

vdt Tongestalten

Podcast-Mediadaten 2022

Werbeclippreislise Nr.1 / gültig ab 1.4.2022



Die Podcast-Serie des VDT

Hier kommen Menschen zu Wort, die professionell in allen Bereichen des Tons arbeiten. André Klar, dessen Idee dieser Podcast war, meint dazu: „Wir wollen die Menschen ein bisschen kennenlernen. In ihrem Berufsalltag sieht man sie nie, hört nichts von ihnen als Person und weiß nichts über ihren Berufsalltag.“

Mit dem Podcast stellen wir interessante Tonmenschchen in den Vordergrund und beleuchten deren ganz persönliche Vorlieben für die Arbeit beim Ton. Damit wollen wir einen in der Öffentlichkeit eher geheimnisvollen Berufstand sichtbar machen – für Mitglieder und natürlich auch für alle, die sich für den „guten Ton“ interessieren.

Ein Projekt von André Klar und Detlef Halaski.

<https://tonmeister.org/de/rubriken/podcast/>

Erscheint monatlich,
Podcast-Dauer: ca. 60 Minuten



André Klar



Detlef Halaski

Apple Podcasts Vorschau

Tongestalten
Detlef Halaski, André Klar – Verband Deutscher Tonmeister e. V.
Gesellschaft und Kultur
★★★★☆ 4,5 • 13 Bewertungen

[Anhören in Apple Podcasts](#)

9. MÄRZ 2022
Johanna Roth über die Arbeit als Geräuschemacherin im Film >
Johanna Roth ist Foley Artist und Sounddesignerin mit Sitz in Frankfurt. Während ihres Studiums an der Filmakademie Baden Württemberg im Bereich Filmmont und Sounddesign von 2016-2019 wirkte sie bereits bei einer Reihe von Filmproduktionen mit, so auch an Koproduktionen mit dem ZDF oder Arte...
[WIEDERGABE](#) 1 Std. 13 Min.

3. FEB. 2022
Martin Lehmann über die Ausbildung zur Fachkraft für... >
Martin Lehmann arbeitet als Tontechniker in der Veranstaltungsbranche. In dieser Folge gibt uns Martin einen Einblick über seine Ausbildung zur Fachkraft für Veranstaltungstechnik, seine Zeit als selbstständiger Veranstaltungstechniker und den Wechsel in eine Festanstellung zu Neumann&Müll...
[WIEDERGABE](#) 1 Std. 4 Min.

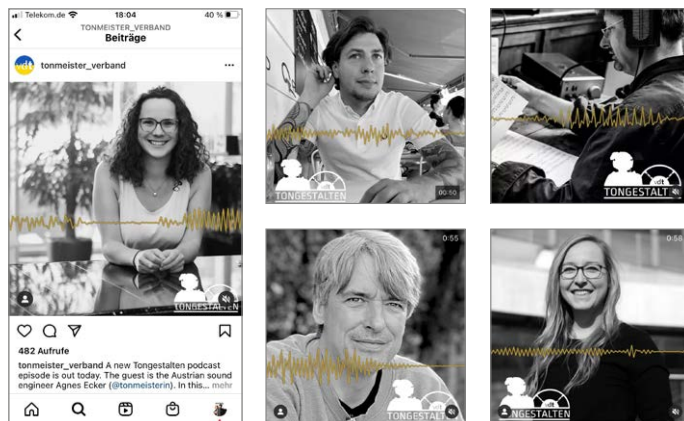
6. JAN. 2022
Bernd Schreiner über seine Arbeit als Mischtonmeister und Psychologe >
Bernd Schreiner arbeitete als freier Film-Mischtonmeister und Sounddesigner, bevor er 2004 als Mischtonmeister zum BR Fernsehen in München wechselte. 2021 erweiterte Bernd seine Spezialisierung um einen Bachelor of Science in angewandter Psychologie. In dieser Folge gibt uns...
[WIEDERGABE](#) 1 Std. 22 Min.

2. DEZ. 2021
Maximilian Kock über das Audiodesign bei ProSieben und sein Weg zur... >
Prof. Dr. Dipl.-Ing. Maximilian Kock ist Komponist, Toningenieur und Professor an der Fakultät Elektrotechnik, Medien und Informatik Amberg. In unserem Gespräch gibt uns Maximilian tiefe Einblicke über seinen Werdegang, angefangen 1988 als Toningenieur beim Deutschlandfunk Kultur,...
[WIEDERGABE](#) 1 Std. 35 Min.

11. NOV. 2021
Frank Kruse über Arbeitsabläufe und Sound Design im Filmton >
Frank Kruse ist ein Berliner Sound Designer für Film und Serien. Seine internationale Filmografie beeindruckt mit Titeln wie Rush, Cloud Atlas, Das Parfum oder der Serie Babylon Berlin. Frank erzählt uns in dieser Folge alles über seine Anfänge im Film, von der Arbeit am Set bis hin zu Projekten als...
[WIEDERGABE](#) 1 Std. 16 Min.

7. OKT. 2021
Teresa Kunz über die Arbeit als Tonmeisterin an der Oper Frankfurt >
Teresa Kunz ist Diplom-Tonmeisterin an der Oper Frankfurt und führt uns in diesem Interview durch ihren langen und aufregenden Werdegang, von der Suche nach einem passenden Studiengang als Tonmeisterin über diverse Tätigkeitsfelder als Zwischenstation bis hin zur Festanstellung an der...
[WIEDERGABE](#) 1 Std. 9 Min.

▲ Tongestalten auf Apple Podcasts und Spotify



Treue Hörerschaft mit exakter Zielgruppendefinition

Prinzipbedingt können die Zahlen der Zuhörenden von Podcasts nicht seriös bestimmt werden. Jedoch sind klare Trends erkennbar: Seit dem Start vor über einem Jahr ist ein monatlicher Zuwachs an Abonnenten zu verzeichnen. Die meisten Follower hören die Podcasts über Spotify, gefolgt von iTunes. Die Zuhörerschaft ist treu; bisher gibt es nur Abmeldungen in einstelliger Größenordnung. Auch unser Web-Stream wird sehr gut angenommen. Besucherrekord war dort am Sonntag, den 22. April 2022, mit 681 Zugriffen.

Bisher wurden 17 Folgen produziert:

beispielsweise ...

- ▶ Johanna Roth über die Arbeit als Geräuschemacherin im Film
- ▶ Martin Lehmann über die Ausbildung zur Fachkraft für Veranstaltungstechnik und die Veranstaltungsbranche
- ▶ Maximilian Kock über das Audiodesign bei ProSieben und sein Weg zur Professur
- ▶ Frank Kruse über Arbeitsabläufe und Sound Design im Filmton
- ▶ Teresa Kunz über die Arbeit als Tonmeisterin an der Oper Frankfurt
- ▶ Daniela Rieger über MPEG-H und die Arbeit in der Forschung
- ▶ Agnes Ecker über die Arbeit als Aufnahmeleiterin und die Bayreuther Festspiele

Jede Folge wird mit Teasern auf Instagram, LinkedIn und Facebook beworben und ist auf vielen Podcast-Plattformen gelistet: beispielsweise [blubrry](#), [castbox](#), [digitalpodcast](#), [fyyd](#), [player.fm](#), [pocketcasts](#), [podbean](#), [podcast](#), [podchaser](#) u.v.w. ...

Preis & Termin

Preis für einen 30-sekündigen Clip inkl.

„Wird präsentiert von“-Social Media-Bewerbung:

375 Euro / netto

Produktionsservice auf Anfrage

Herausgeber

Verband Deutscher Tonmeister e.V.
Köln
<https://tonmeister.org>

Telefon: + 49 (0)174 5871283
kontakt@tonmeisterverband.org

Vereinsitz laut Vereinsregister:
VDT e. V.
Postfach 13 03 10
50497 Köln

Vertreten durch:
Präsident Jürgen Marchlewitz
Geschäftsführung:
Stefani Renner

Registereintrag:
VR Köln 16190



Erscheint bei

fortes medien GmbH
Geschäftsführung: Andrea Iven
Hauptstraße 29
86925 Fuchstal
Deutschland

Telefon: +49 (0)8243 9938946
info@fortes-medien.de
www.fortes-medien.de

USt.-Id/VAT-Nummer: DE23312280
Steuernummer: 218/5107/1248
FA Landsberg am Lech

Eingetragen beim Amtsgericht Augsburg
unter HRB 34484

Bankverbindung

Raiffeisenbank Fuchstal-Denklingen eG
IBAN: DE66 7336 9854 0000 4310 01
BIC: GENODEF1FCH

Ihr Kompetenzteam

Anzeigenleitung:
Andrea Iven
Telefon: +49 (0) 8243 9938946
andrea.iven@fortes-medien.de

Online-Redaktionsleitung:
Alexandra Grommes, Stefani Renner
promo-news@tonmeisterverband.org

1. Anzeigenauftrag im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung zum Zwecke der Verbreitung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungstreibenden in einer Druckschrift.
2. Anzeigenaufträge sind im Zweifel innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzuwickeln. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres ab Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.
3. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber befugt, innerhalb der in Nummer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.
4. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag 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 Verlag zu erstatten. Die Rückerstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht oder wenn der Auftraggeber im Falle von Preiserhöhungen, statt ein ihm vorbehaltenes oder später eingeräumtes Rücktrittsrecht auszuüben, den Vertrag zu den neuen Preislisen bis zur Erreichung des ursprünglich vereinbarten Auftragswertes fortsetzt.
5. Für die Aufnahme von Anzeigen in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift wird keine Gewähr geleistet, es sei denn, dass der Auftraggeber die Gültigkeit des Auftrages ausdrücklich davon abhängig gemacht hat.
6. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort »Anzeige« kenntlich gemacht.
7. Der Verlag behält sich vor, Anzeigen- und Beilagenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen Grundsätzen des Verlages abzulehnen. Dies gilt auch für Aufträge, die in den Schaltern der Geschäftsstellen, bei Annahmestellen oder bei Vertretern aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Modells der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
8. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die drucktechnisch einwandfreie Wiedergabe der Anzeige.
9. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Weitergehende

- Haftungen für den Verlag sind ausgeschlossen. Reklamationen müssen innerhalb vier Wochen nach Eingang von Rechnungen und Belegen geltend gemacht werden. Für Fehler bei telefonischen Übermittlungen jeder Art übernimmt der Verlag keine Haftung.
10. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Sendet der Auftraggeber den ihm rechtzeitig übermittelten Probeabzug nicht fristgemäß zurück, so gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt.
 11. Sind keine besonderen Größenvorschriften angegeben, so wird die tatsächliche Abdruckhöhe der Preisberechnung zugrunde gelegt.
 12. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preislise ersichtlichen Frist zu zahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine kürzere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist.
 13. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen in Höhe von mindestens 3% über dem jeweiligen Diskontsatz der Deutschen Bundesbank sowie die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückgestellt und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangt. Bei Konkurs und Zwangsvergleichen entfällt jeglicher Nachlass. Bei Vorliegen eines wichtigen Grundes ist der Verlag 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 offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen, ohne dass hieraus dem Auftraggeber irgendwelche Ansprüche gegen den Verlag erwachsen.
 14. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Beleg. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Aufnahmebescheinigung des Verlages.
 15. Kosten für erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Zeichnungen und für Lieferung bestellter Druckstöcke, Matern und Zeichnungen hat der Auftraggeber zu bezahlen.
 16. Aus einer Auflagenminderung kann nur dann ein Anspruch auf Preisermäßigung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preislise oder auf andere Weise zugesicherte durchschnittliche Auflage oder, wenn eine Auflage nicht zugesichert ist, die durchschnittliche verkaufte Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird, und zwar bei einer Auflage bis zu 500.000 Exemplaren um 10 v. H., über 500.000 um 5 v. H. Darüber hinaus sind etwaige Preisermäßigungen und Schadenersatzansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten kann.
 17. Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Der Verlag behält sich im Interesse und zum Schutz des Auftraggebers das Recht vor, die eingehenden Angebote zur Ausschaltung von Missbrauch des

- Zifferndienstes zu Prüfzwecken zu öffnen. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet.
18. Erfüllungsort und Gerichtsstand für beide Teile ist, soweit das Gesetz zwingend nicht anderes vorsieht, der Sitz des Verlages. Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages
 - a. Die Werbungsmitler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen nach den Werbungstreibenden an die Preislise des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.
 - b. Die allgemeinen und zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages und die jeweils gültige Preislise sind für jeden Auftrag maßgebend. Der erteilte Anzeigenauftrag wird erst nachschriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich.
 - c. Eine Änderung der Anzeigenpreislise gilt ab Inkrafttreten auch für laufende Aufträge.
 - d. Wenn für konzernangehörige Firmen die gemeinsame Rabattierung beansprucht wird, ist die schriftliche Bestätigung einer mindestens 75%igen Kapitalbeteiligung der Muttergesellschaft erforderlich.
 - e. Im Falle höherer Gewalt erlischt jede Verpflichtung des Verlages auf Erfüllung von Aufträgen und Leistung von Schadenersatz. Insbesondere wird auch kein Schadenersatz für nichtveröffentlichte oder nicht rechtzeitig veröffentlichte Anzeigengeleistet.
 - f. Bei Betriebsstörungen oder Eingriffen durch höhere Gewalt (z. B. Streik, Beschlagnahme und der Gleichen) hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn die Aufträge mit 80% der garantierten Auflage erfüllt sind. Geringere Leistungen sind nach dem Tausendseitenpreis gemäß der im Tarif garantierten Auflage zu bezahlen.
 - g. Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden dieselben erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Auftraggeber bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche.
 - h. Die Pflicht zur Aufbewahrung von Druckunterlagen endet drei Monate nach Erscheinen der jeweiligen Anzeige, sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen worden ist.
 - i. Die Übersendung von mehr als zwei Farbvorgaben, die nicht termingerechte Lieferung der Druckunterlagen und der Wunsch nach einer von der Vorlage abweichenden Druckwiedergabe können Auswirkungen auf Platzierung und Druckqualität verursachen und schließen spätere Reklamationen aus. Der Verlag muss sich die Berechnung entstehender Mehrkosten vorbehalten.