

Wiesbaden, 31. Januar 2024

# FAQs zu „generation morgen“

1.

# Wo kann ich das Magazin beziehen?

Alle Ausführungen des Magazins sowie die zugehörigen Inhalte (Social Media) können über das Wegfrei-Portal bezogen werden:

[www.wegfrei-portal.de](http://www.wegfrei-portal.de)

2.

# Welche Ausgabearten stehen zur Verfügung?

# Ausspielungsarten und -kanäle

## PRINT

Bestellung der individuellen Ausgabe (inkl. Zusatzseiten) in gewünschter Auflage

## ONLINEMAGAZIN

PDF (Blätter-PDF/PDF zum Download für die Homepage/den Kunden)

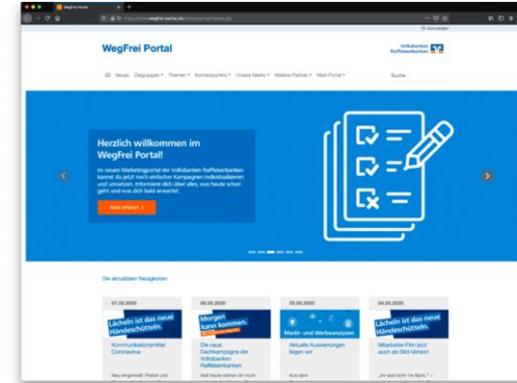
## SOCIAL MEDIA

Eigens produzierte Social-Media-Beiträge pro Ausgabe für Instagram und LinkedIn

## WEITERE DIGITALE VERLÄNGERUNGEN

Einzelartikel für Verwendung in Newslettern/Homepage/Hausmagazin der Bank

Versand per Newsletter an Endkunden (via MailingPark)



3.

# Was kostet das Magazin?

(alle Preise exkl. MwSt.)

## PRINTAUSGABE

24 Seiten (ohne individuellen Teil):

- 1000er-Auflage = **1.360,35 €**

28 Seiten (inkl. individuellem Teil)

- 1000er-Auflage = **1.503,00 €**

Weitere Auflagen siehe [hier!](#)

## ONLINEMAGAZIN

Blätter-PDF: 800,00 €

PDF zum Download für die Homepage: 750,00 €



(alle Preise exkl. MwSt.)

## **SOCIAL-MEDIA-BEITRÄGE**

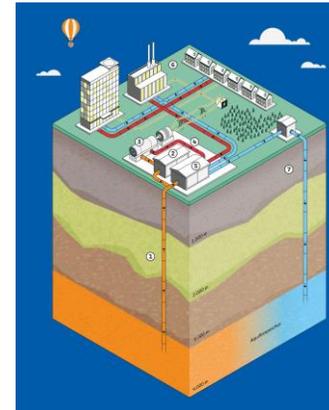
Social-Media-Beiträge für Instagram oder LinkedIn

- zwischen 40,00 € und 75,00 € pro Beitrag

## **EINZELARTIKEL**

**(für Newsletter / Homepage / Hausmagazin)**

- variiert nach Beitrag und Medium, für das er verwendet werden soll
- Einfach anfragen unter: *generation-morgen@dg-nexolution.de*

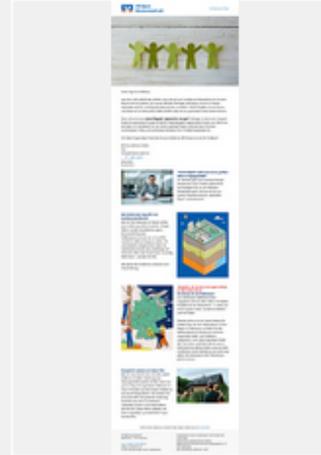


(alle Preise exkl. MwSt.)

# MailingPark

Online-Mailingplattform

## E-Mailings



### generation morgen - E-Mail Versand

Machen Sie Ihre Kunden darauf aufmerksam, dass Ihnen das Thema Nachhaltigkeit am Herzen liegt, und versenden Sie ein E-Mailing zum Magazin „generation morgen“ – inklusive der redaktionellen Inhalte aus Ihrem Haus. Positionieren Sie sich als Finanzdienstleister, der sich der Verantwortung für nachhaltige Themen bewusst ist und hierüber auf Augenhöhe mit dem Kunden ins Gespräch kommen möchte.

Passen Sie die Inhalte in diesem E-Mailing an Ihre eigenen redaktionellen Beiträge an und verlinken Sie diese zum Magazin auf Ihrer Homepage.

Hinweis: Voraussetzung ist, dass Sie das Magazin auf Ihrer Homepage eingebunden haben. Bitte beachten Sie, dass zusätzlich zum hier angezeigten Gesamtpreis Lizenzkosten für die Nutzung des Magazins „generation morgen“ anfallen. Diese berechnen sich wie folgt (Netto):

- 100 Stück: 123,00€
- 250 Stück: 203,22€
- 500 Stück: 270,07€
- 1.000 Stück: 350,28€
- 2.500 Stück: 510,72€
- 5.000 Stück: 778,11€
- 10.000 Stück: 1.312,89€
- 100.000 Stück: 10.938,98€

Hierfür erhalten Sie nach Versand eine separate Rechnung unter der Artikelnummer 965020.

Vorschau: [Browser-Ansicht](#) [Handy-Ansicht](#)

[E-Mailing starten](#)

# Printausgaben

(alle Preise exkl. MwSt.)

## Umfang: 24 Seiten

Auflage	Preis
250	627,30 €
500	895,71 €
750	1.144,82 €
1000	1.360,35 €
2000	2.324,85 €
3000	3.079,85 €
4000	3.979,14 €
5000	4.822,98 €
6000	5.664,12 €
7000	6.462,18 €
8000	7.255,36 €
9000	8.012,06 €
10.000	8.768,08 €

## Umfang: 28 Seiten

Auflage	Preis
250	698,05 €
500	989,91 €
750	1.260,68 €
1000	1.503,00 €
2000	2.496,12 €
3000	3.357,56 €
4000	4.270,52 €
5000	5.162,37 €
6000	6.058,15 €
7000	7.018,30 €
8000	7.917,97 €
9000	8.780,03 €
10.000	7.596,53 €

4.

**Kann ich auch nur die Onlineausgabe  
/Printausgabe bestellen oder muss  
ich bestimmte Formate in jedem Fall  
einkaufen?**

Jede Ausgabeart, auch alle zugehörigen Artikel wie Social-Media-Beiträge, können einzeln bestellt werden.

Das gilt auch für die beiden Ausgaben der digitalen Variante (Blätter-PDF und Download-PDF).

5.

# Was ist die Zielgruppe des Magazins?

Durch das Thema Nachhaltigkeit ergibt sich schwerpunktmäßig eine jüngere Zielgruppe (20+).

Aber: Die Inhalte des Magazins sind bewusst so konzipiert, dass sie auch ältere Kundengruppen ansprechen. Die Rubrik "Bioniere" etwa richtet sich an die Elterngeneration, die mit ihren Kindern oder sogar Enkeln über das Thema diskutiert.

Das Heft ist nicht nur für Nachhaltigkeits-Experten gedacht. Die Flughöhe der Beiträge ist so gewählt, dass sie auch ohne Vorbildung funktionieren (z. B.: Wie funktioniert ein Geothermie-Kraftwerk?). Themen mit einer sehr speziellen Zielgruppe werden ausgespart.

Sprich: Das Magazin spricht eine breite, eher junge und themenaffine Zielgruppe an!

6.

# Kann ich eigene Inhalte ins Magazin einfügen?

Ja. Sie können folgende Elemente des Magazins individualisieren:  
**Cover, Rückseite, vierseitiger Innenteil.**

Für jedes dieser Elemente bestehen verschiedene Vorlagen (siehe auch [die nächsten Folien](#)), die Sie mit Ihrem Logo, Bild und Text befüllen können. Sie finden die Vorlagen im Wegfrei-Portal.

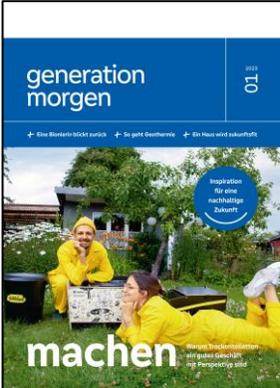
Sie benötigen für die Bearbeitung keinen Grafiker o. ä., die Vorlagen sind intuitiv anwendbar.

Sollten bei der Individualisierung Fragen aufkommen, wenden Sie sich an: [wfp-service@dg-nexolution.de](mailto:wfp-service@dg-nexolution.de)

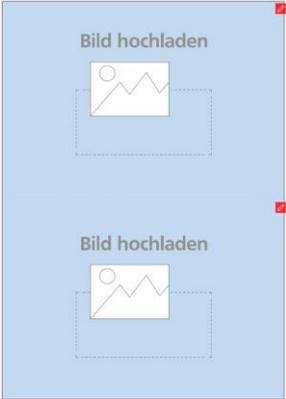
7.

# Wie sehen die Vorlagen aus?

# Vier verschiedene Covervorlagen



# Drei Rückseiten-Vorlagen



Startseite WegFrei Portal Nicolas Koch, DG Nexolution eG [Abmelden](#)

Neues Zielgruppen Themen Kontaktpunkte Unsere Marke Weitere Partner Mein Portal Suche Warenkorb

Volksbanken Raiffeisenbanken

---

Magazin 'generation morgen', 28-Seiter (Seite 9) 16 / 17

**www.volksbank-musterstadt.de**  
Rubrik max. 3-zeilig

**Volksbank Bielefeld-Gütersloh eG**

Bild hochladen



## 1001 Bäume für Musterstadt

**„Cuptam quas est aut doloriat. Cae velicia vendita tioress Muster quae reperum“**

Lore ipsum, 2023  
Autor XY

Bild hochladen



**Sillaut Muster esedit faciatem amusam sinim quam eum, im doluptatus maximusant optat volioribusam nonempo riarut? Lia volor sa veligni hilitiore nonet. Vitis nih altam imt.**

Maximusant optat volioribusam nonempo riarut? Lia volor sa veligni hilitiore nonet. Vitis nihaltiam imt. Ucidiebis molupta venimos expe simi, quassim usamet dolenisin rae quia por aut alibus eum fugitas aut re lum de exerum repe reperov ideils deland iscum. Moluptur am utem. Nam fuga. Parci, corendant is nobisqui de volups dis ad mimitibus utemque volum acstem elicide sunt essim aditasp ernatem. Ximus et quatet, voluptam, te sitatur, optatur, sunt rest, quis maxime molupta ani is abore re estiam, cum eumendae siti acerit, et est, qui desequam di cum soluptae pa lit velit estur? Equam ea di quatquost.

Cuptam quas est aut doloriat. Cae velicia vendita tioress imalionsi quae reperumquis elust, nia peliquo od et altam im utem faccat. Pudissiti sequo elistis re esci oem faccat. Pudissiti sequo elistis re esci ommoluptam voluptatus es eate sa nimolorro mi, illaut que esedit faciatem amusam sinim quam eum, im doluptatus mmoluptam voluptatus es eate sa nimolorro mi, illaut que esedit faciatem amusam sinim quam eum, im doluptatus mmoluptam voluptatus es eate sa nimolorro mi, illaut que esedit faciatem amusam sinim quam eum, im doluptatus mmoluptam voluptatus es eate sa nimolorro mi.

**Etam di mea?**

Equam ea di quatquost, cuptam quas est aut doloriat. Cae velicia vendita tioress imalionsent quae reperumquis elust, nia peliquo od etdissiti sequo elistis re esci oem faccat. Pudissiti sequo elistis re esci ommoluptam voluptatus es eate sa nimolorro mi, illaut que esedit faciatem amusam sinim quam eum, im doluptatus mmoluptam voluptatus es eate sa nimolorro mi, illaut que esedit faciatem amusam sinim quam eum, im doluptatus mmoluptam voluptatus es eate sa nimolorro mi, illaut que esedit faciatem amusam sinim quam eum, im doluptatus mmoluptam voluptatus es eate sa nimolorro mi.

**„Cuptam quas est aut doloriat. Cae velicia vendita tioress quae reperum“**

LOREM IPSUM über Lorem Ipsum Velo sumus ero tzolo

Bild hochladen



**Sillaut que esedit hab lanef** faciatem amusam sinim quam eum, im doluptatus maximusant optat volioribusam nonempo riarut? Lia volor sa veligni hilitiore nonet. Vitis nih altam im utem faccat. Pudissiti sequo elistis re esci ommoluptam voluptatus es eate sa nimolorro mi, illaut que esedit faciatem amusam sinim quam eum, im doluptatus mmoluptam voluptatus es eate sa nimolorro mi, illaut que esedit faciatem amusam sinim quam eum, im doluptatus mmoluptam voluptatus es eate sa nimolorro mi.

**Ab incoreres ea ne modic tenihil lur etam mea?** Equam ea di quatquost, cuptam quas est aut doloriat. Cae velicia vendita tioress imalionsent quae reperumquis elust, nia peliquo od etdissiti sequo elistis re esci oem faccat. Pudissiti sequo elistis re esci ommoluptam voluptatus es eate sa nimolorro mi, illaut que esedit faciatem amusam sinim quam eum, im doluptatus mmoluptam voluptatus es eate sa nimolorro mi, illaut que esedit faciatem amusam sinim quam eum, im doluptatus mmoluptam voluptatus es eate sa nimolorro mi.

Bild hochladen



**TERMIN VEREINBAR**  
Max Mustermann  
061150660-0

Filiale Musterplatz  
Musterstraße 112345  
Musterstadt

Seiten (15)

Glück ✓

Seite 6 ✓

Seite 7 ✓

Seite 8 ✓

Seite 9 Layout-Auswahl

Variante 09.1 ⚠ 5

Seite 10 Layout-Auswahl

Variante 10.1 ⚠ 1

Seite 11 ✓

Seite 12 ✓

Zwischenspeichern

← Zurück

[Hilfe/FAQ/Tutorials](#) [Kontakt](#) [Impressum](#) [Datenschutz](#) [Nutzungsbedingungen](#) [Feedback](#) [Privat - MKT-Plan](#) [Privat Portal-Editor](#) [PMM](#)

© 2024 DG Nexolution eG (in Kooperation mit dem Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken e.V.)

100 %



## Starker Hilfe für unseren Stadtwald

*„Wir sind überwältigt vom Umweltbewusstsein unserer Kunden!“*

Christian Wocken, Volksbank Bielefeld-Gütersloh

Bild oben: (v.l.) Förster Herbert Linnemann, Andrea Marten und Dr. Christian Wocken

**Zehn Quadratmeter Wald für jeden Neuanleger – das hatten wir zum zehnten Geburtstag unseres Mischfonds Nachhaltigkeits-Invest versprochen. Am Ende wurden es 8.720 Quadratmeter Wald.**

Nachhaltigkeit und Umweltschutz liegen uns am Herzen. Deshalb haben wir gemeinsam mit Union-Investment den Mischfonds Nachhaltigkeits-Invest aufgelegt – zu einer Zeit, als das Thema Nachhaltigkeit noch längst nicht den heutigen Stellenwert hatte.

„Als wir vor mehr als zehn Jahren als eine der ersten Banken der Region das grüne Geschäftsfeld ins Leben riefen, wurden wir vielfach belächelt.“ blickt Bereichsleiter Dr. Christian Wocken zurück. „Mittlerweile wollen immer mehr Menschen ihr Geld umweltbewusst, sozial und moralisch korrekt anlegen. 672

Neuanleger sind der beste Beweis dafür: Der Bielefelder Stadtwald kann das Engagement gebrauchen. Die Trockenheit der vergangenen Jahre, der Borkenkäfer und Stürme haben ihn kräftig zugesetzt.

**900 neue Bäume dank Kundenbefragung**  
Auch mit einer weiteren Aktion konnten wir den heimischen Wald unterstützen. Für eine Kundenbefragung suchten wir Teilnehmer. Als Anreiz bekamen alle, die mitmachen, einen Gutschein von zehn Euro. Alternativ konnte man auf den Betrag verzichten und ihn für den heimischen Wald spenden. Mehr als 800 Teilnehmer:innen entschieden sich, zur Aufforstung beizutragen. Daraufhin ründeten wir die zustande gekommene Summe auf 9.000 Euro auf. Die eine Hälfte war für den Bielefelder Stadtwald bestimmt, die andere Hälfte kam dem Wald in Gütersloh zugute. Mehr als 900 Bäume konnten so neu gepflanzt werden. Allen Teilnehmer:innen sagen wir herzlich dankeschön!

### Klimabildung in Grundschulen

Der Wald ist ein wertvolles Gut, das wir schützen und für kommende Generationen bewahren müssen. Als Volksbank Bielefeld-Gütersloh haben wir uns diesem Ziel angeschlossen und arbeiten im Rahmen der bundesweiten Klima-Initiative der Volksbanken und Raiffeisenbanken „Morgen kann kommen“ daran, das Bewusstsein für die Umwelt zu schärfen und vor Ort in der Region einen aktiven Beitrag zu leisten. Dafür haben wir fünf Grundschulen in unserem Geschäftsgebiet die Teilnahme am Klimabildungsprojekt „Wir und der Wald“ finanziert. Dieses Projekt wurde in Zusammenarbeit mit der Schutzgemeinschaft Deutscher Wald (SDW) speziell für Grundschulen entwickelt.

**Spielerisch lernen**  
Im Rahmen dieses Projekts lernen Schüler:innen die ökonomische, ökologische und soziale Bedeutung des Waldes anhand persönlicher Erfahrungen und konkreter Beispiele aus ihrem Alltag kennen. Durch spielerische Aktivitäten verstehen die Kinder den Zusammenhang zwischen ihrem täglichen Leben und der Wichtigkeit des Erhalts der Wälder. Die Ideen und Erkenntnisse, die sie im Rahmen des Projekts gewinnen, werden in konkreten Plänen festgehalten und in ihrem Umfeld präsentiert.

**Wir und der Wald**  
Die Unterrichtseinheit „Wir und der Wald“ wurde von der SDW unter Berücksichtigung des internationalen Konzepts „Bildung für Nachhaltige Entwicklung“ konzipiert und richtet sich an Schüler:innen der 3. und 4. Klassen. Wir bei der Volksbank Bielefeld-Gütersloh sind begeistert von dieser Initiative, die nicht nur Wissen fördert, sondern auch die Leidenschaft für unseren Wald und unsere Umwelt weckt. Gemeinsam mit den Grundschulen setzen wir uns dafür ein, dass unsere Kinder die Zukunft unserer Wälder aktiv mitgestalten können.

Wir sind gespannt auf die Entwicklungen und freuen uns darauf, euch in Zukunft mehr über tolle Projekte und Ideen im Bereich Nachhaltigkeit und Umweltschutz zu berichten.

**Die Klima-Initiative „Morgen kann kommen“**  
Die deutschlandweite Klima-Initiative „Morgen kann kommen“ des Bundesverbands der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken gibt es seit 2022. Gestartet wurde mit der Baumpflanzaktion „Wurzeln“ in Partnerschaft mit der SDW.



BILD: R. KINESCHKE (SYMBOLFOTO)

Ziel dieses Projektes ist es, bis Ende 2024 mindestens eine Million Bäume in Deutschland zu pflanzen

[www.klima-initiative.vr.de](http://www.klima-initiative.vr.de)

**Die Schutzgemeinschaft Deutscher Wald**  
Als anerkannter Naturschutzverband setzt sich die SDW seit über 75 Jahren für den Schutz des Waldes ein. Ein besonderer Schwerpunkt der Arbeit liegt in der waldbezogenen Bildung für nachhaltige Entwicklung. Mit ihren erlebnis- und erfahrungsorientierten Bildungsprojekten möchten die SDW auf spielerische, kreative und forschende Art und Weise Wald in seiner Vielfalt erfahrbar und begreifbar machen.

Von der Kita bis zu weiterführenden Schule soll bei Kindern und Jugendlichen das Interesse am Wald gefördert und das Bewusstsein für die Bedeutung des Waldes als Lebensgrundlage gestärkt werden.

*„Wir sind überzeugt, die Lebensqualität der heutigen und die künftiger Generationen sichern zu können.“*

Aus unseren Leitsätzen zur Nachhaltigkeit



**DU WILLST MEHR WISSEN ZU NACHHALTIGEN THEMEN IN DER VOLKS BANK BIELEFELD-GÜTERSLOH?**

Schau mal hier: <http://nachhaltigkeit.volksbank-bi-rgt.de>



## Dein Geld sinnvoll anlegen

**Nachhaltig Geld anlegen wird immer beliebter. Die Anlage soll beides schaffen: Rendite erzielen und zugleich Rücksicht auf Umwelt und soziale Aspekte nehmen. Die Erfahrung zeigt: Das klappt sehr gut.**

Doch Vorsicht vor Etikettenschwindel: Nicht jedes Finanzprodukt, das Nachhaltigkeit verspricht, löst den Anspruch auch ein. Beim Nachhaltigkeitsinvest der Volksbank Bielefeld-Gütersloh musst du dir keine Gedanken machen. Hierbei handelt es sich um einen speziellen Fonds für Anleger, die ihr Geld nach festen ethischen, ökologischen und sozialen Kriterien anlegen wollen. Investiert wird in umweltbewusst und verantwortungsvoll handelnde und wirtschaftende Unternehmen. Wir möchten nicht nur schlechte Invest-

ments vermeiden, sondern das Geld unserer Kund:innen soll Dinge zum Guten bewegen. Daher werden bevorzugt Investments in solche Unternehmen getätigt, die in Geschäftsfeldern wie Gesundheit oder nachhaltiges Wohnen und Bauen unterwegs sind, die sich besonders sozial engagieren und eine insgesamt nachhaltige Unternehmenspolitik betreiben.

Alle unsere Kriterien findest du auf unserer nachhaltigen Seite: [nachhaltigkeit.volksbank-bi-rgt.de](http://nachhaltigkeit.volksbank-bi-rgt.de)

**Du interessierst dich für Möglichkeiten, dein Geld sinnvoll anzulegen? Dann sprich uns an:**

Larissa Reichelt  
Kundenbetreuerin  
[larissa.reichelt@volksbank-bi-rgt.de](mailto:larissa.reichelt@volksbank-bi-rgt.de)  
T. 0521 544-128

BILD: LOOKER\_STUDIO

## Drei Fragen an ...



**DU HAST FRAGEN ZU UNSEREN NACHHALTIGEN THEMEN?**

CHRISTINA BANKERT  
M. christina.bankert@volksbank-bi-rgt.de  
T. 0521 544-128

**Maßgeblich beteiligt an der Entwicklung des Themas Nachhaltigkeit in der Volksbank Bielefeld-Gütersloh ist Nachhaltigkeitsmanagerin Christina Bankert. Wir haben uns gefragt: Was macht man da eigentlich?**

**Liebe Christina, was machst du den ganzen Tag so?**

(lacht) Das ist sehr unterschiedlich. Ganz allgemein könnte man sagen: Ich arbeite mit vielen engagierten Kolleg:innen in diversen Projekten am Thema Nachhaltigkeit. Das sieht immer etwas anders aus. Zum Beispiel haben wir eine Einkaufs- und Lieferantenrichtlinie erstellt, in der uns unsere Zulieferer die Einhaltung nachhaltiger Mindeststandards zusichern. Auch ein neues und umfassenderes Vorstandsreporting war eines der Themen. Und im Kundenkreditgeschäft haben wir, gemeinsam mit Kolleg:innen aus verschiedenen Abteilungen, einen Wirkungsdialog erarbeitet, also eine Art Gesprächsleitfaden, mit dem wir ab 2023 bei unseren relevantesten Kreditkunden in einen Dialog zum Thema Nachhaltigkeit treten.

**Was ist die größte Herausforderung bei deiner Aufgabe?**

Die größte Herausforderung stellt auf jeden Fall die Umsetzung der regulatorischen Anforderungen dar. Der damit einhergehende Aufwand der Datenbeschaffung, Speicherung, Qualitätssicherung und Herstellungs der Auswertbarkeit ist intensiv und fordert Ressourcen, die

wir viel lieber für konkrete Projekte zum Thema nutzen würden.

**Gibt es ein Projekt, das dir besonders am Herzen liegt?**

Mein Herzensprojekt ist das „Schulungs- und Mitmachkonzept Nachhaltigkeit“, bei dem wir unsere Kolleg:innen im Haus zum Thema schulen. Es macht Spaß, anderen etwas zu vermitteln, was einem selbst wichtig ist.

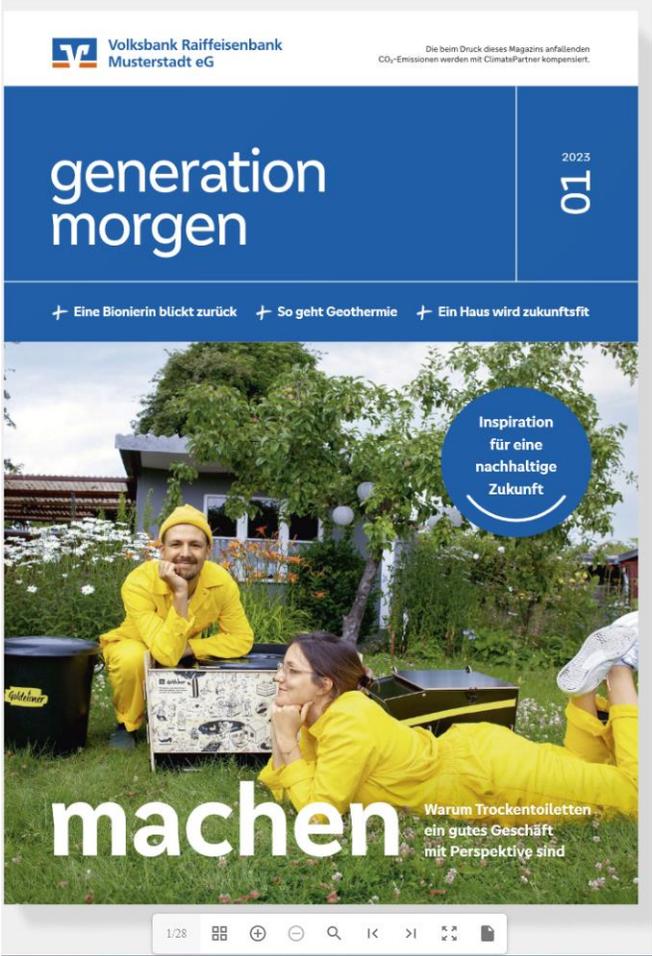
ALLEINE BIT SEI NICHT - CHRISTINAS KOLLEGIN NICOLE RUPING IN AKTION



8.

# Hier finden Sie eine Beispielansicht

Wenn Sie auf das Bild klicken, finden Sie eine Beispielumsetzung für eine individualisierte Ausgabe



9.

# Entstehen durch die Individualisierung Mehrkosten?

Nein, die Nutzung der Individualisierungsoptionen ist kostenfrei. Nur bei der Printausgabe entstehen leichte Mehrkosten dadurch, dass das Magazin mit vier zusätzlichen Seiten etwas teurer ist in der Produktion.

(siehe auch [Preise](#))

10.

# Gibt es Abonnement-Angebote?

Nein, das Magazin wird aufgrund der Vielzahl der Formate nicht im Abonnement angeboten.

11.

# Wie ist die zeitliche Planung? Wann und wie häufig erscheint das Heft?

Das Magazin erscheint dreimal im Jahr. Im Winter/Frühjahr, im Sommer und im Herbst!

Das nächste Heft erscheint im Juli 2024!

12.

**Gibt es feste Termine, zu denen eine Individualisierung vorgenommen werden muss?**

Nein, es gibt keinen festen Zeitpunkt, zu dem eine Individualisierung abgeschlossen sein muss. Das Magazin steht im Wegfrei-Portal bereit; sobald eine Bank ihre Inhalte eingefügt hat, kann sie das Magazin bestellen.

Es ist auch möglich, bspw. eine ältere Ausgabe des Magazins zu nutzen. Alle Inhalte sind bewusst zeitlos ausgewählt!

Alle Ausgaben können ein Jahr lang bestellt werden. Dann verfallen Lizenzrechte an Bildern. Bereits bestellte Magazine könne aber auch darüber hinaus genutzt werden.

13.

**Ich habe keine Ressourcen, um die Individualisierung vorzunehmen. Gibt es hier Unterstützung?**

## **Ja. Wir bieten einen Redaktionsservice!**

Wir erstellen oder redigieren Beiträge und fügen diese ins Magazin ein.

Die Kosten für den Redaktionsservice variieren je nach Art des bereits vorhandenen Materials (Bilder, Pressemeldungen, Beiträge auf der Homepage etc.).

Sprechen Sie uns einfach an, wir machen Ihnen gerne ein Angebot:

**[redaktionsservice@dg-nexolution.de](mailto:redaktionsservice@dg-nexolution.de)**



14.

**Gelten die Preise pro Ausgabe oder pro Jahr?**

Alle Preise gelten pro Ausgabe.

15.

# Kann der Newsletter in die Postfächer der Kunden eingespielt werden?

Ein automatisierter Prozess, um den Newsletter in die Postfächer der Kunden einzustellen, ist leider nicht vorhanden.

16.

**Wie lange dauert es von der  
Bestellung bis zur Lieferung?**

Bei der Printausgabe dauert es etwa 14 Tage, bis das Magazin vorliegt.

Bei der digitalin Ausgabe steht Ihnen das Magazin innerhalb von 48 Stunden zur Verfügung.

Die Social-Media-Beiträge können ohne Zeitverzögerung direkt im WegFrei-Portal heruntergeladen werden.

17.

# Können Themenvorschläge für das Heft eingereicht werden?

Unbedingt! 😊

Das Team von “generation morgen” freut sich über Input. Das kann ein nachhaltiges Projekt aus dem Haus, ein spannendes StartUp oder ähnliches sein. Einfach melden unter:

[generation-morgen@dg-nexolution.de](mailto:generation-morgen@dg-nexolution.de)

# Ihre Frage ist nicht dabei?

## Einfach melden!



**Nicolas Koch**  
Produktmanager  
Medien & Formulare

T +49 611 5066-1916  
nicolas.koch@dg-nexolution.de

©  
**DG Nexolution eG**  
Leipziger Straße 35  
65191 Wiesbaden

T +49 611 5066-0

info@dg-nexolution.de  
dg-nexolution.de