



Gültig ab 1. Januar 2026



Mediadaten

Print 2026



Inhaltsverzeichnis

| | | | | | |
|-----------|------------------|-----------|---------------------------|-----------|-------------------|
| 03 | Das Profil | 14 | Pfefferminzia plus | i | Zurück zum Inhalt |
| 06 | Zielgruppe | 16 | Pfefferminzia Special | 25 | Beschnitt |
| 07 | Unsere Leser | 17 | eMagazin „Das Fokusthema“ | 26 | Sonderwerbemittel |
| 09 | Anzeigen-Formate | 19 | Themenplan | 30 | Rabatte |
| 10 | Anzeigenpreise | 22 | Terminübersicht | 31 | Verlagsangaben |
| 13 | Homestory | 24 | Technische Angaben | 32 | Ansprechpartner |
| | | | | 33 | AGB |

Pfefferminzia – Das Print-Magazin zum Online-Erfolg

Pfefferminzia ist das vertriebsorientierte Magazin rund um Versicherungsthemen zur Online-Plattform pfefferminzia.de und den gleichnamigen Online-Newslettern.

Mit seinen monothematischen Sonderthemen **Pfefferminzia plus** wirft die Redaktion Schlaglichter auf einzelne Märkte und spezielle Produktbereiche.



Ein spannendes redaktionelles Konzept, starke Bildsprache, tolle Grafiken und ein modernes Layout: Von Altersvorsorge bis Sach- und Gewerbeversicherungen. Pfefferminzia deckt alle relevanten Themenkreise der Versicherungsbranche ab und bringt als zentrale Plattform Versicherungsthemen und Makler zusammen.

Das Magazin erscheint sechsmal im Jahr mit einer Auflage von 22.600 Exemplaren (ca. 21.500 Druck-Magazine und 1.100 Online-Magazine).



Ausgezeichnete Qualität

Mit dem Magazin von Pfefferminzia erreichen Sie die unabhängigen Vertriebsprofis der Versicherungsbranche. Die erfahrene Redaktion, die Neutralität des Verlags sowie dessen wirtschaftliche Unabhängigkeit gewährleisten ein hohes journalistisches Niveau und positionieren damit Pfefferminzia als Qualitätstitel.



Pfefferminzia hat es von Anfang an verstanden, die Makler durch einen einzigartigen Themenmix für das Magazin zu gewinnen. Egal, welche Schwerpunkte ein **Vermittler** in seinem Geschäft verfolgt, **findet** er hier in jeder Ausgabe **spannende Themen und Impulse** für seinen Erfolg. Die originellen Infografiken von Pfefferminzia, die in die Beiträge integriert werden, finden dabei nicht selten den Weg in die Kundenberatung. In der umfangreichsten Studie der Branche, der **Vermittler Media Analyse 2025/26** von disphere interactive GmbH, München, wurden die Daten von 33 Printtiteln zusammengetragen und ausgewertet. Neben dem **Rangplatz 2 bei der Reichweite** kam Pfefferminzia bei **Aktualität und Qualität ebenfalls jeweils auf Platz 2** (Ergebnisse für Fachverlage – Erscheinung unter 12 p.a.). Bei der **Themenvielfalt und beim Layout** gab es dann von den Maklern die **Bestbewertung** (jeweils **Platz 1** für Fachverlage – Erscheinung unter 12 p.a.).

Empfehlung

Kombinieren Sie Ihre Print-Kampagne einfach crossmedial mit unserem täglich erscheinenden **Newsletter**, mit **Displaywerbung** auf unserer Plattform **Pfefferminzia.de** und mit **Social Media-Werbung** über unseren Facebook-Kanal. Profitieren Sie dabei von den Synergien. In der **Vermittler Media Analyse 2025/26** von disphere interactive GmbH, München, wurden die Daten von 26 Newslettern und 33 Plattformen zusammengetragen und ausgewertet. Die Studie weist **Pfefferminzia.de (1. Platz Reichweite Online)** bei den Vermittlern und Maklern) und auch den täglich erscheinenden **Newsletter (1. Platz Reichweite Newsletter)** bei den Vermittlern und Maklern) jeweils auf Rangplatz 1 aus. Auch bei der Bewertung der **Qualität und Aktualität** belegten hier unsere beiden Onlinemedien jeweils den ersten Platz.

Alle Siegel für Printmedien

Leseverhalten Makler der Fachverlage unter 12 x p.a.



Leseverhalten Makler der Fachverlage allgemein



Für wen ist Pfefferminzia?



| |
|---------------------------------------------------------------|
| Versicherungs- makler |
| Versicherungs- berater |
| Versicherungs- vertreter |
| Finanzanlagen- vermittler |
| Vertriebs- mitarbeiter in Versicherungs- unternehmen |
| Honorar- Finanzanlagen- berater |
| Maklerpools |
| Immobilien- makler |
| Versicherungs- und Makler- verbände |



Wer liest den Pfefferminzia? →

83,2% Versicherungsmakler, -berater & Honorar-Finanzanlagenberater

34,2% Finanzanlagenvermittler

28,4% Immobiliendarlehensvermittler



32,7%

1 Mitarbeiter



29,3%

2 bis 5 Mitarbeiter



**UNTER-
NEHMENS-
GRÖSSE**

28,0%

6+ Mitarbeiter



Zu je **77%** nutzen
Print-Leser auch die
Onlinemedien und
den **Online-Newsletter**



Das heisst:

Wer Print bucht, erreicht somit keine Insel-Zielgruppe,
sondern digital affine Entscheider. Mit **Print als
Türöffner** und den **digitalen Kanälen als Verstärker**
schaffen Versicherer **maximale Sichtbarkeit**

56,6%

50+ Jahre

50+

15,6%

Bis 39 Jahre

<40

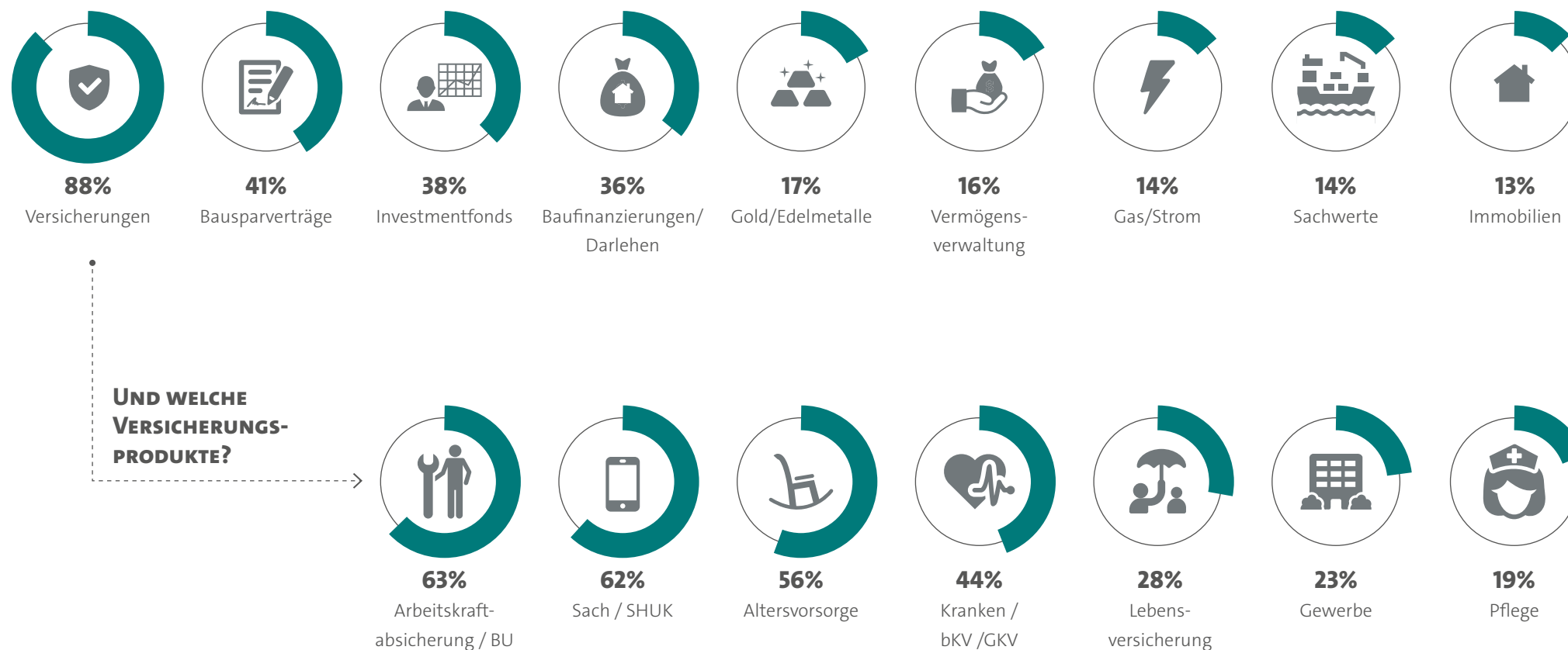
**NACH
ALTER**

40+

27,8%

40 bis 49 Jahre

Welche Produkte werden von den Pfefferminzia-Lesern vermittelt?





1/1 SEITE

B 210 mm x H 297 mm

6.450 €



1/2 SEITE, 3-SPALTIG (QUER)

B 210 mm x H 144 mm

4.210 €



1/2 SEITE, (HOCH)

B 97 mm x H 297 mm

4.210 €



1/3 SEITE (QUER)

B 210 mm x H 95 mm

3.600 €



1/3 SEITE, 1-SPALTIG (HOCH)

B 68 mm x H 297 mm

3.600 €









2/1 SEITE, BUNDDURCHDRUCK




B 420 mm x H 297 mm




9.600 €




¹⁾ Die Preise sind rabatt- und agenturprovisionsfähig und verstehen sich zzgl. gesetzlicher MwSt.

| | | | |
|---------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| GRUNDFORMATE |  |  |  |
| Seitenanteil | 1/1 | 1/2 | 1/2 |
| Bezeichnung | | quer | hoch |
| Breite in mm | ↔ 210 mm | ↔ 210 mm | ↔ 97 mm |
| Höhe in mm | ↑ 297 mm | ↑ 144 mm | ↑ 297 mm |
| Preise | 6.450 € | 4.210 € | 4.210 € |

| | | | |
|---------------------|------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| GRUNDFORMATE |  |  |  |
| Seitenanteil | 1/3 | 1/3 | 2/1 |
| Bezeichnung | hoch | quer | Grundformate über Bund |
| Breite in mm | ↔ 68 mm | ↔ 210 mm | ↔ 420 mm |
| Höhe in mm | ↑ 297 mm | ↑ 95 mm | ↑ 297 mm |
| Preise | 3.600 € | 3.600 € | 9.600 € |

| Vorzugs- platzierungen |  |  |  |
|-----------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| Seitenanteil | 1/1 – U2 | 1/1 – U3 | 1/1 – U4 |
| Bezeichnung | Umschlagseite | Umschlagseite | Umschlagseite |
| Breite in mm | ↔ 210 mm | ↔ 210 mm | ↔ 210 mm |
| Höhe in mm | ↓ 297 mm | ↓ 297 mm | ↓ 297 mm |
| Preise | 9.030 € | 7.090 € | 9.030 € |

| Vorzugs- platzierungen |  |  |  |
|-----------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| Seitenanteil | 1/1 | 1/1 | 1/3 |
| Bezeichnung | Inhaltsanzeige I (Seite 5) | Inhaltsanzeige II (Seite 7) | hoch Editorialanzeige |
| Breite in mm | ↔ 210 mm | ↔ 210 mm | ↔ 68 mm |
| Höhe in mm | ↓ 297 mm | ↓ 297 mm | ↓ 297 mm |
| Preise | 7.090 € | 7.090 € | 4.000 € |

| | | | |
|----------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| ADVERTORIALS²⁾ |  |  |  |
| Seitenanteil | 1/1 | 2/1 | 1/2 –Produktsteckbrief |
| Bezeichnung | rechts | Grundformate über Bund | |
| Breite in mm | ↔ 210 mm | ↔ 420 mm | ↔ 210 mm |
| Höhe in mm | ↓ 297 mm | ↓ 297 mm | ↓ 297 mm |
| Preise | 5.900 € | 9.030 € | 3.400 € |

| | | | |
|--------------------|------------------------------------------------------------------------------------|---|--------------------------------------------------------------------------------------|
| TITELFLAPPE |  | + |  |
| Seitenanteil | 1/2 | | 1/2 |
| Bezeichnung | Vorderseite | | Rückseite |
| Breite in mm | ↔ 105 mm | | ↔ 105 mm |
| Höhe in mm | ↓ 297 mm | | ↓ 297 mm |
| Preise | 9.030 € | + | 3.000 €³⁾ Erstellungskosten |

1) Die Preise sind rabatt- und agenturprovisionsfähig und verstehen sich zzgl. gesetzlicher MwSt.

2) zzgl. 500 € pro Seite bei verlagsseitiger Produktion

3) Erstellungskosten, nicht rabatt- und agenturprovisionsfähig



Homestory

Die Homestory ist ein Premium-Contentformat, das **Führungspersönlichkeiten**, der Finanz- und Versicherungsbranche, **authentisch** in ihrer persönlichen Umgebung **präsentiert**. Mit einer crossmedialen **Kombination aus Print, Video, Podcast und Online-Inhalten** schafft sie eine emotionale Verbindung zur Zielgruppe und positioniert die porträtierten Personen als glaubwürdige Markenbotschafter.

Alternativ ist dieses Format auch als **Vertriebs- oder Produktstory** umsetzbar.

Mit QR-Code auf dem Cover

Preis
auf Anfrage



Crossmediale Themenkampagnen zum Mitmachen 2025

Beteiligen Sie sich 2026 an der
Umsetzung unserer Themen-Specials
Pfefferminzia plus zu den Themen:

Digitalisierung des Maklerbüros 2026
Arbeitskraftabsicherung (AKS)
Zielgruppen
Geförderte Vorsorge
Gesundheit
Tierversicherungen



Diese Maßnahmen stehen Ihnen zur Verfügung:

PRINT

1. Einbindung Ihrer Experten in die Marktberichterstattung
2. Advertorial-Umfang 2/1 Seite mit
 - einem Produktbeitrag oder einem Interview
 - einem Produktsteckbrief Ihres favorisierten Tarifs oder alternativ einem Kurz-Interview mit Ihrem Produktmanager/Vertriebsvorstand

und/oder

3. Unternehmens-/Produkt-Anzeige
im Format 1/1

ONLINE



Verbreitung des Advertorials über die Webseite von Pfefferminzia und über einen Themennewsletter an die Leser. Veröffentlichung der Berichterstattung im E-Book-Format. Die Nutzungsrechte an den Inhalten stehen Ihnen zur Verfügung. Optional produziert Pfefferminzia TV für Sie ein Video zu Ihrem Thema. Pfefferminzia erstellt Ihnen einen Sonderdruck mit ausgewählten Inhalten aus der Berichterstattung.

HABEN SIE INTERESSE?

Die Themen und Termine finden Sie **ab Seite 19**

Leistungsumfang, Formate und Preise

| PREISAUFSTELLUNG | | | |
|--------------------|-----------------------------------------------------------------------|-----------------------|--------------------------------------------------------------------------|
| Advertorial Print | 2/1 mit Produktbeitrag/Interview und Produktsteckbrief/Kurz-Interview | 9.030 € ¹⁾ | <div> <div></div> <div>Paketpreis 11.605 €²⁾</div> </div> |
| Print | Experteneinbindung in die Marktberichterstattung des Heftes | | |
| Advertorial Online | Verbreitung über die Homepage und den Newsletter | | |
| Nutzungsrechte | Print und Online | | |
| Online-Reporting | Öffnungszahlen und Zugriffszahlen auf Ihre Online-Inhalte | | |
| Anzeige Print | 1/1 | 6.450 € ¹⁾ | |

| FORMATE | | |
|--------------|------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| |  |  |
| Seitenanteil | 2/1 – Advertorial | 1/1 – Anzeige |
| Bezeichnung | Produktbeitrag/Interview + Produktsteckbrief/Kurzinterview | Anzeige |
| Breite in mm | ↔ 420 mm | ↔ 210 mm |
| Höhe in mm | ↑ 297 mm | ↑ 297 mm |

1) Der Preis ist rabatt- und agenturprovisionsfähig und versteht sich zzgl. gesetzlicher MwSt.

2) Dieser Paketpreis ist agenturprovisionsfähig und versteht sich zzgl. gesetzlicher MwSt.

Ihre Sonderstrecke in unserem Magazin

Sie haben etwas zu berichten? Einen innovativen Produktlaunch, eine aufregende Fusion oder ein besonderes Jubiläum? Dann nutzen Sie das Pfefferminzia-Magazin als Premium-Transporteur Ihrer Informationen in Ihre Vermittlerzielgruppe. Das originelle Magazin wird von Maklern und Vermittlern sehr geschätzt. Neben einer Spitzenreichweite testen sie in der aktuellen disphere Studie dem Pfefferminzia-Magazin erste Plätze in Qualität, Layout und Aktualität. Mehr geht nicht.

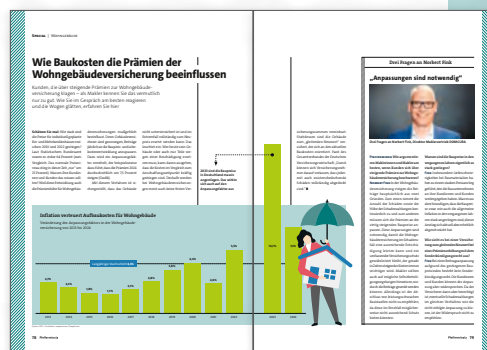


LEISTUNG

Auf **fünf Seiten** stellt Sie unsere Redaktion in den Fokus und nimmt Ihnen dabei die Arbeit ab. Dazu gehört das Texten, die Bilder, das Layouten und das Redigieren in Abstimmung mit Ihnen. Das Cover, um in das Thema einzuleiten, gibt es von uns obendrauf.

VERBREITUNG

Das Ergebnis wird von uns im Anschluss nicht nur über die **Print-Ausgabe** verbreitet, sondern wird auch Bestandteil unserer **Webseite** mit einer eigenen Landingpage. Unsere Online- und Social-Media-Follower werden über den **Newsletter** und über **Facebook** auf die Story aufmerksam gemacht. Also **maximale Aufmerksamkeit** innerhalb unserer Medienkanäle.



- + fünf Seiten Sonderstrecke im Magazin
- + Verlagsseitige Produktion inklusive (Texte, Bilder, Grafiken, Layout)
- + Anschließende Online-Verbreitung
- + Bewerbung über Newsletter und Social Media
- + Nutzungsrechte inklusive

Preis¹⁾: **25.200 €**

Ihr Thema – Ihre Zielgruppe – Ihre Lösungen

Wie sieht es um die Absicherung spezieller Zielgruppen aus? Was steht den Maklern dort zur Verfügung? Pfefferminzia beleuchtet die Märkte und erörtert das Themenspektrum mit ausgesuchten Machern am runden Tisch.



Themen
und Termine
finden Sie
ab Seite 19









Unsere Pfefferminzia eMagazin „Das Fokusthema“ (im DIN A4-Format) widmen sich **speziellen Maklertemen** in aller Ausführlichkeit. Aufgemacht wie unser beliebtes Printmagazin und gespickt mit spannenden Hintergrundbeiträgen, bieten wir Ihnen hier ein zielgerichtetes Werbe-Umfeld.

- + Schalten Sie dort gezielt Ihre Anzeigenmotive
- + Und/oder positionieren Sie Ihr Produkt oder Ihren Experten mit einem Advertorial in dem passenden Themenumfeld
- + Alle Advertorials werden von Pfefferminzia erstellt, redigiert und von unserer Grafik im Pfefferminzia Look & Feel designed
- + Verbreitung über die Webseite, den Newsletter, per Standalone Versand, via Social Media und an die ca. 1.100 Flipbook-Abonnenten
- + Bei Buchungen ab einer ganzen Seite steht Ihnen die Teilnahme an unserem Roundtable in Hamburg frei. Die Aufzeichnung werden über einen Sonderpodcast ausgestrahlt

**WIR FREUEN UNS AUF EINE
VERTRAUENSVOLLE ZUSAMMENARBEIT!**









Leistungsumfang, Formate und Preise

| GRUNDFORMATE |  |  |  |  |
|----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| Seitenanteil | 1/1 – Anzeige | 1/2 – Anzeige | 1/2 – Anzeige | 2/1 – Anzeige |
| Bezeichnung | | quer | hoch | Grundformate über Bund |
| Breite in mm | ↔ 210 mm | ↔ 210 mm | ↔ 97 mm | ↔ 420 mm |
| Höhe in mm | ↓ 297 mm | ↓ 144 mm | ↓ 297 mm | ↓ 297 mm |
| Preise ¹⁾ | 4.900 € | 2.900 € | 2.900 € | 6.900 € |









| ADVERTORIALS |  |  |  |
|----------------------|------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| Seitenanteil | 2/1 – Advertorial | 1/1 – Advertorial | 1/2 – Produktsteckbrief |
| Bezeichnung | wahlweise mit Kurz-Interview + Produktsteckbrief | | |
| Breite in mm | ↔ 420 mm | ↔ 210 mm | ↔ 210 mm |
| Höhe in mm | ↓ 297 mm | ↓ 297 mm | ↓ 297 mm |
| Preise ¹⁾ | 7.400 € | 5.400 € | 3.400 € |

1) Der Preis ist rabatt- und agenturprovisionsfähig und versteht sich zzgl. gesetzlicher MwSt.









Das erwartet Sie von Januar bis April 2026

| Ausgabe (EVT) | JANUAR | FEBRUAR: Magazin 01/2026 (18. Februar 2026) | MÄRZ | APRIL: Magazin 02/2026 (15. April 2026) |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Arbeit  | eMagazin | Aktivrente: Neue Zielgruppen für die BU-Beratung? | eMagazin | Gesundheitsprüfung light: Trend bei BU-Anbietern |
| Gesundheit  | Betriebliche Konzepte | Mental Health & Psyche: Deckung, Tarife & Trends | Gewerbekunden | Unfallversicherungen mit neuen Leistungen (Reha, 24/7-Deckung) |
| Vorsorge  | Zusammen mit unserem Kooperationspartner Biomex widmen wir uns der betrieblichen Altersvorsorge, Krankenversicherung und Einkommensschutz. Welche Produkte überzeugen? | Vorsorgeplanung für Patchwork-Familien | Mittelständler leisten einen wichtigen Beitrag zur deutschen Wirtschaft. Beim Versicherungsschutz hapert es aber oft. Welche Produkte unerlässlich sind und wie Vermittler hier punkten können. | Politische Reformen – Folgen für die Altersvorsorge? |
| Gewerbe  | | Lieferkettenrisiken absichern – von D&O bis Warenkreditversicherung | | Versicherungslösungen für Start-ups |
| Zuhause  | | Pflege im eigenen Zuhause: Was ist zu beachten? | | Hausratversicherung |
| Mobilität  | | Innovative KFZ-Policen: Von On-demand bis Car-Sharing | | Cyber Risiken im Auto – wie sind diese versicherbar? |
| Vertrieb  | | Makler als Marke: Sichtbarkeit in sozialen Medien + Sonderthema: 10 Jahre Pfefferminzia | | KI in der Beratung: Was erlaubt ist – was nicht |
| Zusatzthema Investment  | | Vorsorge Aktive oder passive ETFs – was passt besser? | | Vorsorge Gold, Kryptos, Immobilien – welche Anlage sich für welche Kunden lohnt |
| Sonderthemen Pfefferminzia plus | 24. Februar 2026 | Digitalisierung des Maklerbüros 2026 Wie Makler mit den richtigen Tools und besseren Prozessen ihre Effizienz steigern und mehr Zeit für das Wesentliche gewinnen: die Kundenberatung. | 17. März 2026 | Arbeitskraftabsicherung (AKS) Der AKS-Markt entwickelt sich: Moderne BU-Tarife und Alternativprodukte gewinnen an Bedeutung. Gleichzeitig verändern Digitalisierung und Gesundheitsmanagement die Anforderungen von Kunden. Was prägt den Markt? |

Das erwartet Sie von Mai bis August 2026

| Ausgabe (EVT) | MAI | JUNI: Magazin 03/2026 (17. Juni 2026) | JULI | AUGUST: Magazin 04/2026 (19. August 2026) |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Arbeit  | <div>eMagazin</div> <div>Steuern sparen mit Versicherungen</div> <div>Ob in der Altersvorsorge oder bei der Vermögensübertragung – Versicherungspolicen können ein wichtiges Instrument bei der Steueroptimierung sein. Wir erklären, wie das funktioniert.</div> <div>19. Mai 2026</div> | BU-Schutz für neue Berufe (Influencer & Co.) | <div>eMagazin</div> <div>KI im Versicherungsbereich</div> <div>Schnellere Schadenbearbeitung, Kommunikation mit dem Kunden oder Unterstützung im Vertrieb: Künstliche Intelligenz spielt in der Branche eine wichtige Rolle. Pfefferminzia stellt Erfolgsgeschichten vor.</div> <div>21. Juli 2026</div> | bKV als Benefit in Zeiten des Fachkräftemangels |
| Gesundheit  | | Private Krankenvollversicherung | | Pflegeversicherung in Schieflage – Chancen für private Policen |
| Vorsorge  | | BU und Altersvorsorge kombinieren – so geht's | | Wiederanlage: Ausgezählte LV-Leistungen richtig anlegen |
| Gewerbe  | | Cyberisiken und Betriebsunterbrechung | | Versicherungsschutz für Bau und Handwerk |
| Zuhause  | | Nachbarschaftsstreit & Privatrechtsschutz | | Energiethemen & Gebäudeversicherung |
| Mobilität  | | Reisekrankenversicherungen | | Telematiklösungen für Gewerbekunden |
| Vertrieb  | | Maklernachfolge & Unternehmensbewertung | | Vertrieb im Umbruch: Courtage oder Honorar? |
| Zusatzthema Investment  | | Vorsorge ETF-basierte Rentenversicherung: Das Erfolgsmodell 2026? | | Vorsorge Wie KI Fondsstrategien verändert |
| Sonderthemen Pfefferminzia plus | | Zielgruppen Ob Heilberufe, Handwerker, junge Leute, Beamte oder Frauen – der Zugang zu bestimmten Zielgruppen braucht in der Regel spezielles Fachwissen. Wir berichten, welche Zielgruppen lukrativ sind und wie die Ansprache gelingt. | | Geförderte Vorsorge Bei Rürup-Rente, Riester-Rente und bAV mischt der Staat bei der Altersvorsorge mit. Reformvorschläge verändern die Spielregeln für Vermittler, Arbeitgeber und Sparer gleichermaßen. Welche Chancen bieten die aktuellen Anpassungen? |

Das erwartet Sie von September bis Dezember 2026

| Ausgabe (EVT) | SEPTEMBER | OKTOBER: Magazin 05/2026 (14. Oktober 2026) | NOVEMBER | DEZEMBER: Magazin 06/2026 (2. Dezember 2026) |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Arbeit  | eMagazin | Krankentagegeld für Selbstständige | eMagazin | ESG-Kriterien in der bAV |
| Gesundheit  | Rund ums Haus | Zusatzversicherungen | Generationenberatung | Wie Versicherer PKV-Tarife stabil halten |
| Vorsorge  | Das eigene Zuhause ist für die meisten Deutschen das größte Investment ihres Lebens. Dem entsprechend sollte das Eigenheim gut versichert sein: Von der Solaranlage auf dem Dach über den Smart-TV im Wohnzimmer bis zum Überflutungsschutz im Keller. | Diese Trends bei Fondspolizen gibt es | Welche Expertise wird benötigt, um erfolgreich in der Generationenberatung zu sein? Welche Kundensegmente stehen im Fokus? Wo liegen die Knackpunkte? Diesen und weiteren Fragestellungen geht Pfefferminzia nach. | Inflationsschutz in der Altersvorsorge |
| Gewerbe  | | Gewerbliche Gebäudeversicherungen | | Gewerberechtsschutz |
| Zuhause  | | Haftplicht und neue Risiken: Drohnen, Smart Home | | Fahrlässigkeit bei Gebäude, Hausrat und Haftplicht |
| Mobilität  | | KFZ-Versicherung | | E-Mobilität & Ladeversicherung |
| Vertrieb  | | So gewinnen Makler junge Zielgruppen | | Ausblick auf das Vertriebsjahr 2027 |
| Zusatzthema Investment  | | Vorsorge Richtig in Megatrends investieren | | Vorsorge Vermögensverwaltung unter Druck: Regulierung, Haftung & Co. |
| Sonderthemen Pfefferminzia plus | 15. September 2026 | Gesundheit Vielen Menschen ist Gesundheit wichtig. Welche Trends gibt es in der PKV-Voll- und -Zusatzversicherung? Und welche Gesellschaften sind hier besonders erfolgreich? | 10. November 2026 | Tierversicherungen Ob Katze, Hund oder Pferd: Die Vierbeiner werden meist als Familienmitglieder angesehen. Daher sollten die Lieblinge bestmöglich abgesichert sein. Diese Produkte gibt es. |

Pfefferminzia Magazin

Rücktritts-, Anzeigenschluss- und Druckunterlagenschlusstermine

Die Rücktrittstermine sind identisch mit den Anzeigenschlussterminen. Durch sehr knapp kalkulierte Druckunterlagenschlusstermine kann eine verspätete Druckunterlagenanlieferung das Druckergebnis beeinträchtigen. Eventuelle Reklamationen sind in solchen Fällen ausgeschlossen. Gern senden wir Ihnen den aktuellen Heftthemenplan automatisch zu. Sie können diesen unter media@pfefferminzia.de bei uns ordern.



01/26

| | | | |
|-------|--------------|---|--------------|
| EVT | Mi. 18.02.26 | ⋮ | LIEFERTERMIN |
| AZ PF | Di. 20.01.26 | ⋮ | BEILAGEN |
| DU | Di. 27.01.26 | ⋮ | Mi. 01.02.26 |

02/26

| | | | |
|-------|--------------|---|--------------|
| EVT | Mi. 15.04.26 | ⋮ | LIEFERTERMIN |
| AZ PF | Di. 17.03.26 | ⋮ | BEILAGEN |
| DU | Di. 24.03.26 | ⋮ | Di. 31.03.26 |

03/26

| | | | |
|-------|--------------|---|--------------|
| EVT | Mi. 17.06.26 | ⋮ | LIEFERTERMIN |
| AZ PF | Di. 19.05.26 | ⋮ | BEILAGEN |
| DU | Di. 26.05.26 | ⋮ | Mi. 03.06.26 |

04/26

| | | | |
|-------|--------------|---|--------------|
| EVT | Mi. 19.08.26 | ⋮ | LIEFERTERMIN |
| AZ PF | Di. 21.07.26 | ⋮ | BEILAGEN |
| DU | Di. 28.07.26 | ⋮ | Mi. 05.08.26 |

05/26

| | | | |
|-------|--------------|---|--------------|
| EVT | Mi. 14.10.26 | ⋮ | LIEFERTERMIN |
| AZ PF | Di. 15.09.26 | ⋮ | BEILAGEN |
| DU | Di. 22.09.26 | ⋮ | Mi. 30.09.26 |

06/26

| | | | |
|-------|--------------|---|--------------|
| EVT | Mi. 02.12.26 | ⋮ | LIEFERTERMIN |
| AZ PF | Di. 03.11.26 | ⋮ | BEILAGEN |
| DU | Di. 10.11.26 | ⋮ | Mi. 18.11.26 |

eMagazin „Das Fokusthema“ Rücktritts-, Anzeigenschluss- und Freigabetermine

Die Rücktrittstermine sind identisch mit den Anzeigenschlussterminen.



Betriebliche Konzepte

| | |
|------------------|--------------|
| VERÖFFENTLICHUNG | Di. 24.02.26 |
| ANZEIGENSCHLUSS | Di. 10.02.26 |
| FREIGABESCHLUSS | Di. 17.02.26 |

Gewerbekunden

| | |
|------------------|--------------|
| VERÖFFENTLICHUNG | Di. 17.03.26 |
| ANZEIGENSCHLUSS | Di. 03.03.26 |
| FREIGABESCHLUSS | Di. 10.03.26 |

Steuern sparen mit Versicherungen

| | |
|------------------|--------------|
| VERÖFFENTLICHUNG | Di. 19.05.25 |
| ANZEIGENSCHLUSS | Di. 05.05.26 |
| FREIGABESCHLUSS | Di. 12.05.25 |

KI im Versicherungsbereich

| | |
|------------------|--------------|
| VERÖFFENTLICHUNG | Di. 21.07.26 |
| ANZEIGENSCHLUSS | Di. 07.07.26 |
| FREIGABESCHLUSS | Di. 14.07.26 |

Rund ums Haus

| | |
|------------------|--------------|
| VERÖFFENTLICHUNG | Di. 15.09.26 |
| ANZEIGENSCHLUSS | Di. 01.09.26 |
| FREIGABESCHLUSS | Di. 08.09.26 |

Generationenberatung

| | |
|------------------|--------------|
| VERÖFFENTLICHUNG | Di. 10.11.26 |
| ANZEIGENSCHLUSS | Fr. 30.10.26 |
| FREIGABESCHLUSS | Di. 03.11.26 |

Technische Angaben

HEFTFORMAT

210 mm breit, 297 mm hoch

DRUCKVERFAHREN

Rollenoffset (Umschlag: Bogenoffset, Klebebindung)

DRUCKAUFLAGE

21.500 Exemplare (+ 1.100 Online-Magazine)

ERSCHEINUNGSWEISE

Alle 2 Monate

DRUCKUNTERLAGEN

Bitte grundsätzlich digital anliefern

AUFLÖSUNG

60er-Raster

FARBEN

Euroskala / CMYK

FARBAUFBAU

Inhalt: Rollenoffset – ISO Coated v2 300

Umschlag: Bogenoffset – ISO Coated v2

DATEIFORMATE

Offene Dateien mit allen verwendeten Bildern, PostScript-Schriften (Bildschirm- und Druckerschriften, kein TrueType) und Bilddaten InDesign, Photoshop-EPS oder als TIFF.

PDF-DATEIEN

Mit der Spezifikation X4 kompatibel zu Acrobat 4.0 (1.3), druckfähig inklusive der kompletten Zeichensätze, mit Schnittmarken, CMYK. Angaben zum **Beschnitt** finden Sie auf **Seite 25**

Hinweis: Bitte achten Sie darauf, dass der Farbauftrag Ihres Anzeigenmotivs im Heftinneren maximal 300% betragen darf. Und rechnen Sie bitte die 2/1 Formate als Einzelseiten-PDF.

DATENANLIEFERUNG

Per E-Mail oder CD mit farbverbindlichem Proof. Für Anzeigen, denen kein Proof beiliegt, gilt ein eingeschränktes Reklamationsrecht. Die Übermittlung der Dateien hat in einem Ordner zu erfolgen und ist mit dem Namen des Inserenten und der Pfefferminzia-Ausgabe zu versehen.

WICHTIGE HINWEISE

Alle Dokumente bitte unter Berücksichtigung von 3 mm Beschnittzugabe anlegen. Bilddateien im Photoshop-EPS oder im TIFF-Format senden. Bitte keine DCS-Dateien und kein JPEG-Format. Gerasterte Bilder mit 300 dpi und Strichzeichnungen mit 1.200 dpi anliefern.

LIEFERANSCHRIFT FÜR FARBVERBINDLICHEN PROOF

Dierichs Druck und Media
Druckvorstufe
Frankfurter Str. 168
34121 Kassel
Telefon: +49 (0)561 60 280-252

Bitte geben Sie zur genauen Zuordnung als Betreff das Magazin, die Ausgabennummer, Ihren Kunden- und Motivnamen an
Betreff: Magazin Pfefferminzia - Ausgabe XX/2025 – Kunde XX – Motiv XX
(die XX-Angaben müssen Sie entsprechend Ihrer Buchung eintragen)

Beschnittzugaben

An allen Außenseiten sind je 3 mm
Beschnittzugabe zu berücksichtigen.

Bei 2/1 Anzeigen mit Bunddurchdruck
werden zwei getrennte Vorlagen benötigt.
Bitte als Einzelseiten rechnen.

Bei der Anlage der Druckvorlagen müssen
anschnittgefährdete Elemente mindestens
8 mm vom Beschnitt entfernt nach innen
gelegt werden.

Formatangaben für angeschnittene
Anzeigen in Schwarz dargestellt.
Abweichende Formate auf Anfrage.



Beim Rechnen des PDFs
bitte darauf achten, dass der
Versatz der Schnittmarken
zum Endformat mindestens
3 mm beträgt

Beschnittzugabe **3 mm**

Endformat

Sicherheitsabstand zum
Endformat **8 mm**

Beilagen

Beilagen sind der Zeitschrift beigelegte Drucksachen. Sie werden maschinell an unbestimmter Stelle in das Heft eingefügt und müssen deshalb besondere Voraussetzungen erfüllen. Bei mehrseitigen Beilagen liegt die geschlossene Seite stets parallel zum Rücken der Zeitschrift. Leporellogefaltzte Beilagen oder Beilagen mit angeklammerter Postkarte können nicht maschinell verarbeitet werden. Wenn Beilagen eine angeklebte Postkarte enthalten, muss diese mit einer Streifenleimung parallel zum geschlossenen Bund der Beilage angeklebt sein, damit sie sich bei der maschinellen Verarbeitung nicht lösen kann. Beilagen eines Inserenten in unterschiedlicher Ausstattung innerhalb der gleichen Ausgabe sind nur nach besonderer Vereinbarung möglich.

BEILAGENPREISE¹⁾ per Tausend

| | |
|-------------------|-------|
| 2 Seiten bis 25 g | 185 € |
| 4 Seiten bis 40 g | 300 € |

| | |
|----------------------------|-------|
| 2 Seiten Oversize bis 25 g | 210 € |
| 4 Seiten Oversize bis 40 g | 370 € |

je weitere angefangene 5 g **auf Anfrage**

Weitere Umfänge auf Anfrage. Die durch Beilagen entstehenden zusätzlichen Postgebühren trägt der Auftraggeber.



PAPIERGEWICHT

2-seitige Oversize-Beilagen mind. 200 g/m²
4-seitige Oversize-Beilagen mind. 115 g/m²
umfangreichere Beilagen auf Anfrage mit Mustervorlage

AUFTRAGS- & RÜCKTRITTSTERMINE

Siehe Terminplanung **Seite 22**

ALLGEMEINE HINWEISE

Bitte beachten Sie die Allgemeinen Hinweise zu Beilagen / Beiklebern / Beiheften auf **Seite 29**

BELEGUNGSMÖGLICHKEITEN

Gesamtauflage 21.500 Exemplare

BEILAGENFORMATE

Mindestformat 148 mm breit, 105 mm hoch,
Höchstformat 200 mm breit, 282 mm hoch

OVERSIZEFORMATE

Höchstformat 195 mm breit, 317 mm hoch

LIEFERZUGABE

2 bis 3 Prozent der jeweiligen Auflagenhöhe

Beikleber

Beikleber werden auf Trägeranzeigen (mindestens 1/1 Seite) so aufgeklebt, dass sie mühelos verwendet werden können.

- Postkarten und andere rechteckige, ungefaltete Drucksachen, leere Briefumschläge (Lasche geschlossen)
- gefüllte Briefumschläge (Lasche geschlossen), gefaltete Drucksachen
- Warenproben auf Anfrage mit Muster

Die Platzierung der Anzeige sowie der Stand des Beiklebers auf der Anzeige bedürfen der Abstimmung mit der Anzeigenabteilung. Die Platzierung des Beiklebers ist innerhalb eines Rahmens von ca. 20 bis 40 mm vom Bund sowie mindestens 20 mm von den Beschnittträndern entfernt realisierbar. Klebetoleranzen bis zu 10 mm in jede und Parallelitätsabweichungen von plus 5 Grad sollten bei der Anzeigengestaltung berücksichtigt werden.

BEILAGENPREISE¹⁾ per Tausend

- | | |
|-----------------------------------------------------------------------------|--------------|
| ► Postkarten und andere rechteckig ungefaltete Drucksachen, leere Umschläge | 185 € |
| ► Briefumschläge mit Inhalt, gefaltete Drucksachen | 215 € |

Die durch die Beikleber entstehenden zusätzlichen Postgebühren trägt der Auftraggeber.



PAPIERGEWICHT

Papiergewicht für Postkarten 170 g/m²

Höchstgewicht für gefüllte Umschläge auf Anfrage beim Verlag

AUFTRAGS- & RÜCKTRITTSTERMINE

Siehe Terminplanung **Seite 22**

ALLGEMEINE HINWEISE

Bitte beachten Sie die Allgemeinen Hinweise zu Beilagen / Beiklebern / Beiheften auf **Seite 29**

BELEGUNGSMÖGLICHKEITEN

Gesamtauflage 21.500 Exemplare

BEIKLEBERFORMAT

105 mm x 148 mm. Andere Formate auf Anfrage mit Muster

ANZEIGENABNAHME

Basisanzeige mindestens 1/1 Seite (lt. Preisliste)

Beihefter

Beihefter sind fest in die Zeitschrift eingelebte Drucksachen / Prospekte. Sie müssen verarbeitungsfertig vom Auftraggeber zur Verfügung gestellt werden.

Beihefter, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht klar als Werbung erkennbar sind, müssen aus presserechtlichen Gründen auf jeder Seite vom Auftraggeber deutlich mit dem Wort **ANZEIGE** in 9 Punkt Versalien halbfett gekennzeichnet sein.

BEILAGENPREISE¹⁾ per Tausend

| | |
|-----------------|-------------|
| 2 Seiten | 385 € |
| 4 Seiten | 630 € |
| weitere Umfänge | auf Anfrage |

Die durch Beihefter entstehenden zusätzlichen Postgebühren trägt der Auftraggeber.



PAPIERGEWICHT

4 Seiten mindestens 80 g / m²

AUFTRAGS- & RÜCKTRITTSTERMINE

Siehe Terminplanung Seite 22

ALLGEMEINE HINWEISE

Bitte beachten Sie die Allgemeinen Hinweise zu Beilagen / Beiklebern / Beiheftern auf Seite 29

BELEGUNGSMÖGLICHKEITEN

Gesamtauflage 21.500 Exemplare

BEIHEFTERFORMATE

Anschnittgefährdete Text- und Bildelemente sollten wegen möglicher Beschnitttoleranzen oben und unten mindestens 4 mm und seitlich mindestens 8 mm vom beschnittenen Endformat entfernt angelegt werden. Andere Formate auf Anfrage beim Verlag

BESCHNITTENES ENDFORMAT

210 mm breit x 297 mm hoch

Allgemeine Hinweise

Berechnungsgrundlage für Beilagen/Beikleber/Beihefter ist die Druckauflage der jeweiligen Ausgabe. Die Preise können sich erhöhen, wenn die Beschaffenheit der Produkte die Verarbeitung erschwert. Die geltenden Postgebühren bei Belegung der Postauflage werden zusätzlich berechnet. Die gesetzliche Mehrwertsteuer wird auf den Nettorechnungsbetrag aufgeschlagen.

WICHTIGE HINWEISE

Bei Auftragserteilung ist die Vorlage eines Musters (4-fach) erforderlich. Der Auftrag wird erst nach Vorlage des Musters und dessen Bewilligung verbindlich.

LIEFERMENGE

Um Auflagenschwankungen berücksichtigen zu können, muss die tatsächlich benötigte Beilagen-/Beikleber-/Beiheftermenge vor Fertigung nochmals mit der Anzeigenabteilung abgestimmt werden. Mengenzugabe für die Maschineneinrichtung 2 bis 3 Prozent.

LIEFERANSCHRIFT

Nach Absprache Lieferung direkt an Druckerei (Anschrift siehe Auftragsbestätigung).

ANLIEFERUNG

Beilagen/Beikleber/Beihefter müssen gemäß der Terminplanung **Seite 20** frei Druckerei ausschließlich auf Euro-Paletten geliefert werden. Innerhalb der Lage dürfen sie nicht kreuzweise gelegt sein; jede Lage ist mit einem mindestens 2 mm dicken Zwischenboden zu versehen. An jeder Verpackungseinheit sollte sichtbar ein Muster angebracht sein. Die Lieferscheine müssen folgende Angaben enthalten:

- ▶ Zeitschrift, Heft-Nr., Name des Produkts
- ▶ Anzahl der Exemplare auf der Palette
- ▶ Anzahl der Paletten, Gesamtstückzahl der Lieferung
- ▶ Absender und Empfänger

DATENANLIEFERUNG

Per E-Mail oder CD mit farbverbindlichem Proof. Für Anzeigen, denen kein Proof beiliegt, gilt ein eingeschränktes Reklamationsrecht.

ENTSORGUNGSKOSTEN

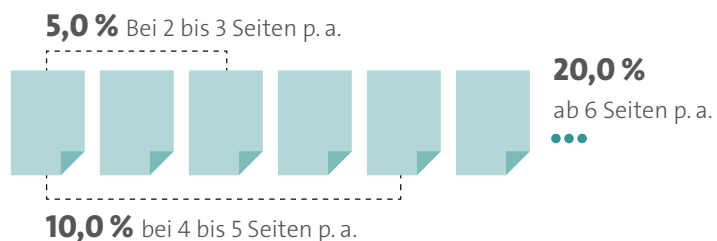
Falls Beikleber/Beilagen aus Remissionsexemplaren entsorgt werden müssen, trägt der Auftraggeber die im Einzelfall zu kalkulierenden Mehrkosten.

HAFTUNG

Schäden, die dem Verlag aus der Nichtbeachtung der technischen Bedingungen durch den Auftraggeber entstehen, sind zu ersetzen. Bei eventuell auftretenden Verarbeitungsschwierigkeiten hat die Fertigstellung der Auflage Vorrang.

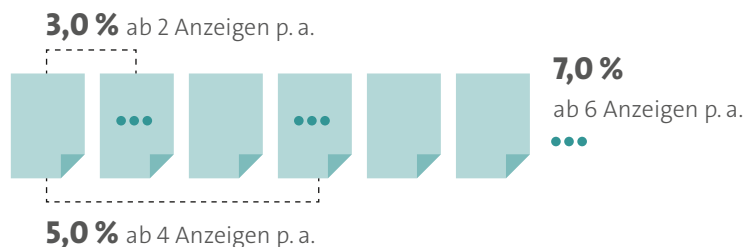
MENGENSTAFFEL

PRINT Anzeigen, Beilagen, Beikleber und Beihefter



MALSTAFFEL

PRINT Anzeigen, Beilagen, Beikleber und Beihefter



MISCHFORMATE-UMSATZSTAFFEL

PRINT UND ONLINE Anzeigen, Beilagen, Banner und Newsletteranzeigen



Illustrationen: Freepik/www.flaticon.com, fullvector/Freepik

1) Es kommt immer nur eine Rabattstaffel zur Anwendung

VERLAG

Pfefferminzia Medien GmbH
Kattunbleiche 31a
22041 Hamburg

GESCHÄFTSFÜHRUNG

Matthias Heß

TELEFON

+49 (0)40 28 41 083-0

TELEFAX

+49 (0)40 28 41 083-30

E-MAIL

Redaktion
info@pfefferminzia.de
Vertrieb / Verkauf
media@pfefferminzia.de

INTERNET

www.pfefferminzia.de

HANDELSREGISTER

HRB 140160,
Amtsgericht Hamburg



BANKVERBINDUNG

Pfefferminzia Medien GmbH
Hamburger Sparkasse
IBAN: DE09 2005 0550 1238 2009 90
BIC: HASPDEHHXXX

MEHRWERTSTEUER

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

ZAHLUNGSBEDINGUNGEN

Die Rechnungsstellung erfolgt durch die Pfefferminzia Medien GmbH. Rechnungen sind am Erscheinungstag der Ausgabe von Pfefferminzia fällig, in der das Werbemittel veröffentlicht wird. Bei Zahlung innerhalb von 7 Tagen nach Rechnungsdatum gewähren wir 2 Prozent Skonto, sofern keine älteren Rechnungen fällig sind.



Foto: Sebastian Berger

Matthias Heß

Geschäftsführung

Telefon: +49 (0)40 28 41 083-11

Mobil: +49 (0)172 716 24 02

matthias.hess@pfefferminzia.de



Jan Roß

Gesellschafter

Telefon: +49 (0)40 28 41 083-10

Mobil: +49 (0)173 19 52 688

jan.ross@pfefferminzia.de



Foto: Jens Hannewald

Karen Schmidt

Chefredaktion (V.i.S.d.P.)

Telefon: +49 (0)40 28 41 083-18

Mobil: +49 (0)172 39 86 352

karen.schmidt@pfefferminzia.de



Alexander Grund

Account Manager

Telefon: +49 (0)40 28 41 083-20

Mobil: +49 (0)162 587 31 11

alexander.grund@pfefferminzia.de

VERLAG

Pfefferminzia Medien GmbH

Kattunbleiche 31a

22041 Hamburg

Telefon: +49 (0)40 28 41 083-0

Telefax: +49 (0)40 28 41 083-30

INTERNET

www.pfefferminzia.de

VERTRIEBSASSISTENZ

Jana Heß

Telefon: +49 (0)40 28 41 083-12

Telefax: +49 (0)40 28 41 083-30

jana.hess@pfefferminzia.de

DRUCKVORLAGEN

senden Sie bitte unbedingt auch an

media@pfefferminzia.de

MEDIADATEN

E-Mail: media@pfefferminzia.de

Hinweis: Allg. Mediadaten-Anfragen

(Preise, Themen und Termine)

bitte ausschließlich an

media@pfefferminzia.de

Die Allgemeinen Geschäftsbedingungen – AGB

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinne dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden 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 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 nicht erfüllt, die der Verlag 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 Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlags beruht. Wird ein Auftrag nach dem Anzeigentermin (entspricht dem Rücktrittstermin) vom Auftraggeber storniert, fallen Stornogebühren an. Die Höhe der Stornogebühr richtet sich nach folgenden Terminen: Nach Rücktrittstermin 50 Prozent, nach Druckunterlagenschlusstermin 75 Prozent, nach Liefertermin 100 Prozent des Nettoauftragswertes.

5. 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 dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist.

6. 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.

7. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlags abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen, z.B. Verbundwerbung enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrags wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

8. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.

9. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei 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 Auftrags. Schadenersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen; Schadenersatzansprüche 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 auch für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlags 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 Anzeigenentgeltes beschränkt. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

10. Probeabzüge werden nicht geliefert.

11. Sind keine besonderen Größenvorschriften angegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.

12. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist.

13. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden bankübliche Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlungen verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses, das Erscheinen weiterer

Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrags und vom Ausgleich offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

14. Verteilte Auflagen sowie verbreitete Auflagen unterliegen Marktschwankungen. Der Verlag erteilt auf Anfrage Auskunft.

15. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrags werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlags über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

16. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

17. Druckunterlagen werden nur auf besondere Aufforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrags.

18. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlags. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen der Gerichtsstand Hamburg. Soweit Ansprüche des Verlags 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, zum Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand Hamburg vereinbart.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlags

a) Die Werbungsmittel und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlags zu halten. Anzeigenaufträge durch eine Agentur werden in deren Namen und auf deren Rechnung angenommen.

b) Die allgemeinen und die zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlags gelten sinngemäß auch für Aufträge über Beikleber, Beihefter und technische Sonderausführungen. Jeder Auftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich.

c) Bei Jahrespaketen mit unterschiedlichen Werbemodulen, deren Paketleistungen mit Sonderkonditionen rabattiert wurden, ist eine Stornierung des Pakets oder einzelner Paketleistungen aus Gründen, die wir nicht zu vertreten haben, ausgeschlossen. Die Stornierung von Cover-Booklets oder die Teilnahme an Sonderthemen aus Gründen, die wir nicht zu vertreten haben, ist ausgeschlossen. Das Recht zur Kündigung aus wichtigem Grund bleibt unberührt.

d) Sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen worden ist, treten neue Tarife bei Preisanpassungen auch für laufende Aufträge sofort in Kraft.

e) Wenn für konzernangehörige Firmen die gemeinsame Rabattierung beansprucht wird, ist die schriftliche Bestätigung einer Kapitalbeteiligung von mindestens 50 Prozent erforderlich.

f) Der Auftraggeber trägt allein 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 Auftrags, auch wenn er storniert sein sollte, gegen den Verlag erwachsen. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter verletzt werden, insbesondere, ob gesetzliche Vorschriften des Wettbewerbs- und Urheberrechts verletzt werden. Erscheinen stornierte Anzeigen, so stehen auch dem Auftraggeber daraus keinerlei Ansprüche gegen den Verlag zu.

g) Bei Betriebsstörungen oder Eingriffen durch höhere Gewalt (z.B. Arbeitskämpfe, Beschlagnahme u. dgl.) hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn die Aufträge mit 80 Prozent in der jeweiligen Marktphase erzielten Auflage erfüllt sind. Geringere Leistungen sind nach Tausender-Seitenpreis gemäß der garantierten Auflage zu bezahlen.

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

i) Vor Drucklegung werden keine Maschinenandrucke versandt.

j) Die Übersendung von mehr als zwei Farbvorlagen, die nicht termingerechte Lieferung der Druckunterlagen und der Wunsch nach einer von der Vorlage abweichenden Druckwiedergabe können Auswirkungen auf Platzierung und Druckqualität verursachen und schließen spätere Reklamationen aus. Der Verlag muss sich die Berechnung entstehender Mehrkosten vorbehalten.

k) Der Verlag behält sich vor, in Ausnahmefällen Anzeigen mit Gutscheinen oder Coupons auch Rücken an Rücken zu platzieren.

l) Zu Beginn einer neuen Geschäftsverbindung behält der Verlag sich vor, Vorauszahlung bis zum Anzeigenschlusstermin zu verlangen.

m) Die Unwirksamkeit einzelner Bedingungen berührt die Wirksamkeit der anderen nicht. Anwendbar ist ausschließlich das Recht der Bundesrepublik Deutschland.

Stand: 01.01.2026