

 **Pfefferminzia**

Mediadaten

Online 2020

Inhaltsverzeichnis

04

Zielgruppe

05

Studien

06

Leserstruktur

10

Untersuchungs-
design und
Stichprobe

11

Genutztes Endgerät
für die Website

12

Genutztes Endgerät
für den Pfefferminzia-
Newsletter

13

Genutzte Social
Media-Plattformen

14

Die Website im
Überblick

15

Die Website
in Zahlen

16

Der Newsletter im
Überblick

17

Standalone-
Newsletter

18

Website-Formate



Inhaltsverzeichnis

21

Mobile-Formate

22

Newsletter-Werbung

23

Newsletter-Formate

24

Content-Marketing

26

Social Media

29

Lösungsmatrix

30

Übersicht:
Formate & Preise

39

Rabatte

41

Verlagsangaben

42

Ansprechpartner

43

AGB



Zielgruppe

Versicherungsmakler

Versicherungsvertreter

Versicherungsberater

Finanzanlagenvermittler

Maklerpools

Vertriebsmitarbeiter in
Versicherungsunternehmen

Honorar-
Finanzanlagenberater

Versicherungs- und
Maklerverbände

Immobilienmakler

Studien

Pfefferminzia – in Maklerumfragen auf Platz 1

Es ist das bekannteste Synonym der Versicherungsbranche – seit 2013 gibt es sie wirklich:

Pfefferminzia.de ist das Info- und Erlebnisportal für den Versicherungsmakler und -vertrieb in Deutschland. Pfefferminzia.de kombiniert hochwertigen redaktionellen Content mit zielgenauer, garantierter Reichweite im Internet.

Nutzen Sie die hohe Glaubwürdigkeit eines Online-Magazins und das Targeting moderner Social Media-Kommunikation. Für messbare Erfolge ohne Streuverluste. Bereits nach nur einem Jahr am Markt erzielte Pfefferminzia.de mit seinem Newsletter und der Onlineplattform Spitzenwerte in der Maklerreichweite und der Zufriedenheit.



Die YouGov-Studie 09/2016 weist den Pfefferminzia.de-Newsletter mit 43 Prozent Monatskontakt unter den Maklern bei den ein- bis viermal im Monat erscheinenden Online-Newslettern auf Platz 1 aus. Gegenüber dem Vorjahr konnte Pfefferminzia.de damit seinen Vorsprung in dieser Kategorie auf 9 Prozentpunkte ausbauen.

Auch die aktuelle MRITK-Studie 05/2019 ermittelte, dass etwa die Hälfte der Makler den Online-Newsletter von Pfefferminzia.de lesen (45%). Das ist mit deutlichem Abstand Platz 1 bei den zweimal pro Woche erscheinenden Newslettern. Ausserdem weist die Studie für den Pfefferminzia Online-Newsletter die höchste Kontaktwahrscheinlichkeit unter den Maklern aus.

Empfehlung

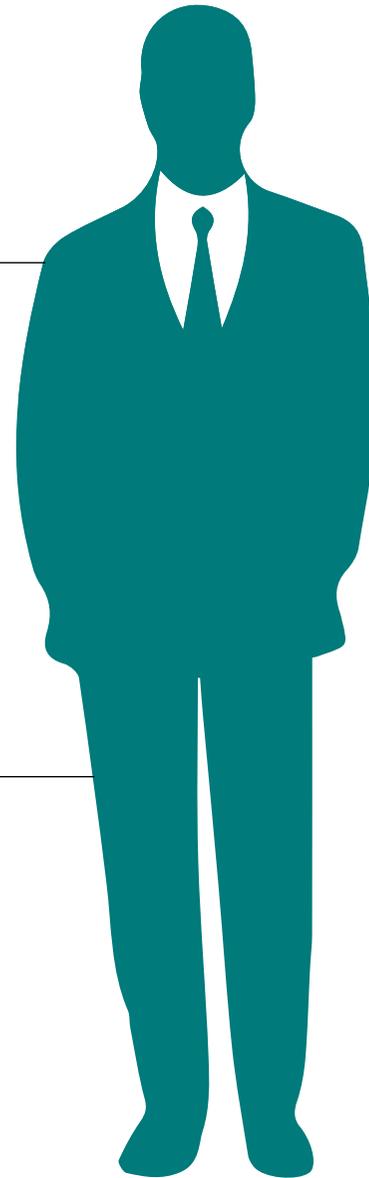
Kombinieren Sie Ihre Online-Kampagne einfach crossmedial mit unserem zweimonatlich erscheinenden Print-Magazin Pfefferminzia und profitieren Sie von den Synergien.

Studien / Leserstruktur

(Mehrfachnennungen möglich)

81,1%

Versicherungsmakler
und -berater



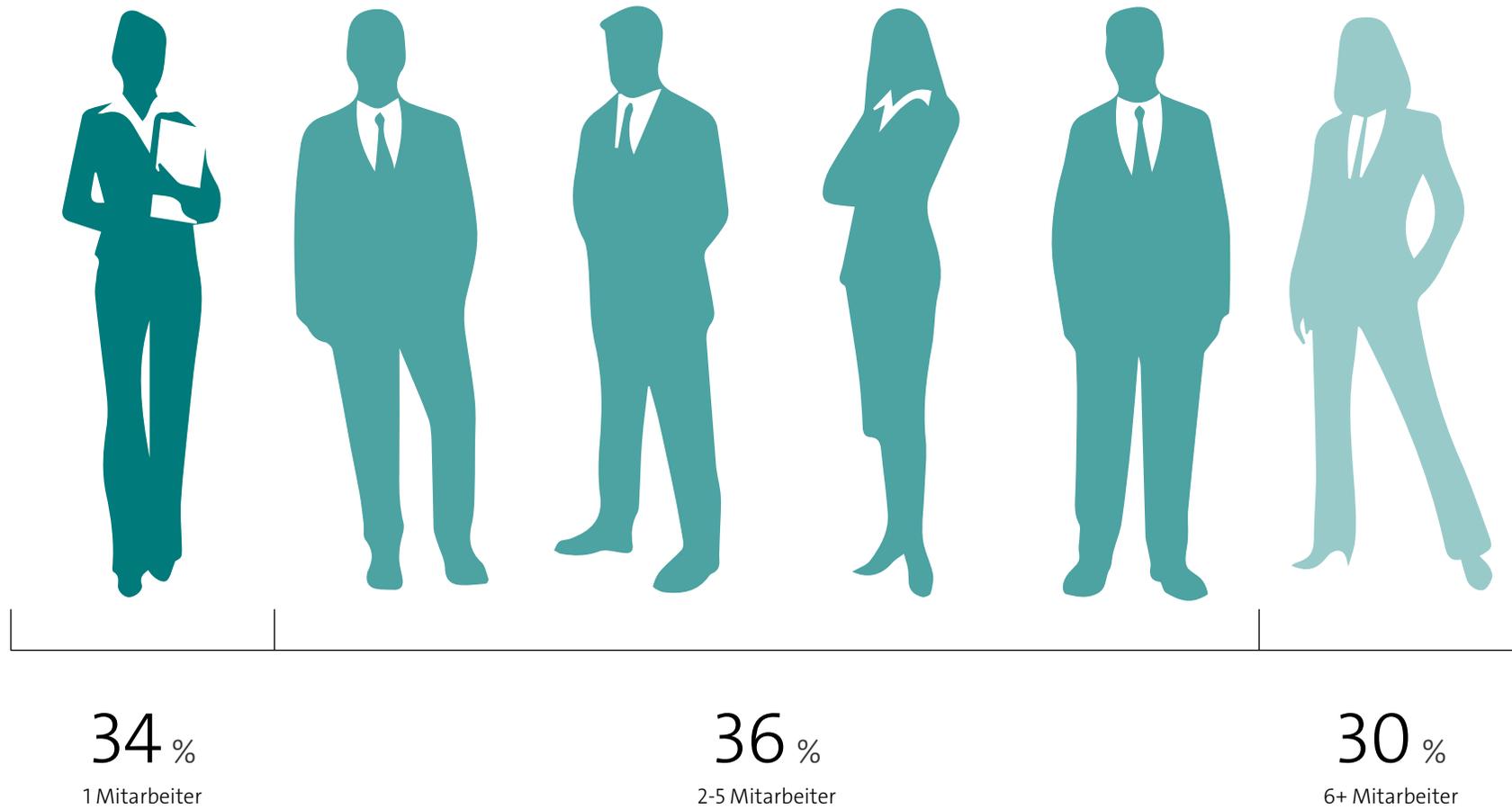
32,8%

Finanzanlagenvermittler
und Vermögensberater

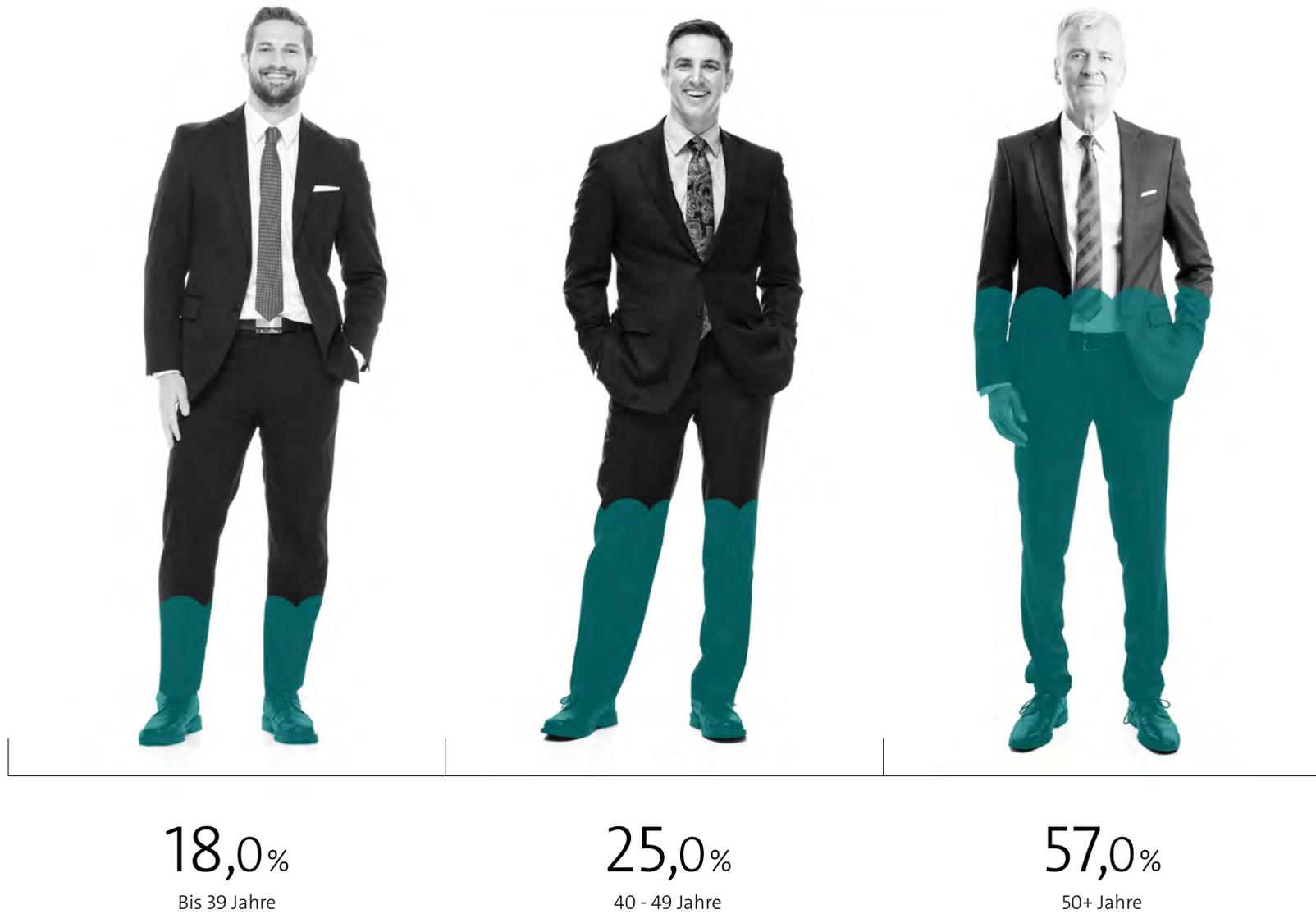
11,7%

Immobilienmakler

Unternehmensgröße



Alter



Geschlecht



86,5%
Männer

13,0%
Frauen

0,5%
Divers

Studien / Untersuchungsdesign und Stichprobe

So relevant sind diese Online-Newsletter für die Pfefferminzia-Leser

Die Benotung erfolgte im Schulnotensystem (1 für sehr wichtig bis 6 für unwichtig)
Auswertung: n=237

Pfefferminzia Newsletter	2,0	Finanzwelt Newsletter	3,1
Versicherungsjournal Newsletter	2,0	Focus Money Versicherungsprofi	3,1
AssCompact-Newsletter	2,3	Portfolio Institutionell Newsletter	3,2
dvb-Pressespiegel Versicherungen	2,5	Cash-Onvista Newsletter	3,3
ProContra Newsletter	2,5	Xing Versicherungen	3,3
Versicherungsbote Newsletter	2,5	wrmd brokerchannel Newsletter	3,4
Versicherungsmagazin Newsletter	2,6	Monday Morning News (JDC)	3,5
Versicherungswirtschaft Newsletter	2,6	SDV Newsletter	3,5
dvb-Pressespiegel Finanzen	2,7	BCA Newsletter	3,7
Fonds Finanz Newsletter	2,8	Bocquel News	3,7
Fonds professionell Newsletter	2,8	maxpool Newsletter	3,7
DAS INVESTMENT daily	3,0	WIFO Newsletter	3,7
Experten NewsReport	3,0	blaudirekt Newsletter	4,1
Durchschnitt	3,0		

Quelle: Pfefferminzia-Leserumfrage Juni/Juli 2019

Pfefferminzia gehört zu den Top-Fachmedien für Versicherungsprofis

Zu diesem Ergebnis kommt eine aktuelle und unabhängige Studie der Münchener Mediengesellschaft NewFinance und des Branchennetzwerks AMC, die im August 2019 insgesamt 19 Fachmedien miteinander verglichen haben – sowohl hinsichtlich der Online-Nutzung als auch der Relevanz der jeweiligen Print-Erzeugnisse. Diese Studie soll laut den Herausgebern vor allem als Planungs- und Handlungsgrundlage für die B2B-Kommunikation von Gesellschaften, Pools, Vertrieben, Medien und Branchendienstleistern dienlich sein.

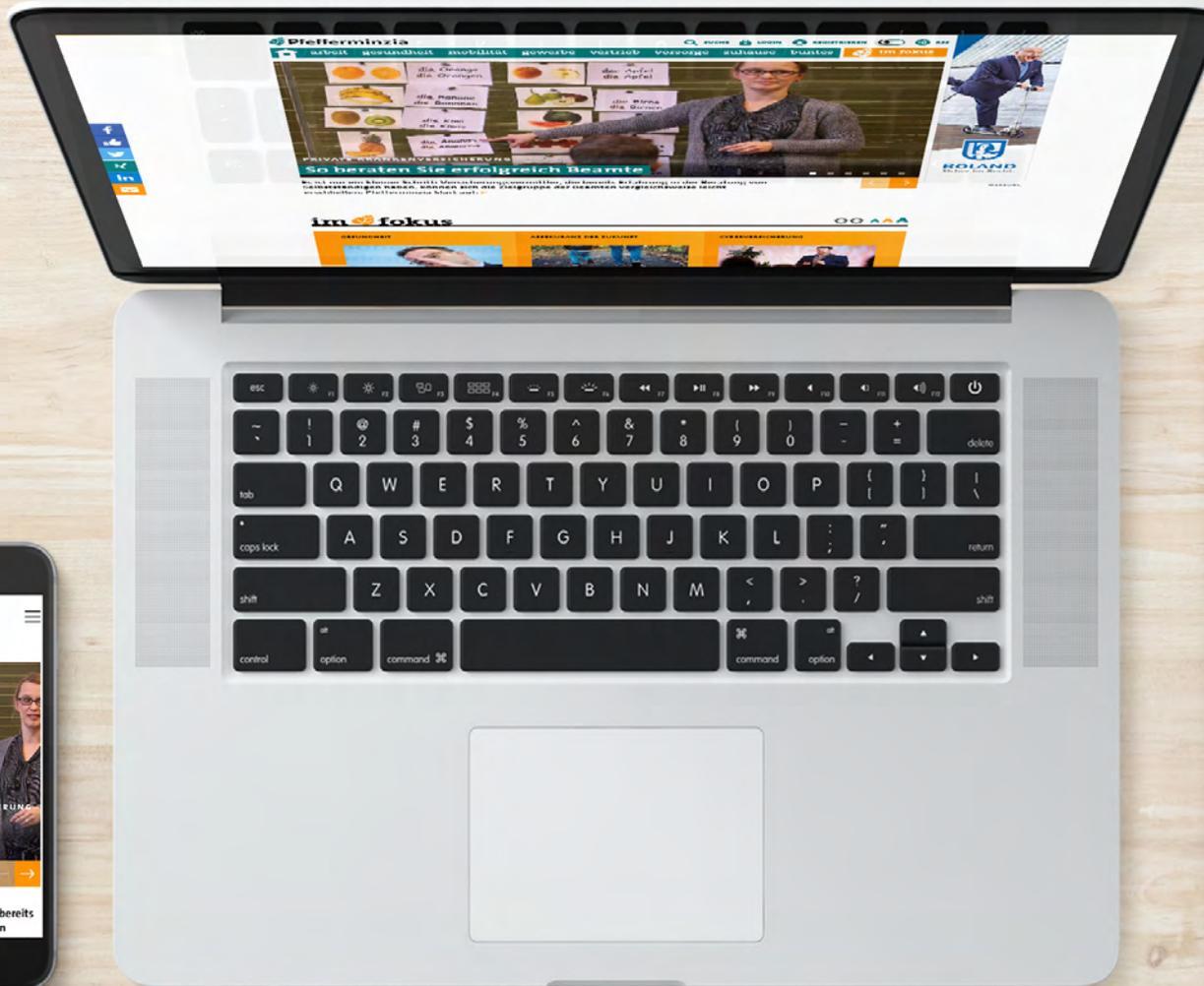
Die maximal erreichbare Gesamtpunktzahl betrug 1.718 Punkte.
Folgende der 19 bewerteten Fachmedien erreichten die Top-Platzierungen:

Rang	Titel	Punktzahl	Punktzahl
1	AssCompact		1.369
2	Pfefferminzia		1.317
3	proContra		1.266
4	VersicherungsJournal		1.253
5	Versicherungsbote		1.105

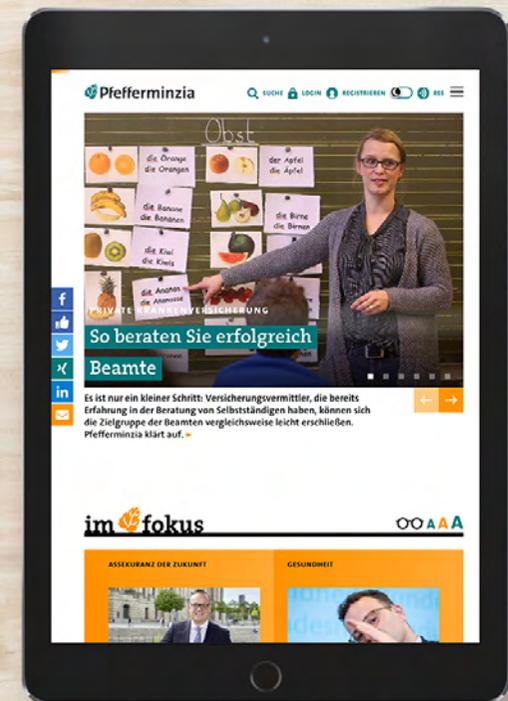
Durchschnittswert aus allen 19 Medien ist **746**

Quelle: Studie von NewFinance und AMC, Erhebungszeitraum August 2019

Studien / Genutztes Endgerät für die Website



Mit diesen Endgeräten greifen die Leser auf die Online-Plattform Pfefferminzia.de zu.



49 %
Smartphone

43 %
Desktop und Notebook

8 %
Tablet

Studien / Genutztes Endgerät für den Pfefferminzia-Newsletter

Mit diesen Endgeräten greifen die Leser in erster Linie auf den Newsletter Pfefferminzia zu.

Die Mehrheit der Newsletter-Abonnenten nutzt in erster Linie einen PC oder ein Notebook um sich den Pfefferminzia-Newsletter anzuschauen. Aber der Zugriff über Smartphones und Tablets wächst stetig.



86%
PC und Desktop

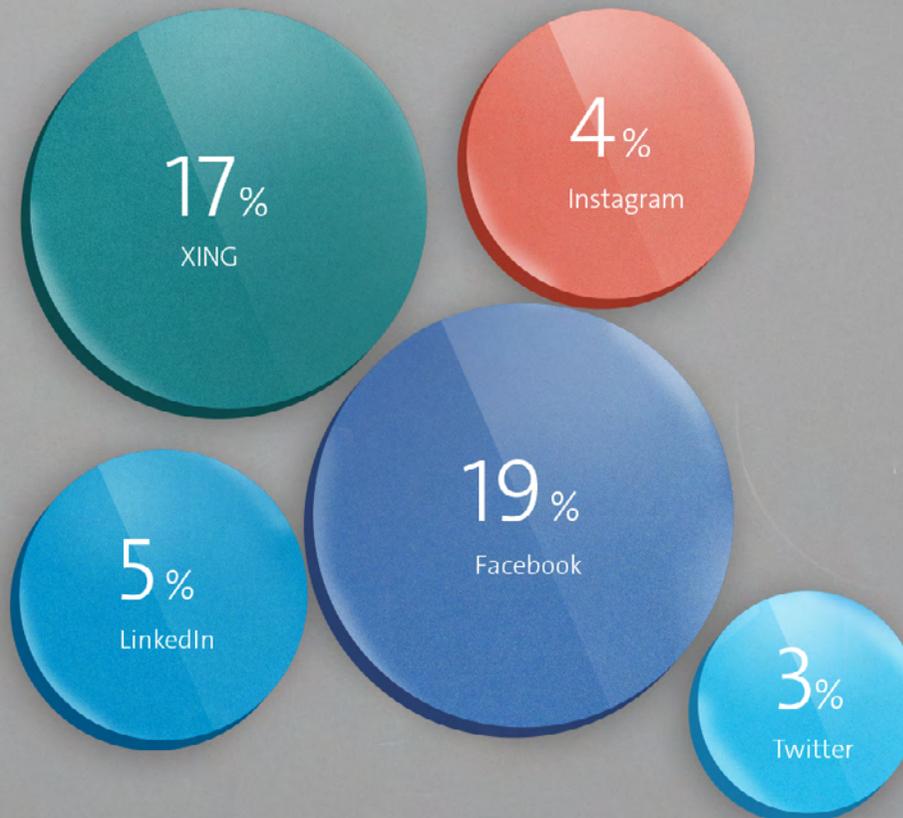


14%
Tablet und Smartphone

Studien / Genutzte Social Media-Plattformen

Welche der folgenden Social Media-Plattformen nutzen Sie?

Rund die Hälfte der Pfefferminzia-Leser nutzen die sozialen Netzwerke, am häufigsten Facebook (19%) und Xing (17%).



Die Website im Überblick

Die angesagte Webseite für Makler und Versicherungsvermittler

www.pfefferminzia.de.de ist die laufend aktuelle Informationsquelle speziell für den Versicherungsvertrieb.

Die Redaktion verfasst täglich speziell für die Zielgruppe relevante News, Analysen, Interviews und Hintergrundberichte.



Der Newsletter im Überblick



Frequenz

2x wöchentlich
montags und donnerstags



Durchschnittliche Bruttoöffnungsrate

(Quelle: Auswertung
Newsletterreporting Juli 2019)



Versicherungsmakler
Versicherungsberater
Versicherungseretreter



Finanzanlagenvermittler
Vermögensberater

* Mehrfachnennung möglich

Wenn der Newsletter nicht korrekt angezeigt wird, klicken Sie bitte hier

Pfefferminzia NEWSLETTER

DIGITALISIERUNG

„Größter Umbruch in der Menschheitsgeschichte“

Funktioniert der Versicherungsabschluss über Alexa?
Und welche Voraussetzungen muss ein Versicherer erfüllen, um das überhaupt möglich zu machen? Das besprachen wir mit Stefan M. Knoll, Vorstandsvorsitzender der Deutschen Familienversicherung. [WEITERLESEN ►](#)

HERMANN HÜBNER, VEMA

STAATSSSEKRETÄR JÖRG KUKIES

Jeden Montag und Donnerstag finden Versicherungsprofis alle für sie relevanten Informationen aus den folgenden Bereichen:

- Arbeit
- Gesundheit
- Mobilität
- Gewerbe
- Vertrieb
- Vorsorge
- Zuhause
- Personalien
- Fortbildung
- Steuer und Recht

81% der befragten Newsletter-Abonnenten sind als Versicherungsmakler oder -berater tätig.

Quelle: Pfefferminzia-Leserumfrage Juni/Juli 2019

Standalone-Newsletter

Eines der effektivsten Werbemittel im Online-marketing: Wir versenden Ihre Werbebotschaft direkt an 13.800 Abonnenten – überwiegend Versicherungsmakler und -vermittler. Der exklusive Rahmen und das passende Zielgruppenumfeld garantieren maximale Aufmerksamkeit für Ihr Produkt / Ihre Roadshow.

Die Leser werden auf Ihre Landingpage geroutet und können sich dort über Ihr Angebot informieren und ihre Daten hinterlassen.

Spezifikationen für die Daten-Anlieferung:

- Inhalte im Word-Dokument bis zu 2.000 Zeichen
- Bilder, Grafik, Logo als JPEG, gif (NICHT animiert), Auflösung in 300 dpi, Abbildungen werden im Layout verkleinert eingebunden und sollten daher in größerer Darstellung anliefern werden. Es sind keine exakten Maße erforderlich, da die Breite des Newsletters je nach Anforderung variiert.
- Textzeile (Betreff) für den E-Mail-Versand
- URL zur Verlinkung muss Datengesichert (https) sein (bis zu drei Verlinkungen sind empfehlenswert)
- Anlieferung fünf Werktage vor EVT. an:
media@pfefferminzia.de



Versand an:

Abonnenten: 13.800

Preis: 2.750 €

Verlagsseitige

Template-Erstellung:

zuzüglich 500 €

Website-Formate

Standardformate grafisch dargestellt plus Preise

Superbanner

max. 100 kB

50 € TKP in Rotation

Skyscraper

max. 100 kB

60 € TKP in Rotation

Wallpaper

(Superbanner + Skyscraper)

max. 200 kB

80 € TKP in Rotation

Medium Rectangle oben

(sichtbarer Bereich)

max. 100 kB

70 € TKP in Rotation

Wenn's um meine Rechte geht, weiß ich eine:

MIR KANN KEINER WAS!

Pfefferminzia suche login registrieren rss

arbeit gesundheit mobilität gewerbe vertrieb vorsorge zuhause buntes **im fokus**

Mindestrente, Zugang zu Altersvorsorgeprodukten und werbungsorientierte KKH sind gute Beispiele

„Eine Verpflichtung zur Altersvorsorge ist nicht zielführend“

CDV ZUR REGULIERUNG DER VERMITTLER

Peter Schwark, Mitglied der Geschäftsführung des Gesamtverbandes der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV), zur Überregulierung der Branche und zu einem Neustart für die Ruster- und Rürup-Rente.

im fokus AAA

ASSEKURANZ DER ZUKUNFT

CDV ZUR REGULIERUNG DER VERMITTLER

„Eine Verpflichtung zur Altersvorsorge ist nicht zielführend“

STUDIE

Nur jeder fünfte Deutsche nimmt Lebensversicherer positiv wahr

PKV ZUSATZVERSICHERUNG

VDR VERTRAGSGESCHLOSSEN

Versicherte setzen auf Empfehlungen oder Testberichte

schlag zeilen

BERATUNGSANSATZ

Wie Vermittler zu Gesundheitsexperten werden

Eine zielführende Positionierung als Experte für Versicherungsprodukte im Gesundheitsbereich mit ganzheitlichem Beratungsanspruch und reichlich Cross-Selling-Potenzial – das bietet die KKH mit der GesundheitsFAIRmittler-Initiative für Vermittler.

Werbung

ALTERS VORSORGE

Website-Formate

Standardformate grafisch dargestellt plus Preise

Medium Rectangle
mittig
max. 100 kB
50 € TKP in Rotation

Square Popup
(Startseite)
max. 100 kB
110 € TKP in Rotation



Website-Formate

Specialformate grafisch dargestellt plus Preise

Billboard

max. 200 kB

80 € TKP in Rotation

Sticky Footer

max. 200 kB

70 € TKP in Rotation

The screenshot displays the Pfefferminzia website interface. At the top, a blue banner reads "Wenn's um meine Rechte geht, weiß ich eins: MIR KANN KEINER WAS!". Below this is the Pfefferminzia logo and a navigation menu with categories like "arbeit", "gesundheit", "mobilität", "gewerbe", "vertrieb", "vorsorge", "zuhaus", "buntes", and "im fokus".

A large teal advertisement for HDI is featured, with the headline "Einfach machen!" and a "JETZT INFORMIEREN" button. To the right, a vertical advertisement for ROLAND "Sicher im Recht." is visible.

The main content area is titled "gesundheit" and features an article about "FEHLZEITEN IM ZEHN-JAHRES-VERGLEICH" with the sub-headline "Deutsche sind viel häufiger krank". The article text states: "Die Fehlzeiten von Arbeitnehmern sind in den vergangenen zehn Jahren um rund 70 Prozent gestiegen. Durchschnittliche vier Tage fehlt ein Arbeitnehmer krankheitsbedingt im Jahr. Vor allem psychische Erkrankungen nehmen weiter zu. Das geht aus der Antwort der Bundesregierung auf eine kleine Anfrage der Linken hervor."

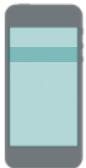
Below this, there are two more article teasers: "ABSICHERUNG SCHWERER KRANKHEITEN" with the headline "„Mit Leistungsfällen wird sehr fair umgegangen“" and "„SCHLICHTWEG UNBRAUCHBAR“" with the headline "Makler nimmt PKV-Untersuchung von „Finanztest“ auseinander".

On the right side, there is a "meist gelesen" section with five article teasers, each with a "BEITRAG LESEN" link. At the bottom, a "CONDOR" advertisement is partially visible.

Mobile-Formate

Standardformate

im Dateiformat jpg, gif oder html5



Content Ad 6:1

max. 100 kB

Retina max. 200 kB

50 € TKP in Rotation



Content Ad 4:1

max. 100 kB

Retina max. 200 kB

50 € TKP in Rotation



Content Ad 2:1

max. 100 kB

Retina max. 200 kB

50 € TKP in Rotation



Medium Rectangle

max. 100 kB

55 € TKP in Rotation

Premiumformate

im Dateiformat jpg, gif oder html5



Baseboard ad

max. 100 kB

Retina max. 200 kB

80 € TKP in Rotation



Medium Rectangle (Spot)

max. 100 kB

Retina max. 200 kB

80 € TKP in Rotation



Native Teaser

max. 100 kB

Retina max. 200 kB

80 € TKP in Rotation

Überschrift: max. 30 Zeichen
(dreizeilig inkl. Leerzeichen)

Modultext: max. 300 Zeichen
(neunzeilig inkl. Leerzeichen)

Newsletter-Werbung



Der Newsletter von Pfefferminzia.de wird im Direktversand verbreitet und erreicht seine Zielgruppe nahezu ohne Streuverlust. Die hohen Öffnungsraten und die positive Rückmeldung aus der Maklerschaft (MRTK) macht ihn zu einem äußerst effektiven Werbeträger für den Vertrieb von Versicherungs- und Finanzprodukten.

Zielgruppe u.a.:

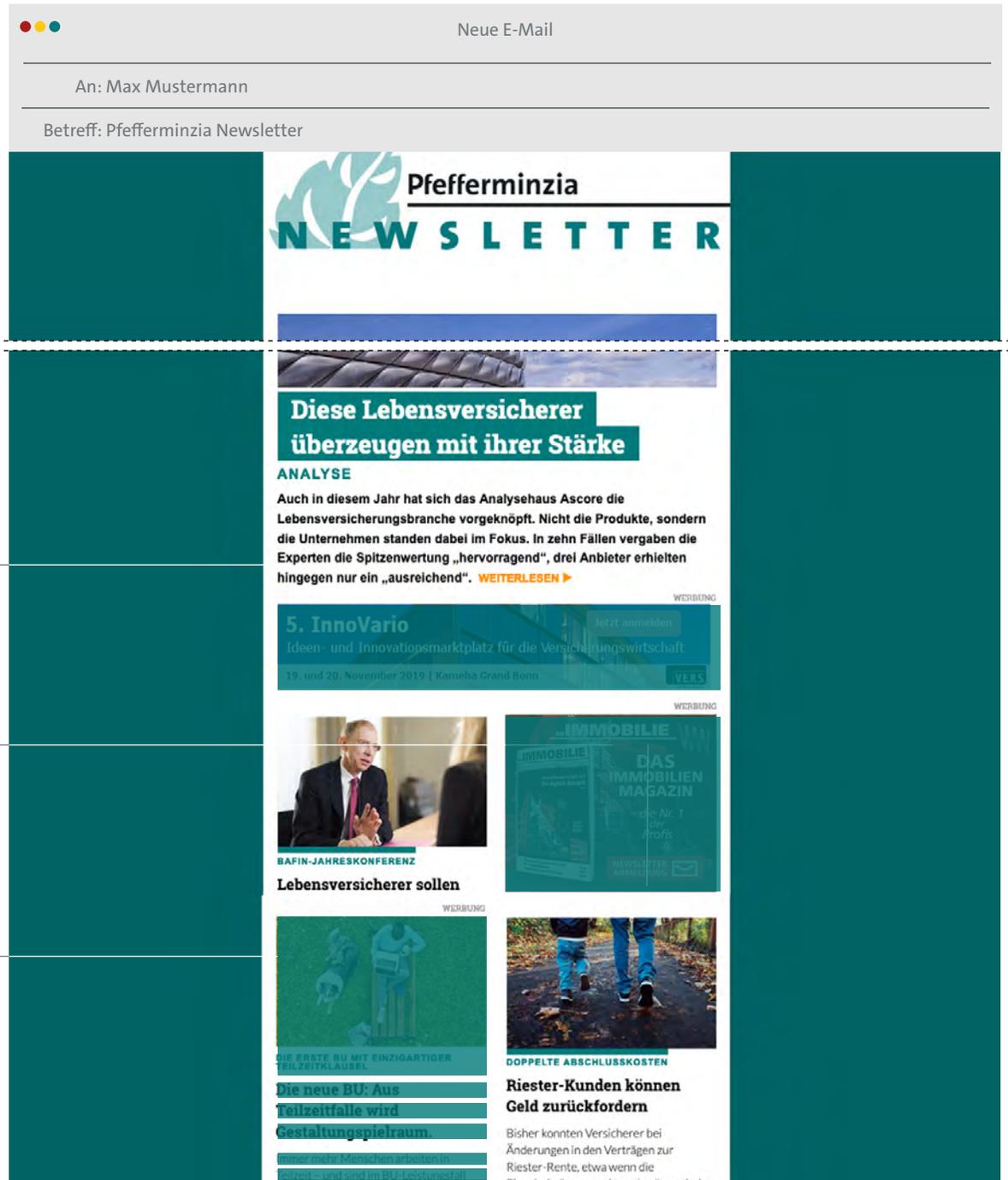
- Versicherungsmakler
- Versicherungsvermittler
- Mehrfachagenten
- Versicherungsberater
- Honorarberater
- freie Finanzdienstleister

Abonnenten: > 13.800

Newsletter-Frequenz 2x wöchentlich

Newsletter-Formate

Display-Formate grafisch dargestellt plus Preise



Fullsize-Banner

max. 50 kB (nicht animiert)
750 € pro Versand

Medium Rectangle

max. 50 kB (nicht animiert)
600 € pro Versand

Bild-/Textanzeige

(Bild: B 300 px x H 185 px
Text: max. 380 Zeichen inkl. Leerzeichen und Überschrift)
600 € pro Versand

Content-Marketing

Themenseite - oder Corporateseite

Wir platzieren Ihre Inhalte, Tarife, Videos und Angebote exklusiv im passenden Themenumfeld. So positionieren Sie sich auf Pfefferminzia.de als Spezialist und Meinungsführer in einem Ihrer Kerngeschäfte und profitieren von hohen Zugriffszahlen.

Dialogtools schaffen eine Schnittstelle zum Vertrieb und Umsatz.

Preis: ab 4.950 € pro Monat
zzgl. einmalige Erstellungskosten: 3.950 €

Casestudy

Thema: Assekuranz der Zukunft
Kunde: Standard Life

Detaillierte monatliche Reportings erleichtern Ihnen die Vertriebssteuerung.



Content-Marketing

Advertorials

Ein Advertorial auf Pfefferminzia ist ein redaktioneller Beitrag zu einem aktuellen Thema (Testbericht, Unternehmensporträt) im Umfang von 2.500 Zeichen, der über die Webseite und den Newsletter veröffentlicht wird. Auf diese Weise erreichen Sie eine hohe Reichweite und Durchdringung. Advertorials eignen sich besonders, um zum Beispiel Produktneuheiten, Nachrichten aus dem Unternehmen, Personal-News oder andere Informationen mit Nachrichten-Charakter und Hintergrundinformationen zu positionieren.

Preis: 1.650 €

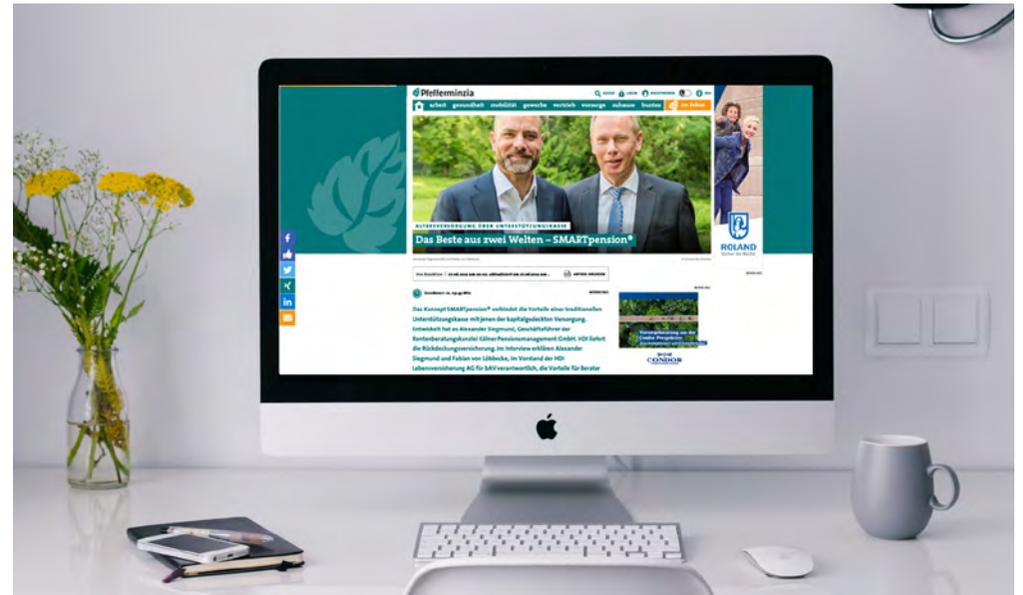


Interviews

Ein Interview auf Pfefferminzia bietet Ihnen die Möglichkeit, Ihre Botschaften, Positionen und Meinungen einem hochwertigen, anspruchsvollen Auditorium besonders authentisch mitzuteilen. Unsere Redakteure unterstützen Sie optimal, indem sie Gespräche mit hoher Attraktivität, Aktualität und Relevanz am Markt initiieren und so speziell Ihre Expertise wirkungsvoll in Szene setzen.

Ein Interview umfasst zwischen 3 und 6 individuell recherchierte und vereinbarte Fragen und Antworten und insgesamt zwischen 2.000 und 3.000 Zeichen. Die Veröffentlichung erfolgt über die Webseite und den Newsletter.

Preis: 1.950 €



Social Media

Reichweitenverlängerung - Beispiel Facebook

Der Pfefferminzia Facebook-Channel erreicht sehr dezidiert eine spezifische und täglich wachsende Fangemeinde aus der Assekuranz- und Finanzbranche. Ergänzend zur redaktionellen Plattform im Online-Magazin arbeitet unser erfahrenes Social Media-Team an der Verbreitung der News und der Steigerung der Interaktivität im direkten Dialog mit unseren Lesern - Ihren potenziellen und aktiven Partnern und Kunden.

Nutzen Sie diese Reichweite und die attraktiven Fachthemen für Ihr B2B-Marketing: Wir bieten Ihnen zwei leistungsfähige werbliche und redaktionelle Module an:
Facebook News-Posting und B2B-Facebook Ads.



Social Media

Facebook Ad

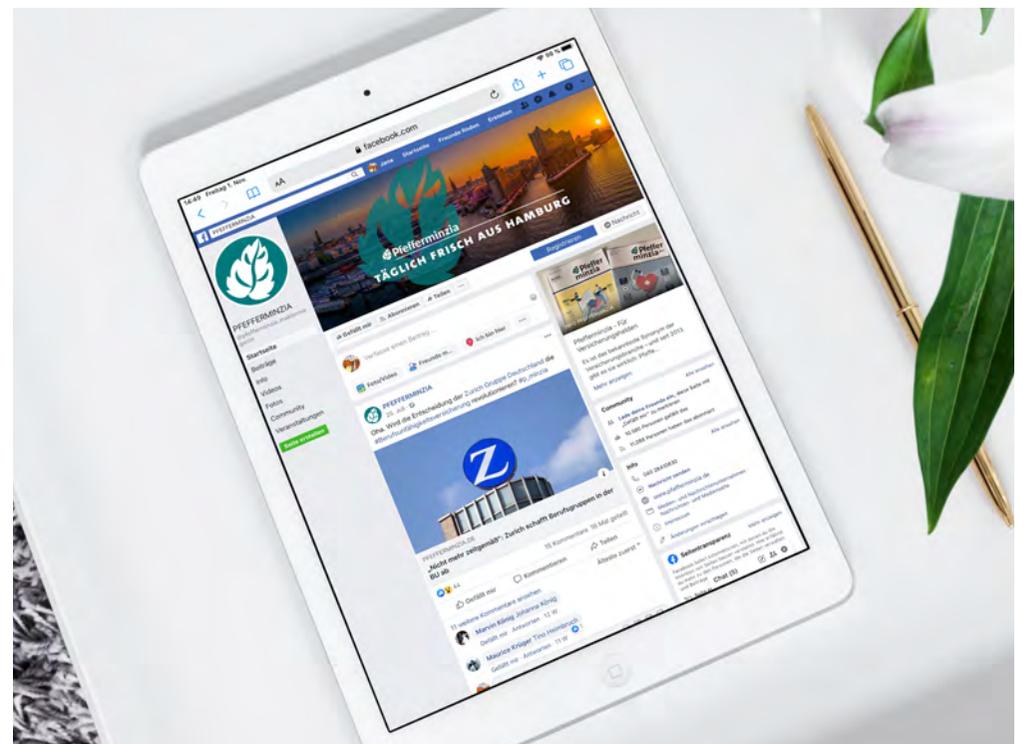
„Klassische“ Facebook-Werbung, die sich nach Absprache an eine bestimmte Zielgruppe innerhalb des Facebook Netzwerkes richtet.

Einzelbild:	1.080 x 1.080 px
mehrere Bilder (max. 5):	600 x 600 px
Text:	max. 150 Zeichen
Reichweite:	25.000 branchenaffine Nutzer
Preis:	1.750 €

Facebook Promoted Post

Hervorgehobener redaktioneller Beitrag auf den Facebook-Fanpages von Pfefferminzia mit individueller Headline, Bild und Text. Nur in Kombination mit einem Website-Advertorial möglich. Auf dieses muss verlinkt werden.

Einzelbild:	1.080 x 1.080 px
mehrere Bilder (max. 5):	600 x 600 px
Text:	max. 150 Zeichen
Reichweite:	25.000 branchenaffine Nutzer
Preis:	1.750 €



Twitter Promoted Tweet

Verbreitung eines Pfefferminzia-Tweets innerhalb des Twitter-Netzwerkes. Reichweite: bis zu 20.000 branchenaffine Twitter-Nutzer.

Tweet-Text: max. 116 Zeichen, 50 Zeichen für den Website-Titel
Bild: 800 x 320 px (Formate PNG oder JPG)
Preis: auf Anfrage



Lösungsmatrix

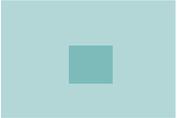
Für jedes Kommunikations- und Vertriebsziel das passende Format

Produkt	Standard Display Ads	Premium Display Ads	Newsletter-Anzeigen	Standalone-Newsletter	Themen-/Corporate-Seiten	Sponsored Posts/Advertorials	Videos	Webinare
Werbeziel								
Marke	●	●	●	●				
Top-Fokus		●	●	●				
Aktion & Performance			●	●	●	●	●	●
Targeting					●	●	●	●
Exklusivität				●	●	●	●	●
Expertenwissen vermitteln (Thought Leadership)					●	●	●	●
Langfristige Präsenz					●	●	●	●
Produktbezug & Vertriebswirkung				●	●	●	●	●
Lead-Generierung				●	●	●	●	●

● hervorragend geeignet ● gut geeignet

Übersicht: Formate & Preise*

Display Werbung – Spezifikationen Desktop & Tablet

Standardformate						
Format	Superbanner	Skyscraper	Wallpaper	Medium Rectangle oben (sichtbarer Bereich)	Medium Rectangle mittig	Square PopUp (Startseite)
Breite in px	↔ 728 px - 1000 px	↔ 160 px - 200 px	↔ Superbanner: von 728 - 1000 px Skyscraper: von 160 - 200 px	↔ 300 px	↔ 300 px	↔ 250 px
Höhe in px	↓ von 90 px - 110 px	↓ max 600 px	↓ Superbanner: von 90 - 110 px Skyscraper: max 600 px	↓ 250 px	↓ 250 px	↓ 250 px
maximale kB	max. 100 kB	max. 100 kB	max. 200 kB	max. 100 kB	max. 100 kB	max. 100 kB
Infos auf Seite	18	18	18	18	19	19
Rotation TKP	50 €	60 €	80 €	70 €	50 €	110 €

*Alle Preise in diesen Mediadaten verstehen sich zzgl. gesetzlicher MwSt.

Übersicht: Formate & Preise*

Display Werbung – Spezifikationen Desktop & Tablet

Specialformate



Format	Billboard	Sticky Footer	Sticky Footer Large
Breite in px	↔ 980 px	↔ 728 px	↔ 728 px
Höhe in px	↓ von 110 px - 250 px	↓ 90 px	↓ 110 px
maximale kB	max. 200 kB	max. 200 kB	max. 200 kB
Infos auf Seite	20	20	20
Rotation TKP	80 €	70€	90 €

*Alle Preise in diesen Mediadaten verstehen sich zzgl. gesetzlicher MwSt.

Übersicht: Formate & Preise*

Display Werbung – Spezifikationen Mobile

Standardformate				
Werbeform	Content Ad 6:1	Content Ad 4:1	Content Ad 2:1	Medium Rectangle
Breite in px	↔ 300 oder 320 px	↔ 300 px	↔ 300 px	↔ 300 px
Höhe in px	↓ 50 px	↓ 75 px	↓ 150 px	↓ 250 px
maximale kB	max. 100 kB	max. 100 kB	max. 100 kB	max. 100 kB
Infos auf Seite	21	21	21	21
Rotation TKP	50 €	50 €	50 €	55 €

*Alle Preise in diesen Mediadaten verstehen sich zzgl. gesetzlicher MwSt.

Übersicht: Formate & Preise*

Display Werbung – Spezifikationen Mobile – Exklusive

Premiumformate			
Werbeform	Baseboard ad	Medium Rectangle (Spot)	Native Teaser
Breite in px	↔ 320 px	↔ 300 px	↔ 300 px
Höhe in px	↓ 50 px	↓ 250 px	↓ 185 px
maximale kB	max. 100 kB	max. 100 kB	max. 100 kB
Infos auf Seite	21	21	21
Rotation TKP	80 €	80 €	80 €

*Alle Preise in diesen Mediadaten verstehen sich zzgl. gesetzlicher MwSt.

Übersicht: Formate & Preise*

Newsletter



Werbeform	Fullsizebanner (nicht animiert)	Bild-/Textanzeige (380 Zeichen Text)	Medium Rectangle
Breite in px	↔ 621 px	↔ Bild: 300 px	↔ 300 px
Höhe in px	↑ 75 px - 150 px	↑ Bild: 185 px	↑ 250 px
maximale kB	max. 50 kB		max. 50 kB
Infos auf Seite	23	23	23
Preis pro Schaltung	750 €	600 €	600 €

*Alle Preise in diesen Mediadaten verstehen sich zzgl. gesetzlicher MwSt.

Übersicht: Formate & Preise*

Newsletter

Newsletterart	Pfefferminzia.de-Newsletter	Standalone-Newsletter
Abonnenten/ Auslieferung	13.800	13.800
Format	HTML	HTML
Frequenz	2x wöchentlich	individuell
Preis	ab 600 €	2.750 € zzgl. 500 € (technische Kosten)

*Alle Preise in diesen Mediadaten verstehen sich zzgl. gesetzlicher MwSt.



Übersicht: Formate & Preise*

Specials

Werbeform	Beschreibung	Preis
e-Booklets	Ihr Thema / Produkt als B2C- oder B2B-Online Special zur Gewinnung von Kunden oder Vertriebspartnern	auf Anfrage
Themen e-Booklets	Ihre Teilnahme an einem B2C- oder B2B-Online Special zur Gewinnung von Kunden oder Vertriebspartnern	auf Anfrage
Veranstaltungs-Marketing	Individuelle Werbeaktion für Ihre Roadshows und Messen	auf Anfrage
Videos	Produktion: Skripting, Produktion, Postproduktion Verbreitung: Optimierung, Verbreitung, Reporting	auf Anfrage
Webinare	Ihre Themenauswahl und Beteiligung eines Ihrer Experten an einem Webinar der Pfefferminzia-Akademie	auf Anfrage

Übersicht: Formate & Preise*

Content-Marketing

Werbeform	Format / Umsetzung	Infos auf Seite	Preis
Advertorial	Ihr Thema als attraktiver redaktioneller Beitrag auf Pfefferminzia.de. Die Veröffentlichung erfolgt über die Webseite und den Newsletter.	25	1.650 €
Interview	Ein exklusives Interview zu einem Themenkomplex Ihrer Wahl. Die Veröffentlichung erfolgt über die Webseite und den Newsletter.	25	1.950 €
Themenseite	Wir platzieren Ihre Inhalte, Tarife, Videos exklusiv im passenden Themenumfeld (zzgl. einmalige Einrichtungskosten)	24	ab mtl. 4.950 €

Übersicht: Formate & Preise*

Social Media

Werbeform	Format / Umsetzung	Infos auf Seite	Preis
Twitter Promoted Tweet	Hervorgehobener Tweet auf dem Twitter-Channel von Pfefferminzia	28	auf Anfrage
Facebook Promoted Post	Hervorgehobener redaktioneller Beitrag auf der Facebook-Fanpage von Pfefferminzia	27	1.750 €
Facebook Ad	„Klassische“ Facebook-Werbung, die sich nach Absprache an eine bestimmte Zielgruppe innerhalb des Facebook-Netzwerkes richtet	27	1.750 €

Rabatte*

Rabatte in Euro

(Online: Banner und Newsletteranzeigen)

20,0%
ab 20.000 €

15,0%
ab 15.000 €

10,0%
ab 10.000 €

5,0%
ab 5.000 €



*Es kommt immer nur eine Rabattstaffel zur Anwendung.

Rabatte*

Mischformate-Umsatzstaffel

(Print und Online: Anzeigen, Advertorials,
Beilagen, Banner und Newsletteranzeigen)

20,0%

ab 40.000 €

10,0%

ab 25.000 €

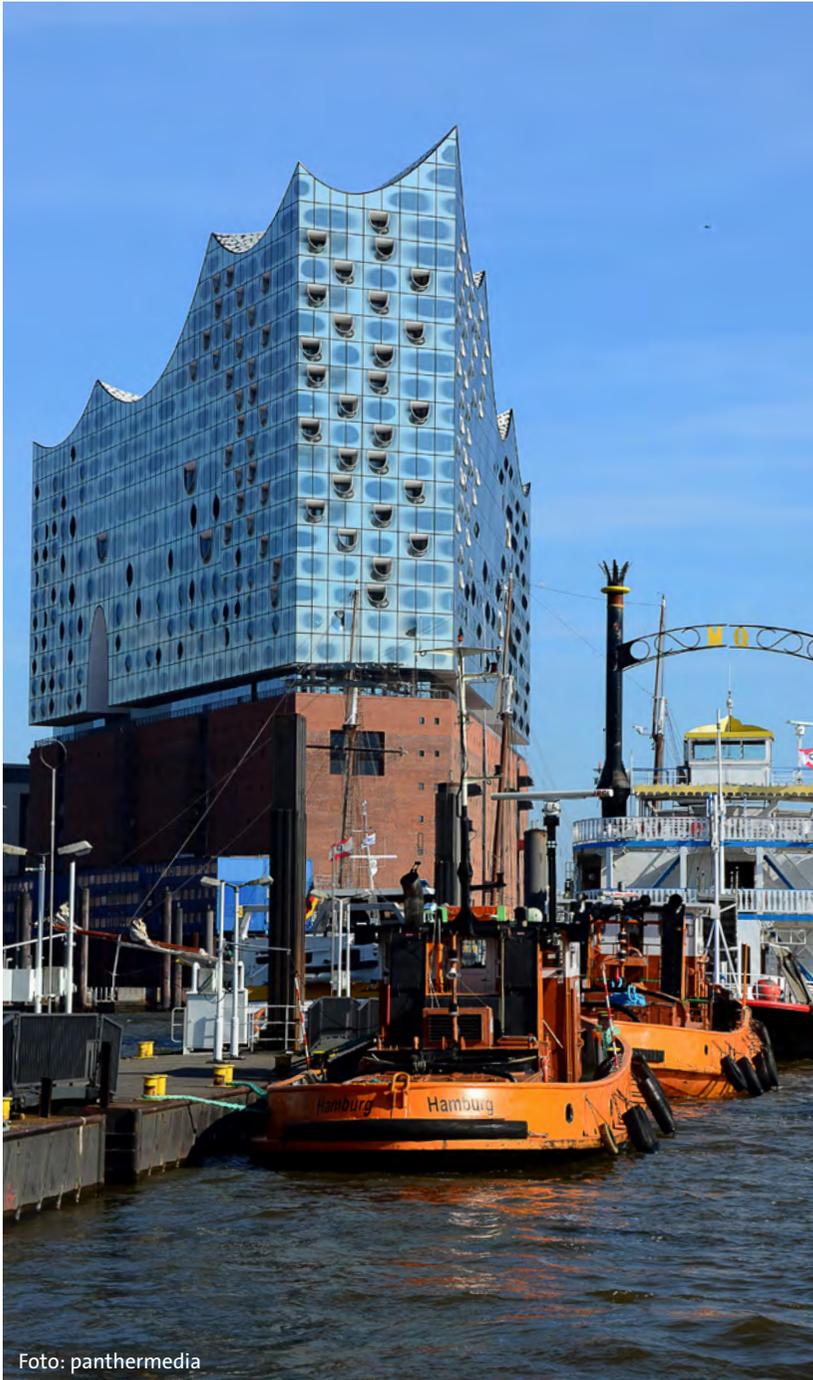
5,0%

ab 12.500 €



*Es kommt immer nur eine Rabattstaffel zur Anwendung.

Verlagsangaben



Verlag

Pfefferminzia Medien GmbH
Kattunbleiche 31a
22041 Hamburg

Geschäftsführung

Hero Harder, Matthias Heß

Telefon

+49 (0)40 28 41 083-0

Telefax

+49 (0)40 28 41 083-30

E-Mail

info@pfefferminzia.de

Internet

www.pfefferminzia.de

Handelsregister

HRB 140160,
Amtsgericht Hamburg

Bankverbindung

Kontoinhaber 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% Skonto, sofern keine älteren Rechnungen fällig sind.

Ansprechpartner



Foto: Sebastian Berger

Hero Harder

Geschäftsführung und Vertrieb

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

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

E-Mail: hero.harder@pfefferminzia.de



Foto: Sebastian Berger

Matthias Heß

Geschäftsführung und Vertrieb

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

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

E-Mail: matthias.hess@pfefferminzia.de



Foto: Jens Hannewald

Karen Schmidt

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

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

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

E-Mail: karen.schmidt@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

Online-Disposition

Britta Harder

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

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

E-Mail: britta.harder@pfefferminzia.de

Werbemitteldaten

senden Sie bitte unbedingt auch an

media@pfefferminzia.de

Um Ihre Werbemittel eindeutig zuordnen zu können geben Sie bitte immer folgende Informationen bei der Anlieferung an: →

- Kundenname
- Kampagnenname laut Auftrag
- Werbeformat
- Platzierung auf der Site oder im Newsletter
- Erscheinungstermine
- Laufzeiten
- Ansprechpartner für Rückfragen
- Motivname (optional)

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und andere Werbemittel auf Pfefferminzia.de

1. Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen (im Folgenden: „AGB“) gelten für alle Verträge zwischen dem Auftraggeber und der Pfefferminzia Medien GmbH (im Folgenden: „Auftragnehmerin“) über die Schaltung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel des Auftraggebers (im Folgenden insgesamt als „Anzeigen“ bezeichnet) auf der Webseite der Auftragnehmerin (www.pfefferminzia.de) und/oder in elektronischen Newslettern der Auftragnehmerin zum Zwecke der Verbreitung. Diese AGB gelten nicht für die Schaltung von Anzeigen in Printmedien.

2. „Anzeigenauftrag“ im Sinne dieser AGB ist der Vertrag über die Veröffentlichung von Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten auf der Website der Auftragnehmerin und/oder in elektronischen Newslettern der Auftragnehmerin zum Zwecke der Verbreitung.

3. Die Auftragnehmerin veröffentlicht die Anzeigen für die vertraglich vereinbarte Dauer oder bis zum Erreichen der vertraglich vereinbarten Ad Impressions (Aufrufe der Anzeigen) auf der vertraglich vereinbarten Werbefläche (Website und/oder elektronischer Newsletter).

4. Auftraggeber kann der Werbungtreibende selbst sein oder eine Agentur oder ein sonstiger Dienstleister, der im Auftrag eines Dritten für dessen Waren und/oder Dienstleistungen wirbt. Der Vertrag kommt vorbehaltlich abweichender schriftlicher Vereinbarung mit demjenigen zu Stande, der gegenüber der Auftragnehmerin als Auftraggeber auftritt. Im Falle der Buchung für einen Dritten, ist dieser der Auftragnehmerin zu benennen.

5. Mit der Erteilung eines Anzeigenauftrags erkennt der Auftraggeber diese AGB für den jeweiligen Auftrag in der bei Auftragserteilung jeweils gültigen Fassung und die jeweils gültige Preisliste der Auftragnehmerin als verbindlich an.

6. Abweichende Geschäftsbedingungen des Auftraggebers werden nur Vertragsbestandteil, wenn dies von der Auftragnehmerin ausdrücklich schriftlich bestätigt wird.

7. Werbemittel können z.B. aus Bildern, Texten, Tonfolgen, Bewegtbildern (u.a. Banner) oder aus sensiblen Flächen bestehen, die beim Anklicken mittels einer vom Auftraggeber genannten Online-Adresse eine Verbindung zu weiteren Daten herstellen, die im Bereich des Auftraggebers liegen (z.B. Link).

8. Der Vertrag zwischen Auftraggeber und Auftragnehmerin kommt zu Stande, wenn die Auftragnehmerin den Auftrag schriftlich bestätigt oder der Auftraggeber ein von der Auftragnehmerin erstelltes Angebot ohne Änderungen schriftlich annimmt. Telefax und Email wahren die Schriftform.

9. Terminvereinbarungen und Platzierungswünsche des Auftraggebers werden nur Vertragsbestandteil, wenn die Auftragnehmerin dies in der für den Vertragsschluss erforderlichen Form bestätigt hat.

10. Ist im Rahmen des Vertrages das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen durch den Auftraggeber vereinbart, so hat er diese innerhalb der zwischen den Parteien vereinbarten Frist zur Veröffentlichung abzurufen. Ist keine Frist vereinbart, so hat der Auftraggeber die Anzeigen binnen eines Jahres nach Vertragsschluss abzurufen. Nach Ablauf dieser Frist erlischt das Recht des Auftraggebers ersatzlos, Anzeigen abzurufen.

11. Ruft der Auftraggeber Anzeigen nicht, nicht rechtzeitig oder nicht vollständig ab, so steht ihm kein Anspruch auf Rückzahlung der vereinbarten Vergütung zu.

12. Der Auftraggeber sichert der Auftragnehmerin zu, dass er alle zur Schaltung der Anzeige erforderlichen Rechte besitzt und die Anzeigen deutlich als Werbemittel erkennbar sind. Wird durch die Anzeige auf andere Seiten verwiesen (Link), so übernimmt der Auftraggeber eine Gewähr dafür, dass diese Seiten

- keine Rechte (insbesondere Urheber-, Persönlichkeits- oder sonstige gewerbliche Schutzrechte) Dritter verletzen,
- nicht gegen sonstige gesetzliche Bestimmungen verstoßen und
- keine Viren, Würmer, Trojaner oder sonstige Links oder Verfahren beinhalten, die die Auftragnehmerin oder die Internetnutzer schädigen können oder der Verbreitung von Viren, Würmern oder Trojanern dienen.

13. Der Auftraggeber stellt die Auftragnehmerin auf erstes Anfordern von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der ihr von dem Auftraggeber überlassenen Werbemittel und der Seiten, auf die durch einen Link in den Anzeigen verwiesen wird, von Dritten gegen sie geltend gemacht werden. Die Freistellung umfasst auch die Kosten der notwendigen Rechtsverteidigung. Die vorstehenden Regelungen gelten sinngemäß auch für den Fall, dass der Auftraggeber aus anderen Gründen als zum Zwecke der Werbung dem Auftragnehmer Content (Text oder Bild) zur Verfügung stellt. Auch in diesen Fällen obliegt es dem Auftraggeber, den Auftragnehmer von Ansprüchen Dritter freizustellen, sollten diese im Zusammenhang mit dem zugelieferten Content erhoben werden.

14. Die Auftragnehmerin behält sich vor, Anzeigenaufträge abzulehnen, den (weiteren) Abruf von Anzeigen durch den Auftraggeber zu untersagen und die Abrufmöglichkeit zu entziehen, wenn

- der Inhalt einer Anzeige gegen Gesetze oder behördliche Auflagen und Bestimmungen verstößt,
- eine Anzeige Werbung Dritter oder für Dritte enthält, ohne dass dies der Auftragnehmerin zuvor zur Kenntnis gebracht worden ist, oder
- die Veröffentlichung einer Anzeige für die Auftragnehmerin aufgrund ihres Inhalts, ihrer Herkunft oder ihrer technischen Form der Auftragnehmerin nicht möglich oder zumutbar ist, oder
- aufgrund einer Anzeige ein Streit zwischen der Auftragnehmerin und einem Dritter oder dem Auftraggeber und einem Dritten besteht, infolgedessen ein Dritter Schadensersatzansprüche gegen die Auftragnehmerin wegen der Veröffentlichung der Anzeige geltend machen könnte.

15. Macht die Auftragnehmerin von ihrem Ablehnungsrecht nach bereits erfolgter Veröffentlichung einer Anzeige Gebrauch, so ist der Auftraggeber berechtigt, der Auftragnehmerin eine neue oder geänderte Anzeige zur Verfügung zu stellen, die nicht gegen Ziff. 14 dieser AGB verstößt. Hierdurch eintretende Verzögerungen bei der Veröffentlichung gehen zu Lasten des Auftraggebers. Ein Recht auf Rückerstattung der Vergütung steht dem Auftraggeber in keinem Fall zu, wenn der Inhalt einer Anzeige gegen Ziff. 14 verstößt.

16. Die Auftragnehmerin 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.

17. Der Auftraggeber ist ohne vorherige schriftliche Zustimmung der Auftragnehmerin nicht berechtigt, Ansprüche aus dem Vertrag an Dritte abzutreten oder auf Dritte zu übertragen, wenn sich dadurch der Inhalt der Anzeige ändert.

18. Die Auftragnehmerin ist berechtigt, Anzeigen, die nicht als solche erkennbar sind, bei der Veröffentlichung als „Anzeige“ zu kennzeichnen oder vom Auftraggeber zu verlangen, dass dieser eine entsprechende Kennzeichnung vornimmt. Die Kosten hierfür trägt der Auftraggeber. Die Auftragnehmerin kann die Anzeige auch vom redaktionellen Inhalt räumlich absetzen, um den Werbecharakter deutlich zu machen.

19. Die Werbemittel sind spätestens 5 Werktage vor dem vereinbarten Schaltungstermin in vollständiger, einwandfreier und für die Schaltung geeigneter Form vom Auftraggeber anzuliefern. Die Auftragnehmerin unterrichtet den Auftraggeber unverzüglich, wenn an dem Anzeigentext oder an einer Vorlage noch Änderungen vorgenommen werden müssen.

20. Stellt der Auftraggeber der Auftragnehmerin die Werbemittel nicht so rechtzeitig zur Verfügung, dass die Anzeige zu dem vereinbarten Schaltungstermin veröffentlicht werden kann, so ist die Auftragnehmerin berechtigt, die Veröffentlichung zum nächstmöglichen Schaltungstermin vorzunehmen. Hat der Auftraggeber einen bestimmten Zeitraum gebucht, so verschiebt sich dieser entsprechend in die Zukunft. Die Auftragnehmerin ist nicht verpflichtet, die vereinbarte Anzahl von Ad Impressions innerhalb eines kürzeren Zeitraums zu ermöglichen. Der Auftraggeber kann sich statt mit einer Verschiebung des Veröffentlichungszeitraums mit einer geringeren Anzahl von Ad Impressions im ursprünglich vereinbarten Zeitraum einverstanden erklären. Keiner der genannten Fälle berechtigt den Auftraggeber zu einer Kürzung der Vergütung.

21. Der Auftraggeber ist verpflichtet, die Anzeige nach erstmaliger Schaltung zu prüfen und der Auftragnehmerin unverzüglich anzuzeigen, wenn die Anzeige Fehler bzw. Mängel aufweist.

22. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unrichtiger oder unvollständiger Veröffentlichung der Anzeige nach seiner Wahl Anspruch auf Zahlungsminderung oder die Veröffentlichung einer einwandfreien Ersatzanzeige (Nachbesserung). Lässt die Auftragnehmerin eine ihr zum Zwecke der Nacherfüllung vom Auftraggeber gestellte angemessene Frist verstreichen, so steht dem Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung zu. Gleiches gilt im Falle fehlerhaft erstellter Anzeigen durch die Auftragnehmerin beim elektronischen Newsletterversand. In diesem Fall kann der Auftraggeber den Auftrag widerrufen, wenn die Ersatzanzeige nicht mängelfrei ist.

23. Die Auftragnehmerin übernimmt die dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende bestmögliche Wiedergabe der Anzeige. Übliche Ausfallzeiten aufgrund von planmäßigen und außerplanmäßigen Wartungsarbeiten berechtigen den Auftraggeber nicht zur Kürzung der Vergütung oder zur Geltendmachung sonstiger Rechte. Gleiches gilt für Zeiten, in denen die Wie-

dergabe der Anzeige nicht möglich ist aus Gründen, die von der Auftragnehmerin nicht zu vertreten sind (z.B. höhere Gewalt, Streiks oder Hackangriffe).

24. Weitergehende Mängelansprüche sowie Ansprüche des Auftraggebers auf Schadensersatz aus positiver Vertragsverletzung, unerlaubter Handlung, Verletzung von Pflichten bei Vertragsverhandlungen oder Nichterfüllung sind ausgeschlossen. Dies gilt nicht in Fällen

- des Vorsatzes oder der groben Fahrlässigkeit,
- bei Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit,
- wenn der Schaden auf einer schuldhaften Verletzung wesentlicher Vertragspflichten beruht,
- oder im Falle der Nichteinhaltung etwa übernommener Beschaffenheits- und Haltbarkeitsgarantien.

Wesentliche Vertragspflichten sind die jeweiligen vertraglichen Hauptleistungspflichten sowie sonstige vertragliche (Neben-)Pflichten, die im Falle einer schuldhaften Pflichtverletzung dazu führen können, dass die Erreichung des Vertragszwecks gefährdet wird. Der Höhe nach ist die Haftung stets auf den Ersatz des typischerweise vorhersehbaren Schadens begrenzt.

25. Im Falle zwingender gesetzlicher Haftung, etwa nach dem Produkthaftungsgesetz, gelten vorstehende Haftungsbeschränkungen nicht. Ansprüche der Auftragnehmerin wegen entgangenen Gewinns sind – gleich aus welchem Rechtsgrund – ausgeschlossen.

26. Die Abrechnung erfolgt in der Regel auf Basis des von der Auftragnehmerin erstellten Reportings. Weicht ein von dem Auftraggeber erstelltes Reporting hiervon ab, so bemühen sich die Parteien um eine einvernehmliche Regelung, welche Reportingzahlen der Abrechnung zu Grunde gelegt werden. Es kann ein Mittelwert vereinbart werden.

27. Rechnungen sind innerhalb von 14 Tagen nach Rechnungsdatum ohne Abzug zu bezahlen. Bei Zahlungsverzug werden die fälligen Forderungen mit 8%-Punkten über dem jeweiligen Basiszinssatz verzinst.

28. Wird dem Auftraggeber aufgrund eines von diesem versprochenen oder in Aussicht gestellten zukünftigen, dann in Summe rabattierfähigen Buchungsvolumens ein Rabatt gewährt, und wird das anfangs unterstellte Volumen am Ende des vereinbarten Zeitraums nicht erreicht, so hat der Auftraggeber den Betrag nachzuzahlen, der ihm aufgrund des anfangs unterstellten zukünftigen Buchungsvolumens als Rabatt eingeräumt worden ist.

29. Die Auftragnehmerin behält sich das Recht vor, vom Auftraggeber Vorkasse zu verlangen. Dies gilt auch für den Fall, dass der Auftraggeber sich bereits im Zahlungsverzug mit einer Zahlung befindet und weitere Aufträge vom Auftraggeber erteilt worden sind. Die Auftragnehmerin kann die Ausführung der weiteren Aufträge oder die Veröffentlichung von Anzeigen von einer Vorauszahlung oder dem vollständigen Ausgleich bereits fälliger Rechnungen durch den Auftraggeber abhängig machen.

30. Die Auftragnehmerin liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Screenshot der veröffentlichten Anzeige als Anzeigenbeleg. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung der Auftragnehmerin über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige. Auf Wunsch des Auftraggebers liefert die Auftragnehmerin ein Reporting über die Veröffentlichung der Anzeige.

31. Die Pflicht zur Aufbewahrung vom Auftraggeber übersandter Werbemittel endet drei Monate nach Ablauf des vereinbarten Veröffentlichungszeitraums. Die Auftragnehmerin ist berechtigt, die Werbemittel darüber hinaus unbegrenzt aufzubewahren.

32. Die Auftragnehmerin verpflichtet sich, die Rechte des Auftraggebers an den Werbemitteln, insbesondere das Urheberrecht, zu wahren.

33. Eine Stornierung des Auftrags durch den Auftraggeber ist möglich. Sie bedarf der Textform (Brief, Fax, E-Mail). Bei einer Stornierung mindestens 6 Werktage vor Schaltungsbeginn entstehen dem Auftraggeber keine Kosten. Bei Stornierungen, die danach, aber vor Schaltungsbeginn erfolgen, sind vom Auftraggeber 50% der vereinbarten Vergütung zu bezahlen. Bei einer späteren Stornierung, d.h. nach erstmaliger Schaltung der Anzeige, beziehungsweise nach Ablauf des vertraglich vereinbarten – erstmaligen – Schaltungstermins, ist die Auftragnehmerin berechtigt, dem Auftraggeber 100% der vereinbarten Vergütung in Rechnung zu stellen. Als Stornierung gilt es auch, wenn der Auftraggeber der Auftragnehmerin die Werbemittel nicht zur Verfügung stellt mit der Folge, dass eine Veröffentlichung der Anzeige nicht stattfinden kann.

34. Erfüllungsort ist der Sitz der Auftragnehmerin. Gerichtsstand ist Hamburg.

35. Es gilt deutsches Recht unter Ausschluss des UN-Kaufrechts.



Pfefferminzia

Mediadaten Online • gültig ab 01.01.2020