



MEDIADATEN MEIN GELD

Print 2026

Preise gültig ab 01.01.2026

GUTE ARGUMENTE FÜR DIE MEIN GELD MEDIEN GRUPPE

IHR PREMIUM-PARTNER FÜR PREMIUM-ZIELGRUPPEN

01 REICHWEITE

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

02 ZIELGRUPPE

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

03 MEINUNGSFÜHRER

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

04 UNSER VERSPRECHEN

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

KOOPERATION MIT

Handelsblatt

Wirtschafts
Woche



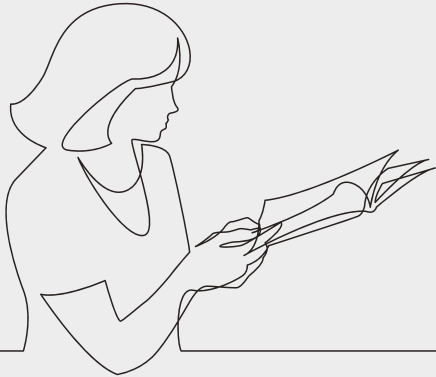
t-online.



4 KANÄLE. EINE REICHWEITE.

MEIN GELD MEDIEN GRUPPE

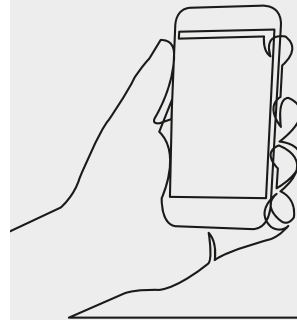
PRINT



Reichweite im Print

20.000 **LESER**

ONLINE

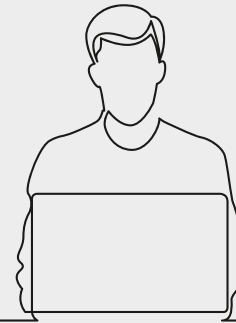


Website-Besuche pro Jahr

253.000

PAGE IMPRESSIONS

TV



Jährl. Gesamtreichweite mit unseren
Online-Kooperationspartnern

60 Mio.

CLICKS

VERANSTALTUNGEN



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 Kontext aus der Versicherungswirtschaft aus erster Hand – mit dem Anspruch informell und präzise zu sein.

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

Alle zwei Monate erreicht die Marke über 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**
 Cypypreis **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

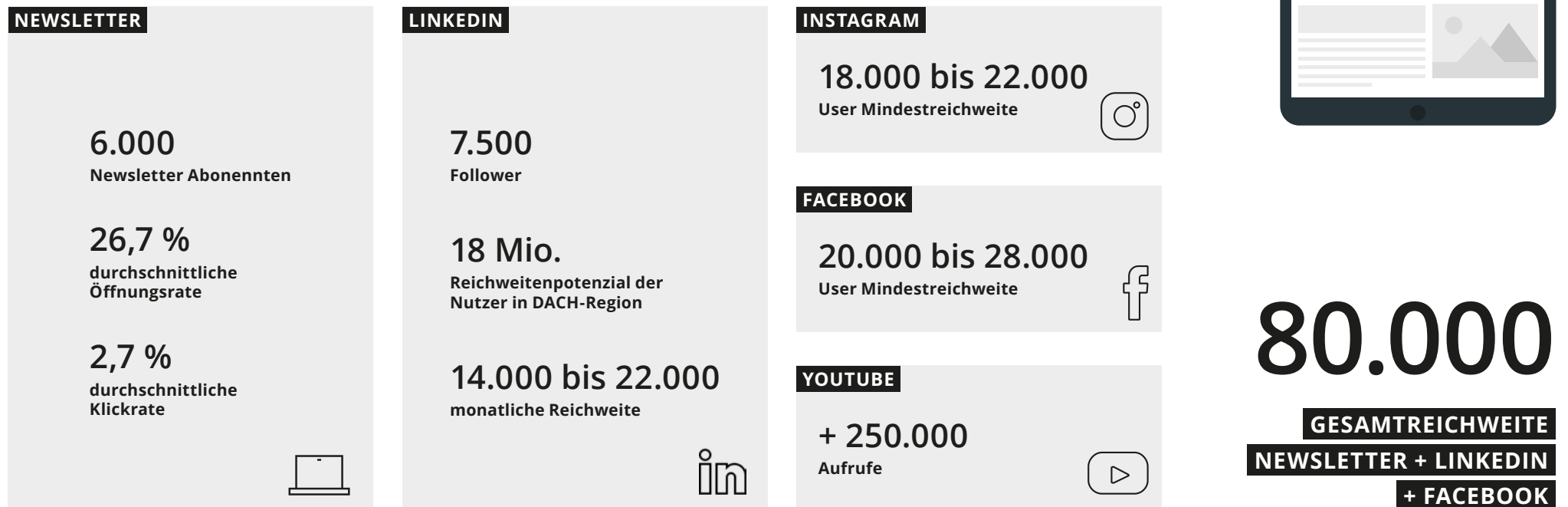
NICHTS BLEIBT IM PRINT

Das gesamte Magazin ist auch online erhältlich. Neben einem „Online Advertorial“ gibt es noch weitere Möglichkeiten Ihren Beitrag auf unterschiedlichen Plattformen umzusetzen. In den Online Mediadaten 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



MEIN GELD-PRINT

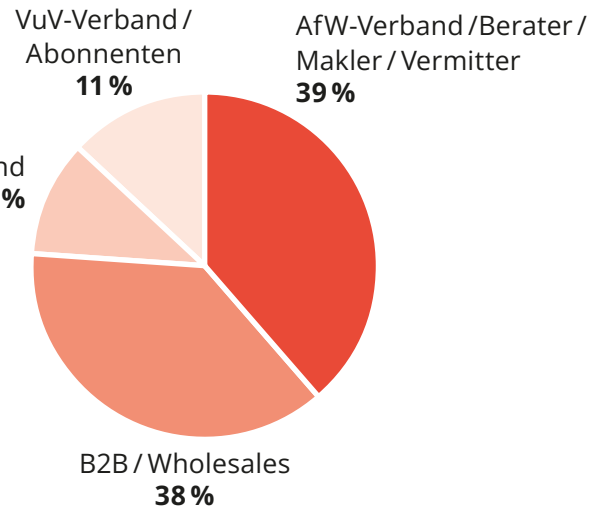


REICHWEITE

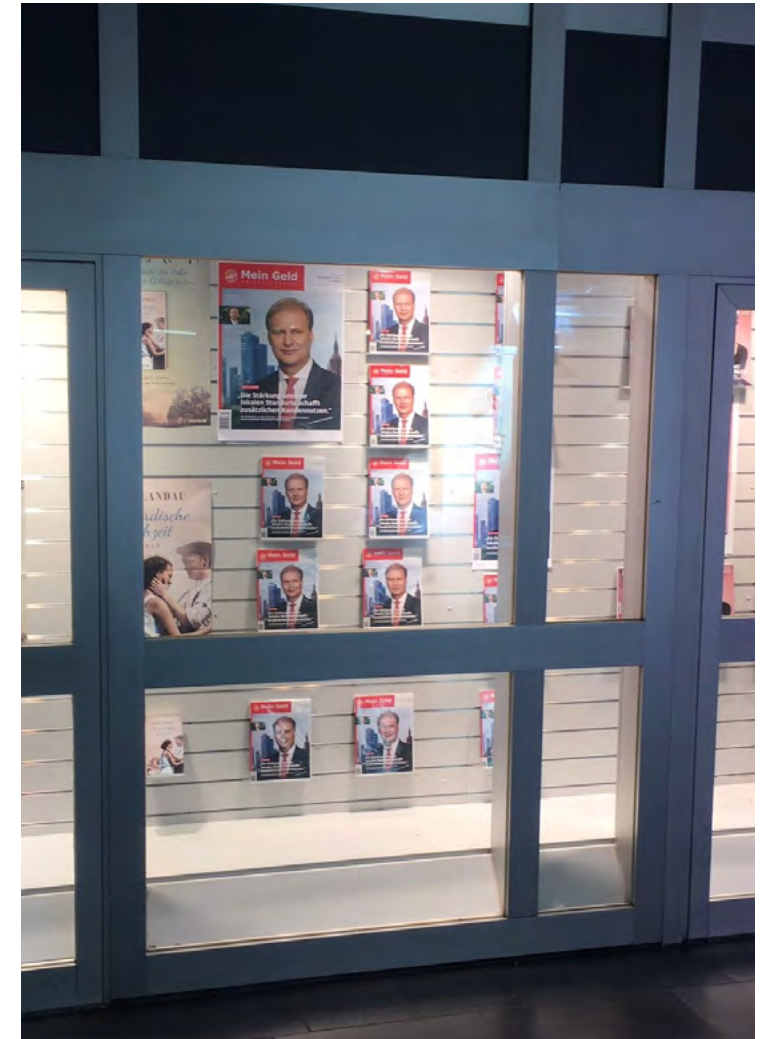
Auflage von 20.000 im Kiosk,
in vier deutschsprachigen Ländern

Zusätzliche Verbreitung

- AfW-Verband
- Berater/Makler / Vermittler
- B2B /Wholesales
- Direktversand an Institutionelle Kunden
- VuV-Verband / Abonnenten



4 verbreitete Auflage in **LÄNDERN**



Schaufensterwerbung im Hauptbahnhof Frankfurt

SPOTLIGHTS & PARTNERSCHAFTEN

ERFOLGREICHE AUSRICHTUNGEN DER MEIN GELD MEDIEN GRUPPE

t-online.

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-Logo
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



wallstreet:online
Partner seit 2010



Lipper Partnerschaft
Medienpartner Refinitiv seit 2011



Focus Online
Druckartikel werden verteilt
über FOCUS Online



AfW
Partner seit 2015



VKS
Partner seit 2022



DKM
Medienpartner der DKM seit 2015



CHARTA
Medienpartnerschaft seit 2023



Finanznachrichten
Partner seit 2010



Hidden Champions
Wir sind seit 2016 Medienpartner
der Hidden Champions Tour



HANSA Champions Tour
Partner seit 2023



Mixed Champions Tour
Partner seit 2022

Offizieller Partner des



VUV
Seit Januar 2020 Mitglied
des VUV Forums

PRINT-RUBRIKEN



Mit praxisorientierten Fachaufsätzen, Interviews, Urteilen, relevantem Kontext, sowie Unternehmens- und Produktinformationen informiert Mein Geld die Leser und präsentiert Ihnen am Markt erfolgreiche Konzepte und Lösungsansätze für Investoren und freie Vermittler. Zudem werden die neuesten Trends auf dem Finanz- und Versicherungsmarkt vorgestellt.

Für jede Rubrik kommen von unserer qualifizierten Fachredaktion jährlich über 200 Artikel – über 800 Seiten an fundiertem Fachwissen in den Rubriken.

Jährlich ca.

200 ARTIKEL IM MAGAZIN

= 800 SEITEN FACHWISSEN

in den Rubriken

Offene Investmentfonds



Schwerpunkte

- Unternehmenspräsentation
- Guided Content Investment
- ETF-News: Marktüberblick
- Impact Investing
- Produkterklärungen
- Lipper Daten

Sachwertanlagen/ Immobilien



Schwerpunkte

- Immobilieninvestition
- Regulierungen
- Emissionshäuser

Makler/ Finanzdienstleister



Schwerpunkte

- Fort- und Weiterbildung
- Presseaktivitäten
- Freie Vermittler News
- Stellungnahmen Maklerverbände
- Messen/Veranstaltungen
- Regulierungen

Versicherung



Schwerpunkte

- Tarife des Monats
- Guided Content Versicherung
- Marktstudien für die Versicherungen
- Trends in der Assekuranz
- Tariffinnovationen

Lifestyle



Schwerpunkte

- Reisen
- Hotels
- Restaurants
- Life is Style

PRINT-KONZEPTE



IM HEFT

Titelstory/U1-Platzierung

Mein Geld
ANLEGERMAGAZIN
01 | 2022
JANUAR | FEBRUAR | MÄRZ
28. JAHRGANG

Titelstory
„Gesundheit war den Menschen noch nie so wichtig wie in der aktuellen Zeit.“
URSULA CLARA DESCHER, MITGLIED DES VORSTANDES DER ERGO DEUTSCHLAND AG

Verkaufszentrum
Vollständiger Verkauf
Geld & Kapital
Anlage & Rendite
Gesundheit & Vorsorge

Guided Content Versicherung/Investment

PDF-Eigennutzung:
uneingeschränkte Nutzungsrechte für die Veröffentlichungen in Print und Online

Spezial-Interview/Platzierung im Editorial

INTERVIEW
Die Zukunft ist grün – nachhaltige Altersvorsorge

2022 ist das Jahrzehnt der Lebensqualität, eine nachhaltige Altersvorsorge, die auch den Klimawandel berücksichtigt. Ein Interview mit Ralf Bader, Leiter des Bereichs Altersvorsorge bei der Deutschen Rentenversicherung, und Dr. Guido Bader, Leiter des Bereichs Altersvorsorge bei der Deutschen Rentenversicherung Bund.

Warum sollte die Altersvorsorge grün sein?
Die Altersvorsorge sollte nicht nur die finanzielle Sicherheit, sondern auch die ökologische Nachhaltigkeit berücksichtigen. Nachhaltige Investments können langfristig höhere Renditen erzielen und gleichzeitig den Klimawandel bekämpfen.

Wie sieht die Zukunft der Altersvorsorge aus?
Die Altersvorsorge wird sich weiter diversifizieren und mehr Nachhaltigkeit integrieren. Es wird eine stärkere Zusammenarbeit zwischen den verschiedenen Anbietern geben.

INTERVIEW
Liebe Geschäftspartner, liebe Mitarbeiter,

Die Zusammenarbeit zwischen Unternehmen und Mitarbeitern ist der Schlüssel zum Erfolg. Ein Interview mit Ralf Bader, Leiter des Bereichs Altersvorsorge bei der Deutschen Rentenversicherung, und Dr. Guido Bader, Leiter des Bereichs Altersvorsorge bei der Deutschen Rentenversicherung Bund.

Wie wichtig ist die Zusammenarbeit zwischen Unternehmen und Mitarbeitern?
Die Zusammenarbeit ist entscheidend für den Erfolg. Unternehmen müssen ihre Mitarbeiter einbeziehen und fördern, um innovative Lösungen zu finden.

Wie kann die Zusammenarbeit verbessert werden?
Durch offene Kommunikation, Transparenz und die Förderung der Mitarbeiterentwicklung.

Zitierung im Editorial

EDITORIAL
Wusstesveränderung

Die Wusstesveränderung ist ein zentraler Bestandteil der Unternehmensstrategie. Ein Interview mit Ralf Bader, Leiter des Bereichs Altersvorsorge bei der Deutschen Rentenversicherung, und Dr. Guido Bader, Leiter des Bereichs Altersvorsorge bei der Deutschen Rentenversicherung Bund.

Wie wird die Wusstesveränderung umgesetzt?
Durch die Identifizierung von Chancen und Risiken, die Entwicklung von Strategien und die Umsetzung dieser Strategien.

Welche Vorteile hat die Wusstesveränderung?
Sie ermöglicht es Unternehmen, sich an verändernde Marktbedingungen anzupassen und Wettbewerbsvorteile zu erlangen.

Impact Investing

Einfach und direkt in Nachhaltigkeit investieren: Green Bond ETFs

Green Bond ETFs ermöglichen es Anlegern, einfach und direkt in nachhaltige Investments zu investieren. Ein Interview mit Ralf Bader, Leiter des Bereichs Altersvorsorge bei der Deutschen Rentenversicherung, und Dr. Guido Bader, Leiter des Bereichs Altersvorsorge bei der Deutschen Rentenversicherung Bund.

Was sind Green Bond ETFs?
Green Bond ETFs sind Fonds, die in Green Bonds investieren, die für umweltfreundliche Projekte verwendet werden.

Welche Vorteile haben Green Bond ETFs?
Sie bieten eine einfache Möglichkeit, in nachhaltige Investments zu investieren, und ermöglichen es Anlegern, ihren ökologischen Fußabdruck zu reduzieren.

DC MSCI European Green Bond EDR UCITS ETF

Der DC MSCI European Green Bond EDR UCITS ETF ist ein nachhaltiger Investmentfonds, der in Green Bonds investiert. Ein Interview mit Ralf Bader, Leiter des Bereichs Altersvorsorge bei der Deutschen Rentenversicherung, und Dr. Guido Bader, Leiter des Bereichs Altersvorsorge bei der Deutschen Rentenversicherung Bund.

Was ist der Unterschied zwischen Green Bond EDR und Green Bond UCITS?
Green Bond EDR ist ein Environmentally Driven Return-Fonds, der in Green Bonds investiert, die für umweltfreundliche Projekte verwendet werden. Green Bond UCITS ist ein Umweltinvestmentfonds, der in Green Bonds investiert.

Welche Vorteile hat der DC MSCI European Green Bond EDR UCITS ETF?
Er ermöglicht es Anlegern, in nachhaltige Investments zu investieren und gleichzeitig ihren ökologischen Fußabdruck zu reduzieren.

TITELSTORY



IN DER AUSGABE IHRER WAHL

Die Februar / März Ausgabe ist für eine Titelstory sehr beliebt, da sie zu Beginn des Jahres veröffentlicht wird und Sie somit das gesamte Jahr damit arbeiten können. Außerdem finden über das Jahr hinweg viele Veranstaltungen statt, auf denen Sie die Belegexemplare nutzen können. Da das Mein Geld Anlegermagazin durch Axel Springer im Kiosk vertrieben wird, können zudem Platzierungen in für Sie interessanten Schaufenstern gebucht werden.

Leistungen

- Nutzungsrechte der Titelseite
- Beratung zu Konzept, Story Board, Layout
- Bearbeitung des Titelbilds für die Titelseite
- Bis zu 15 Seiten redaktioneller Beitrag (à 2000 Zeichen je Seite)
- Erstellung von Grafiken und redaktionellen Beiträgen
- Nutzungsrechte der PDF Datei
- Publikation im Newsletter
- Platzierung auf der Website von Mein Geld
- 50 Belege zur freien Verfügung
- Bewerbung auf LinkedIn, Facebook und Instagram



UNTERNEHMENSSEITE „SERIE“



IHR FESTER PLATZ FÜR EIN JAHR

Leistungen

- Nutzungsrechte des Artikels in Print und Online
- Gestaltung des gelieferten Beitrages
- visuelle Aufarbeitung von Grafiken etc.
- in allen Ausgaben des Jahres 2025



PRINT-KONZEPTE



BEILAGEN

2-Seiter



4-Seiter



Oversize



5 Ausgaben über ein Jahr



Booklet



PDF-Eigennutzung:
uneingeschränkte Nutzungsrechte für
die Veröffentlichungen in Print und Online

DRUCKUNTERLAGEN UND TERMINE



MATERIAL UND DRUCKUNTERLAGEN

Texte

Anlieferung ausschließlich als reines Textdokument (.doc, .docx). **2.000 Zeichen (inkl. Leerzeichen) je Seite.** Bilddateien bitte einzeln senden. Tabellen und Grafiken möglichst im Rohformat (.doc, .docx, .xls).

Druckunterlagen (Anzeigen)

Anlieferung ausschließlich im **PDF/X-3-Standard**. Bitte 3 mm Beschnitt beachten. Keine Sonderfarben verwenden. Farbprofil beachten.

Bilddaten

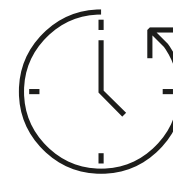
Farbbilder – **Farb-Modus CMYK**, Auflösung **300dpi**, Größenmaßstab 100 %.

S/W-Bilder – Graustufen-Modus, Auflösung 300 dpi, Größenmaßstab 100 % Strich – BitmapModus, mindestens 1 200 dpi.

Innerhalb eines EPS dürfen keine Bilddaten im DCS-Format eingebunden sein.

Farbprofil

ISOcoated_v2_300_eci.icc
Gesamtfarbauftrag maximal 300 %. Das Profil ist erhältlich unter: www.eci.org.



ERSCHEINUNGSTERMINE 2026

Ausgabe	Deadline	EVT
01 – Frühling	28.11.2025	24.01.2026
02 – Sommer	17.04.2026	23.05.2026
03 – Herbst	21.08.2026	26.09.2026






Geringfügige Terminänderungen vorbehalten.



ANZEIGENFORMATE UND PREISE



GRUNDFORMATE

Seitenaufriß	Formate	Seitenanteil	Anschnitt (b x h)	Preise
	1/1	1 Seite	210 mm x 297 mm	8.685 Euro
	1/2	3-spaltig (quer)	210 mm x 148,5 mm	4.600 Euro
	1/2	6-spaltig (quer)	420 mm x 148,5 mm	9.250 Euro
	1/3	1-spaltig (hoch)	73 mm x 297 mm	3.700 Euro
	1/3	3-spaltig (quer)	210 mm x 100 mm	3.700 Euro






Alle Preise zzgl. MwSt.

➤ **Druckunterlagen:** Heftformat: 210 mm x 297 mm. Anlieferung ausschließlich im PDF/X-3-Standard. 3 mm Beschnittzugabe für alle Anzeigenseiten. Keine Sonderfarben. Farbprofil beachten.

ANZEIGENFORMATE UND PREISE



SONDERFORMATE

Seitenaufriß	Formate	Anschnitt (b x h)	Preise
	Titelseite	210 mm x 297 mm	auf Anfrage
	2./3. Umschlagsseite	210 mm x 297 mm	9.250 Euro
	4. Umschlagsseite	210 mm x 297 mm	9.990 Euro
	1/3 Inhaltsverzeichnis (1-spaltig hoch)	81 mm x 297 mm	4.050 Euro
	1/3 Impressum (3-spaltig quer)	210 mm x 100 mm	4.050 Euro
	2. Umschlagsseite + Erwähnung im Editorial		10.400 Euro
	Erwähnung im Editorial		1.150 Euro
	Teaser (Bild + Erwähnung) im Editorial		665 Euro



Alle Preise zzgl. MwSt.

MEIN GELD-TV



ONE-ON-ONE – DAS EXPERTENGESPRÄCH

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

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

Über **700** ONE-ON-ONES GEDREHT

Über **1000** PRODUZIERTE FILME
One-on-One + Roundtable

ONE-ON-ONE

Wo

Studio
Messen
Roadshow
Kongresse

Wie

Mit Experten
Mit eigenem Branding
Mit Mein Geld-Redaktion

Verwendung

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



MEIN GELD-TV



FRANKFURTER KREIS – DER FINANZTALK

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

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

Videos

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

Verbreitung der Videos im Internet

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

Printfeedback

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

Über

300

ROUNDTABLES GEDREHT

FRANKFURTER KREIS - PKV
Thema PKV

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

TEILNEHMER

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

QR-CODES:

- Werden Gesundheits-Apps auf dem Handy genutzt?
- Was zeichnet die Erreiner des Anbieters aus?
- Wie digital sind Krankenversicherer?
- Sieht sich das aktuelle Krankensystem durch?

134 Mein Geld 04 | 2023



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.

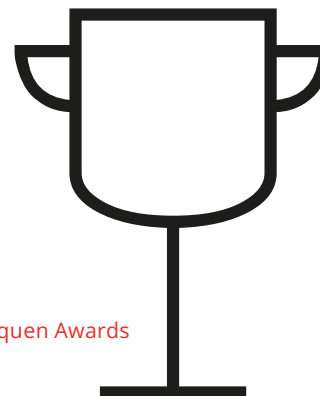
Unsere Award-Veranstaltungen

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

A

1. Mit der Erteilung eines Anzeigenauftrages erkennt der Auftraggeber die Allgemeinen Geschäftsbedingungen und die jeweils gültige Preisliste des Auftragnehmers („MeinGeld“) als verbindlich an. „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden 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 (nachfolgend insgesamt als Werbungstreibende“ bezeichnet) in MeinGeld“ zum Zweck der Verbreitung. Für die Abwicklung eines Anzeigenauftrages sind ausschließlich diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen maßgeblich. Abweichende Bedingungen des Auftraggebers finden auch dann keine Anwendung, wenn der Verlag im Einzelfall nicht widerspricht.
2. In einem Anzeigenauftrag können alle innerhalb eines Jahres erscheinenden Anzeigen einbezogen werden. Die Laufzeit des Anzeigenauftrages beginnt mit dem Erscheinen der ersten Anzeige. Platzierungsanweisungen des Auftraggebers sind nur gültig, wenn sie vom Auftragnehmer schriftlich bestätigt worden sind.
3. Wird ein Auftrag aus Umständen vom Verlag nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.
4. Anzeigen im Wirtschaftsmagazin „MeinGeld“ werden in bestimmten Ausgaben und an bestimmten Plätzen nur aufgenommen, wenn Auftraggeber und Verlag sich geeinigt haben, dass diese Anzeigen in bestimmten Ausgaben und an bestimmten Plätzen erscheinen. Bei Online-Anzeigen behält sich der Verlag vor, für Werbeaner aus Platzgründen ein Rotationsverfahren festzulegen.
5. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
6. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge nicht anzunehmen oder einzelne Anzeigen im Rahmen eines Anzeigenauftrages abzulehnen (Rücktritt), deren Inhalte gegen Gesetze, behördliche Bestimmungen oder die guten Sitten verstoßen, wegen ihres Inhaltes, ihrer Herkunft oder technischen Form den einheitlichen Grundsätzen des Verlages widersprechen oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Bei PR-Texten behält sich der Verlag formale Änderungen zum Beispiel der Schriftart und -größe vor, um Layout-Vorgaben einzuhalten. Beilagen- und Beihefteraufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Masters der Beilage und deren Billigung bindend. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
7. 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. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.
8. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber 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 oder Rückgängigmachung des Auftrages. Schadenersatzansprüche gegen den Verlag aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und/oder unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer und elektronischer Auftragserteilung – ausgeschlossen; Schadenersatzansprüche gegen den Verlag aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlages, seines gesetzlichen Vertreters und seiner Erfüllungsgehilfen. Die Haftung des Verlages ist in diesen Fällen auf den Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die Anzeige zu entrichtende Entgelt beschränkt. Beanstandungen können nur innerhalb von vier Wochen nach Veröffentlichung der Anzeige geltend gemacht werden, es sei denn, es handelt sich um versteckte Mängel.
9. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn eine Auflagenhöhe zugesichert ist und diese um mehr als 20 v. H. sinkt. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungsansprüche 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.
10. Der Auftraggeber übernimmt die Verantwortung für die Richtigkeit zurückgesandter Probeabzüge oder Andrucke und der dazu gegebenenfalls vermerkten Korrekturangaben. Wenn der Auftraggeber den ihm übermittelten Probeabzug nicht innerhalb der ihm gesetzten Frist zurückgibt, gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt.
11. Rechnungen sind sofort nach Erhalt derselben zur Zahlung fällig. Bei Zahlungen innerhalb von 3 Tagen werden 2% Skonto gewährt, sofern keine älteren Rechnungen offen sind.
12. 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.
13. Kosten für erhebliche Änderungen einer ursprünglich vereinbarten Ausführung und für die Lieferung bestellter Druckunterlagen gehen zu Lasten des Auftraggebers.
14. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist der Sitz des Verlages, soweit ein Gesetz nicht zwingend etwas anderes vorschreibt.

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

B

a) Die allgemeinen Geschäftsbedingungen des Auftragnehmers gelten sinngemäß auch für Aufträge über Sonderdrucke, Beihefter, Beikleber oder technische Sonderausführungen und sonstige Kooperationen (z.B. Round-Table).

b) Wird die Anzeigenpreisliste geändert, so treten die neuen Bedingungen auch bei laufenden Anzeigenaufträgen sofort in Kraft. Preise, Aufschläge und Nachlässe werden für alle Auftraggeber einheitlich berechnet. Der Verlag gewährt die in der Anzeigenpreisliste bezeichneten Nachlässe für alle innerhalb eines Jahres erscheinenden Anzeigen eines Werbungstreibenden.

c) Nach Anzeigenschluss sind Sistierungen, Änderungen von Größen, Formaten und der Wechsel von Farben nicht mehr möglich. Bei fernmündlichen aufgegebenen Anzeigen oder fernmündlich erteilten Korrekturen haftet der Auftragnehmer nicht für die Richtigkeit der Wiedergabe. Eine Haftung wird von Verlag 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.

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

e) Der Auftraggeber haftet dem Verlag für Schäden, die diesem durch Ansprüche Dritter aufgrund presserechtlicher oder sonstiger gesetzlicher Vorschriften (z.B. Abdruck einer Gegendarstellung) entstehen.

f) Zu Beginn einer neuen Geschäftsverbindung behält sich der Verlag vor, Vorauszahlungen bis zum Anzeigenschlusstermin zu verlangen.

g) Der Verlegernachlass auf Anzeigen für Bücher die im Verlag des Werbungstreibenden erscheinen, beträgt 10%.

h) Werbeagenturen und Werbemittler sind verpflichtet, sich mit ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen an die gültige Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlervergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

Stand: Januar 2016