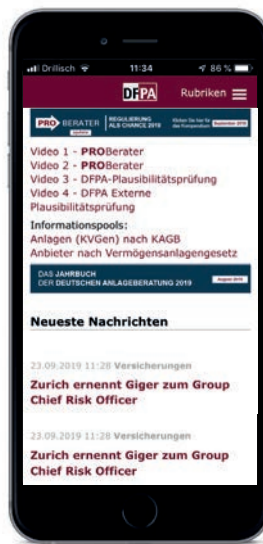
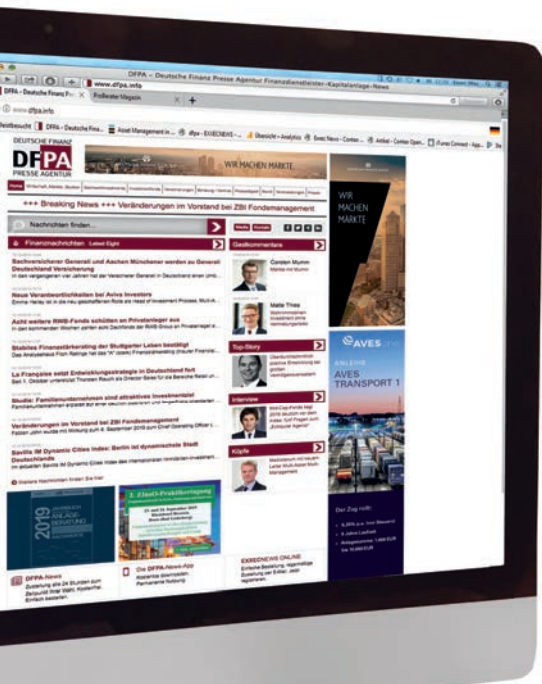


Eine besondere Branche mit besonderen Nachrichten braucht besondere Medien



MEDIADATEN 2020

Inhaltsverzeichnis

Der beste Nachrichtenservice	3	Formate – Website Startseite	11
Unsere Leser	4	Preise – Website Rubrikenseite	12
Zugriffe auf die DFPA-Seite	5	Formate – Website Rubrikenseite	13
Unsere Reichweite über alle Kanäle	6	Preise – Newsletter	14
DFPA-Nachrichten in 8 Rubriken	7	Formate – Newsletter	15
Unsere Services auf der Homepage	8	Ansprechpartner	16
Kooperationen/Content-Marketing	9	Allgemeine Geschäftsbedingungen	17
Preise – Website Startseite	10		

Der beste Nachrichtenservice Deutschlands für Finanzdienstleister und Investoren

Nachrichtenagenturen gehören zu den einflussreichsten Mediengattungen. Sie sind Schlüsselinstitutionen mit substantieller Bedeutung für das Mediensystem. Sie sind das unsichtbare Nervensystem, das alle Teile dieses Systems verbindet.

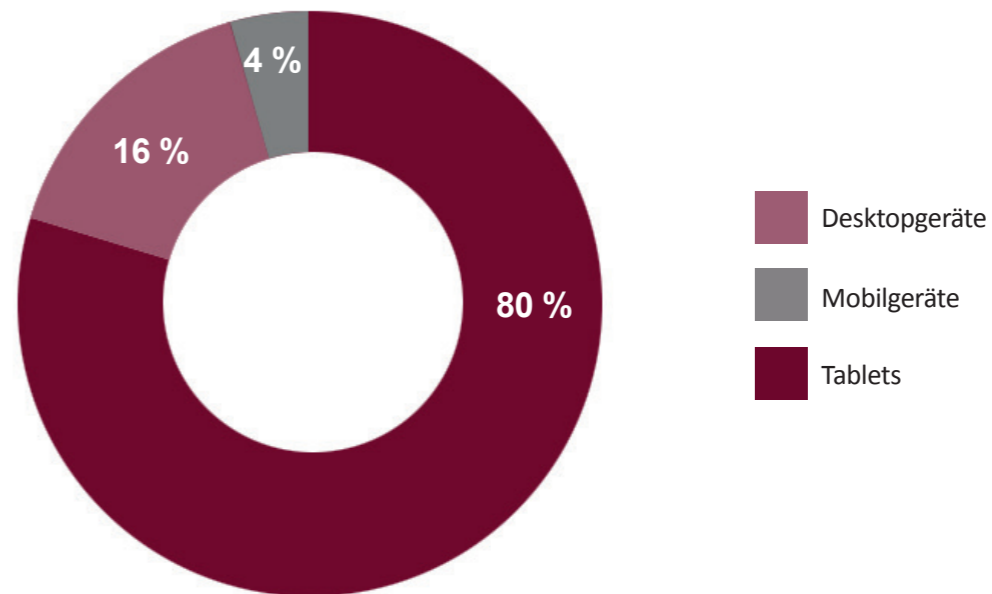
Wolfgang Vysložil (Medienmanager und Universitätslektor)

Die einzige deutsche Nachrichtenagentur für die Finanz-, Kapitalanlage- und Investmentbranche.

- Laufend aktuelle Informationen zur privaten und institutionellen Kapitalanlage – über Märkte und Recht, Akteure, Produkte.
- Von Finanz-Redakteuren aufbereitete Branchen-News für Finanzdienstleister: aktuell, vollständig, unabhängig.
- 2019 wurden bis September 5.600 Nachrichten publiziert.



*Durch aktives Marketing steigt die DFPA-Reichweite stetig. Bitte erfragen Sie die aktuelle Reichweite (siehe Seite 6)



Unsere Reichweite über alle Kanäle

Die Gesamtreichweite verteilt sich auf diese Quellen:
Seitenaufrufe auf unserer zentralen Website, Social-Media-Reichweite,
You-Tube-Aufrufe unserer Videos, Newsletter-Reichweite, App-Reichweiten.









Die crossmedialen Informationen und Finanznachrichten-Services der Deutschen Finanz Presse Agentur werden monatlich mehr als 100.000 Mal abgerufen.

Hinweis: Die Abrufe schwanken zwischen unter 100.000 Abrufen/Monat bis zu über 120.000 Abrufen/Monat.*

Nicht enthalten in dieser Verbreitungszahl sind die Veröffentlichungen von **DFPA**-Nachrichten auf den Homepages großer Maklerpools, Haftungsdächern und Vertrieben. Diese Verbreitung verändert sich.
DFPA unterstützt die Steigerung der Verbreitungszahlen durch Marketing-Maßnahmen.

*Zahlen aus Januar bis September 2019

DFPA-Nachrichten werden in 8 Rubriken angeboten:

-  **Wirtschaft, Märkte, Studien**
-  **Sachwertinvestments**
-  **Investmentfonds**
-  **Versicherungen**
-  **Beratung und Vertrieb**
-  **Pressedigest** (wir lesen für Sie 35 Presse-Publikationen und Nachrichtendienste der Finanzdienstleistungsbranche)
-  **Recht**
-  **Veranstaltungen**

Dazu bietet DFPA einen Link zu den Immobilien-Nachrichten der **Rohmert Medien**:

Der Immobilienbrief
Der Fondsbrief
Der Handelsimmobilien Report

Unsere Services auf der Homepage von DFPA:

PRO BERATER

Der umfassende Aufklärungsservice.
Die Vorteile der Regulierung (KAGB)

Die Transparenz-Plattform

- **DIE INFORMATIONSPOOLS stellen vor:**

Kapitalverwaltungsgesellschaften

Vermögensanlage-Initiatoren

Alternative Investmentfonds (im Aufbau)

Wir präsentieren:

- Lageberichte der Kapitalverwaltungsgesellschaften (KVGEn) und alternative Investmentfonds (AIF)
- Lageberichte der Vermögensanlage-Emittenten
- Managerportraits von KVGEn und Vermögensanlage-Emittenten
- Selbstdarstellungen von KVGEn und Vermögensanlagen-Initiatoren (5x5-Fragebogen)
- Performanceberichte von Initiatoren (Leistungsbilanzen)

- **PROBERATER: DFPA** klärt permanent über die Regulierung auf (**PROBERATER**-Kompendium). Aktuelle Fassung 2019

Diese Unterlage beschreibt für Berater sämtliche Regulierungsvorschriften.

PROBERATER steht Online oder als Print-Version zur Verfügung.

- **DFPA-Erklärvideos:** Vier Videos (Stand Oktober 2019) erläutern für Berater/Vermittler die

Regulierungsvorschriften des Kapitalanlagegesetzes (wird ausgebaut).

- **DIE BERATER-Hotline:** Berater stellen Rechtsfragen aus der Praxis. Fachanwälte nehmen Stellung (im Aufbau).

Kooperationen/Content-Marketing

Neue werbliche und Media-Kooperationen – punktgenau in die Ziel-Gruppen der institutionellen und privaten Finanz-, Kapitalanlage- und Investmentbranche:

- Werbung in allen Standard-Bannerformaten, auch in Newsletter und App
- vertrieblich-redaktionelle **News-Kooperationen** wie
 - DFPA-News auf der Firmen-Homepage
 - DFPA-News im Firmen-Intranet
 - DFPA-News als gelabelte Newsletter für die Makler/Vertriebler
 - Firmen-Login-Zugriffe auf ausgewählte DFPA-News
- **Media-Kooperationen** wie beispielsweise Firmen-Porträts, -Videos, Whitepapers und Studien
- Content-Marketing/**Promotion** über Top-Story, Interviews, Gastbeiträge und vieles mehr

Preise – Website Startseite

Standardformate	↔ Breite in Pixel	↕ Höhe in Pixel	Format	Listenpreis* (pro Woche)	Preis ab 01.11.2019 (pro Woche)
Super-Banner	728	90	gif, jpg, png	1.140 €	870 €
Wide Skyscraper	250	600	gif, jpg, png	1.280 €	960 €
Skyscraper	250	1000	gif, jpg, png	1.140 €	870 €
Video	300	250	nach Absprache		auf Anfrage
Rectangle	300	250	gif, jpg, png	1.180 €	640 €
Preise pro Woche					
Weitere Formate nach Absprache					

Standardformate	↔ Breite in Pixel	↕ Höhe in Pixel	Format	Preis
Gastbeitrag	220	170	Text + Logo/Foto	500 €
Top Story	220	170	Text + Logo/Foto	500 €
Interview	220	170	Text + Logo/Foto	500 €
Preise pro Woche				

*Listenpreis ab 01.04.2020

Alle Preise zzgl. MwSt.

Formate – Website Startseite

Nach dem Anklicken
erscheint das Video im
Format:
Breite 620 px x Höhe 480 px
Ein Vollbildmodus ist
möglich.

Preise – Website Rubrikenseite

Standardformate	↔ Breite in Pixel	↕ Höhe in Pixel	Format	Preis ab 01.09.2019 (pro Woche)
Superbanner Rubrik	728	90	gif, jpg, png	350 €
Wide Skyscraper Rubrik	250	600	gif, jpg, png	685 €
Skyscraper Rubrik	250	1000	gif, jpg, png	Einführungspreis bis 1. April 2020 350 €
Top Banner Rubrik	640	330	gif, jpg, png	485 €
Text Banner Rubrik	640	90	gif, jpg, png	275 €
Preise pro Woche				
Weitere Formate nach Absprache				

Alle Preise zzgl. MwSt.

Formate – Website Rubrikenseite

Wichtiger Hinweis:
Top Banner und Text Banner erscheinen zusätzlich auch auf den mobilen Endgeräten.

The diagram illustrates the placement of various banner formats on a website's rubric page. A screenshot of the DFPA website is shown with red dashed lines and dots indicating the locations for different banner types:

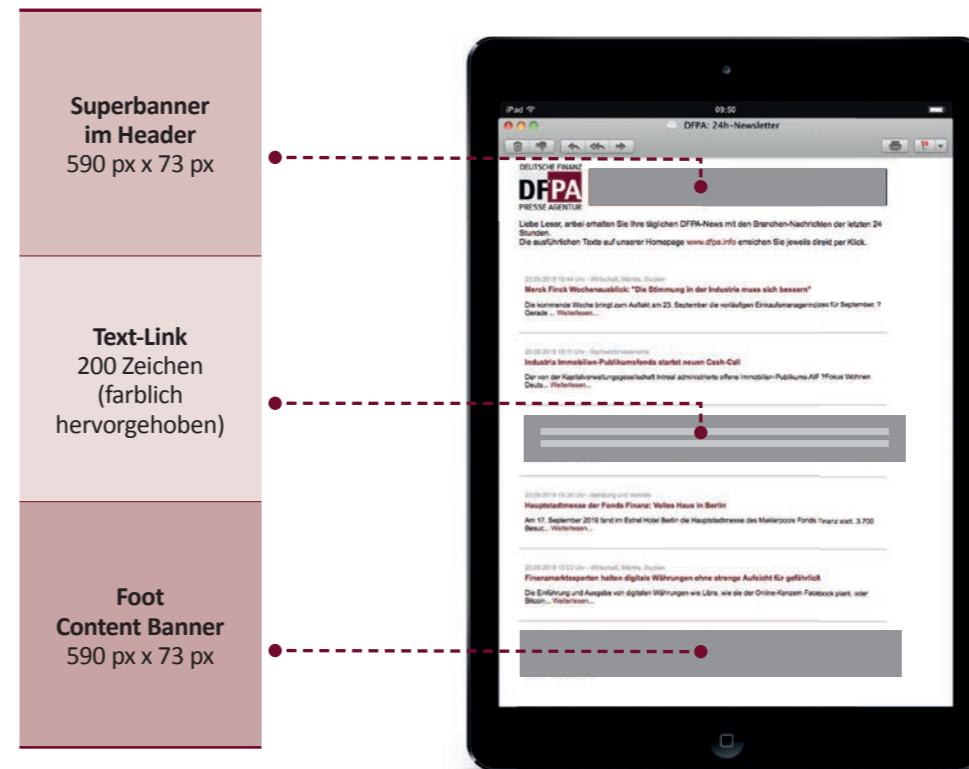
- Superbanner Rubrik (728 px x 90 px):** Located at the top of the page, below the navigation bar.
- Wide Skyscraper Rubrik (250 px x 600 px):** Located on the left side of the page, spanning a significant portion of the content area.
- Top Banner Rubrik (640 px x 330 px):** Located at the top of the main content area, below the navigation bar.
- Text Banner Rubrik (640 px x 90 px):** Located at the top of the main content area, below the navigation bar.
- Skyscraper Rubrik (250 px x 1000 px):** Located on the right side of the page, extending from the top to the bottom.

E-Mail-Newsletter

Werktägliche Lieferung zum Wunschtermin an E-Mail-Bezieher und in Firmen-Netzwerk.

Standardformate	↔ Breite in Pixel	↕ Höhe in Pixel	Format	Preis ab 1.2.2019
Superbanner im Header	590	73	gif, jpg, png	340 €
Text-Link	150-250 Zeichen (farblich hervorgehoben)		Nach Absprache	280 €
Foot Content Banner	590	73	gif, jpg, png	280 €
Weitere Formate nach Absprache				

Alle Preise zzgl. MwSt.



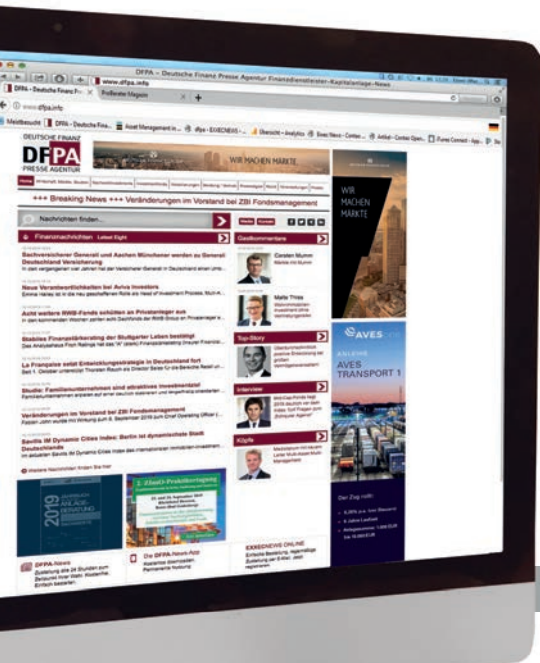
Agentur
DFPA – Deutsche Finanz Presse Agentur GmbH Alsterdorfer Straße 245 22297 Hamburg Telefon: +49 (0)40-69 45 96-77 Fax: +49 (0)40-69 45 96-78
Internet
http://www.dfpa.info
Druckvorlagen
E-Mail: media@dfpa.info

Chefredakteur	Geschäftsführer & Herausgeber
Jan Peter Wolkenhauer	Dr. Dieter E. Jansen
Mediadaten	
E-Mail: media@dfpa.info	
Display-Werbung	
E-Mail: media@dfpa.info	

1. Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen der DFPA – Deutsche Finanz Presse Agentur GmbH (nachfolgend auch Auftragnehmer) gelten für alle Aufträge eines Auftraggebers. Der Auftraggeber akzeptiert zudem die jeweils bei Auftragserteilung aktuellen Preislisten des Auftragnehmers als verbindlich.
2. In aktuellen Preislisten, diesen AGB oder sonst im Zusammenhang mit Aufträgen angegebene Preise verstehen sich zuzüglich Umsatzsteuer.
3. „Auftrag“ im Sinne dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist jeder Vertrag zwischen Auftragnehmer und Auftraggeber über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel wie Content-Marketing-Maßnahmen (Promotion über Top-Stories, Interviews oder Gastbeiträge), Media-Kooperationen (Veröffentlichung von Unternehmensportraits, -videos, Whitepapers oder Studien) und vertrieblisch redaktionelle News-Kooperationen (DFPA-News auf der Homepage oder im Intranet des Auftraggebers, DFPA-News als gelabelte Newsletter) etc.
4. Die Angebote des Auftragnehmers sind freibleibend. Ein Vertragsschluss kommt erst zustande, wenn der Auftragnehmer eine Anfrage des Auftraggebers ausdrücklich bestätigt. Das gilt auch dann, wenn sich der Auftraggeber auf ein Angebot des Auftragnehmers hin an diesen wendet.
5. Platzierungswünsche des Auftraggebers sind nur verbindlich, wenn sie vom Auftragnehmer schriftlich bestätigt worden sind.
6. Anzeigenaufträge, die aufgrund ihrer Gestaltung als redaktioneller Inhalt wahrgenommen werden können, werden vom Auftragnehmer als Anzeigen kenntlich gemacht.
7. Der Auftragnehmer behält sich vor, Aufträge abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder vom Deutschen Werberrat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurden oder deren Veröffentlichung für den Auftragnehmer wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist oder wenn es sich um Aufträge handelt, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten.
8. Die Ablehnung eines Auftrags wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
9. Für die rechtzeitige Lieferung und die einwandfreie Beschaffenheit geeigneter Inhalte wie Anzeigen, Texte oder sonstiger vom Auftraggeber zu liefernden Werbemittel ist allein der Auftraggeber verantwortlich. Bei farbigen Anzeigen hat der Auftraggeber eine farbverbindliche Druckvorlage zu übermitteln, anderenfalls gelten die Farbwiedergaben als genehmigt, soweit Abweichungen nicht unzumutbar sind.
10. Der Auftraggeber ist verpflichtet, ordnungsgemäße Inhalte (z.B. Anzeigen) zu liefern, die insbesondere dem Format, der Auflösung und sonstigen Vorgaben des Auftragnehmers entsprechen. Inhalte (z.B. Anzeigen) müssen rechtzeitig bis zu dem vom Auftragnehmer benannten Fristen angeliefert werden.
11. Liegen dem Auftragnehmer die Inhalte (z.B. Anzeigen) bis zu benannten Fristen nicht vor, so besteht seitens des Auftragnehmers keine Pflicht zur Veröffentlichung. Kosten des Auftragnehmers für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Inhalte (z.B. Anzeigen) hat der Auftraggeber zu tragen.
12. Vom Auftraggeber gelieferte Inhalte werden nur auf besondere Anforderung des Auftraggebers archiviert. Die Pflicht zur Aufbewahrung der Anzeigen endet auch dann spätestens drei Monate nach Ausführung des jeweiligen Auftrags.
13. Entspricht die Veröffentlichung des Auftrags nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit, so hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzveröffentlichung.
14. Der Auftragnehmer kann nach eigenem Ermessen Entwürfe zur Freigabe an den

- Auftraggeber übersenden. Der Auftragnehmer wird dies auch auf ausdrücklichen Wunsch des Auftraggebers bei Auftragserteilung tun. Der Auftragnehmer berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm bis zum Anzeigen-/Veröffentlichungsschluss oder innerhalb der bei der Übersendung des Probelayouts gesetzten Frist mitgeteilt werden. Das dem Auftraggeber übermittelte Probelayouit gilt als genehmigt, wenn der Auftraggeber nicht innerhalb der gesetzten Frist das (ggf. korrigierten) Probelayouit zurücksendet oder der Veröffentlichung schriftlich widerspricht.
15. Rechnungen sind binnen 10 Tagen ab Rechnungsdatum ohne Abzug zur Zahlung fällig. Der Auftragnehmer kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Aufträge Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Auftragnehmer berechtigt, auch während der Laufzeit eines Auftrags das Erscheinen weiterer Aufträge ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung und von dem Ausgleich offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
 16. Aufträge, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Verbundwerbung), berechnen den Auftragnehmer zur Erhebung eines Verbundaufschlages. Wegen der Einzelheiten wird auf die jeweils aktuellen Preislisten verwiesen.
 17. Wird in den aktuellen Preislisten für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung gewährt, ist der schriftliche Nachweis des Konzernstatus für die Beanspruchung eines solchen Rabatts durch den Auftraggeber erforderlich. Konzernverbundene Unternehmen im Sinne dieser Bestimmung sind Unternehmen, zwischen denen eine kapitalmäßige Beteiligung von mindestens 50 % besteht. Der Konzernstatus ist bei Kapitalgesellschaften durch Bestätigung eines Wirtschaftsprüfers oder durch Vorlage des letzten Geschäftsberichtes, bei Personengesellschaften durch Vorlage eines Handelsregisterauszuges nachzuweisen.
 18. Auf Anfrage des Auftraggebers wird der Auftragnehmer die Einzelheiten über die Veröffentlichung schriftlich bestätigen. Weitere Nachweispflichten bestehen nicht.
 19. Bei Chiffreanzeigen wendet der Auftragnehmer für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Dem Auftragnehmer kann einzelvertraglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anstelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen und zu lesen. Briefe, die das zulässige Format DIN A4 (Gewicht 100 g) überschreiten, sowie Waren, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht eingegangenen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann jedoch separat vereinbart werden, wenn der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.
 20. Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle für die Durchführung des Auftrags erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen. Er stellt den Auftragnehmer im Rahmen des Auftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen oder der Geltendmachung von Rechten an veröffentlichten Inhalten bestehen. Ferner wird der Auftragnehmer von den Kosten zur notwendigen diesbezüglichen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Auftragnehmer nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen.
 21. Der Auftraggeber überträgt dem Auftragnehmer sämtliche für die Durchführung des Auftrags erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Verwertungs-,

- Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentlichen Zugänglichmachung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen.
22. In Fällen höherer Gewalt und insbesondere bei vom Auftragnehmer nicht verschuldeten Betriebsstörungen, bei Arbeitskampf, rechtswidrigen Beschlagnahmen, allgemeiner Rohstoffknappheit oder dergleichen - sowohl im Betrieb des Auftragnehmers als auch bei Dritten derer sich der Auftragnehmer zur Erfüllung seiner Pflichten bedient - hat der Auftragnehmer Anspruch auf die vollständige Bezahlung, wenn der Auftrag in einem Umfang durchgeführt worden ist, der 80% des gesamten absehbaren Auftragsumfangs entspricht. Bei geringerer Auftragsdurchführung wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die tatsächliche Durchführung des Auftrags dessen vollständige Durchführung unterschreitet. Im Übrigen wird der Auftragnehmer von seiner Leistungspflicht frei soweit er aus den in dieser Ziffer 23 genannten Gründen nicht leisten kann.
 23. Alle gegen den Auftragnehmer gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verjähren in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf vorsätzlichem oder grob fahrlässigem Verhalten beruhen.
 24. a) Der Auftragnehmer haftet für von ihm zu vertretende Schäden - gleich aus welchem Rechtsgrund - nur, wenn der Schaden
 - aa) durch schuldhaftes Verletzung einer vertragswesentlichen Pflicht oder in einer das Erreichen des Vertragszwecks gefährdenden Weise verursacht worden oder
 - bb) auf grobe Fahrlässigkeit oder Vorsatz zurückzuführen ist.
 - b) Haftet der Auftragnehmer gem. Ziff. a) aa) für die Verletzung einer vertragswesentlichen Pflicht, ohne dass grobe Fahrlässigkeit oder Vorsatz vorliegen, so ist die Haftung auf denjenigen Schadensumfang begrenzt, mit dessen Entstehen bei Vertragsschluss aufgrund der dem Auftragnehmer zu diesem Zeitpunkt bekannten Umstände typischerweise gerechnet werden musste.
 - c) Vorstehende Haftungsbegrenzung gem. Ziff.
 - d) In den Fällen der Ziff. b) und c) haftet der Auftragnehmer nicht für mittelbare Schäden, Mangelgeschäden oder entgangenen Gewinn.
 - e) Die Haftungsbegrenzungen gem. Ziff. a) bis d) gelten sinngemäß auch zugunsten der Mitarbeiter und Beauftragten des Auftragnehmers.
 - f) Für Schäden aus der Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit, die auf einer fahrlässigen Pflichtverletzung durch den Auftragnehmer oder einer vorsätzlichen oder fahrlässigen Pflichtverletzung einer seiner gesetzlichen Vertreter oder einer seiner Erfüllungsgehilfen beruhen, haftet der Auftragnehmer unbeschränkt.
 - g) Unberührt bleibt die Haftung des Auftragnehmers nach den §§ 1, 4 Produkthaftungsgesetz.
25. Erfüllungsort ist der Sitz des Auftragnehmers. Es gilt deutsches Recht.
26. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Auftragnehmers.



DEUTSCHE FINANZ
DFPA
PRESSE AGENTUR



Stand: 01.11.2019

DFPA

- Deutsche Finanz Presse Agentur GmbH -
Alsterdorfer Straße 245
22297 Hamburg
Telefon: +49 (0)40-69 45 96-77
Fax: +49 (0)40-69 45 96-78