handelsblatt

Wirtschafts Woche

EMPFEHLUNG
TOP ADRESSE
PROFIT
DER REGION

MRTK
Marktforschung für
kleine Budgets

**Mediaanalyse
2020**

1. Platz
Reichweite Print 5x p.a.
Reichweite Newsletter 2x p. Monat

MEDIADATEN MEIN GELD

Online 2021

Preise gültig ab 01.01.2021

GUTE ARGUMENTE FÜR DIE MEIN GELD MEDIEN GRUPPE

IHR PREMIUM-PARTNER FÜR PREMIUM-ZIELGRUPPEN

01 REICHWEITE

Mehr als 200.000 Menschen lesen und sehen Mein Geld-Inhalte jeden Monat, online und gedruckt.

02 ZIELGRUPPE

Das Mein Geld-Anlegermagazin erreicht Institutionelle Investoren, Berater der deutschen Investment-industrie, sowie Vermittler/Makler der Versicherungsindustrie.

03 MEINUNGSFÜHRER

Mein Geld-Anlegermagazin gehört aufgrund des investigativen Ansatzes zu den ältesten und etabliertesten Anlegermagazinen in Deutschland.

04 UNSER VERSPRECHEN

Mein Geld-Anlegermagazin bringt die Essenz dessen, was in der Investment- und der Versicherungsindustrie wichtig ist, und selektiert kritische Empfehlungswerte.

AUSZEICHNUNGEN



KOOPERATION MIT

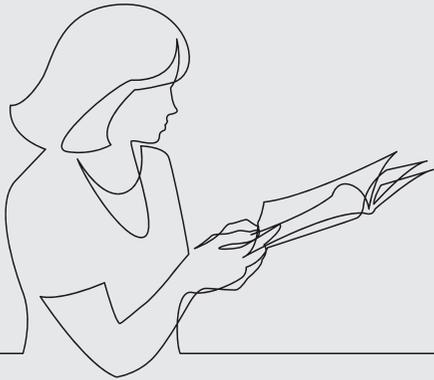
Handelsblatt



4 KANÄLE. EINE REICHWEITE.

MEIN GELD MEDIEN GRUPPE

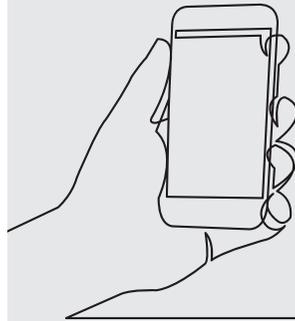
PRINT



Reichweite im Print

30.000 **LESER**

ONLINE

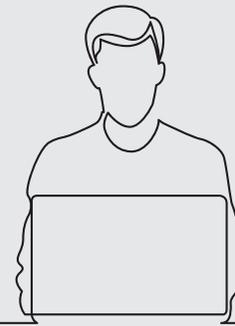


Homepage-Besuche pro Monat

500.000

PAGE IMPRESSIONS

TV



Gesamtreichweite mit unseren
Online-Kooperationspartnern

60 Mio.

CLICKS

VERANSTALTUNGEN



Mehr als

1.000 **GÄSTE**

auf diversen Veranstaltungen
mit crossmedialer Reichweite

Bilder: www.shutterstock.com / one line man



Handelsblatt



**Wirtschafts
Woche**

KURZPORTRAIT

Mein Geld steht seit mehr als 25 Jahren für unabhängigen, erstklassigen Investment-Journalismus. Das Mein Geld-Anlegermagazin bietet interessante Investmentlösungen und relevanten redaktionellen Kontext aus der Versicherungswirtschaft aus erster Hand – mit dem Anspruch informell und präzise zu sein.

Auf den digitalen Plattformen informiert Mein Geld schnell über die entscheidenden Nachrichten aus der Finanz- und Versicherungswelt und gibt Hintergrund und Einordnung.

Alle zwei Monate erreicht die Marke über 30.000 Leser.



PRINT

Gattung **Wirtschaftsmagazin**
 Verbreitete Auflage
4 Länder: Deutschland, Österreich, Schweiz, Luxemburg
 über **3.000 Belege an rein institutionelle Kunden**, restliche an B2B
 Erscheinungsweise **5x jährlich**
 Cypypreis **5 Euro**



WEBSEITE

Unique Visitors **22.500**
 Page Impressions **500.000**
 Gesamtreichweite, inkl. Kooperationspartnern, **60 Mio. Klicks**



TV

gedrehte Filme **mehr als 800**
 Verbreitung auf Social Media und diversen Finanz- und Versicherungs-Plattformen
 Klicks pro Roundtable-Video innerhalb von 3 Monaten **10.000**



VERANSTALTUNGEN

Initiatoren-Loge
 Assekuranz-Award
 Boutiquen-Award
 FNG-Siegelverleihung
 Lipper Fund-Award

SPOTLIGHTS

ERFOLGREICHE AUSRICHTUNGEN DER MEIN GELD MEDIEN GRUPPE



1. Platz
Mediaanalyse 2020
Reichweite Print (5x p.a.) und
Reichweite Newsletter (2x p. Monat)



Die Initiatoren-Loge
Wir bringen die erfolgreichsten
Anbieter von Sachwertanlagen mit
dem BVI und dem AfW zusammen



Focus Online
Druckartikel werden verteilt
über FOCUS Online



FNG
Medienpartnerschaften von
Mein Geld-Print und Mein Geld-TV
mit dem FNG seit 2015



Hidden Champions
Wir sind seit 2016 Medienpartner
der Hidden Champions Tour



Assekuranz Award
Exklusive Auszeichnung für die beste
Versicherung, Produkte und Formate



VUV
Seit Januar 2020
Mitglied
des VUV Forums



Lipper Partnerschaft
Medienpartner Refinitiv seit 2011
Exklusiver Veranstalter
Lipper Fund Awards
Intensivierung Print, Online und TV



Auszeichnung 2021
Ausgezeichnet & empfohlen von
Firmen-TV, in Kooperation mit Handels-
blatt und WirtschaftsWoche



Social Media
Starke Social Media-Kampagnen
über Instagram, Facebook und
LinkedIn für unsere Kunden



Ausblick
Ab 2021 Veranstalter eines unab-
hängigen Boutiquen-Awards mit allen
Akteuren der Finanzindustrie



Relaunch
des Mein Geld-Magazins und des
Roundtable-Formats mit Videoserien

MEIN GELD-ONLINE



NEWSLETTER

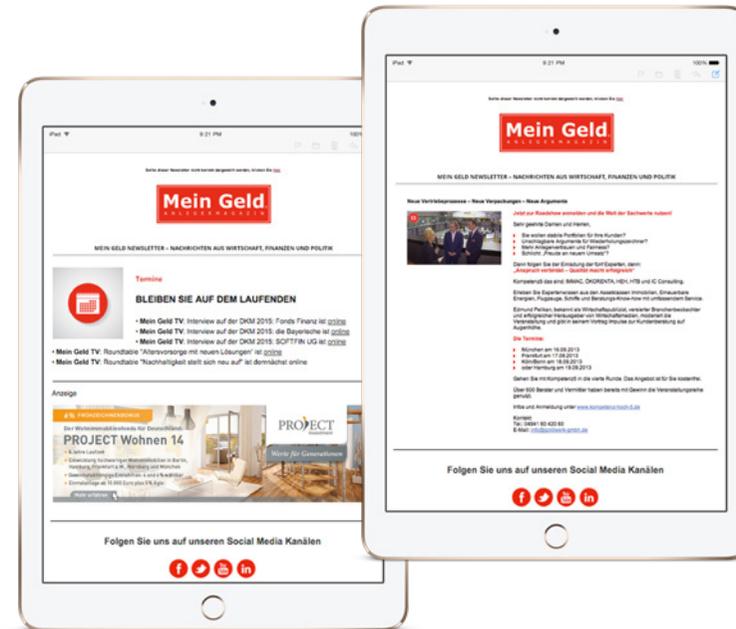
Werbepbanner im Mein Geld-Newsletter

Integriertes Werbepbanner in einem unserer regelmäßig versendeten Newsletter

Standalone Newsletter

Ein Newsletter ganz nach Ihren Wünschen und mit eigenen Inhalten. Verschiedene Empfänger-Gruppen möglich.

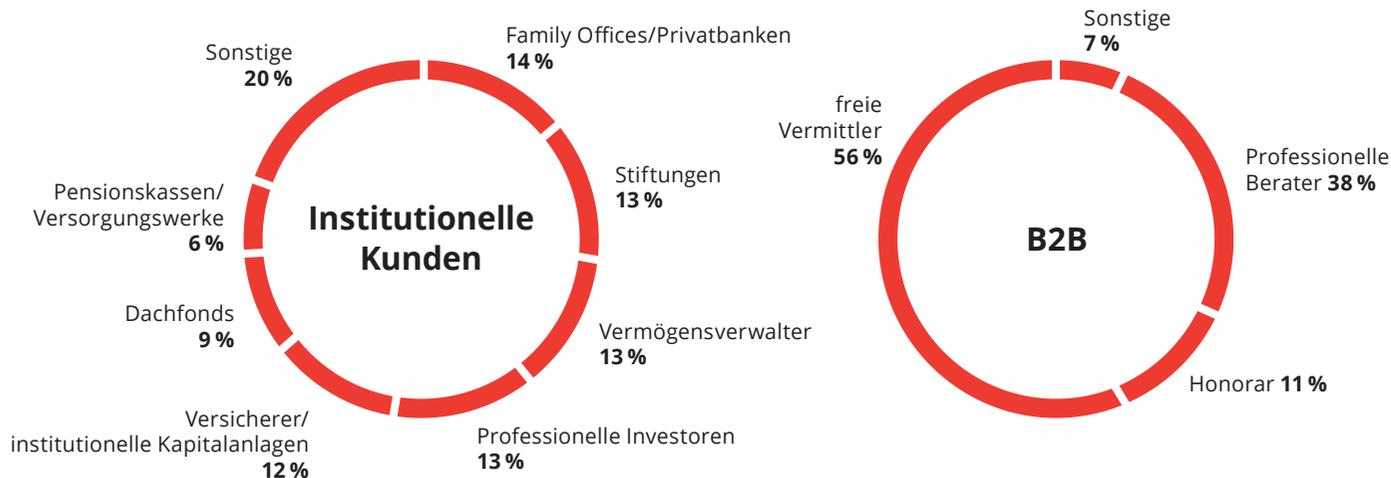
Werbepbanner im Newsletter
Pro Schaltung:
900 Euro,
zzgl. MwSt.



Standalone Newsletter
Pro Schaltung:
1.100 Euro,
zzgl. MwSt.

Zwei verschiedene

EMPFÄNGER-GRUPPEN



MEIN GELD-NEWSLETTER

16.253

Newsletter Abonnenten

30,9%

durchschnittliche
Öffnungsrate

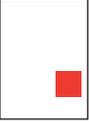
3,6%

durchschnittliche
Klickrate

BANNERFORMATE



ÜBERSICHT

Abbildung	Bannertyp	Größe (b x h)	Anzeigenbereich (Bildschirmbreite)	Dateiformat	Festpreis (pro Monat)
	Skyscraper	120 x 600 Pixel	ab 1.290 Pixel	gif/jpg	2.570 Euro
	Large Leaderboard	970 x 90 Pixel	ab 1.024 Pixel	gif/jpg	2.570 Euro
	Expandable Superbanner	728 x 300 Pixel	768 bis 1.023 Pixel (nur Tablet)	gif/jpg	3.530 Euro
	Rectangle	300 x 250 Pixel	immer sichtbar	gif/jpg	3.130 Euro

Alle Preise zzgl. MwSt.

MEIN GELD-PARTNERBOX



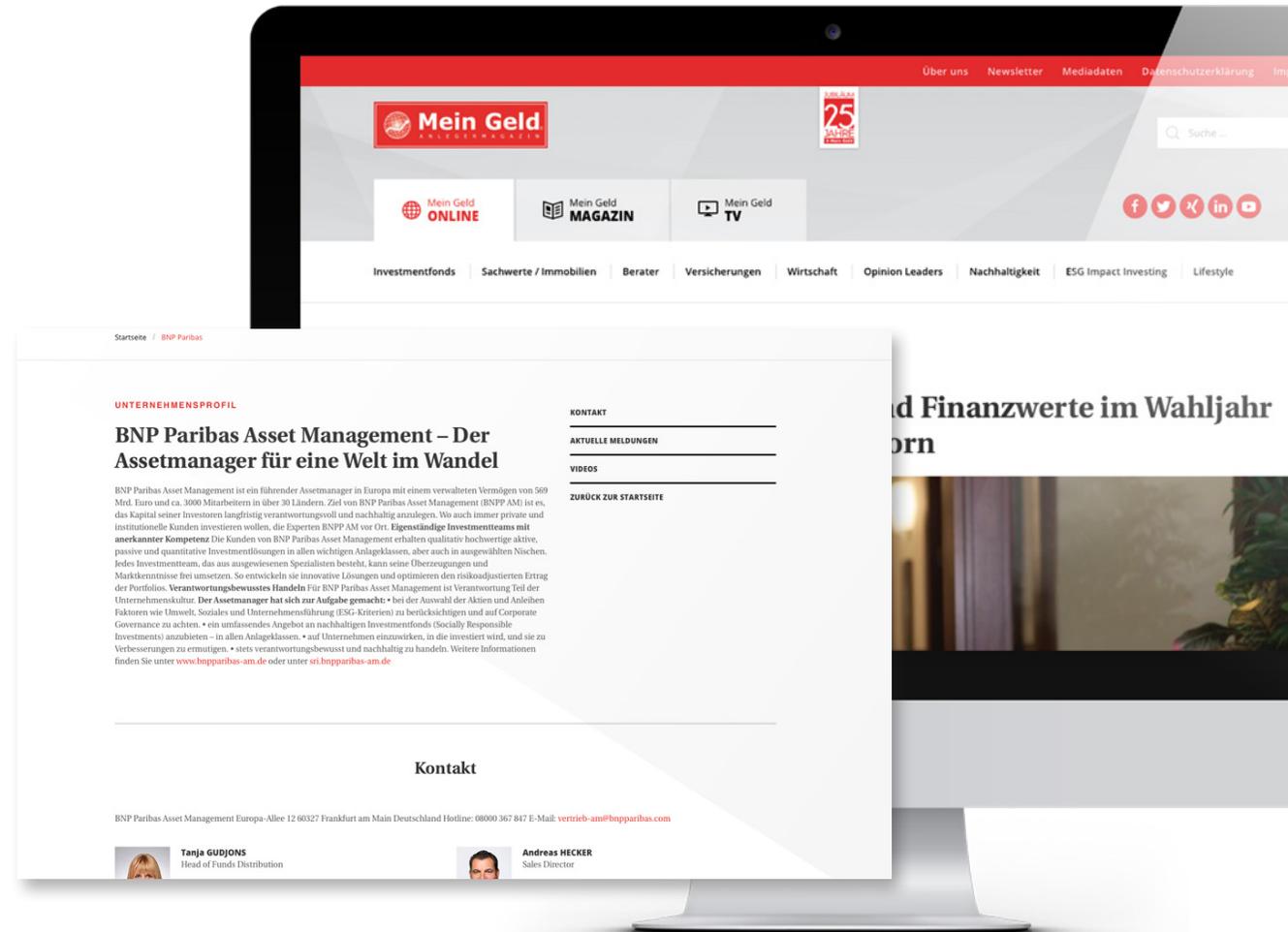
Ihr Logo erscheint präsent neben weiteren namhaften Unternehmen im Slider **„Unsere Partner“**

Sie bestimmen jederzeit in einem Baukastenformat: Ihr Unternehmensportrait, Ihre Kontaktdaten, Ihre aktuellen Meldungen, Ihr Produkt-, Fonds- oder Tarifportrait und Ihre Videos

Und dabei profitieren Sie vom Traffic der Mein Geld-Website – 500.000 Page Impressions und 22.500 Unique Visitors im Monat

Inhalte Ihrer Unternehmensseite

- Unternehmensprofil
- Kontakt
- Aktuelle Meldungen
- Fonds / Tarife
- Videos



OPINION LEADERS



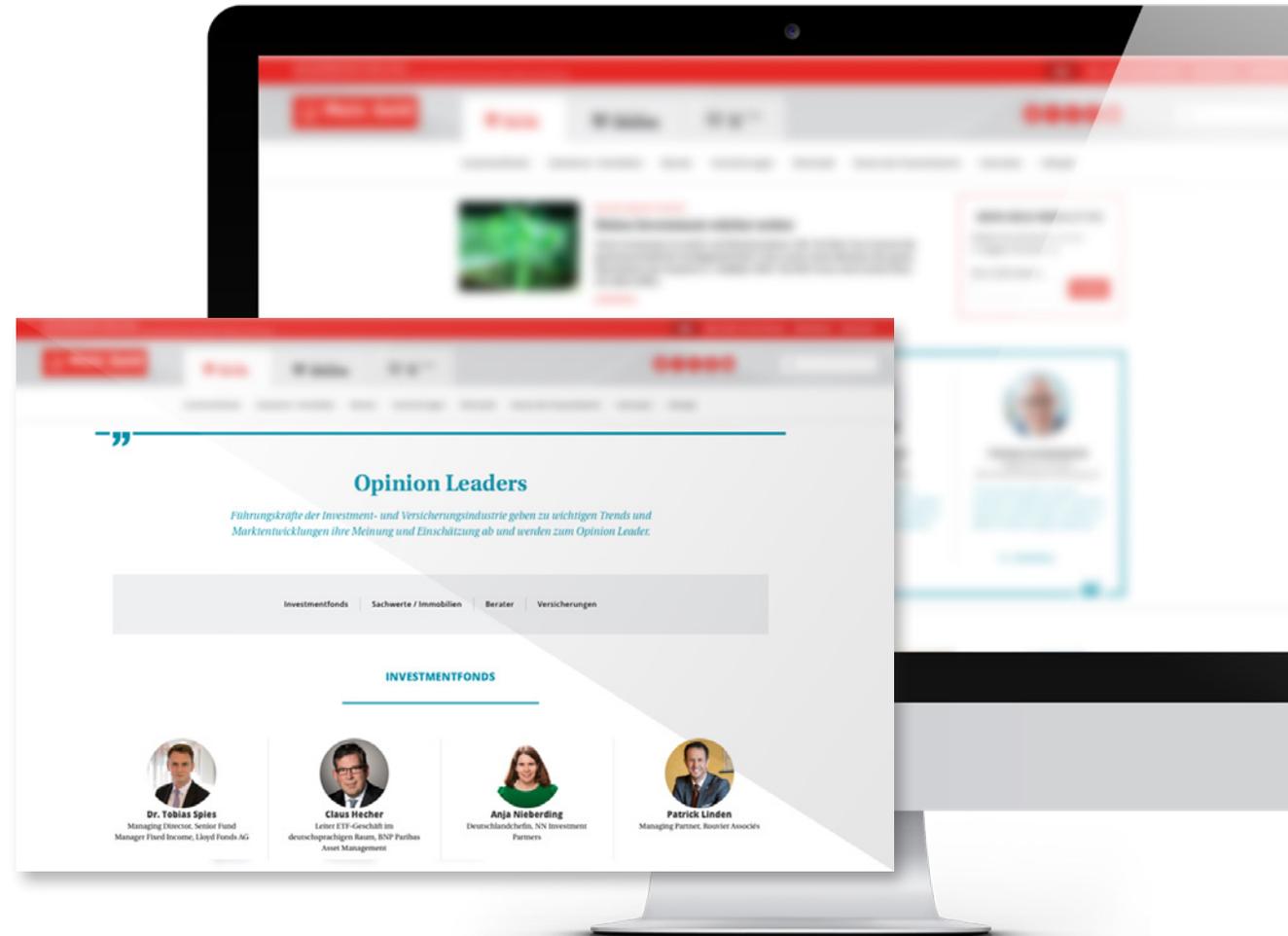
IHRE MEINUNG ZU AKTUELLEN MARKTENTWICKLUNGEN

Führungskräfte der Investment- und Versicherungsindustrie geben zu wichtigen Trends und Marktentwicklungen ihre Meinung und Einschätzung ab und werden zum Opinion Leader.

Sie erhalten über eine Laufzeit von einem Jahr monatlich eine aktuelle und auf Sie zugeschnittene Fragestellung zu einem Thema Ihrer Wahl.

Ihre Antwort erscheint auf der Mein Geld-Website, Sie profitieren von unserem Traffic – 500.000 Page Impressions und 22.500 Unique Visitors im Monat

Die Rubrik „Opinion Leaders“ wird außerdem im Mein Geld-Newsletter mit 16.253 E-Mail-Adressen und einer Öffnungsrate von 30,9 Prozent beworben.



VERTRIEBS-NEWS

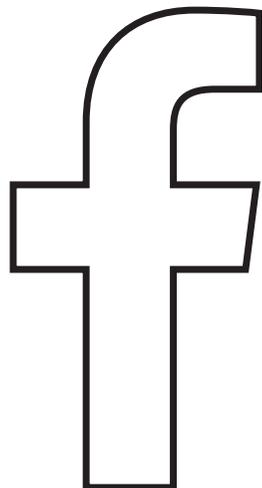


FACEBOOK-KAMPAGNE

Mein Geld-Online ist eine der führenden Plattformen für Berater, Investoren und Entscheidungsträger der Finanz- und Versicherungswirtschaft-

- Mindestreichweite auf Facebook: 30.000 User
- Zielgruppenermittlung für passgenaue Empfängergruppe
- Platzierung Ihres Artikels auf Mein Geld-Website
- An prominenter Stelle, mindestens 12 Stunden auf Platz 1 beim Öffnen der „Mein Geld“-Seite

Optional platzieren wir einen verlinkten Hinweis auf Ihren Artikel auf dem firmeneigenen Mein Geld-Facebookprofil.



FACEBOOK-KAMPAGNE

30.000

User Mindestreichweite

12 Stunden

auf Platz 1 der Mein Geld-Seite

VERTRIEBS-NEWS



AUSWERTUNG FACEBOOK-KAMPAGNE

Umfangreiche Auswertung Ihrer Facebook-Kampagne mit den wichtigsten Kennzahlen, wie erreichte Personen, Video-Aufrufe und Klick-Zahlen, im Überblick.

KUNDE KAMPAGNENNAME

FACEBOOK-KAMPAGNE IM ZEITRAUM 2. OKTOBER-30. OKTOBER

LANDINGPAGE



<https://www.verweislandingpage.de/>

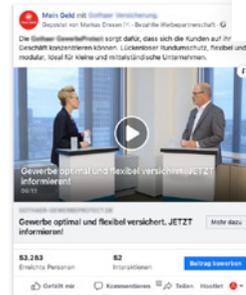
MEIN GELD-VIDEOS



Mein Geld Medien GmbH Friedrichstraße 133, 10117 Berlin haegewald@mein-geld-medien.de
4

FACEBOOK-KAMPAGNE –

VIDEO IN VOLLER LÄNGE MIT HERRN MU



Mein Geld Medien GmbH Friedrichstraße 133, 10117 Berlin haegewald@mein-geld-medien.de
6

FACEBOOK-KAMPAGNE

WICHTIGE KENNZAHLEN IM ÜBERBLICK

REICHWEITE

4 Kampagnen → **217.836 User**

Wir sind mit dem Ergebnis insgesamt zufrieden. DER MEIN GELD-ZIELGRUPPE

ZEITRAUM

2. Oktober – 30. Oktober
Laufzeit je Kampagne 4–5 Tage

KAMPAGNEN

Teil **1** Video in voller Länge

Teil **3–4** Kürzere Video-Teaser
Die meisten Link-Klicks auf die Landingpage erzielten wir bei der 2. Kampagne. Die 3. Kampagne lief auch mit Video-Teaser und zeichnete sich durch besonders viele direkte Video-Abspielklicks aus. In der 4. Kampagne fiel die Aufmerksamkeit zwar wieder etwas ab, aber hier erreichten wir wiederum eine gute Anzahl an Beitragklicks.

Mein Geld Medien GmbH Friedrichstraße 133, 10117 Berlin haegewald@mein-geld-medien.de
5

53.283
ERREICHTE PERSONEN

2.172
LANGERE VIDEO-AUFRUFE

50
KLICKS AUF BEITRÄGE

Wir erzielten eine Reichweite von 53.283 Usern aus den Mein Geld-Zielgruppen.
Die Anzahl an längeren Video-Aufrufen belief sich auf 2.172.
Wir erzielten 50 Klicks auf die Beiträge.

Beispielhafte Darstellung

MEIN GELD-TV



ONE-ON-ONE – DAS EXPERTENGESPRÄCH

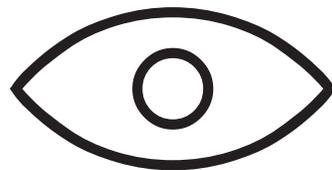
Mein Geld-TV führt auf Kongressen, Fachmessen oder anderem abgestimmten Ort und Zeitpunkt Experteninterviews zu verschiedenen Themen der Finanzbranche.

Die Interviews werden auf den Social Media-Plattformen Facebook, YouTube, LinkedIn, Instagram, sowie Kooperations-Plattformen und Mein Geld-Online verbreitet.



Über

500 **PRODUZIERTE FILME**



Pro Monat

63,5 Mio. **PI (PAGE IMPRESSIONS)**

Reichweite der sieben größten Kooperationspartner und Finanzplattformen

ONE-ON-ONE

Wo

Studio
Messen
Roadshow
Kongresse

Wie

Mit Experten
Mit eigenem Branding
Mit Mein Geld-Redaktion

Verwendung

Image-Kampagne
Roadshow
Facebook-Kampagne
Investoren-Education
Vermittler-Education
Unternehmenspräsentation
Serien-Kampagne



MEIN GELD-TV



FRANKFURTER KREIS – DER FINANZTALK

Mein Geld-TV führt in Frankfurt am Main in der VuV-Akademie exklusive Roundtable Gespräche mit Videoaufzeichnungen durch. Die Zielsetzung dieser Gesprächsrunden ist ein konstruktiver Erfahrungsaustausch mit kritischen Statements aus unterschiedlichen Blickwinkeln.

Mein Geld-TV leitet die Roundtables unter dem Motto: **Informationen für Investoren, Berater und financial Education**

Videos

Teilnehmer dieser Diskussionsrunden sind ausgewählte Experten aus der Finanzbranche, Versicherungsindustrie, Wirtschaft und Politik.

Verbreitung der Videos im Internet

Verbreitung auf den größten Finanz- und allen Social Media-Plattformen.

Printfeedback

Eine ausführliche Zusammenfassung wird in jeder folgenden Ausgabe vom Mein Geld-Anlegermagazin publiziert. Über einen QR-Code ist das Video direkt abrufbar.

Über

300 **ROUNDTABLES GEDREHT**

ROUNDTABLES GEDREHT

10.000 **KLICKS**

pro Video innerhalb von drei Monaten.



Aufnahmesituation in der VuV-Akademie

MEIN GELD-VERANSTALTUNGEN



Das Zusammentreffen der wichtigsten Akteure in der Finanz-, Versicherungs- und Sachwertindustrie ist zurecht ein unersetzliches Erlebnis von großem und nachhaltigem Wert. Es ist ein „have to be“ für ein erfolgsorientiertes Netzwerk und eine prägnante Marktpräsenz.

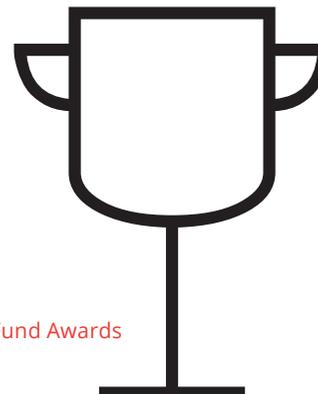
Unsere Award-Veranstaltungen

- Initiatoren-Loge
- Assekuranz-Award
- Boutiquen-Award
- FNG-Siegelverleihung
- Lipper Fund-Award

Als Veranstalter und Mediapartner erreichen wir die Essenz der Investment-, Versicherungs-, Emissions-, Immobilien- und Nachhaltigkeitsindustrie. Wir bringen alle entscheidenden Persönlichkeiten passend zur Veranstaltung zusammen.



Lipper Fund Awards 2019



Assekuranz-Award

Zusammenkunft der Creme de la Creme der Versicherungsindustrie



Boutiquen-Award

Begegnung von Institutionellen Investementhäusern



FNG-Siegelverleihung

Verleihung des Siegels vom Forum Nachhaltige Geldanlagen



Initiatoren-Loge

Treffen der erfolgreichsten Anbieter von Sachwertanlagen



Lipper Fund-Award

Zusammentreffen der Investmentindustrie mit den besten Fondsmanagern

KONTAKT

VERLAG UND HERAUSGEBER

Verlag

Mein Geld Medien GmbH
Friedrichstraße 133
10117 Berlin

Telefon +49 30 88947190
Fax +49 30 88947193
info@mein-geld-medien.de
www.mein-geld-medien.de

Geschäftsführung

Blanche I. Hägewald

Assistenz der Geschäftsleitung

Charlotte Wessels
c.wessels@mein-geld-medien.de
Telefon +49 30 88947192

MEIN GELD-REDAKTION

Chefredakteurin

Isabelle Hägewald
haegewald@mein-geld-medien.de
Telefon +49 30 88947190

Layout

Nicole Schwarz
n.schwarz@mein-geld-medien.de
Telefon +49 174 7526455

Onlineredaktion

Fabian Kelling
f.kelling@mein-geld-medien.de
Laura Weger
l.weger@mein-geld-medien.de
Thomas Lawniczak
t.lawniczak@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 erschienene 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-, Presse-recht) 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 Beihetferaufträge 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 Probeabzüge oder Andrucke und der dazu gegebenenfalls bemerkten 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.

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

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 offener 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 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 entsprechend die vorstehenden Bedingungen für Print-Anzeigen.

31. Der Verlag behält sich vor, für Werbebanner 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 Verlags 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.