

Nachhaltigkeit weiterhin auf der Agenda von Anlegern  
Im Interview: Hagen Schremmer und Claus Hecher, BNP



Unser größter Erfolgsfaktor ist das Team  
Im Interview mit Frank Lamsfuß und Michael Albrecht, Barmeria

Die bestmögliche Unterstützung für alle Vermittler  
Im Interview: Norbert Porazik, Fonds Finanz und Karsten Allesch, DEMV

Dr. Peters  
Ein Investmentunternehmen stellt sich vor

TITELSTORY

## „Europa muss autonomer werden“

IM INTERVIEW: CHRISTIAN PELLIS, DEUTSCHLANDCHEF VON AMUNDI



---

# MEIN GELD MEDIA KIT

## Print 2025

---

Prices valid from 1 January 2025

# 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.



#### COOPERATIONS WITH

Handelsblatt

WirtschaftsWoche

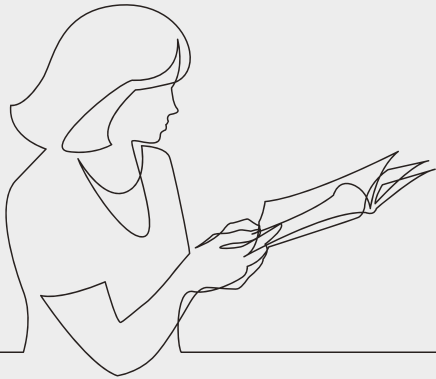


t-online.

# FOUR CHANNELS. ONE REACH.

## MEIN GELD MEDIEN GRUPPE

### PRINT

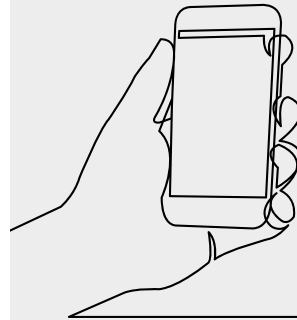


Reach of print

**20.000**

**READERS**

### ONLINE

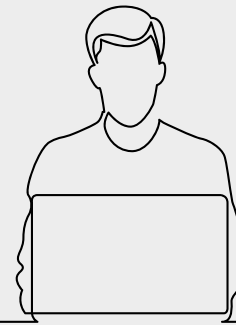


Visitors per month on homepage

**253.000**

**PAGE IMPRESSIONS**

### TV



Total reach of our cooperation partners online per year

**60 m.**

**CLICKS**

### EVENTS



More than

**1,200** **GUESTS**

at various events with cross-media reach

Pictures: www.shutterstock.com / one line man

# 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 **23,500**  
 Page impressions **2533,000**  
 Total reach, including cooperation partners **60 million clicks** per year



## 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 (including all links): **10,000**



## EVENTS

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

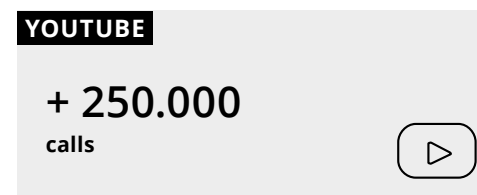
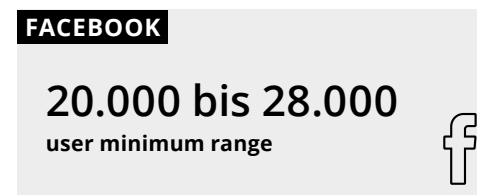
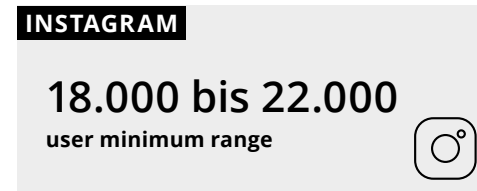
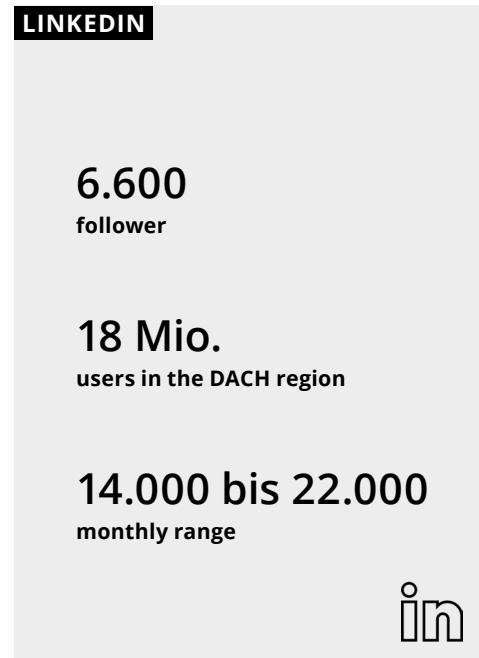
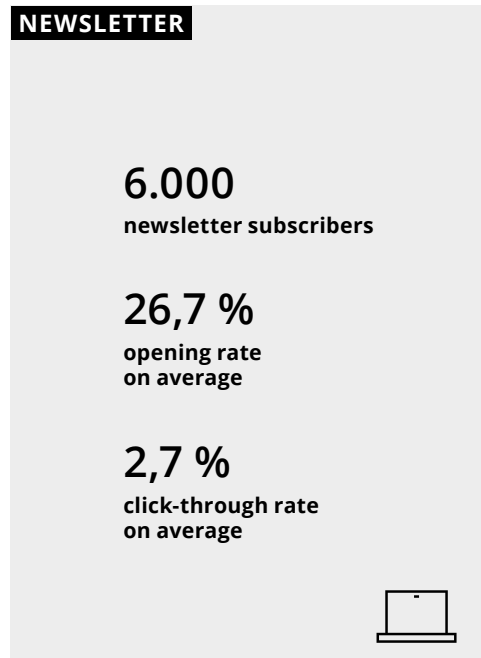
# NOTHING REMAINS IN PRINT

The entire magazine is also available online. In addition to an “online advertorial”, there are other options for implementing your article on different platforms. You can find all variants in the online media data.

## NEWSLETTER WITH CUSTOMIZABLE TARGET GROUPS

Our newsletter reaches **6,000 subscribers**. Choose from the target groups **Investment, Brokers** and **Real Assets**.

## MEIN GELD ONLINE IN FIGURES



# MEIN GELD-PRINT

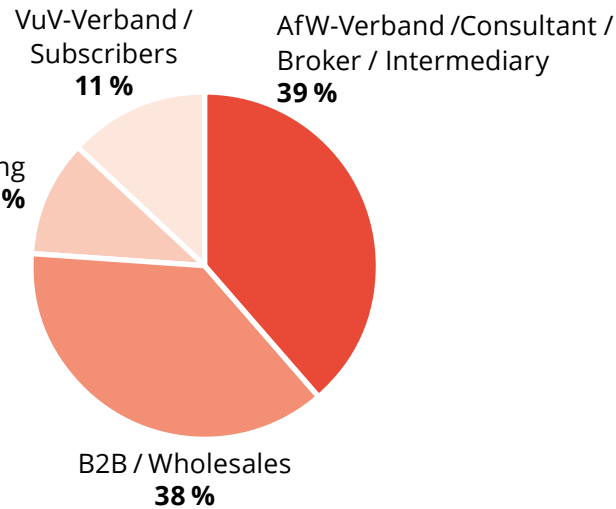


## REACH

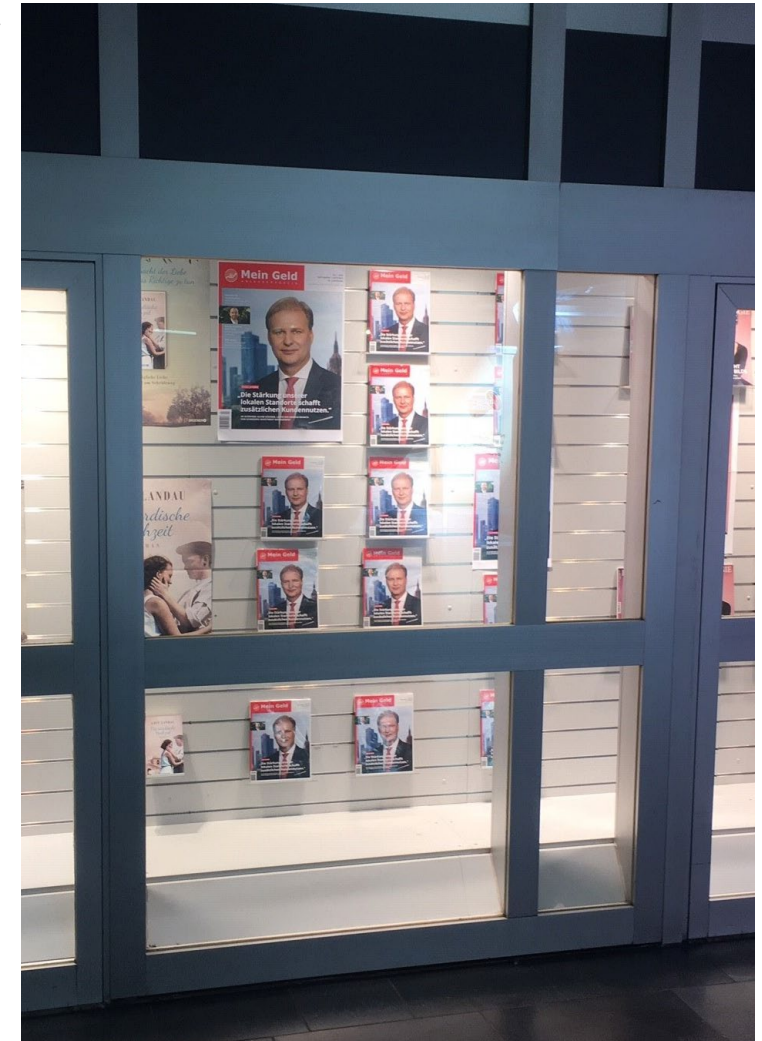
The magazine has a circulation of 20,000 copies, available at news stands in four German-speaking countries

### 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

# SPOTLIGHTS

## SUCCESSFUL DIRECTION OF MEIN GELD MEDIEN GRUPPE

### t-online.

**t-online**  
Cooperation with t-online since 2024



**Assekuranz Award**  
Exclusive award for the best Insurance, products and formats



**Boutiqen Fonds**  
Exclusive award for the best boutiques funds



**Sachwerte Awards**  
Exclusive award for the best real asset investments



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



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



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



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



**Focus Online**  
Print articles are distributed via FOCUS Online



**Lipper Partnerschaft**  
Media partner Refinitiv since 2011



**AfW**  
Partner since 2015



**VKS**  
Partner since 2022



**DKM**  
Media partner of the DKM since 2015



**CHARTA**  
Media partnership since 2023



**Hidden Champions**  
We have been a media partner since 2016 of the Hidden Champions Tour



**HANSA Champions Tour**  
Partner since 2023



**Mixed Champions Tour**  
Partner since 2022

Offizieller Partner des



**VUV**  
Member since January 2020 of the VUV Forum

# 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

01 | 2022 JANUAR | FEBRUAR | MÄRZ 28. JAHRGANG

Mein Geld ANLEGERMAGAZIN

17.09.2022 23.06.2022

Veröffentlichung: 1. Viertel 2022/1. Quartal

Gründet: 1994

Verantwortliche: Ursula Clara Deschler

Verleger: Mein Geld Medien GmbH

Redaktion: www.mein-geld-medien.de

Ursula Clara Deschler, MITGLIED DES VERSTANDS DER ERGO DEUTSCHLAND AG

### > Guided content insurance/investment

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

### Special interview/positioning within an editorial

Mein Geld

TITELSTORY

#### Die Zukunft ist grün – nachhaltige Altersvorsorge

2023 ist das Jahrzehnt der Grünen. Es zeigt sich ein nachhaltiger Wandel in der Altersvorsorge. Die Zukunft ist grün – nachhaltige Altersvorsorge. Die Zukunft ist grün – nachhaltige Altersvorsorge. Die Zukunft ist grün – nachhaltige Altersvorsorge.

Mein Geld 01 | 2022

Mein Geld

EDITORIAL

#### vusstseinsveränderung

Die Zukunft ist grün – nachhaltige Altersvorsorge. Die Zukunft ist grün – nachhaltige Altersvorsorge. Die Zukunft ist grün – nachhaltige Altersvorsorge.

Mein Geld 01 | 2022

### Mein Geld

Mein Geld

TITELSTORY

#### „Gesundheit war den Menschen noch nie so wichtig wie in der aktuellen Zeit.“

Ursula Clara Deschler, MITGLIED DES VERSTANDS DER ERGO DEUTSCHLAND AG

Mein Geld 01 | 2022

### Mein Geld

Mein Geld

INTERVIEW MIT ERGO VORSORGE

#### Exzellente Absicherung bei Berufsunfähigkeit

Mein Geld 01 | 2022

### Mein Geld

Mein Geld

UNCREBIT

#### Einfach und direkt in Nachhaltigkeitsinvestieren: Green Bond ETFs

Mein Geld 01 | 2022

### Mein Geld

Mein Geld

IMPACT INVESTING

#### UC MSCI European Green Bond EUR UCITS ETF

Mein Geld 01 | 2022

# TITELSTORY



## IN THE ISSUE OF YOUR CHOICE

The February / March issue is very popular for a cover story, as it is published at the beginning of the year and you can therefore work with it throughout the year. There are also many events throughout the year where you can use the specimen copies. As Mein Geld Anlegermagazin is distributed in newsagents by Axel Springer, you can also book placements in shop windows of interest to you.

### Services

- Rights to use the front page
- Advice on concept, story board, layout
- Editing of the cover image for the front page
- Up to 15 pages of editorial content (2000 characters per page)
- Creation of graphics and editorial content
- Rights to use the PDF file
- Publication in the newsletter
- Placement on the Mein Geld website
- 50 vouchers for free use
- Promotion on LinkedIn, Facebook and Instag



**INTERVIEW**  
„Beim Thema Nachhaltigkeit können Investoren einen echten Unterschied machen“

Wir alle sind gefordert, nachhaltiger zu leben. Nicht erst seit dem letzten Jahr. Umweltschäden, soziale Missstände, die die Arbeit der Menschen beeinträchtigen, sind das verheerende Ergebnis. Eine wachsende Zahl von Investoren verpasst ebenfalls den Druck, nachhaltige Aspekte in ihre Investitionsentscheidungen einfließen zu lassen. Wie die Finanzbranche mit dieser Verantwortung umgeht und wie Anleger durch ihre Investitionsentscheidungen nachhaltiger beitragen können, verrät Dag Rodwald, Leiter ETF & Index Fund Sales von UBS Asset Management, im Interview.

Herr Rodwald, Gedenkt es sich Ihnen gegenüber von Trends – und in den vergangenen Jahren gab es viele Themen, die die Märkte nachhaltig bewegen, aber welche sind vornehmlich? Warum ist das beim Thema Nachhaltigkeit anders?

DAG RODWALD: Der Bereich Nachhaltigkeit unterscheidet sich sehr von anderen. Die Investoren, die sich mit Nachhaltigkeit beschäftigen, sind sehr vielfältig. Es gibt viele verschiedene Ansätze, wie man Nachhaltigkeit in der Anlagepraxis umsetzen kann. Das ist ein großer Vorteil, weil man sich für verschiedene Ansätze entscheiden kann. Nachhaltigkeit ist ein breites Feld, das viele Bereiche umfasst. Es geht nicht nur um Umwelt, sondern auch um soziale Aspekte und die Rechte der Menschen. Das ist ein ganz wichtiger Aspekt, der in den letzten Jahren immer mehr an Bedeutung gewonnen hat. Die Anleger sind sich bewusst, dass Nachhaltigkeit ein wichtiger Bestandteil einer langfristigen Anlagestrategie ist. Sie wollen nicht nur Rendite, sondern auch einen positiven gesellschaftlichen Beitrag leisten. Das ist ein großer Wandel in der Anlagepraxis, der sich in den letzten Jahren deutlich abgezeichnet hat. Ich denke, das ist ein sehr wichtiger Punkt, den wir bei UBS Asset Management sehr stark betonen. Wir wollen unseren Kunden helfen, ihre Anlageentscheidungen nachhaltiger zu gestalten. Das ist ein sehr wichtiger Aspekt, den wir in den letzten Jahren immer mehr in den Vordergrund gerückt haben. Ich denke, das ist ein sehr wichtiger Punkt, den wir bei UBS Asset Management sehr stark betonen. Wir wollen unseren Kunden helfen, ihre Anlageentscheidungen nachhaltiger zu gestalten. Das ist ein sehr wichtiger Aspekt, den wir in den letzten Jahren immer mehr in den Vordergrund gerückt haben.

Lesen Sie weiter auf Seite 8

**Wachsen Portfolios hier die Finanzwirtschaft?**

DAG RODWALD: Das ist eine sehr interessante Frage. Die Finanzwirtschaft ist in den letzten Jahren sehr stark gewachsen. Das ist ein sehr wichtiger Punkt, den wir bei UBS Asset Management sehr stark betonen. Wir wollen unseren Kunden helfen, ihre Anlageentscheidungen nachhaltiger zu gestalten. Das ist ein sehr wichtiger Aspekt, den wir in den letzten Jahren immer mehr in den Vordergrund gerückt haben. Ich denke, das ist ein sehr wichtiger Punkt, den wir bei UBS Asset Management sehr stark betonen. Wir wollen unseren Kunden helfen, ihre Anlageentscheidungen nachhaltiger zu gestalten. Das ist ein sehr wichtiger Aspekt, den wir in den letzten Jahren immer mehr in den Vordergrund gerückt haben.

**Nur sehen wir solche Anzeichen bei den Zuläufen sicherlich nicht nur bei den öffentlichen Geldern. Wie sieht Ihre Bilanzierung nach dem Hauptzweck dieser Entwicklung, sprich die Gründe für die hohe Nachfrage nach Nachhaltigkeit?**

DAG RODWALD: Das ist eine sehr interessante Frage. Die öffentliche Bilanzierung ist ein sehr wichtiger Punkt, den wir bei UBS Asset Management sehr stark betonen. Wir wollen unseren Kunden helfen, ihre Anlageentscheidungen nachhaltiger zu gestalten. Das ist ein sehr wichtiger Aspekt, den wir in den letzten Jahren immer mehr in den Vordergrund gerückt haben. Ich denke, das ist ein sehr wichtiger Punkt, den wir bei UBS Asset Management sehr stark betonen. Wir wollen unseren Kunden helfen, ihre Anlageentscheidungen nachhaltiger zu gestalten. Das ist ein sehr wichtiger Aspekt, den wir in den letzten Jahren immer mehr in den Vordergrund gerückt haben.

PRINT CONCEPTS



IN MAGAZINE

Company profile (annually)

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

Advertorial

Mein Geld BEST IN CLASS DEAL FLOW AND RISKID SCREENING... Wie Sie Venture Deals im boomenden Gesundheitsmarkt digital tätigen können... 370... 5,6... CHAMEN, RÖHNEN UND NEUERWISUNEN... myLife Aktiv+... OFFENE INVESTITIONEN... VERSEICHERUNG...

ETF News (annually)

Mein Geld UBS ASSET MANAGEMENT Qualitätsfaktoren... In Kombination Zehn bis sechs defensive Faktoren das Portfolio stabilisieren... 21,6... TECHN-ACHSEN HABEN VIEL GEWICHT... Usage of PDF for your own purposes: unlimited rights of use for the publications in print and online

ETF News (annually)

Mein Geld KOLUMNE ROLAND KÖLSCH Augen auf vor Mogelpackungen... Auch die kleine ABC der ESG-Geldanlage will gelernt sein... 10,7... OFFENE INVESTITIONEN...

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

# UNTERNEHMENSSEITE „SERIES“



## 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)

### SEILERN'S 10 GOLDENE REGELN

#### Die 7. Regel

Seit Gründung 1989 verfolgen wir ein Ziel: die Investition in Unternehmen höchster Qualität mit überdurchschnittlichen Wachstumsaussichten. Zur Identifikation und Kontrolle dieser Unternehmen entwickelten wir zehn Goldene Regeln, die wir nacheinander vorstellten.

Seilern's 7. Goldene Regel verlangt eine geringe Kapitalintensität und eine hohe Rendite auf das investierte Kapital (ROIC). Ein Grund, warum wir viel Wert auf Unternehmen legen, die mit wenig Kapitaleinsatz profitabel sind, ist, dass dies zu einer gesunden Unternehmensbilanz beiträgt. Um diese Goldene Regel zu erfüllen, muss ein Unternehmen mit möglichst wenig Fremd- oder Eigenkapital was...

**WICHTIGER KATALYSATOR**

Unternehmen vermeiden Verluste und erwirtschaften rentable Mittel, wenn sie rentabel sind und...

**FONDSDATEN**

ISIN/WKN  
E00B5T2555/AXI8HA

**Währungen**  
EUR/CHF/USD/GBP

**Referenzindex**  
MSCI World TR

---

**POWERED BY**

## 21shares

**SERIE 21SHARES**

### Dezentrales Finanzwesen: Die Zukunft der Finanzwelt?

Adrian Fritz  
Head of Research

**UNTERNEHMEN**

Als weltweit führendes Unternehmen für börsennotierte Krypto-Produkte (ETPs) bietet 21Shares eine unkomplizierte, sichere und transparente Möglichkeit, in Bitcoin und andere Kryptosets zu investieren. Bereits im Jahr 2018 setzte 21Shares einen Meilenstein, als es das weltweit erste physisch getrackte Krypto-ETP an der SIX Swiss Exchange herausbrachte. Seither hat 21Shares seinen Erfolg mit institutionellen Research und der Einführung innovativer Produkte für institutionelle und private Investoren weltweit weiter vorangetrieben. Unser Team bei 21Shares besteht aus einer vielfältigen Gruppe von Unternehmern, Ingenieuren, Akademikern und Finanzexperten. Diese engagierten Fachleute haben sich die Revolutionierung des Krypto-Investments verschrieben, indem sie die Welt der traditionellen Finanzwirtschaft (tradit) und die dezentrale Finanzwirtschaft (DeFi) miteinander verbinden. Mit Büros in New York und Zürich sind wir bestrebt positioniert, um weltweit innovative Lösungen zu entwickeln.

**BRÜCKEN BAUEN**

Unsere besonderen technologischen Fähigkeiten ermöglichen es uns, auf effiziente Weise in der Welt der Kryptosets zu operieren. Dabei nutzen wir sowohl On-Chain als auch Off-Chain-Technologien und suchen ständig nach neuen Lösungen, die unsere Kunden zugunsten kommen. Dies gelingt durch die enge Zusammenarbeit unserer Produkt- und Technologieteams, unserer Researchabteilung sowie unserer Teams für Capital Markets und Vertrieb. Dieser interdisziplinäre Ansatz treibt die Innovation unserer Produkte voran und ermöglicht es Investoren, an dieser sich schnell entwickelnden Anlageklasse teilzunehmen.

**Anschrit**  
21Shares AG, Pelikanstrasse 37,  
8001 Zürich, Schweiz

**POWERED BY**

## Antecedo

### Antecedo Defensive Growth Fonds feiert ihriges Jubiläum

Kay Tönnies  
Partner, Geschäftsführer, Fondsmanager

**UNTERNEHMEN**

Antecedo Asset Management ist der Spezialist für risiko-kontrollierte Geldanlagen. Ziel des 2006 gegründeten Vermögensverwalters ist es, durch fortschrittliches Risikomanagement überlegene und unerreichbare Anlagestrategien zu schaffen, die in ihrem jeweiligen Segment zur Spitze gehören. Hohe Kundenzufriedenheit und messbarer Mehrwert für den Kunden steht im Zentrum der Unternehmensphilosophie.

In den von Antecedo Asset Management verwalteten Fonds, Mandaten und Strategien kommen mehrstufige und langfristige risikoreiche Risikomanagementsysteme zum Einsatz. Diese begrenzen die Risiken in Abwärtsszenarien deutlich, bei gleichzeitiger Partizipation an Aufwärtstrends an den Kapitalmärkten. Ziel ist ein deutlich verbessertes Risiko-Rendite-Verhältnis. Antecedo verwaltet aktuell ein Vermögen von mehr als vier Milliarden Euro.

**Anschrit**  
Antecedo Asset Management GmbH  
Louisenstraße 21  
61348 Bad Homburg  
www.antecedo.eu

# PRINT CONCEPTS

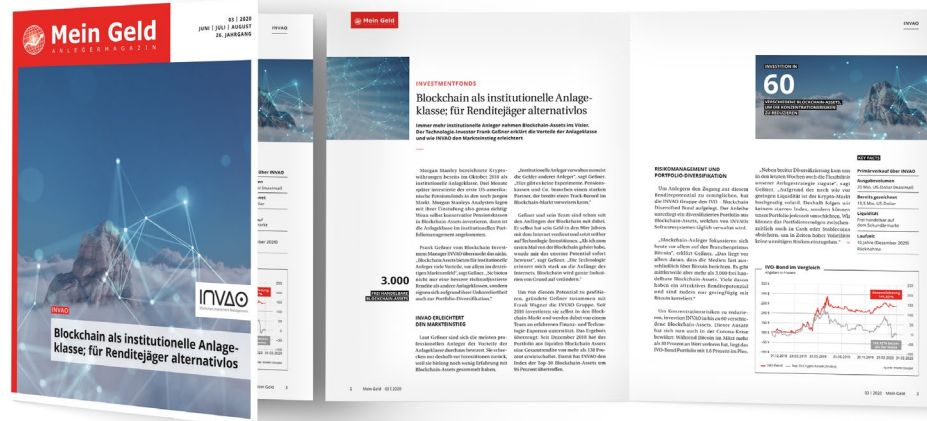


## INSERTS

### 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 %.

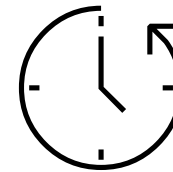
B&w pictures – grey scale mode  
Resolution 300 dpi  
Scale of size 100 % – Bitmap mode  
1,200 dpi at the very least

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](http://www.eci.org).



## RELEASE DATES 2025





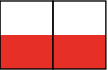
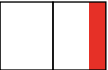

Issue	Deadline	First day of publication
<b>01 – January/February/March</b>	10.01.2025	15.02.2025
<b>02 – April/May</b>	28.02.2025	05.04.2025
<b>03 – June/July/August</b>	25.04.2025	07.06.2025
<b>04 – September/October</b>	08.08.2025	13.09.2025
<b>05 – November/December</b>	10.10.2025	15.11.2025

Minor date changes reserved.

# AD FORMATS AND RATES



## BASIC FORMATS

Layout	Formats	1/1 1 page	Trim (width and height)	Price
	1/1	One page	210 mm x 297 mm	8,685 Euro
	1/2	3 horizontal columns	210 mm x 148,5 mm	4,600 Euro
	1/2	6 horizontal columns	420 mm x 148,5 mm	9,250 Euro
	1/3	1 vertical column	73 mm x 297 mm	3,700 Euro
	1/3	1/3 column horizontally	210 mm x 100 mm	3,700 Euro

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

All prices plus VAT.

# AD FORMATS AND RATES



## SPECIAL FORMATS

Layout	Formats	Trim (width and height)	Price
	Cover page	210 mm x 297 mm	upon request
	2./3. cover page	210 mm x 297 mm	9,250 Euro
	4. cover page	210 mm x 297 mm	9,990 Euro
	1/3 table of contents (1 vertical column)	81 mm x 297 mm	4,050 Euro
	1/3 imprint (1/3 column horizontally)	210 mm x 100 mm	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

📄 **Printing specifications:** Magazine format: 210 mm x 297 mm. Printing materials are to be submitted in PDF/X-3 only. Please keep a bleed of 3 mm in mind.  
Do not use spot colours. Follow the colour profile.

All prices plus VAT.



# MEIN GELD 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

# 700

**ONE-ON-ONES PRODUCED**

More than

# 1000

**CLIPS PRODUCED**

One-on-One + Roundtable

### 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.

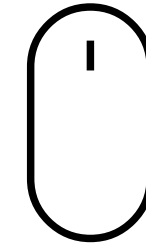
### Print feedback

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 including all links

**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.

**TEILNEHMER**

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

**QR-CODES:**

- Wie oft werden Health-Apps auf dem Smartphone genutzt?
- Wie werden die Erhebungen der Arbeitgeber aus?
- Wie digital sind Krankenkassenversicherer?
- Sieht sich das aktuelle Krankenkassenversicherungssystem 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.

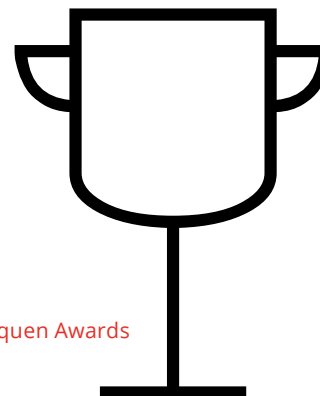
## Our award events

- 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.



Boutiquen 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

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-, 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 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 Werbungsmitter 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.