finanzwelt

MEDIADATEN 2027

finanzwelt

Inhaltsverzeichnis

MEDIADATEN PRINT

3 Kurzportrait

4 Leserstruktur

5 Referenzen

6 Erscheinungsdaten

7 Themen

8 Schwerpunktthemen der Rubriken

10 Sonderpublikationen finanzwelt Special

11 Sonderpublikationen finanzwelt extra

12 Anzeigenformate

13 Anzeigenpreise

14 Advertorials

15 Beilage | Beikleber | Sonderdruck

16 Technische Daten

17 Kontakt

MEDIADATEN ONLINE

19 Kurzportrait finanzwelt.de

20 Leserstruktur Newsletter

21 Bannerwerbung | Formate

32 Bannerwerbung | Preise

33 Sonderwerbeformen

34 Sponsored Post

36 Bannerwerbung | Newsletter

37 Standalone-Newsletter

38 Podcast | Social-Media-Posts

39 Kontakt

40 AGB

Kurzportrait

finanzwelt – mit mehr als 100.000 Lesern in Print und Online eines der führenden Fachmagazine für den qualifizierten Finanzberater.

finanzwelt – das Fachmagazin für Financial Intermediaries – ist seit 1994 eine feste Größe im Markt und versteht sich nicht nur als Fachpublikation, sondern gilt über alle Branchen hinweg als anerkannte Schnittstelle zwischen Anbietern und Vermittlern und vertritt die Interessen des Finanzvertriebs. Mit finanzwelt erreichen Sie Ihre Zielgruppe direkt und ohne Streuverluste, und das wird verstärkt durch unsere engen Kooperationen mit namhaften Pools, Vertriebsgesellschaften und Verbänden.
Unsere Leser sind ausschließlich Finanzdienstleister: Mehrfachagenten, Versicherungsmakler, Finanz- und Bankberater, Vermögensverwalter, Honorarberater, Vertriebe, Family Offices und Maklerpools sowie Verantwortliche in Allfinanz-, Versicherungs- und Investmentgesellschaften. finanzwelt ist in diesem Segment eine der führenden Publikationen im deutschsprachigen Raum.

- Ihre Informationsquelle für praxisorientiertes Wissen und umfassende Darstellung des aktuellen Marktgeschehens
- Ihr langjähriges und etabliertes Fachmagazin für die Welt der Finanzdienstleistungen
- Ihr kritischer und zeitgemäßer Fachbetrachter für Vertrieb und Vertriebsleitung, Strategien, Erfolgs- und Kommunikationsmanagement, Produktwissen sowie rechtliche und steuerliche Aspekte
- Ihr Medium und Ratgeber für mehr Markttransparenz
- Ihr Partner für den optimalen Vertrieb von Finanzdienstleistungen
- Ihr Sprachrohr in der Finanzwelt
- Ihre einzigartige Verbindung zu Ihrer Zielgruppe – ohne Streuverluste
- Ihre optimierte Möglichkeit zur Darstellung von Produkten und Dienstleistungen



Das Exklusiv Magazin



Das extra Magazin



Das Hauptmagazin



Das Special Magazin

Leserstruktur

Ihre Zielgruppe – unsere Leser


VERSICHERUNGEN | TITELSTORY

„Aufbruch in eine neue Zeit"

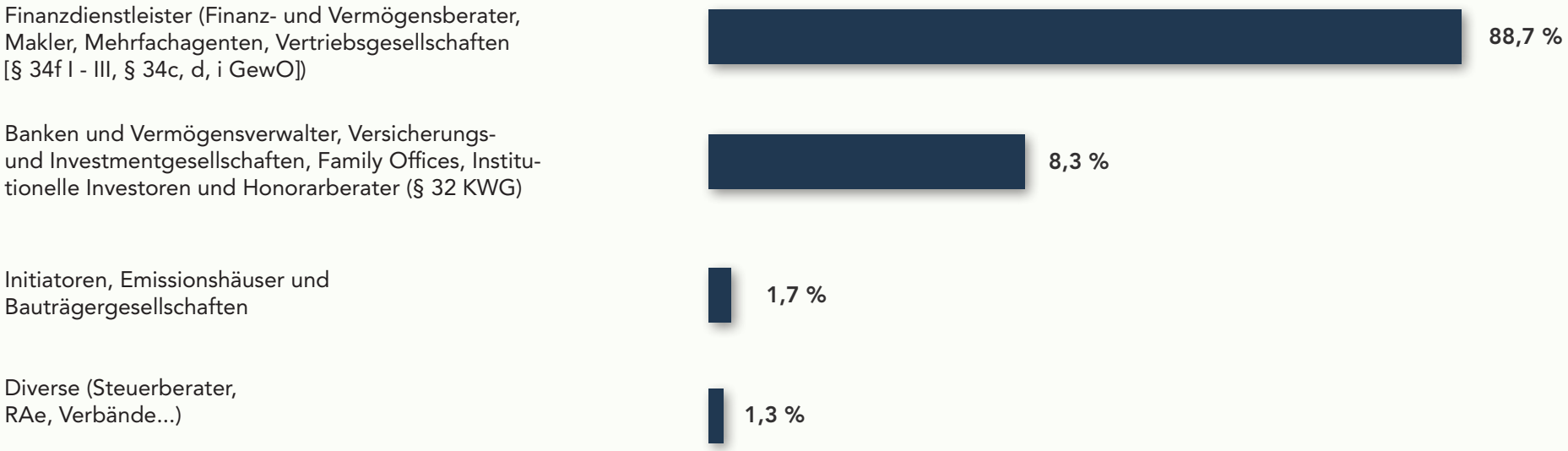
100 Jahre sind eine lange Wegstrecke. Die Landeskrankenhilfe (LKH) schaut in ihrem Jubiläumsjahr stolz zurück und schärft gleichzeitig den Blick nach vorne. Der private Krankenversicherer vollzieht eine der größten Transformationen seiner Unternehmensgeschichte – mit Erfolg. Wir trafen Jan-Peter Diercks, Vorstand Vertrieb & Marketing bei der LKH, zum exklusiven Gespräch in Lüneburg.

34

finanzwelt 05 | 2024

35

finanzwelt erreicht in jeder Ausgabe mehr als 100.000 Leser – Print und Online



Referenzen

Namhafte Unternehmen aus den Bereichen Investmentfonds, Versicherung, Immobilien und Sachwerte sowie Vertriebe und Pools nutzen seit 30 Jahren die finanzwelt als seriöse Plattform zur Präsentation ihrer Produkte und Leistungen – und zum stetigen Ausbau ihres Maklerbestandes.

- 1:1 Assekuranzservice AG
- Aberdeen Asset Management Deutschland AG
- ACE European Group Limited Deutschland
- Allianz Global Investors
- Allianz Lebensversicherungs-AG
- Alte Leipziger - HALLESCHE Konzern
- Amundi Asset Management
- andsafe Aktiengesellschaft
- APELLA AG
- Arete Ethik Invest AG
- aruna GmbH
- AS Immobilien
- asuro GmbH
- Automobilclub von Deutschland e.V.
- AXA Investment Managers GmbH
- Barmenia Versicherungen
- Basler Versicherungen
- BayernInvest Kapitalverwaltungs-gesellschaft mbH
- BCA AG
- bessergrün GmbH
- BfV Bank AG
- BIG direkt gesund
- BIT Treuhand AG
- BKM Bausparkasse Mainz AG
- blau direkt GmbH & Co. KG
- BVT Holding GmbH & Co. KG
- Campus Institut AG
- Canada Life Deutschland
- Care Concept AG
- CARESTONE Senior Living Invest
- CHARTA Börse für Versicherungen AG
- Commerzbank AG
- Commerz Real AG
- Condor Allgemeine Versicherungs -AG
- Continentale Krankenversicherung a. G.
- DEFOMA GmbH
- DELA Lebensversicherung N.V.
- DEUTSCHE ASSEKURADEUR GMBH
- DEUTSCHE FINANCE GROUP
- Deutsche Gesellschaft für Ruhestandsplanung mbH
- Deutsche Vermögensberatung AG
- DFV AG
- Dialog Lebensversicherungs-AG
- die Bayerische
- Die Haftpflichtkasse VVaG
- Die TUM Campus Heilbronn gGmbH
- DJE Kapital
- DN Deutsche Nachhaaltigkeit
- DOMCURA AG
- DSL Bank
- DWS Investments
- DZ BANK International S.A.
- elipsLife – your insurance
- ERGO Versicherungsgruppe
- EUROPA Versicherung AG
- Exporo AG
- Fidelity Worldwide Investment
- Fonds Finanz Maklerservice
- FRANKFURT TRUST
- Franklin Templeton Investments
- Generali Versicherungen
- Golden Gates AG
- Goldman Sachs AG
- Gothaer Versicherung
- Habona Invest
- HAHN Immobilien-Beteiligungs AG
- HanseMerkur
- HEP Capital AG
- hep global GmbH
- HDI Deutschland AG
- Hiscox Deutschland
- HMW Emissionshaus
- IDEAL Versicherungen a. G.
- IMMAC AG
- immero REAL ESTATE GROUP
- ING AG
- insuro Maklerservice GmbH
- Interhyp AG
- InterRisk Versicherungs-AG
- INTER Versicherungsgruppe
- ISC-Partner-Solution GmbH
- Itzehoer Lebensversicherungs-AG
- Janitos Versicherung AG
- Jäderberg & Cie. GmbH
- KPMG AG
- KRAVAG
- LV 1871
- Mannheimer Versicherung AG
- Markel International
- Mediolanum International
- MoneyMaxx Lebensversicherungs AG
- Monuta
- MÜNCHENER VEREIN
- NAFI® GmbH
- NEON Equity AG
- Noble Metal Factory OHG
- NÜRNBERGER Versicherungsgruppe
- NV-Versicherungen VVaG
- OKAL Haus GmbH
- ÖKOWORLD AG
- Osmium-Institut zur Inverkehrbringung und Zertifizierung von Osmium GmbH
- ottonova Krankenversicherung AG
- Pangaea Life GmbH
- Patriarch Multi-Manager GmbH
- PHÖNIX MAXPOOL
- Pioneer Investments
- PlanetHome Group
- Policen Direkt Versicherungs-vermittlung GmbH
- PRIMA Fonds Service GmbH
- Prohyp GmbH
- R+V Allgemeine Versicherung AG
- Real I.S. AG
- RIDE Capital
- SDK Süddeutsche Kranken Versicherung
- SIGNAL IDUNA Gruppe
- Silva Viridis GmbH
- Solvium Capital GmbH
- Standard Life Versicherung
- Stuttgarter Lebensvers. a.G.
- SV Sparkassen Versicherung AG
- Swiss Life
- TELIS FINANZ AG
- TSO Capital Advisors GmbH
- UBS Deutschland AG
- Verifort Capital Group GmbH
- VersOffice GmbH
- vfm-Gruppe
- VOLKSWOHL BUND
- WealthCap
- wefox FinanceFox Germany GmbH
- WIFO GmbH
- WWK Allgemeine Versicherung AG
- Württembergische Vertriebsservice GmbH
- WÜRZBURGER Versicherungs-AG
- ZBI Zentral Boden Immobilien AG
- Zurich Gruppe Deutschland
- **u. v. m.**

Erscheinungsdaten

Ausgabe 01

Druckunterlagenschluss:
- Für Vorlagen: 22.01.2027
- Für Advertorials: 12.01.2027

Anzeigenschluss: 19.01.2027
Erscheinungsdatum: 15.02.2027

Ausgabe 02

Druckunterlagenschluss:
- Für Vorlagen: 19.03.2027
- Für Advertorials: 10.03.2027

Anzeigenschluss: 16.03.2027
Erscheinungsdatum: 08.04.2027

Ausgabe 03

Druckunterlagenschluss:
- Für Vorlagen: 14.05.2027
- Für Advertorials: 07.05.2027

Anzeigenschluss: 21.05.2027
Erscheinungsdatum: 10.06.2027

Ausgabe 04

Druckunterlagenschluss:
- Für Vorlagen: 16.07.2027
- Für Advertorials: 09.07.2027

Anzeigenschluss: 16.07.2027
Erscheinungsdatum: 08.08.2027

Ausgabe 05

Druckunterlagenschluss:
- Für Vorlagen: 21.09.2027
- Für Advertorials: 09.09.2027

Anzeigenschluss: 17.09.2027
Erscheinungsdatum: 08.10.2027

Ausgabe 06

Druckunterlagenschluss:
- Für Vorlagen: 22.11.2027
- Für Advertorials: 15.11.2027

Anzeigenschluss: 19.11.2027
Erscheinungsdatum: 06.12.2027

Themen

Auch dieses Jahr wird finanzwelt wichtige Themen aus der Welt der Finanzdienstleister aufgreifen und Impulse setzen. In unseren Rubriken decken wir alle Bereiche ab, die für den erfolgsorientierten Finanzdienstleister von nachhaltiger Relevanz sind. Mit exklusiv recherchierten Beiträgen zu den unterschiedlichen Anlagemärkten, zu Produktneuheiten und über die maßgeblichen Akteure der Finanzbranche. Praxisorientiert und von renommierten Redakteuren und Autoren geschrieben, liefern wir kontinuierlich wichtiges Hintergrundwissen. Mit der hohen Aktualität, die unsere Leser mit Recht erwarten dürfen.

finanzwelt berichtet in jeder Ausgabe mit einer kompetenten und qualifizierten Fachredaktion fundiert, aktuell und pointiert zu folgenden Rubriken:

VERSICHERUNGEN
Wir informieren über aktuelle und langfristige Trends sowie über relevante Gesetzesänderungen in der Versicherungswirtschaft. In der finanzwelt werden Sie umfassend und kompetent informiert über die klassische, fondsgebundene und staatlich geförderte Altersvorsorge, biometrische Versicherungslösungen, Kompositversicherung, Cyber- und Gewerbeprodukte, PKV und GKV, gesetzliche Rente und Rentenversicherung, Unfallversicherung ebenso über nachhaltige Versicherungsprodukte.

INVESTMENTFONDS
finanzwelt hat die gesamte Produktpalette im Blick. Von Renten-, Aktien-, Misch-, Geldmarkt-, Branchen- und Regionalfonds über offene Immobilienfonds, ETFs, Zertifikate/Hedgefonds, Garantiefonds, AS-Fonds bis hin zu Spezialfonds und Indexfonds. Wir analysieren Anlagestrategien, geben Einschätzungen ab und wagen einen Ausblick.

SACHWERTINVESTMENTS
Wir liefern Ihnen Marktberichte und Analysen zu allen Formen der Sachwertinvestments: Immobilienfonds, Erneuerbare Energien, Zweitmarkt, Private Equity, Venture Capital, Nischenprodukte, Vermögensanlagen etc. Daneben finden Sie regelmäßig Branchenumfragen und Interviews zu aktuellen Themen und Strategien sowie eine fundierte Berichterstattung zu aktuellen Gesetzesänderungen.

IMMOBILIEN / BAUFINANZIERUNG
Bei uns lesen Sie aktuelle Neuigkeiten und Anlagestrategien rund um das Thema Immobilie inklusive Marktanalysen für verschiedene Immobiliensegmente (Wohn-, Gewerbe- und Spezialimmobilien) und Standortanalysen zu einzelnen Regionen. Erfahren Sie Wissenswertes zur Ausrichtung der Marktteilnehmer, zu Investitionen in Immobilienfonds oder als Direktanlage. Außerdem widmen wir uns regelmäßig dem Thema Baufinanzierung und Bausparen. Hier erfährt der Leser Neuigkeiten und Prognosen zur Zinssituation, Anschlussfinanzierung oder zu aktuellen Rechtsprechungen.

BERATER
In dieser Rubrik stehen die Herausforderungen und Lösungen im Berufsalltag des Beraters im Vordergrund. finanzwelt gibt gemeinsam mit Experten Lösungen für die spielentscheidenden Probleme des Beraters in seiner Praxis – ob konkrete Haftungsfragen und wie man ihnen entgeht, Unternehmensnachfolge oder Bestandsbewertung. Hier findet der Finanzberater Antworten zu aktuellen, vertrieblichen, rechtlichen und steuerlichen Fragen. finanzwelt verfolgt die Entwicklung der EU-Rechtsprechung und -verordnung. Außerdem informieren wir über vertriebsorientierte Zukunftstrends, neue Vertriebskonzepte, Unternehmensumstrukturierungen, gesetzliche Änderungen und neue Rahmenbedingungen in der Beraterwelt. Strikt nach dem Motto: Aus der Branche für die Branche.

fundiert aktuell pointiert kompetent

Schwerpunktthemen der Rubriken

finanzwelt berichtet in jeder Ausgabe aus der Welt der Makler und Berater, Versicherungen, Investmentfonds, Sachwerte/Immobilien und Vertrieb.

Gründlich recherchierte Hintergrundberichte, große Reportagen und meinungsstarke Kommentare machen die finanzwelt zu einer relevanten Informationsquelle und zu einem wichtigen Orientierungsmedium der Finanzbranche.

VERSICHERUNGEN

- Altersvorsorgedepot
- Digitalisierung der Versicherer
- Pflegeversicherung
- Biometrische Produkte
- Betriebliche Altersvorsorge
- Cyberversicherung
- Kunstversicherung
- Gewerbeprodukte
- Kompositversicherung
- Unfallversicherung
- Berufsunfähigkeitsversicherung
- Arbeitskraftabsicherung
- PKV und bKV
- Fondspolicen
- Rentenversicherung
- u. v. m.

INVESTMENTFONDS

- Aktuelle Trends in der Fondswelt
- ETFs
- Emerging Markets
- Absolute Return
- Vermögensverwaltende Fonds
- Multi Asset
- Europa Fonds
- Dividendenfonds
- Rohstoffe
- Länderfonds
- High Yield
- Frontier Markets
- Biotechnologie
- Mid und Small Caps
- u. v. m.

IMMOBILIEN/ BAUFINANZIERUNG

- Trends in der Immobilienwelt
- Baufinanzierung
- Bausparen
- Wohnimmobilien
- Gewerbeimmobilien
- Büroimmobilien
- Einzelhandelsimmobilien
- Denkmalimmobilien
- Projektentwicklungen
- US-Immobilien
- Europäische Immobilienmärkte
- Standortanalysen
- Ferienimmobilien
- Crowdinvesting
- ESG
- u. v. m.

SACHWERTINVESTMENTS

- Erneuerbare Energien
- Immobilienfonds
- Nischenprodukte
- Vermögensanlagen
- Infrastrukturfonds
- Private Equity
- Mobilienfonds
- Marktübersichten der aktuellen AIFs
- Direktinvestments
- Crowdinvesting
- ESG
- u. v. m.

BERATER

- Pool- und Haftungsdach-Navigator
- Praxistipps zu Rechtsfragen
- Haftungsfragen
- Rekrutierung / Nachwuchs
- Kundenakquise
- Aktuelle Rechtsprechungen
- Honorarberatung
- Provisionen – Regulierungen
- Regularien 2025
- Nachfolgeplanung
- u. v. m.

SOFTWARE / DIGITALISIERUNG

- FinTechs
- InsurTechs
- Die digitale Welt des Beraters
- Marktvergleich MVP
- Pool-Software
- Vergleichssoftware
- Neu-Entwicklungen
- finanzwelt Software-Portal 3.0
- Vertriebsunterstützende Tools
- Beratungssoftware
- u. v. m.







Dies ist nur ein schwerpunktmäßiger Auszug aus unserer Themenplanung. Gerne senden wir Ihnen auf Anfrage den aktuellen Themenplan, eine E-Mail an redaktion@finanzwelt.de genügt!

Sonderpublikationen

Folgende Schwerpunktthemen werden wir mit der Sonderpublikation finanzwelt Special behandeln:

- Verschiedene Möglichkeiten der Altersvorsorge in Sachwertinvestments
- Immobilien als Altersvorsorge (eigengenutzt und als Renditeobjekt)
- Baufinanzierung für jedermann
- Impact Investing – die neue Energie
- Edelmetalle zur Portfolio-Absicherung

LEISTUNGSPAKET FÜR UNSERE MEDIENPARTNER:

- 1 x 1/1 S. Anzeige
- 2 Seiten Portrait / Advertorial (Layout wird von finanzwelt übernommen)
- Teilnahme am Roundtable, inkl. 6 Seiten Veröffentlichung mit Fotos der Teilnehmer oder alternativ ein 2-seitiges Interview

10.950 €

Medienpartnerschaften der besonderen Klasse – exklusives und faktenorientiertes Marketing

Die Sonderhefte der finanzwelt werden in einer hochwertigen Druckqualität als Special Edition zusammen mit den Printausgaben herausgegeben. Diese werden umfangreich von der Redaktion der finanzwelt begleitet und verfügen somit über einen hohen Qualitätsanspruch und großen Informationswert. In einem Umfang von ca. 40 bis 50 Seiten können sich hier max. zehn ausgewählte Medienpartner positionieren. Die Partner des finanzwelt Special stehen hierbei der Redaktion als Experten zur Verfügung. Der qualitativ hochwertige Informationsgehalt für unsere Leser wird durch die eigene Redaktion mit Fachartikeln, Interviews und durch ein Roundtable-Gespräch zu aktuellen Schwerpunktthemen mit den ausgewählten Experten sichergestellt.







finanzwelt extra ist eine redaktionelle Sonderpublikation zu verschiedenen Schwerpunktthemen und wird der regulären finanzwelt-Ausgabe als „Heft in Heft" beigelegt. Redaktionell werden die Themen vertriebsorientiert und vertriebsunterstützend mit aktuellen Informationen zu Produkten, Gesellschaften und Gesetzeslagen aus der Finanz-, Versicherungs- und Vertriebsbranche umfangreich behandelt und dienen so als ideales Vertriebsinstrument. Im finanzwelt extra können sich Medienpartner mit klassischen Anzeigen oder mit Unternehmensportraits/Advertorials positionieren.

Folgende Schwerpunktthemen werden wir mit der Sonderpublikation finanzwelt extra behandeln:

- Reich in Rente / betriebliche & private Altersvorsorge
- Das Risiko Leben! Arbeitskraft sichern & Familie absichern
- Cyber-Versicherung / Gewerbe-Versicherung
- Digitaler Vertrieb der Zukunft
- Hauptsache Gesund – PKV, GKV, BKV, Pflege, Biometrie
- Kfz-Versicherungen & Co.
- Vier Beine – eine Versicherung





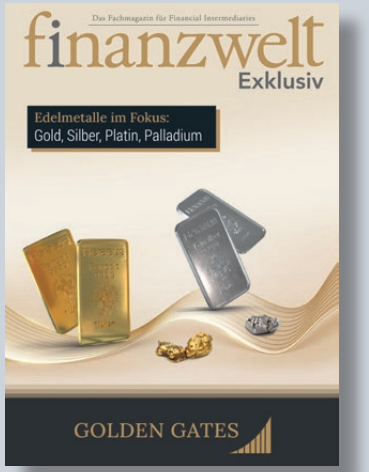


LEISTUNGSPAKET FÜR UNSERE MEDIENPARTNER:

- 1/1 Seite Anzeige
- 2 Seiten Advertorial oder Portrait
  (Layout wird von finanzwelt übernommen)
- Teilnahme am Roundtable, inkl. 6 Seiten Veröffentlichung mit Fotos der Teilnehmer oder alternativ ein 2-seitiges Interview

9.950 €







Anzeigenformate



2/1 Seite über Bund



1/1 Seite



2 x 1/3 Seite
quer über Bund



1/2 Seite
quer



1/2 Seite
hoch



1/3 Seite
hoch



1/3 Seite
quer

Weitere Anzeigenformate auf Anfrage

Anzeigenpreise

Anzeigenformat	Größe im Anschnitt (zzgl. jeweils 3 mm Beschnitt)	Preis
2/1 Seite	420 x 297 mm	16.800 €
1/1 Seite	210 x 297 mm	8.900 €
2/3 Seite (hoch)	132 x 297 mm	6.990 €
2/3 Seite (quer)	210 x 195 mm	6.990 €
2x 1/2 Seite (quer über Bund)	420 x 148 mm	9.975 €
1/2 Seite (hoch)	102,5 x 297 mm	5.450 €
1/2 Seite (quer)	210 x 148 mm	5.450 €
1/3 Seite (hoch)	70 x 297 mm	4.350 €
1/3 Seite 2-splt.	130 x 150 mm	4.350 €
1/3 Seite (quer)	210 x 105 mm	4.350 €

Heftformat:
Din A4 (210 x 297 mm)

Platzierungswunsch:
Zuschlag 10 %

2. oder 3. Umschlagseite:
Zuschlag 15 %

4. Umschlagseite
Zuschlag 20 %

Beschnittzugabe:
Kopf, Fuß und Außenseite je 3 mm

Rabatte:
ab 4 Schaltungen 5 %
ab 6 Schaltungen 10 %
ab 8 Schaltungen 15%

Weitere Anzeigenformate
und Home-Storys auf Anfrage

Advertorials

Advertorialformat	Größe im Anschnitt (zzgl. jeweils 3 mm Beschnitt)	Preis
2/1 Seite	420 x 297 mm	16.800 €
1/1 Seite	210 x 297 mm	8.900 €

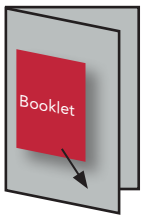


1/1 Seite

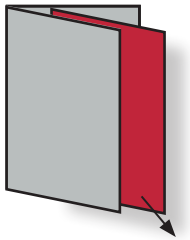


2/1 Seite

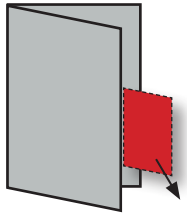
Beilage I Beikleber I Sonderdruck



Booklet
(auf Titelseite)



Beilage



Beikleber

Booklet 16 Seiten (10,5 x 15 cm) Preis auf Anfrage

Beilage bis 20g

(195 x 260 mm) p. 1.000 Stück **275 €**

(zzgl. 550 € Postgebühren bei Gesamtauflage)

Beikleber bis 20g

Platzierung auf Trägeranzeige **3.450 €**

(zzgl. 330 € Postgebühren bei Gesamtauflage)

Sonderdruck

Gestaltung: frei im Layout der finanzwelt

DIN A4, 2 Seiten, 4-farbig	
Exemplare	**Preis**
1.000	2.700 €
2.000	2.945 €
3.000	3.055 €
5.000	3.355 €
10.000	3.955 €

Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzl. MwSt.

DIN A4, 4 Seiten, 4-farbig	
Exemplare	**Preis**
1.000	3.145 €
2.000	3.545 €
3.000	3.745 €
5.000	4.045 €
10.000	5.100 €

Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzl. MwSt.

Technische Daten

Zeitschriftenformat:	DIN A4 (210 x 297 mm)	
Satzspiegel:	177 x 270 mm	
Druckverfahren:	Offset-Druck	
Druckvorlagen:	Dateityp:	Druckfähige PDF/ PDF/X 1a oder PDF/X-4
	Einstellung:	Qualitativ hochwertig
	Farbprofil:	ISO Coated v2 300 % (ECI)
	Auflösung:	Bilder mind. 300 dpi
	Anschnitt:	3 mm auf allen Seiten
Datenversand:	per E-Mail:	meinert@finanzwelt.de
	per Post:	FW-Verlag GmbH Söhnleinstraße 17 65201 Wiesbaden

Farbe:	Euroskala Sonderfarben nur auf Anfrage. Geringe Tonabweichungen liegen im Toleranzbereich des Offsetdruck-verfahrens begründet.
Verarbeitung:	Klebebindung
Papier/Umschlag:	Luxo-Magic 300g/m²
Papier/Innen:	Luxo-Magic 100g/m²

Kontakt

Medium: finanzwelt

Herausgeber:
FW-Verlag GmbH
Söhnleinstraße 17
65201 Wiesbaden
Telefon: 0611 26766-0
Telefax: 0611 26766-18
E-Mail: verlag@finanzwelt.de
Internet: www.finanzwelt.de

Jahresabonnement: 25 € inkl. Versand (Inland)
Einzelverkaufspreis: 4,50 € zzgl. Versand

Chefredaktion: Alexander Heftrich
Verlags- und Anzeigenleitung: Uschi Meinert
Geschäftsführung: Dorothee J. Schöneich

Erscheinungsweise: 6 x im Jahr, zweimonatlich
Verbreitete Auflage: 45.000 Exemplare – Print und Online

In unserem Streben nach Exzellenz und Nachhaltigkeit trifft die FW-Verlagsgruppe sorgfältige Entscheidungen, die sowohl unseren ökologischen Fußabdruck minimieren als auch einen positiven Einfluss auf die Umwelt haben. Wir wählen bewusst Bio-Kunststoffe für unsere Verpackungen, um die Verwendung herkömmlicher, schädlicher Materialien zu vermeiden und setzen gleichzeitig auf Aufforstungsprojekte, um CO2 aktiv zu reduzieren. Unsere Publikationen werden ausschließlich auf Papier aus verantwortungsvollen Quellen gedruckt, was unser Engagement für die Umwelt unterstreicht. Darüber hinaus kompensieren wir unsere Emissionen vollständig durch den Erwerb von CO2-Minderungszertifikaten aus einem Projekt zur Förderung energieeffizienter Kochherde in Nigeria, zertifiziert nach dem Gold Standard. Diese ganzheitliche Herangehensweise demonstriert unser tiefes Engagement für den Schutz unseres Planeten und die Förderung einer nachhaltigen Zukunft.

Umweltfreundlich verpacken – wir verwenden zertifizierte kompostierbare Biofolie, die zu 100 % biologisch abbaubar ist.

FSC www.fsc.org MIX Papier aus verantwortungsvollen Quellen FSC® C044084

Druckprodukt mit finanziellem Klimabeitrag
ClimatePartner.com/13243-2403-1003



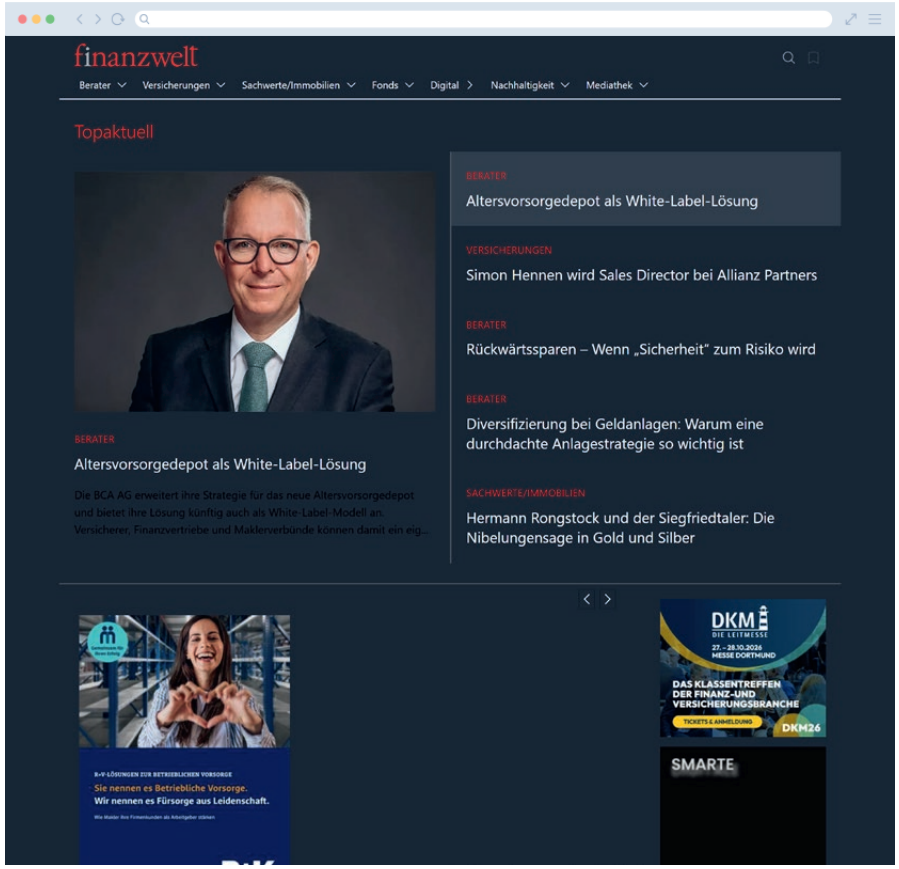
finanzwelt Online

MEDIADATEN 2027

Kurzportrait

finanzwelt.de ist das Internetangebot der finanzwelt, dem Fachmagazin für Financial Intermediaries. finanzwelt & finanzwelt.de sind die anerkannte Schnittstelle zwischen Anbietern und Vermittlern und vertreten die Interessen des Finanzvertriebs. Die Nutzer sind an Finanzthemen interessierte Endkunden sowie zum größten Teil Finanzdienstleister: Mehrfachagenten, Versicherungsmakler, Finanz- und Bankberater, Vermögensverwalter, Honorarberater, Vertriebe, Family Offices und Pools sowie Verantwortliche in Allfinanz-, Versicherungs- und Investmentgesellschaften. In dieser Zielgruppe ist finanzwelt.de das Online-Medium für den beruflichen Alltag.

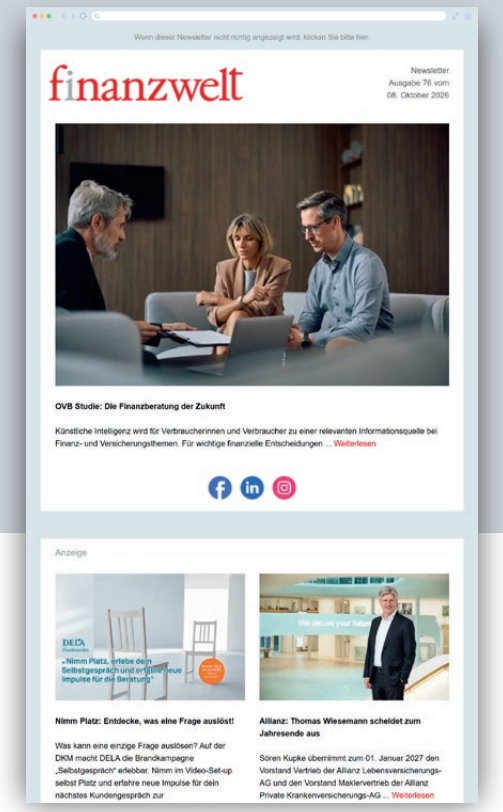
Rubriken	
Berater	Versicherungen
Investmentfonds	Sachwerte/Immobilien
Nachhaltigkeit	Panorama
Mediathek	Krypto
Kolumnen	Termine
eMagazine	Recht & Steuern



Traffic/Monat	
Page Impressions	108.480
Visits	44.536
Unique Users	27.425
Newsletter	ca. 20.000

Leserstruktur

Ihre Zielgruppe – unsere Leser


finanzwelt

Newsletter
Ausgabe 76 vom
08. Oktober 2026

OVB Studie: Die Finanzberatung der Zukunft

Künstliche Intelligenz wird für Verbraucherinnen und Verbraucher zu einer relevanten Informationsquelle bei Finanz- und Versicherungsthemen. Für wichtige finanzielle Entscheidungen ... Weiterlesen

Anzeige

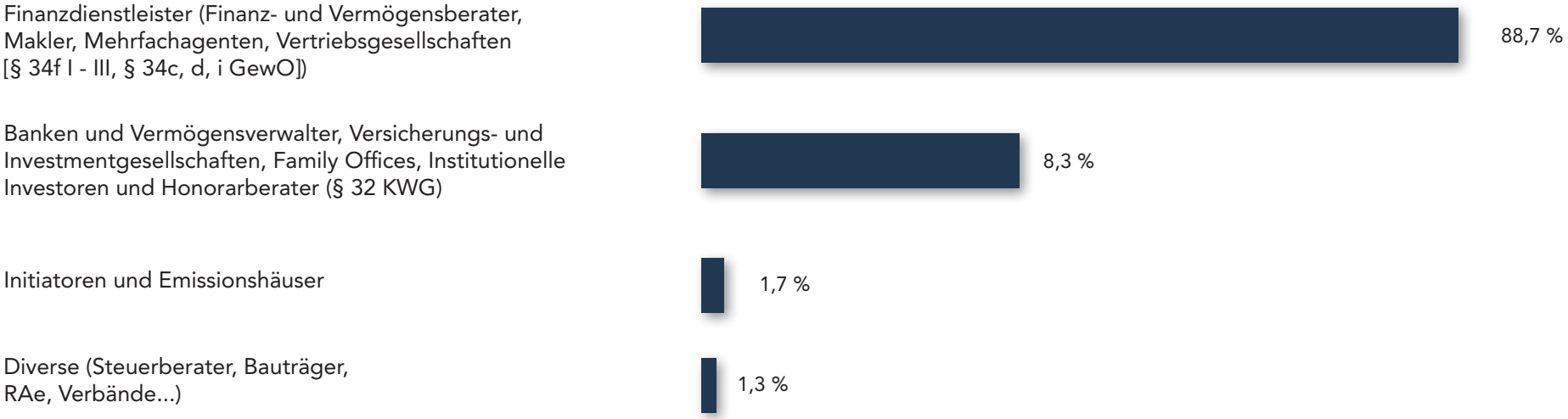
Nimm Platz: Entdecke, was eine Frage auslöst!

Was kann eine einzige Frage auslösen? Auf der DKM macht DELA die Brandkampagne „Selbstgespräch" erlebbar. Nimm im Video-Set-up selbst Platz und erfahre neue Impulse für dein nächstes Kundengespräch zur

Allianz: Thomas Wiesemann scheidet zum Jahresende aus

Sören Kupke übernimmt zum 01. Januar 2027 den Vorstand Vertrieb der Allianz Lebensversicherungs-AG und den Vorstand Maklervertrieb der Allianz Private Krankenversicherungs-AG ... Weiterlesen

finanzwelt erreicht mit jedem Newsletter rund 20.000 Nutzer.



Bannerwerbung | Formate

Super Banner

Der Super Banner besetzt eine layout-optimierte Position am Kopf der Website. Diese Werbeform bietet ein Vielfaches an Fläche gegenüber dem normalen Full Banner. Die Alleinstellung durch die vollflächige Präsenz in der Bannerleiste erwirkt hohe Aufmerksamkeit.

Ebenso bekannt unter der Bezeichnung „Leaderboard“ oder „Big Size Banner“ ist der Super Banner eine wirksame Alternative zum klassischen Full Banner.

VORTEILE

- Alleinplatzierung
- Großer, kreativer Gestaltungsspielraum
- Nutzung der vollständigen Seitenbreite
- Konkurrenzlose Präsenz



Format: 728 x 90 px
Position: Seitenkopf, ober- oder unterhalb des Headers

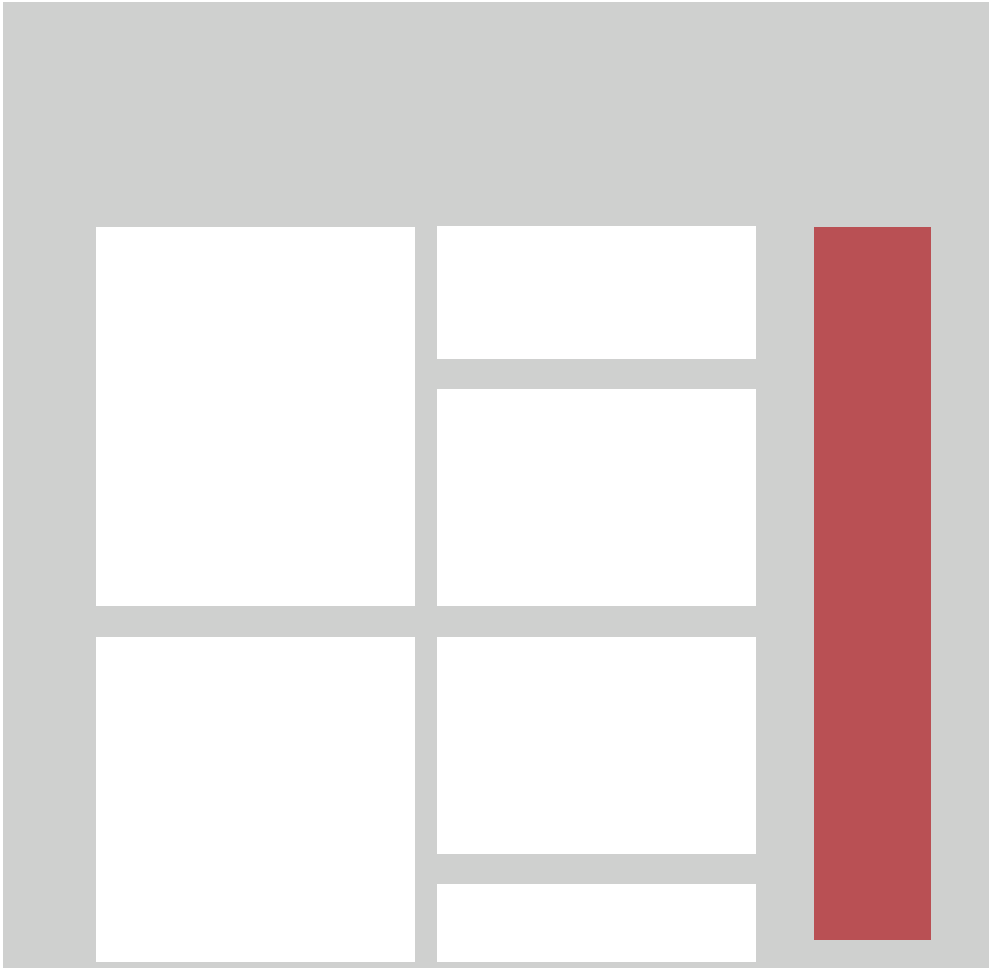
Skyscraper (SKY) & Wide Skyscraper (wideSKY)

Der Skyscraper wird am rechten Bildschirmrand neben dem Content platziert. Die Größe bietet gestalterischen Freiraum und garantiert ein hohes Augenmerk beim Nutzer. Aufgrund der prominenten vertikalen Darstellung wird eine Dauerpräsenz gewährleistet. Als Element der Website versichert der Skyscraper hohe Nutzerakzeptanz. Die Variante StickyAd ermöglicht eine Fixierung des Werbemittels im sichtbaren Bereich. Siehe in diesem Zusammenhang auch „Sitebar“ als Upgrade des StickySky.

Es gibt eine weitere Variante in Übergröße: der so genannte Wide Skyscraper. Er wird an gleicher Stelle eingebunden und ist durch sein besonders großes Format sehr prominent und für den User sofort sichtbar.

VORTEILE

- Alleinplatzierung
- Großer, kreativer Gestaltungsspielraum
- Konkurrenzlose Präsenz



SKY: 120 x 600 px, 160 x 600 px
wideSKY: 200 x 600 px
Position: rechts neben dem Content-Bereich

Medium Rectangle

Auffällig auf der Website im Content-Bereich platziert, zieht das Medium Rectangle sofort die Blicke auf sich. Die Interpretation in den redaktionellen Bereich stärkt zusätzlich das Vertrauen in die Werbeaussage. Durch die contentnahe Einbindung erfolgt ein hoher Imagetransfer.

Die individuell zu gestaltende Werbefläche kann für diverse Kommunikationsziele komfortabel genutzt werden. Bis zu drei verschiedene Nachrichten sind mit individuellem Hypertext verlinkbar. Die Platzierung erfolgt meist zentral in der Hauptspalte (CAD2) oder in der Marginalspalte (CAD) (siehe Abbildung). Im angelsächsischen Raum auch als MPU (Mid-Page Unit) bezeichnet.

VORTEILE

- Zentrale Platzierung
- Redaktionelle Einbindung
- Besonders im Textfluss hohe Visibility
- Mehrfache Verlinkungsmöglichkeiten



Format: 300 x 250 px
Position: innerhalb von Themenlisten / Fließtexten

Ad Bundle

Das Ad Bundle stellt keine eigene Werbeform dar, sondern definiert sich durch seine festgelegte Kombinationsbuchung. Sie besteht aus drei der vier Werbeformen des Universal Ad Packages – Super Banner, Medium Rectangle, Skyscraper und Wide Skyscraper. Die drei ausgewählten Werbeformate werden unabhängig voneinander auf einer Website ausgesteuert. Um mehr Aufmerksamkeit zu erzielen, ist es auch möglich, sie zusammen auf einer Website auszutragen und miteinander interagieren zu lassen.

VORTEILE

- Hohe Aufmerksamkeit auf Nutzer-Ebene
- Perfektes Werbeformat für Branding-Kampagnen
- Erhöhter Werbedruck
- Kreativer Spielraum
- Mehrfache Verlinkungsmöglichkeiten



Super Banner: 728 x 90 px
Skyscraper: 160 x 600 px
Medium Rectangle: 300 x 250 px
Position: wie Super Banner, Skyscraper und Medium Rectangle

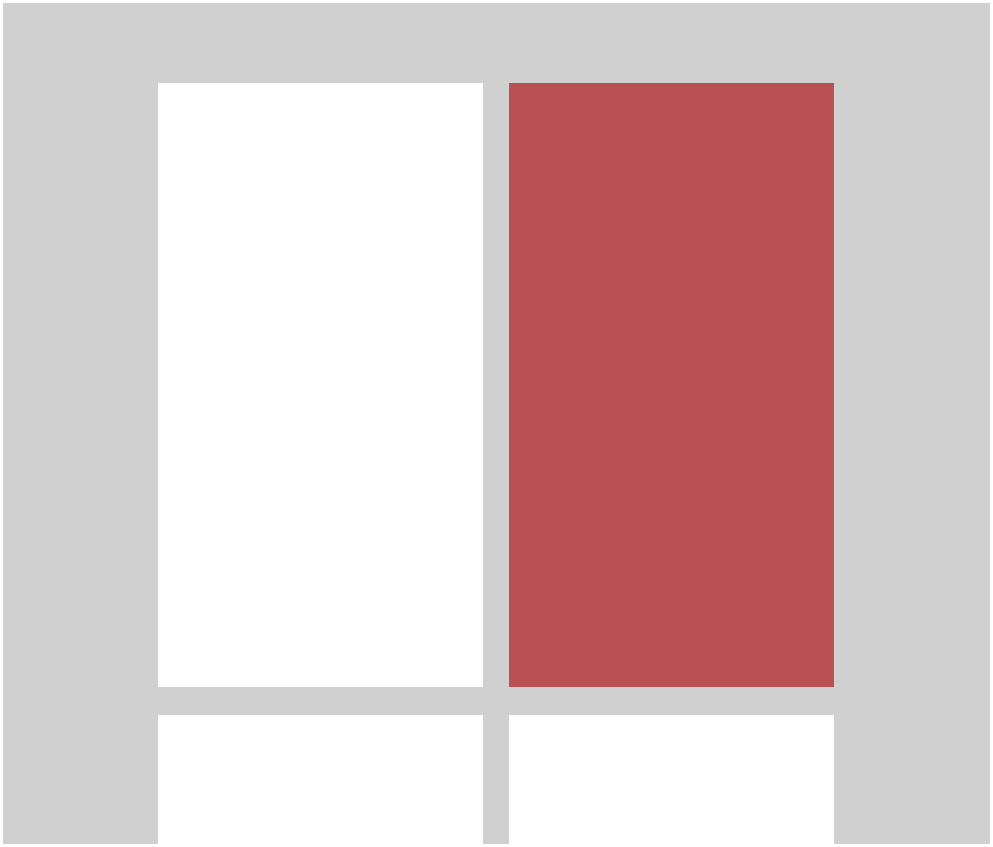
Halfpage Ad

Das Halfpage Ad ist eine exklusive Integration, die je nach Seitenlayout hauptsächlich in der Marginalspalte auf Medium Rectangle Plätzen ausgeliefert wird. Es ist allerdings auch möglich, es auf Medium Rectangle Plätzen in der Hauptspalte auszuliefern.

Diese Werbeform ist mit ihrer exklusiven Integration in der rechten Spalte der Artikelseite die optimale Werbeform für großflächig angelegte, aufmerksamkeitsstarke Kampagnen.

VORTEILE

- Moderne Werbeform
- Hohe Aufmerksamkeit auf Nutzer-Ebene
- Perfektes Werbeformat für Branding-Kampagnen
- Bietet viel Raum für die Kreation



Format: 300 x 600 px
Position: innerhalb der Seitenspalte

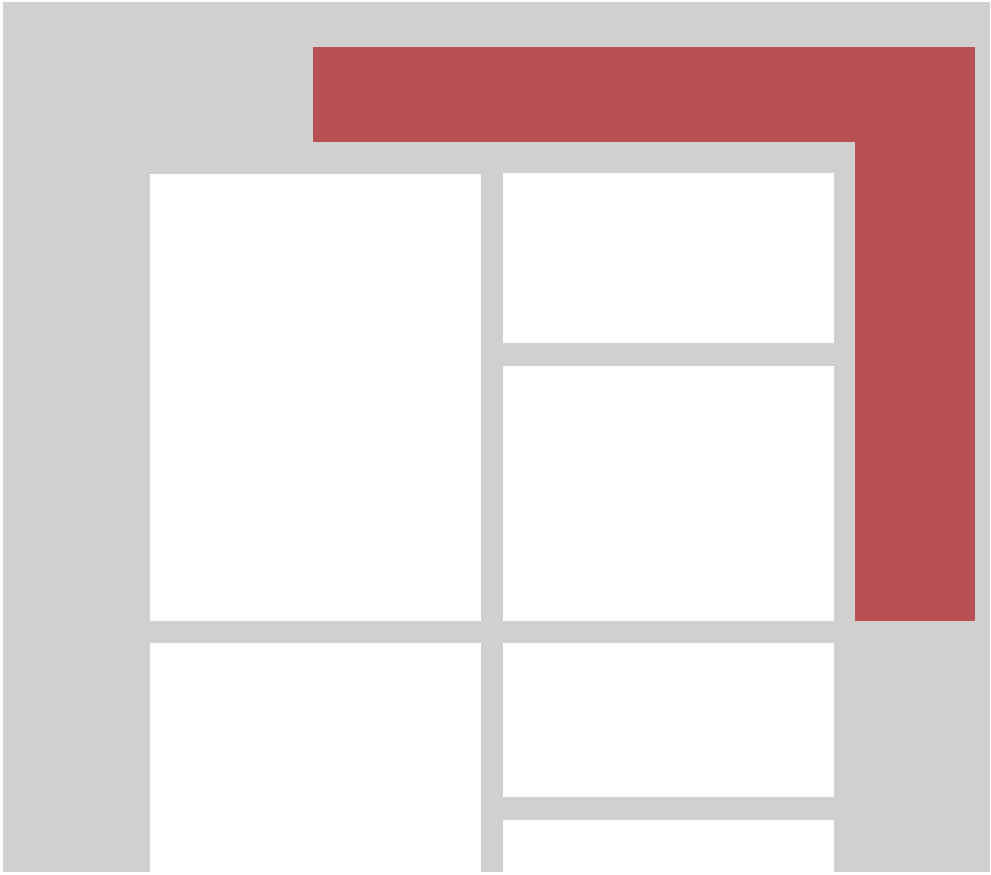
Wallpaper (Topbanner + Sidebanner)

Das Wallpaper oder auch Hockeystick ist der Eye-Catcher schlechthin.

Der eigentliche Website-Content wird durch die Kombination von Layer, klassischem Onlinewerbemittel und der gewünschten Hintergrundfarbe umrahmt. Mit der hintergründigen Einfassung der Website wird das Corporate Design der Marke konstant abgebildet und die Werbebotschaft atmosphärisch transportiert.

VORTEILE

- Großflächige Markenabbildung
- Ausgedehntes Corporate Design
- Eye-Catcher-Effekt
- Verstärktes Branding



Format: 728 x 90 px + 120 x 600 px
Position: umläuft die Seite am oberen rechten Rand

Billboard

Das Billboard zeichnet sich durch seine Positionierung unterhalb der horizontalen Navigation aus. Durch die großzügigen Abmessungen steht dem Werbetreibenden viel Platz für Gestaltung und Informationen zur Verfügung. Die beste Möglichkeit, um in das Blickfeld der Nutzer zu gelangen.

Die Einbindung direkt unter dem Seitenkopf / der Navigation erzeugt Aufmerksamkeit und präsentiert Ihr Produkt ansprechend.

VORTEILE

- Garantierte Aufmerksamkeit
- Außergewöhnliche Platzierung
- Großer Umfang
- Auf bestimmten Seiten auch als Pushdown oder Expandable möglich



Standardgrößen 800 x 250 px, 770 x 250 px
(je nach Seitenbreite optional 900 x 250 px, 970 x 250 px)
Position: unter der Navigation

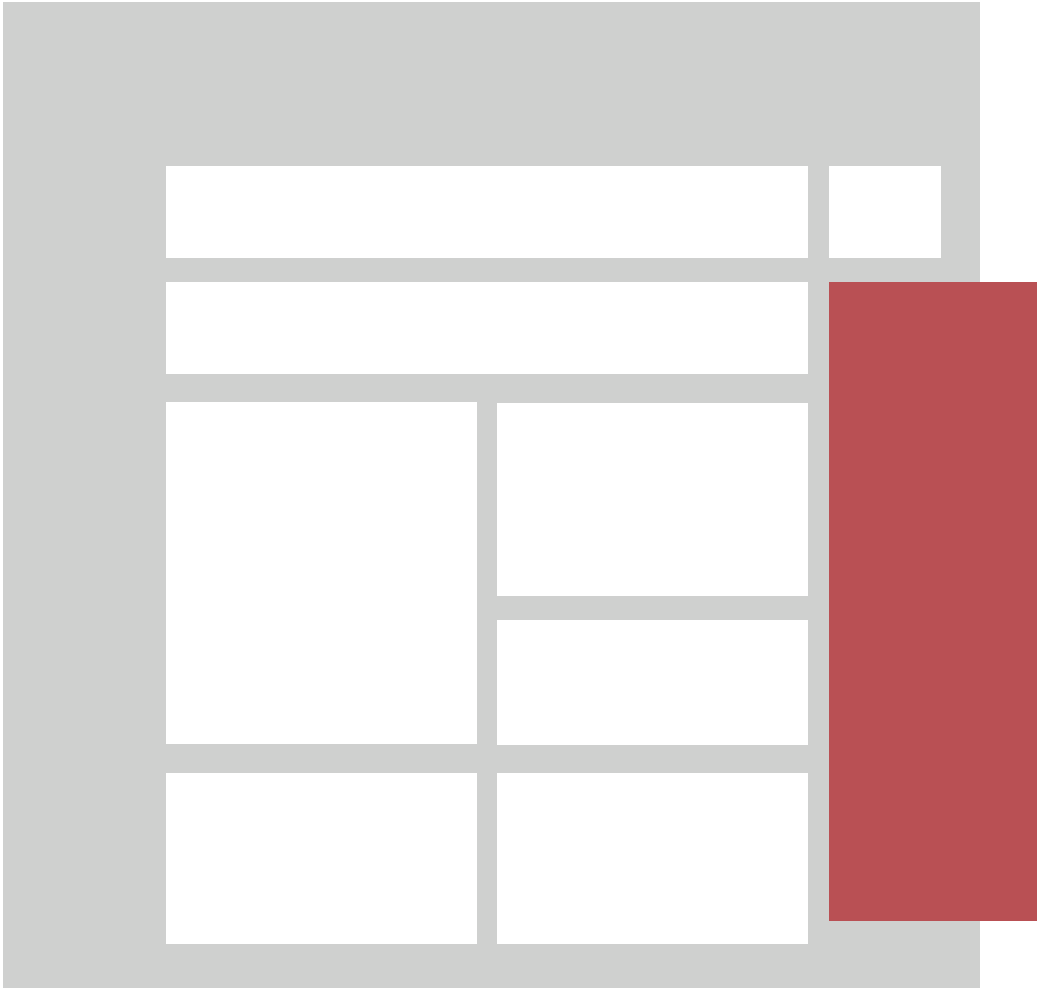
Sitebar Ad

Die Sitebar bietet eine großflächige und kreative Bühne für Rich Media Inhalte sowie eine permanente Präsenz der Werbebotschaft. Das Werbemittel passt sich dabei dynamisch an die Bildschirmgröße an, was eine optimale Darstellung gewährleistet. Zusätzlich bleibt die Sitebar beim Scrollen durch den „Sticky-Effekt“ immer im sichtbaren Bereich des Nutzers.

Das Werbemittel spannt sich seitlich des Contents auf und nutzt dabei den zur Verfügung stehenden Platz. Eine konkrete Größenangabe für das Werbemittel existiert nicht, wobei das eingesetzte Fallbackwerbemittel als Orientierung für das zu verwendende Seitenverhältnis dient. Für die Fallbackwerbemittel gelten die folgenden Größen: 120 x 600 Pixel, 160 x 600 Pixel oder 200 x 600 Pixel sowie die Formate .gif .jpg oder .png und sind nicht skalierend.

VORTEILE

- Werbeform effektvoll und auffällig
- Unbegrenzter kreativer Spielraum
- Aktionsradius im XXL-Format



Format: 300 x 600 px
Position: am rechten Bildschirmrand

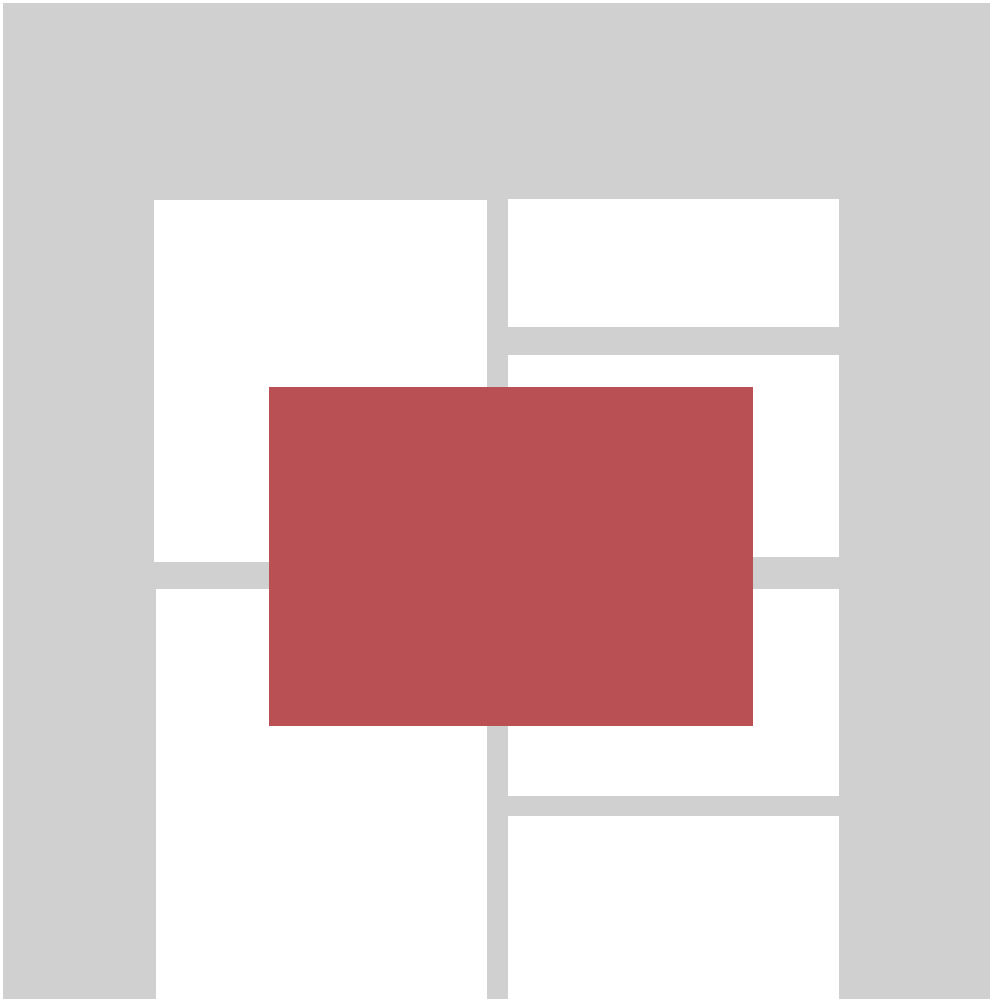
Layer Ad

Die animierte Werbeform kann individuell und äußerst kreativ gestaltet werden. Eine komplette Handlung kann dargestellt werden und bis zu 15 Sekunden lang unterschiedliche Bereiche sequenziell abdecken.

Der Layer Ad ist an keinen festen Werbeplatz gebunden. Die kreative Auslieferung und der hohe Überraschungseffekt sorgen für eine positive Resonanz beim Nutzer.

VORTEILE

- Großer Kreativ-Spielraum
- Hoher Überraschungseffekt
- Garantierte Aufmerksamkeit
- Emotionale Nutzeransprache



Format: 400-700 x 400-450 px
Position: „auf“ dem Content mit „Schließen“-Schaltfläche

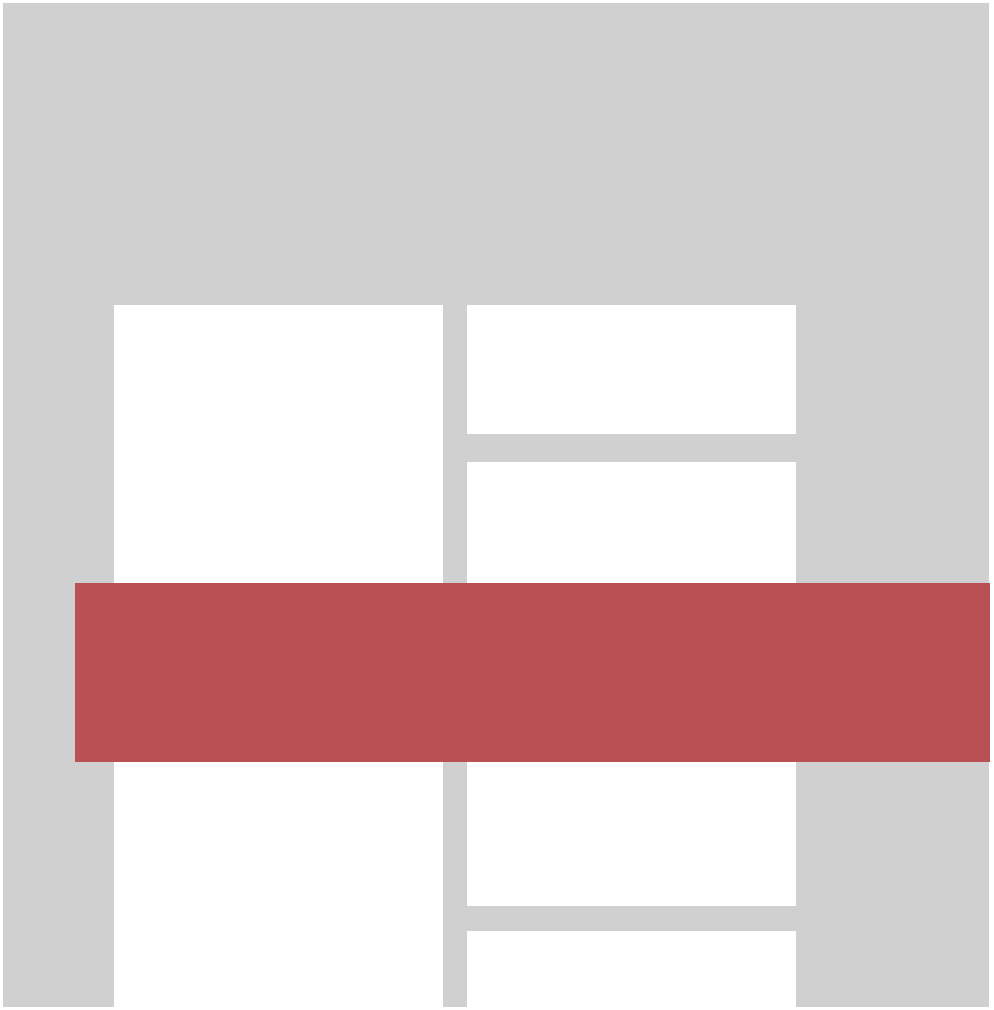
Banderole Ad

Direkt in das Umfeld der Redaktion eingebunden legt sich die Werbeform wie ein bedrucktes Papier transparent über die Website. Im unmittelbaren Sichtfeld des Nutzers wird der hochwertige Banderole-Mantel über die gesamte Breite des redaktionellen Seiten-Contents gewickelt, bewegt sich auf Wunsch beim Scrollen mit und sorgt so für höchste Aufmerksamkeit.

Das Werbemittel reduziert sich nach zehn Sekunden auf ein Format von 160 x 250 Pixel am rechten Bildschirmrand und stellt somit nachhaltige Werbewirkung sicher. Per Klick entfaltet es sich wieder zu voller Größe.

VORTEILE

- Moderne Werbeform
- Hohe Aufmerksamkeit auf Nutzer-Ebene



Format: 770 x 250 px
Position: „auf“ dem Content – ein-/ausblendbar

weitere Formate auf Anfrage möglich

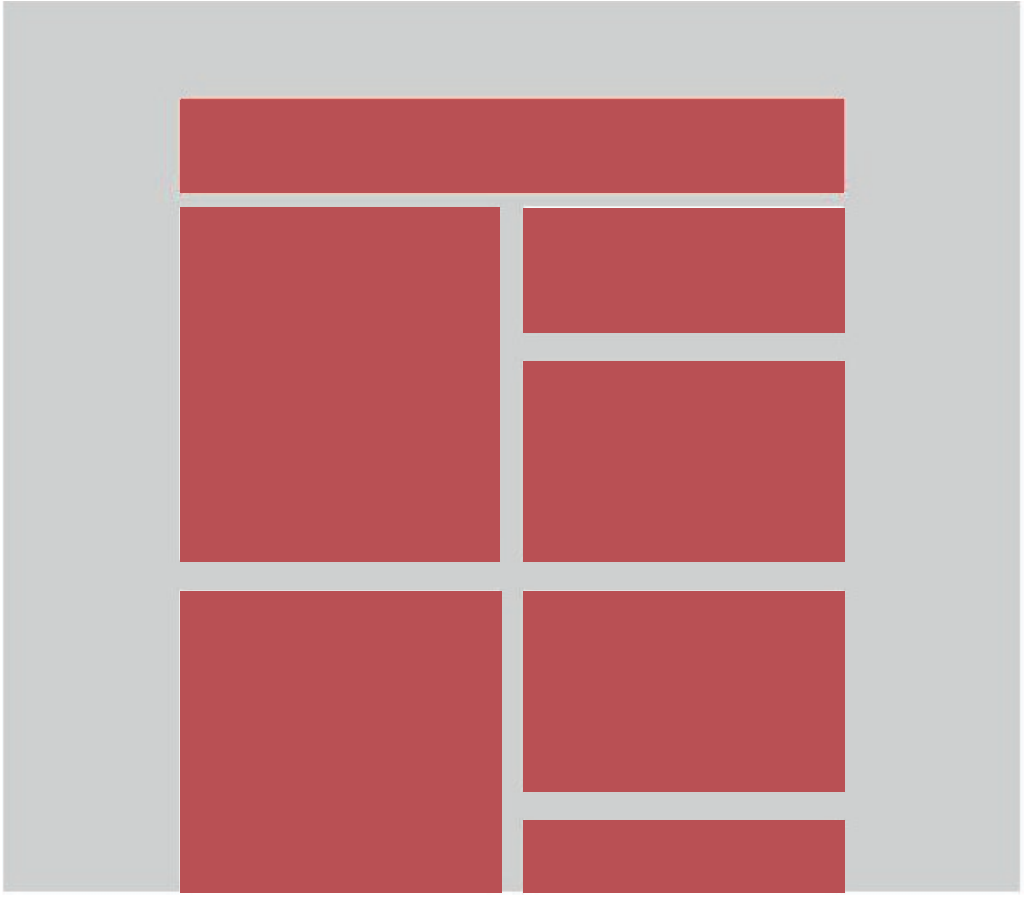
Die finanzwelt Themenseite

Wir platzieren Ihren Content (z. B. neues Produktthema) im redaktionellen Umfeld!

Laufzeit: 1 Monat inkl. einer Bewerbung der Themenseite auf allen Onlinekanälen: Display, Social Media und Newsletter mit Verlinkung zur Themenseite.

VORTEILE

- Bewerbung der Themenseite
- Redaktioneller Content
- Advertorials des Anbieters zu den Produkten
- SEO Management



Position: ganzseitig auf allen Onlinekanälen

Bannerwerbung I Preise

Display	
Super Banner (728 x 90 Pixel)	85 €
Skyscraper (160 x 600 Pixel)	90 €
Medium Rectangle (300 x 250 Pixel)	110 €
Ad Bundle (Super Banner/Skyscraper/Medium Rectangle)	90 €
Halfpage Ad (300 x 600 Pixel)	120 €
Wallpaper (728 x 90 + 120 x 600 Pixel)	125 €
Billboard Ad (800 x 250 Pixel)	165 €
Sitebar Ad (300 x 600 Pixel)	165 €
Layer (400-700 x 400-450 Pixel)	170 €
Banderole (770 x 250 Pixel)	170 €

Integrationen/Native	
Themenseite	19.900 €
Advertorial (Button + Microsite)	2.800 €
Sponsored Post	1.950 €
Refresh	850 €

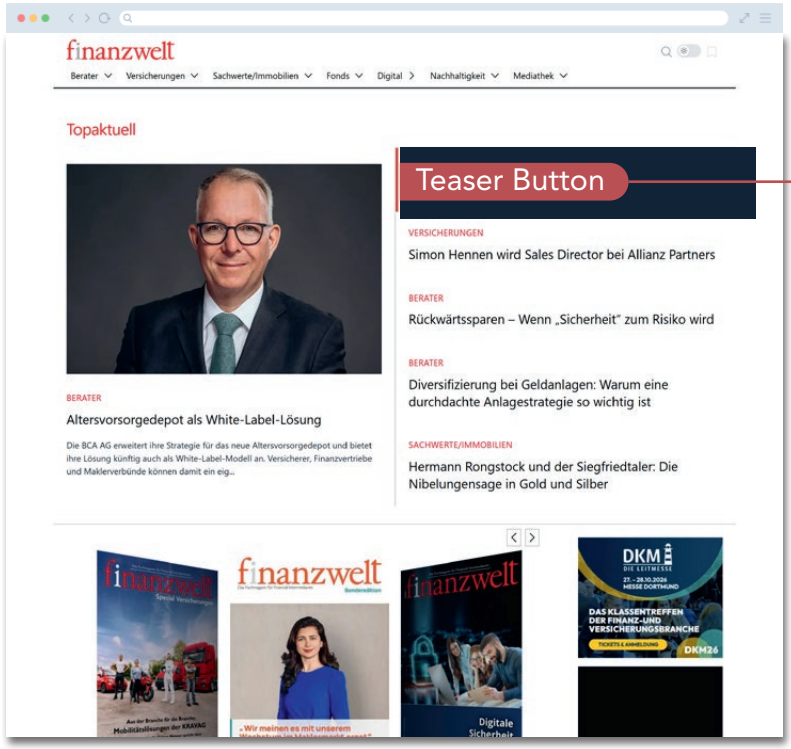


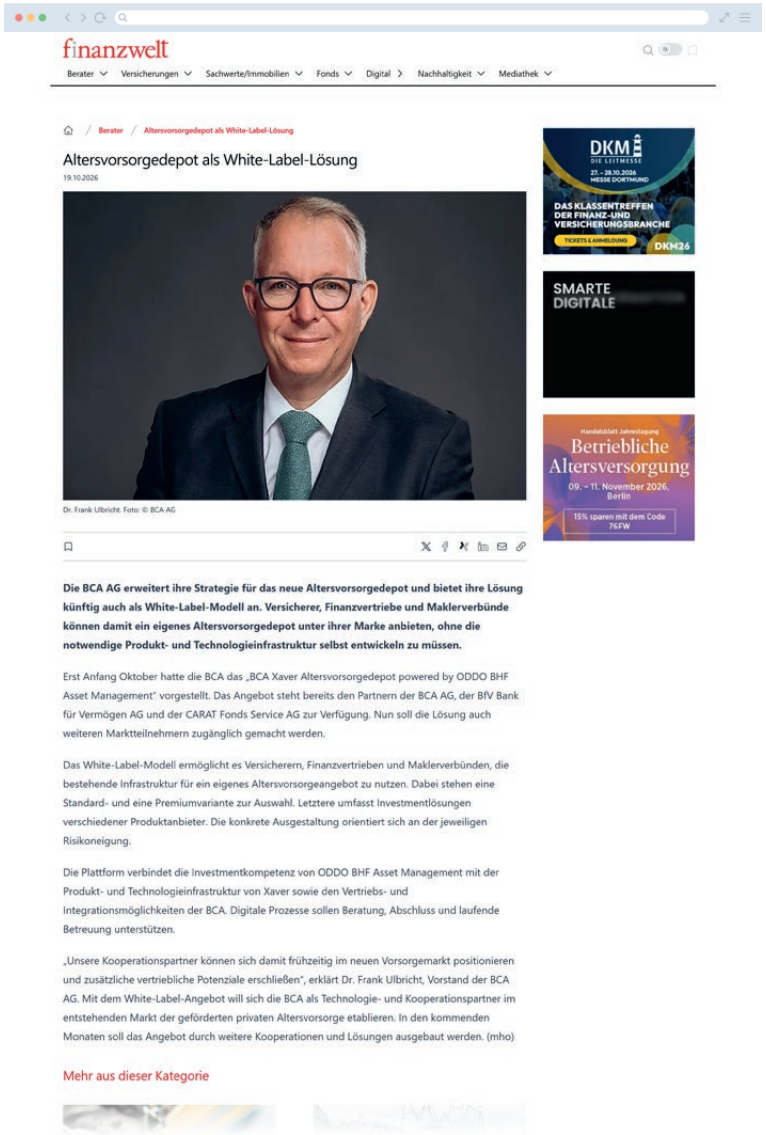
Alle Preise verstehen sich zzgl. gesetzlicher MwSt. und sind AE-fähig.
Darstellung in TKP, wenn nicht anders angegeben.

Sonderwerbeformen

Button + Microsite | Das klassische Advertorial

Verlinkung auf eine externe Landingpage oder eine integrierte Microsite mit kundenindividuellen Produktinformationen im redaktionellen Layout der Site.





Sponsored Post

Individuell und wirkungsstark

Verbreitung (Stand November 2026):

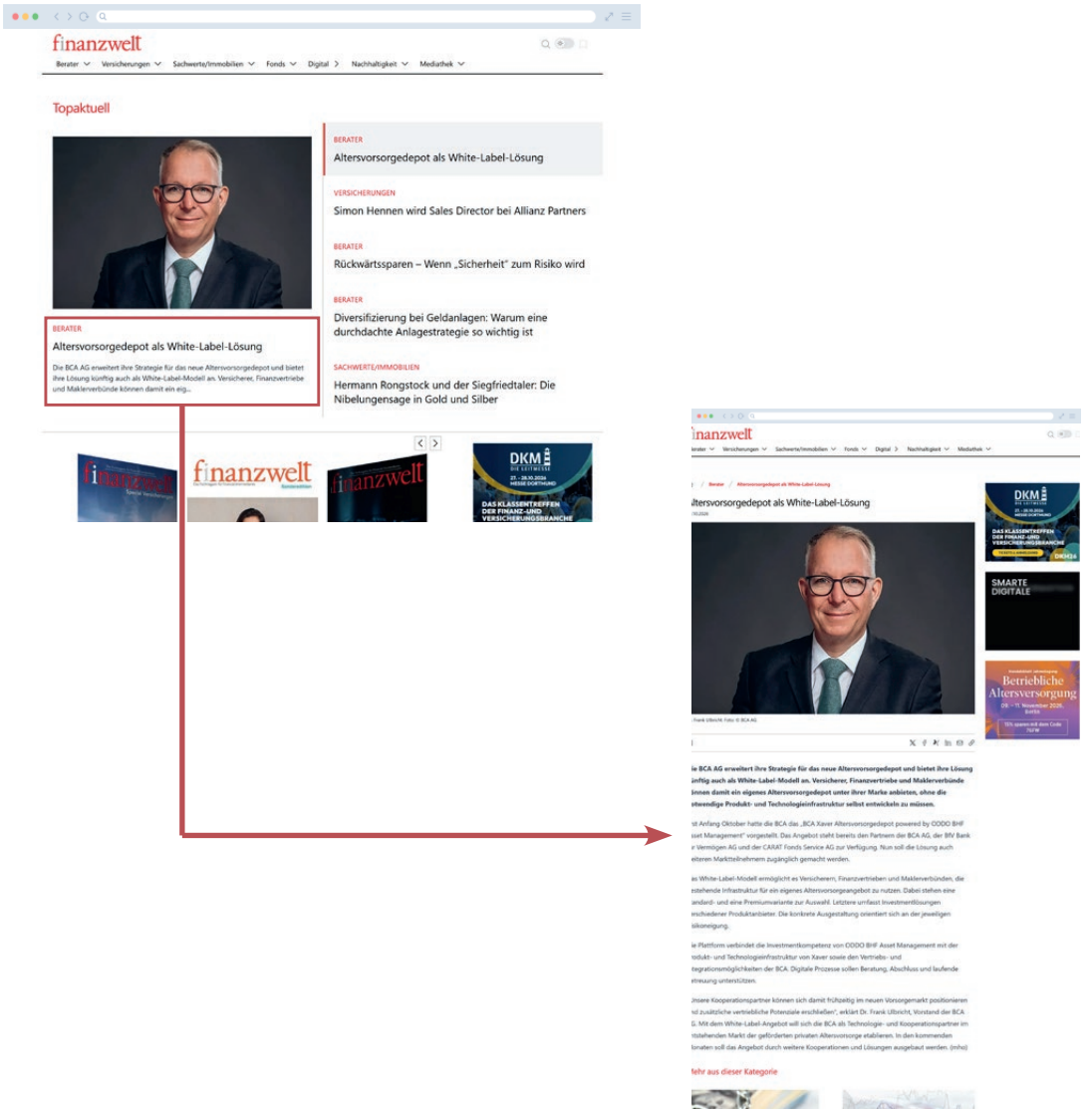
- 24 Stunden auf der Homepage
- Danach Platzierung in der Rubrik
- Facebook Follower: ca. 12.800
- Instagram: 2.300
- LinkedIn: 3.300
- Newsletter Empfänger: ca. 20.000

Refresh:

Es besteht die Möglichkeit, den Artikel einmal nach mind. einer Woche erneut für 24 Stunden auf der TOP-Position anzuteasern.

Spezifikationen:

Head einzeilig, max. 50 Zeichen inkl. Leerzeichen
Subhead max. 450 Zeichen inkl. Leerzeichen
Text max. 2.000 Zeichen inkl. Leerzeichen
Bildmaterial mind. 300 dpi
Format 900 x 600 px

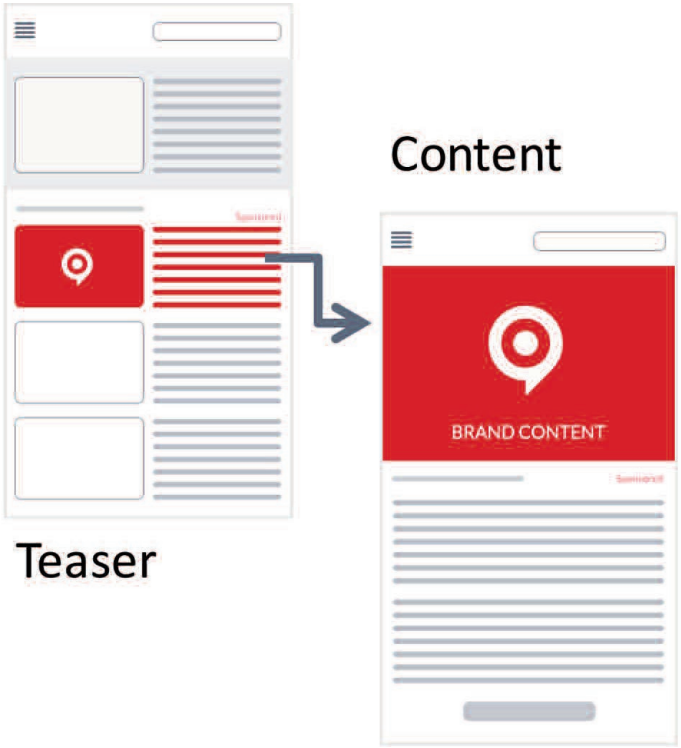


Sponsored Post | Individuell und wirkungsstark

Diese Werbeform erscheint wie ein normaler Newsbeitrag und eignet sich gut zur Vorstellung von erklärungsbedürftigen Produkten und Dienstleistungen.

Der Sponsored Post bleibt 24 Stunden auf der Startseite präsent. Durch die direkte Einbindung ist er wie ein normaler Newsbeitrag ständig auf der Website abrufbar und nutzt alle zur Verfügung stehenden Kommunikations-Kanäle (u. a. Facebook, LinkedIn) + Newsletter.

Der Kunde liefert Text- und Bildmaterial. Der Artikel sollte vorzugsweise die Form eines Experten-Gastbeitrags oder Interviews haben.



Der Publisher behält sich vor, Artikel abzulehnen, falls das Thema nicht zur Seite passt,oder zu redigieren, wenn der Duktus nicht zum Stil der Seite passt.

VORTEILE

- Moderne Werbeform
- Hohe Aufmerksamkeit auf Nutzer-Ebene
- Kundeninhalte nah an den Redaktionsinhalten
- Nutzung aller zur Verfügung stehenden Kommunikations-Kanäle
- Hohe Akzeptanz innerhalb der Zielgruppe
- Imagekampagne, die dem User eine Brand nachhaltig, aber unaufdringlich näherbringt
- Gewährleistung hoher Sicherheit

Bannerwerbung I Newsletter

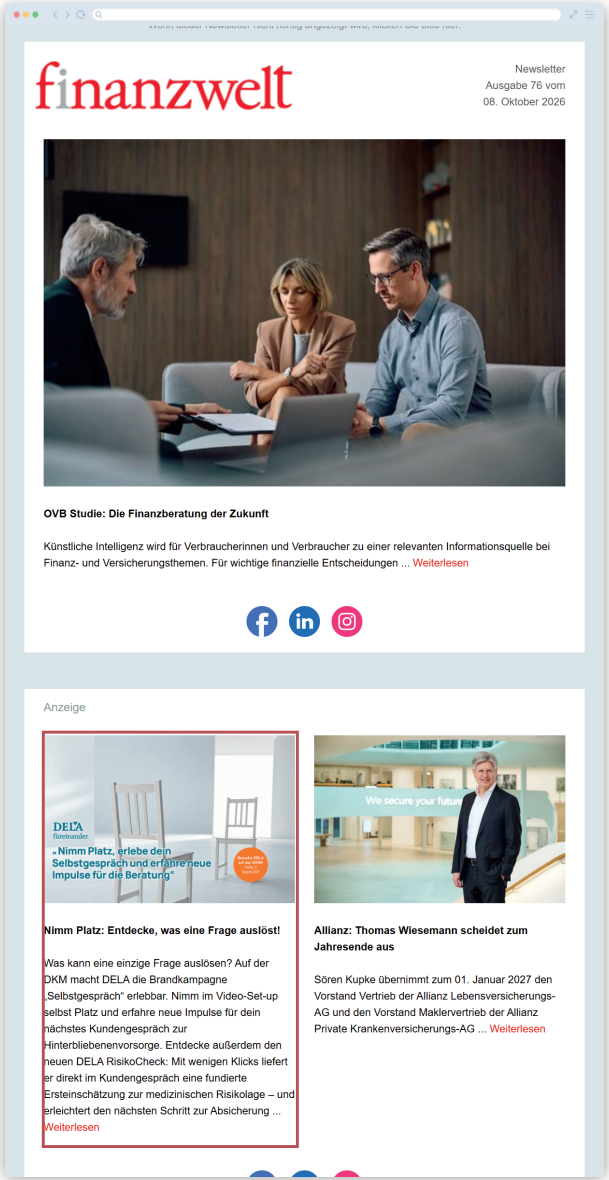
Der Newsletter serviert den Lesern in geballter Form die wichtigsten News, Interviews und Hintergrundberichte aus allen Rubriken. Produktinnovationen, Marktstudien, Personalien u. v. m. – mit dem finanzwelt-Newsletter sind die Leser für den Vertriebsalltag bestens informiert.

Versandintervall:	2 x wöchentlich
Versandtag:	Dienstag, Donnerstag
Versandart:	HTML
Zielgruppe:	Finanzdienstleister, Makler, Vermögensverwalter, Vermittler
Abonnenten:	ca. 20.000

Werbemöglichkeiten:

Option I:	Fullbanner
Format:	600 x 100 px
Datenformat:	jpg oder gif (nicht animiert)
Preis:	795 € – pro Versandtermin
Option II:	Medium Rectangle
Format:	300 x 250 px
Datenformat:	jpg oder gif (nicht animiert)
Preis:	895 € – pro Versandtermin
Option III:	Bild + Text Anzeige
Bild:	580 x 380 px
Text:	Text: max. 450 Zeichen* Überschrift: max. 50 Zeichen*
Datenformat:	jpg oder gif (nicht animiert)
Preis:	995 € – pro Versandtermin

* inkl. Leerzeichen



Standalone-Newsletter

Topaktuell bieten wir Ihnen die Form eines Sondernewsletters an. Ob Sie ein neues Produkt vorstellen, eine Veranstaltung bewerben oder auf die Performance zum Stichtag hinweisen wollen – mit dem Standalone Newsletter erreichen Sie Ihre Zielgruppe schnell, direkt und pointiert.

Der Standalone Newsletter enthält nur Ihre Werbebotschaft. Er wird mit Ihrem Logo versehen und auf Ihre Website verlinkt. Grafiken und Bilder können mit eingebunden werden, das Layout wird von finanzwelt gänzlich übernommen.

Standalone Newsletter	
Versandintervall	Montag, Mittwoch oder Freitag
Versandart	HTML
Zielgruppe	Finanzdienstleister, Makler, Vermittler, Vermögensberater
Abonnenten	ca. 20.000
Gewicht	KB-Anzahl variabel
Format Grafik	600 x variabel
Preis	2.950 €



Podcast I Social-Media-Posts



Social-Media-Posts

Egal ob Video, Display- oder Content Marketing – auf den Social-Media-Kanälen der finanwelt, von Facebook über Instagram zu LinkedIn, erreichen Sie Ihre gewünschte Zielgruppe: Makler mit § 34c, d oder f GewO-Zulassung oder B2C Kunden.

Ein Überblick der Zahlen mit Stand November 2026

Facebook Follower: 12.800
LinkedIn: 3.300
Instagram: 2.300



Podcast + Social-Media-Posts	
Podcast RENDITEKICK Gesprächsaufzeichnung Bewerbung des Podcast auf allen digitalen finanzwelt-Kanälen (Website, Newsletter, Social Media) Gesprächsführung eines individuellen Podcasts und Planung der Inhalte mit der Redaktion Bewerbung des fertigen Podcasts mit einem Standalone-Newsletter	3.990 €
Social-Media-Posts	2.950 €

Kontakt

Netzwerk-Agenturen, die Interesse an Online-Werbung haben, wenden sich bitte an unseren Vermarkter:

businessAD

Mehr Wert für Marken

Business Advertising GmbH
Tersteegenstr. 30
40474 Düsseldorf

Web: www.businessad.de
E-Mail: werbung@businessad.de

Telefon: 0211 179347-50
Telefax: 0211 179347-57

Die aktuellen Mediadaten stehen für Sie zum Download bereit.

KONTAKT

Uschi Meinert
Telefon: 0611 26766-13
Telefax: 0611 26766-25
meinert@finanzwelt.de

Allgemeine Geschäftsbedingungen

Ziffer 1 Mit der Erteilung eines Anzeigenauftrages erkennt der Auftraggeber die Allgemeinen Geschäftsbedingungen und die jeweils gültige Preisliste der FW-Verlag GmbH (nachfolgend auch „Auftragnehmer“ genannt) als verbindlich an.

Ziffer 2 „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag zwischen Auftragnehmer und Auftraggeber über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel (nachfolgend insgesamt als „Anzeigen“ bezeichnet) von Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten (nachfolgend insgesamt als „Werbungtreibende“ bezeichnet) in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.

Ziffer 3 Ein „Abschluss“ ist ein Ver trag über die Veröffentlichung mehrerer Anzeigen unter Beachtung der dem Werbungtreibenden gemäß Preisliste zu gewährenden Rabatte, wobei die jeweiligen Veröffentlichungen auf Abruf des Auftraggebers erfolgen. Rabatte werden nicht gewährt für Unternehmen, deren Geschäftszweck unter anderem darin besteht, für verschiedene Werbungtreibende Anzeigenaufträge zu erteilen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beanspruchen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb eines Jahres nach Vertragsschluss abgerufen und veröffentlicht wird.

Ziffer 4 Der Vertrag zwischen Auftraggeber und Auftragnehmer kommt zustande, wenn der Auftragnehmer den Auftrag schriftlich bestätigt. Bei Einwendungen hat der Auftraggeber innerhalb von drei Tagen nach Zugang der Auftragsbestätigung dieser schriftlich zu widersprechen. Nach Ablauf der obigen Frist gilt das Schweigen des Auftraggebers als Zustimmung zu den Bedingungen der Auftragsbestätigung. Platzierunganweisungen des Auftraggebers sind nur gültig, wenn sie vom Auftragnehmer schriftlich bestätigt worden sind.

Ziffer 5 Werden einzelne oder mehrere Abrufe eines Abschlusses aus Umständen nicht erfüllt, die der Auftragnehmer 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 Auftragnehmer zu erstatten. Der Auftraggeber hat, wenn nichts anderes vereinbart ist, rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb eines Jahres entsprechenden Nachlass. Die Kündigung eines Abschlusses vor Ablauf der vereinbarten Dauer ist nur aus wichtigem Grund und nur bis zum Anzeigenschluss des folgenden Druckerzeugnisses möglich. Die ordentliche Kündigung ist ausgeschlossen.

Ziffer 6 Aufträge für Anzeigen, die nur in bestimmten Heftnummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Auftragnehmer eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist.

Ziffer 7 Anzeigen, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Auftragnehmer mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen.

Ziffer 8 Der Auftragnehmer behält sich vor, Anzeigen – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – abzulehnen, wenn – deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder – deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder deren Veröffentlichung für den Auftragnehmer wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist oder – Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten. Aufträge für andere Werbemittel sind für den Auftragnehmer erst nach Vorlage des Musters und dessen Billigung bindend. Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Verbundwerbung), bedürfen in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Annahmeerklärung des Auftragnehmers. Diese berechtigt den Auftragnehmer zur Erhebung eines Verbundaufschlages. Die Ablehnung einer Anzeige oder eines anderen Werbemittels wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

Ziffer 9 Für die rechtzeitige Lieferung und die einwandfreie Beschaffenheit geeigneter Druckunterlagen oder anderer Werbemittel ist allein der Auftraggeber verantwortlich. Bei der Anlieferung von Druckunterlagen ist der Auftraggeber verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder den technischen Vorgaben des Auftragnehmers entsprechende Vorlagen für Anzeigen, Beilagen, Beihefter und Beikleber rechtzeitig bis zum Druckunterlagenschluss anzuliefern. Liegen dem Auftragnehmer die Druckunterlagen bis zu diesem Zeitpunkt nicht vor, so wird bei einem Abschluss das vorher geschaltete Motiv wiederholt, bei einer Einzelanzeigenschaltung der gesamte Einzelpreis berechnet. Sollte sich ein neuer Auftraggeber finden, so wird der Rechnungsbetrag um den Betrag, den dieser für die Anzeige zahlt, gekürzt. Entstehen dem Auftragnehmer durch die nicht rechtzeitige Ablieferung von Druckunterlagen Aufwendungen oder ein Schaden, so hat der Auftraggeber Ersatz zu leisten. Kosten des Auftragnehmers für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen. Vereinbart ist die für den belegten Titel nach Maßgabe der Angaben in der Preisliste sowie in der Auftragsbestätigung übliche Beschaffenheit der Anzeigen oder anderen Werbemittel im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Dies gilt nur für den Fall, dass der Auftraggeber die Vorgaben des Auftragnehmers zur Erstellung und Übermittlung von Druckunterlagen einhält.

Ziffer 10 Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung der Druckunterlagen endet drei Monate nach der erstmaligen Verbreitung der Anzeige.

Ziffer 11 Entspricht die Veröffentlichung der Anzeige nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit bzw. Leistung, so hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung des anderen Werbemittels, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige oder des anderen Werbemittels beeinträchtigt wurde. Der Auftragnehmer hat das Recht, eine Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung zu verweigern, wenn diese einen Aufwand erfordert, der unter Beachtung des Inhalts des Schuldverhältnisses und der Gebote von Treu und Glauben in einem groben Missverhältnis zu dem Leistungsinteresse des Auftraggebers steht, oder – diese für den Auftragnehmer nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich wäre. Lässt der Auftragnehmer eine ihm für die Ersatzanzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige/Ersatzveröffentlichung erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Bei unwesentlichen Mängeln der Anzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels ist die Rückgängigmachung des Auftrags ausgeschlossen. Reklamationen bei nicht offensichtlichen Mängeln müssen binnen eines Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn geltend gemacht werden. Der Auftragnehmer haftet für sämtliche Schäden, gleich ob aus vertraglicher Pflichtverletzung oder aus unerlaubter Handlung nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen: Bei grober Fahrlässigkeit beschränkt sich die Haftung im kaufmännischen Verkehr auf den Ersatz des typischen vorhersehbaren Schadens; diese Beschränkung gilt nicht, soweit der Schaden durch gesetzliche Vertreter oder leitende Angestellte des Auftragnehmers verursacht wurde. Bei einfacher Fahrlässigkeit haftet der Auftragnehmer nur, wenn eine wesentliche Vertragspflicht verletzt wurde. In solchen Fällen ist die Haftung auf den typischen vorhersehbaren Schaden beschränkt. Bei Ansprüchen nach dem Produkthaftungsgesetz sowie bei einer Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit haftet der Auftragnehmer nach

Allgemeine Geschäftsbedingungen

den gesetzlichen Vorschriften. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – unverzüglich nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden, spätestens jedoch sieben Tage nach Erhalt des Belegs. Alle gegen den Auftragnehmer gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verjähren in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf vorsätzlichem Verhalten beruhen.

Ziffer 12 Wenn ein periodisches Druckerzeugnis, in welchem die Anzeige des Auftraggebers vertragsgemäß zu erscheinen hatte, später als zu dem Auftraggeber mitgeteilten Termin erscheint, ist dies nicht als Verzug des Auftragnehmers anzusehen.

Ziffer 13 Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch bei Auftragserteilung geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Auftragnehmer berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm bis zum Anzeigenschluss oder innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden. Der dem Auftraggeber übermittelte Probeabzug gilt als genehmigt, wenn der Auftraggeber nicht innerhalb der gesetzten Frist dem korrigierten Probeabzug zurücksendet oder dem Abdruck schriftlich widerspricht.

Ziffer 14 Rechnungen sind nach Auftragserteilung und vor Erscheinung innerhalb der aus der Rechnung ersichtlichen Frist zu bezahlen, sofern nichts anderes schriftlich vereinbart ist.

Ziffer 15 Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen in Höhe von 8 (acht) Prozent über dem Basiszinssatz erhoben sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Auftragnehmer kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Auftragnehmer berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages zum Anzeigenschlusstermin und von dem Ausgleich offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

Ziffer 16 Der Auftragnehmer liefert einen Anzeigenbeleg. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Auftragnehmers über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

Ziffer 17 Erfüllungsort ist der Sitz des Auftragnehmers. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Auftragnehmers. Soweit Ansprüche des Auftragnehmers nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Auftragnehmers vereinbart.

Ziffer 18 Die Werbungsmittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Auftragnehmers zu halten. Die vom Auftragnehmer gewährte Mittlungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

Ziffer 19 Preisänderungen für erteilte Anzeigenaufträge sind gegenüber Unternehmern wirksam, wenn sie vom Auftragnehmer mindestens einen Monat vor Veröffentlichung der Anzeige oder des anderen Werbe mittels angekündigt werden. Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen in Textform nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden.

Ziffer 20 Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung beansprucht, ist der schriftliche Nachweis des Konzernstatus des Werbungtreibenden erforderlich. Konzernverbundene Unternehmen im Sinne dieser Bestimmung sind Unternehmen, zwischen denen eine kapitalmäßige Beteiligung von mindestens 50 Prozent besteht. Der Konzernstatus ist bei Kapitalgesellschaften durch Bestätigung eines Wirtschaftsprüfers oder durch Vorlage des letzten Geschäftsberichtes, bei Personengesellschaften durch Vorlage eines Handels Registerauszuges nachzuweisen. Der Nachweis muss spätestens bis zum Abschluss des Insertionsjahres erbracht werden. Ein späterer Nachweis kann nicht rückwirkend anerkannt werden. Konzernrabatte bedürfen in jedem Fall der ausdrücklichen, schriftlichen Bestätigung durch den Auftragnehmer. Konzernrabatte werden nur für die Dauer der Konzernzugehörigkeit gewährt. Die Beendigung der Konzernzugehörigkeit ist unverzüglich anzuzeigen; mit der Beendigung der Konzernzugehörigkeit endet auch die Konzernrabattierung.

Ziffer 21 Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung der Anzeige erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen sowie der zugelieferten Werbemittel. Er stellt den Auftragnehmer im Rahmen des Anzeigenauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Ferner wird der Auftragnehmer von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Auftragnehmer nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen. Der Auftraggeber überträgt dem Auftragnehmer sämtliche für die Nutzung der Werbung in Print- und Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentliche Zugänglichmachung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen.

Ziffer 22 Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, illegalem Arbeitskampf, rechtswidriger Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen – sowohl im Betrieb des Auftragnehmers als auch in fremden Betrieben, derer sich der Auftragnehmer zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient – hat der Auftragnehmer Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen.

Ziffer 23 Die Unwirksamkeit einzelner Bestimmungen oder von Teilen einzelner Bestimmungen dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen berührt die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen nicht. Zusätzliche Bedingungen des Auftragnehmers:

a) Die allgemeinen und die zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Auftragnehmers gelten sinn gemäß auch für Aufträge über Beikleber, Beihefter oder technische Sonderausführungen.

b) Nach Anzeigenschluss sind Sistierungen, Änderungen von Größen, Formaten und der Wechsel von Farben nicht mehr möglich. Bei fernmündlich aufgegebenen Anzeigen oder fernmündlich erteilten Korrekturen haftet der Auftragnehmer 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 Werbungtreibende hat bei ungenügendem Abdruck dann keine Ansprüche. Evtl. entstehende Mehrkosten müssen weiterberechnet werden.

c) Der Auftragnehmer übernimmt keine Gewähr, wenn durch eine verspätete Anlieferung der Druckunterlagen vereinbarte Platzierungen nicht eingehalten werden können und eine Minderung der Druckqualität eintritt.

d) Bei Neuaufnahme einer Geschäftsverbindung erhält der Auftragnehmer eine Vorauszahlung des Rechnungsbetrages zum Anzeigenschlusstermin.