



Mediadaten Nr. 02

Verbandsstrategie



Das meistverbreitete
Magazin zur Verbands-
kommunikation.

Stark: Das meistverbreitete Magazin zur Verbandskommunikation.

Der Verbandsstrategie erscheint alle 4 bis 6 Wochen und richtet sich an Verbandsmitarbeitende, die in Pressestellen, PR-Abteilungen oder in anderen Kommunikationsbereichen tätig sind. Mit über 2.700 Empfänger/innen ist der Verbandsstrategie das meistverbreitete Magazin in dieser Zielgruppe.

Vielfältig: Alle Themen der Verbandskommunikation.

Das Online-Magazin widmet sich wechselnden Schwerpunktthemen wie z.B. Fundraising, Lobbying, Mitgliederkommunikation sowie Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Den Verbandsstrategen gibt es aber auch in gedruckter Form.

Umfassend: Online-Medium für Kommunikationsexperten.

So breit aufgestellt wie unsere Inhalte ist auch unsere Leser/innenschaft. Die Abonnierenden des Verbandsstrategen kommen aus allen Verbandsarten und vertreten die wichtigsten deutschen Branchen.

Zahlreiche Unternehmen, Medien und Institutionen erreichen mit uns erfolgreich ihre Zielgruppen.





Dorothea A. Zügner,
M.A., Redaktion & Presse, Festland Verlag GmbH

»Seit Jahren sind Verbandsstrategie und OECKL Anzeigenpartner. Es gibt eine große Schnittmenge unserer beider Zielgruppen: Verbände und Organisationen sowie deren Pressestellen. Der Verbandsstrategie liefert vielfältige und gut gestaltete Inhalte mit praktischen Tipps rund um die Belange von Verbänden, der OECKL das Rohmaterial: aktuelle Namen und Kontaktdaten in der Politik und von Verbänden in Wirtschaft und Gesellschaft. Eine ideale Ergänzung!«

»Über eine Anzeigenschaltung im Verbandsstrategen erreichen wir die Verantwortlichen in Verbänden und NGOs, die auf der Suche nach geeigneten Locations sind. Die Reichweite des Newsletters – Verbände in ganz Deutschland – ist beeindruckend.«



Nils Oetken, Key Account Manager
Associations Central Europe, AccorHotels



»Ich bin Fan des Verbandsstrategen, weil mir die Gastbeiträge und Statements frische Impulse für meine eigene Verbandsarbeit geben. Dazu kommen gut recherchierte Fakten von ADVERB und die Möglichkeit durch eigene Beiträge zu wichtigen Themen Stellung zu beziehen.«

Dr. Helena Melnikov, Hauptgeschäftsführerin,
Waren-Verein der Hamburger Börse e. V.

»Mir gefällt die abwechslungsreiche Schwerpunktsetzung des Verbandsstrategen besonders. Denn es werden nicht nur aktuelle Trends, beispielsweise in der Online-Kommunikation, sondern auch die klassischen PR-Instrumente in den Blick genommen. Die regelmäßige Lektüre hilft also, immer wieder neue Impulse für die eigene Arbeit zu bekommen und im Job ›up to date‹ zu sein.«



Cornelia Jurrmann, Referentin Presse und Kommunikation,
Bundesarbeitsgemeinschaft der Berufsbildungswerke e. V.

Heftnummer / Ausgabe	Thema	Erscheinungsdatum	Anzeigenschluss	Druckunterlagenchluss
#82/2019	Sonderausgabe: Trends 2020	18.09.	04.09.	11.09.
#83/2019	LinkedIn	17.10.	03.10.	10.10.
#84/2019	Stiftungskommunikation	15.11.	01.11.	08.11.
#85/2020	Alles neu – Kick-off für moderne Verbands-PR	31.01.	17.01.	24.01.
#86/2020	Member Journey	18.02.	04.02.	11.02.
#87/2020	Verbände im Homeoffice	20.03.	06.03.	13.03.
#88/2020	Digitale Events – Veranstaltungen jetzt neu denken	28.04.	14.04.	21.04.

Stand: 17.04.2020, Ausgabentitel sind Arbeitstitel. Änderungen vorbehalten.






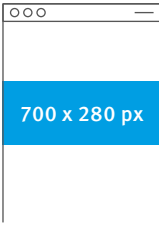
Heftnummer / Ausgabe	Thema	Erscheinungsdatum	Anzeigenschluss	Druckunterlagenchluss
#89/2020	Corporate Design	26.05.	12.05.	19.05.
#90/2020	E-Mail-Marketing	23.06.	09.06.	16.06.
#91/2020	Newsroom	14.07.	30.06.	07.07.
#92/2020	Influencer-Marketing	11.08.	28.07.	04.08.
#93/2020	Vorbereitung Bundestagswahl '21 (Wahlprüfsteine)	08.09.	25.08.	01.09.
#94/2020	Jahresplanung '21	06.10.	22.09.	29.09.
#95/2020	Leadgenerierung	10.11.	27.10.	03.11.

Stand: 17.04.2020, Ausgabentitel sind Arbeitstitel. Änderungen vorbehalten.

Anzeigenformate und -preise

Anzeigen

Newsletter

Format						
Größe	210x297 mm	210x148,5 mm	210x99 mm	73x297 mm	210x74,25 mm	700x280 px
Preis je Anzeige	€ 450,00	€ 250,00	€ 175,00	€ 175,00	€ 125,00	€ 175,00
Vorzugsplatzierungen für ganzseitige Anzeigen	Letzte Innenseite des Umschlags (U3) € 600,00 Rücktitel (U4) € 900,00	-	-	-	-	-
Anlieferung	Alle für das Magazin bestimmten Anzeigen müssen mit 2 mm umlaufendem Beschnitt angelegt und als Druck-PDF im CMYK-Farbraum ausgegeben werden. Newsletter-Anzeigen benötigen keinen Beschnitt, sind im RGB-Farbraum anzulegen und als JPG oder PDF anzuliefern.					

Bei Mehrfachbuchung in verschiedenen Ausgaben: Sonderpreis auf Anfrage. Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

Advertorials

Format	1/1 Seite	1/2 Seite
Größe	210x297 mm	210x148,5 mm
Preis je Advertorial	€ 1.000,00	€ 500,00
Zeichenzahlen (inkl. Leerzeichen)		
Headline	max. 95	max. 60
Subheadline	max. 75	max. 55
Fließtext	max. 2.100	max. 1.200 / 1.000*

*ohne / mit Zwischenheadline

Bei Mehrfachbuchung in verschiedenen Ausgaben: Sonderpreis auf Anfrage. Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer. Der Preis umfasst eine Abstimmungsstufe zum Layout.

Layout 1/1- und 1/2-Seite



Advertorials sind ein besonderes Anzeigenformat, das sich in seiner Gestaltung am Layout des Magazins orientiert. Mithilfe eines Advertorials lässt sich ein Thema ausführlicher behandeln, um so der Zielgruppe einen profunderen Einblick mit weniger werblichem Charakter zu geben.

Ganz- und halbseitige Advertorials bieten Platz für einen Kontaktkasten inkl. Ansprechpartner/innenbild und Logo. Im halbseitigen Advertorial können Sie ein weiteres Bild, im ganzseitigen ein bis zwei Bilder unterbringen. Die von Kundenseite bereitgestellten Texte und Bilder werden durch unsere Grafikabteilung in das entsprechende Layout gesetzt.

Buchung für Ausgabe/n:

Heftnummer/ Ausgabe

Heftnummer/ Ausgabe

Heftnummer/ Ausgabe

Heftnummer/ Ausgabe

Anzeigen/Advertorials

Anzeige	Format	Preis
<input type="checkbox"/> 1/1 Seite	210 x 297 mm	€ 450,00,-
<input type="checkbox"/> 1/2 Seite (quer)	210 x 148,5 mm	€ 250,00,-
<input type="checkbox"/> 1/3 Seite (quer)	210 x 99 mm	€ 175,00,-
<input type="checkbox"/> 1/3 Seite (hoch)	73 x 297 mm	€ 175,00,-
<input type="checkbox"/> 1/4 Seite (quer)	210 x 74,25 mm	€ 125,00,-
<input type="checkbox"/> Newsletter	700 x 280 px	€ 175,00,-
<input type="checkbox"/> Umschlag U3	210 x 297 mm	€ 600,00,-
<input type="checkbox"/> Umschlag U4	210 x 297 mm	€ 900,00,-

Advertorials

<input type="checkbox"/> 1/1 Seite (hoch)	210 x 297 mm	€ 1.000,00,-
<input type="checkbox"/> 1/2 Seite (quer)	210 x 148,5 mm	€ 500,00,-

Hiermit bestätige ich, dass ich die AGB zur Kenntnis genommen habe und akzeptiere.

Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

Ihre Kontaktdaten

Organisation

Vorname, Name

Straße, Nr.

PLZ, Ort

Telefon

Fax

E-Mail

Ort, Datum / Stempel / Unterschrift

Buchungsformular

Verbandsstrategie
Reinhardtstr. 12
10117 Berlin

Fax 030 30 87 85 88 – 77
E-Mail redaktion@verbandsstrategie.de

Herausgeber

ADVERB – Agentur für Verbandskommunikation
Christian H. Schuster (Inh.)
Reinhardtstraße 12, 10117 Berlin
USt-IdNr. DE270862837

Geschäftsbedingungen

Erfüllungsort und Gerichtsstand sind Berlin.
Es gelten die AGB.

Redaktion

Christian H. Schuster, Chefredakteur
(V.i.S.d.P. + Verantwortlicher gemäß § 5 TMG + § 55 RfStV)

Konto

Postbank Berlin
IBAN: DE05 1001 0010 0828 0071 09
BIC: PBNKDEFFXXX

Zahlungsbedingungen

30 Tage nach Erhalt ohne Abzug,
14 Tage nach Rechnungsdatum.

Anzeigenleitung/-disposition

Milena Stieffermann
T 030 30 87 85 88–55
F 030 30 87 85 88–77
mil@agentur-adverb.de

Druckunterlagen

Die Druckdaten sind ausschließlich im CMYK-Farbraum und mit einer Auflösung von mindestens 300 dpi sowie einem umlaufenden Beschnitt von 2 mm anzuliefern. Bei Zusendung von Dateien im RGB-Farbraum kann es im Produktionsprozess zu Farbabweichungen kommen. Zulässige Dateiformate sind PDF-, JPG und EPS-Dateien mit eingebetteten oder in Pfade umgewandelte Schriften.

Datenanlieferung

Die Anlieferung der Daten kann per E-Mail an anzeigen@verbandsstrategie.de (max. 20 MB) oder als Downloadlink zum entsprechenden Druckunterlagenschluss erfolgen.

8. Jahrgang, seit 2011

Erscheinungsort Berlin
Verbreitete Auflage > 2.700 Empfänger/innen
Erscheinungsweise mindestens 8x jährlich

01. „Anzeigenauftrag“ im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten in einem elektronischen Medium zum Zweck der Verbreitung.
02. Der Vertrag kommt mit der Bestätigung seitens des Herausgebers rechtsverbindlich zustande.
03. Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.
04. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.
05. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Herausgeber nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Herausgeber zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Herausgebers beruht.
06. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Herausgeber eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
07. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Herausgeber mit dem Wort „Anzeige“ kenntlich gemacht.
08. Der Herausgeber behält sich vor, Aufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Herausgebers abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Herausgeber unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden.
09. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Herausgeber unverzüglich Ersatz an. Der Herausgeber gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.
10. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt der Herausgeber eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen; Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Herausgebers für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Herausgeber darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts beschränkt. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.
11. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Herausgeber berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.
12. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
13. Die Rechnung wird sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden auf Anfrage gewährt.
14. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Herausgeber kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Herausgeber berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
15. Der Herausgeber liefert mit der Rechnung einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Herausgebers über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
16. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
17. Ein Auflagenrückgang ist nur dann von Einfluss auf das Vertragsverhältnis, wenn eine Auflagenhöhe zugesichert ist und diese um mehr als 30 % sinkt. Etwaige Preisminderungs- und Schadensersatzansprüche sind ausgeschlossen, wenn der Herausgeber dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte. Im Falle höherer Gewalt entfällt für den Auftraggeber jeder Anspruch auf Erfüllung und Schadenersatz.
18. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.
19. Erfüllungsort ist der Sitz des Herausgebers. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Herausgebers. Soweit Ansprüche des Herausgebers nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Herausgebers vereinbart.
20. Bei Stornierung eines Auftrages nach dem im Anzeigenauftrag festgesetzten Anzeigenschlusstermin bzw. nicht rechtzeitigem Eintreffen von Druckunterlagen, wird der volle Preis für die vereinbarte Anzeige berechnet. Bei Rücktritt des Auftraggebers von einer Mehrfachbuchung werden 50 Prozent der Gesamtauftragshöhe der nicht abgenommenen Anzeigen als Schadensersatz fällig, ohne dass der Herausgeber den Einzelnachweis zu führen hat. Gewährte Rabatte sind unwirksam und werden wieder vom Auftraggeber zurück gefordert. Alle Anzeigenaufträge sind maximal auf 12 Monate beschränkt.

ADVERB – Agentur für Verbandskommunikation
 Christian H. Schuster (Inhaber)
 Reinhardtstr. 12, 10117 Berlin



Das Online-Magazin zu wechselnden Schwerpunktthemen –
Fundraising, Lobbying, Mitgliederkommunikation sowie Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.