



In Kooperation mit

**Handelsblatt**

**Wirtschafts Woche**

EMPFEHLUNG  
**TOP ADRESSE**  
PROFESSOR  
DER REGION

**MRTK**  
Marktforschung für  
kleine Budgets

**Mediaanalyse  
2020**

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

## MEIN GELD MEDIA KIT

Print 2021

Prices valid from 1 January 2021

# WHY SHOULD YOU WORK WITH MEIN GELD MEDIEN GRUPPE?

## OUR PREMIUM PARTNER FOR PREMIUM TARGET GROUPS

### 01 REACH

We reach more than 200,000 readers a month, online and via print.

### 02 TARGET GROUP

Mein Geld's investment magazine is read by institutional investors, consultants within the German investment industry as well as brokers of the insurance industry.

### 03 OPINION LEADER

Given its investigative approach, Mein Geld's investment magazine is among the most trusted investment magazines in Germany and is also among the magazines longest in business.

### 04 A PROMISE TO KEEP

Mein Geld's investment magazine identifies what drives the investment and insurance industry and selects and recommends critical assets.

#### AWARDS



#### COOPERATIONS WITH

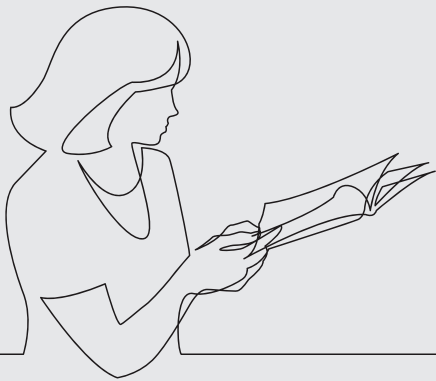
Handelsblatt



# FOUR CHANNELS. ONE REACH.

## MEIN GELD MEDIEN GRUPPE

### PRINT

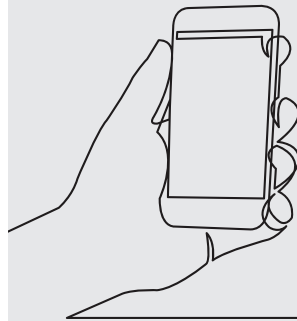


Reach of print

**30,000**

**READERS**

### ONLINE

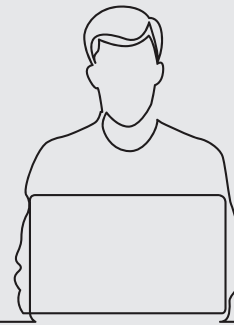


Visitors per month on homepage

**500,000**

**PAGE IMPRESSIONS**

### TV



Total reach of our cooperation partners online per month

**60 m.**

**CLICKS**

### EVENTS



More than

**1,000** **GUESTS**

at various events with cross-media reach

Pictures: www.shutterstock.com / one line man



**Handelsblatt**



# SHORT PROFILE

For more than 25 years, Mein Geld embodies independent, first-class journalism dedicated to investment.

The Mein Geld investment magazine presents interesting investment solutions and relevant first-hand editorial content from the insurance industry, committed to be both informal and precise.

Via various digital platforms, Mein Geld promptly informs about crucial news from the financial and insurance world and provides background information and classification.

Every two months, the magazine reaches more than 30,000 readers.



## PRINT

Type: **Business magazine**

In circulation

**4 countries: Germany, Austria, Switzerland, Luxembourg**

More than **3,000 copies distributed across institutional clients**, the remaining 27,000 copies go to B2B clients

Issued **5x a year, 5 euro** a copy



## WEBSITE

Unique visitors **22,500**

Page impressions **500,000**

Total reach, including cooperation partners **60 million clicks** per month



## TV

Number of produced TV features: **More than 800**

Distributed via social media and various financing and insurance platforms

Number of clicks every Roundtable video generates within 3 months: **10,000**



## EVENTS

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

# SPOTLIGHTS

## SUCCESSFUL DIRECTION OF MEIN GELD MEDIEN GRUPPE



**1<sup>st</sup> place**  
Media analysis 2020  
Reach print (5x p.a.) and  
reach newsletter (2x a month)



**Initiatoren-Loge**  
We bring the most successful  
issuers of tangible assets  
and the BVI and AfW together



**FOCUS Online**  
Prints are being distributed  
via FOCUS Online



**FNG**  
Media partnership between  
Mein Geld (print), Mein Geld TV  
and FNG since 2015



**Hidden Champions**  
Since 2016, Mein Geld is a media partner of the Hidden Champions Tour



**Assekuranz Award**  
Exclusive award for the best  
insurance, product and format



**VUV**  
Mein Geld is a  
member of the  
VUV Forum since  
January 2020



**Lipper Partnership**  
Since 2011, Mein Geld is a media partner of Refinitiv  
Exclusively organizes Lipper Fund Awards intensification of print, online and TV



**Outlook**  
Kicking off in 2012, Mein Geld will organise the independent Boutiquen-Award that brings together all major players of the financial industry



**Social Media**  
Our clients benefit from powerful campaigns on various social media platforms such as Instagram, Facebook and LinkedIn



**Relaunch**  
of Mein Geld (magazine) and the Roundtable format (video series)

**Award 2021**  
Award-winning and recommended by Firmen-TV, in cooperation with two of the leading financial publications in Germany, Handelsblatt and WirtschaftsWoche



# MEIN GELD PRINT

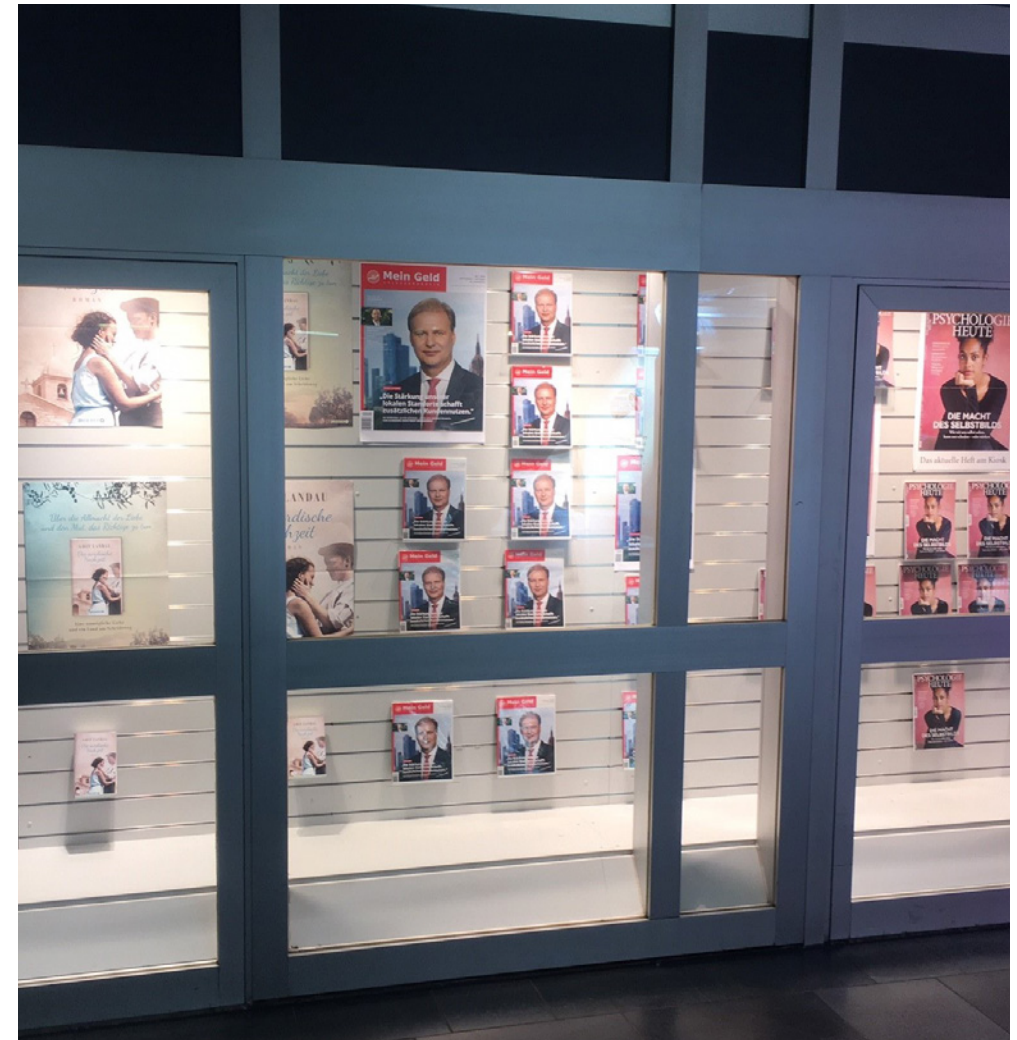


## REACH

The magazine has a circulation of 30,000 copies, available at news stands in four German-speaking countries

### Additional circulation

- AfW (organisation)
- B2B agents
- direct distribution to institutional clients
- VuV (organisation)
- subscribers



Window advertising at Frankfurt Hauptbahnhof

# CATEGORIES IN PRINT



With practice-oriented technical essays, interviews, opinions, relevant context, as well as company and product information, Mein Geld informs readers and presents successful concepts and solutions for investors and independent brokers. In addition, the latest trends in the financial and insurance market are presented.

For each category, our qualified specialist editorial team publishes over 200 articles each year – totaling over 800 pages of in-depth specialist knowledge spread over those categories.

The magazine features ca.

**200** ARTICLES PER YEAR  
= **800** PAGES OF IN-DEPTH SPECIALIST KNOWLEDGE

in those categories.

## Open investment funds



### Key areas

- company presentation
- guided content investment
- ETF news: market overview
- impact investing
- product explanation
- Lipper data

## Tangible assets/ real estate



### Key areas

- real estate investment
- regulations
- issuing houses

## Brokers/ financial service providers



### Key areas

- further education and training
- press activities
- free agents news
- statements from broker associations
- fairs/events
- regulations

## Insurance



### Key areas

- Tariffs of the month
- guided content insurance
- market studies for insurance companies
- trends in the insurance industry
- tariff innovations

## Lifestyle



### Key areas

- traveling
- hotels
- restaurants
- Life is Style

# PRINT CONCEPTS



## IN MAGAZINE

### ✓ Title story/cover positioning



### > Guided content insurance/investment

Usage of PDF for your own purposes:  
unlimited rights of use for the publications  
in print and online

### ✓ Special interview/positioning within an editorial



### ✓ Citation within an editorial







## IN MAGAZINE

### ✓ Company profile (annually)

▼ **Advertorial**

### ▼ Tariff of the Month

**UBS ASSET MANAGEMENT**

# China-Anleihen: Ein Investment mit Zukunft

**Der Nachhaltigkeitsteilnehmer Anleger wendet die hohe Korrelation zu anderen Anlagen und nur zum Risiko der für chinesische Anleihen spricht**

Die Investitionsoption für chinesische Anleihen ist heute noch groß. Nicht nur das, denn die Phase der ersten und ersten negativen Zinsen hat sich bereits verlaufen. Die ersten Anleihen, die zum ersten Mal negative Zinsen aufwiesen, wurden im ersten Quartal 2015 in den USA veröffentlicht. Inzwischen sind diese Anleihen auf dem Markt.

Chinesische Anleihen werden zunehmend zu den globalen Anlagen zugeordnet. Dabei hat sich das Indexunternehmen FTSE Russell angekündigt, chinesische Staatsanleihen ab Oktober 2015 in den Index des World Government Bond Index aufzunehmen. Dieser Index ist ein wichtiger Bestandteil des internationalen Investitions, was die Aufmerksamkeit der Anleger.

Die Korrelation zwischen den chinesischen Anleihen und den westlichen Anleihen ist hoch. Das ist ein Zeichen für die hohe Korrelation zu anderen Anlagen und nur zum Risiko der für chinesische Anleihen spricht.

Die Korrelation zwischen den chinesischen Anleihen und den westlichen Anleihen ist hoch. Das ist ein Zeichen für die hohe Korrelation zu anderen Anlagen und nur zum Risiko der für chinesische Anleihen spricht.

In der letzten Zeit, nach einem Anstieg der Zinsen, sind die Korrelationen zwischen den chinesischen Anleihen und den westlichen Anleihen gestiegen. Das ist ein Zeichen für die hohe Korrelation zu anderen Anlagen und nur zum Risiko der für chinesische Anleihen spricht.

**EFFIZIENTE EINZELNANFÄHIGKEIT  
KONSTRUIERTES ANLEIHEN**

Mehrere Größenordnungen  
besser in chinesische Anleihen  
investieren

Chinesische Anleihen sind  
Anleihen, die in den ersten 10  
des globalen Staatsanleihen  
Index aufgenommen werden. Das ist  
ein wichtiger Bestandteil des  
internationalen Investitions, was  
die Aufmerksamkeit der Anleger.

**IM FOCUS  
CHINA**

**POWERED BY**

**VALUE INTELLIGENCE GOLD COMPANY FONDS AMI**

# Absicherung mit Rentendepotenzial

Geld in Zeiten der Preisregulierung

Value Intelligence Gold Company Fonds AMI (SEK)  
ISIN: LU0308112103, Angebot in €

**PRIVATE  
LABEL  
FONDS**

**POWERED BY**

Smartest Money Manager

[illegible]

# MAYN

## THE LIFE ACTIV

Flexibles Investment zwischen Performance und Sicherheit

VERBODEN TOEGANG



ASCORE

ASCORE



**Lebensplanung und -organisation** sind die ersten Schritte, um das Leben besser zu meistern. Die Lebensplanung ist die Grundlage für die Lebensorganisation. Die Lebensorganisation ist die Umsetzung der Lebensplanung in die Realität. Die Lebensplanung ist die Grundlage für die Lebensorganisation. Die Lebensorganisation ist die Umsetzung der Lebensplanung in die Realität.

**Lebensplanung und -organisation** sind die ersten Schritte, um das Leben besser zu meistern. Die Lebensplanung ist die Grundlage für die Lebensorganisation. Die Lebensorganisation ist die Umsetzung der Lebensplanung in die Realität. Die Lebensplanung ist die Grundlage für die Lebensorganisation. Die Lebensorganisation ist die Umsetzung der Lebensplanung in die Realität.

**Lebensplanung und -organisation** sind die ersten Schritte, um das Leben besser zu meistern. Die Lebensplanung ist die Grundlage für die Lebensorganisation. Die Lebensorganisation ist die Umsetzung der Lebensplanung in die Realität. Die Lebensplanung ist die Grundlage für die Lebensorganisation. Die Lebensorganisation ist die Umsetzung der Lebensplanung in die Realität.

**Lebensplanung und -organisation** sind die ersten Schritte, um das Leben besser zu meistern. Die Lebensplanung ist die Grundlage für die Lebensorganisation. Die Lebensorganisation ist die Umsetzung der Lebensplanung in die Realität. Die Lebensplanung ist die Grundlage für die Lebensorganisation. Die Lebensorganisation ist die Umsetzung der Lebensplanung in die Realität.

**Lebensplanung und -organisation** sind die ersten Schritte, um das Leben besser zu meistern. Die Lebensplanung ist die Grundlage für die Lebensorganisation. Die Lebensorganisation ist die Umsetzung der Lebensplanung in die Realität. Die Lebensplanung ist die Grundlage für die Lebensorganisation. Die Lebensorganisation ist die Umsetzung der Lebensplanung in die Realität.

**Lebensplanung und -organisation** sind die ersten Schritte, um das Leben besser zu meistern. Die Lebensplanung ist die Grundlage für die Lebensorganisation. Die Lebensorganisation ist die Umsetzung der Lebensplanung in die Realität. Die Lebensplanung ist die Grundlage für die Lebensorganisation. Die Lebensorganisation ist die Umsetzung der Lebensplanung in die Realität.

01.07.2020 14:04:24 1/17

▼ Column

› **ETF News**  
**(annually)**

[illegible]

# > ETF News (annually)

» Mein Geld

## US ASSET MANAGEMENT Qualitätsfaktoren

In turbulenten Zeiten können defensive Faktoren das Portfolio stabilisieren

12. Mär.

In den vergangenen Wochen und Monaten bestanden Liquidität des Marktes, geringe Renditen, Unsicherheit und Kapitalflucht aus den Aktienmärkten. In der Folge haben sich die Aktienmärkte in den vergangenen Wochen und Monaten durch die Verunsicherung des Finanzmarktes weiter gebrochen. Auch Themen wie die US-Prävention befeuern die Sorge in den Finanzmärkten, dass die USA die wirtschaftliche Entwicklung der kommenden Jahre auch wie vor einigen – ebenso wie die Entwicklung der Fiskalpolitik.

Angesichts dessen kann es für Anleger sinnvoll sein, den eigenen Portfolio defensive Faktoren beizubehalten, um beispielsweise die Liquidität zu erhöhen. Hierunter können Aktien von Unternehmen eingerechnet, die sich vor allem durch eine starke Verankerung, wie ein stabiles Geschäftsmodell sowie stabile Beschäftigungsentwicklung auszeichnen. Ein geringes und in Unternehmen mit solchem Charakter meist ein starkes Markenbild und eine starke Markenbekanntheit sind weitere Kriterien.

### TECH-AKTION NACH DEM GESCHICK

Für den europäischen und den US-Markt können Marktindizes sowie die Performance von Aktienfonds ein Indikator sein, um die Entwicklung des Aktienmarktes zu beobachten. In der Vergangenheit haben sich die Aktienmärkte in den vergangenen Wochen und Monaten durch die Verunsicherung des Finanzmarktes weiter gebrochen. Auch Themen wie die US-Prävention befeuern die Sorge in den Finanzmärkten, dass die USA die wirtschaftliche Entwicklung der kommenden Jahre auch wie vor einigen – ebenso wie die Entwicklung der Fiskalpolitik.

Angesichts dessen kann es für Anleger sinnvoll sein, den eigenen Portfolio defensive Faktoren beizubehalten, um beispielsweise die Liquidität zu erhöhen. Hierunter können Aktien von Unternehmen eingerechnet, die sich vor allem durch eine starke Verankerung, wie ein stabiles Geschäftsmodell sowie stabile Beschäftigungsentwicklung auszeichnen. Ein geringes und in Unternehmen mit solchem Charakter meist ein starkes Markenbild und eine starke Markenbekanntheit sind weitere Kriterien.

Angesichts dessen kann es für Anleger sinnvoll sein, den eigenen Portfolio defensive Faktoren beizubehalten, um beispielsweise die Liquidität zu erhöhen. Hierunter können Aktien von Unternehmen eingerechnet, die sich vor allem durch eine starke Verankerung, wie ein stabiles Geschäftsmodell sowie stabile Beschäftigungsentwicklung auszeichnen. Ein geringes und in Unternehmen mit solchem Charakter meist ein starkes Markenbild und eine starke Markenbekanntheit sind weitere Kriterien.

Angesichts dessen kann es für Anleger sinnvoll sein, den eigenen Portfolio defensive Faktoren beizubehalten, um beispielsweise die Liquidität zu erhöhen. Hierunter können Aktien von Unternehmen eingerechnet, die sich vor allem durch eine starke Verankerung, wie ein stabiles Geschäftsmodell sowie stabile Beschäftigungsentwicklung auszeichnen. Ein geringes und in Unternehmen mit solchem Charakter meist ein starkes Markenbild und eine starke Markenbekanntheit sind weitere Kriterien.

Angesichts dessen kann es für Anleger sinnvoll sein, den eigenen Portfolio defensive Faktoren beizubehalten, um beispielsweise die Liquidität zu erhöhen. Hierunter können Aktien von Unternehmen eingerechnet, die sich vor allem durch eine starke Verankerung, wie ein stabiles Geschäftsmodell sowie stabile Beschäftigungsentwicklung auszeichnen. Ein geringes und in Unternehmen mit solchem Charakter meist ein starkes Markenbild und eine starke Markenbekanntheit sind weitere Kriterien.

Angesichts dessen kann es für Anleger sinnvoll sein, den eigenen Portfolio defensive Faktoren beizubehalten, um beispielsweise die Liquidität zu erhöhen. Hierunter können Aktien von Unternehmen eingerechnet, die sich vor allem durch eine starke Verankerung, wie ein stabiles Geschäftsmodell sowie stabile Beschäftigungsentwicklung auszeichnen. Ein geringes und in Unternehmen mit solchem Charakter meist ein starkes Markenbild und eine starke Markenbekanntheit sind weitere Kriterien.

Angesichts dessen kann es für Anleger sinnvoll sein, den eigenen Portfolio defensive Faktoren beizubehalten, um beispielsweise die Liquidität zu erhöhen. Hierunter können Aktien von Unternehmen eingerechnet, die sich vor allem durch eine starke Verankerung, wie ein stabiles Geschäftsmodell sowie stabile Beschäftigungsentwicklung auszeichnen. Ein geringes und in Unternehmen mit solchem Charakter meist ein starkes Markenbild und eine starke Markenbekanntheit sind weitere Kriterien.

» Mein GdG

OFFIZIELLE INVESTITIONEN

KOLUMNE ROLAND KÖLICH

## Augen auf den ABC der Kapitalanlagen Auch das kleine ABC des ESG-Gedankens wird gelernt sein

**L**aut dem letzten Nachhaltigkeits-PRD von E.ON, das der Vorreiter Energie 2018 erlassen hat, ist das grüne Geld immer intensiver in den Fokus gerückt. Die meisten Kapitalgeber wissen das, und es werden auch immer mehr Anleger, die sich für nachhaltige Kapitalgeber interessieren. Das ist ein sehr wichtiger Punkt, denn es ist ein Kapitalgeber, der sich für nachhaltige Kapitalgeber interessiert.

Leider ist die Produktentwicklung bei E.ON nicht ganz so leicht und viel einfacher zu gestalten, wenn man sich auf das grüne Geld konzentriert. Das ist ein sehr wichtiger Punkt, denn es ist ein Kapitalgeber, der sich für nachhaltige Kapitalgeber interessiert.

gründe der Anlage für nachhaltige Kapitalgeber. Das ist ein sehr wichtiger Punkt, denn es ist ein Kapitalgeber, der sich für nachhaltige Kapitalgeber interessiert.

Das ist ein sehr wichtiger Punkt, denn es ist ein Kapitalgeber, der sich für nachhaltige Kapitalgeber interessiert.

Das kleine ABC der Kapitalanlagen ist ein sehr wichtiger Punkt, denn es ist ein Kapitalgeber, der sich für nachhaltige Kapitalgeber interessiert.

Das ist ein sehr wichtiger Punkt, denn es ist ein Kapitalgeber, der sich für nachhaltige Kapitalgeber interessiert.

Das ist ein sehr wichtiger Punkt, denn es ist ein Kapitalgeber, der sich für nachhaltige Kapitalgeber interessiert.

Das ist ein sehr wichtiger Punkt, denn es ist ein Kapitalgeber, der sich für nachhaltige Kapitalgeber interessiert.

Das ist ein sehr wichtiger Punkt, denn es ist ein Kapitalgeber, der sich für nachhaltige Kapitalgeber interessiert.

Das ist ein sehr wichtiger Punkt, denn es ist ein Kapitalgeber, der sich für nachhaltige Kapitalgeber interessiert.

Das ist ein sehr wichtiger Punkt, denn es ist ein Kapitalgeber, der sich für nachhaltige Kapitalgeber interessiert.

Das ist ein sehr wichtiger Punkt, denn es ist ein Kapitalgeber, der sich für nachhaltige Kapitalgeber interessiert.

Das ist ein sehr wichtiger Punkt, denn es ist ein Kapitalgeber, der sich für nachhaltige Kapitalgeber interessiert.

Das ist ein sehr wichtiger Punkt, denn es ist ein Kapitalgeber, der sich für nachhaltige Kapitalgeber interessiert.

Das ist ein sehr wichtiger Punkt, denn es ist ein Kapitalgeber, der sich für nachhaltige Kapitalgeber interessiert.

Das ist ein sehr wichtiger Punkt, denn es ist ein Kapitalgeber, der sich für nachhaltige Kapitalgeber interessiert.

Das ist ein sehr wichtiger Punkt, denn es ist ein Kapitalgeber, der sich für nachhaltige Kapitalgeber interessiert.

ROLAND KÖLICH

ROLAND KÖLICH ist ein sehr wichtiger Punkt, denn es ist ein Kapitalgeber, der sich für nachhaltige Kapitalgeber interessiert.

# PRINT CONCEPTS

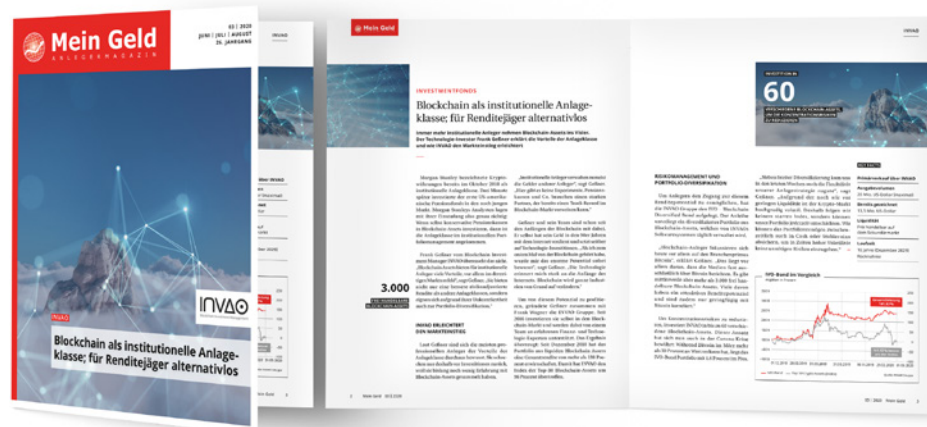


## SUPPLEMENTS

### 2-pager



### 4-pager



### Oversize



### 5 issues a year



### Booklet



Usage of PDF for your own purposes:  
unlimited rights of use for the publications  
in print and online

# PRINTING SPECIFICATIONS AND RELEASE DATES



## PRINTING SPECIFICATIONS AND MATERIALS

### Texts

Texts are submitted as documents only (.doc, .docx). **2,000 characters (including spaces) per page.**

Please submit image files individually and spreadsheets and charts in raw versions (.doc, .docx, .xls), if possible.

### Printing materials (advertisements)

Printing materials are to be submitted in **PDF/X-3** only. Please keep a bleed of 3 mm in mind. Do not use spot colours. Follow the colour profile.

### Magazine format

The format of Mein Geld magazine is **210 mm x 270 mm.**

### Image files

Coloured pictures – **CMYK colour mode**  
Resolution **300 dpi**  
Scale of size 100 %.

B&w pictures – grey scale mode  
Resolution 300 dpi  
Scale of size 100 % – Bitmap mode  
1,200 dpi at the very least

No image data in DCS format may be integrated within an EPS file format.

### Colour profile

**ISOcoated\_v2\_300\_eci.icc**  
Total ink coverage maximum 300 %.  
Find the profile here: [www.eci.org](http://www.eci.org).



## RELEASE DATES 2021



| Issue                              | Deadline   | First day of publication |
|------------------------------------|------------|--------------------------|
| <b>01 – January/February/March</b> | 11.01.2021 | 15.02.2021               |
| <b>02 – April/May</b>              | 01.03.2021 | 06.04.2021               |
| <b>03 – June/July/August</b>       | 26.04.2021 | 07.06.2021               |
| <b>04 – September/October</b>      | 26.07.2021 | 06.09.2021               |
| <b>05 – November/December</b>      | 27.09.2021 | 08.11.2021               |

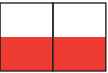
Minor date changes reserved.



# AD FORMATS AND RATES



## BASIC FORMATS

| Layout                                                                            | Formats | 1/1 1 page              | Type area (width and height) | Trim (width and height) | Price      |
|-----------------------------------------------------------------------------------|---------|-------------------------|------------------------------|-------------------------|------------|
|  | 1/1     | One page                | 170 mm x 211 mm              | 210 mm x 270 mm         | 7,875 euro |
|  | 1/2     | 3 horizontal columns    | 170 mm x 109.5 mm            | 210 mm x 133.5 mm       | 4,200 euro |
|  | 1/2     | 6 horizontal columns    | 380 mm x 109.5 mm            | 420 mm x 133.5 mm       | 8,400 euro |
|  | 1/3     | 1 vertical column       | 53 mm x 211 mm               | 73 mm x 270 mm          | 3,360 euro |
|  | 1/3     | 1/3 column horizontally | 170 mm x 65.5 mm             | 210 mm x 90 mm          | 3,360 euro |

➤ **Printing specifications:** Magazine format: 210 mm x 270 mm. Printing materials are to be submitted in PDF/X-3 only. Please keep a bleed of 3 mm in mind.  
Do not use spot colours. Follow the colour profile.

All prices plus VAT.



# AD FORMATS AND RATES



## SPECIAL FORMATS

| Layout                                                                              | Formats                                        | Type area (width and height) | Trim (width and height) | Price        |
|-------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------|------------------------------|-------------------------|--------------|
|    | Cover page                                     |                              | 210 mm x 270 mm         | upon request |
|    | 2./3. cover page                               |                              | 210 mm x 270 mm         | 8,400 euro   |
|    | 4. cover page                                  |                              | 210 mm x 270 mm         | 9,135 euro   |
|    | 1/3 table of contents<br>(1 vertical column)   | 61 mm x 211 mm               | 81 mm x 270 mm          | 3,675 euro   |
|    | 1/3 imprint<br>(1/3 column horizontally)       | 170 mm x 65.5 mm             | 210 mm x 90 mm          | 3,675 euro   |
|   | 2. cover page<br>plus mention in the editorial |                              |                         | 9,500 euro   |
|  | Mention in the editorial                       |                              |                         | 1,000 euro   |
|  | Teaser (photo + mention) in the editorial      |                              |                         | 600 euro     |

 **Printing specifications:** Magazine format: 210 mm x 270 mm. Printing materials are to be submitted in PDF/X-3 only. Please keep a bleed of 3 mm in mind.  
Do not use spot colours. Follow the colour profile.

All prices plus VAT.

# MEIN GELD ONLINE



## NEWSLETTER

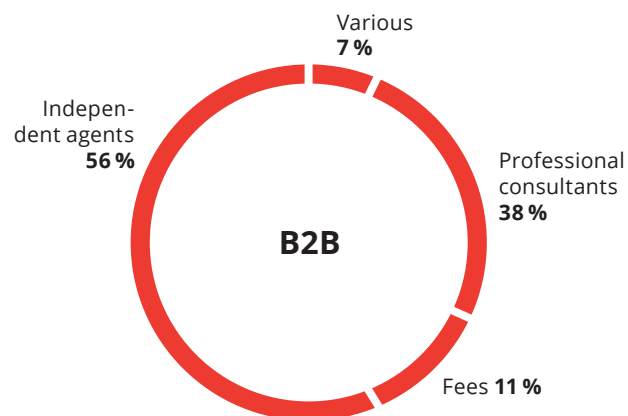
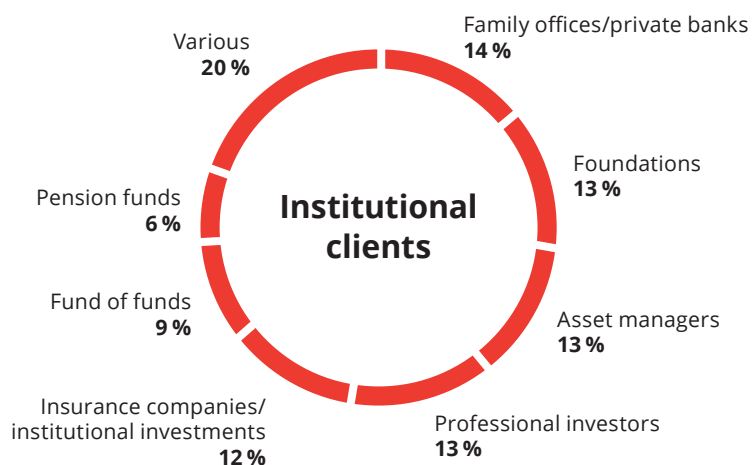
**Ad banner featured in the Mein Geld newsletter**  
Integrated advertising banner in one of our regularly sent newsletters

### Stand-alone newsletter

A customised newsletter, entirely according to your preferences and with your own content. It is possible to address various recipient groups.

### Two different

#### RECIPIENT GROUPS



## MEIN GELD NEWSLETTER

# 16,253

newsletter subscribers

# 30.9%

opening rate  
on average

# 3.6%

click-through rate  
on average



# MEIN GELD TV



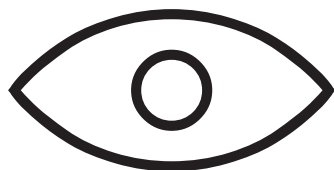
## ONE-ON-ONE – EXPERT TALK

Mein Geld TV conducts interviews with experts on various topics in the financial sector at congresses, trade fairs or other venues.

The interviews are shared via social media platforms such as Facebook, YouTube, LinkedIn, Instagram, as well as cooperation platforms and published on Mein Geld's website.

More than

**500** **CLIPS PRODUCED**



**63.5 m.** **PAGE IMPRESSIONS A MONTH**

Reach of the seven biggest cooperation partners and financial platforms

## ONE-ON-ONE

### Where

Studio  
Trade fairs  
Road show  
Conventions

### How

Featuring experts  
Branded content  
Alongside Mein Geld editorial staff

### Usage

Image campaign  
Road show  
Facebook campaign  
Investor education  
Broker education  
Company presentation  
Series campaign



# MEIN GELD TV



## FRANKFURTER KREIS – FINANCE EXPERT TALK

Mein Geld TV conducts exclusive roundtable discussions with video recordings at the VuV Academy in Frankfurt am Main. The aim of these roundtable discussions is a constructive exchange of experiences with critical statements from different perspectives.

Mein Geld TV is conducting these roundtables under the motto: **Information for investors, advisors and financial education.**

### Videos

Participants in these discussion rounds are selected experts from the financial sector, insurance industry, business and politics.

### Distribution of the videos online

Distributed via the largest financial and all social media platforms.

### Print feedback

A detailed summary is published in each subsequent issue of Mein Geld Anlegermagazin. The video can be accessed directly via a QR code.

More than

300

ROUNDTABLES RECORDED



10,000

CLICKS

per video within three months



Recording session at VuV Academy



# MEIN GELD EVENTS



The gathering of the key players in the finance, insurance and tangible assets industry rightly is an irreplaceable experience of great and lasting value. It is a must for a success-oriented network and a concise market presence.

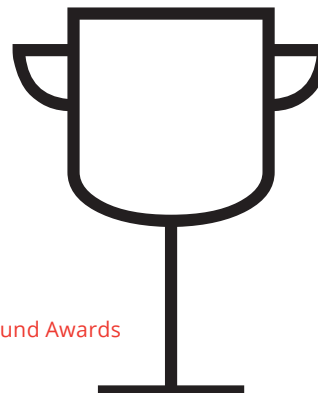
## Our award events

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

As an organiser and media partner, we reach the who's who of the investment, insurance, underwriting, real estate and sustainability industries. We bring together all the key personalities to match the event.



Lipper Fund Awards 2019



## Assekuranz-Award

A gathering of the insurance industry's who's who



## Boutiquen-Award

A get-together of institutional investment firms



## FNG-Siegelverleihung

Forum Nachhaltige Geldanlagen awards its seal



## Initiatoren-Loge

A meet-up of the most successful suppliers of tangible assets



## Lipper Fund-Award

The investment industry comes together with the best fund managers

# CONTACT

## PUBLISHING HOUSE AND PUBLISHER

### Publishing house

Mein Geld Medien GmbH  
Friedrichstraße 133  
10117 Berlin

Telephone +49 30 88947190

Fax +49 30 88947193

info@mein-geld-medien.de

www.mein-geld-medien.de

### Managing director

Blanche I. Hägewald

### Assistance to the managing director

Charlotte Wessels

c.wessels@mein-geld-medien.de

Telephone +49 30 88947192

## MEIN GELD EDITORIAL STAFF

### Editor in chief

Isabelle Hägewald

haegewald@mein-geld-medien.de

Telephone +49 30 88947190

### Layout

Nicole Schwarz

n.schwarz@mein-geld-medien.de

Telephone +49 174 7526455

### Online editorial staff

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 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.

# 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 offen 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 Werbungsmittler 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.