



In Kooperation mit

Handelsblatt

Wirtschafts Woche

EMPFEHLUNG
TOP ADRESSE
PROFITABILITY
DER REGION

Mein Geld **1. Platz** Mediaanalyse 2021
Reichweite Newsletter 2 x p. Monat

1. Platz Reichweite Newsletter 2x pro Monat

MEIN GELD MEDIA KIT

Print 2024

Prices valid from 1 January 2024

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

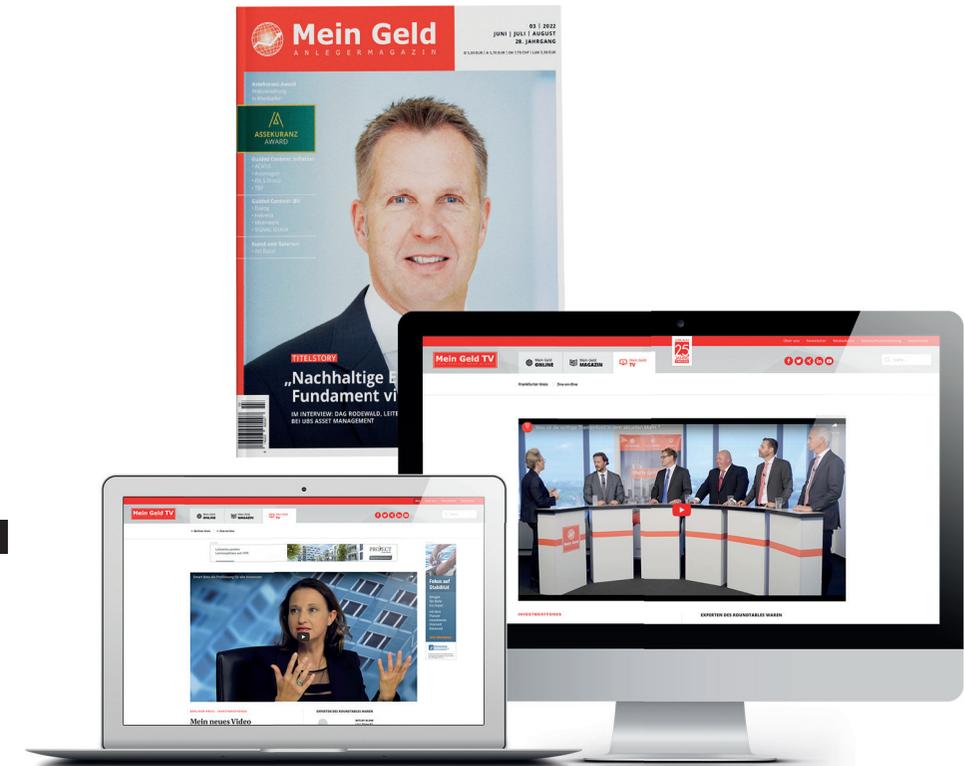
Mein Geld's investment magazine is read by institutional investors, consultants within the German investment industry as well as brokers of the insurance industry.

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



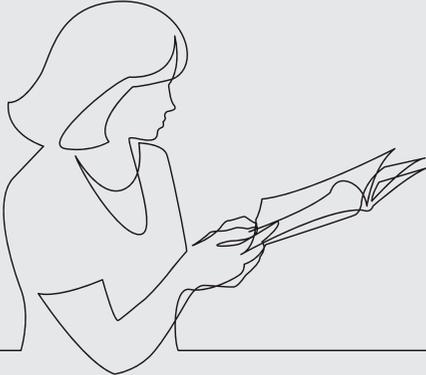
COOPERATIONS WITH



FOUR CHANNELS. ONE REACH.

MEIN GELD MEDIEN GRUPPE

PRINT

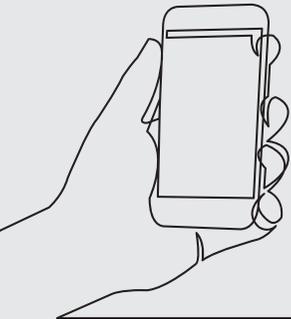


Reach of print

20.000

READERS

ONLINE

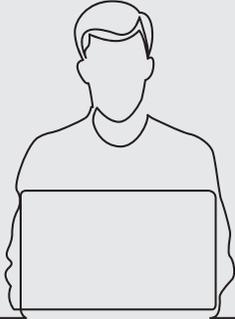


Visitors per month on homepage

250.000

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



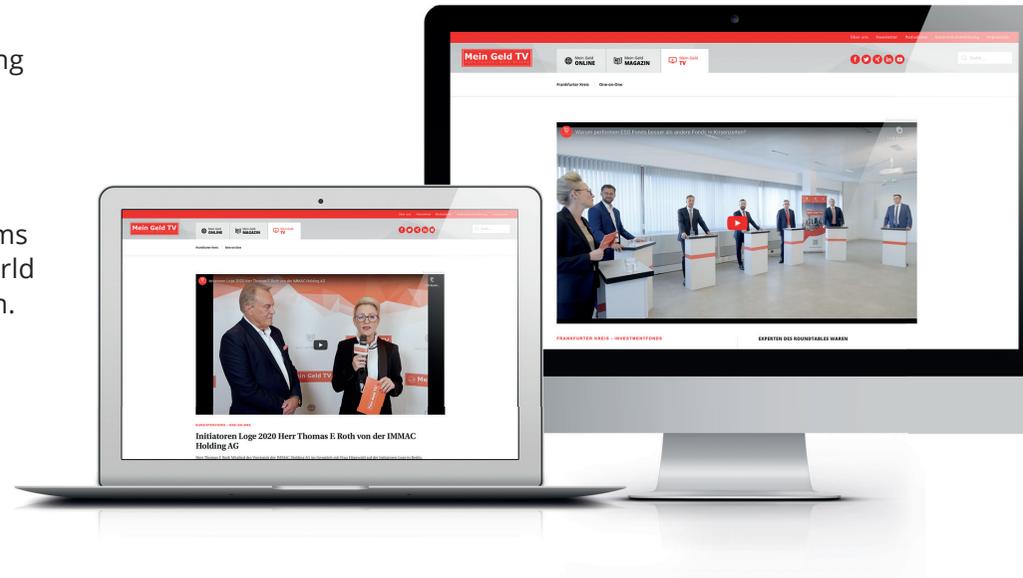
SHORT PROFILE

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 20,000 readers.



PRINT

Type: **Business magazine**
 In circulation
4 countries: Germany, Austria, Switzerland, Luxembourg
 More than **3,000 copies distributed across institutional clients**, the remaining 17,000 copies go to B2B clients
 Issued **5x a year, 5 euro** a copy



WEBSITE

Unique visitors **22,500**
 Page impressions **250,000**
 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. Place
Mediaanalyse 2020



Die Initiatoren-Loge
We connect the most successful providers of real asset investments with BVI and AfW



Focus Online
Print articles are distributed via FOCUS Online



Assekuranz Award
Exclusive award for the best insurance, products and formats



DKM
Media partner of the DKM since 2015



Radio Frankfurt
Cooperation with Radio Frankfurt since 2021



FNG
Media partnerships of Mein Geld-Print and Mein Geld-TV with the FNG since 2015



Hidden Champions
Media partner of the Hidden Champions Tour since 2016



Sachwerte Awards
Exclusive award for the best real asset investments



Lipper Partnership
Media partner Refinitiv since 2011



VUV
Member since January 2020 of the VUV Forum



Boutiqen Fonds
Exclusive award for the best boutiques funds



VKS
Partner since 2022



AfW
Partner since 2015



Mixed Champions Tour
Partner since 2022



Auszeichnung 2021
Awarded & recommended by Firmen-TV, in cooperation with Handelsblatt and WirtschaftsWoche



HANSA Champions Tour
Partner since 2023



CHARTA
Partnership since 2023



Podcasts
Mein Geld TV on Spotify



Social Media
Strong social media campaigns via Instagram, Facebook and LinkedIn for our clients

MEIN GELD-PRINT

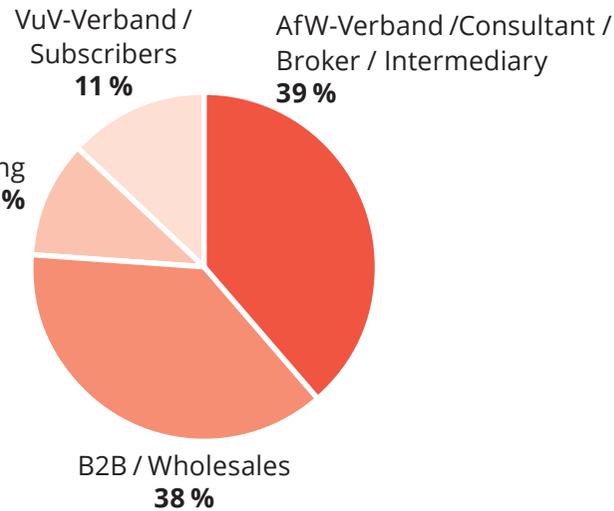


REACH

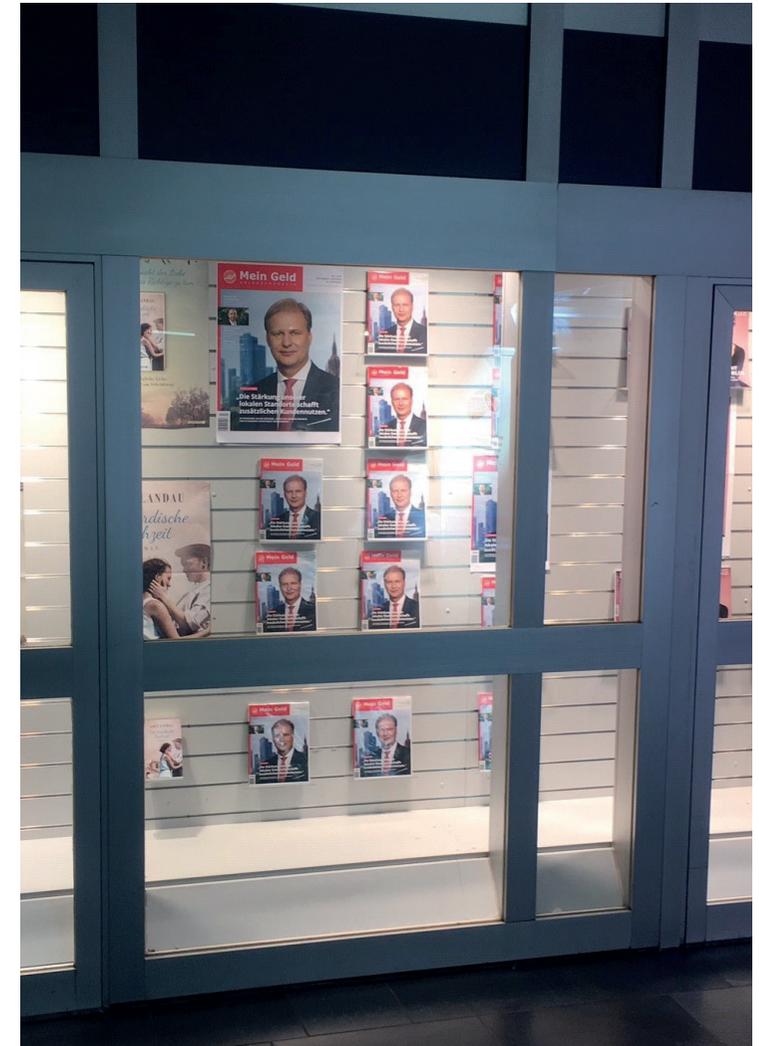
The magazine has a circulation of 20,000 copies, available at news stands in four German-speaking countries

Additional circulation

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



4 Distributed circulation in **COUNTRIES**



Window advertising at Frankfurt Central Station

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

Mein Geld magazine cover featuring a large image of a woman and various article teasers.

Guided content insurance/investment section with a large image of a woman and a call to action for PDF usage.

Special interview/positioning within an editorial

Special interview article titled 'Die Zukunft ist grün – nachhaltige Altersvorsorge' featuring two men in a discussion.

Special interview article titled 'Exzellente Absicherung bei Berufsunfähigkeit' featuring a woman and a child.

Citation within an editorial

Editorial article titled 'vusstseinsveränderung' with a photo of two people and a quote.

Impact investing article titled 'Einfach und direkt in Nachhaltigkeitsinvestieren: Green Bond ETFs' with a bar chart.

PRINT CONCEPTS



IN MAGAZINE

Company profile (annually)

Mein Geld UBS ASSET MANAGEMENT China-Anleihen: Ein Investment mit Zukunft... IM FOKUS CHINA... POWERED BY UBS... ABSORBERTE CHINESISCHE ANLEIHEN... PRIVATE LABEL FUNDS... VALUE INTELLIGENCE GOLD COMPANY FUNDS AMI... Absicherung mit Renditepotenzial... 18.06.2020 Mein Geld 10

Advertorial

Mein Geld BEST IN CLASS FLOW UND RISKID SCREENER... Wie Sie Venture Deals im boomenden Gesundheitsmarkt digital tätigen können... 18.06.2020 Mein Geld 11

Tariff of the Month

Mein Geld OFFENE INVESTITIONSTITEL myLife Aktiv+... 18.06.2020 Mein Geld 12

ETF News (annually)

Mein Geld UBS ASSET MANAGEMENT Qualitätsfaktoren... 18.06.2020 Mein Geld 13

Mein Geld OFFENE INVESTITIONSTITEL KOLUMNE ROLAND KÖLSCH Augen auf vor Mogelpackungen... 18.06.2020 Mein Geld 14

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

UNTERNEHMENSSEITE „POWERED BY“



YOUR PERMANENT PLACE FOR A YEAR

Services

- Rights of use of the article in print and online
- design of the supplied article
- visual processing of graphics etc.
- possible in all issues of the year 2024 (subject to availability)

UBS ASSET MANAGEMENT

China-Anleihen: Ein Investment mit Zukunft

Der Nachholbedarf internationaler Anleger sowie die tiefe Korrelation zu anderen Anlagen sind nur zwei der Gründe, die für chinesische Anleihen sprechen

Die Herausforderung für Anleihen-Investoren bleibt sehr groß: Nichts deutet darauf hin, dass die Phase sehr tiefer und teils negativer Zinsen bald vorbei sein wird. Wer mit Anleihen guter Qualität ansprechende Renditen erzielen möchte, muss über das gewohnte Anlageuniversum hinaus nach Alternativen suchen.

Chinesische Anleihen werden zunehmend in die globalen Indizes integriert. Zuletzt hat auch der Indexanbieter FTSE Russell angekündigt, chinesische Staatsanleihen ab Oktober 2021 in den bekannten World Government Bond Index aufzunehmen. Dies führt zu steigenden Geldflüssen von internationalen Investoren, was die Anleihenmärkte stützen dürfte.

- Die Korrelation zwischen den chinesischen Anleihenmärkten und den restlichen Märkten ist tief. Chinas wirtschaftliche und politische Zyklen werden nicht so stark von der Politik der US-Notenbank oder der Volatilität des US-Bankensektors beeinflusst, wie dies in westlichen Volkswirtschaften der Fall ist.
- Vor allem chinesische Staatsanleihen haben sich in volatilen Phasen erweist.

IM FOKUS: CHINA

POWERED BY UBS

ADAM RIESE

Digitale Prozesse – Wegweiser zur Assekuranz der Zukunft

Die fortschreitende Digitalisierung sorgt für neue, lebendige Prozesse in allen Lebensbereichen. Auch die Versicherungsbranche muss mit passgenauen Angeboten den Erwartungen in einer digitalen Welt gerecht werden. Adam Riese setzt auf Weiterentwicklung im Bereich der Automatisierung und Prozessoptimierung, um Maklerinnen und Maklern ein verlässlicher Partner zu sein

POWERED BY Adam Riese

Idealerweise berücksichtigt ein digitalisierter Prozess gleichermaßen die Bedürfnisse auf Makler- wie auch auf Kundenseite. Digitale Arbeitsschritte können dabei mit einer schnellen, aber auch fehlerfreien Datenverarbeitung punkten – mit positivem Auswirkungen auf die Qualität von Produkten und Service.

Adam Riese setzt bereits seit einigen Jahren auf die Implementierung digitaler Prozesse, zum Beispiel bei der Dunkelplatzierung innerhalb von Sekunden, bei der Unterstützung überdurchschnittlich vieler BIPRO-Normen oder auch mit der Möglichkeit einer Sofortpolice. Außerdem haben die Weiterentwicklung des Tarifrechners oder der Einsatz einer KI-gestützten Risikoprüfung großes Potenzial bewiesen. Für Kundinnen und Kunden bietet das eigene Kundenportal die Möglichkeit einer Vertragsanpassung oder Online-Schadenmeldung.

Eines ist für das Unternehmen klar: Im Bereich der digitalen Prozesse soll eine umfassende 360-Grad-Lösung entstehen, die Maklerinnen und Makler, Kundinnen und Kunden und den Versicherer gleichermaßen unterstützt. Somit werden für automatisierte Schadensprozesse und Serviceleistungen bereits jetzt die Weichen für eine integrative, digitale Zukunft gestellt.

ADAM RIESE

PRIVATE LABEL FONDS

Investition mit Wachstumspotenzial

Das Paradigmenwechsels

POWERED BY ampega.
Talans Investment Group

Nach vielen Jahren zins- und liquiditätsgeriebener Hausses, die nahezu alle Assetklassen auf Rekordhöhen getrieben hat, spricht vieles dafür, dass Anlegern in den 20er Jahren ein Paradigmenwechsel bevorsteht. Hieraus ergibt sich ein erhöhter Bedarf an unkorrelierten Assets. Gold verfügt über eine sehr erfolgreiche Historie als Absicherung, da die Preisentwicklung traditionell unabhängig von den Aktienmärkten und der Konjunktur ist. In größeren Korrekturphasen neigt Gold sogar zu deutlich positiven Renditen.

Neben Gold bieten sich auch Goldminen zur Absicherung und Renditeoptimierung an. Der Value Intelligence Gold Company Fonds AMI investiert bevorzugt in Goldminen in sicheren Jurisdiktionen mit attraktiven Assets, einem vertrauenswürdigen

Management und langen Minenlaufzeiten. Der Fonds ist ein UCITS-konformer Ableger des renommierten Gabelli Gold Fund und wird von Caesar Bryan beraten. Bryan verfügt über einen herausragenden Track Record von mehr als 25 Jahren.

Goldminen sind aufgrund ihrer hohen Volatilität anspruchsvolle Investments. Gleichzeitige hat der Sektor deutliche Fortschritte gemacht: Die Kapitalallokation ist konservativer, die Disziplin auf der Kostenseite größer und die Bilanzen stabiler geworden. Da sich zudem die Bewertung der Unternehmen auf historisch niedrigem Niveau bewegt, ist die Ausgangslage attraktiv. Wer die Ansicht teilt, dass die expansive Geld- und Fiskalpolitik der Gegenwart langfristig zu hoher Inflation führt, dürfte in dem Fonds ein zeitgemäßes Wertaufbewahrungsmittel finden.

Bisher war der Fonds nur für institutionelle Anleger erhältlich, wird jedoch bis Ende des Jahres auch für Privatinvestoren erwerbbar sein. Anleger sollten sich zumindest mit dem Thema Gold auseinandersetzen, führende Notenbankertun es auch...

„Wenn Notenbanken potenziell unbegrenzt Geld quasi aus dem Nichts schaffen können, wie kann dann sichergestellt werden, dass Geld ausreichend knapp und somit wertfähig bleibt?“ Jens Weidmann, Bundesbankpräsident

AMPEGA INVESTMENT GMBH

PRINT CONCEPTS



INSERTS

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.

Image files

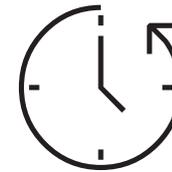
Coloured pictures – **CMYK colour mode**
Resolution **300 dpi**
Scale of size 100 %.

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.



RELEASE DATES 2023



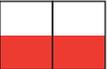
Issue	Deadline	First day of publication
01 – January/February/March	05.01.2024	10.02.2024
02 – April/May	01.03.2024	06.04.2024
03 – June/July/August	08.05.2024	15.06.2024
04 – September/October	09.08.2024	14.09.2024
05 – November/December	04.10.2024	16.11.2024

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			8,685 Euro
	1/2	3 horizontal columns			4,600 Euro
	1/2	6 horizontal columns			9,250 Euro
	1/3	1 vertical column			3,700 Euro
	1/3	1/3 column horizontally			3,700 Euro

COMING SOON!

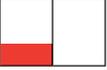


All prices plus VAT.

AD FORMATS AND RATES



SPECIAL FORMATS

Layout	Formats	Type area (width and height)	Trim (width and height)	Price
	Cover page			upon request
	2./3. cover page			9,250 Euro
	4. cover page			9,990 Euro
	1/3 table of contents (1 vertical column)			4,050 Euro
	1/3 imprint (1/3 column horizontally)			4,050 Euro
	2. cover page plus mention in the editorial			10,400 Euro
	Mention in the editorial			1,150 Euro
	Teaser (photo + mention) in the editorial			665 Euro

COMING SOON!



All prices plus VAT.

MEIN GELD ONLINE



NEWSLETTER

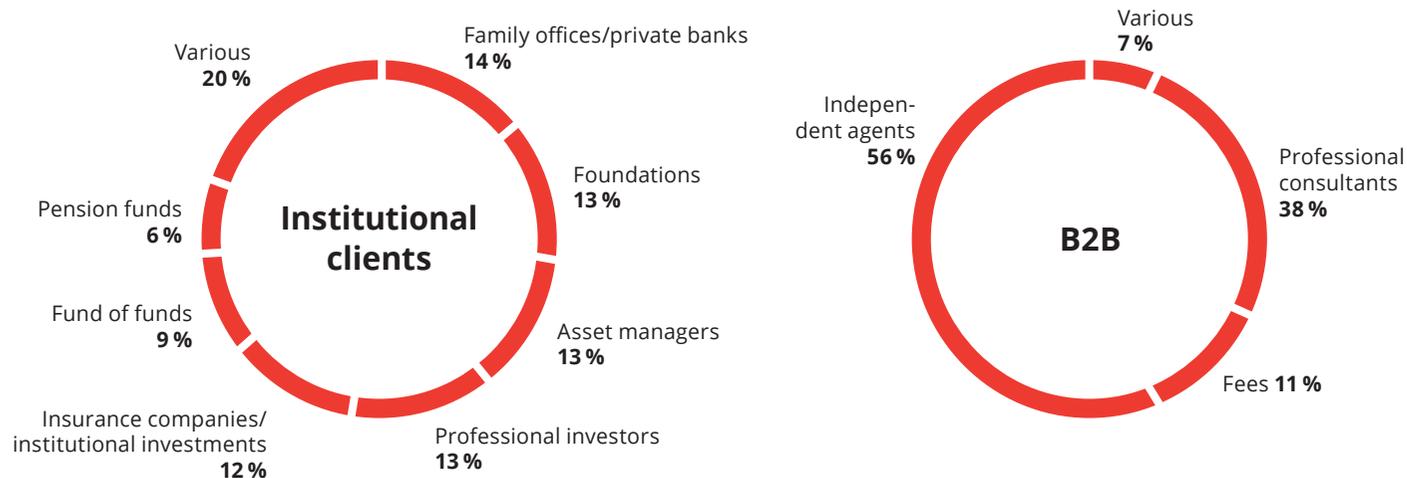
Ad banner featured in the Mein Geld newsletter
Integrated advertising banner in one of our regularly sent newsletters

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

6,000

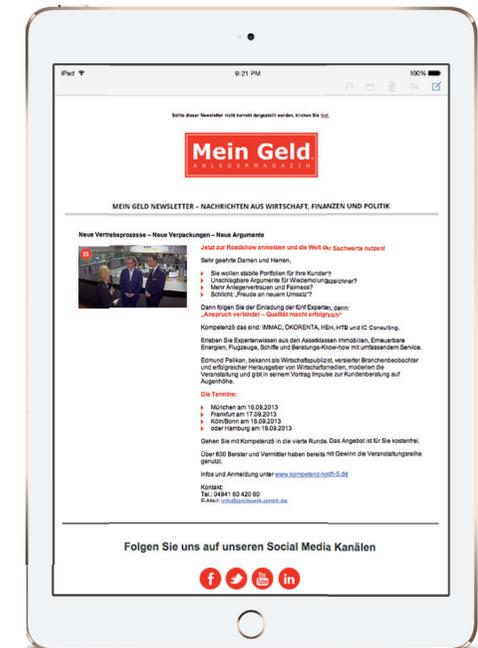
newsletter subscribers

31.7%

opening rate on average

3.3%

click-through rate on average



MEIN GELD TV



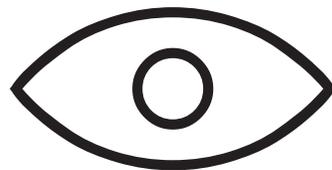
ONE-ON-ONE – EXPERT TALK

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

FRANKFURTER KREIS - PKV
Thema PKV

Im Frankfurter Kreis diskutieren Versicherungs-Experten mit Mein Geld Chefin Isabelle Hägevald, welchen Nutzen digitale Gesundheitsapps bringen, dass der große Hype bisher ausgeblieben und in welchem Bereich das Interesse besonders groß ist.

TILNEMMER

THORSTEN PETRI Regionaldirektor Vertrieb, Makler, EBCO Group AG	KIRA ENGEL Bereichsleiterin des Bereiches Kranken-Mathematik, INTER Versicherungsgesellschaft	OLIVER SCHWAB Leiter online-Firmenkundenverträge, SDK (Städtische Krankenkassenversicherung)	ALEXANDRA MARKOVIC-SOBAU Zentralbereichleiterin Zentralbereich Vertrieb, Hallesche Krankenkassenversicherung a. G.	SIEGFRIED ISENBERG Leiter Fachbereich Vertriebspartner, IKK classic	MARIO FÖKEL Vertriebsdirektor, SIGNAL IDUNA Gruppe
---	---	--	--	---	--

QUESTION
QR-Code scannen und den kompletten Frankfurter Kreis online ansehen

Welchen Gesamt-Hype-Apps auf People genutzt?	Wie digital sind Krankenversicherer?
Was zeichnet die Erreiner als Anbieter aus?	Setzt sich das digitale Krankenversicherungssystem durch?

134 Mein Geld 04 | 2023



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

- Assekuranz-Award
- Boutiquen-Award
- Sachwerte Awards
- FNG Siegelverleihung
- Initiatoren-Loge
- 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.



Assekuranz Awards 2023



Assekuranz-Award

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



Boutiquen-Award

A get-together of institutional investment firms



Sachwerte-Awards

Honouring of the best tangible assets



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

VERLAG UND HERAUSGEBER

Verlag

Mein Geld Medien GmbH
Viktoria-Luise-Platz 12
10777 Berlin

Telefon +49 30 23629945
info@mein-geld-medien.de
www.mein-geld-medien.de

Geschäftsführung

Blanche I. Hägewald

Assistenz der Geschäftsleitung

Anna Fajt
a.fajt@mein-geld-medien.de
Telefon +49 30 23629945

MEIN GELD-REDAKTION

Chefredakteurin

Isabelle Hägewald
haegewald@mein-geld-medien.de
Telefon +49 30 23629945

Chef vom Dienst

Jessica Zimmerling
j.zimmerling@mein-geld-medien.de
Telefon +49 151 2705 1848

Onlineredaktion

Fabian Kelling
f.kelling@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 Beiheteraufträge 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.