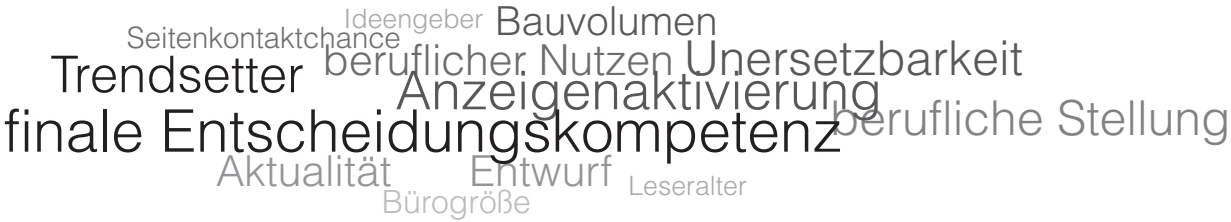
wa wettbewerbe aktuell

Fachzeitschrift für Architekturwettbewerbe

media 2020



wa wettbewerbe aktuell – konstante Qualität für Architekten

Wettbewerbe sind das wohl wichtigste Akquisitionsmittel der Architekten, da Wettbewerbsverfahren für alle mit öffentlichen Mitteln geförderten Bauvorhaben vorgeschrieben sind.

wa wettbewerbe aktuell ist die mit Abstand wichtigste Zeitschrift im Bereich Wettbewerbe und Ausschreibungen.

wa wettbewerbe aktuell ist die Fachzeitschrift, die in überdurchschnittlich großen Architekturbüros mit entscheidungskompetenten Lesern als Arbeitsmittel verwendet und gelesen wird. Täglich entscheiden die Leser über Marken, Produkte und Systeme, die in Großobjekten mit hohen Bausummen eingesetzt werden.

wa wettbewerbe aktuell schneidet bei den Untersuchungen von KANTAR TNS unter Architekturfachzeitschriften seit Jahrzehnten mit besten Bewertungen unter Architekten ab.

wa wettbewerbe aktuell gilt laut KANTAR TNS als

- am wenigsten ersetzbar
- am wichtigsten im Bereich Wettbewerbe und Ausschreibungen
- Trendsetter und Ideengeber

wa wettbewerbe aktuell

- bietet die höchste Seitenkontaktchance
- wird am häufigsten archiviert
- geht am häufigsten in den Umlauf

Die Leser

- fällen überdurchschnittlich oft finale Entscheidungen über Produkte, Marken und Systeme
- sind verhältnismäßig jung
- sind überdurchschnittlich oft Geschäftsführer, Inhaber oder Büroleiter

1 Auflage

Druckauflage	6.900
Tatsächlich verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt (lt. AMF-Schema 2, Ziffer 17):	6.412

2 Zeitschriftenformat DIN A4, gelocht
210 x 297 mm beschnitten
216 x 305 mm unbeschnitten
Beschnitt im Bund, unten und außen je 3 mm, oben 5 mm
bitte 4-fach-Lochung im Bund beachten.

Satzspiegel 185 x 257 mm hoch
3 Spalten je 59 x 257 mm
Satzspiegelrand außen 10 mm, unten und im Bund je 15 mm, oben 25 mm mit Headline

Lochung Bei Fragen zur Position der Lochung bitten wir Sie, direkt mit uns in Kontakt zu treten unter Tel. 07 61/7 74 55-77, Jan Sievers

3 Druck- und Bindeverfahren, Druckunterlagen
Offsetdruck, Klebebindung
Die Druckunterlagen werden nur noch in digitaler Form angenommen.

Für die Übernahme digitaler Daten gilt Folgendes

a) Auftrag
Zu jedem Datenträger bzw. zu jeder Dateiübermittlung benötigen wir neben der entsprechenden Dateibezeichnung parallel einen genauen Auftrag sowie Ausdrucke, bei Farbanzeigen druckverbindliche Proofs mit den notwendigen Angaben. Auch für digital gelieferte Anzeigen gilt der in den Media-Informationen angegebene Annahmeschluss für Anzeigen sowie Liefertermin für Druckunterlagen (siehe unter Punkt 4 Termine).

h) Grafiken/andere Importe
Sind in der Anzeige Grafiken oder Scans platziert, müssen diese Importe unbedingt beigefügt sein. Die Grafik- oder Bilddateien im Originalprogramm sind zusätzlich separat auf Datenträger zu speichern. Sie sollten keinerlei Komprimierungen enthalten.

Rasterabbildungen sollten eine Auflösung von 300 dpi haben,
Strichabbildungen 600 bis max. 1.200 dpi.

Zulässige Grafik-Formate:
die gängigen EPS-, TIFF-, JPEG-, PDF- oder BMP-Dateien.

i) Farbanzeigen/Belege/Proofs
Von jeder zu druckenden Seite wird ein verbindlicher Ausdruck benötigt. Für Farbanzeigen mit Sonderfarben (Pantone, HKS) werden farbseparierte Ausdrucke mit den genauen Farbbezeichnungen benötigt. Für den Druck von Anzeigen in Euroskala (cmyk) ist unbedingt ein druckverbindliches Proof erforderlich. Farbandrucke vom Farbkopierer sind nicht druckverbindlich.

j) Gewährleistung
Nur was auf dem Datenträger vorhanden ist, kann belichtet werden. Für Abweichungen in Texten, Abbildungen und insbesondere Farben übernimmt der Verlag keine Haftung. Der Druck von Farbanzeigen ohne druckverbindliches Proof erfolgt ohne Gewährleistung. Wir gehen davon aus, dass es sich bei den uns zugeleiteten und übergebenen Dateien um Kopien handelt und übernehmen für deren Bestand keine Haftung.

k) Haftung
Bitte versehen Sie alle Datenträger mit Ihrem Namen und Ihrer Anschrift.
Für unbeschriftete Datenträger übernehmen wir keine Haftung. Alle Dateien sollten Kopien sein. Legen Sie einen Kontrollausdruck der Daten von der zuletzt gesicherten Version aller Seiten mit entsprechenden Farbangaben bei, damit wir das Ergebnis kontrollieren und in Rücksprache mit Ihnen gegebenenfalls korrigieren können. Liegt kein Ausdruck vor, wird die Datei ohne Endkontrolle an die Druckerei weitergegeben und wir übernehmen keine Haftung für die Vollständigkeit und Richtigkeit der Belichtungen.

b) Kontakt
Ankündigungen, Auskünfte, Abstimmungen usw. bei Übermittlungen digitaler Druckunterlagen über

Susanne Stöcks
Tel. 0761/77455-30
Fax 0761/77455-11
E-Mail: stoecks@wettbewerbe-aktuell.de

c) Betriebssystem
Apple Macintosh
– Illustrator ab Version CS5.5
– Photoshop ab CS5.5
– QuarkXPress ab Version 9

Büroprogramme wie WORD oder EXCEL sind für die separierte Filmbelichtung nicht geeignet.
Wir erbitten druckfähiges .PDF im PDF/X-4-Standard sowie wenn möglich ein Softproof von der von Ihnen gelieferten .PDF-Datei.
Bei Dateien aus Programmen, die nicht oben genannt werden, bitten wir Sie, diese als .TIFF, .EPS, .PDF oder .JPEG-Dateien abzusichern, da wir alle anderen Dateiformate nicht bearbeiten können.

d) Überfüllungen
Diese werden nicht automatisch ausgeführt, sondern sind in der jeweiligen Software vom Kunden anzulegen.

e) Rastereinstellungen
Rasterweite wie von Kundenseite angegeben, Standard: 70 Linien/cm (170 dpi)

f) Datenträger/-empfänger
CD-ROMs, DVD-ROMs, E-Mail (Datenmenge nicht über 50 MB)
oder per wetransfer.com, yousendit.com, dropbox oder ähnliches.
Zusammen mit dem Datenträger werden alle Informationen über Zeitschrift/Titel, Absender/Firma, Betriebssystem, verwendete Programmversionen, Dateinamen sowie Anzahl und Namen der Druckfarben benötigt. Dateien dürfen nicht in geschlossenen PostScript-Files oder per Textdatei (SimpleText, ASCII-Datei oder pdf-Datei) abgespeichert sein. Bitte Programm mit Versionsnummer, Seitengröße, verwendete Farben, Schriften und Bilder und den Ansprechpartner mit Telefonnummer angeben.

g) Schriften
In den Programmdateien und beigefügten Schrift-Importen dürfen keine modifizierten Schriften benutzt werden. Alle verwendeten Schriften und Schriftschnitte, insbesondere in EPS-Files enthaltene, müssen im Auftrag einzeln aufgeführt sein. Die Schriften werden nur zur Bearbeitung des übermittelten Auftrags genutzt und danach sofort gelöscht.

4 Termine:
Erscheinungsweise: monatlich, 12 Ausgaben im Jahr

	Anzeigenschluss	Erscheinung	wa Thema
1 Januar 2020	11. 12. 2019	07. 01. 2020	VHF vorg. hinterl. Fass.
2 Februar 2020	14. 01. 2020	03. 02. 2020	Klinkerfassaden
3 März 2020	11. 02. 2020	02. 03. 2020	Licht/Gebäudetechnik
4 April 2020	11. 03. 2020	01. 04. 2020	Glas
5 Mai 2020	09. 04. 2020	04. 05. 2020	Dächer
6 Juni 2020	12. 05. 2020	02. 06. 2020	Natursteinfassaden
7 Juli 2020	10. 06. 2020	01. 07. 2020	Metallfassaden
8 August 2020	10. 07. 2020	03. 08. 2020	Keramikfassaden
9 September 2020	12. 08. 2020	01. 09. 2020	Platzgest./L.Architektur
10 Oktober 2020	11. 09. 2020	01. 10. 2020	Innenarchitektur
11 November 2020	13. 10. 2020	02. 11. 2020	Nachhaltiges Bauen
12 Dezember 2020	11. 11. 2020	01. 12. 2020	BAU 2021

5 Verlag
wa wettbewerbe aktuell Verlagsgesellschaft mbH
Hausanschrift: Maximilianstraße 5, 79100 Freiburg
Internet: www.wettbewerbe-aktuell.de, www.wa-journal.de
Anzeigenabteilung: Jan Sievers
Telefon: 0761/77455-77
Telefax: 0761/77455-99
E-mail: sievers@wettbewerbe-aktuell.de

6 Zahlungsbedingungen
Innerhalb 14 Tagen; bei Bankeinzug 3% Skonto; innerhalb 21 Tagen nach Rechnungsdatum netto. Ust-Ident-Nr.: DE 142 115 269
Bankverbindungen
Sparkasse Freiburg IBAN: DE27 6805 0101 0010 1054 07
SWIFT/BIC: FRSPDE66XXX

7 Anzeigenformate und Preise
Siehe nächste Seite

7 Anzeigenformate und Preise (zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer)

rabattierfähig | **nicht rabattierfähig**

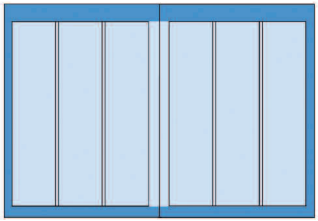
Format:	Breite/Höhe (in mm)	s/w (Grundpreis €)	2c (2-farbig)	3c (3-farbig)	4c (4-farbig)	s/w Wettbewerbsanzeigen	s/w Stellenanzeigen
1/1-Seite	185 x 257	€ 5.900	€ 6.430	€ 6.960	€ 7.490	€ 2.990	€ 1.700
2/3-Seite	122 x 257 185 x 170	€ 4.390	€ 4.920	€ 5.450	€ 5.980	€ 2.150	€ 1.250
1/2-Seite	90 x 257 122 x 170 185 x 126	€ 3.600	€ 4.130	€ 4.660	€ 5.190	€ 1.780	€ 990
1/3-Seite	59 x 257 122 x 126 185 x 83	€ 2.890	€ 3.420	€ 3.950	€ 4.480	€ 1.410	€ 850
1/4-Seite	59 x 170 90 x 126 185 x 61	€ 2.260	€ 2.790	€ 3.320	€ 3.850	€ 1.090	€ 690
1/6-Seite	59 x 126 90 x 83	€ 1.900	€ 2.430	€ 2.960	€ 3.490	€ 930	€ 590

award
Studentischer Nachwuchspreis

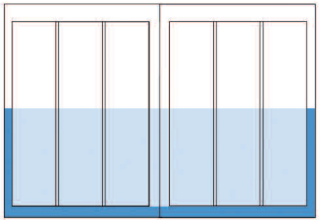
Sponsorenpaket € 5.000/Jahr

Infos: Jan Sievers Tel. 07 61/7 74 55-77
oder sievers@wettbewerbe-aktuell.de

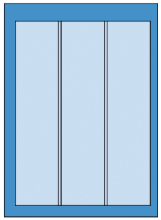
Typische Anzeigenformate (Beispiel für eine rechte Seite. S = Satzspiegelformat, A = angeschnitten ohne Beschnittzugabe). Sonderformate sind auf Anfrage möglich.



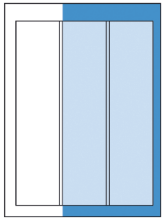
2/1-Seite
S: 400 x 257
A: 420 x 297



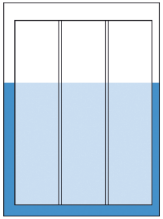
2x 1/2-Seite quer
S: 400 x 126 mm
A: 420 x 141 mm



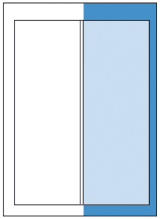
1/1-Seite
S: 185 x 257 mm
A: 210 x 297 mm



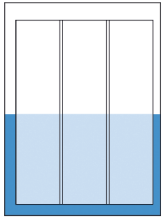
2/3-Seite hoch
S: 122 x 257 mm
A: 132 x 297 mm



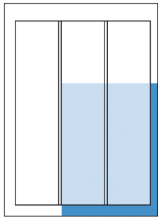
2/3-Seite quer
S: 185 x 170 mm
A: 210 x 185 mm



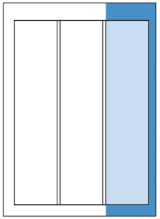
1/2-Seite hoch
S: 90 x 257 mm
A: 100 x 297 mm



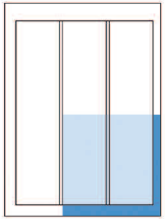
1/2-Seite quer
S: 185 x 126 mm
A: 210 x 141 mm



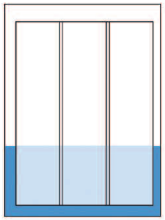
1/2-Seite hoch
S: 122 x 170 mm
A: 132 x 185 mm



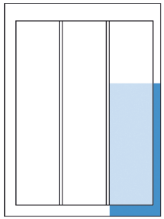
1/3-Seite hoch
S: 59 x 257 mm
A: 69 x 297 mm



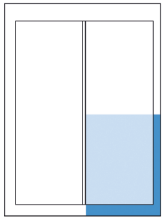
1/3-Seite hoch
S: 122 x 126 mm
A: 132 x 141 mm



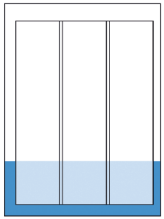
1/3-Seite quer
S: 185 x 83 mm
A: 210 x 98 mm



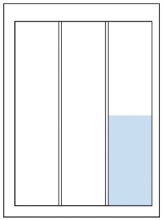
1/4-Seite hoch
S: 59 x 170 mm
A: 69 x 185 mm



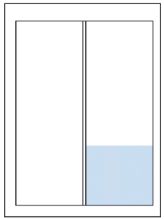
1/4-Seite hoch
S: 90 x 126 mm
A: 100 x 141 mm



1/4-Seite quer
S: 185 x 61 mm
A: 210 x 76 mm



1/6-Seite hoch
S: 59 x 126 mm



1/6-Seite quer
S: 90 x 83 mm

8 Zuschläge (rabattierfähig)

8.1 Farbe
formatabhängig siehe Preisliste

8.2 Platzierung

Bindende Platzierungsvorschrift	20% vom Grundpreis, ab 1/2-Seite

8.3 Formate

Anzeigen über Bund	10% vom Grundpreis
Anzeigen über Satzspiegel	10% vom Grundpreis
Angeschnittene Anzeigen	10% vom Grundpreis

9 Rubrikanzeigen
Stellen- und Wettbewerbsanzeigen
siehe Anzeigenformate und Preise (S. 5)

10 Sonderwerbeformen auf Anfrage

11 Rabatte (bei Abnahmen innerhalb eines Insertionsjahres)

Malstaffel

3-maliges Erscheinen	3,0%
6-maliges Erscheinen	5,0%
9-maliges Erscheinen	10,0%
12-maliges Erscheinen	12,5%
18-maliges Erscheinen	15,0%
24-maliges Erscheinen	20,0%

Mengenstaffel

3 Seiten	5,0%
6 Seiten	10,0%
9 Seiten	15,0%
12 Seiten	17,5%
18 Seiten	20,0%

12 Kombinationen auf Anfrage mit Themenbuch, wa vision und/oder online

15 Aufgeklebte Werbemittel
Aufgeklebte Werbemittel (Postkarten, Prospekte, Warenproben o.ä.) auf Einheftern oder ganzseitigen Anzeigen müssen zusätzlich zum Träger und den Kosten für die technische Verarbeitung wie Beilagen berechnet werden. Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist die Vorlage des Anzeigenmotivs mit aufgeklebtem Werbemittel (Standmuster, notfalls Blindmuster) erforderlich.

Warenmuster können nur nach Vorlage eines verbindlichen Musters zur Prüfung der Möglichkeiten von Verarbeitung und Versand angenommen werden.

Formate
Die Distanz des Aufklebers von den Beschnittkanten der Zeitschrift muss mindestens 10 mm betragen; Mindest-Abstand zum Bund 40 mm. Für Postkarten gelten die Formatvorschriften der Deutschen Post AG.
Länge von 140 mm bis 235 mm, Breite von 90 mm bis 125 mm.
Die Länge muss mindestens das 1,41-Fache der Breite betragen.

Preise
Allen Preisen ist der jeweils gültige gesetzliche Mehrwertsteuersatz hinzuzurechnen.

Beilagenpreis entsprechend Ziffer 14 zuzüglich Kosten für die technische Verarbeitung (Klebekosten)

Postkarten	€ 280,–/Tausend
Prospekte/Warenmuster	auf Anfrage nach Vorlage eines Musters

Benötigte Liefermenge derzeit 7.000 Exemplare (abhängig von der Ausgabe)

Anlieferungstermin 20. des Vormonats

Technische Angaben
Bei aufgeklebten Postkarten oder Warenmustern sollten die Klebekanten parallel zum Bund liegen.

16 Lieferanschrift für Position 13 bis 15
Bis zum 10. des Vormonats frachtfrei zu liefern an
burger][druck GmbH für **wa wettbewerbe aktuell** (jeweilige Ausgabe angeben),
August-Jeanmaire-Straße 20, 79183 Waldkirch, Telefon 0 76 81-40 31-0
Liefervermerk Für **wa wettbewerbe aktuell,** Ausgabe „#“

13 Einhefter

Einhefter müssen so gestaltet sein, dass sie als Werbung erkennbar sind und nicht mit dem Redaktionsteil verwechselt werden können. Die Platzierung von Einheftern ist abhängig von den technischen Möglichkeiten und werden auch in der digitalen Version aufgenommen.

Benötigte Liefermenge derzeit 8.000 Exemplare

Anlieferungstermin 10. des Vormonats

Preise

2-seitig	€ 5.390,–
2-seitig + Klappe	€ 6.190,–
4-seitig	€ 8.100,–
4-seitig + Klappe	€ 9.390,–
6-seitig	€ 9.800,–

Rabatt 1 Blatt = 1/1 Seite

Einhefter sind unbeschnitten anzuliefern und die Vorderseite ist zu kennzeichnen. Erschwernisse und zusätzliche Falz- und Klebearbeiten werden gesondert in Rechnung gestellt. Für die digitale Version wird ein pdf im DIN A4-Format benötigt.

Bitte beachten Sie die Beschnittangaben:
6 mm Kopfbeschnitt, mind. 5 mm Fußbeschnitt, 3 mm Fräßrand,
10 mm Seitenbeschnitt

14 Beilagen

Beilagen müssen so gestaltet sein, dass sie als Werbung erkennbar sind und nicht mit dem Redaktionsteil verwechselt werden können. Die Platzierung von Beilagen ist abhängig von den technischen Möglichkeiten.

Technische Daten

Beilagen werden lose eingelegt. Maximale Größe 205x 290 mm. Sie müssen aus einem Stück und so beschaffen sein, dass eine zusätzliche Bearbeitung entfällt. Erschwernisse bei der Verarbeitung und zusätzliche Arbeiten (z.B. Falzen) werden gesondert in Rechnung gestellt.
Beilagen, die auf einem anderen Werkstoff als Papier gedruckt sind, können nur nach Vorlage eines verbindlichen Musters zur Prüfung der Möglichkeiten von Verarbeitung und Versand angenommen werden.

Preise

Allen Preisen ist der jeweils gültige gesetzliche Mehrwertsteuersatz hinzuzurechnen.

Einzelgewicht	Preise pro Tausend
bis 25 g	€ 390,–

Höhere Gewichte auf Anfrage.
Rabatt: 1 Beilage = 1/1 Anzeigenseite
Teilbeilagen auf Anfrage möglich.

Berechnete Auflage entsprechend der Inlandsverbreitung
Benötigte Liefermenge derzeit 7.000 Exemplare (abhängig v. d. Ausgabe)

Anlieferungstermin 20. des Vormonats

Kurzfassung der Erhebungsmethode zur AMF-Karte 2 (siehe S. 14)

1. Beschaffenheit der Dateien
In der Empfängerdatei sind die Anschriften aller Empfänger auf EDV erfasst. Die Datei ist nach Inlands- und Auslandsempfängern gegliedert. Die Anschriften der Inlandsempfänger sind nach Postleitzahlen, die der Auslandsempfänger nach Ländern sortiert.

2. Untersuchungsmethode
Verbreitungsanalyse durch Dateiauswertung, Totalerhebung (kein Wechselversand)

3. Tag der Dateiauswertung 27. Mai 2019

4. Struktur der Empfängerschaft

a) Gesamtzahl der Empfänger in der Datei	6.899
b) Struktur der Empfängerschaft einer aktuellen durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen	
davon: abonnierte Exemplare	4.935
Einzelverkauf	24
sonstiger Verkauf	245
– verkaufte Auflage	5.424
– Freistücke	1.129
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	**6.581**
davon Inland	5.898
davon Ausland	683

5. Grundgesamtheit (untersuchter Anteil)

Grundgesamtheit (tvA)	6.581	= 100,00 %
davon in der Untersuchung nicht erfasst	261	= 3,97 %
– Einzelverkauf	24	
– sonstiger Verkauf	245	
– Werbeexemplare		–
Die Untersuchung repräsentiert Empfänger der Grundgesamtheit (tvA)	6.332	= 96,03 %

6. Beschreibung der Erhebung
Die Auswertung basiert auf der Gesamtdatei. Die ermittelten Anteile für die Verbreitung im Inland und im Ausland wurden auf die tatsächlich verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt gem. AMF-Ziffer 17 projiziert.

7. Zielperson der Untersuchung entfällt.

8. Definition des Lesers entfällt.

9. Schwankungsbreite entfällt.

10. Durchführung der Untersuchung
wa wettbewerbe aktuell Verlagsgesellschaft mbH

11. Zeitraum der Untersuchung 27. Mai 2019, Ausgabe 6/2019

wa wettbewerbe aktuell

Fachzeitschrift für Architekturwettbewerbe

Media-Informationen 2020

wa Themenseiten

Gültig ab 01.01.2020

Seit Januar 2013 stellt **wa** seinen Lesern monatlich jeweils zu einem Thema verschiedene Produkte, Materialien und Systeme vor. Der Schwerpunkt liegt dabei im Zusammenspiel mit der Architektur des Referenzprojektes.

Jedes Thema wird von einem Gastautor in einem Einleitungstext erläutert.

Für 2020 ist folgender Themenplan vorgesehen:

Themenplan 2020

Januar 2020	Vorgehängte hinterlüftete Fassaden (VHF)
Februar 2020	Klinkerfassaden
März 2020	Licht/Gebäudetechnik
April 2020	Glas
Mai 2020	Dächer
Juni 2020	Natursteinfassaden
Juli 2020	Metallfassaden
August 2020	Keramikfassaden
September 2020	Platzgestaltung/Landschaftsarchitektur
Oktober 2020	Innenarchitektur
November 2020	Nachhaltiges Bauen
Dezember 2020	BAU 2021

wa Thema Fassaden

Prof. Dr.-Ing. Thomas Wimmenauer, Partner und Vorstand der Werner Sobek AG

Was macht eine Fassade außergewöhnlich – ihre Geometrie? Das Material? Die Farbe? Die Nutzung als Tür oder gar öffentlichen Brunnen? In Form eines Textes oder Bildes? Ist es die Kombination aus Funktionen? Oder doch eher ihre Capacity? Letztlich kann jeder einzelne dieser Faktoren dazu beitragen, eine Fassade zu etwas Besonderem zu machen. Form, Textur, Materialität, Projektcharakter – sie sie können zu einer außergewöhnlichen Fassade führen, die Aufmerksamkeit hervorruft, zu einer Fassade, die fotogen ist und die sich gut in den einschlägigen Publikationen platzieren lässt. Aber wird eine Fassade deshalb zu tomatisch außergewöhnlich? Wird sie zu zu einer Konkurrenz zur Kunst? Wird sie zu einem Kommunikationsinstrument und die souverän von Bestechern als auch von Nutzern geschätzt und gerne genutzt? Wird sie zu einer, die sich in ihrer Umgebung harmonisch einfügt und dabei sich trotzdem sichtbar Architektur eine besondere Rolle. Wie steht es um den thermischen und den optischen Komfort? Entspricht Blendschutzsystem und Sonnenschutz den Regeln der Baukunst? Und wie ist es um die ökologischen Qualitäten bestellt? Nur wenn eine Gebäudehülle auch diesen bauphysikalischen Eigenschaften eine sehr gute Performance erreicht, kommen wir dem Ziel einer außergewöhnlichen Fassade tatsächlich nahe. Wichtig ist, dass die Fassade, die wir entwickeln, sowohl die neuen hohen gesetzlichen und bauphysikalischen Qualitäten erfüllen als Anforderungen an eine nachhaltig gestaltete Umwelt entspricht. Heißt ja gerade, dass eine Fassade hinsichtlich ihrer ökologischen, ökonomischen und sozialen Auswirkungen ganzheitlich zu betrachten ist, wie es in Zertifizierungssystemen wie DGNB oder LEED verbindlich definiert sind. Idealerweise geht eine außergewöhnliche Fassade aber noch darüber hinaus. Eine solche Gebäudehülle überzeugt nicht nur durch ihre Ästhetik, sie ist auch nachhaltig oder durch ihre Energieeffizienz. Sie lässt sich auch zu 100 Prozent in natürliche oder technische Kreisläufe zurückführen. Sie ist wiederverwendbar oder lässt sich am Ende ihres Lebenszyklus Bestandteil der urbanen Mine. Eine Utopie? Sicher nicht, denn die Zeit der Einwürfe, die all diesen Ansprüchen gerecht werden, steigt enthusiastischerweise stetig an. Eine große Herausforderung für alle Baustoffhersteller? Gewiss. Aber keine ambitionierte Aufgabe. Gerten wir sie gemeinsam an!

Prägnante Grenzfassade für das Schwabinger Tor in München

Entlang der Leopoldstraße nördlich der Münchner Freiheit wurde mit dem Schwabinger Tor ein neues Stadtquartier geschaffen. Das vom renommierten Büro Ortner & Ortner Baukunst entwickelte Ensemble aus drei Gebäuden, 5.30 Jahre im Zentrum des mit insgesamt neu Gebäuden bebauten Areals.

Der langschlossige Bau besticht durch seine Tiefenstaffelung zwischen Pfeilern, Brüstungen und Fenstern. Die Fassade wirkt dadurch lebendig und vielschichtig zugleich. Weniger gelungene Details zeigen diese vorgehängte hinterlüftete Natursteinfassade.

Mit dem Cape Green Granit wurde ein frohsgrauer, dunkelgrünen Naturstein mit fein geschliffener Oberfläche verbaut.

Die Fassadeteile in den Pfeilern und Brüstungen wurden mit Fensterglas (3+3 mm) ausgestattet, um die Fassade transparent und lichtdurchlässig zu gestalten. Betrachtet man die Fassade mit zur Kunstlicht Eisbrot, dann fest, dass auch die Pfeilerglas keum bis gar nicht wahrnehmen lassen.

Die hohen Anforderungen an die Qualität der Fassade wurden bei der Ausführung, der Ausführung, der Wärme- und Montagetechnung, prüfbar Fachkenntnisse in den eigenen Werken sowie Fachbauleitung und Montage durch firmeneigene Mitarbeiter sichergestellt.

Die Stärke der Natursteinfassade beträgt im Regelbereich dies Zentimeter, Ausbesserungen sind bis zu fünf Zentimeter stark.

Naturstein einen sehr nachhaltiger Baustoff, da von den Hersteller/Lieferer einer Fassadenplatte aus Naturstein ist. Die Fassade ist ein Bestandteil eines Gebäudes, das das Gebäude vor Witterungseinflüssen schützt. Die Fassadenplatten notwendig ist.

Insgesamt wurden 6.317 Fassadenplatten auf einer Fläche von rund 2.300 Quadratmetern Natursteinfassade verbaut. Die Fassadenplatten wurden nachbearbeitet ausgeführt und mittels Hackuge an eingenommen Bauteile angeschnitten.

Die übrigen Fugen wurden mit Natursteinsilikon in der Farbe des Steins verseggelt und bearbeitet. Eine zeitlose, dauerhafte und nachhaltige Fassade ist entstanden, die trotz hoher ästhetischer Anforderungen technisch einwandfrei verarbeitet konnte.

Arch.: Max Dudler, Foto: Stefan Müller, Berlin

HORNBACH NATURSTEIN GmbH & Co. KG
www.hornbach-naturstein.com
info@hornbach-naturstein.com

wa 12/2019 – 81 Thema Fassaden

Fürst & Friedrich – Eine Symbiose von Alt und Neu

An der Ecke Fürstenwall und Friedrichstraße in Düsseldorf wurde das Haus Fürst & Friedrich, ein ehemaliges Kaufhaus aus dem Jahr 1969/1984 mit einem modernen Neubau verbindet.

Die vorgehängte hinterlüftete Fassade des Bestandsgebäudes ist von einer Glasfassade umgeben und wird durch eine massive Gebäudekante aus hellem Sandstein eingerahmt.

So wird die Bestandsfassade in den Mittelgrund des Gesamtbildes gerückt und als freigestellter Baukörper wahrgenommen.

Für dieses Bauvorhaben wurde der Mainsandstein weitergeaute grossformatige Fassadenplatten sowie Fensterbankverkleidungen gefertigt und als hinterlüftete Vorhangfassade montiert. Die schräg gestellten Fensterbänke wurden mit Gesimsplatten versehen, die einen wunderbaren Kontrast zur geschliffenen Natursteinfassade.

Im Eingangsbereich zieht sich der neue Sandsteinfassade in das Zwischengeschosse, teilweise Foyer hinein. Die Fensterbänke wurden mit Gesimsplatten versehen, das erfolgte dagegen als Mauerwerksfassade.

Die Bestandsfassade, ein Relikt der preußischen Rheinprovinz, die im Frankfurter der oberstem Fensterreihe die Stadtwappen von Köln, Koblenz, Düsseldorf, Aachen und Bonn zeigt, wurde mit Sandstein verkleidet.

Der Neubau „Fürst & Friedrich" ist ein äußerst gelungenes Beispiel, das zeigt, dass moderne, gemischtgroße Gebäude hervorragend im Einklang mit historischen Bestand stehen kann.

Verwirklicht wurde dieses Vorhaben durch die Bemühungen der Bauherrengemeinschaft Fürst & Friedrich, ausgeführt in mehr als 26 regionalen Bemühungen hochwertigen Sandstein und Granit ab. Abgerundet wird das Leistungsspektrum durch eigene Planungs- und Konstruktionsbüros, der Produktion im eigenen Werk und Montage durch eigene Mitarbeiter sichergestellt auf der Baustelle. Neben der technischen Beratung ist eine kompetente Begleitung eines jeden Projekts von Anfang an selbstverständlich.

Arch.: dasja dasofstd pazzucany architekten
Foto: Helge Munzlt

Bamberger Natursteinwerk Hermann Grasser GmbH
info@bamberger-natursteinwerk.de
www.bamberger-natursteinwerk.de

Keramische Erlebniswelten für Jedermann: Das Paracelsus Bad & Kurhaus in Salzburg

Direkt im Herzen Salzburgs und am Rande des weltberühmten Mozartgartens gelegen, bietet das Paracelsus Bad & Kurhaus (**wa-ID 201270**) außergewöhnliche Erlebniswelten für Jedermann. Das Bad ist ein modernes Bad auf der Altstadt Salzburgs. Das unverwechselbare Gebäude ist gleichsam visionäres Projekt und Erfolgsobjekt, sowohl im Zentrum gelegen als auch mitten im Kurgarten. Der urbane Neubau vom Architekturbüro Berger + Parkkinen Architekten ZT GmbH ist ein auf Wohl und Wohlbefinden ausgerichtetes Mitarbeiterbad, der Schwarzkindel und der Aussenpool sind seit Ende Oktober 2019 eröffnet. Seit Ende Oktober 2019 eröffnete Gebäude mit Kurhaus Schwarzkindl und Saunabereich verfügt über spektakuläre Australie Spezialuste ist auch das dubiose Schaukelungsdach Über dem Sockel, der den Kurelemente gestaltet ist, befindet sich die natürlich vergrabe und offene Badeanschluß, darüber „schwebt" das Dach, das mit einer Spannweite von 30 Metern Spannweite, die eine Weltrekform anstrebt Schlanke, verfeinerte Kleinelemente in einem gerdeckten Weiß sorgen für Durchlässigkeit und geben dem monumentalen Bau Leichtigkeit. Die Dachkonstruktion wird zusätzlich als gelungene Erweiterung des Kurgartens Auf Ungebung offnet, betrieben die dargen Bereiche der Fassade sind mit Glasfenstern versehen, die den Blick ins Innere bieten der Nutzungen. Die Gitterglaszur einzelnen bei nahe Berührung ist eine schmiedende Schwedeuse Sie wurde von NBK speziell für dieses Projekt entwickelt und ein Einbauverfahren hergestellt. TERRAKIT+ 22-Netzglasuren sind die „Heute Duoluxe" an der Fassade. NBK bietet hier ein Portfolio an Möglichkeiten, das keine Wünsche offen lässt. Die Fassade wurde mit Hilfe von Wolter von Architekten und Bauherren polierbel erwiesen. Ist Effektglasuren wirken nicht nur durch ihre Farbeneffekt, die bereits über das Portfolio gängiger Glasuren hinausgeht. Sie bieten eine zusätzlichen Bandbreite an Effekten, die bisher nicht erreichbar waren, besonders Bereich der Architekturkeramik.

Arch.: Berger + Parkkinen Architekten ZT GmbH, Wien
Foto: Christian Richter

NBK Keramik GmbH
d.adamer@nbk.de, www.nbk.de

1. **web-Adresse (URL)**
   http://www.wettbewerbe-aktuell.de
2. **Kurzcharakteristik**
   wettbewerbe-aktuell.de ist das Online-Portal (deutsch/englisch) für Ausschreibungen von Wettbewerben und Dienstleistungen mit großem Wettbewerbsarchiv, aktuellen Ergebnissen, Büroprofilen und einen Stellenmarkt. Über das Online-Portal werden die Verlagsprodukte bestellt, ein kostenloser E-Mail-Service benachrichtigt täglich Abonnenten, sobald Ausschreibungen mit den von ihnen vorgegebenen Auswahlkritieren veröffentlicht werden sowie über Ausschreibungen, die von uns online betreut werden.
3. **Zielgruppe**
   Architekten, Bauingenieure, Baubehörden, Studenten
4. **Verlag**
   wettbewerbe aktuell, Maximilianstr. 5, 79100 Freiburg,
   Tel. 0761-774 55 0, Fax 0761-774 55 99
5. **Ansprechpartner**
   Jan Sievers, Tel. 0761-774 55 77, sievers@wettbewerbe-aktuell.de
6. **Zugriffe pro Monat** (Stand Oktober 2018)
   visits: 25.437, Pageviews: 170.477, unique user 17.219
7. **Datenanlieferung**
   Per E-Mail an sievers@wettbewerbe-aktuell.de zum Schaltungsbeginn
8. **Werbeformen und Preise** (zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer)
   Breite x Höhe in Pixel

a) Super-Banner (728 px x 90 px)	€ 1.900,-/Monat
b) Large-Leaderborad (970 px x 90 px)	€ 2.300,-/Monat
c) Newsletter (728 px x 90 px)	€ 2.200,–/Monat

9. **Rabatte**
   Auf Anfrage, abhängig von Frequenz und Kombination mit Print-Anzeigen.
10. **Zahlungsbedingungen**
    Innerhalb 14 Tagen;
    bei Bankeinzug 3% Skonto;
    innerhalb 21 Tagen nach Rechnungsdatum netto.
    Ust-Ident-Nr.:
    DE 142 115 269

wa-Themenbücher bieten weitere Werbemöglichkeiten

Die wa-Themenbuchreihe im DIN A4-Format behandelt die jeweiligen Themen wesentlich umfangreicher und ausführlicher als die Monatszeitschrift.

Auf durchschnittlich 120 Seiten werden alle die Wettbewerbe ausführlich dokumentiert, die in der Monatszeitschrift bis dahin gar nicht oder lediglich kurz vorgestellt wurden.

Auflage 2.500 Exemplare

Preise 1/1 4c: € 3.200,–, zzgl. der gesetzlichen MwSt.

wa vision

1. **web-Adresse (URL)**
   http://www.wettbewerbe-aktuell.de, http://www.wa-journal.de
2. **Kurzcharakteristik wa vision**
   wa vision ist eine Sonderausgabe des Verlags.
   wa vision dokumentiert die Ergebnisse des **wa award** und von weiteren Studentenwettbewerben, die vorher noch nicht in der Monatszeitschrift dokumentiert wurden, und weist auf laufende Studentenwettbewerbe hin.
3. **Zielgruppe**
   Studenten der Architekturfachrichtungen
4. **Verlag**
   wa wettbewerbe aktuell,
   Maximilianstr. 5, 79100 Freiburg, Tel. 0761-774 55 0, Fax 0761-774 55 99
5. **Ansprechpartner**
   Jan Sievers, Tel. 0761-774 55 77, sievers@wettbewerbe-aktuell.de
6. **Auflage:** 20.000,
   Freiverteiler an Universitäten, Fachhochschulen und Architektenkammern sowie Beilage in wa 4/2020
7. **Datenanlieferung**
   Per E-mail an stoecks@wettbewerbe-aktuell.de
8. **Preise** (zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer)
   Siehe Seite 6.
9. **Rabatte**
   Auf Anfrage in Kombination mit der Monatszeitschrift und/oder online und/oder Themenbuch
10. **Zahlungsbedingungen**
    Innerhalb 14 Tagen;
    bei Bankeinzug 3% Skonto;
    innerhalb 21 Tagen nach Rechnungsdatum netto.
    Ust-Ident-Nr.: DE 142 115 269

wa vision dokumentiert den **wa award** und weitere Studentenwettbewerbe und erscheint einmal jährlich.

award

Studentischer Nachwuchspreis

1. **web-Adresse (URL)**
   http://www.wa-award.de, http://www.wettbewerbe-aktuell.de,

2. **Kurzcharakteristik**
   Als einzige deutsche monatlich erscheinende Architekturfachzeitschrift, die sich exklusiv mit dem Thema Architekturwettbewerbe befasst, sieht **wa wettbewerbe aktuell** es als seine Aufgabe, auch den Nachwuchs in der Architektur zu fördern. **wa** will mit diesem studentischen Ideenwettbewerb ein neues Format etablieren, das in regelmäßigem Turnus an Hochschulen, Universitäten und Akademien im deutschsprachigen Raum stattfinden soll.
   Der aktuelle **wa award** wurde 2019 ausgelobt. Die Präsentation der Ergebnisse findet in Frankfurt während der Light+Building statt.

3. **Zielgruppe**
   Hochschulen und Studenten der Architekturfachrichtungen

4. **Verlag**
   wa wettbewerbe aktuell,
   Maximilianstr. 5, 79100 Freiburg, Tel. 0761-774 55 0, Fax 0761-774 55 99

5. **Ansprechpartner**
   Jan Sievers, Tel. 0761-774 55 77, sievers@wettbewerbe-aktuell.de

6. **Kommuikationsmaßnahmen**
   Als Partner können Sie folgende Kommunikationsmaßnahmen in Anspruch nehmen:
   Ihr Firmenlogo
   - auf dem Ankündigungsplakat
     (ca. 400 Stück an den Hochschulen mit Architekturstudiengängen)
   - in unseren Eigenanzeigen in der Monatszeitschrift **wa wettbewerbe aktuell**
   - in unseren Anzeigen, die wir in Fremdmedien schalten
   - auf unserer Homepage im Bereich www.wa-award.de
   - in unsererm regelmäßig versendeten Newsletter
   - auf unserer facebook-Seite

   Unsere Unterstützer erhalten in wa vision:
   - 1/1 4c in unserer Studentenausgabe **wa vision**, in der der Award ausführlich dokumentiert wird

   Weitere Möglichkeiten:
   - Ihre Präsenz auf unserem Messestand (BAU bzw. Light & Building)
   - Bereitstellen von Sachpreisen und persönliche Übergabe bei der Preisverleihung auf der Messe BAU
   - Präsentation der Wettbewerbsergebnisse in Ihrem Unternehmen, Showroom, homepage, Online- und Social Media-Kanälen etc.

Zusätzliche oder alternative Kooperationsmöglichkeiten entwickeln wir gerne mit Ihnen gemeinsam. Sprechen Sie uns an: Jan Sievers, Tel. 0761-774 55 77, sievers@wettbewerbe-aktuell.de

Architekten von morgen
schon heute entdecken

1 Kurzcharakteristik
Architektenwettbewerbe sind für den entwerfenden Architekten die wichtigste Art der Akquisition für alle großen Bauprojekte, da Wettbewerbe für die Vergabe fast aller durch die öffentliche Hand geförderten Planungsmaßnahmen vorgeschrieben sind. Wie wichtig und häufig Wettbewerbe sind, zeigt die Wettbewerbsstatistik. Im letzten Jahr haben wir ca. 400 Wettbewerbsausschreibungen und fast ebenso viele Wettbewerbsergebnisse veröffentlicht. **wa wettbewerbe aktuell**, die einzige Monatszeitschrift im Bereich der Architektenwettbewerbe, veröffentlicht sowohl alle neu ausgelobten Wettbewerbsausschreibungen als auch die Wettbewerbsergebnisse, zum Teil in ausführlicher Form mit Plänen, Modellfotos und Preisgerichtsbeurteilungen der prämierten Arbeiten. Zusätzlich werden die Wettbewerbsprojekte unmittelbar nach Fertigstellung mit Fotoberichten vorgestellt.

2	**Erscheinungstermin**	monatlich, i.d.R. 1. Werktag des Monats siehe AMF P4
3	**Jahrgang**	50. Jahrgang 2020
4	**Webadresse (URL)**	www.wettbewerbe-aktuell.de
5	**Mitgliedschaften**	IVW, SZV Südwestdeutscher Zeitschriftenverleger-Verband e.V.,
6	**Organ**	unabhängig
7	**Herausgeber**	Dipl.-Ing. Thomas Hoffmann-Kuhnt
8	**Geschäftsführung**	Barbara Jonas
9	**Verlag**	**wa wettbewerbe aktuell** Verlagsgesellschaft mbH
	Hausanschrift	Maximilianstraße 5, 79100 Freiburg
	Telefon/Telefax	Tel. 0761/77455-0, Fax 0761/77455-11
	E-Mail	verlag@wettbewerbe-aktuell.de
10	**Redaktion**	
	Chefredaktion	Barbara Jonas · Judith Jaeger
	Fachredaktion	Kristina Nenninger
	Onlineredaktion	Bianca Dold
	E-Mail	redaktion@wettbewerbe-aktuell.de
11	**Anzeigen**	
	Anzeigenleitung	Jan Sievers
	Telefon	0761/77455-77
	E-Mail	sievers@wettbewerbe-aktuell.de
12	**Vertrieb**	
	Vertriebsleitung	Otto Weber
	Telefon	0761/77455-70
	Telefax	0761/77455-99
	E-Mail:	weber@wettbewerbe-aktuell.de
13	**Bezugspreise**	
	Jahresabonnement	€ 179,00 inkl. MwSt. premium € 302,00 inkl. MwSt.
	Einzelverkaufspreis	€ 17,90
14	**ISSN-Nr.**	0177-9788

15	**Umfangsanalyse**		2018 = 12 Ausgaben
	Format der Zeitschrift		DIN A4
	Gesamtumfang		944,0 Seiten = 100,0 %
	Redaktioneller Teil		823,0 Seiten = 88,3 %
	Anzeigenumfang		121,0 Seiten = 11,7 %
	davon	Industrieanzeigen	69,0 Seiten = 53,2 %
		Wettbewerbs- u. Personalanz.	4,0 Seiten = 3,2 %
		Beihefter	15,0 Seiten = 6,5 %
		Verlagseigene Anzeigen	36,0 Seiten = 37,1 %
		Beilagen	6 Stück
16	**Inhaltsanalyse Redaktion 2016**		**823,0 Seiten = 100,0 %**
	Wettbewerbsinformationen/-entscheidungen		62,0 Seiten = 7,5 %
	Wettbewerbsdokumentationen		570,0 Seiten = 69,3 %
	„Wettbewerbe weiterverfolgt“, Projektdarstellung		191,0 Seiten = 23,2 %
	davon Wohnungs- und Städtebau		101,0 Seiten = 12,3 %
		Schul- und Bildungswesen, Universitäten	158,0 Seiten = 19,2 %
		Kulturelle Bauten, Museen, Bibliotheken	190,0 Seiten = 23,1 %
		Dienstleistungen, Industrie und Wirtschaft	113,0 Seiten = 13,7 %
		Verwaltungs- und Behördenbauten	131,0 Seiten = 15,9 %
	sonstige Wettbewerbsthemen		130,0 Seiten = 15,8 %

17 Auflagenkontrolle Informationsgesellschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern

18 Auflagenanalyse Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt (01.10.2018 – 30.09.2019)

Druckauflage	6.900		
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	6.412	davon Ausland:	859
Verkaufte Auflage	4.767		
– Abonnierte Exemplare	4.499	davon Ausland:	445
– Einzelverkauf	16	davon Mitgliederstücke:	–
– Sonstiger Verkauf	249		
Freistücke	1.648	davon Ausland:	192
Rest-, Archiv- und Belegexemplare	912		

19 Geografische Verbreitungsanalyse

Wirtschaftsraum		Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage %		Exemplare
Inland		85,67	=	5.553
Ausland		14,33	=	859
tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)		100,00	=	6.412
Auflagengliederung nach Nielsen-Gebieten				
Nielsen-Gebiet 1	Schleswig-Holstein Hamburg, Bremen Niedersachsen	12,93	=	719
Nielsen-Gebiet 2	Nordrhein-Westfalen	20,05	=	1.113
Nielsen-Gebiet 3 a	Hessen, Saarland Rheinland-Pfalz	12,21	=	678
Nielsen-Gebiet 3 b	Baden-Württemberg	21,32	=	1.184
Nielsen-Gebiet 4	Bayern	18,85	=	1.047
Nielsen-Gebiet 5	Berlin	4,65	=	258
Nielsen-Gebiet 6, 7	Bundesländer Ost	9,99	=	554
Inland		100,0	=	5.553

**Allgemeine Geschäftsbedingungen
für Anzeigen und Fremdbeilagen
in Zeitschriften und Zeitungen**

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag/Bestellung über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.
2. 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.
3. 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.
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 Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höhere Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.
5. 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 Verlag 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.
6. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkenn-bar

10. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.
11. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
12. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, werden Rechnung und Beleg 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 nach der Preisliste gewährt.
13. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie Einziehungskosten berechnet. Der Verlag 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 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 vom Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
14. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch 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 Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
15. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
16. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder – wenn eine Auflage nicht

sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ kenntlich gemacht.
7. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge wegen des Inhaltes, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteiles der/einer Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. 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 für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.
9. 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 Verlag 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 voraussehbaren 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 Verlages für Schäden wegen Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag 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. Der Auftraggeber übernimmt die alleinige Haftung für alle aus einer Werbeaussage sich ergebenden rechtlichen Konsequenzen und schützt den Verlag vor Ansprüchen Dritter auf Schadensersatz, Gegendarstellung bzw. anderer rechtlicher Konsequenzen. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.
genannt ist – die durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigter Mangel, wenn sie bei einer Auflage bis zu 50.000 Exemplare 20 % beträgt. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungsansprüche 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 konnte.
17. Druckunterlagen werden dem Auftraggeber nur auf besondere Anforderung zurückgesandt. Die Archivierungspflicht endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.
18. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages 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 Vertragsabschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages

a) Die allgemeinen und zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages, die gültige Anzeigenpreisliste und die schriftliche Auftragsbestätigung sind für jeden Auftrag verbindlich.
b) Bei Änderungen der Anzeigenpreise oder der Geschäftsbedingungen gelten die neuen Bedingungen auch für laufende Aufträge, sofern nicht ausdrücklich eine andere schriftliche Vereinbarung getroffen wurde.
c) Werbeagenturen und Werbungsvermittler sind verpflichtet, sich bei ihrer Auftragsabwicklung mit dem Werbungtreibenden an die Preisliste und an die Geschäftsbedingungen des Verlages zu halten.
d) Werden für konzernangehörige Firmen gemeinsame Rabattierungen gewünscht, ist eine schriftliche Bestätigung der Kapitalbeteiligung von mindestens 50 % erforderlich.
e) Stornierung oder Zurückstellung von Anzeigen sind bis drei Tage nach dem offiziellen Anzeigenschlusstermin schriftlich anzumelden, bei späterer Zurückstellung oder Stornierung hat der Verlag Anspruch auf Bezahlung des bestellten Anzeigenraumes.
f) Bei Betriebsstörungen oder Eingriffen durch höhere Gewalt (z. B. Arbeitskämpfe, Beschlagnahme und dgl.) hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn die Aufträge mit 80 % der garantierten verkauften Auflage erfüllt sind. Geringere Leistungen sind nach dem Tausender-Seitenpreis gemäß der im Tarif genannten garantierten verkauften Auflage zu bezahlen.
g) Bei Ziffernanzeigen ist der Auftraggeber verpflichtet, die Angebotsunterlagen innerhalb vier Wochen an den Bewerber zurückzugeben.

wa wettbewerbe aktuell Verlagsgesellschaft mbH
Maximilianstraße 5, 79100 Freiburg

www.wettbewerbe-aktuell.de
Anzeigenabteilung: Jan Sievers
Telefon: 07 61/7 74 55-77
Telefax: 07 61/7 74 55-99
E-Mail: sievers@wettbewerbe-aktuell.de

Unsere Mediadaten 2020 sind auch als pdf und e-paper unter www.wettbewerbe-aktuell.de erhältlich.

The Whale, Andenes/Norwegen, 1. Preis Dorte Mandrup A/S, Kopenhagen, Titelbild wa 12/2019