

**wa**  
wettbewerbe  
aktuell

**media 2025**





## **wa wettbewerbe aktuell – konstante Qualität für Architekt\*innen**

Wettbewerbe sind das wohl wichtigste Akquisitionsmittel der Architekt\*innen, 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 Leser\*innen als Arbeitsmittel verwendet und gelesen wird. Täglich entscheiden die Leser\*innen über Marken, Produkte und Systeme, die in Großobjekten mit hohen Bausummen eingesetzt werden.

**wa wettbewerbe aktuell** hat bei den Untersuchungen von KANTAR unter Architekturfachzeitschriften seit Jahrzehnten mit besten Bewertungen unter Architekt\*innen abgeschnitten.

**wa wettbewerbe aktuell** gilt laut KANTAR 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\*innen**

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



### 1 Auflage

Druckauflage	5.125
Tatsächlich verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt (lt. AMF-Schema 2, Ziffer 17):	4.939

### 2 Zeitschriftenformat

DIN A4  
210 x 297 mm beschnitten  
216 x 305 mm unbeschnitten  
Beschnitt im Bund, unten und außen je 3 mm,  
oben 5 mm

### 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

### Platzierung

Bei Fragen zur Platzierung 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 beigelegt 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 Ausdrücke mit den genauen Farbbezeichnungen benötigt. Für den Druck von Anzeigen in Euroskala (cmky) ist unbedingt ein druckverbindliches Proof erforderlich. Farbdrucke 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. 07 61/7 74 55-30  
E-Mail: stoecks@wettbewerbe-aktuell.de

## c) Betriebssystem

Apple Macintosh  
– Illustrator ab Version CS5.5  
– Photoshop ab CS5.5  
– InDesign ab Version CS5.5

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	<b>wa</b> Thema
1 Januar 2025	06. 12. 2024	06. 01. 2025	VHF vorg. hinterl. Fass.
2 Februar 2025	14. 01. 2025	03. 02. 2025	Dächer
3 März 2025	11. 02. 2025	03. 03. 2025	Licht/Gebäudetechnik
4 April 2025	12. 03. 2025	01. 04. 2025	Klinkerfassaden
5 Mai 2025	09. 04. 2025	02. 05. 2025	Metallfassaden
6 Juni 2025	13. 05. 2025	02. 06. 2025	Natursteinfassaden
7 Juli 2025	10. 06. 2025	01. 07. 2025	Keramikfassaden
8 August 2025	11. 07. 2025	01. 08. 2025	Wohnungsbau
9 September 2025	12. 08. 2025	01. 09. 2025	Platzgest./L.Architektur
10 Oktober 2025	12. 09. 2025	01. 10. 2025	Innenarchitektur
11 November 2025	14. 10. 2025	03. 11. 2025	Nachhaltiges Bauen
12 Dezember 2025	11. 11. 2025	01. 12. 2025	Fassaden/Innovationen

## 5 Verlag

Hausanschrift:  
Internet:  
Anzeigenabteilung:

**wa wettbewerbe aktuell** Verlagsgesellschaft mbH  
Maximilianstraße 5, 79100 Freiburg  
www.wettbewerbe-aktuell.de, www.wa-journal.de  
Jan Sievers  
Telefon: 07 61/7 74 55-77  
E-mail: sievers@wettbewerbe-aktuell.de

## 6 Zahlungsbedingungen

Innerhalb 14 Tagen. Ust-Ident-Nr.: DE 142 115 269

### Bankverbindung

Sparkasse Freiburg IBAN: DE17 6805 0101 0010 6127 58  
SWIFT/BIC: FRSPDE66XXX

## 7 Anzeigenformate und Preise

Siehe nächste Seite

**7 Anzeigenformate und Preise** (zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer)

**rabattierfähig**

**nicht rabattierfähig**

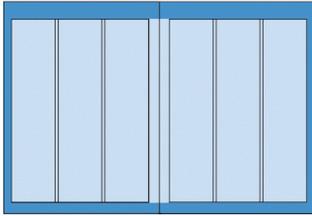
Format:	Breite/Höhe (in mm)	s/w (Grundpreis €)	2c (2-farbig)	3c (3-farbig)	4c (4-farbig)	s/w Wettbewerbsanzeigen	s/w Stellenanzeigen
1/1-Seite	185 x 257	€ 6.500	€ 7.150	€ 7.800	€ 8.450	€ 2.990	€ 2.190
2/3-Seite	122 x 257 185 x 170	€ 4.840	€ 5.490	€ 6.140	€ 6.790	€ 2.150	€ 1.790
1/2-Seite	90 x 257 122 x 170 185 x 126	€ 3.910	€ 4.560	€ 5.210	€ 5.860	€ 1.780	€ 1.490
1/3-Seite	59 x 257 122 x 126 185 x 83	€ 3.530	€ 4.030	€ 4.530	€ 5.030	€ 1.410	€ 1.290
1/4-Seite	59 x 170 90 x 126 185 x 61	€ 2.790	€ 3.290	€ 3.790	€ 4.290	€ 1.090	€ 990
1/6-Seite	59 x 126 90 x 83	€ 2.390	€ 2.890	€ 3.290	€ 3.890	€ 930	€ 790



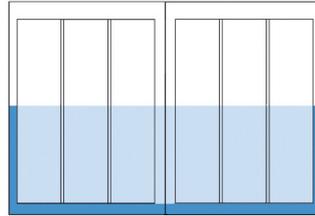
Sponsorenpaket € 5.000/Jahr

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

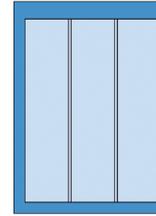
**Typische Anzeigenformate** (Beispiel für eine rechte Seite. S = Satzspiegelformat, A = angeschnitten ohne Beschnittzugabe). Sonderformate sind auf Anfrage möglich.



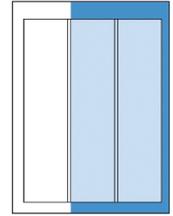
2/1-Seite  
S: 400 x 257  
A: 420 x 297



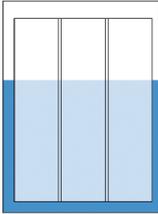
2x 1/2-Seite quer  
S: 400 x 126 mm  
A: 420 x 141 mm



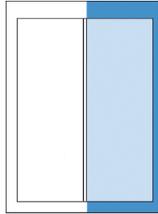
1/1-Seite  
S: 185 x 257 mm  
A: 210 x 297 mm



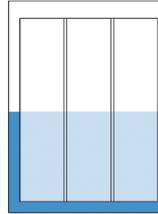
2/3-Seite hoch  
S: 122 x 257 mm  
A: 132 x 297 mm



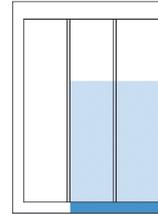
2/3-Seite quer  
S: 185 x 170 mm  
A: 210 x 185 mm



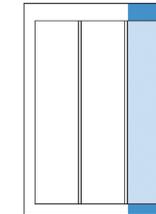
1/2-Seite hoch  
S: 90 x 257 mm  
A: 100 x 297 mm



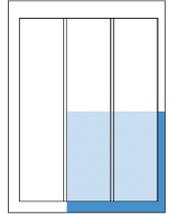
1/2-Seite quer  
S: 185 x 126 mm  
A: 210 x 141 mm



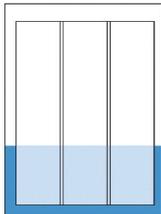
1/2-Seite hoch  
S: 122 x 170 mm  
A: 132 x 185 mm



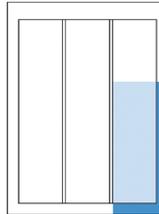
1/3-Seite hoch  
S: 59 x 257 mm  
A: 69 x 297 mm



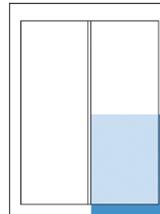
1/3-Seite hoch  
S: 122 x 126 mm  
A: 132 x 141 mm



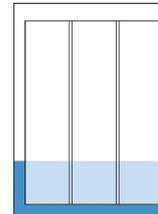
1/3-Seite quer  
S: 185 x 83 mm  
A: 210 x 98 mm



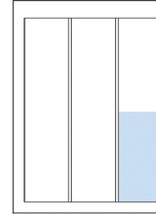
1/4-Seite hoch  
S: 59 x 170 mm  
A: 69 x 185 mm



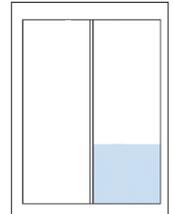
1/4-Seite hoch  
S: 90 x 126 mm  
A: 100 x 141 mm



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 Sonderwerbformen** 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 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 € 350,-/Tausend  
Prospekte/Warenmuster auf Anfrage nach Vorlage eines Musters

**Benötigte Liefermenge** derzeit 5.500 Exemplare (abhängig von der Ausgabe)

**Anlieferungstermin** 15. 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 5.500 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 Fräßbrand, 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 bis 25 g	Preise pro Tausend € 425,-
---------------------------	-------------------------------

Höhere Gewichte auf Anfrage.

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

**Berechnete Auflage** entsprechend der Inlandsverbreitung  
**Benötigte Liefermenge** derzeit 5.500 Exemplare (abhängig v. d. Ausgabe)

**Anlieferungstermin** 15. 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 9. September 2024

#### 4. Struktur der Empfängerschaft

a) Gesamtzahl der Empfänger in der Datei	5.664
b) Struktur der Empfängerschaft einer aktuellen durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen	
davon: abonnierte Exemplare	3.603
Einzelverkauf	21
sonstiger Verkauf	318
– verkaufte Auflage	3.942
– Freistücke	1.053

Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	<b>4.995</b>
davon Inland	4.429
davon Ausland	566

#### 5. Grundgesamtheit (untersuchter Anteil)

Grundgesamtheit (tvA)	4.995 = 100,00 %
davon in der Untersuchung nicht erfasst	216 = 4,33 %
– Einzelverkauf	21
– sonstiger Verkauf	297
– Werbeexemplare	–
Die Untersuchung repräsentiert Empfänger der Grundgesamtheit (tvA)	5.130 = 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 9. September 2024, Ausgabe 9/2024



Seit Januar 2013 stellt **wa** seinen Leser\*innen 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 2025 ist folgender Themenplan vorgesehen:

## Themenplan 2025

Januar 2025	Vorgehängte hinterlüftete Fassaden (VHF)
Februar 2025	Dächer
März 2025	Licht/Gebäudetechnik
April 2025	Klinkerfassaden
Mai 2025	Metallfassaden
Juni 2025	Natursteinfassaden
Juli 2025	Keramikfassaden
August 2025	Wohnungsbau/Serielles Bauen
September 2025	Platzgestaltung/Landschaftsarchitektur
Oktober 2025	Innenarchitektur
November 2025	Nachhaltiges Bauen
Dezember 2025	Fassaden/Innovationen

**36 Nachhaltiges Bauen**

### Klimaschonendes Einfamilienhaus am Ammersee

Das kleine Haus AZ zeigt die Möglichkeiten Architekt Stefan Anselm, wie sich im Holenommen die ökologische Fußabdruck und größtmöglicher Komfort durch die Einbettung in ein solches Haus. Die Wochen taucht er die Architektur und Bauteile nicht nur als Materialwahl und Gestaltung, sondern auch als Prozess. Die Holenommen sind die effiziente Verbindung der 21 Energieeffizienz der Gebäudetechnik mit der Energieeffizienz der Bauteile. Die effiziente Verbindung der 21 Energieeffizienz der Gebäudetechnik mit der Energieeffizienz der Bauteile. Die effiziente Verbindung der 21 Energieeffizienz der Gebäudetechnik mit der Energieeffizienz der Bauteile.




**Erfolgreich nachhaltig in Linz**

Das Projekt zeigt, wie durch die Nutzung von Holz und die Verwendung von nachhaltigen Materialien ein klimaschonendes Einfamilienhaus am Ammersee gebaut werden kann. Die effiziente Verbindung der 21 Energieeffizienz der Gebäudetechnik mit der Energieeffizienz der Bauteile.




**38 124**

### Klimafreundliche und ESG-konforme Fassaden-Revitalisierung mit Naturstein

Das Projekt zeigt, wie durch die Nutzung von Naturstein und die Verwendung von nachhaltigen Materialien ein klimafreundliches und ESG-konformes Einfamilienhaus am Ammersee gebaut werden kann. Die effiziente Verbindung der 21 Energieeffizienz der Gebäudetechnik mit der Energieeffizienz der Bauteile.





**Nachhaltiges Wohnen in Berlin**

Das Projekt zeigt, wie durch die Nutzung von Holz und die Verwendung von nachhaltigen Materialien ein klimafreundliches und ESG-konformes Einfamilienhaus am Ammersee gebaut werden kann. Die effiziente Verbindung der 21 Energieeffizienz der Gebäudetechnik mit der Energieeffizienz der Bauteile.







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 Stellenmarkt. Über das Online-Portal werden die Verlagsprodukte bestellt, ein kostenloser E-Mail-Service benachrichtigt täglich Abonnenten, sobald Ausschreibungen mit den von ihnen vorgegebenen Auswahlkriterien veröffentlicht werden sowie über Ausschreibungen, die von wettbewerbe aktuell online betreut werden.

3. **Zielgruppe**  
Architekt\*innen, Bauingenieur\*innen, Baubehörden, Student\*innen, Auslober, Koordination

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

5. **Ansprechpartner**  
Jan Sievers, Tel. 0761-774 55 77, [sievers@wettbewerbe-aktuell.de](mailto:sievers@wettbewerbe-aktuell.de)

6. **Zugriffe pro Monat** (Stand Oktober 2024)  
visits: 49.783, Pageviews: 238.675, unique user 32.496

7. **Datenanlieferung**  
Per E-Mail an [sievers@wettbewerbe-aktuell.de](mailto:sievers@wettbewerbe-aktuell.de) zum Schaltungsbeginn

## 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.

8. **Werbeformen und Preise** (zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer)

Breite x Höhe in Pixel	
a) Billboard (970 px x 90 px)	€ 2.300,-/Monat
b) täglicher Newsletter (728 px x 90 px)	€ 2.200,-/Monat
c) Stellenanzeige	€ 290,-/Monat
d) 14-tägiger Newsletter	€ 950,-/Advertorial

9. **Rabatte**

Auf Anfrage, abhängig von Frequenz und Kombination mit Print-Anzeigen.

10. **Zahlungsbedingungen**

Innerhalb 14 Tagen.  
Ust-Ident-Nr.:  
DE 142 115 269





**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** hat mit diesem studentischen Ideenwettbewerb ein neues Format etabliert, das jährlich an Hochschulen, Universitäten und Akademien im deutschsprachigen Raum stattfindet.

Der aktuelle **wa award** wurde 2024 ausgelobt. Die Präsentation der Ergebnisse findet am 30.04.2025 in der Technischen Universität Braunschweig statt.

**3. Zielgruppe**

Hochschulen und Student\*innen der Architekturfachrichtungen

**4. Verlag**

**wa wettbewerbe aktuell**,

Maximilianstr. 5, 79100 Freiburg, Tel. 0761-774 55 0

**5. Ansprechpartner**

Jan Sievers, Tel. 0761-774 55 77, [sievers@wettbewerbe-aktuell.de](mailto:sievers@wettbewerbe-aktuell.de)

**6. Kommunikationsmaßnahmen**

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 Fremdd Medien schalten
- auf unserer Homepage im Bereich [www.wa-award.de](http://www.wa-award.de)
- in unserem regelmäßig versendeten Newsletter
- auf unserer facebook-Seite

**Unsere Unterstützer erhalten:**

- 1/1 4c in wa 5/2025, in der der **wa award** ausführlich dokumentiert wird

**Weitere Möglichkeiten:**

- Ihre Präsenz bei der Preisverleihung
- Bereitstellen von Sachpreisen und persönliche Übergabe bei der Preisverleihung
- 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](mailto:sievers@wettbewerbe-aktuell.de)

Architekten von morgen  
schon heute entdecken

**1 Kurzcharakteristik**

Architekturwettbewerbe sind für entwerfende Architekt\*innen 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. 800 Wettbewerbsausschreibungen und fast ebenso viele Wettbewerbsergebnisse veröffentlicht. **wa wettbewerbe aktuell**, die einzige Monatszeitschrift im Bereich der Architektenwettbewerbe, veröffentlicht online 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** 55. Jahrgang 2025

**4 Webadresse (URL)** [www.wettbewerbe-aktuell.de](http://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** Markus Dittes

**9 Verlag** **wa wettbewerbe aktuell** Verlagsgesellschaft mbH

Hausanschrift Maximilianstraße 5, 79100 Freiburg

Telefon Tel. 07 61/774 55-0

E-Mail [verlag@wettbewerbe-aktuell.de](mailto:verlag@wettbewerbe-aktuell.de)

**10 Redaktion**

Chefredaktion Judith Jaeger

Fachredaktion Kristina Nenner, Bianca Dold

Onlineredaktion Hsu-Tseng Chien, Ilka Heine, Susanne Stöck

E-Mail [verlag@wettbewerbe-aktuell.de](mailto:verlag@wettbewerbe-aktuell.de)

**11 Anzeigen**

Anzeigenleitung Jan Sievers

Telefon 0761/77455-77

E-Mail [sievers@wettbewerbe-aktuell.de](mailto:sievers@wettbewerbe-aktuell.de)

**12 Vertrieb**

Vertriebsleitung

Telefon

E-Mail:

Otto Weber

07 61/774 55-70

[weber@wettbewerbe-aktuell.de](mailto:weber@wettbewerbe-aktuell.de)

**13 Bezugspreise**

Jahresabonnement

Einzelverkaufspreis

€ 214,00 inkl. MwSt.

€ 20,00

premium € 337,00 inkl. MwSt.

**14 ISSN-Nr.**

0177-9788

**15 Umfangsanalyse  
Format der Zeitschrift  
Gesamtumfang  
Redaktioneller Teil  
Anzeigenumfang**

2023 = 12 Ausgaben

DIN A4

994,0 Seiten = 100,0 %

857,0 Seiten = 89,3 %

106,0 Seiten = 10,7 %

davon	Industrieanzeigen	61,0 Seiten = 57,7 %
	Wettbewerbs- u. Personalanz.	3,0 Seiten = 2,9 %
	Beihefter	10,0 Seiten = 9,6 %
	Verlagseigene Anzeigen	32,0 Seiten = 29,8 %
	Beilagen	8 Stück

**16 Inhaltsanalyse Redaktion 2023**

**888,0 Seiten = 100,0 %**

Wettbewerbsentscheidungen 30,0 Seiten = 3,4 %

Veranstaltungshinweise/Buchrezensionen 36,5 Seiten = 4,1 %

Wettbewerbsdokumentationen 581,0 Seiten = 65,4 %

„Wettbewerbe weiterverfolgt“, Projektdarstellung 240,5 Seiten = 27,1 %

davon Wohnungs- und Städtebau 122,5 Seiten = 13,8 %

Schul- und Bildungswesen, Universitäten 168,0 Seiten = 18,9 %

Kulturelle Bauten, Museen, Bibliotheken 197,0 Seiten = 22,2 %

Dienstleistungen, Industrie und Wirtschaft 120,0 Seiten = 13,5 %

Verwaltungs- und Behördenbauten 137,5 Seiten = 15,5 %

sonstige Wettbewerbsthemen 143,0 Seiten = 16,1 %

**17 Auflagenkontrolle**

Informationsgesellschaft  
zur Feststellung  
der Verbreitung  
von Werbeträgern



**18 Auflagenanalyse**

Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt  
(01.10.2023 – 30.09.2024)

<b>Druckauflage</b>	5.125		
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)</b>	4.939	davon Ausland:	535
<b>Verkaufte Auflage</b>	3.649		
– Abonnierte Exemplare	3.368	davon Ausland:	290
– Einzelverkauf	7	davon Mitgliederstücke:	–
– Sonstiger Verkauf	275		
<b>Freistücke</b>	1.290	davon Ausland:	20
<b>Rest-, Archiv- und Belegexemplare</b>	186		

**19 Geografische Verbreitungsanalyse**

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage %	Exemplare
Inland	89,16	= 4.404
Ausland	10,84	= 535
<b>tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)</b>	<b>100,00</b>	<b>= 4.939</b>

**Auflagentgliederung nach Nielsen-Gebieten**

<b>Nielsen-Gebiet 1</b>	Schleswig-Holstein Hamburg, Bremen Niedersachsen	12,93	=	569
<b>Nielsen-Gebiet 2</b>	Nordrhein-Westfalen	20,05	=	883
<b>Nielsen-Gebiet 3 a</b>	Hessen, Saarland Rheinland-Pfalz	12,21	=	538
<b>Nielsen-Gebiet 3 b</b>	Baden-Württemberg	21,32	=	939
<b>Nielsen-Gebiet 4</b>	Bayern	18,85	=	830
<b>Nielsen-Gebiet 5</b>	Berlin	4,65	=	205
<b>Nielsen-Gebiet 6, 7</b>	Bundesländer Ost	9,99	=	440
<b>Inland</b>		<b>100,0</b>	<b>=</b>	<b>3.964</b>

**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.
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

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, 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 – durch durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls 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.



Verlagsgesellschaft mbH  
Maximilianstraße 5, 79100 Freiburg

[www.wettbewerbe-aktuell.de](http://www.wettbewerbe-aktuell.de)

Anzeigen: Jan Sievers

Telefon: 0761/7 7455-77

E-Mail: [sievers@wettbewerbe-aktuell.de](mailto:sievers@wettbewerbe-aktuell.de)