

Mediaden

Nr. 37 gültig ab dem 01.01.2026

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.

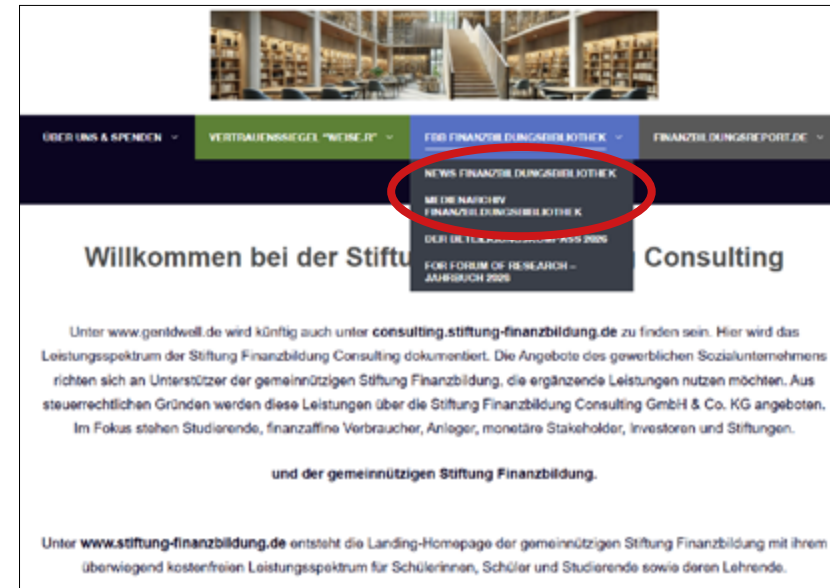
Finanzbildung bildet die Grundlage für sämtliche Bereiche unserer Gesellschaft, sei es für private Anleger, selbstständige Ärzte oder Künstler oder auch professionelle Sportler. Mit unserer Stiftung Finanzbildung möchten wir Impulse setzen, angefangen bereits in der Schulzeit, um das Bewusstsein für 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?

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.



Die mit der Werbung aktualisierte Onlineversion des FinanzbildungsReports bleibt langfristig in der Mediathek der Stiftung Finanzbildung unter consulting.stiftung-finanzbildung.de verfügbar, mindestens jedoch 1 Jahr.

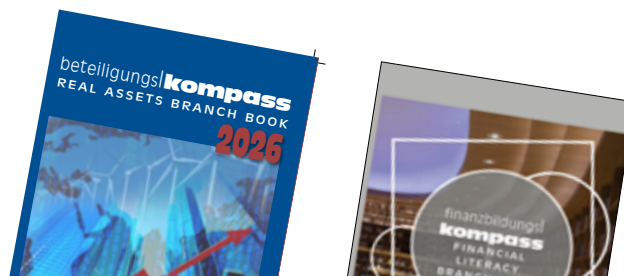


Magazin:	FinanzbildungsReport	Veranstaltungen
Monat:		
Januar		
Februar		
März		
April		
Mai		Hohensteiner Dialog ¹
Juni		
Juli	FBR	
August		
September		Hohensteiner Dialog ¹
Oktober		StiftungsNacht ²
November		
Dezember	FBR	

¹Austausch der Sachwert- und GeldwertWeisen (Location wird noch bekanntgegeben)

²Veranstaltungen: Deutsches FinanzbildungsForum und Deutscher BeteiligungsPreis in Landshut 29.10.2026

Schulaktion Kinovorführung (31.10.26)



Magazin:	BeteiligungsKompass	FinanzbildungsKompass
Monat:	Informationen zu Buchungspaketen der Jahrbücher erhalten Sie auf Anfrage	
April 2026	BeteiligungsKompass	
Mai 2026		
Juni 2026		
Juli 2026		
August 2026		
September 2026		
Oktober 2026		
November 2026		
Dezember 2026		
Januar 2027		
Februar 2027		
März 2027		FinanzbildungsKompass

Geplante Auflage

1.000 + Printexemplare – Nachdruck bei Bedarf möglich
gesicherte Online-Verbreitung 15.000 + LinkedIn-Follower (Edmund Pelikan) zzgl. ca. 100.000 über FinFluencer Netzwerk

Verkaufspreis

9.90 Euro pro Exemplar (Schutzgebühr inkl MWSt. zu 7%)

Als Gebinde für Bildungsträger – bei gemeinnützigen Träger kostenfrei
mit 25 Stück für 100 Euro inkl MWSt. (7%) oder
50 Stück für 200 Euro inkl MWSt. (7%)

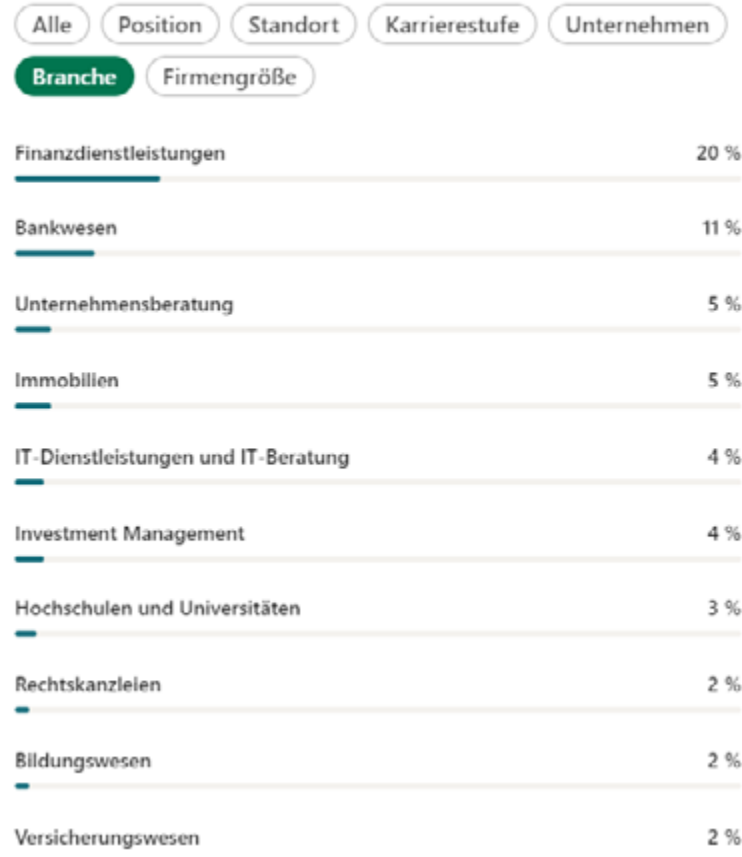
Anzeigenpreise gewerbliche Anzeigen (zzgl. 19 % MwSt.)

1/1 Seite	1.990 Euro
1/1 Seite (Rückseite)	2.490 Euro

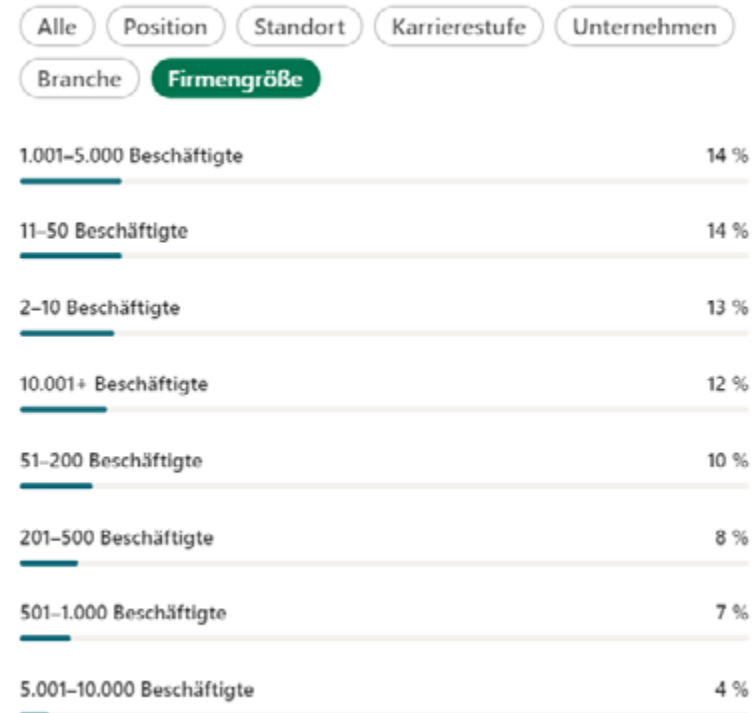
Zusätzlich wird eine Verbreitung auf Veranstaltungen wie die StiftungsNacht der Stiftung Finanzbildung Landshut (ca. 80 Besucher), der FinFluencer Award 2026 (ca. 80 Besucher) oder BÖB-Kongress (ca. 300 Besucher) sowie weiteren Veranstaltungen angestrebt.

Die mit der Werbung aktualisierte Onlineversion des FinanzbildungsReports bleibt langfristig in der Mediathek der Stiftung Finanzbildung unter consulting.stiftung-finanzbildung.de verfügbar, mindestens jedoch 1 Jahr. Zusätzlich wird eine Postkarte produziert, die mit einem QR Code auf das Medienarchiv der Stiftung Finanzbildung und den konkreten FinanzbildungsReport verweist.

Wichtige demografische Daten ⓘ



Wichtige demografische Daten ⓘ



Quelle: LinkedIn Post FinanzbildungsReport Ende Juli 2026 unter Edmund Pelikan

Verlag: Stiftung Finanzbildung Consulting GmbH & Co.KG
Benzstraße 13
84030 Landshut
Telefon: +49 871 20666955

E-Mail: sekretariat@gentdwell.de

Stiftungs-Homepage: www.stiftung-finanzbildung.de
Medien-Homepage: consulting.stiftung-finanzbildung.de

Aktuelle Daten und Services finden Sie unter: www.gentdwell.de

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

Zahlungsbedingungen: Zahlung innerhalb von 7 Tagen nach Rechnungsdatum rein netto.
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.

Sparkasse Landshut

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:

- Die rechtzeitige Lieferung und einwandfreie Beschaffenheit geeigneter Druckunterlagen oder anderer Werbemittel obliegt allein dem Auftraggeber.
- Bei Abweichungen der Druckunterlagen in Bezug auf Anschnitt und Satzspiegel von den gebuchten und bestätigten Formaten wird das angelieferte Format verwendet.
- 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 Verlags 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 Agenturenkunden 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.