

**ERSTE WAHL**  
**für Vermittler:innen**  
**proontra**

***MEDIADATEN***  
**2022**

publiziert vom  
Alsterspree Verlag  
Gültig ab 01.10.2021

# Profitieren Sie von unserer Markenwelt

Mit Alsterspree Ihre Zielgruppe erreichen!

**pro**ontra

Das unabhängige Fachmagazin procontra erreicht in Print und online den Großteil des deutschen Vermittlermarkts. Platzieren Sie Ihre Inhalte im redaktionellen Umfeld und profitieren Sie von unserer starken Marke.

 AD|VISORS

Mithilfe von Ad|Visors erreichen Sie Ihre Zielgruppe dort, wo sie sich täglich über die aktuellen Trends und die neuesten Nachrichten informiert: auf den angesagtesten Social Media Plattformen und den wichtigsten News-Portalen (Handelsblatt, Spiegel, Welt u. v. m.). Nutzen Sie diese moderne Ad-Technologie für eine punktgenaue Ansprache der Vermittler:innen.

 profino

profino ist Deutschlands größte Weiterbildungs- und Informationsplattform für die Finanzdienstleistungsbranche zur Gewinnung und Aktivierung von Vermittler:innen. Erreichen Sie Ihre Zielgruppe persönlich in Webinaren oder nutzen Sie unsere passgenauen Werbeformate.

 **DAS TAGESBRIEFING**  
FÜR DIE VERSICHERUNGSWIRTSCHAFT

Die morgendliche kuratierte Zusammenfassung der wichtigsten Branchennews gewinnt in Zeiten des Information Overloads immer mehr an Bedeutung. Profitieren Sie von Newsletter- und Contentformaten in unserem Presseclippingdienst „Das Tagesbriefing“.

# Inhaltsverzeichnis

procontra – das freie Finanzmagazin

## **PRINT** 5

Leserschaft	6
TAP-Vergleich	8
Standardformate	9
Sonderformate	11
Content-Formate	12
Themenhighlights	13
Terminplanung	14
Rabatte	15
Technische Angaben	16

## **ONLINE** 20

Reichweite	22
Klassiker	23
Standardformate	24
Neue Formate	25
Content-Formate	26
Mobile Banner	31
Social Media	32
Technische Angaben	33
AGB	34

**»procontra ist das Vermittler-Medium, welches Werbetreibenden die höchste Kontaktwahrscheinlichkeit verspricht.«**

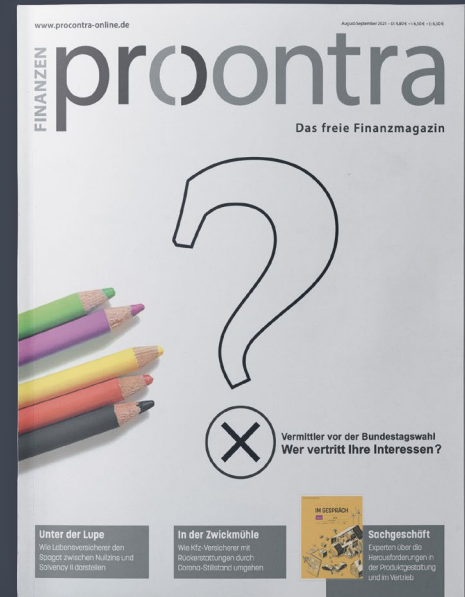
**Reiner Kiesel, Geschäftsführer  
der Marktforschung MRTK**



# Print

»Als »Maklers Liebling« sind wir stolz darauf, mit dem Top-1-Medium in Deutschland zusammenzuarbeiten.«

Eric Bussert, Vorstand Vertrieb und Marketing  
HanseMerkur Versicherungsgruppe



Quelle: proontra-Jubiläumsausgabe

# Leser- schaft

procontra bietet die **höchste Auflage** im gesamten Maklermarkt: **40.192 Exemplare** werden pro Ausgabe verbreitet.

1 Quelle: MRTK Mediaanalyse 2021

2 Quelle: ivw Quartal I-2021

3 procontra-Leserschaftsumfrage 2021

## 1. Wahl für Vermittler:innen



**1. Platz**  
Auflage<sup>2</sup>



**1. Platz**  
Reichweite<sup>1</sup>



**1. Platz**  
Kontaktwahrscheinlichkeit<sup>1</sup>



**148.000**  
Leser:innen pro Ausgabe<sup>3</sup>

## Leserdaten



**83%**  
Versicherungsvermittler  
(\$ 34d GewO)<sup>3</sup>



**55%**  
Immobilienmakler  
(\$ 34c GewO)<sup>3</sup>



**41%**  
Finanzanlagenvermittler  
(\$ 34f GewO)<sup>3</sup>



**29%**  
Immobilienkredit-  
vermittler (\$ 34i GewO)<sup>3</sup>



**79%**  
nutzen im Kunden-  
gespräch procontra-  
Sonderpublikationen<sup>3</sup>



**43 min**  
durchschnittliche  
Lesedauer<sup>3</sup>



**77%**  
lesen mind. die Hälfte  
der Print-Ausgabe<sup>3</sup>



**5**  
durchschnittliche  
Mitarbeiteranzahl<sup>3</sup>

# Leser- schaft

## Vermittelte Produkte



**99%**

Versicherungen<sup>1</sup>



**50%**

Investmentfonds<sup>1</sup>



**32%**

Immobilien<sup>1</sup>



**20%**

Sachwertanlagen (AIFs)<sup>1</sup>



**17%**

Gold<sup>1</sup>



**15 Mio. €**

vermitteltes Vermögen  
pro FDL im Bereich  
Investmentfonds<sup>1</sup>

## Vermittlung von Investmentfonds



**89%**

Aktienfonds<sup>1</sup>



**60%**

Multi-Asset-Fonds<sup>1</sup>



**36%**

Rentenfonds / High Yields /  
Unternehmensanleihen<sup>1</sup>



**29%**

Dachfonds<sup>1</sup>



**28%**

offene Immobilienfonds<sup>1</sup>



**47%**

ETFs<sup>1</sup>

<sup>1</sup> procontra-Leserschafts-  
umfrage 2020

# TAP- Vergleich

Der **Tausend-Auflagen-Preis (TAP)** ist eine Kennzahl aus der Mediaplanung. Sie gibt den Geldbetrag an, den eine **Anzeige** (meist Printwerbung) für 1.000 Exemplare eines Werbeträgers kostet. Dadurch werden zum Beispiel die Kosten für Anzeigen in Tageszeitungen mit **unterschiedlicher Auflagenstärke** vergleichbar.



**Druckauflage**

40.600 Exemplare

**Verbreitete Auflage**

40.192 Exemplare

**Verkaufte Auflage**

16.945 Exemplare

Quelle: Wettbewerbs-  
vergleich der Mediadaten

Medium	Preis 1/1- Anzeige 4C	Auflage	TAP
procontra	7.900 €	40.600	194,58 €
AssCompact	7.500 €	35.517	211,17 €
Pfefferminzia	5.790 €	25.000	231,60 €
Das Investment	8.940 €	35.000	255,43 €
Cash.	8.700 €	23.400	371,79 €
Versicherungs- Journal Extrablatt	6.530 €	14.500	450,34 €
Versicherungs- magazin	6.335 €	10.000	633,50 €



# Standard- formate

Anzeigenpreise



**1/1**

213 × 275 mm  
+5 mm  
Beschnittzugabe  
**7.900 €**



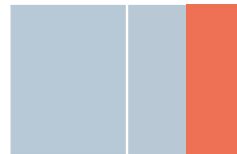
**2/1**

416 × 275 mm  
+5 mm  
Beschnittzugabe  
**14.900 €**



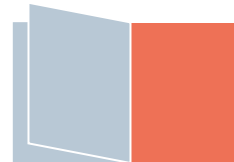
**1/2 quer**

213 × 138 mm  
+5 mm  
Beschnittzugabe  
**5.150 €**



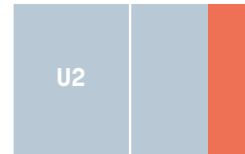
**1/2 hoch**

107 × 275 mm  
+5 mm  
Beschnittzugabe  
**5.150 €**



**U2/U4**

213 × 275 mm  
+5 mm  
Beschnittzugabe  
**9.900 €**



**Editorial (hoch)**

64 × 275 mm  
+5 mm  
Beschnittzugabe  
**4.300 €**

**i** Satzspiegelformate können Sie bei Ihrem Kundenberater oder Ihrer Kundenberaterin anfragen.

# Standard- formate

Anzeigenpreise



## Hybride Anzeigen

Die proontra wird nicht nur als Printmagazin an 40.600 Maklerunternehmen versendet, sondern auch als digitales Magazin publiziert. So erreicht Ihre Werbebotschaft zusätzlich 20.400 Newsletterempfänger sowie 20.000 maklerrelevante Facebook-Kontakte.

Ihre gebuchte Print-Anzeige wird dabei standardmäßig auf Ihren profino-Messestand verlinkt. Alternativ können Sie das Linkziel auch selbst bestimmen.

**900 €**

**im Aktionsjahr  
2022 inklusive!**

# Sonder- formate

Anzeigenpreise

**i** Sonderformate müssen verarbeitungsfertig vom Auftraggeber angeliefert werden. Übernahme der Produktion auf Anfrage. Sonderformate sind nicht AE-abzugsfähig.

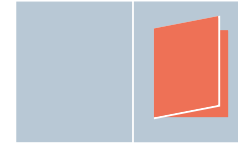
! nur 1 Belegung / Ausgabe



## Oversize-Beileger

210×290 mm

**200 € pro 1.000 Exemplare**



## Beilage

min. 148×105 mm

max. 203×265 mm

**170 € per 1.000 Ex. bis 25 g.**

0,65 € pro Gramm Mehrgewicht  
per Tausend



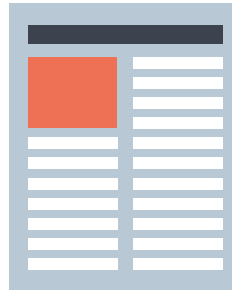
## Gatefold

Formate auf Anfrage

**19.800 €**

# Content- Formate

## Preise



### Advertorial

Mit einem Print-Advertorial können Werbetreibende ihre Botschaften umfangreich im redaktionellen Rahmen der procontra platzieren. Dabei kann die Markenstärke der procontra optimal genutzt werden.

1/1 Seite

**7.900 €**

zzgl. 900 € Gestaltung

2/1 Seite

**14.900 €**

zzgl. 1.350 € Gestaltung



### procontra informiert

Das procontra-informiert-Booklet liefert mit redaktionellen Inhalten auf kleinem Raum größte Vertriebsunterstützung. Auf das Cover aufgespendet garantiert *procontra informiert* einem exklusiven Werbepartner und seinen Inhalten höchste Aufmerksamkeit beim Leser.

#### Das Leistungspaket umfasst:

prominent auf das Cover der procontra aufgespendet, Erstellung, Druck und Versand an den Gesamtverteiler, Umfang 16 + 4 Seiten

**29.900 €**

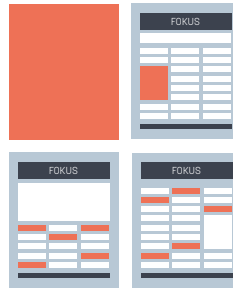
[Beispiel ansehen](#)

<sup>1</sup> Sofern profino-Messestand vorhanden

# Content- Formate

## Preise

! max. 3 Belegungen/Ausgabe



### procontra FOKUS

*procontra FOKUS* erscheint zum gewünschten Thema als redaktionelle Anzeigensonderveröffentlichung innerhalb einer procontra-Ausgabe.

### Das Leistungspaket umfasst

1/1 Editorial, 2/1 Interview und 1/1 Anzeige, auf Wunsch 1.000 Exemplare als Sonderdruck, zusätzliche Auslieferung als PDF, crossmediale Verlängerung auf procontra-online.de, im Newsletter, auf Facebook sowie auf profino-online.de<sup>1</sup>

**10.900 €**

[Beispiel ansehen](#)

<sup>1</sup> Sofern profino-Messestand vorhanden

# Content- Formate



[Beispiel ansehen](#)

## procontra IM GESPRÄCH

Das Format fußt auf einem Roundtable mit Medienpartnern zu einem bestimmten Thema (bspw. bAV). Die redaktionelle Anzeigensonderveröffentlichung wird als Beilage der procontra-Ausgabe beigelegt.

### Das Leistungspaket umfasst:

Teilnahme am Roundtable, Veröffentlichung als Printbeilage und optional als Videoformat, crossmediale Verlängerung via Newsletter und Social Media. PDF zur freien Verwendung. Auf Wunsch bis zu 1.000 Freixemplare.

**10.900,00 €**

### Print-Paket

Platzieren einer 1/1-Anzeige im Sonderheft

**2.750 €**

### Online-Paket

Platzieren eines Online-Advertorials im Themenumfeld des *Im Gesprächs* inkl. Newsletterbewerbung

**1.750 €**

## procontra informiert

Im Jahr 2022 werden folgende Themen im »Im Gespräch« behandelt. Sichern Sie Ihre Teilnahme noch heute unter [imgespraech@alsterspree.de](mailto:imgespraech@alsterspree.de).

Ausgabe	Erste Beilage	Zweite Beilage
01/2022	Digitales Maklerbüro	-
02/2022	Biometrie	PKV
03/2022	Altersvorsorge	Gewerbe
04/2022	Sach	-
05/2022	bAV	LV-Check
Spezial	Nachhaltigkeit/ESG	Maklers Lieblinge
06/2022	Pflege	-

# Themen

Themenvorschläge und  
redaktionelle Anfragen an  
[redaktion@alsterspree-verlag.de](mailto:redaktion@alsterspree-verlag.de)

## Themenhighlights der procontra-Redaktion

**E-Mobilität**

**Cyberschutz**

**Kryptowährungen**

**Gesundheitsvorsorge**

**Baufinanzierung**

**Fonds des Jahres**

**Zukunft der Lebensversicherer**

**Zielgruppenkonzepte**

**Maklers Lieblinge**

**Strategien zur Altersvorsorge**

**Betriebliche Vorsorge**

**Digitale Beratung**

**Plattform-Ökonomien**

**Einkommens- und Arbeitskraftabsicherung**

**Recht & Haftung**

# Terminplanung

procontra erscheint sieben Mal jährlich

procontra	Erstverkaufstag	Anzeigeschluss	Druckunterlagentermin	Liefertermin <sup>1</sup> Beilagen / Beihefter
01/22	18.02.2022	02.02.2022	04.02.2022	09.02.2022
02/22	15.04.2022	30.03.2022	01.04.2022	06.04.2022
03/22	03.06.2022	18.05.2022	20.05.2022	25.05.2022
04/22	12.08.2022	27.07.2022	29.07.2022	03.08.2022
05/22	07.10.2022	21.09.2022	23.09.2022	28.09.2022
Spezial	04.11.2022	19.10.2022	21.10.2022	26.10.2022
06/22	02.12.2022	16.11.2022	18.11.2022	23.11.2022
01/23	17.02.2023	01.02.2023	03.02.2023	08.02.2023

<sup>1</sup>Die nicht termingerechte Lieferung der Druckunterlagen kann Auswirkungen auf Platzierung und Druckqualität verursachen, die nicht zu Reklamationen berechnen.



# Rabatte

Print

## ***Malstaffel***

Anzahl	Rabatt
2x	2 %
3x	3 %
4x	5 %
5x	7 %
6x	10 %
7x	12,5 %

## ***Mengenstaffel***

Anzahl	Rabatt
2 Seiten	3 %
3 Seiten	5 %
4 Seiten	7 %
5 Seiten	10 %
6 Seiten	15 %
7 Seiten	17,5 %

# Technische Angaben

## Print

### Copypreis

4,80 €

20,00 € im Jahresabonnement

**Druckauflage** 40.600 Exemplare  
(IVW 2/2020)

**Verbreitete Auflage** 40.192  
(IVW 2/2020)

**Erscheinungsweise** 7 x jährlich

### Zahlungsbedingungen

Zahlung innerhalb von 14 Tagen nach Rechnungsdatum. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen in Höhe banküblicher Zinsen für Dispositionskredite berechnet.

### Copypreis

Auf die Nettopreise wird die gesetzliche Umsatz-(Mehrwert-)Steuer aufgeschlagen, die zu den gleichen Terminen fällig wird.

### Geschäftsbedingungen

Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen für Anzeigen

und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften.

### Formate

Heftformat: 213 mm breit, 275 mm hoch

Satzspiegel: 187 mm breit, 228 mm hoch. Beschnitt an allen vier Seiten. Alle anschnittgefährdeten Text- oder Bildelemente mindestens 5 mm vom Beschnitt entfernt platzieren.

### Druckverfahren für Proofs

Rollenoffset (ISO 12647-2)

### Verarbeitung/Bunddurchlauf

Hot Melt, gelumbeckt. Für über den Bund laufende Bildmotive bitte je Seite 5 mm Bundzugabe berücksichtigen. Die über den Bund laufenden Texte, neben den bestehenden Wort- bzw. Buchstabenabständen, zusätzlich je Seite 5 mm aus dem Bund ziehen.

# Technische Angaben

## Print

### Druckunterlagen

Digitale Daten für Offsetdruck ISO 12647-2, Offsetdruck Papierklasse 2, jeweils mit einem Digitalproof 1:1 von den gelieferten Daten auf Basis des ICC-Profiles „ISOcoated“ mit dem Ugra/Fogra-Medienkeil CMYK (ab Version 1.2). Druckfarben Euroskala CMYK

### Datenformat

Digitale Druckvorlagen Offsetdruck (ISO 12647-2), Papierklasse 1, PDF 1.3 (PDF/X3 empfohlen) im CMYK-Modus, unsepariert, Referenz: Adobe Distiller – alle Schriften integriert, Bildbestandteil 120 L/cm. Die Qualität bei JPEG-komprimierten Bildern wird durch den Anlieferer bestimmt. Eingebettete ICC-Profile werden nicht ausgewertet.

Hinweis: Geringe Farb- und Tonabweichungen sind durch das

Druckverfahren bedingt. Reklamationen aufgrund nicht korrekter Druckunterlagen können vom Verlag nicht anerkannt werden. Ein Proofversand findet nicht statt. Eine durch eventuelle Veränderungen oder Ergänzungen aktualisierte verbindliche Fassung dieser Angaben finden Sie unter [www.procontra-online.de](http://www.procontra-online.de)

### Lieferung

Ausschließlich digitale Druckdaten an: [werbemittel@alsterspree.de](mailto:werbemittel@alsterspree.de)

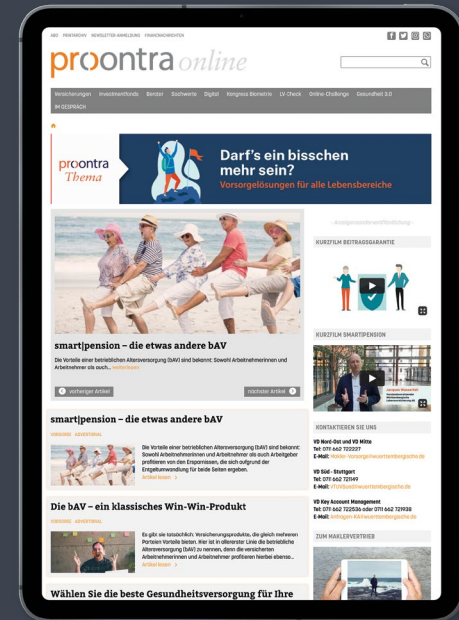
### Lieferanschrift für Proofs

Alsterspree Verlag GmbH  
z. H. Marcel Berno  
Kurfürstendamm 173/174  
10707 Berlin

# Online

**»Wer den Überblick behalten will, ist auf starke Partner angewiesen. Freie Vermittler und Makler können sich seit Jahren auf procontra und die LV 1871 verlassen: procontra bietet umfassende Informationen und Berichte von hoher Qualität.«**

**Hermann Schrögenauer, Vertriebsvorstand LV 1871**



Quelle: procontra-Jubiläumsausgabe

---

**procontra-online**  
**DOMINIERT**  
**MEDIA-ANALYSEN.**

---



# Reichweite

procontra-online  
baut ihre Reichweite  
kontinuierlich aus.  
Der Branchendienst ist  
das Nummer-1-Medium  
für Vermittler.



**495.000**

Page Impressions/Monat



**184.000**

Visits/Monat



**130.600**

Nutzer:innen/Monat



**18.000**

Newsletter-Abonent:innen  
(10|2021)



**17.280**

Facebook-Abonent:innen  
(10|2020)



**3.200**

Twitter-Follower:innen  
(10|2020)



**693**

Instagram-Abonent:innen  
(10|2020)

\* Zahlen: Google Analytics 09/2021

# Klassiker

Preise  
procontra-online.de  
Desktop



**Billboard**  
970 × 250 px  
**TKP 90,00 €**



**Medium Rectangle**  
300 × 250 px  
**TKP 70,00 €**

# Standard- formate

Preise  
procontra-online.de  
Desktop



## 1 + 2 Wallpaper

970 × 90 px + 160 × 600 px

**TKP 80,00 €**

## 2 Wide Skyscraper

160 × 600 px

**TKP 60,00 €**

## 1 Super Leaderboard

970 × 90 px

**TKP 65,00 €**

## 3 Content Leaderboard

610 × 90 px

**TKP 50,00 €**



# Sonder- Formate

Preise  
procontra-online.de  
Desktop



! nur 1 Werbepartner/Woche

**4 Pop-up**  
TKP 130,00 €

# Newsletter procontra- online

Preise  
Desktop + Mobile

**i** Weitere Informationen erhalten Sie bei Ihrer Kundenberaterin oder Ihrem Kundenberater.



**!** max. 2 Ausspielungen/Woche

## 1 Bild-Werbung

600 x 150 px

**1.050 € (pro Schaltung)**

## 2 Bild-Text-Anzeige

Bild (600x600 Pixel), Text (Dachzeile max. 60 Zeichen, Hauptzeile max. 40 Zeichen, Fließtext max. 250 Zeichen)

**850 € (pro Schaltung)**

opt. zzgl. 250,00 € Content-Erstellung,  
opt. 100,00 € Platzierungszuschlag an  
Werbebos. 1

## 3 E-Mail-Content-Leaderboard

600 x 150 px

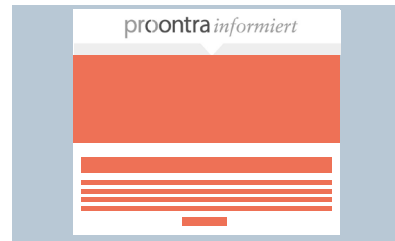
**650 € (pro Schaltung)**

opt. 100,00 € Platzierungszuschlag  
an Werbebos. 1

# Content- Formate

Preise  
Desktop+Mobile

**i** Weitere Informationen erhalten Sie bei Ihrer Kundenberaterin oder Ihrem Kundenberater.



**!** max. 3 Schaltungen /Woche

## Standalone-Mailing

Der Versand im redaktionellen Gewand von *proontra informiert* bietet Werbetreibenden die Möglichkeit, die proontra-Leser:innen mit ihren Botschaften zu erreichen.

Das Standalone-Mailing erreicht 11.500 Abonnent:innen.

**2.750 € (pro Schaltung)**

Optional: Content-Erstellung 750 €

[Beispiel ansehen](#)



## proontra-Zielgruppen-Mailing

Erreichen Sie mit proontra exakt Ihre Zielgruppe. Finden Sie Ihr passendes Segment der Vermittlerschaft und spielen Sie Ihre Werbebotschaft direkt an dieses aus. Je nach Zielgruppe erreicht das Mailing zwischen 3.000 und 10.000 Abonnent:innen.

**2.500 € (pro Schaltung)**

Optional: Content-Erstellung 750 €

# Content- Formate

Preise  
Desktop+Mobile

**i** Weitere Informationen erhalten Sie bei Ihrer Kundenberaterin oder Ihrem Kundenberater.

## Advertorial



Einmaliger Versand via Newsletter, am Tag zuvor zeitlich unbegrenzte Veröffentlichung auf [www.pro-contra-online.de](http://www.pro-contra-online.de). Das Advertorial rutscht im News-Feed sukzessive nach unten.

**1.950 € (pro Schaltung)**

Optional Zubuchung für erneute Platzierung auf oberster Position: 250 €

# Content- Formate

Preise  
procontra-online.de  
Desktop

**i** Wir platzieren Ihren Content, Dokumente, Angebotsrechner, Erklärfilme und Angebote exklusiv im passenden Themenumfeld.



## procontra-Themenseite

**Ihr Wunschthema im redaktionellen Umfeld – einen Monat lang!**

### Inhalt des Pakets

Dauer: zeitlich unbegrenzt, davon 1 Monat in einer intensiven omnikanalen Bewerbung.

- inkl. Werbedruck zur Themenseite (Display, Newsletter, Social)
- redaktioneller Content zur Aufmerksamkeitssteigerung
- Advertorials des Anbieters zu den Produkten
- SEO, optional Retargeting der Besucher:innen im Alsterspree-Werbenetzwerk

**19.900 €**

[Beispiel 1 ansehen](#)

[Beispiel 2 ansehen](#)

# Content- Formate

Preise  
procontra-online.de  
Desktop



## procontra-Themenschwerpunkt

**Ihr wichtigstes Thema über mehrere Monate mit minimalem Aufwand!**

### Inhalt des Pakets

- Frei wählbare Dauer, auffindbar über eigenen Unterpunkt innerhalb der Navigationsleiste
- inkl. Werbedruck zum Themenschwerpunkt (Display, Newsletter, Social)
- redaktioneller Content zur Aufmerksamkeitssteigerung
- Advertorials des Anbieters zu den Produkten
- SEO, optional Retargeting der Besucher:innen im Alsterspree-Werbenetzwerk

**Setup 4.900 € + 5.000 € p. M.**

[Beispiel ansehen](#)

**i** Wir platzieren Ihren Content, Dokumente, Angebotsrechner, Erklärfilme und Angebote exklusiv im passenden Themenumfeld.

# Mobile Banner

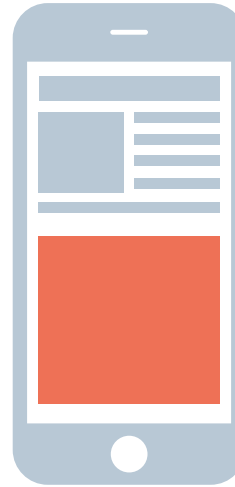
Preise  
Mobile



## Mobile Premium

300x250 px

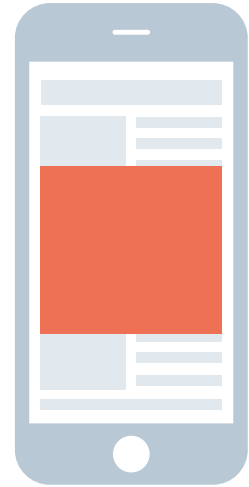
**TKP 90 €**



## Mobile

300x250 px

**TKP 65 €**



## Mobile Interstitial

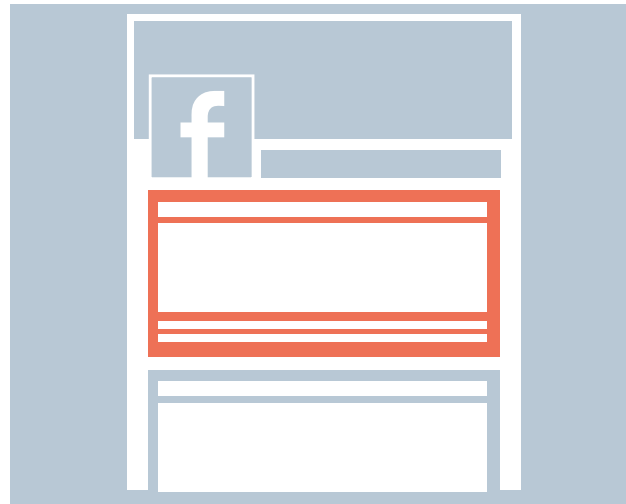
300x250 px

**TKP 110 €**

**i** Weitere Informationen erhalten Sie bei Ihrer Mediaberaterin oder Ihrem Mediaberater.

# Social Media

Preise



## Facebook Ad

Werblicher Beitrag im Facebook-Newsfeed an die Facebook-Abonent:innen der procontra sowie weitere Nutzer:innen dieser Zielgruppe im streuverlustarmen B2B-Umfeld

**TKP 65 €**

**i** Weitere Informationen erhalten Sie bei Ihrer Kundenberaterin oder Ihrem Kundenberater.



# Technische Angaben

Online

## Animierte Werbemittel (HTML5)

Bitte beachten Sie, dass wir nur HTML5-Banner einbauen. Flashbanner werden nicht mehr angenommen.

Dateigröße: max. 150 KB

Dateityp: .zip

In der ZIP-Datei müssen die HTML-Dateien für die Anzeige sowie ggf. Dateien mit den folgenden Dateitypen enthalten sein:

.css, .js, .html, .gif, .png, .jpg, .jpeg, .svg

Wir akzeptieren ausschließlich ZIP-Ordner, die in Adobe Animate, Tumult Hype oder Google Web Designer erstellt wurden und nicht mehr als 40 Dateien enthalten. Verweise auf Code und Assets müssen relative Pfade zu den Ressourcen innerhalb der ZIP-Datei sein. Externe Verweise sind nur für bestimmte Google-Elemente zulässig. Für

Nicht-ASCII-Zeichen muss UTF-8 verwendet werden.

## GIF-Dateien:

Dateigröße: max. 150 KB

Dateityp: .gif

## Animationen:

Die Dauer der Animation beträgt max. 30 Sekunden, d. h., die Animation stoppt spätestens dann.

Frame-Rate < 5 fps

## Statische Werbemittel:

Dateigröße: max. 150 KB

Dateitypen: .jpg, .jpeg oder .png

## Anlieferung Werbemittel:

werbemittel@alsterspree.de

## Anlieferung Werbebanner:

48 Stunden werktags vor Schaltung

## Anlieferung Content-Formate:

1 Woche vor Schaltung

## Allgemeine Geschäftsbedingungen der Alsterspree Verlag GmbH für Anzeigen und Beilagen in Zeitungen und Zeitschriften, Preisliste Nr. 06 vom 1. Januar 2018

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungstreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.
2. Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit dem Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.
3. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.
4. Wird ein Auftrag aus Umständen, die der Verlag nicht zu vertreten hat, nicht erfüllt, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.
5. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Textmillimeter dem Preis entsprechend in Anzeigenmillimeter umgerechnet.
6. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass der Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss informiert werden kann, falls der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist.
7. Textteilanzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
8. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abdrucke im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn ihr Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder eine Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder bei Vertretern auf-

gegeben werden. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag auf Kosten des Auftraggebers mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und dessen Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser/bei der Leserin den Eindruck eines Bestandteiles der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen beinhalten, werden aus diesen Gründen nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

9. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckerunterlagen oder der Beilage ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckerunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckerunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Druckdaten für Anzeigen, Beilagen und Beikleber müssen per E-Mail oder CD übermittelt werden und mit farbverbindlichen Proofs erfolgen. Für Druckdaten, die dem Verlag oder Proof zugehen, gilt ein eingeschränktes Reklamationsrecht. Liegen dem Auftragnehmer die Druckerunterlagen bis zum Druckerunterlagenschluss nicht oder nicht vollständig vor, so wird bei einem Abschluss das vorgeschaltete Motiv wiederholt. Bei einer Einzelanzeigenschaltung wird der gesamte Anzeigenpreis 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 vollständige oder nicht rechtzeitige Anlieferung von Druckerunterlagen Aufwendungen oder ein Schaden, so hat der Auftraggeber Ersatz zu leisten.
10. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen; Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt

unberührt. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts beschränkt. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

11. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.
12. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
13. Falls der Auftraggeber keine Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, zum Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.
14. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und vom Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
15. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
16. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckstücke, Druckunterlagen und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
17. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet

- werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder – wenn eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittlich verkaufte Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigender Mangel, wenn sie bei einer Auflage bis zu 500.000 Exemplaren 10 v. H., bei einer Auflage über 500.000 Exemplare 5 v. H. beträgt. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag hätte zurücktreten können.
18. Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Expresssendungen auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die innerhalb dieser Frist nicht abgeholt worden sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Dem Verlag kann einzelvertraglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anstelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN A4 (Gewicht 1.000 g) überschreiten, sowie Waren-, Bücher- und Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann dennoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.
  19. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages. Eine Aufbewahrung elektronisch übermittelter Anzeigen ist nicht möglich.
  20. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichem Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand Berlin. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nichtkaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthaltsort des Auftraggebers, auch bei Nichtkaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthaltsort aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand Berlin vereinbart.

## Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages

### Präambel

Mit Erteilung eines Anzeigenauftrages erkennt der Auftraggeber die Geschäftsbedingungen und die Preisliste des Verlages an. Die oben aufgeführten Allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten nur insoweit, als sie den folgenden zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages nicht entgegenstehen.

### Platzierung der Anzeigen

- a) Platzierungsvorschriften sind nur gültig, wenn sie vom Verlag schriftlich bestätigt worden sind.
- b) Der Anzeigenteil dieser Zeitschrift wird nach typografischen Gesichtspunkten gesetzt und umbrochen. Daraus ergeben sich für die Gestaltung bestimmter rubrizierter Anzeigen gewisse Regeln, deren Berücksichtigung der Verlag sich vorbehält.

### Technische Zusatzkosten

Bei aufwendigen typografischen Arbeiten und bei über den üblichen Rahmen hinausgehenden Anfertigungen von Zeichnungen, Filmen und anderen Druckunterlagen behält sich der Verlag vor, diese Arbeiten gesondert in Rechnung zu stellen.

### Advertorials

Advertorials sind fremdproduzierte Teile, die sich in Form und Aufmachung deutlich von den redaktionellen Teilen der Zeitschrift unterscheiden, sowohl Text als auch Werbung Dritter enthalten und durch ein eigenes Impressum gekennzeichnet sind. Der Verlag behält sich die Veröffentlichung nach Vorlage eines verbindlichen Musters sowie das Recht, bei besonderen Publikationen Sonderpreise festzusetzen, vor.

### Chiffreanzeigen

Bei Chiffreanzeigen werden Wertbriefe und Einschreiben nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet.

### Beilagen

Der Verlag leistet keine Gewähr für Beilagen in bestimmten Gebieten und bei Verlust einzelner Beilagen auf dem Vertriebsweg. Platzwünsche, z. B. Beilagen in bestimmten Zeitungsprodukten, können nicht berücksichtigt werden. Im redaktionellen Teil kann ein Beilagenhinweis veröffentlicht werden, dessen Text über die Nennung des Firmennamens hinaus keine Werbung enthalten darf. Beilagen dürfen nur einem Auftraggeber dienen. Die Verbreitung von Warenproben, auch im Zusammenhang mit Beilagen, ist nicht möglich. Die Mittlervergütung für Werbeagenturen beträgt für Beilagenaufträge 15 %. Die Einbeziehung von Beilagenaufträgen in Anzeigenabschlüsse ist nicht möglich.

### Abbestellungen/Verschiebung

- a) Abbestellungen ganztägiger Anzeigen, seitenteiliger Anzeigen, Sonderformate und Content-Formate können nur bis 28 Tage vor dem vereinbarten Erscheinungstermin berücksichtigt werden.
- b) Abbestellungen müssen schriftlich erfolgen. Bei Abbestellung kann der Verlag die entstandenen Satzkosten berechnen, in jedem Fall werden 70 % des Nettopreises in Rechnung gestellt.

- c) Verschiebungen ganzseitiger Anzeigen, seiteintelliger Anzeigen, Sonderformate und Content-Formate können nur bis 21 Tage vor dem vereinbarten Erscheinungstermin berücksichtigt werden.
- d) Verschiebungen müssen schriftlich erfolgen. Bei Verschiebung kann der Verlag die entstandenen Satzkosten berechnen, in jedem Fall werden 30 % des Nettopreises in Rechnung gestellt.

#### Verbindlichkeit der Preisliste

- a) Die Werbungsmittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren an die Werbungstreibenden gerichteten Angeboten, Verträgen und Rechnungen an die Preisliste des Verlages zu halten.
- b) Bei Änderung der Anzeigenpreise treten die neuen Bedingungen auch bei laufenden Verträgen sofort in Kraft, wenn nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen wurde.

#### Nachlass/Rabatt

- a) Nachlasspflichtige Aufträge können nur zugunsten ein und derselben natürlichen oder juristischen Person abgeschlossen werden. Gesellschaften, mit denen der Auftraggeber einen Organvertrag abgeschlossen hat, können in nachlasspflichtige Aufträge einbezogen werden. Dies gilt nicht für den Zusammenschluss verschiedener selbstständiger hoheitlicher Organisationen oder für Zusammenschlüsse, an denen Körperschaften des öffentlichen Rechts beteiligt sind.
- b) Der Anspruch auf rückwirkenden Nachlass erlischt, wenn er nicht innerhalb eines Monats nach Ablauf der Jahresfrist geltend gemacht wird.
- c) Die zahlen- und mengenmäßige Einbeziehung von Anzeigen in einen Abschluss, für die der Tarif einen Nachlass nicht vorsieht, ist nicht möglich. Es ist auch nicht zulässig, für Anzeigen zum ermäßigten Grundpreis, für die der Tarif einen Nachlass nicht vorsieht, einen nachlasspflichtigen Abschluss zum vollen Grundpreis zu tätigen oder solche Anzeigen in einen laufenden nachlasspflichtigen Abschluss zum vollen Grundpreis einzubeziehen.
- d) Ein Kollegenrabatt in Höhe von 10 % wird nur bei direkt erteilten Gelegenheitsanzeigen/-aufträgen gewährt.
- e) Eine Mediavergütung für Sonderhefte (*procontra Im Gespräch, procontra FOKUS, procontra informiert*) kann nicht gewährt werden.

#### Inkassoberechtigung

Inkassoberechtigung haben nur mit Ausweis versehene Vertreter.

#### Höhere Gewalt

Im Falle höherer Gewalt erlischt jede Verpflichtung zur Erfüllung von Aufträgen und zur Leistung von Schadensersatz.

#### Nutzung von Erzeugnissen zu eigenen Werbezwecken

Sofern die Alsterspree Verlag GmbH Werbemittel für einen Kunden erstellt, so ist ihr die Nutzung dieser Erzeugnisse zu eigenen

Werbzwecken gestattet. Dies beinhaltet die Nutzung auf ihren Internetauftritten sowie die Nutzung als Referenz gegenüber anderen Kunden. Die Nutzung ist hierbei strikt auf die Darstellung der eigenen Arbeit beschränkt.

#### Verantwortlichkeit des Auftraggebers

- a) Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen. Dem Auftraggeber obliegt es, den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen, die diesen aus der Ausführung des Auftrages, auch wenn er nicht rechtzeitig sistiert wurde, gegen den Verlag erwachsen. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Erscheinen nicht rechtzeitig sistierte Anzeigen, so stehen auch dem Auftraggeber daraus keine Ansprüche gegen den Verlag zu.
- b) Zur Vermeidung von Verwechslungen mit privaten Anzeigen müssen gewerbliche Anzeigen als solche klar erkennbar sein, z.B. durch die Kennzeichnung „Immobilien“ für Immobilienfirmen oder mit „Kfz-Firma“ bzw. „Firma“ für sonstige gewerbliche Anbieter. Der Gebrauch von Kennzeichnungen geschieht auf Risiko des Auftraggebers. Ihm obliegt es, den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen, die diesen bei unzureichender Kennzeichnung gegen den Verlag erwachsen.
- c) Der Auftraggeber hält den Verlag von allen Ansprüchen aus Verstößen der Anzeigen gegen gesetzliche Vorschriften, insbesondere das Wettbewerbs- und das Urheberrecht, frei.
- d) Mit dem Erteilen des Anzeigenauftrags verpflichtet sich der Inserent, die Kosten der Veröffentlichung einer Gegendarstellung zu tragen, und zwar nach Maßgabe des jeweils gültigen Anzeigentarifs.

#### Haftungsausschluss des Verlages

- a) Für Fehler jeder Art aus telefonischen Übermittlungen wird nicht gehaftet.
- b) Für die Aufnahme von Anzeigen und Fremdbeilagen in bestimmte Ausgaben und auf bestimmte Plätze übernimmt der Verlag keine Gewähr.
- c) Geringe Abweichungen im Farbton berechtigen nicht zu Ersatzansprüchen oder Preisnachlässen.

#### Datenschutz

Gem. § 33 BDSG weisen wir darauf hin, dass im Rahmen der Geschäftsbeziehungen die erforderlichen Kunden- und Lieferdaten mithilfe der elektronischen Datenverarbeitung gespeichert werden.

Stand: 30.07.2019

***Herausgeber + Geschäftsführer***

**Philipp B. Siebert**

+49 (0)30 232 56 27 00

p.siebert@alsterspree.de

***Leiter Vermarktung und Vertrieb***

**Dennis Grönger**

+49 (0)40 607 71 29 23

d.groenger@alsterspree.de

***Objektleitung procontra***

**Nadin Prüwer**

+49 (0)40 607 71 29 24

n.pruewer@alsterspree.de

***Senior Key Account Manager***

**Lisa Krüger**

+49 (0)40 607 71 29 29

l.krueger@alsterspree.de