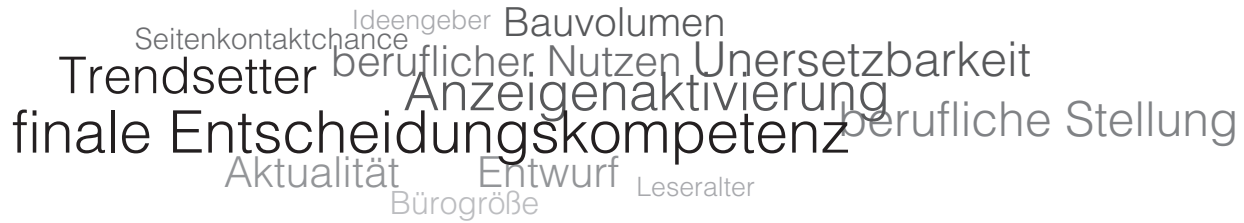


wa
wettbewerbe
aktuell

media 2026



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 Ideegeber

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 4.654

Tatsächlich verbreitete Auflage
im Jahresdurchschnitt (lt. AMF-Schema 2, Ziffer 17): 4.413

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 Euro-skala (cmyk) ist unbedingt ein druckverbindliches Proof erforderlich. Farbandrucke vom Fotokopierer 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 61/77 455-30

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](https://www.dropbox.com) 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 2026	08.12.2025	05.01.2026	VHF vorg. hinterl. Fass.
2 Februar 2026	13.01.2026	02.02.2026	Dächer
3 März 2026	10.02.2026	02.03.2026	Licht/Gebäudetechnik
4 April 2026	13.03.2026	01.04.2026	Klinkerfassaden
5 Mai 2026	15.04.2026	05.05.2026	Sonnenschutz
6 Juni 2026	11.05.2026	01.06.2026	Natursteinfassaden
7 Juli 2026	11.06.2026	01.07.2026	Keramikfassaden
8 August 2026	14.07.2026	03.08.2026	Metallfassaden
9 September 2026	12.08.2026	01.09.2026	Platzgest./L.Architektur
10 Oktober 2026	11.09.2026	01.10.2026	Innenarchitektur
11 November 2026	13.10.2026	02.11.2026	Nachhaltiges Bauen
12 Dezember 2026	11.11.2026	01.12.2026	BAU 27

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 61/77 455-77

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

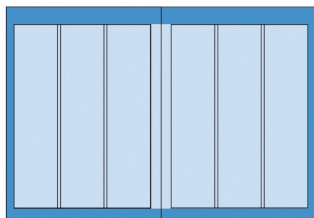
7 Anzeigenformate und Preise (zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer)

rabattierfähig

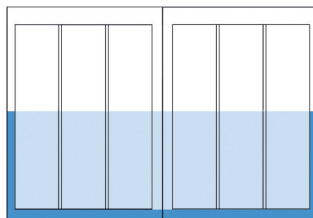
nicht rabattierfähig

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	€ 6.640	€ 7.290	€ 7.940	€ 8.590	€ 2.990	€ 2.190
2/3-Seite	122 x 257 185 x 170	€ 4.970	€ 5.620	€ 6.270	€ 6.920	€ 2.150	€ 1.790
1/2-Seite	90 x 257 122 x 170 185 x 126	€ 4.040	€ 4.690	€ 5.340	€ 5.990	€ 1.780	€ 1.490
1/3-Seite	59 x 257 122 x 126 185 x 83	€ 3.650	€ 4.150	€ 4.650	€ 5.150	€ 1.410	€ 1.290
1/4-Seite	59 x 170 90 x 126 185 x 61	€ 2.890	€ 3.390	€ 3.890	€ 4.390	€ 1.090	€ 990
1/6-Seite	59 x 126 90 x 83	€ 2.490	€ 2.990	€ 3.390	€ 3.990	€ 930	€ 790
 Sponsorenpaket € 5.000/Jahr						Infos: Jan Sievers Tel. 07 61/7 74 55-77 oder sievers@wettbewerbe-aktuell.de	

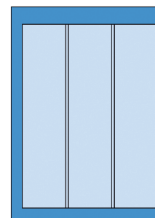
Typische Anzeigenformate (Beispiel für eine rechte Seite. S = Satzspiegelformat, A = angeschnitten ohne Beschnittzugabe). Sonderformate sind auf Anfrage möglich.



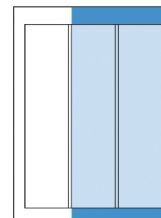
2/1-Seite
S: 400 x 257
A: 420 x 297



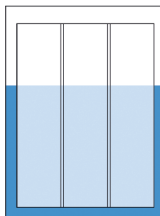
2x 1/2-Seite quer
S: 400 x 126 mm
A: 420 x 141 mm



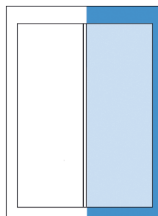
1/1-Seite
S: 185 x 257 mm
A: 210 x 297 mm



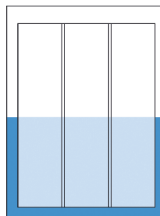
2/3-Seite hoch
S: 122 x 257 mm
A: 132 x 297 mm



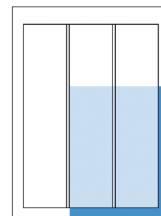
2/3-Seite quer
S: 185 x 170 mm
A: 210 x 185 mm



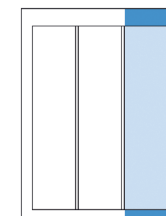
1/2-Seite hoch
S: 90 x 257 mm
A: 100 x 297 mm



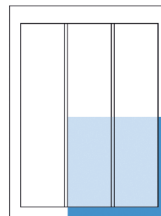
1/2-Seite quer
S: 185 x 126 mm
A: 210 x 141 mm



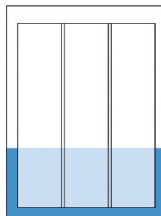
1/2-Seite hoch
S: 122 x 170 mm
A: 132 x 185 mm



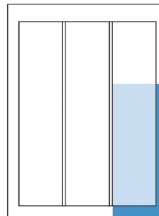
1/3-Seite hoch
S: 59 x 257 mm
A: 69 x 297 mm



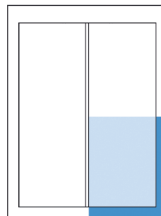
1/3-Seite hoch
S: 122 x 126 mm
A: 132 x 141 mm



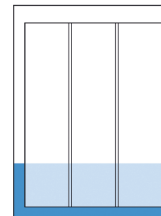
1/3-Seite quer
S: 185 x 83 mm
A: 210 x 98 mm



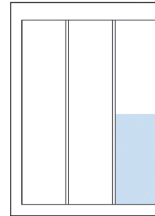
1/4-Seite hoch
S: 59 x 170 mm
A: 69 x 185 mm



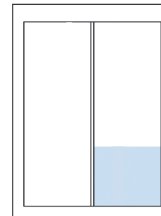
1/4-Seite hoch
S: 90 x 126 mm
A: 100 x 141 mm



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 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 und/oder online

15 Aufgeklebte Werbemittel

Aufgeklebte Werbemittel (Postkarten, Prospekte, Warenproben o.ä.) auf Einheften 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 5.000 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 5.000 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 Fräbrand,
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 5.000 Exemplare (abhängig v. d. Ausgabe)

Anlieferungstermin 15. des Vormonats

Kurzfassung der Erhebungsmethode zur AMF-Karte 2

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 2025

4. Struktur der Empfängerschaft

a) Gesamtzahl der Empfänger in der Datei	4.654
b) Struktur der Empfängerschaft einer aktuellen durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen	
davon: abonnierte Exemplare	3.159
Einzelverkauf	22
sonstiger Verkauf	242
– verkaufte Auflage	3.423
– Freistücke	990
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	4.413
davon Inland	3.901
davon Ausland	512

5. Grundgesamtheit (untersuchter Anteil)

Grundgesamtheit (tvA)	4.413 = 100,00 %
davon in der Untersuchung nicht erfasst	191 = 4,33 %
– Einzelverkauf	19
– sonstiger Verkauf	281
– Werbeexemplare	–
Die Untersuchung repräsentiert Empfänger der Grundgesamtheit (tvA)	4.230 = 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 2025, Ausgabe 9/2025

Für 2026 ist folgender Themenplan vorgesehen:

Themenplan 2026

Januar 2026	Vorgehängte hinterlüftete Fassaden (VHF)
Februar 2026	Dächer
März 2026	Licht/Gebäudetechnik
April 2026	Klinkerfassaden
Mai 2026	Sonnenschutz
Juni 2026	Natursteinfassaden
Juli 2026	Keramikfassaden
August 2026	Metallfassaden
September 2026	Platzgestaltung/Landschaftsarchitektur
Oktober 2026	Innenarchitektur
November 2026	Nachhaltiges Bauen
Dezember 2026	BAU 27

Non-Verbalizier

Non-Verbalizier

Non-Verbalizier

Nachhaltiges LED-Beleuchtung

Um ganz tief in die Zukunft zu blicken, ist es wichtig, sich mit der Nachhaltigkeit zu beschäftigen. Ein wichtiger Aspekt ist die Nachhaltigkeit der Beleuchtung. Die Beleuchtung ist ein wichtiger Bestandteil der Nachhaltigkeit, da sie einen großen Einfluss auf den Energieverbrauch hat. Die Beleuchtung ist ein wichtiger Bestandteil der Nachhaltigkeit, da sie einen großen Einfluss auf den Energieverbrauch hat.

Ein wichtiger Aspekt ist die Nachhaltigkeit der Beleuchtung. Die Beleuchtung ist ein wichtiger Bestandteil der Nachhaltigkeit, da sie einen großen Einfluss auf den Energieverbrauch hat. Die Beleuchtung ist ein wichtiger Bestandteil der Nachhaltigkeit, da sie einen großen Einfluss auf den Energieverbrauch hat.

Ein wichtiger Aspekt ist die Nachhaltigkeit der Beleuchtung. Die Beleuchtung ist ein wichtiger Bestandteil der Nachhaltigkeit, da sie einen großen Einfluss auf den Energieverbrauch hat. Die Beleuchtung ist ein wichtiger Bestandteil der Nachhaltigkeit, da sie einen großen Einfluss auf den Energieverbrauch hat.

Das Nutzhaus als Energieversorger und Klimaretter

Der Mensch hat die Natur so verändert, dass er die Natur nicht mehr als seine Heimat sieht. Die Natur ist ein wichtiger Bestandteil der Nachhaltigkeit, da sie einen großen Einfluss auf den Energieverbrauch hat. Die Natur ist ein wichtiger Bestandteil der Nachhaltigkeit, da sie einen großen Einfluss auf den Energieverbrauch hat.

Ein wichtiger Aspekt ist die Nachhaltigkeit der Beleuchtung. Die Beleuchtung ist ein wichtiger Bestandteil der Nachhaltigkeit, da sie einen großen Einfluss auf den Energieverbrauch hat. Die Beleuchtung ist ein wichtiger Bestandteil der Nachhaltigkeit, da sie einen großen Einfluss auf den Energieverbrauch hat.

Ein wichtiger Aspekt ist die Nachhaltigkeit der Beleuchtung. Die Beleuchtung ist ein wichtiger Bestandteil der Nachhaltigkeit, da sie einen großen Einfluss auf den Energieverbrauch hat. Die Beleuchtung ist ein wichtiger Bestandteil der Nachhaltigkeit, da sie einen großen Einfluss auf den Energieverbrauch hat.

Gründchen plus Photovoltaik

Ein wichtiger Aspekt ist die Nachhaltigkeit der Beleuchtung. Die Beleuchtung ist ein wichtiger Bestandteil der Nachhaltigkeit, da sie einen großen Einfluss auf den Energieverbrauch hat. Die Beleuchtung ist ein wichtiger Bestandteil der Nachhaltigkeit, da sie einen großen Einfluss auf den Energieverbrauch hat.

Ein wichtiger Aspekt ist die Nachhaltigkeit der Beleuchtung. Die Beleuchtung ist ein wichtiger Bestandteil der Nachhaltigkeit, da sie einen großen Einfluss auf den Energieverbrauch hat. Die Beleuchtung ist ein wichtiger Bestandteil der Nachhaltigkeit, da sie einen großen Einfluss auf den Energieverbrauch hat.

Nachhaltiges Wohnquartier - Ökologische Abbildungsfindung der DGNB-Zertifizierung

Ein wichtiger Aspekt ist die Nachhaltigkeit der Beleuchtung. Die Beleuchtung ist ein wichtiger Bestandteil der Nachhaltigkeit, da sie einen großen Einfluss auf den Energieverbrauch hat. Die Beleuchtung ist ein wichtiger Bestandteil der Nachhaltigkeit, da sie einen großen Einfluss auf den Energieverbrauch hat.

Ein wichtiger Aspekt ist die Nachhaltigkeit der Beleuchtung. Die Beleuchtung ist ein wichtiger Bestandteil der Nachhaltigkeit, da sie einen großen Einfluss auf den Energieverbrauch hat. Die Beleuchtung ist ein wichtiger Bestandteil der Nachhaltigkeit, da sie einen großen Einfluss auf den Energieverbrauch hat.

Ein wichtiger Aspekt ist die Nachhaltigkeit der Beleuchtung. Die Beleuchtung ist ein wichtiger Bestandteil der Nachhaltigkeit, da sie einen großen Einfluss auf den Energieverbrauch hat. Die Beleuchtung ist ein wichtiger Bestandteil der Nachhaltigkeit, da sie einen großen Einfluss auf den Energieverbrauch hat.



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
6. **Zugriffe pro Monat** (Stand Oktober 2025)
visits: 64.283, Pageviews: 355.483, unique user 40.897
7. **Datenanlieferung**
Per E-Mail an sievers@wettbewerbe-aktuell.de zum Schaltungsbeginn
8. **Werbereformen 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 € 490,-/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 2025 ausgelobt. Die Präsentation der Ergebnisse findet am 04.05.2026 an der RPTU Kaiserslautern 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

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
- in unserem regelmäßig versendeten Newsletter
- auf unseren Social-Media-Kanälen

Unsere Unterstützer erhalten:

- 1/1 4c in wa 5/2026, 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

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 56. Jahrgang 2026

4 Webadresse (URL) www.wettbewerbe-aktuell.de

5 Mitgliedschaften IVW, SZV Südwestdeutscher Zeitschriftenverleger-Verband e.V., unabhängig

6 Organ

7 Herausgeber Dipl.-Ing. Thomas Hoffmann-Kuhnt

8 Geschäftsführung Markus Dittes

9 Verlag **wa wettbewerbe aktuell** Verlagsgesellschaft mbH

Hausanschrift
Telefon
E-Mail
Maximilianstraße 5, 79100 Freiburg
Tel. 0761/77455-0
verlag@wettbewerbe-aktuell.de

10 Redaktion

Chefredaktion
Fachredaktion
Onlineredaktion
E-Mail
Judith Jaeger
Kristina Nenninger, Bianca Dold
Hsu-Tseng Chien, Ilka Heine, Susanne Stöck
verlag@wettbewerbe-aktuell.de

11 Anzeigen

Anzeigenleitung
Telefon
E-Mail
Jan Sievers
0761/77455-77
sievers@wettbewerbe-aktuell.de

12 Vertrieb

Vertriebsleitung
Telefon
E-Mail:
Otto Weber
0761/77455-70
weber@wettbewerbe-aktuell.de

13 Bezugspreise

Jahresabonnement € 223,00 inkl. MwSt. Premium € 346,00 inkl. MwSt.
Einzelverkaufspreis € 22,00

14 ISSN-Nr.

0177-9788

15 Umfangsanalyse Format der Zeitschrift Gesamtumfang Redaktioneller Teil Anzeigenumfang

2024 = 12 Ausgaben

DIN A4

952,0 Seiten = 100,0 %

850,0 Seiten = 89,3 %

102,0 Seiten = 10,7 %

davon	Industrieanzeigen	59,0 Seiten =	57,7 %
	Wettbewerbs- u. Personalanz.	3,0 Seiten =	2,9 %
	Beihefter	10,0 Seiten =	9,6 %
	Verlagseigene Anzeigen	30,0 Seiten =	29,8 %
	Beilagen		28 Stück

16 Inhaltsanalyse Redaktion 2024

850,0 Seiten = 100,0 %

Wettbewerbsentscheidungen	29,0 Seiten =	3,4 %
Veranstaltungshinweise/Buchrezensionen	35,0 Seiten =	4,1 %
Wettbewerbsdokumentationen	556,0 Seiten =	65,4 %
„Wettbewerbe weiterverfolgt“, Projektdarstellung	230,0 Seiten =	27,1 %
davon Wohnungs- und Städtebau	117,0 Seiten =	13,8 %
Schul- und Bildungswesen, Universitäten	161,0 Seiten =	18,9 %
Kulturelle Bauten, Museen, Bibliotheken	189,0 Seiten =	22,2 %
Dienstleistungen, Industrie und Wirtschaft	115,0 Seiten =	13,5 %
Verwaltungs- und Behördenbauten	132,0 Seiten =	15,5 %
sonstige Wettbewerbsthemen	136,0 Seiten =	16,1 %

17 Auflagenkontrolle

Informationsgesellschaft
zur Feststellung
der Verbreitung
von Werbeträgern



18 Auflagenanalyse

Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt
(01.10.2024 – 30.09.2025)

Druckauflage	4.654		
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	4.413	davon Ausland:	512
Verkaufte Auflage	3.412		
– Abonnierte Exemplare	3.159	davon Ausland:	295
– Einzelverkauf	12	davon Mitgliederstücke:	–
– Sonstiger Verkauf	241		
Freistücke	1.023	davon Ausland:	13
Rest-, Archiv- und Belegexemplare	241		

19 Geografische Verbreitungsanalyse

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	%	Exemplare
Inland	88,94	=	3.901
Ausland	11,06	=	512
tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,00	=	4.413

Auflagengliederung nach Nielsen-Gebieten

Nielsen-Gebiet 1	Schleswig-Holstein Hamburg, Bremen Niedersachsen	12,93	=	504
Nielsen-Gebiet 2	Nordrhein-Westfalen	20,05	=	782
Nielsen-Gebiet 3 a	Hessen, Saarland Rheinland-Pfalz	12,21	=	476
Nielsen-Gebiet 3 b	Baden-Württemberg	21,32	=	832
Nielsen-Gebiet 4	Bayern	18,85	=	735
Nielsen-Gebiet 5	Berlin	4,65	=	181
Nielsen-Gebiet 6, 7	Bundesländer Ost	9,99	=	391
Inland		100,0	=	3.901

**Allgemeine Geschäftsbedingungen
für Anzeigen und Fremdbeitragen
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 Fremdbeitragen, 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 offstehender 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 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 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

Anzeigen: Jan Sievers

Telefon: 0761/7 74 55-77

E-Mail: sievers@wettbewerbe-aktuell.de