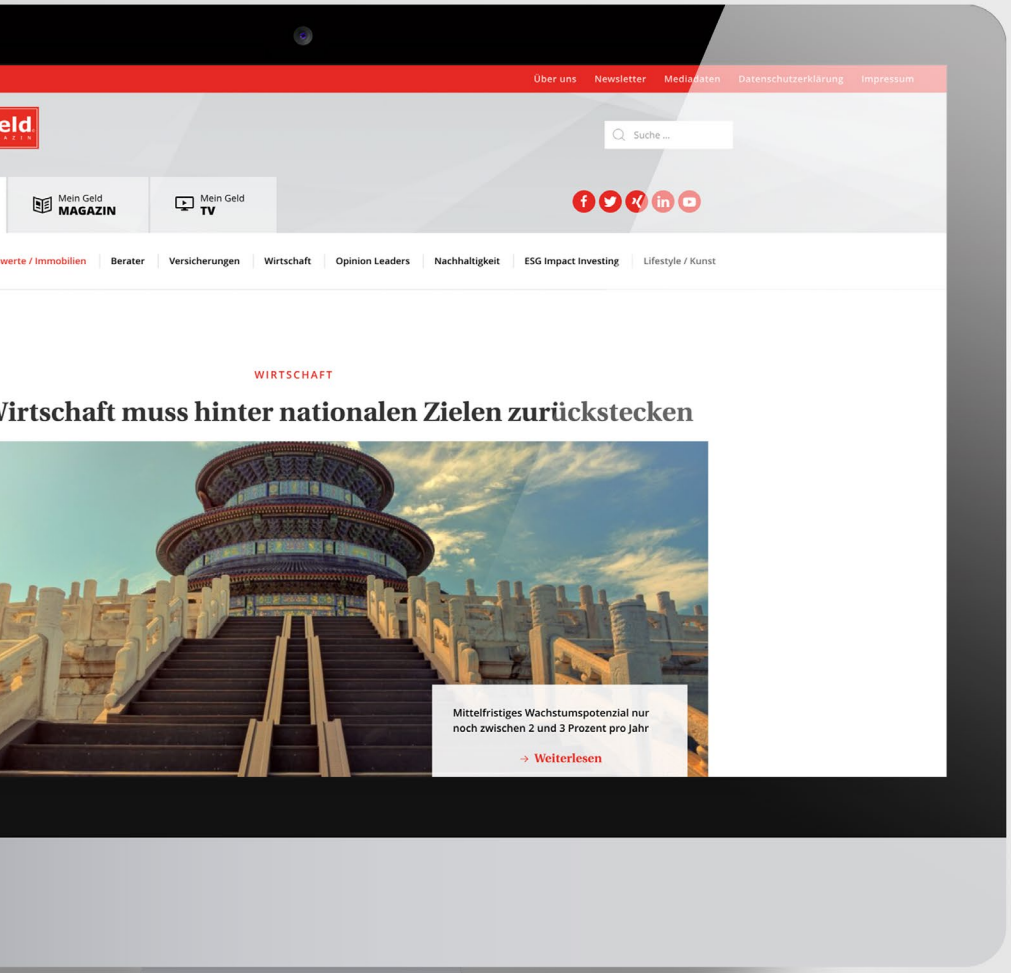


MEDIADATEN MEIN GELD

Online 2025

Preise gültig ab 01.01.2025

GUTE ARGUMENTE FÜR DIE MEIN GELD MEDIEN GRUPPE

IHR PREMIUM-PARTNER FÜR PREMIUM-ZIELGRUPPEN

01 REICHWEITE

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

02 ZIELGRUPPE

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

03 MEINUNGSFÜHRER

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

04 UNSER VERSPRECHEN

Mein Geld-Anlegermagazin bringt die Essenz dessen, was in der Invest-ment- und der Versicherungsindust-rie wichtig ist, und selektiert kritische Empfehlungswerte.

KOOPERATION MIT

Handelsblatt

Wirtschafts Woche

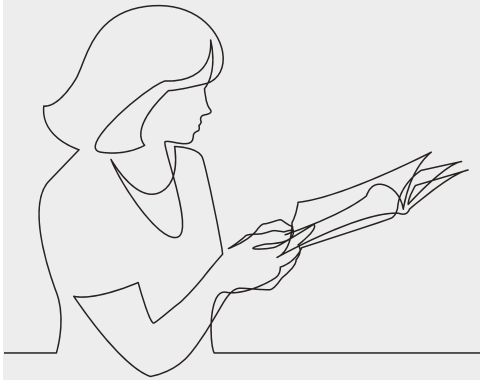
TOP ADRESSE DER REGION

t-online.

4 KANÄLE. EINE REICHWEITE.

MEIN GELD MEDIEN GRUPPE

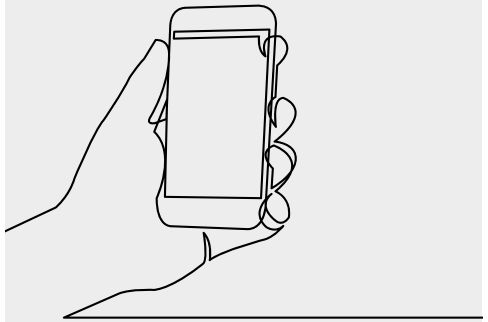
PRINT



Reichweite im Print

20.000 LESER

ONLINE

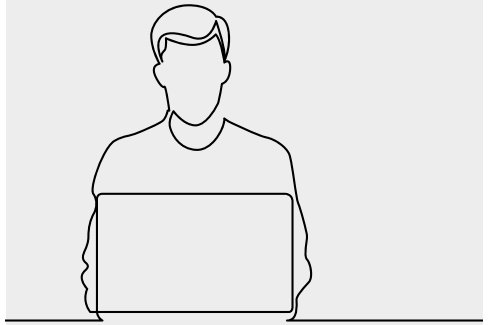


Website-Besuche pro Monat

253.000

PAGE IMPRESSIONS

KOOPERATION



Jährl. Gesamtreichweite mit unseren Online-Kooperationspartnern

60 Mio.

KLICKS

VERANSTALUNGEN

Mehr als

1.200 GÄSTE

auf diversen Veranstaltungen mit crossmedialer Reichweite

Bilder: www.shutterstock.com / one line man

KURZPORTRAIT

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

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

Alle zwei Monate erreicht die Marke über 20.000 Leser.

PRINT

Gattung **Wirtschaftsmagazin**

Verbreitete Auflage
4 Länder: Deutschland, Österreich, Schweiz, Luxemburg

über **3.000 Belege im Kiosk, 17.000 an B2B**

Erscheinungsweise **5x jährlich**
Copypreis **6 Euro**

WEBSEITE

Unique Visitors **23.500**

Page Impressions **253.000**

Gesamtreichweite,
inkl. Kooperationspartnern,
60 Mio. Klicks pro Jahr

TV

gedrehte Filme **mehr als 900**

Verbreitung auf Social Media und diversen Finanz- und Versicherungs-Plattformen

Klicks pro Roundtable-Video innerhalb von 3 Monaten **10.000** inkl. aller Verlinkungen

VERANSTALTUNGEN

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

NICHTS BLEIBT IM PRINT

Das gesamte Magazin ist auch online erhältlich. Neben einem „Online Advertorial“ gibt es noch weitere Möglichkeiten Ihren Beitrag auf unterschiedlichen Plattformen umzusetzen. Auf den nachfolgenden Seiten finden Sie alle Varianten.

NEWSLETTER MIT EINSTELLBAREN ZIELGRUPPEN

Unser Newsletter erreicht **6.000 Abonennten.**
Wählen Sie aus den Zielgruppen **Investment, Makler** und **Sachwertanlagen.**

MEIN GELD ONLINE IN ZAHLEN

NEWSLETTER

6.000
Newsletter Abonennten

26,7 %
durchschnittliche Öffnungsrate

2,7 %
durchschnittliche Klickrate

LINKEDIN

6.600
Follower

18 Mio.
Nutzer in DACH-Region

14.000 bis 22.000
monatliche Reichweite

INSTAGRAM

18.000 bis 22.000
User Mindestreichweite

FACEBOOK

20.000 bis 28.000
User Mindestreichweite

YOUTUBE

+ 250.000
Aufrufe

80.000

GESAMTREICHWEITE
NEWSLETTER + LINKEDIN
+ FACEBOOK

SPOTLIGHTS & PARTNERSCHAFTEN

ERFOLGREICHE AUSRICHTUNGEN DER MEIN GELD MEDIEN GRUPPE

t-online
Kooperation mit t-online
seit 2024

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

Boutiqen Fonds
Exklusive Auszeichnung für die
besten Boutiquen Fonds

Sachwerte Awards
Exklusive Auszeichnung für die
besten Sachwertanlagen

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

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

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

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

Focus Online
Druckartikel werden verteilt
über FOCUS Online

Lipper Partnerschaft
Medienpartner Refinitiv seit 2011

AfW
Partner seit 2015

VKS
Partner seit 2022

DKM
Medienpartner der DKM seit 2015

CHARTA
Medienpartnerschaft seit 2023

Hidden Champions
Wir sind seit 2016 Medienpartner
der Hidden Champions Tour

HANSA Champions Tour
Partner seit 2023

Mixed Champions Tour
Partner seit 2022

VUV
Seit Januar 2020 Mitglied
des VUV Forums

BANNERFORMATE

ÜBERSICHT

Abbildung	Bannertyp	Größe (b x h)	Anzeigenbereich (Bildschirmbreite)	Dateiformat	Festpreis (pro Monat)
	Skyscraper	120 x 600 Pixel	ab 1.290 Pixel	gif/jpg	3.115 Euro
	Large Leaderboard	970 x 90 Pixel	ab 1.024 Pixel	gif/jpg	3.115 Euro
	Expandable Superbanner	728 x 300 Pixel	768 bis 1.023 Pixel (nur Tablet)	gif/jpg	4.180 Euro
	Rectangle	300 x 250 Pixel	immer sichtbar	gif/jpg	3.740 Euro

Alle Preise zzgl. MwSt.

ONLINE ADVERTORIAL

IHR BEITRAG

· Redaktioneller Beitrag (Advertorial) in Zusammenarbeit mit der Mein Geld Redaktion

· Zeitliche unbegrenzte Veröffentlichung auf Mein Geld Online

· Platzierung eines Teasers im Mein Geld Newsletter

PREIS: 2000,- EURO

ZUSATZOPTIONEN

· Zusätzliche Ausspielung im **Newsletter** – **je 299,-**

· **Facebook Post** mit 10.000 Ad Impressions – **je 499,-**

· **LinkedIn Post** mit 10.000 Ad Impressions – **je 849,-**

OPINION LEADERS

IHRE MEINUNG ZU AKTUELLEN MARKTENTWICKLUNGEN

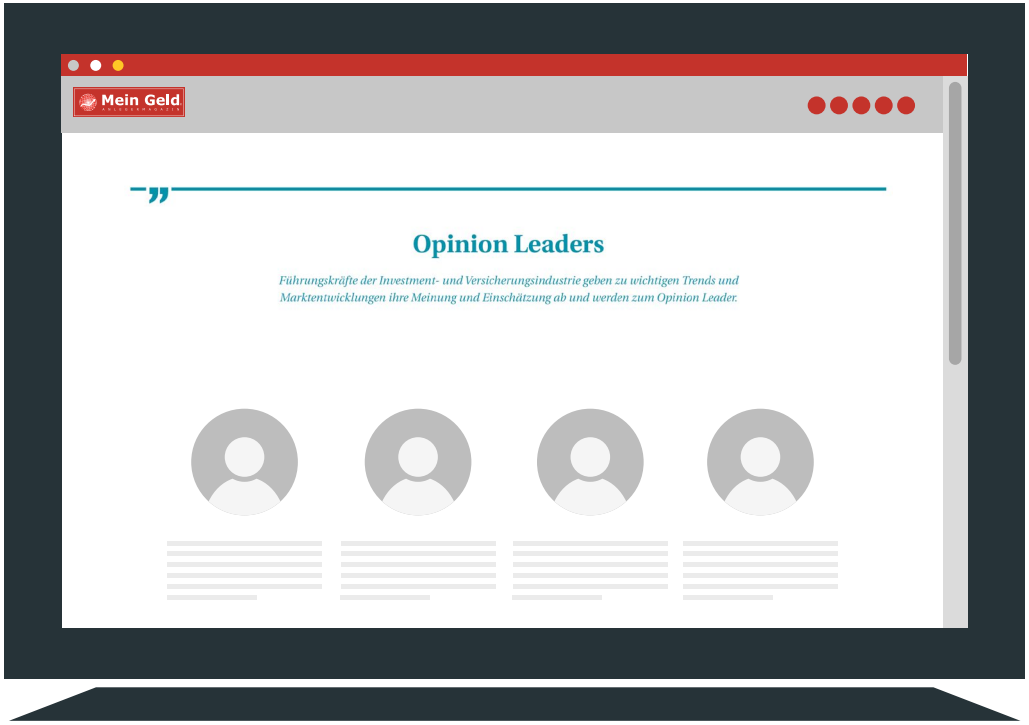
Führungskräfte der Investment- und Versicherungsindustrie geben zu wichtigen Trends und Marktentwicklungen ihre Meinung und Einschätzung ab und werden zum Opinion Leader.

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

Ihre Antwort erscheint auf der Mein Geld-Website, Sie profitieren von unserem Traffic – 253.000 Page Impressions und 23.500 Unique Visitors im Monat

Die Rubrik „Opinion Leaders“ wird außerdem im Mein Geld-Newsletter mit 6.00 E-Mail-Adressen und einer Öffnungsrate von 26,7 Prozent beworben.

PREIS: 5700,- EURO



Alle Preise zzgl. MwSt.

LINKEDIN KAMPAGNE

PROMOTED POST

Beworbener und hervorgehobener redaktioneller Beitrag auf der LinkedIn Unternehmensseite von Mein Geld.

- Inhalt: Headline, Bild oder Video, passende Teaser-Texte
- Verlinkung auf Website bei Mein Geld
- Garantierte Reichweite: 5.000 – 10.000 aus den Mein Geld Zielgruppen

(nur in Verbindung mit einer bestehenden Mein Geld Online-Buchung wie Artikel, Video, Newsletterinhalt, etc. buchbar)

LINKEDIN AD

Beworbene LinkedIn-Anzeige in einem der passenden LinkedIN-Werbeformate (sowohl als auch Bewegtbild möglich).

- Inhalt: Headline, Bild oder Video, Call-to-action Text
- Inhalte werden mit dem Kunden abgestimmt (Kurztexte, Landingpage, etc.)
- Garantierte Reichweite: 5.000 – 10.000 aus den Mein Geld Zielgruppen

(auch ohne bestehende Mein Geld Online-Buchung buchbar)

LINKEDIN-KAMPAGNE

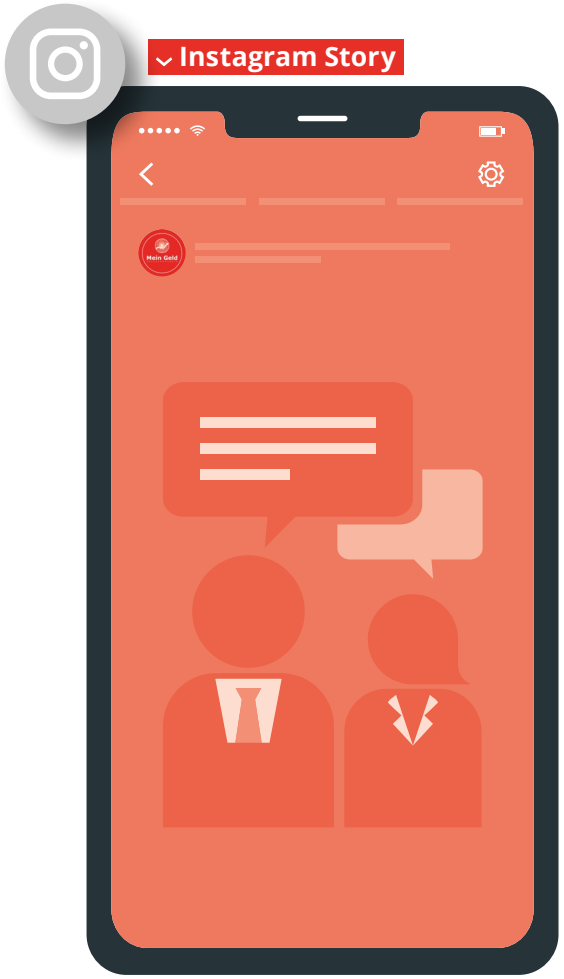
17.000

Monatliche Reichweite

INSTAGRAM STORY

INSTAGRAM STORY

- Inhalt: Bild/Text (Anzeige bis zu 15 Sekunden) oder Video (Anzeige bis zu 60 Sekunden)
- Verlinkung auf Website bei Mein Geld
- Garantierte Reichweite: 5.000 – 10.000 aus den Mein Geld Zielgruppen und -kontakten
- Inhalte können geliefert oder auf Wunsch mit der Mein Geld Redaktion gemeinsam erstellt werden



INSTAGRAM

18.000 bis 22.000

User Mindestreichweite

24 Stunden

sichtbar in der Mein Geld Instastory

FACEBOOK KAMPAGNE

PROMOTED POST

Beworbener und hervorgehobener redaktioneller Beitrag auf der Facebook Unternehmensseite von Mein Geld.

· Inhalt: Headline, Bild oder Video, passende Teaser-Texte

· Verlinkung auf Website bei Mein Geld

· Garantierte Reichweite: 40.000 User der Mein Geld Zielgruppen

! (nur in Verbindung mit einer bestehenden Mein Geld Online-Buchung wie Artikel, Video, Newsletterinhalt, etc. buchbar)

FACEBOOK AD

Beworbene Facebook-Anzeige in einem der passenden Facebook-Werbeformate. Sowohl als Bild, als auch Bewegtbild möglich.

· Inhalt: Headline, Bild oder Video, Call-to-action Text

· Inhalte werden mit dem Kunden abgestimmt (Kurztexte, Landingpage, etc.)

· Garantierte Reichweite 40.000 User der Mein Geld Zielgruppen

FACEBOOK-KAMPAGNE

20.000 bis 28.000

User Mindestreichweite

12 Stunden

auf Platz 1 der Mein Geld-Seite

MEIN GELD-TV

ONE-ON-ONE – DAS EXPERTENGESPRÄCH

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

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

ONE-ON-ONE

Wo	Wie	Verwendung
Studio	Mit Experten	Image-Kampagne
Messen	Mit eigenem Branding	Roadshow
Roadshow	Mit Mein Geld-Redaktion	Facebook-Kampagne
Kongresse		Investoren-Education
		Vermittler-Education
		Unternehmenspräsentation
		Serien-Kampagne

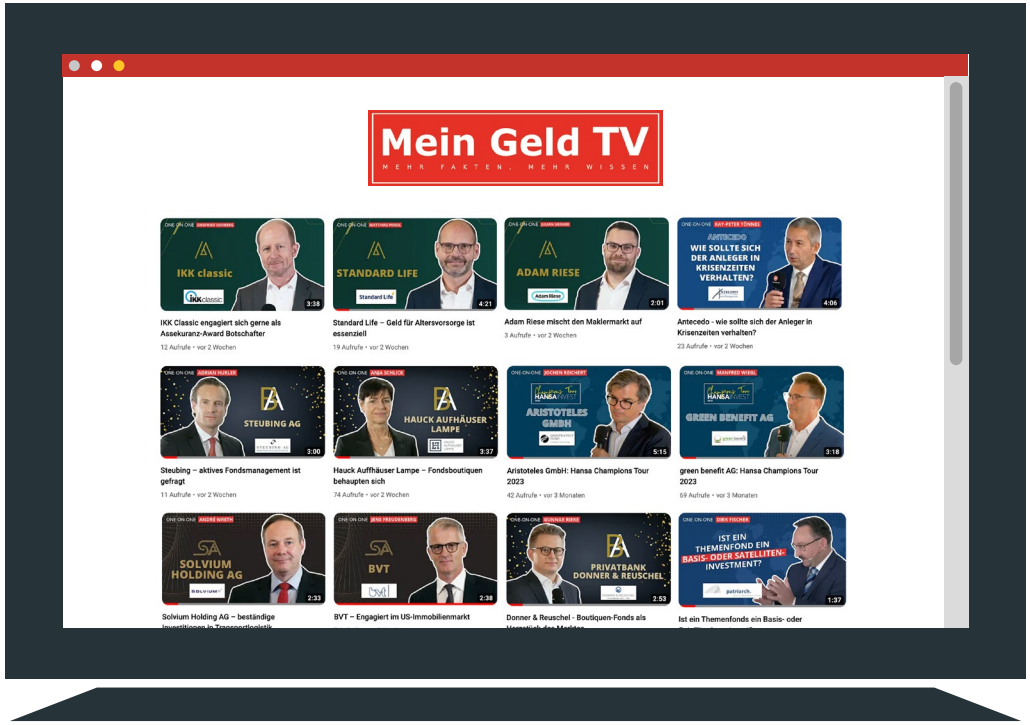
Über

700 **ONE-ON-ONES GEDREHT**

Über

1000 **PRODUZIERTE FILME**

One-on-One + Roundtable



MEIN GELD-TV

FRANKFURTER KREIS – DER FINANZTALK

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

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

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

Verbreitung der Videos im Internet
Verbreitung auf den größten Finanz- und allen Social Media-Plattformen.

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

Über
300 ROUNDTABLES GEDREHT

10.000 KLICKS

pro Video innerhalb von drei Monaten (inkl. aller Verlinkungen)

MEIN GELD-VERANSTALTUNGEN

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

Unsere Award-Veranstaltungen
· Initiatoren-Loge
· Assekuranz-Award
· Boutiquen-Awards
· FNG-Siegelverleihung
· Lipper Fund-Award

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

Boutiquen Awards 2023

Assekuranz-Award
Zusammenkunft der Creme de la Creme der Versicherungsindustrie

Boutiquen-Awards
Begegnung von Institutionellen Investementhäusern

Sachwerte-Awards
Auszeichnung der besten Sachwertanlagen

FNG-Siegelverleihung
Verleihung des Siegels vom Forum Nachhaltige Geldanlagen

Initiatoren-Loge
Treffen der erfolgreichsten Anbieter von Sachwertanlagen

Lipper Fund-Award
Zusammentreffen der Investmentindustrie mit den besten Fondsmanagern

KONTAKT

VERLAG UND HERAUSGEBER

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

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

Geschäftsführung
Isabelle 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

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-, Presserecht) verletzen. Der Auftraggeber hat den Verlag von Ansprüchen freizustellen, die Dritten aus der Ausführung des Auftrags gegen den Verlag erwachsen. Einen Schaden, der dem Verlag aus der Ausführung des Auftrags durch Ansprüche Dritter (z. B. Anspruch auf Abdruck einer Gegendarstellung oder Ansprüche wegen fehlender Bildrechte) entsteht, hat der Auftraggeber zu ersetzen.

12. Bei PR-Texten behält sich der Verlag formale Änderungen vor (z. B. Schriftart und -große), um Layout-Vorgaben einzuhalten. Beilagen- und Beihefteraufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren Billigung bindend.

13. Anzeigen, die sich in Bild, Text oder Aufmachung auf „MeinGeld“ beziehen, kann der Verlag in der Regel nicht aufnehmen.

14. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an.

15. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.

16. Der Auftraggeber hat, soweit dies nicht von ihm selbst zu vertreten ist, bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige. Der Anspruch besteht nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige innerhalb der garantierten verkauften Auflage beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Nachfrist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung.

17. Für Schäden aus der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit sowie für Schäden, die auf Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit beruhen, haftet der Verlag nach den gesetzlichen Vorschriften, Für Schäden, die auf einer leicht fahrlässigen Verletzung wesentlicher Vertragspflichten beruhen, haftet der Verlag begrenzt auf Ersatz des vertragstypischen, vorhersehbaren Schadens. Sonstige Schadensersatzansprüche des Auftraggebers sind ausgeschlossen. Die Vorschriften des Produkthaftungsgesetzes bleiben unberührt. Für Schäden aus höherer Gewalt, Streik oder anderen Umständen, die der Verlag nicht zu vertreten hat, haftet der Verlag nicht.

18. Beim Abschluss über mehrere Anzeigen hat der Auftraggeber im Falle einer Auflagenminderung einen Anspruch auf 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 Verlags) 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.