



# Mehr Geld in Serie: Reichweite und Umfeld für Ihre Kampagne

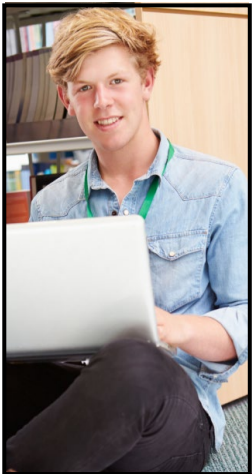
Print: Vermögensaufbau-Serien in  
CAPITAL, STERN und BRIGITTE, viele  
weitere Finanzumfelder

Digital: Reichweitenstarke individuelle  
Inszenierungen

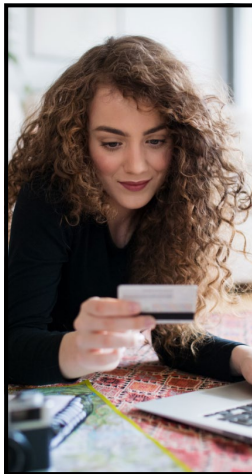
Februar 2025



# Geld ist ein Thema – ein Leben lang. Mit der Ad Alliance erreichen Sie alle Finanz-Zielgruppen!



Einsteiger



Frauen



Familien



Anleger



Immobilien-  
käufer



Entscheider

# Relevante Marken und Umfelder für Ihre Finanz-Kampagne

Jeder weiß, dass private Vorsorge wichtiger ist denn je. Die Marken der Ad Alliance nehmen den Menschen ihre Berührungängste und bereiten Finanzthemen nutzwertig, interessant und gut verständlich auf. Mit neuen Serien geben STERN, BRIGITTE und CAPITAL wichtige Impulse für die Vermögensplanung der Leser:innen und User:innen.

Nutzen Sie diese Umfelder für Ihre Kampagne! Unsere Medienmarken stehen für Seriosität und Glaubwürdigkeit – das wichtigste Kapital, wenn es um private Finanzen geht.





# CAPITAL-Serie „Die Bausteine für Ihr Vermögen“

CAPITAL zeigt in dieser Serie mit 7 Folgen, mit welchen Strategien und Produkten man es schafft, systematisch ein Vermögen aufzubauen und gegen Risiken abzusichern. Die neue Serie widmet sich in jeder Folge einem anderen Baustein. CAPITAL erklärt, wozu und warum man den jeweiligen Baustein braucht, wie man ihn einsetzt, mit welchem Gewicht und welchem Ziel.

- Ausgabe 06/25** ETFs: Sparpläne und Basisanlagen
- Ausgabe 07/25** Versicherungen: welche man wirklich braucht
- Ausgabe 08/25** Fonds: Aktien und Anleihen
- Ausgabe 09/25** Immobilien
- Ausgabe 10/25** Altersvorsorge (betrieblich und privat)
- Ausgabe 11/25** Zertifikate
- Ausgabe 12/25** Gold und andere Rohstoffe





# STERN-Serie „Sichere Geldanlagen“

Angesichts wirtschaftlicher und geopolitischer Herausforderungen sehnen sich viele Menschen nach einem sicheren Ort, um ihr Geld zu sparen. Der STERN zeigt in dieser Serie mit 3 Folgen Möglichkeiten der sicheren Geldanlage.

**STERN 20** | EVT: 08.05.2025, AS: 14.04.2025

Start der Serie im Extra „Geld“. Folge 1: Tages- und Festgeld – Geld parken und damit Plus machen

**STERN 21** | EVT: 15.05.2025, AS: 23.04.2025

Folge 2: Anleihen – welche Anleihen wirklich sicher sind und wie Sie sie bekommen

**STERN 22** | EVT: 22.05.2025, AS: 30.04.2025

Folge 3: Geldmarkt-ETFS – sind sie eine gute Alternative für das Tagesgeldkonto?





# BRIGITTE-Serie „Die besten Finanztipps für jedes Lebensalter“

BRIGITTE begleitet Frauen dabei, ihre Finanzen selbst in die Hand zu nehmen. Denn Frau kann jederzeit mehr aus ihrem Geld machen – und die beste Zeit ist immer jetzt! Von unverzichtbaren Versicherungen über clevere Anlagestrategien bis zu passgenauer Rentenoptimierung – BRIGITTE zeigt in dieser Serie mit 3 Folgen, welche Finanzentscheidungen für welche Lebensphase empfehlenswert sind.

Vermarkterbetrachtung: AdA, IQ, Republic, Funke, Media Impact, Burda, Bauer

**Ausgabe 13** | EVT: 04.06.2025, AS: 16.04.2025

Folge 1: Die finanzielle Rush-Hour des Lebens (zw. 30 und 45)

**Ausgabe 14** | EVT: 18.06.2025, AS: 02.05.2025

Folge 2: Die Ernte einfahren (zw. 45 und 60)

**Ausgabe 15** | EVT: 02.07.2025, AS: 16.05.2025

Folge 3: Meine beste Finanzentscheidung (Frauen erzählen)





# Viele weitere Finanz-Umfelder in Print

Nicht nur STERN, BRIGITTE und CAPITAL sondern auch die übrigen Print-Titel des Ad Alliance-Portfolios widmen sich dem Thema Finanzen – und erreichen Zielgruppen jeder Couleur: BRAVO und COUCH bieten Umfelder für Finanz-Einsteiger. GEO startet die neue Rubrik „Die Weltverbesserer“ über Menschen, die mittels intelligenter Finanzierung Gutes tun wollen. Die ELTERN-Magazine beraten junge Eltern hinsichtlich der finanziellen Absicherung ihrer Familie. Und TV 14 informiert in seinen nutzwertigen Ratgebern über wichtige Finanzthemen – von Versicherungen bis zum Immobilien-Teilverkauf.

Bei der Ad Alliance finden Sie Medien mit hoher Reichweite, vertrauensvoller Zielgruppenansprache und attraktiven Finanz-Umfeldern für Ihre Kampagne.

Alle Themen der nächsten Monate im [ContentFinder](#).



# Digitale Umsetzungen – ganz nach Ihrem Briefing...

Auch digital bringen unsere Marken ihre Zielgruppennähe und ihre Finanzkompetenz zum Einsatz und liefern den User:innen Nutzwert und Impulse für ihre private Geldanlage.

Sie haben die Möglichkeit, Ihre Kampagne mit einem Festplatzierungspaket reichweitenstark auf STERN, BRIGITTE, NTV und CAPITAL zu spielen. Oder Sie setzen Ihre Kampagne nativ in Szene – zum Beispiel in Form eines Multiple Content Specials mit unseren Marken. Buchen Sie die digitalen Umfelder als crossmediale Verlängerung zu Print oder digital only.







# DIGITAL: Unser Display-Angebot

Produkt	Leistung	Kosten
---------	----------	--------

## Festplatzierungspaket

In-Page (Desktop, Tablet, Apps, MEW)

Attraktive Reichweite im Finance & Entscheider-Umfeld der Ad Alliance

### Tagesfestplatzierung

- NTV Boerse
- CAPITAL Gesamt
- BRIGITTE Leben
- STERN Wirtschaft

Insgesamt

848.000\*

ab 11.194 € AE-Netto\*\*

(13,20 € eTKP)

\*Gern erstellen wir einen individuellen Mediaplan für Sie.

\*\*Nicht weitere rabatt- oder AE-fähig, rabattbildend für mögliche Commitments. Freie Wahl aus Standardwerbformen (Desktop: Sticky Sitebar, Wallpaper, Billboard + Mobile: MCA 1:1, Mobile Medium Rectangle, MCA 2:1), nicht-exklusive Festplatzierung



# DIGITAL: Unser Native-Angebot

Produkt	Leistung	Kosten
---------	----------	--------

## Multiple Content Special

4 Wochen Laufzeit, Basis: 3 redaktionelle Artikel  
und 3 Kundenartikel\*



Capital

Brigitte

ab  
250.000 Views\*

ab  
96.475€ AE-Netto\*\*

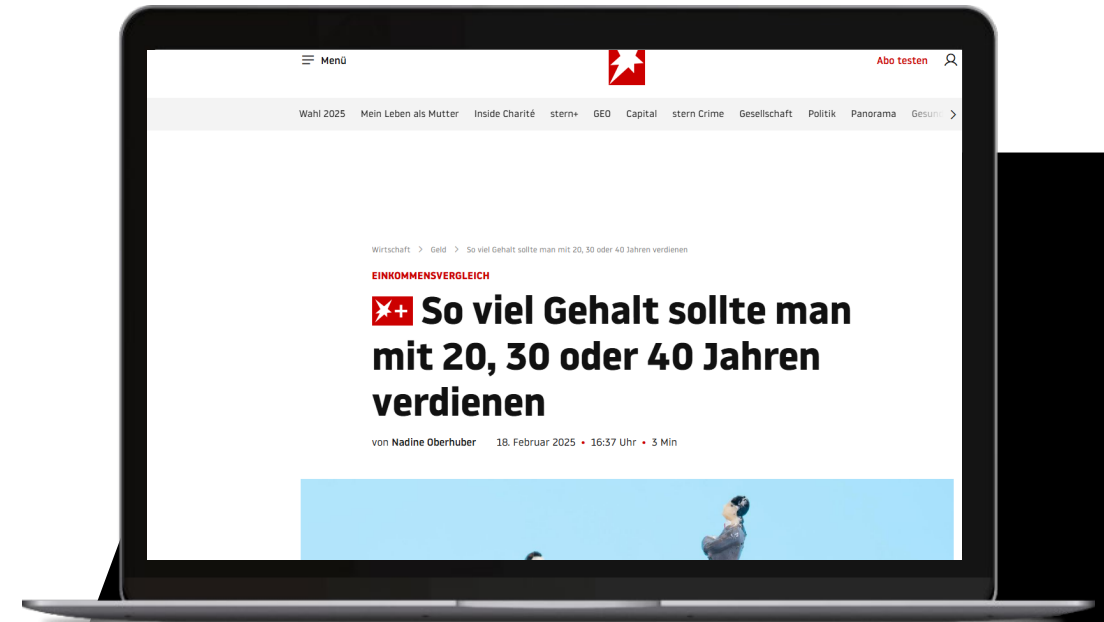
\*Weitere Marken auf Anfrage buchbar. Gern erstellen wir einen individuellen Mediaplan für Sie.

\*\*zzgl. 16.600€ Kreationskosten. Mediakosten sind rabattbildend aber nicht weiter rabattfähig. Kreationskosten sind nicht rabatt- und AE-fähig

# Multiple Content Special – Themenbeispiel STERN.de



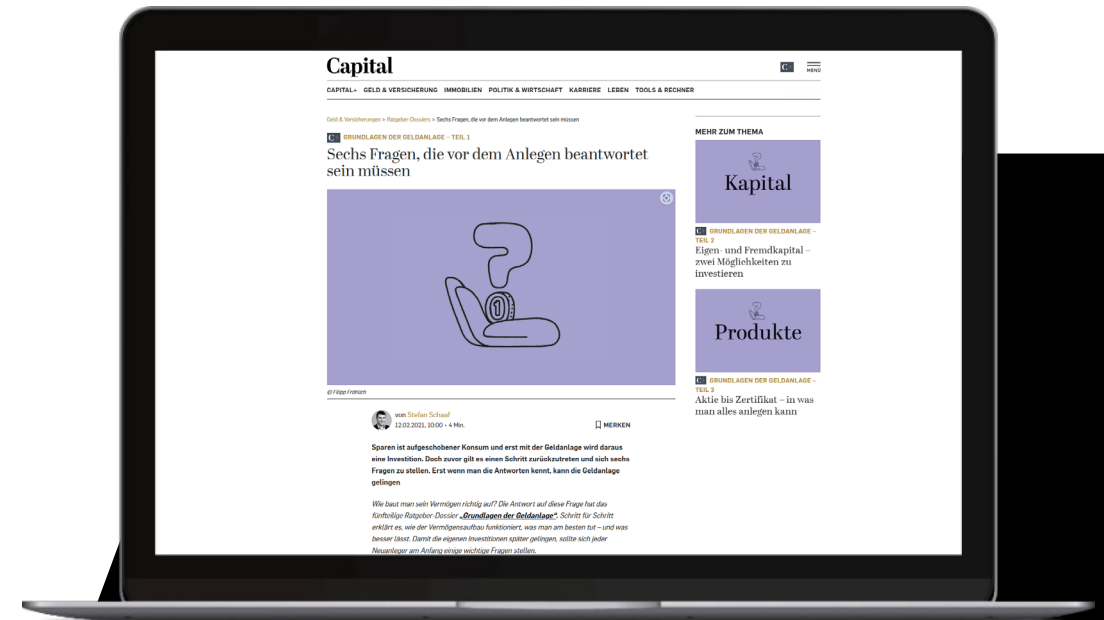
Wer heute um die 20 Jahre alt ist, muss mit der Gewissheit leben, nur noch eine marginale Rente zu erhalten. Die Beschäftigung mit Geldanlage ist daher unerlässlich. Doch es gibt auch eine gute Nachricht: Wer jung ist, hat die Zeit auf seiner Seite. Man muss sie bei der Geldanlage zu nutzen wissen.



# Multiple Content Special – Themenbeispiel CAPITAL.de

Capital

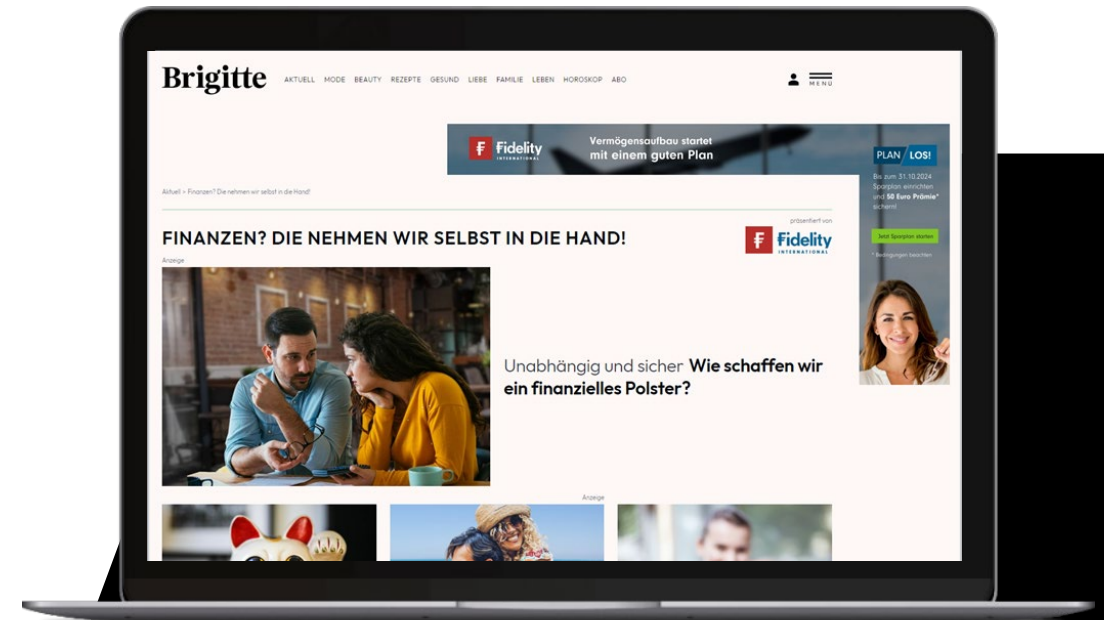
Was mache ich am besten mit meinem Geld und wie kann ich es vermehren? Das ist die große Frage, die viele Menschen umtreibt. Ob an der Börse, mit einem Investment in eine Immobilie oder in die spätere Rente: CAPITAL zeigt verschiedene Wege der Geldanlage auf, die eine jeweils passende und gute Rendite abwerfen, sodass Anlegerinnen und Anleger gut aufgestellt in die Zukunft gehen.



# Multiple Content Special – Themenbeispiel BRIGITTE.de

Brigitte

Über Geld spricht man nicht? BRIGITTE schon! Es ist höchste Zeit, dass sich Frauen ganz selbstverständlich mit Finanzen und Geldanlage beschäftigen. In diesem Special stellt BRIGITTE wichtige Infos rund um das Thema „Mehr Geld in Serie“ zur Verfügung. User:innen erfahren alles zu Rentenlücke, Pay Gap, ETFs und Altersvorsorge.





**Das  
Angebot auf  
einen Blick**



# Top-Finanzumfelder für jede Zielgruppe und jede Lebensphase



10 %  
Sonderrabatt\*  
bei Buchung von  
2 Finanzumfeldern



CAPITAL, STERN und BRIGITTE bieten ab Mai 2025 Top-Geldanlageumfelder, die "in Serie" belegt werden können. CAPITAL zeigt alles Wissenswerte für den Vermögensaufbau, der STERN widmet sich dem Thema Sichere Geldanlagen, und BRIGITTE begleitet Frauen bei Finanzentscheidungen in jeder Lebensphase. Parallel zu Print oder zeitlich unabhängig können auch **xDigitale Geldanlage-Specials** umgesetzt werden. Bei uns finden Sie den perfekten Zielgruppen-Fit für Finanzkampagnen aller Art – von BRAVO (Kampagnen für Einsteiger) bis hin zu NTV.de (Entscheider).

Alle Finanzumfelder: [ContentFinder](#).



CAPITAL-Serie:  
„Die Bausteine für  
Ihr Vermögen“



STERN-Serie:  
„Sichere  
Geldanlagen“



BRIGITTE-Serie:  
„Die besten  
Finanztipps für  
jedes Lebensalter“

## Reasons why

- Attraktive Serien mit hohem Aufmerksamkeitswert
- Qualität und Glaubwürdigkeit bei der Zielgruppenansprache
- Hohe Reichweiten in Print und Digital (u.a. STERN, NTV.de)



\* 10 Prozent Print-Sonderrabatt nur gültig bei Neubuchung von mind. 2 Finanzumfeldern mit EVT im Zeitraum 01.03. bis 31. 12.2025; Rabatt wird ggf. konsekutiv auf den bestehenden Kundenrabatt gewährt



# Top-Finanzumfelder für jede Zielgruppe und jede Lebensphase

Umfeld-Angebot

<b>Elevator Pitch &amp; USP</b>	Reichweitenstarkes Umfeld-Angebot – Relevanz und der richtige Zielgruppen-Approach für alle Lebensphasen
<b>Effekt / Resultat</b>	Aufmerksamkeit und Glaubwürdigkeit für Finanzkampagnen durch Platzierung inmitten der (Serien-)Umfelder
<b>Branche &amp; Zielkunden</b>	Finanz-Kunden: Banken, Fonds-Gesellschaften, Versicherungen, Neobroker etc.
<b>Format</b>	Print: Standard-Formate in den (Serien-)Umfeldern, Digital: Festplatzierungspaket und Multiple Content Special
<b>Gattung &amp; Werbeträger</b>	Print und Digital: STERN, CAPITAL, BRIGITTE, COSMOPOLITAN, GEO, NTV.de, TV14, AUTO ZEITUNG, ELTERN, BRAVO etc.
<b>Pricing &amp; Konditionen</b>	Print: 10 Prozent Sonderrabatt bei Neubuchung von mind. 2 Finanzumfeldern mit EVT im Zeitraum 01.03. bis 31. 12.2025; Rabatt gilt auch im Falle bestehender Jahresvereinbarungen; Sonderrabatt wird konsekutiv auf Kundenrabatte angewendet
<b>Laufzeit</b>	Laufzeit des Angebots bis Dezember 2025





# Wichtige Hinweise

Die vorgestellten Ideenansätze sind nicht im Detail abgestimmt und verstehen sich vorbehaltlich aller Zustimmungen der jeweiligen Sender, Titel bzw. Plattformbetreiber der einzelnen Vermarkter.

## **Nutzungsrechte**

Das in dieser Präsentation gezeigte Material und sein gesamter Inhalt sind gemäß den geltenden Urheberrechtsgesetzen geistiges Eigentum des Vermarkters Ad Alliance GmbH.

Jede teilweise oder vollständige Nutzung, Nachahmung oder Weitergabe von geschützten Inhalten bedarf der vorherigen schriftlichen Genehmigung des Rechteinhabers.

Sofern Teile des durch Ad Alliance geschuldeten Leistungsumfanges auch die technische Veranstaltung eines Gewinnspiels oder die Durchführung eines Events ist, ist der Vertragspartner dazu berechtigt, diesen Teil der Leistung unter Beachtung der Vertragsbedingungen Gewinnspiele der Ad Alliance GmbH (abrufbar unter [www.ad-alliance.de/agb](http://www.ad-alliance.de/agb)) an Dritte weiterzuverkaufen.

Es gelten die Vertragsbedingungen Gewinnspiele und die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Ad Alliance GmbH (abrufbar unter [www.ad-alliance.de/agb](http://www.ad-alliance.de/agb)).

Der Vermarkter Ad Alliance GmbH behält sich vor, die Verletzung von Urheberrechten zivil- und strafrechtlich zu verfolgen.

© Ad Alliance GmbH | 2025



# AdAlliance

Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Ad Alliance GmbH, abrufbar unter [www.ad-alliance.de/agb](http://www.ad-alliance.de/agb).

Für den Vermarkter Media Impact GmbH & Co. KG handelt die Ad Alliance GmbH als Dienstleister: Für Media Impact agiert die Ad Alliance GmbH im Namen und für Rechnung der Media Impact GmbH & Co. KG.

Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen von der Media Impact GmbH & Co. KG, abrufbar unter: [www.mediaimpact.de/de/agb](http://www.mediaimpact.de/de/agb), es sei denn es ist anders gekennzeichnet.