

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

Wirtschafts
Woche



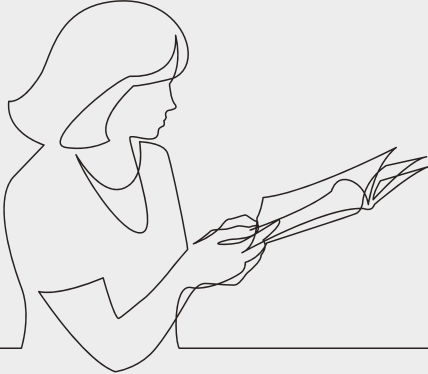
t-online.



FOUR CHANNELS. ONE REACH.

MEIN GELD MEDIEN GRUPPE

PRINT



Reach of print

20.000

READERS

ONLINE



Visitors per year 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

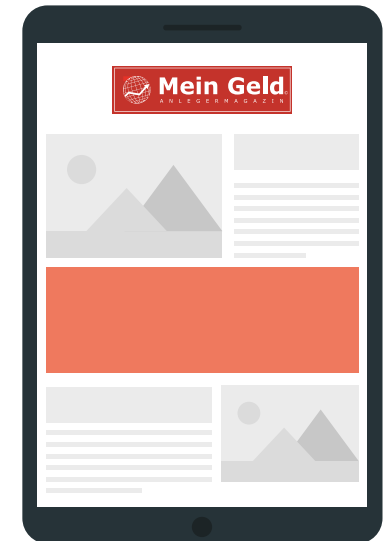
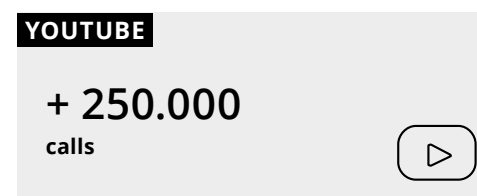
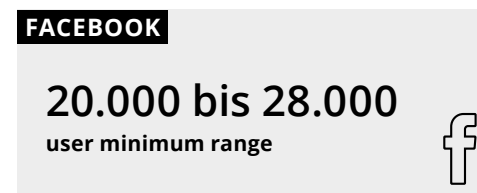
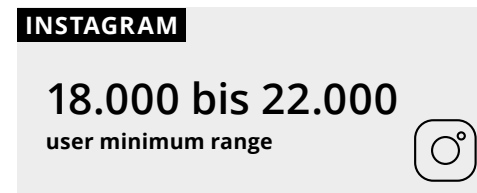
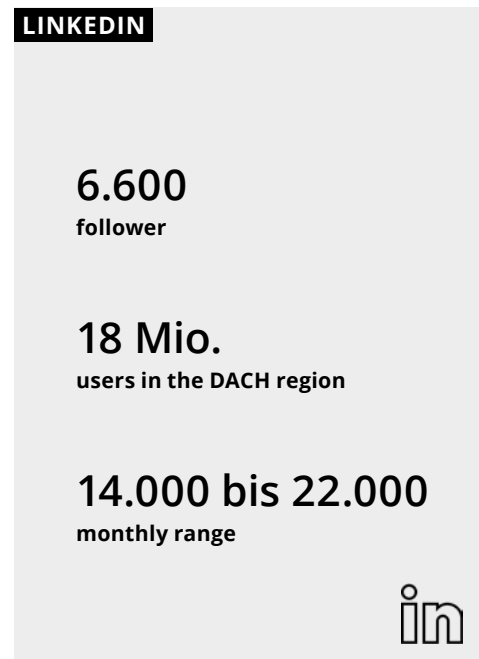
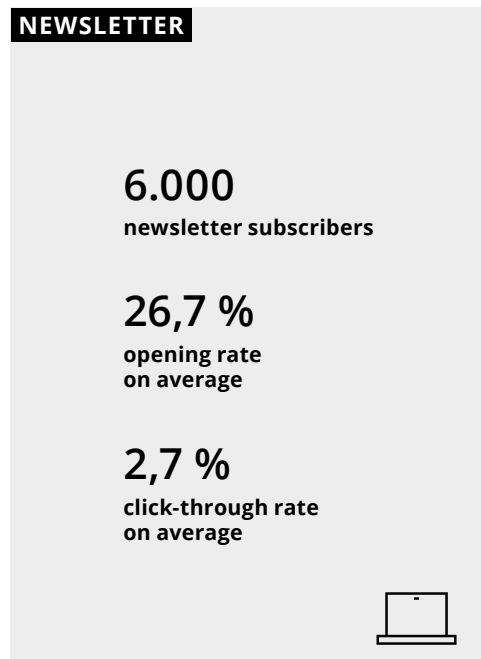
NOTHING REMAINS IN PRINT

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

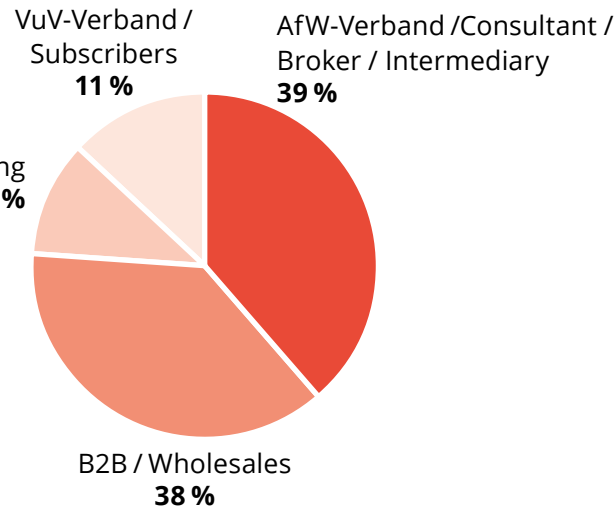


REACH

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
ANLEGERMAGAZIN
01 | 2022
JANUAR | FEBRUAR | MÄRZ
24. JAHRGANG

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

Verkaufslänge
1400 Exemplare pro Ausgabe

Verkaufswert
1,20 €

Verkaufsstellen
Kiosk, Buchhandel, Online

Abonnenten
120.000

Abonnementpreise
12 Ausgaben für 12,00 €

Abonnenten
120.000

Abonnementpreise
12 Ausgaben für 12,00 €

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

INTERVIEW
Die Zukunft ist grün - nachhaltige Altersvorsorge

2022 ist das Startjahr Lebensversicherung 2.0, die eine der ersten Veränderungen der Lebensversicherung ist: eine nachhaltige Altersvorsorge, die auch ökologische und ethische Aspekte berücksichtigt. Wir haben mit Ralf Bärntz, Leiter des Bereichs Altersvorsorge bei der Deutschen Lebensversicherungsgesellschaft (DLG), und Guido Bader, Leiter des Bereichs Altersvorsorge bei der Deutschen Lebensversicherungsgesellschaft (DLG), über die Zukunft der Altersvorsorge gesprochen.

Warum sollte die Lebensversicherung 2.0 ein Thema sein?
Die Lebensversicherung ist ein zentraler Baustein der Altersvorsorge. Sie bietet eine langfristige und sichere Möglichkeit, sich für den Lebensabend zu versichern. In der Zukunft wird es immer wichtiger sein, sich für eine nachhaltige Altersvorsorge zu entscheiden.

Wie sieht die Zukunft der Altersvorsorge aus?
Die Zukunft der Altersvorsorge wird von Nachhaltigkeit geprägt sein. Es wird wichtiger sein, sich für eine Altersvorsorge zu entscheiden, die auch ökologische und ethische Aspekte berücksichtigt.

Mein Geld

INTERVIEW
Liebe Geschäftspartner, liebe Mitarbeiter

Die Corona-Pandemie hat die Arbeitswelt nachhaltig verändert. Unternehmen sind gezwungen, sich an neue Gegebenheiten anzupassen. Wir haben mit Ralf Bärntz, Leiter des Bereichs Arbeitswelt bei der Deutschen Lebensversicherungsgesellschaft (DLG), und Guido Bader, Leiter des Bereichs Arbeitswelt bei der Deutschen Lebensversicherungsgesellschaft (DLG), über die Zukunft der Arbeitswelt gesprochen.

Wie sieht die Zukunft der Arbeitswelt aus?
Die Zukunft der Arbeitswelt wird von Digitalisierung und Nachhaltigkeit geprägt sein. Es wird wichtiger sein, sich für eine Arbeitswelt zu entscheiden, die auch ökologische und ethische Aspekte berücksichtigt.

Citation within an editorial

EDITORIAL

Wusstesveränderung

Die Corona-Pandemie hat die Arbeitswelt nachhaltig verändert. Unternehmen sind gezwungen, sich an neue Gegebenheiten anzupassen. Wir haben mit Ralf Bärntz, Leiter des Bereichs Arbeitswelt bei der Deutschen Lebensversicherungsgesellschaft (DLG), und Guido Bader, Leiter des Bereichs Arbeitswelt bei der Deutschen Lebensversicherungsgesellschaft (DLG), über die Zukunft der Arbeitswelt gesprochen.

Wie sieht die Zukunft der Arbeitswelt aus?
Die Zukunft der Arbeitswelt wird von Digitalisierung und Nachhaltigkeit geprägt sein. Es wird wichtiger sein, sich für eine Arbeitswelt zu entscheiden, die auch ökologische und ethische Aspekte berücksichtigt.

Impact investing

Mein Geld

EXZELLENT
Exzellente Absicherung bei Berufsunfähigkeit

Die Berufsunfähigkeit ist ein zentraler Baustein der Altersvorsorge. Sie bietet eine langfristige und sichere Möglichkeit, sich für den Lebensabend zu versichern. In der Zukunft wird es immer wichtiger sein, sich für eine nachhaltige Altersvorsorge zu entscheiden.

Warum sollte die Berufsunfähigkeit ein Thema sein?
Die Berufsunfähigkeit ist ein zentraler Baustein der Altersvorsorge. Sie bietet eine langfristige und sichere Möglichkeit, sich für den Lebensabend zu versichern. In der Zukunft wird es immer wichtiger sein, sich für eine nachhaltige Altersvorsorge zu entscheiden.

Mein Geld

UNCREBIT
Einfach und direkt in Nachhaltigkeit investieren: Green Bond ETFs

Green Bond ETFs sind eine gute Möglichkeit, sich für eine nachhaltige Altersvorsorge zu entscheiden. Sie bieten eine langfristige und sichere Möglichkeit, sich für den Lebensabend zu versichern. In der Zukunft wird es immer wichtiger sein, sich für eine nachhaltige Altersvorsorge zu entscheiden.

Warum sollte die Green Bond ETFs ein Thema sein?
Green Bond ETFs sind eine gute Möglichkeit, sich für eine nachhaltige Altersvorsorge zu entscheiden. Sie bieten eine langfristige und sichere Möglichkeit, sich für den Lebensabend zu versichern. In der Zukunft wird es immer wichtiger sein, sich für eine nachhaltige Altersvorsorge zu entscheiden.

Mein Geld

OFFENE INVESTMENTFONDS
UC MSCI European Green Bond EUN UCITS ETF

UC MSCI European Green Bond EUN UCITS ETF ist ein guter Baustein der Altersvorsorge. Sie bieten eine langfristige und sichere Möglichkeit, sich für den Lebensabend zu versichern. In der Zukunft wird es immer wichtiger sein, sich für eine nachhaltige Altersvorsorge zu entscheiden.

Warum sollte die UC MSCI European Green Bond EUN UCITS ETF ein Thema sein?
UC MSCI European Green Bond EUN UCITS ETF ist ein guter Baustein der Altersvorsorge. Sie bieten eine langfristige und sichere Möglichkeit, sich für den Lebensabend zu versichern. In der Zukunft wird es immer wichtiger sein, sich für eine nachhaltige Altersvorsorge zu entscheiden.

Mein Geld

IMPACT INVESTING
Wichtiges Anliegen ist der Klimawandel

Der Klimawandel ist ein zentraler Baustein der Altersvorsorge. Sie bieten eine langfristige und sichere Möglichkeit, sich für den Lebensabend zu versichern. In der Zukunft wird es immer wichtiger sein, sich für eine nachhaltige Altersvorsorge zu entscheiden.

Warum sollte der Klimawandel ein Thema sein?
Der Klimawandel ist ein zentraler Baustein der Altersvorsorge. Sie bieten eine langfristige und sichere Möglichkeit, sich für den Lebensabend zu versichern. In der Zukunft wird es immer wichtiger sein, sich für eine nachhaltige Altersvorsorge zu entscheiden.

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. Umweltschutz, Klimaschutz und das Verbot von Atomkraft sind Themen, die uns alle betreffen. Eine wachsende Zahl von Investoren verknüpft ebenfalls den Druck, nachhaltiger zu handeln, mit ihrer Investitionsentscheidung. 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, Geldanlage ist seit Jahren geprägt von Trends – und in den vergangenen Jahren gab es viele Themen, die die Märkte nachhaltig bewegten, aber welche dieser verschwinden? Warum ist das beim Thema Nachhaltigkeit anders?

DAG RODWALD: Der Bereich Nachhaltigkeit unterscheidet sich sehr von klassischen Trends, vor allem in der Hinsicht, dass Nachhaltigkeit über viele Jahrzehnte hinweg ein zentraler Bestandteil der globalen Wirtschaft sein wird. Nachhaltigkeit wird nicht nur als ethisches Argument, sondern auch als wesentliche Voraussetzung für den langfristigen Erfolg von Unternehmen gesehen. Nachhaltigkeit wird zunehmend als Wettbewerbsvorteil angesehen, der Unternehmen helfen kann, Risiken zu vermeiden, die Marktveränderungen zu bewahren. Dies ist kein kurzfristiges Phänomen, sondern ein langfristiges, das über Generationen hinweg bestehen wird. Dies zeigt zum Beispiel die Enge zwischen Klimawandel und nachhaltiger Produktion der globalen Wirtschaft und politische Druck.

Lesen Sie weiter auf Seite 8

Welchen Port einfluss hat die Finanzwirtschaft auf die Umwelt?

DAG RODWALD: Das ist eine Frage, die immer mehr Anleger stellen. Die Finanzwirtschaft hat einen erheblichen Einfluss auf die Umwelt, da sie für die Finanzierung von Unternehmen und Projekten verantwortlich ist. Die Finanzwirtschaft kann dazu beitragen, den Wandel zu einer nachhaltigeren Wirtschaft zu beschleunigen, indem sie Investitionen in nachhaltige Unternehmen fördert und den Druck auf Unternehmen ausübt, nachhaltiger zu handeln. Die Finanzwirtschaft kann auch dazu beitragen, den Wandel zu einer nachhaltigeren Wirtschaft zu verlangsamen, indem sie Investitionen in umweltschädliche Unternehmen fördert. Die Finanzwirtschaft hat eine wichtige Rolle zu spielen, um den Wandel zu einer nachhaltigeren Wirtschaft zu beschleunigen.

UBS Asset Management ist ein führender Anbieter von nachhaltigen Investmentprodukten.

Nur sehen wir solche Anzeichen bei den Zulieferern sicherlich nicht nur bei den Zulieferern. Wie sieht Ihre Bilanzierung nach dem Hauptberichterstattungsjahr aus? Entwicklung, sprich die Gründe für die hohe Nachfrage nach Nachhaltigkeit?

DAG RODWALD: Die Nachfrage nach nachhaltigen Investmentprodukten ist in den letzten Jahren stark gestiegen. Dies ist ein Zeichen dafür, dass Anleger zunehmend Wert auf Nachhaltigkeit legen. Die Nachfrage nach nachhaltigen Investmentprodukten ist ein Zeichen dafür, dass Anleger zunehmend Wert auf Nachhaltigkeit legen. Die Nachfrage nach nachhaltigen Investmentprodukten ist ein Zeichen dafür, dass Anleger zunehmend Wert auf Nachhaltigkeit legen.

UBS Asset Management ist ein führender Anbieter von nachhaltigen Investmentprodukten.

PRINT CONCEPTS



IN MAGAZINE

Company profile (annually)

UBS ASSET MANAGEMENT China-Anleihen: Ein Investment mit Zukunft. Die Nachhaltigkeit internationaler Anleger sowie die hohe Korrelation zu anderen Anlagen sind zwei der Gründe, die für chinesische Anleihen sprechen.

Advertorial

Wie Sie Venture Deals im boomenden Gesundheitsmarkt digital tätigen können. Seit der Weltwirtschaftskrise der letzten ein Jahr, auch Hedgefonds werden bereits vermehrt für digitale Strategien in der Pharma-Risk Venture Capital und der Alternative Asset Health Ventures Capital.

Tariff of the Month

TARIF DES MONATS DEZEMBER 2020 myLife Aktiv+. Flexibles Investment zwischen Performance und Sicherheit.

ABSCHREIBUNG Abschied mit Renditepotenzial. Gold als Zentrale des Vermögenswachstums. Value Intelligence Gold Company Fonds AMI I (IE).

ETF News (annually) UBS ASSET MANAGEMENT Qualitätsfaktoren. In Kombination bieten mehrere attraktive Faktoren das Portfolio ausbalancieren.

KOLUMNE ROLAND KÖLSCH Augen auf Ihre Vogelpackungen. Auch das kleine ABC der ESG-Geldanlage will gelernt sein.

Column. Die ersten Dividende zugewandenen haben als „wagere“ Hochleistungsmodell zu beschreiben. Die Hochleistungsmodell haben als „wagere“ Hochleistungsmodell zu beschreiben.

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)



PRINT CONCEPTS



INSERTS

2-pager



4-pager



Oversize



5 issues a year



Booklet



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

PRINTING SPECIFICATIONS AND RELEASE DATES



PRINTING SPECIFICATIONS AND MATERIALS

Texts

Texts are submitted as documents only (.doc, .docx). **2,000 characters (including spaces) per page.**

Please submit image files individually and spreadsheets and charts in raw versions (.doc, .docx, .xls), if possible.

Printing materials (advertisements)

Printing materials are to be submitted in **PDF/X-3** only. Please keep a bleed of 3 mm in mind. Do not use spot colours. Follow the colour profile.

Image files

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

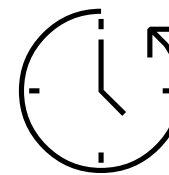
B&w pictures – grey scale mode
Resolution 300 dpi
Scale of size 100 % – Bitmap mode
1,200 dpi at the very least

No image data in DCS format may be integrated within an EPS file format.

Colour profile

ISOcoated_v2_300_eci.icc

Total ink coverage maximum 300 %.
Find the profile here: www.eci.org.



RELEASE DATES 2025








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

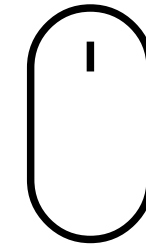
Print feedback

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

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

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

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.

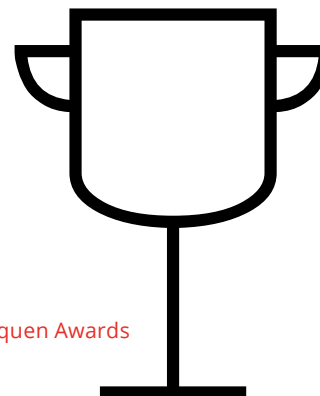
Our award events

- 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 bemerkten Korrekturangaben. Wenn der Auftraggeber den ihm übermittelten Korrekturabzug nicht innerhalb der ihm gesetzten Frist zurückgibt, gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt.

20. Rechnungen sind sofort nach Erhalt zur Zahlung fällig. Bei Zahlungen innerhalb von 3 Tagen werden 2 % Skonto gewährt, sofern keine älteren Rechnungen offen sind.

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

21. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlungen verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf das ursprünglich vereinbarte Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offener stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

22. Kosten für erhebliche Änderungen einer ursprünglich vereinbarten Ausführung und für die Lieferung bestellter Druckunterlagen gehen zu Lasten des Auftraggebers.

23. Mängelhaftungs- und Schadenersatzansprüche gegen den Verlag verjähren innerhalb von zwölf Monaten ab Lieferung bzw. Veröffentlichung. Beanstandungen von Mängeln – mit Ausnahme von versteckten Mängeln – müssen dem Verlag innerhalb von vier Wochen nach Veröffentlichung erklärt werden.

24. Nach Freigabe des Korrekturabzugs sind Sistierungen, Änderungen von Größen, Formaten und der Wechsel von Farben nicht mehr möglich. Bei telefonisch aufgegebenen Anzeigen oder telefonisch erteilten Korrekturen haftet der Verlag nicht für die Richtigkeit der Wiedergabe. Eine Haftung wird auch nicht übernommen wenn sich Mängel an der Vorlage erst bei der Reproduktion oder beim Druck zeigen. Der Auftraggeber hat bei ungenügendem Abdruck dann keine Ansprüche. Evtl. entstehende Mehrkosten müssen weiter berechnet werden.

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

26. Der Verlegernachlass auf Anzeigen für Bücher, die im Verlag des Auftraggebers erscheinen, beträgt 10 %.

27. Werbeagenturen und 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 Verlages 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.