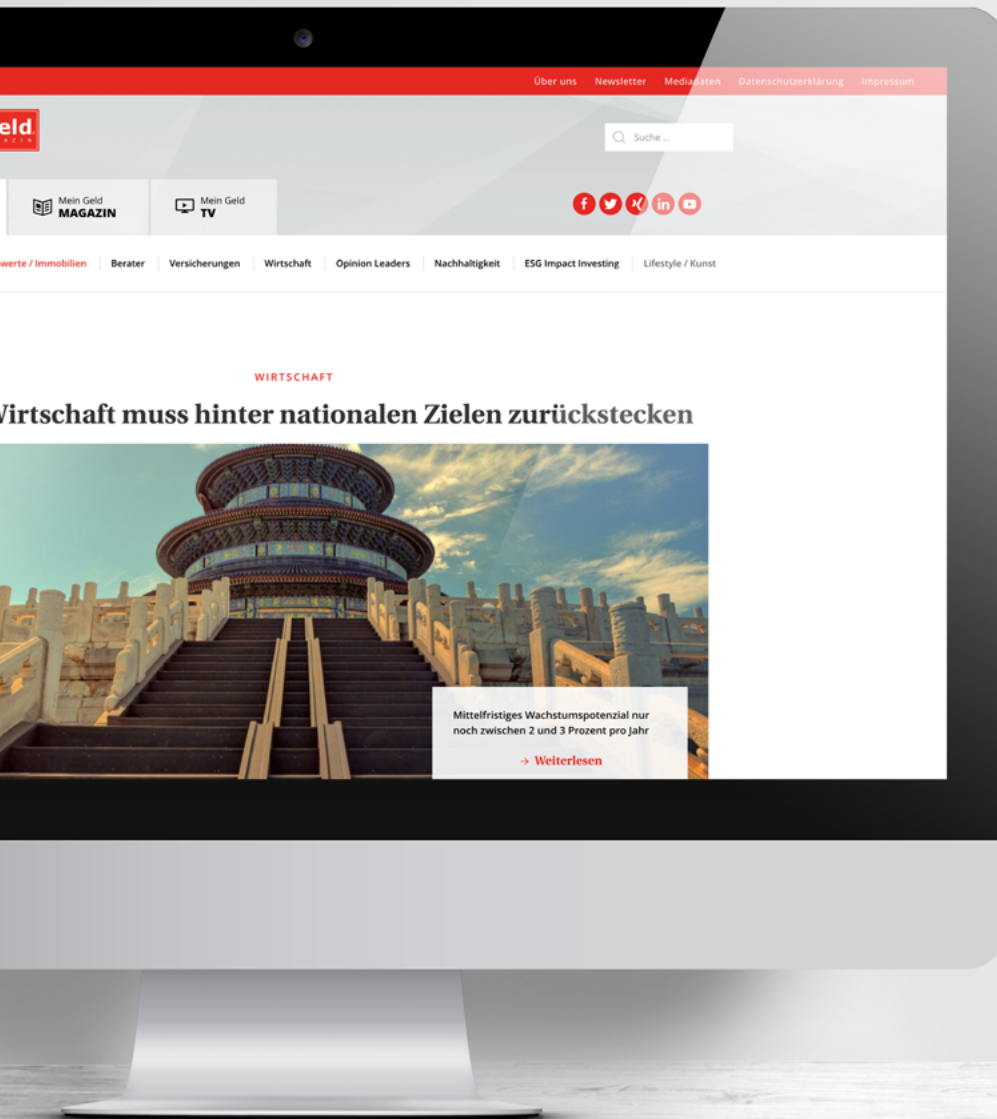




MEIN GELD MEDIA KIT

Online 2024

Prices valid from 1 January 2023

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.

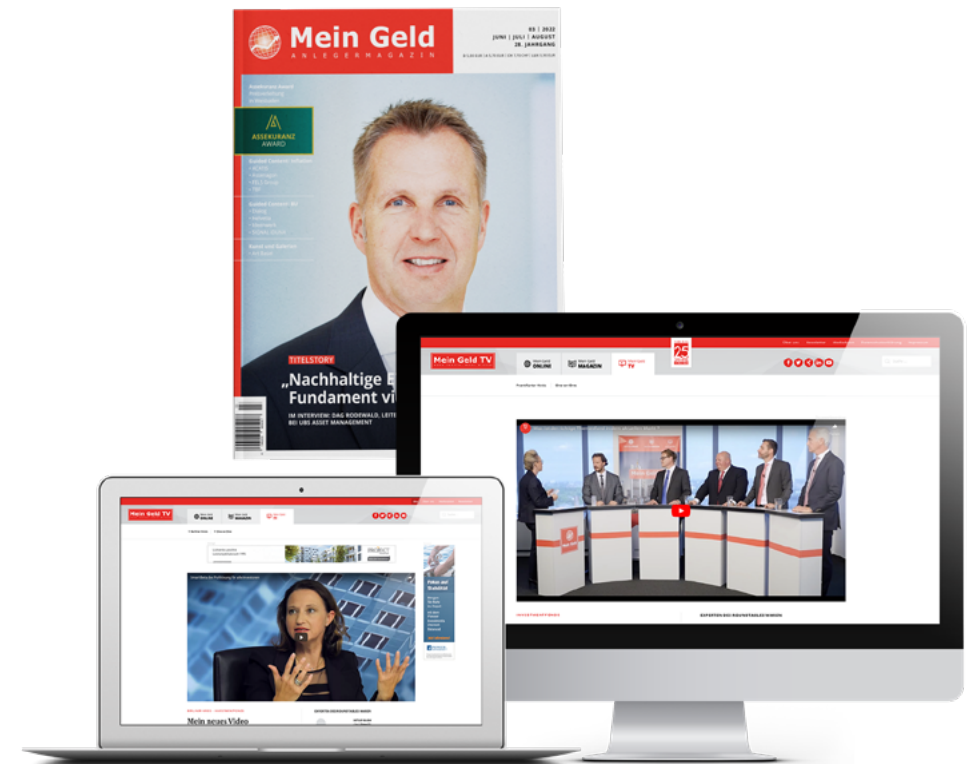
04 A PROMISE TO KEEP

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

AWARDS



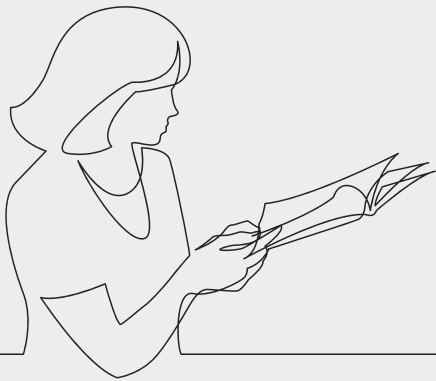
COOPERATIONS WITH



FOUR CHANNELS. ONE REACH.

MEIN GELD MEDIEN GRUPPE

PRINT

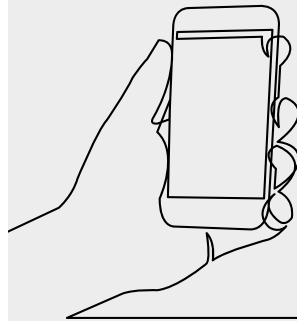


Reach of print

20,000

READERS

ONLINE

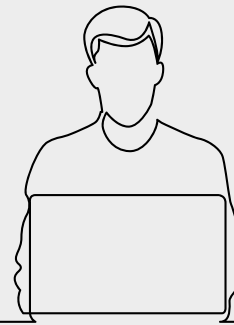


Visitors per month

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 ALIGNMENT OF MEIN GELD MEDIEN GRUPPE



1st 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



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



Radio Frankfurt
Kooperation mit Radio
Frankfurt seit 2021



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



Hidden Champions
Since 2016, Mein Geld is a media part-
ner of the Hidden Champions Tour



Sachwerte Awards
Exclusive award for the best
tangible assets



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



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



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



Boutiquen Awards
Exclusive award for the best
boutique funds



Podcasts
Mein Geld TV zum Hören



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

MEIN GELD ONLINE



NEWSLETTER

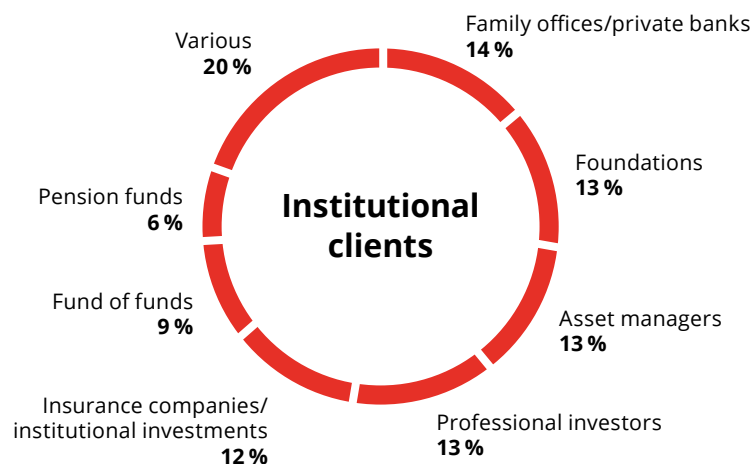
Ad banner featured in the Mein Geld newsletter
Integrated advertising banner in one of our regularly sent newsletters.

Stand-alone newsletter

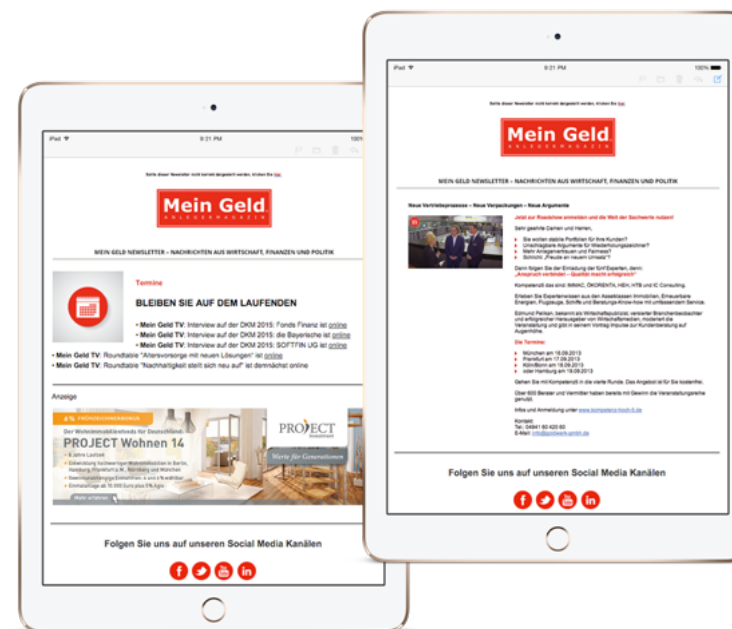
A customised newsletter, entirely according to your preferences and with your own content. It is possible to address various recipient groups.

Two different

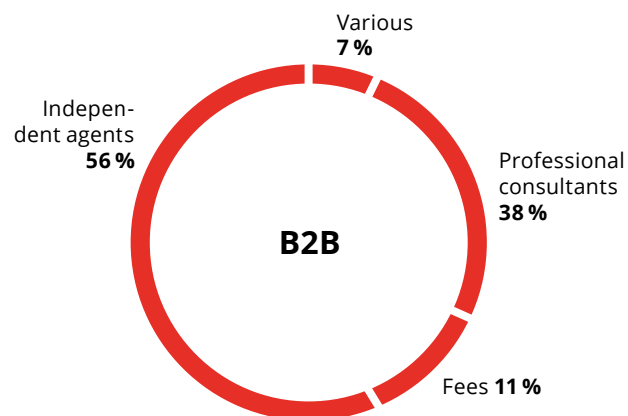
RECIPIENT GROUPS



Feature in the Mein Geld newsletter
1,300 euro plus VAT



Standalone newsletter
1,500 euro plus VAT



MEIN GELD NEWSLETTER

16,253

newsletter subscribers

31.7%

opening rate
on average

3.3%

click-through rate
on average

BANNER FORMATS



OVERVIEW

Display	Banner type	Size (width x height)	Display area (screen width)	File format	Price (per month)
	Skyscraper	120 x 600 Pixel	ranging from 1,290 pixels	gif/jpg	2,750 euro
	Large leaderboard	970 x 90 Pixel	ranging from 1,024 pixels	gif/jpg	2,750 euro
	Expandable superbanner	728 x 300 Pixel	768 to 1,023 pixels (tablet only)	gif/jpg	3,700 euro
	Rectangle	300 x 250 Pixel	Always on display	gif/jpg	3,300 euro

All prices plus VAT.

MEIN GELD PARTNER BOX



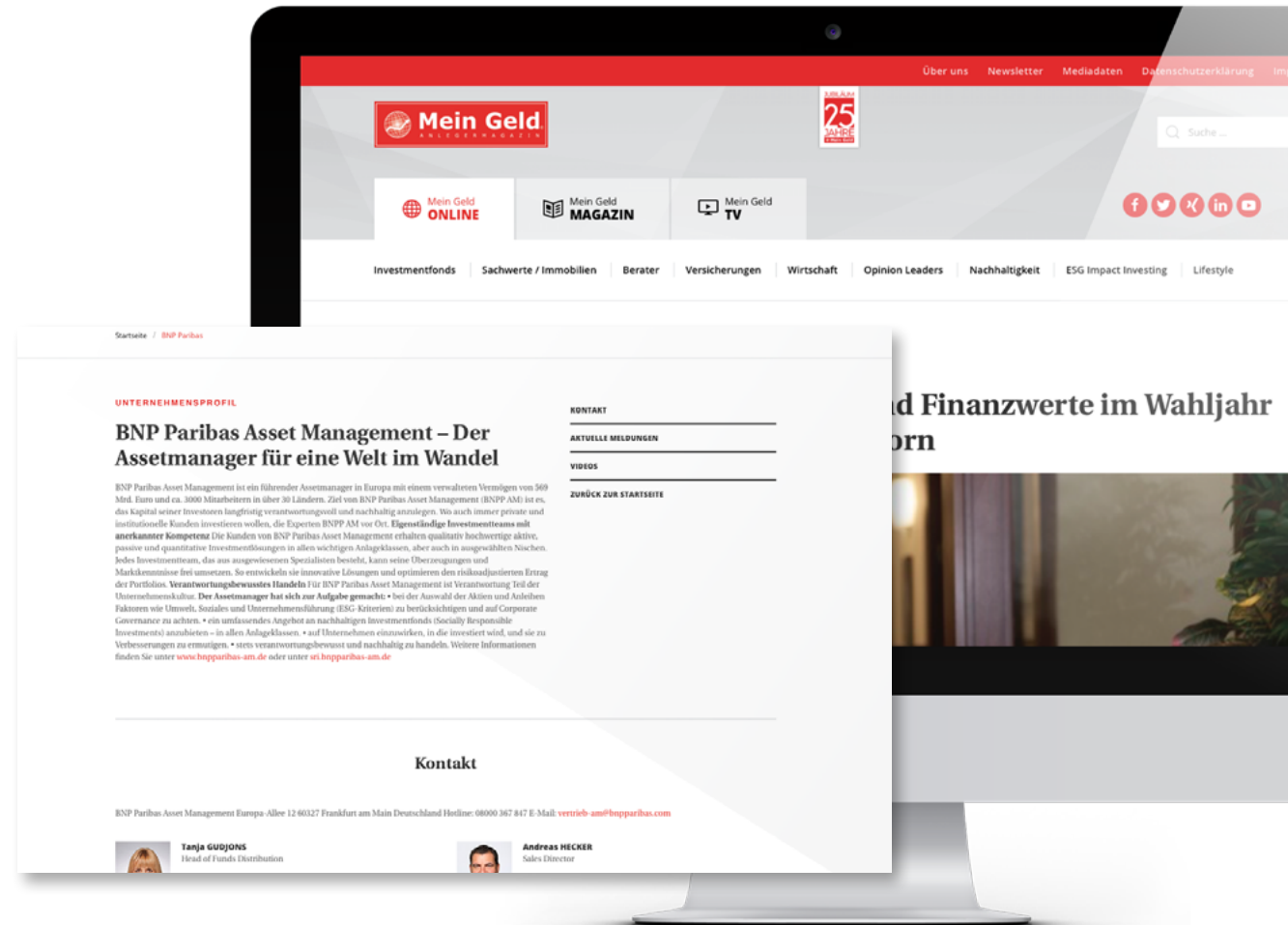
Your logo is featured alongside other well-known companies in the **"Our partners"** slider.

You determine at any time in a modular format: your company portrait, your contact details, your current news, your product, fund or tariff profile and your videos.

And you benefit from the Mein Geld website's traffic – 500,000 page impressions and 22,500 unique visitors per month.

Contents of your company page:

- Company profile
- Contact
- News
- Funds/tariffs
- Videos



OPINION LEADERS



YOUR OPINION ON CURRENT MARKET DEVELOPMENTS

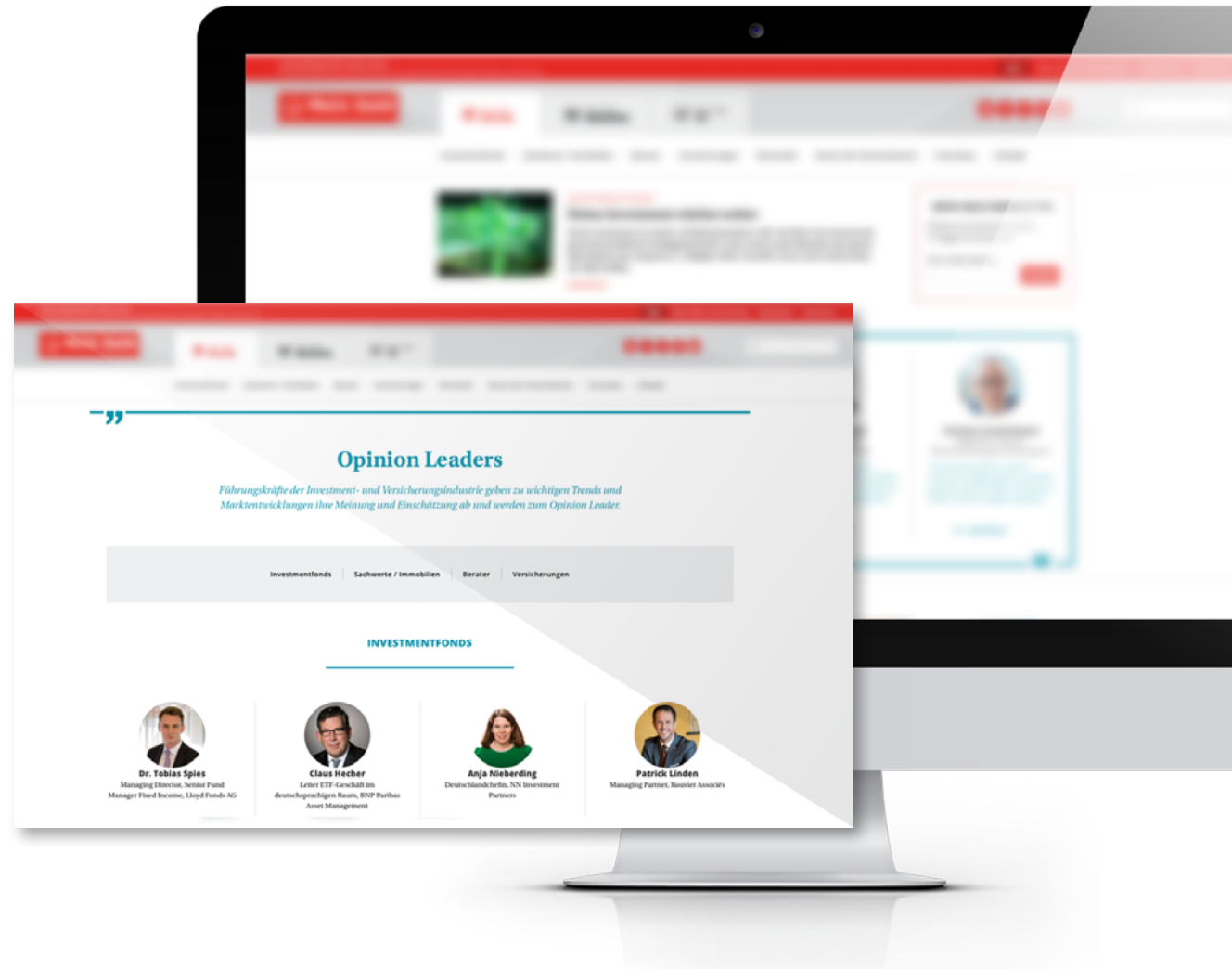
Executives in the investment and insurance industry share their opinion and assessment on important trends and market developments and become an Opinion Leader.

Over a period of one year, you will receive a monthly question on a topic of your choice that is up to date and tailored to you.

Your answer will appear on the Mein Geld website and you will benefit from our traffic – 500,000 page impressions and 22,500 unique visitors per month.

The "Opinion Leaders" section is also advertised in the Mein Geld newsletter with 16,253 email addresses and an opening rate of 30.9 percent.

5700,- EURO



FACEBOOK CAMPAIGN



PROMOTED POST

Promoted and highlighted editorial post on the Facebook company page of Mein Geld.

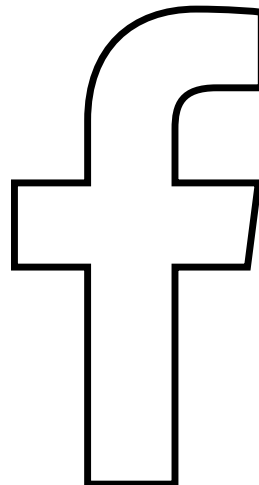
- Content: Headline, image or video, appropriate teaser texts.
- Link to website on Mein Geld
- Guaranteed reach: 50,000 users in the Mein Geld target groups

(only in connection with an existing Mein Geld online booking)
booking such as article, video, newsletter content, etc.)

FACEBOOK AD

Promoted Facebook ad in one of the appropriate Facebook advertising formats. Both as an image and as a moving image possible.

- Content: Headline, image or video, call-to-action text.
- Content is agreed with the customer (short texts, landing page, etc.)
- Guaranteed reach 50,000 users of the Mein Geld target groups

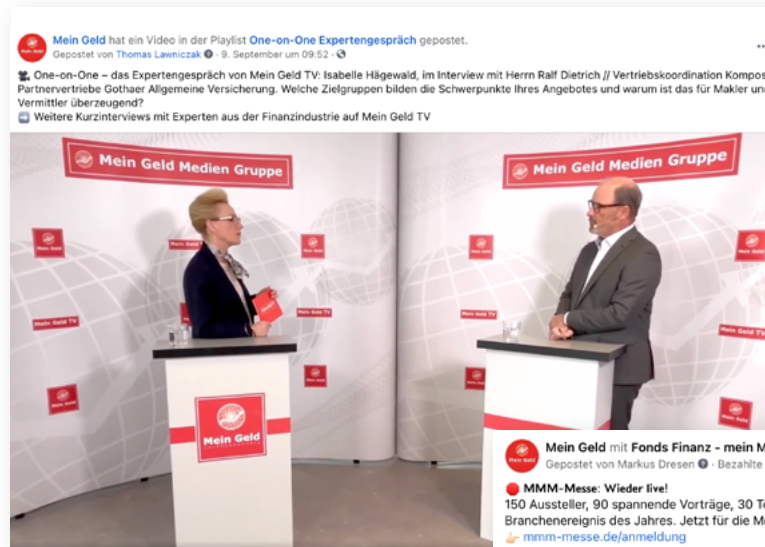


FACEBOOK CAMPAIGN

A reach of at least
30,000
users

12 hours
featured on first position
of the Mein Geld website

Promoted Post



Facebook Ad



LINKEDIN CAMPAIGN



PROMOTED POST

Promoted and highlighted editorial post on the LinkedIn company page of Mein Geld.

- Content: Headline, image or video, appropriate teaser texts.
- Link to website on Mein Geld
- Guaranteed reach: 5,000 - 10,000 from the Mein Geld target groups

(only in connection with an existing Mein Geld online booking)
 booking such as article, video, newsletter content, etc.)

LINKEDIN AD

Promoted LinkedIn ad in one of the appropriate LinkedIn ad formats (both as well as moving image possible).

- Content: Headline, image or video, call-to-action text.
- Content is coordinated with the client (short texts, landing page, etc.)
- Guaranteed reach: 5,000 - 10,000 from the Mein Geld target groups

(can also be booked without an existing
 Mein Geld online booking)

Promoted Post



LinkedIn Ad



LINKEDIN-KAMPAGNE

A reach of at least
5.000
 users



DISTRIBUTION NEWS



ANALYSIS FACEBOOK CAMPAIGN

Comprehensive evaluation of your Facebook campaign with an overview of the most important key figures, such as people reached, video views and click numbers.



CLIENT CAMPAIGN NAME

FACEBOOK CAMPAIGN IN THE PERIOD 2 OCTOBER-30 OCTOBER

LANDING PAGE



<https://www.landingpage.com/>

MEIN GELD VIDEOS



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

1



FACEBOOK CAMPAIGN – 2

FULL-LENGHT VIDEO FEATURING JOHN Q



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

3

FACEBOOK CAMPAIGN

RELEVANT KEY FIGURES AT A GLANCE

REACH

4 campaigns → **217,836 users**

We are overall satisfied with the result.

OF MEIN GELD'S TARGET GROUP

PERIOD

2 October-30 October
 Duration per campaign: 4-5 days

CAMPAIGN

Part

1

Video in full length

Part

3-4

Shorter video teaser

We generated the **most link clicks on the landing page** during the **2nd campaign**. The **3rd campaign** also had a video teaser and generated a particularly **high number of direct video playback clicks**. During the **4th campaign**, the attention decreased slightly, but we were able to attract a **good deal of clicks through our postings**.

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

2

53,283

PERSONS REACHED

2,172

HITS ON LONGER VIDEO

50

CLICKS ON POSTS

We generated a reach of 53,283 users from Mein Geld's target groups.

The number of longer video views was 2,172.

We generated 50 clicks on the posts.

Exemplary presentation

MEIN GELD TV



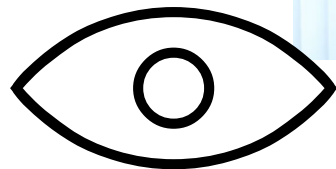
ONE-ON-ONE – EXPERT TALK

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



Now all films also as podcast on



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.



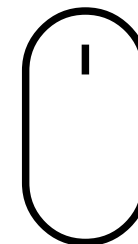
Now all films also as podcast on



More than

300

ROUNDTABLES RECORDED



10,000

CLICKS

per video within three months.



Our Studio is located at the Airport Club Frankfurt

COOPERATION WITH RADIO FRANKFURT

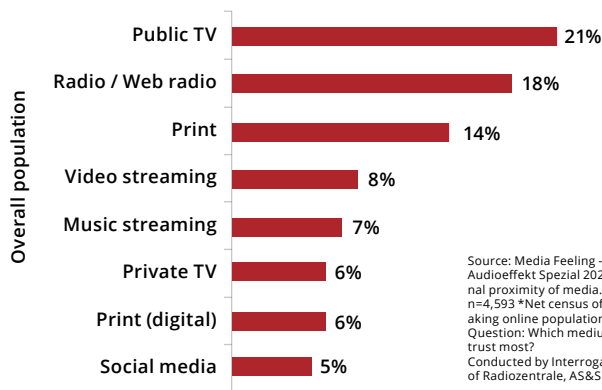


FINANCE TALK ON AIR PRESENTING

Radio Frankfurt and mein-geld-medien.de publish a monthly video on the topic of finance and insurance on radiofrankfurt.de. As part of this, an exclusive interview with Mein Geld editor-in-chief Isabelle Hägewald takes place every month on Radio Frankfurt.

- 3 interviews per month
- Broadcast times: 3 x per week
- 9 mentions per broadcast, 9 mentions per month

MENSCHEN VERTRAUEN RADIO



Source: Media Feeling - Media Resch.
Audioeffekt Spezial 2020 on emotional proximity of media.
n=4.593 *Net census of German-speaking online population 14+ years.
Question: Which medium do you trust most?
Conducted by Interrogare on behalf of Radiozentrale, AS&S and RMS.



354.000

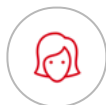
WIDEST AUDIENCE

155.000

LISTENERS PER DAY

23.000

LISTENERS IN THE Ø HOUR



48%

Female listeners



80%

20-59 years old



66%

Hh Net income
+2.500,- €



68%

Employed



12%

Trainees /
Students



76%

Drivers

MEIN GELD EVENTS

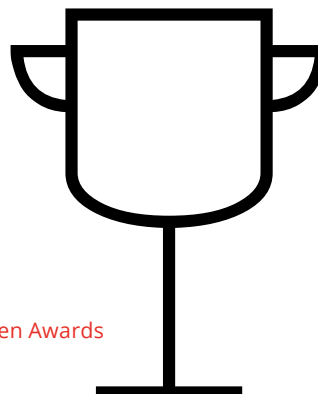


The gathering of the key players in the finance, insurance and tangible assets industry rightly is an irreplaceable experience of great and lasting value. It is a must for a success-oriented network and a concise market presence.

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.



Boutiquen Awards
2021



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
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.