

# Mediadaten

Nr. 35 gültig ab dem 01.01.2024

Die Stiftung Finanzbildung ist ein monetärer Think Tank für mehr anlegerorientiertes Finanzverständnis und eine intensivere finanzökonomische Bildung.

Um die Finanzwelt in Zukunft besser gestalten zu können, muss das Wissen um verhaltensorientierte Geldanlagen und Finanzpsychologie, aber auch die Analyse der Finanzhistorie an Bedeutung gewinnen.

Finanzbildung bildet die Grundlage für sämtliche Bereiche unserer Gesellschaft, sei es für private Anleger, selbstständige Ärzte oder Künstler oder auch professionelle Sportler. Mit unserer Stiftung Finanzbildung möchten wir Impulse setzen, angefangen bereits in der Schulzeit, um das Bewusstsein für ökonomische Themen zu schärfen und somit monetäres Vertrauen aufzubauen.

Im Laufe der letzten zehn Jahre konnte die Stiftung Finanzbildung schrittweise Projekte wie den Wettbewerb „Jugend wirtschaftet!“, das Deutsche FinanzbildungsForum mit dem jährlichen Thesis- und dem Medienpreis entwickeln. Diese Formate werden fachlich von den Tegernseer Sachwert-Weisen und den Hohensteiner Geldwert-Weisen unter der wissenschaftlichen Leitung von Prof. Dr. Erwin Blum, dem ehemaligen Präsidenten der Hochschule für angewandte Wissenschaft in Landshut, unterstützt. Wie können Sie unser Engagement für Finanzbildung unterstützen und für Sich positiv nutzen?

Hier einige Beispiele, sowie im Folgenden unsere Mediadaten.



## Kurzporträt unserer Magazine

# beteiligungsreport®



Seit dem Jahr 2003 fungiert das Fachmagazin BeteiligungsReport in enger Zusammenarbeit mit dem Newsportal [www.beteiligungsreport.de](http://www.beteiligungsreport.de) als anerkannte Kommunikationsplattform in der Sachwertbranche.

Der BER richtet seinen Fokus vor allem auf Sachwert-Stakeholder und gewährt tiefgehende Einblicke in den Sachwertmarkt. Die gedruckte Ausgabe des Magazins erstreckt sich über 16 bis 24 Seiten und erscheint zweimal jährlich in einer Auflage von 1.000 bis 5.000 Exemplaren. Als Supplement erreicht die Auflage sogar den fünfstelligen Bereich!

Zusätzlich zur gedruckten Version wird das Magazin auf dem Newsportal sowie über LinkedIn veröffentlicht, wodurch es einer breiteren Leserschaft zugänglich gemacht wird. Durch crossmediale Marketing- und Vertriebsaktivitäten erzielen wir eine Online-Reichweite im fünfstelligen Bereich.

Der BeteiligungsReport bietet vor allem die Möglichkeit einer Präsentation durch Advertorials und Interviews der Mitherausgeber.

# FOR family office report

Gespräche, Hintergründe und Fakten



Seit 2017 fungieren der FOR-family office report und das Newsportal [www.family-office-report.de](http://www.family-office-report.de) als zentrale Anlaufstelle für Neuigkeiten rund um Märkte, Anlagen und politische Hintergrundinformationen.

Dieser Fachbrief richtet sich gezielt an Investoren, Vermögensverwalter, Pensionskassen, Versorgungswerke und natürlich Family Offices, die ihn direkt erhalten. Der FOR-family office report erscheint halbjährlich mit einem Umfang von 8 bis 16 Seiten und wird in einer begrenzten Auflage gedruckt. Zudem wird das Magazin auf dem Newsportal und über LinkedIn veröffentlicht. Als renommierter Anbieter haben Sie die Möglichkeit, sich entweder durch ein Interview oder durch einen sogenannten FOR-Guide inhaltlich oder auch als Mitherausgeber auf ansprechende Weise zu präsentieren.



# finanzbildungsreport®



Seit dem Jahr 2020 publizieren wir den FinanzbildungsReport - FBR, ein Fachjournal für Finanzbildung der Stiftung Finanzbildung. Der FBR erscheint halbjährlich und richtet sich an Nutzer sowie Förderer praxisnaher Finanzbildung, darunter finanzbildungsaffine Leser, Schüler, Studierende, Vermögensverwalter, Privatbanken, Stiftungsverwalter, Profianleger sowie Vertreter der Wissenschaft, Forschung, Politik und Medien. Diese erhalten den Report entweder online oder als Beilage eines Finanzmediums. Als Anbieter von Qualitätsinhalten oder von Finanzbildungsmaßnahmen haben Sie die Möglichkeit, die beachtliche Reichweite zu nutzen, um sich durch hochwertigen Content in einem erstklassigen Umfeld als Mitherausgeber zu präsentieren.

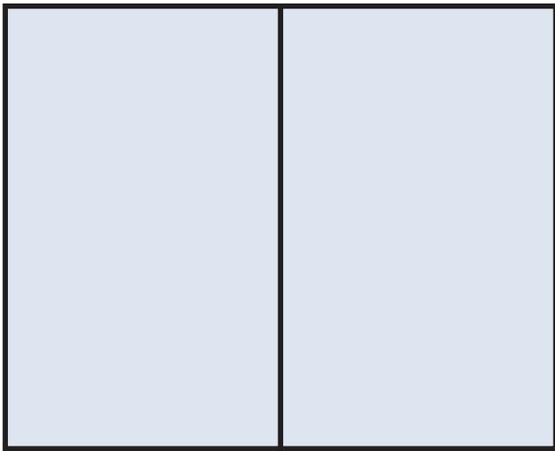
# Erscheinungsweise



Magazin:	BeteiligungsReport	FOR - family office report	FinanzbildungsReport
<b>Monat:</b>	und laufende News unter <a href="http://beteiligungsreport.de">beteiligungsreport.de</a> + <a href="http://family-office.de">family-office.de</a> + <a href="http://finanzbildungsreport.de">finanzbildungsreport.de</a>		
Januar			
Februar			
März		<b>FOR- 32</b>	
April			
Mai			
Juni	<b>BER 140</b>		
Juli			<b>FBR ACHT</b>
August			
September		<b>FOR- 33</b>	
Oktober			
November	<b>BER 141</b>		
Dezember			<b>FBR NEUN</b>

Anzeigen / Advertorials / Interviews

2 / 1



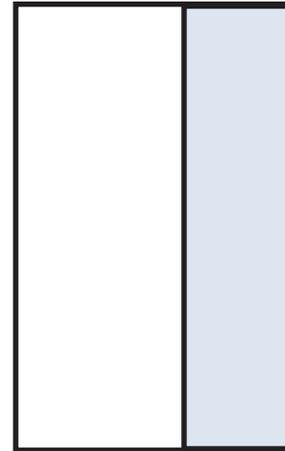
1 / 1



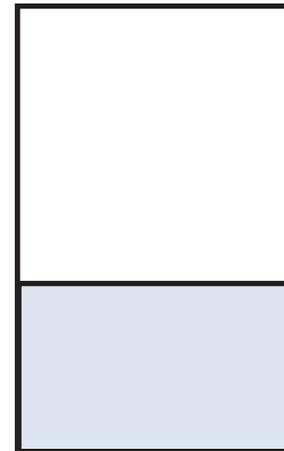
1 / 2 quer



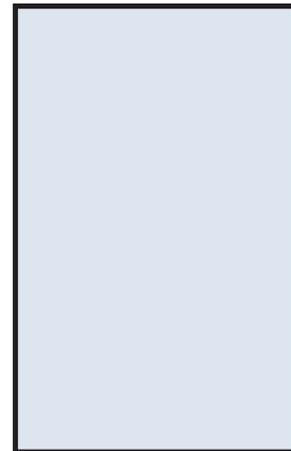
1 / 3 hoch



1 / 3 quer



U 4



1) Format im Satzspiegel; 2) Format randabfallend, \* + 5mm Beschnitt an jedere Anzeigenseite einbauen

Magazin:	2/1	1/1	1/2	1/3	1/3	U4
BER	<b>6.990</b>	<b>4.490</b>	<b>2.590</b>	<b>1.790</b>	<b>1.790</b>	<b>5.990</b>
FOR	<b>6.990</b>	<b>4.490</b>	<b>2.590</b>	<b>1.790</b>	<b>1.790</b>	<b>5.990</b>
FBR	<b>8.990</b>	<b>5.990</b>	<b>3.990</b>	<b>2.790</b>	<b>2.790</b>	<b>9.900</b>

alle Preise verstehen sich zzgl. MwSt.

www.stiftung-finanzbildung.de



## Werden Sie Mitherausgeber unserer Magazine

Wollen Sie unser gemeinwohlorientiertes Engagement nutzen und die Idee der Stiftung Finanzbildung zur Förderung mehr anlegerorientierten Finanzverständnisses und einer intensiveren finanzökonomische Bildung unterstützen? Dann werden Sie Mitherausgeber als „Monetary Branch Content Creator“ einer unserer Magazin-Linien:

- + FinanzbildungsReport für Finanzbildungsinitiativen und Bildungsträger
- + BeteiligungsReport für Sachwerte
- + FOR family office report für Geldwerte (Zielgruppe: Vermögensverwalter, Family Offices, Stiftungen, Banken)

### Verbreitung

Jeweils jährlich zwei Magazine als Druckversion sowie Online-PDF

Jeweils ein Jahrbuch als Druckversion mit kostenfreier Verteilung an Medien, Politik und Entscheider  
Online-Beiträge in den fachorientierten Newsportalen unter [gentdwell.de](http://gentdwell.de)

### Zielgruppe

Das Angebot eines Mitherausgebers der entsprechenden Magazin-Linie richtet sich an seriöse und nachhaltige Anbieter der Branche, Finanzanlagevermittler inkl. Banken und Maklerpools, Kapitalverwaltungsgesellschaften, Rechtsanwälte, Steuerberater, Wirtschaftsprüfer und natürlich Branchen-Dienstleister deren Beiträge den Lesern einen Mehrwert liefern.

Daneben unterstützen die Mitherausgeber die Arbeit der Stiftung Finanzbildung für mehr investorenorientierte Finanzverständnis und finanzökonomische Bildung.

Auftragnehmer und Verlag  
Edmund Pelikan  
Stiftung Finanzbildung Consulting GmbH & Co.KG  
Benzstraße 13 • 84030 Landshut  
[info@stiftung-finanzbildung.de](mailto:info@stiftung-finanzbildung.de)  
Telefon 01577 3063030

Hauptausgeber  
Stiftung Finanzbildung gemeinnützige UG  
(haftungsbeschränkt)  
Benzstraße 13 • 84030 Landshut  
[info@stiftung-finanzbildung.de](mailto:info@stiftung-finanzbildung.de)  
Telefon 01577 3063030

Preisliste

Sonderveröffentlichungen

Medienpartnerschaft



### SONDERVERÖFFENTLICHUNG:

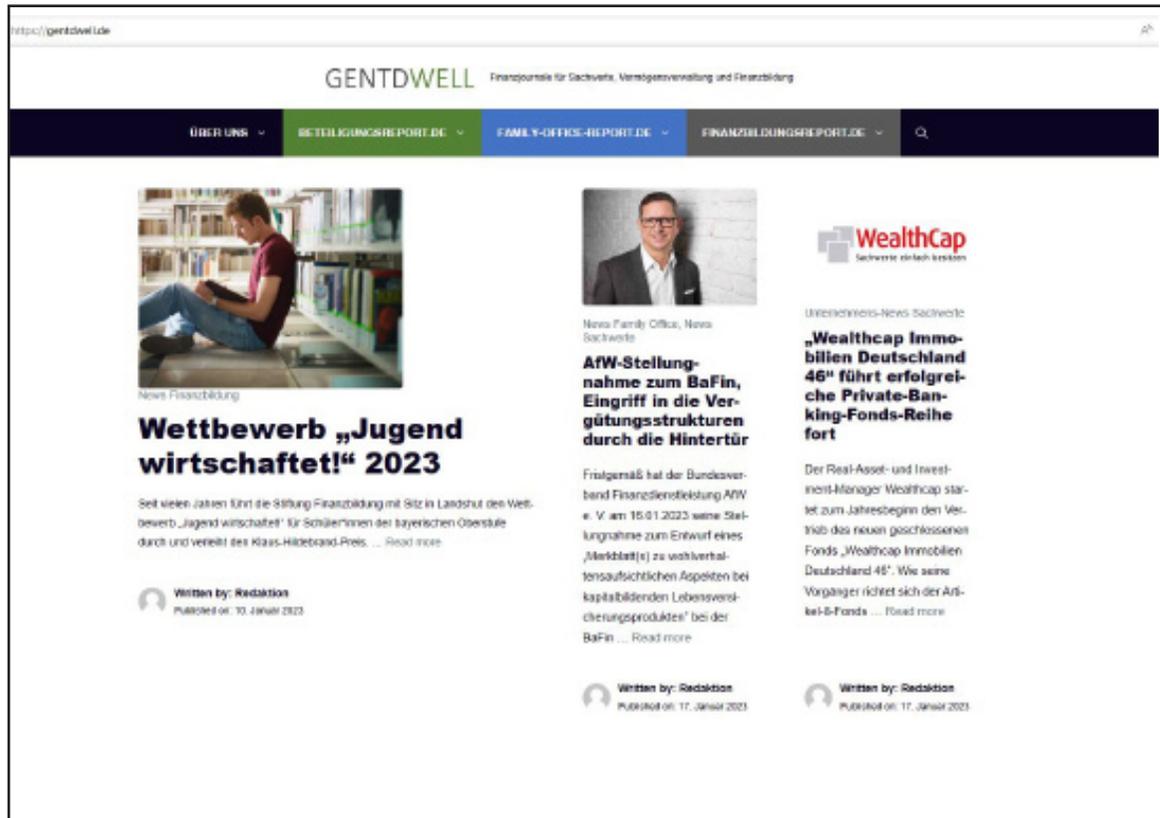
12-16 Seiter als Beilage in Omnibus-Magazinen wie zum Beispiel dem Golf-Magazin, Serviceclubmagazin Lions oder dem Frauenfinanzmagazin Courage

### PRINT MEDIENPARTNERSCHAFT BR + FOR

Preis in EUR

2 Anzeigen	<b>10% Rabatt</b>
3 Anzeigen	<b>15% Rabatt</b>
4 Anzeigen	<b>20% Rabatt</b>

abzurufen binnen 12 Monate



ONLINE MEDIENPARTNERSCHAFT

Preis in EUR

4 Unternehmensnews	1.600
8 Unternehmensnews	3.000
12 Unternehmensnews	5.000

abzurufen binnen 12 Monate

# Erscheinungsweise Jahrbücher



Magazin:	<b>BeteiligungsKompass</b>	<b>FinanzbildungsKompass</b>	<b>Vermögensverwalter-Kompass</b>
<b>Monat:</b>	Informationen zu Buchungspaketen der Jahrbücher erhalten Sie auf Anfrage		
Januar			
Februar			
März			
April	<b>BeteiligungsKompass</b>		
Mai			
Juni		<b>FinanzbildungsKompass</b>	
Juli			
August			<b>Vermögensverwalter-Kompass</b>
September			
Oktober			
November			
Dezember			



Buchungspakete und Preise  
BeteiligungsKompass

<https://gentdwell.de/wp-content/uploads/2024/01/Buchungsformular-BK.pdf>



Buchungspakete und  
Vorbestellungen  
FinanzbildungsKompass

<https://gentdwell.de/wp-content/uploads/2024/01/Buchungsformular-finanzbildungs-report.pdf>

Infos zum  
VermögensverwalterKompass  
folgen

Verlag: Stiftung Finanzbildung Consulting GmbH & Co.KG  
Benzstraße 13  
84030 Landshut  
Telefon: +49 (0) 871/430633 0 oder 015679 256200

E-Mail: [sekretariat@gentdwell.de](mailto:sekretariat@gentdwell.de)

Stiftungs-Homepage: [www.stiftung-finanzbildung.de](http://www.stiftung-finanzbildung.de)  
Medien-Homepage: [www.gentdwell.de](http://www.gentdwell.de)

Aktuelle Daten und Services finden Sie unter: [www.gentdwell.de](http://www.gentdwell.de)

Sparkasse Landshut  
IBAN: DE91 7435 0000 0000 0220 55  
SWIFT-BIC: BYLADEM1LAH

Zahlungsbedingungen: Zahlung innerhalb von 14 Tagen nach Rechnungsdatum rein netto. Bei Bankeinzugsverfahren oder Zahlung innerhalb von 10 Tagen nach Rechnungsdatum 2 % Skonto. Wenn ältere Rechnungen offenstehen, kann Skonto nicht eingeräumt werden.  
Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen in banküblicher Höhe für Dispositionskredite berechnet.

Mehrwertsteuer: Alle Preise in Euro zuzüglich gesetzlicher MwSt.

Geschäftsbedingungen: Für die Abwicklung von Anzeigenaufträgen, Sonderinsertionen und Fremdbeilagen gelten die Geschäftsbedingungen des Verlags. Unsere vollständigen Allgemeinen Geschäftsbedingungen übersenden wir Ihnen auf Anfrage.

## Unsere geplanten Veranstaltungen im Jahresverlauf

				
Magazin:	<b>BeteiligungsPreis</b>	<b>Golden Trustee Award</b>	<b>Deutsches FinanzbildungsForum</b>	
Monat:				
Januar				
Februar				
März	<b>Sachwert-Weisen</b>			
April		<b>Geldwert-Weisen</b>		<b>Trusted Fireside Talk</b>
Mai			<b>Spenden Dinner</b>	
Juni	<b>Sachwert-Weisen</b>			
Juli				<b>Trusted Fireside Talk</b>
August				
September				
Oktober	<b>Dt. BeteiligungsPreis</b>	<b>Golden Trustee Award</b>	<b>Dt. FinanzbildungsForum</b>	
November				<b>Trusted Fireside Talk</b>
Dezember		<b>Geldwert-Weisen</b>		

### Vertragsschluss

#### Definitionen: Definitionen:

a. Anzeigen: Als „Anzeigen“ werden kommerzielle Werbemittelungen bezeichnet, die gegen Entgelt in den Publikationen der Stiftung Finanzbildung Consulting platziert werden können. Diese können in Form von grafischen Anzeigen, Textanzeigen oder anderen vereinbarten Formaten vorliegen.

b. Advertorials: „Advertorials“ sind redaktionelle Inhalte, die gegen Entgelt von einem Werbekunden beigesteuert und als solche gekennzeichnet werden. Sie stellen eine Mischung aus redaktionellem Inhalt und Werbung dar und werden gemäß den vereinbarten Konditionen und Preisen in den Publikationen der Stiftung Finanzbildung Consulting veröffentlicht.

c. Anzeigenauftrag: Ein „Anzeigenauftrag“ ist die verbindliche Bestellung von Anzeigen oder Advertorials durch den Auftraggeber gemäß den in den Mediadaten der Stiftung Finanzbildung festgelegten Konditionen und Preisen.

d. Mitherausgeber: Ein „Mitherausgeber“ ist eine Person oder Organisation, die kompetenzorientierte Inhalte zu redaktionellen Themen beisteuert, die keinen werblichen Charakter haben und daher werbefrei sind. Mitherausgeber haben keinen Einfluss auf die redaktionelle Unabhängigkeit der Stiftung als Think Tank für anlegerorientiertes Finanzverständnis und keine Rechte an der Werbung oder Vermarktung der Publikationen.

### Anzeigenaufträge

#### I. Kündbarkeit von Anzeigenaufträgen:

a. Anzeigenaufträge für den Verlag sind bis zur Vorlage des Musters durch den Auftraggeber und seiner Billigung durch den Verlag kündbar.

#### Vorbehalt der Annahme:

- a. Der Verlag behält sich das Recht vor, Anzeigen – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – abzulehnen, wenn:
- Deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt.
  - Deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde.
  - Deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist.
  - Diese Werbung Dritte enthält.

Lieferung von Druckunterlagen: Verantwortlichkeiten des Auftraggebers in Bezug auf die Druckunterlagen, technische Anforderungen und Korrekturen werden hier beschrieben.

Digitale Übermittlung von Druckunterlagen: Anforderungen an die digitale Übermittlung von Druckvorlagen werden festgelegt, einschließlich Sicherheitsaspekte und Haftungsfragen.

Farb- und Tonwertabweichungen: Bestimmungen zur Farbwiedergabe und möglichen Abweichungen werden erläutert.

Platzierungsvorschriften: Regeln zur Platzierung von Anzeigen und etwaigen Abweichungen werden festgelegt.

Kennzeichnung von Anzeigen: Anzeigen müssen als solche gekennzeichnet sein, um sie von redaktionellen Inhalten zu unterscheiden.

### II. Vertragsdurchführung

#### Verantwortung für Druckunterlagen:

- a. Die rechtzeitige Lieferung und einwandfreie Beschaffenheit geeigneter Druckunterlagen oder anderer Werbemittel obliegt allein dem Auftraggeber.
- b. Bei Abweichungen der Druckunterlagen in Bezug auf Anschnitt und Satzspiegel von den gebuchten und bestätigten Formaten wird das angelieferte Format verwendet.
- c. Der Auftraggeber hat sicherzustellen, dass digitale Druckunterlagen den technischen Vorgaben des Verlages entsprechen und rechtzeitig vor Schaltungsbeginn geliefert werden. Kosten für Änderungen der Druckvorlagen durch den Verlag auf Wunsch oder Verschulden des Auftraggebers trägt letzterer.

#### Schutz vor Computerviren:

Vor der digitalen Übermittlung von Druckunterlagen muss der Auftraggeber sicherstellen, dass die Daten frei von Computerviren sind. Er muss handelsübliche Schutzprogramme verwenden, die dem neuesten Stand der Technik entsprechen. Entdeckt der Verlag Schadensquellen in den übermittelten Daten, wird er von diesen keinen Gebrauch machen und sie gegebenenfalls löschen, ohne dass der Kunde Schadenersatzansprüche geltend machen kann. Der Verlag behält sich vor, Schadenersatzansprüche gegen den Kunden geltend zu machen, wenn durch übermittelte Schadensquellen dem Verlag Schäden entstehen.

#### Farbdruck und Farbproof:

Digital übermittelte Druckvorlagen für Farbanzeigen erfordern einen auf Papier gelieferten Farbproof, um zuverlässig verarbeitet zu werden. Ohne Farbproof können Farbabweichungen auftreten, die keinen Preisminderungsanspruch begründen. Der Verlag überprüft nicht die Vollständigkeit und Richtigkeit der Druckunterlagen und haftet nicht für Übertragungsfehler.

#### Farb- und Tonwertabweichungen:

Geringe Farb- und Tonwertabweichungen sind durch das Druckverfahren bedingt. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zugesandten Probeabzüge. Fehlerkorrekturen, die dem Verlag bis zum Anzeigenschluss mitgeteilt werden, werden berücksichtigt.

#### Nicht erfüllte Abrufe eines Abschlusses:

Nicht erfüllte Abrufe eines Abschlusses, die nicht vom Verlag zu vertreten sind, führen dazu, dass der Auftraggeber dem Verlag den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Rabatt erstatten muss.

#### Platzierungsvorschriften:

Platzierungsvorschriften sind nur gültig, wenn sie vom Verlag schriftlich bestätigt wurden.

#### Titelumhefter und Anzeigenplatzierung:

Der Verlag behält sich vor, kurzfristig Titelumhefter einzusetzen, die Anzeigenmotive auf den Umschlagseiten abdecken. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies einer ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.

#### Kennzeichnung von Anzeigen:

Anzeigen, die nicht als solche erkennbar sind, werden vom Verlag eindeutig mit dem Wort „Anzeige“ gekennzeichnet.

#### Rücksendung von Druckunterlagen:

Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Aufbewahrungspflicht für Druckunterlagen endet drei Monate nach der erstmaligen Verbreitung der Anzeige.

#### Rechte zur Schaltung der Anzeige:

Der Auftraggeber gewährleistet, alle erforderlichen Rechte zur Schaltung der Anzeige zu besitzen.

#### Veröffentlichung und Vervielfältigung:

Der Auftraggeber gestattet dem Verlag, Anzeigen online auf den Websites des Verlages und seiner Titel zu veröffentlichen sowie offline (z.B. auf CD-ROM, DVD, Papier-Präsentationen) zu vervielfältigen und zu verbreiten.

Platzierungsvorschriften: Regeln zur Platzierung von Anzeigen und etwaigen Abweichungen werden festgelegt.

Kennzeichnung von Anzeigen: Anzeigen müssen als solche gekennzeichnet sein, um sie von redaktionellen Inhalten zu unterscheiden.

Nutzungsrechte: Rechte des Verlages bezüglich der Nutzung der Anzeigen und anderer Werbemittel werden festgelegt.

### III. Zahlung

#### Geltung der Preisliste:

Im Verhältnis zwischen Verlag und Auftraggeber gilt die jeweils vom Verlag veröffentlichte aktuelle Preisliste. Alle genannten Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

#### Änderungen von AGB und Preisen:

Der Verlag behält sich das Recht vor, die AGB und Preise jederzeit mit Wirkung für die Zukunft zu ändern. Änderungen sind für erteilte Auftragsaufträge wirksam, wenn sie mindestens einen Monat vor Veröffentlichung der Anzeige angekündigt werden. In diesem Fall steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu, das innerhalb von 14 Tagen nach Erhalt der Änderungsmitteilung über die Preiserhöhung in Textform ausgeübt werden muss.

#### Zahlungsfristen und Skonto:

- a. Rechnungen sind im Voraus zahlbar, sobald sie ausgestellt sind. Der Auftrag wird erst nach vollständiger Zahlung durch den Auftraggeber ausgeführt.
- b. Skonto wird nicht gewährt

#### Abtretung von Zahlungsansprüchen:

- a. Mit Zustandekommen des Auftrags tritt die auftraggebende Agentur ihren Zahlungsanspruch gegen den Agenturkunden sicherungshalber an den Verlag ab, der diese Abtretung annimmt.
- b. Bei Nichtzahlung gerät der Auftraggeber automatisch 30 Tage nach Fälligkeit und Zugang einer Rechnung in Verzug.

#### Verzugszinsen und Aussetzung der Auftragsausführung:

- a. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden bankübliche Zinsen sowie Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann die Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlungen verlangen.
- b. Bei begründeten Zweifeln an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers kann der Verlag das

Erscheinen weiterer Anzeigen von Vorauszahlungen und dem Ausgleich offener Rechnungsbeträge abhängig machen.

#### Aufrechnung und Abtretung von Ansprüchen:

- a. Der Auftraggeber ist nur mit unstreitigen oder rechtskräftig festgestellten Ansprüchen berechtigt, gegen Ansprüche des Verlages aufzurechnen. Die Abtretung von Ansprüchen, die dem Kunden aus der Geschäftsbeziehung mit dem Verlag zustehen, ist ausgeschlossen.

#### Anzeigenbelege:

- a. Auf Wunsch liefert der Verlag einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Auftrags werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, tritt eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige an seine Stelle.

Nutzungsrechte: Rechte des Verlages bezüglich der Nutzung der Anzeigen und anderer Werbemittel

### IV. Gewährleistung

Anspruch auf Zahlungsminderung oder Ersatzanzeige:

- a. Entspricht die Veröffentlichung der Anzeige nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit, hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, jedoch nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde.
- b. Abweichungen von der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit liegen insbesondere nicht vor bei:

- geringfügigen Farb- und Tonwertschwankungen,
- Abweichungen in der Farbwiedergabe aufgrund von Unterschieden in der Papierqualität
- geringen Passerdifferenzen.

- c. Der Verlag behält sich das Recht vor, eine Ersatzanzeige zu verweigern, wenn der Aufwand in einem groben Missverhältnis zum Leistungsinteresse des Auftraggebers steht oder unverhältnismäßige Kosten verursacht.

Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrags:

- a. Lässt der Verlag eine ihm gesetzte angemessene Frist für die Ersatzanzeige oder die Veröffentlichung des anderen Werbemittels verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut mangelhaft, hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Anzeigenauftrags.

Ausschlüsse von Minderungsansprüchen:

- a. Ein Anspruch auf Minderung besteht nicht, wenn der Kunde die verbindlichen technischen Vorgaben des Verlags nicht einhält, bei nicht rechtzeitigem Hinweis auf Fehler bei wiederholt erscheinenden Anzeigen oder bei fehlendem Farbproof bei digital übermittelten Druckvorlagen.

Haftungsausschlüsse:

- a. Schadenersatzansprüche wegen Nichtveröffentlichung oder nicht vertragsgerechter Veröffentlichung von Beilagen, Beiklebern, Beiheftern, Print-Promotion und Warenproben sind ausgeschlossen.
- b. Bei Ansprüchen nach dem Produkthaftungsgesetz oder bei Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit haftet der Verlag nach den gesetzlichen Vorschriften.

Verjährung von Ansprüchen:

- a. Alle gegen den Verlag gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verjähren in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf vorsätzlichem Verhalten beruhen.

Auflagenminderung:

- a. Bei einer Auflagenminderung besteht nach Maßgabe bestimmter Bedingungen ein Anspruch auf Preisminderung.
- b. Als Garantief Auflage gilt die in der Preisliste oder anderweitig ausdrücklich bezeichnete Garantief Auflage oder 90% der durchschnittlich verkauften Auflage des vorausgegangenen Kalenderjahres.

Betriebsstörungen und höhere Gewalt:

- a. Bei Betriebsstörungen oder höherer Gewalt hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn das Verlagsobjekt mit mindestens 80% der garantierten Auflage ausgeliefert wurde. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag entsprechend gekürzt.