

ARCHITEKTURZEITUNG

Mediadaten 2024

In der AZ/Architekturzeitung informieren **Architekten, Stadtplaner** und **Ingenieure** ihre Berufskollegen in **Deutschland, Österreich** und der **Schweiz** über aktuelle Trends und Entwicklungen in den Themen **Architektur, Kunst, Kultur, Städtebau, Innenarchitektur** und **Landchaftsplanung**.

Wir schreiben über Produktinnovationen, Design-Neuheiten und die Baupraxis. Mit fachbezogener und journalistischer Professionalität berichten wir tagesaktuell und über zeitgenössische Architektur, Design, Kultur und beispielhafte internationale Projekte - vom Entwurf über die Planung bis zur Konstruktion.

Unabhängigkeit

Die Redaktion der AZ/Architekturzeitung ist wirtschaftlich und inhaltlich selbständig und keinen Anweisungen Dritter unterworfen. Hier arbeiten Architekten und Stadtplaner für Architekten, Stadtplaner und Ingenieure.

Erfahrung

Wir sind fest mit unserer Zielgruppe verwurzelt. Die Redakteure der AZ/Architekturzeitung kennen den Alltag von Architekten, Stadtplanern und Ingenieuren aus ihrer eigenen beruflichen Praxis.

Glaubwürdigkeit

Wir bieten architektur- und kunsttheoretische Beiträge über Arbeiten zeitgenössischer, renommierter Architekten und Planer. Berichte zur Universitäts- und Hochschulausbildung sowie zur Weiterbildung ergänzen unsere baupraktischen Artikel. Die Themen unserer Berichterstattung wählen wir ausschließlich nach fachlichen und journalistischen Grundsätzen.



Themen

Wir decken die beruflichen Fachgebiete von Architekten, Stadtplanern und Ingenieuren mit unserer Berichterstattung vollständig ab und zeigen ausgewählte Projekte aus dem Bereich der Architektur und Innenarchitektur, dem Städtebau und der Landschaftsplanung.

Architektur und Kunst

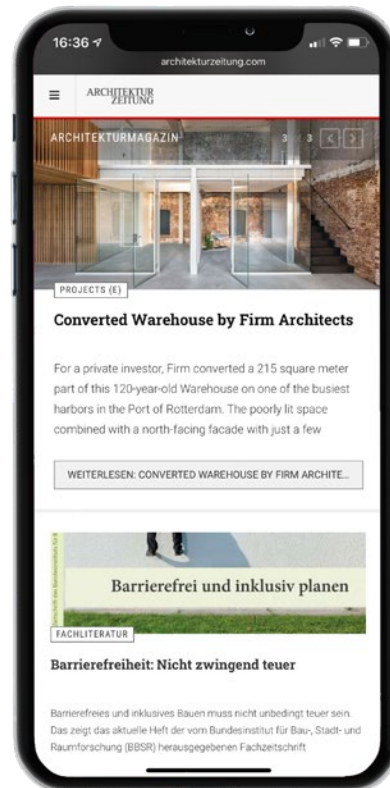
Architekturtheoretische und architekturhistorische Beiträge, Interviews mit international renommierten Architekten und Fachplanern, Berichte zur Aus- und Weiterbildung von Architekten, Ingenieuren und Planern sowie Kunstbetrachtungen vertiefen die Themenschwerpunkte.

Bauwesen und Innovationen

Artikel über Innovationen im Bauwesen, das Baurecht sowie EDV- und Software-Analysen sind ständige Rubriken und geben Architekten, Zivilingenieuren, Fachplanern und Spezialisten eine wertvolle Hilfestellung in der täglichen Praxis.

Nachrichten, Termine, Veranstaltungen

Eine zusätzliche Serviceleistung bieten Branchen-Informationen und aktuelle Nachrichten aus der Bauindustrie und Bauwirtschaft. Rezensionen zu ausgewählter Fachliteratur, Messen, Ausstellungen, Veranstaltungen und Vorträge aus Kunst, Architektur und Design runden die Inhalte unserer Fachpublikation für Architekten und Ingenieure in Deutschland, Österreich und der Schweiz ab.



Auflage

Die AZ/Architekturzeitung ist in **Deutschland, Österreich** und der **Schweiz** über die landesspezifischen Domains **.de .at .ch** erreichbar.

Verbreitung

Mit täglich aktualisierten Artikel, Berichten und Reportagen erreichen wir mit allen unseren Medien, wie u.a. der AZ/Architekturzeitung, dem INTERIORMAGAZIN, der Baufachzeitung, der FASSADEN Fachzeitung, der HOTEL Fachzeitung, der DACH Fachzeitung, der SHK Fachzeitung, dem Licht+Leuchten Magazin und dem ingenieurmagazin.com international monatlich bis zu

- ca. 500.000 Besuche
- ca. 1.900.000 Seitenaufrufe


Die AZ/Architekturzeitung ist Medienlieferant von Google News und verteilt Artikel und Berichte zusätzlich per Feed an viele weitere Leser.

Social Media

Wir sind in den führenden Social Media Netzwerken vertreten. Tausende Nutzer auf Facebook, Twitter, FriendFeed und weiteren Plattformen haben sich für den täglichen Empfang unserer aktuellen Informationen und Nachrichten entschieden.


+20 %

505,4Tsd.

Impressions 

+5 %

1,3Tsd.

„Merken“-Vorgänge 

+23 %

1,5Tsd.

Klicks auf Links 

Unser Kanal „Architektur“ erreicht bei Pinterest (Bild oben) ca. 500.000 Impressionen pro 30 Tage und ca. 3.000 Follower. Im beruflichen Netzwerk linkedin hat unsere Redaktion mehr als 9.000 persönliche Kontakte, dazu kommen ca. 1.300 Kontakte bei Xing.

Bei Facebook folgen uns über 39.000 Follower, die Redaktion hat ca. 5.000 Freunde, dazu kommen 3.000 Mitglieder in der Gruppe „Architektur“.

Wir erreichen auf Twitter über 8.200 Follower und über unseren Newsletter weitere 15.000 Leser.

Online Marketing bietet zahlreiche Vorteile

Internetpublikation wie die AZ/Architekturzeitung haben keine Auflagebeschränkungen; beinahe alle redaktionellen Inhalte bleiben unbeschränkt international erreichbar und bieten daher ein attraktives und stabiles Umfeld für Online-Werbung.

Eine große und internationale Reichweite gehört zu den größten Vorteilen von Online-Fachpublikationen. Aufgrund der strikt branchenbezogenen Berichterstattung treten kaum Streuverluste auf.

Marketingmaßnahmen im Internet können leicht gemessen werden. Hierfür stehen viele Werkzeuge zur Verfügung.

Online-Werbung ist dauerhafter und somit präsenter. Eine Marketingbuchung mit 12 Monaten uneingeschränkter Schaldauer ist nicht ungewöhnlich und erreicht zuverlässig fast jeden Leser.

Einige unserer Werbeformen können von sogenannten Adblockern nicht entfernt werden können. Ihre Werbung wird also zuverlässig ausgespielt.

Videos und Filme sind selbstverständlich als Werbeformen möglich und können ein Produkt oder eine Innovation ausführlich und verständlich erklären.

Ihre Ansprechpartner

Deutschland (Nielsen komplett), Österreich, Schweiz, International



Rolf Mauer

anzeigenervice@archpublica.com
Telefon +49 (0) 711 550 49 865

Nord - Deutschland (Nielsen I, II, V, VI), Niederlande, Belgien



Corinna Benner

benner@archpublica.com
mcb medienservice corinna benner
Telefon +49 (0) 2129 92 87 92

Süd - Deutschland (Nielsen IIIa, IIIb, IV, VII), Österreich, Schweiz, Italien



Marc Kurowski

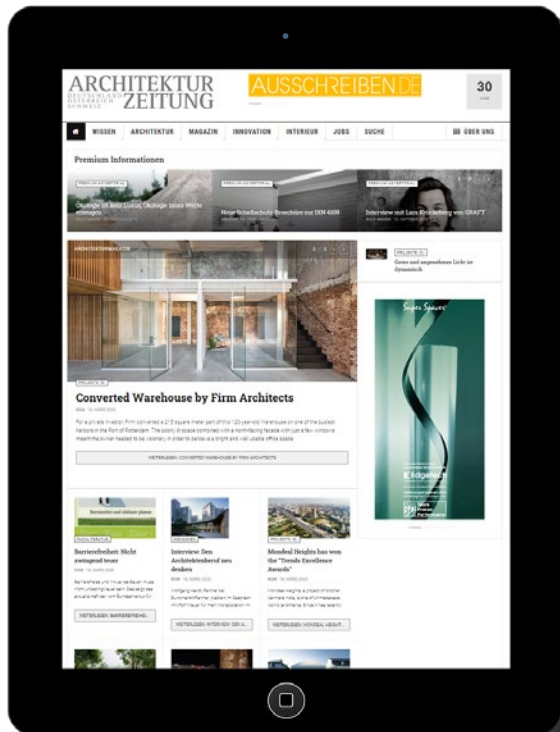
kurowski@archpublica.com
liberty.communications
marc kurowski
Telefon +49 (0) 7195 90 70 293

Deutschland (Nielsen komplett), Österreich, Schweiz, International

businessAD

Business Advertising GmbH

www.businessad.de
werbung@businessad.de
Telefon: +49 (0) 211 179 347 50



Online-Marketing erschliesst Ihr innovatives Potenzial, denn Architekten arbeiten online

Werbung kann mit Ortsbezug ausgespielt werden. Sie können eine Werbemaßnahme innerhalb der D-A-CH Region gezielt länderbezogen adressieren.

Messbare Resultate stellen im Marketing einen Quantensprung dar und ermöglichen ein objektives Feedback von Ihrer Zielgruppe.

Online Marketing zeigt Ihr innovatives, unternehmerisches Potenzial auf zeitgemäße Art mit Bild, Text und Video.

Die Art der Informationsgewinnung hat sich in den letzten Jahrzehnten vollständig verändert, denn Menschen aus allen Berufsgruppen nutzen das Internet als Informationsquelle.



Leser-Struktur-Analyse

Die AZ/Architekturzeitung hat 2017 eine Leseranalyse mit 176 zufällig ausgewählten Teilnehmern durchgeführt. Die Teilnehmer der Leseranalyse wurden aus unseren Zielgebieten Deutschland, Österreich und der Schweiz ausgewählt. Leser außerhalb des D-A-CH Gebietes konnten nicht an dieser Umfrage teilnehmen.

Die AZ/Architekturzeitung wendet sich mit Ihren Domains www.architekturzeitung.de, www.architekturzeitung.at und www.architekturzeitung.ch, bevorzugt an Leser aus Deutschland, Österreich und der Schweiz.

Weltweit konnten wir im Jahr 2017 Leser aus 158 Ländern feststellen. 83 Prozent aller Leser kommen aus den D-A-CH Ländern, weitere 6 Prozent arbeiten im Rest Europas. Aus Nordamerika besuchten uns 5 Prozent und aus Asien 6 Prozent der Leserschaft.

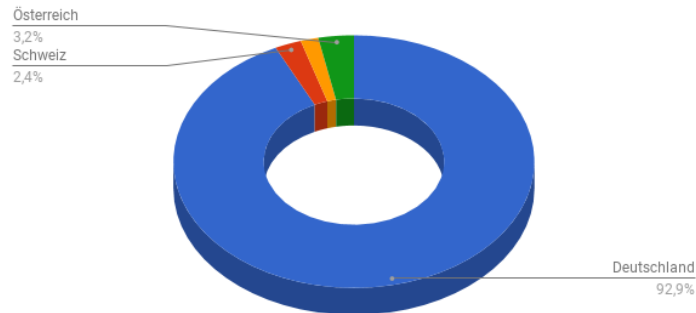
Verbreitung in D-A-CH

92,9 Prozent unserer DACH-Leser arbeiten in Deutschland, 3,2 Prozent in Österreich und 2,4 Prozent in der Schweiz. 1,5 Prozent der Umfrageteilnehmer machten keine Angabe.

Zum Vergleich: In Deutschland gibt es 132.805 eingetragene Architekten¹⁾, in der Schweiz arbeiten nach Angabe von statista 7.300 Architekten und in Österreich 5.200 Architekten. (Stand 2016, geschätzt)

1) Stand 1.1.2017, Angabe der Bundesarchitektenkammer

In welchem Land arbeiten Sie?



Altersstruktur

7,9 Prozent unserer Leser sind jünger als 30 Jahre. 31,7 Prozent sind 30 - 39 und 34,9 Prozent zwischen 40 und 49 Jahren.

19 Prozent sind im Alter von 50 - 59 Jahren und nur 6,5 Prozent sind 60 Jahre alt oder älter.

Beruflicher Status

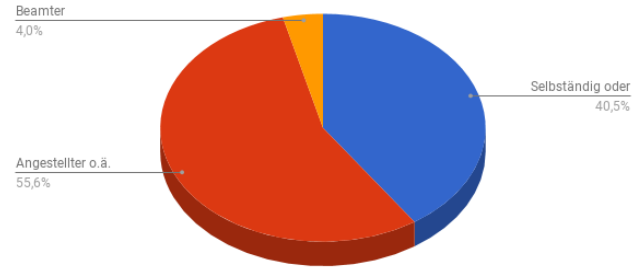
Die größte Lesergruppe mit 55,5 Prozent Anteil ist angestellt. Selbstständig oder freiberuflich tätig sind 40,5 Prozent. Die Gruppe der Beamten ist 4 Prozent groß.

Tätigkeitsmerkmale

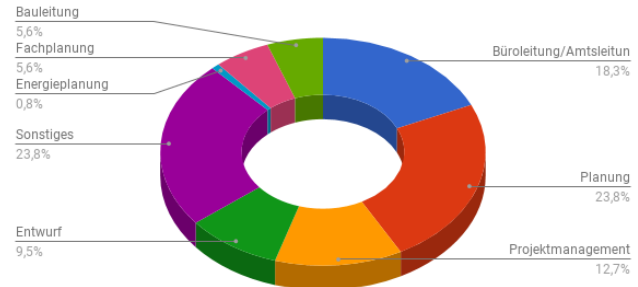
Die Gruppe der Büroleiter und Amtsleiter ist 18,3 Prozent groß. In der Planung sind 23,8 Prozent tätig und im Projektmanagement arbeiten 12,7 Prozent unserer Leser.

Mit dem Entwurf neuer Gebäude beschäftigen sich 9,5 Prozent, mit der Bauleitung 5,5 Prozent und mit der Fachplanung ebenfalls 5,5 Prozent. Die kleinste Gruppe bilden die Energieplaner mit 0,8 Prozent und 23,8 Prozent unserer Leser konnten sich nicht eindeutig zuordnen.

Welchen Berufsstatus haben Sie?



Welches Tätigkeitsmerkmal trifft überwiegend auf Sie zu?



Bürostruktur

24,6 Prozent unserer Leser arbeiten in einem Architekturbüro oder Unternehmen mit mehr als 50 Mitarbeitern. 5,5 Prozent unserer Leser arbeiten in einem Architekturbüro mit 20 und 49 Mitarbeitern.

In Büros mit 5 bis 19 Mitarbeiter sind 31,8 Prozent beschäftigt.

27 Prozent sind in Architekturbüros beschäftigt mit einer Mitarbeitergröße zwischen 2 und 4 Personen. 11,1 Prozent sind Ein-Personenbüros.

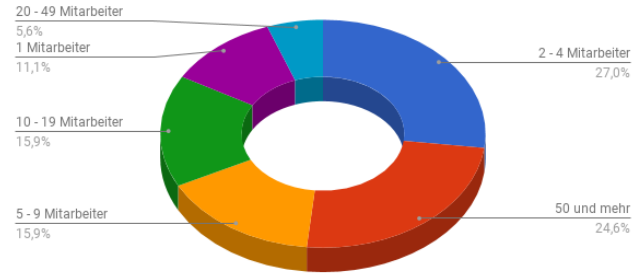
Umsatzvolumen

6,3 Prozent unserer Leser arbeiten für Architekturbüros mit einem Umsatzvolumen von über 50 Millionen Euro und 8,7 Prozent der Büros setzen zwischen 25 und 50 Millionen Euro um.

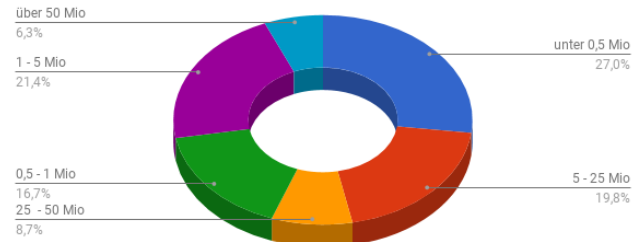
19,8 Prozent unserer Leser sind für Architektur- und Ingenieurbüros tätig die ein Umsatzvolumen von 5 bis 25 Millionen Euro haben. Bei 21,4 Prozent beträgt der Umsatz zwischen einer und fünf Millionen.

43,7 Prozent tätigen ein Umsatzvolumen von unter einer Million Euro.

Wie viele Beschäftigte hat Ihr Büro/ Unternehmen/Behörde?



Wie hoch schätzen Sie das Bauvolumen Ihres(r) Büros/ Unternehmens/Behörde im Jahr?



Entscheidung zwischen Print und Online

Nur noch 27,8 Prozent der Leser unserer Umfrage haben eine gedruckte Architekturzeitschrift abonniert. Fast drei Viertel der Leser verzichten auf abonnierte Printmedien.

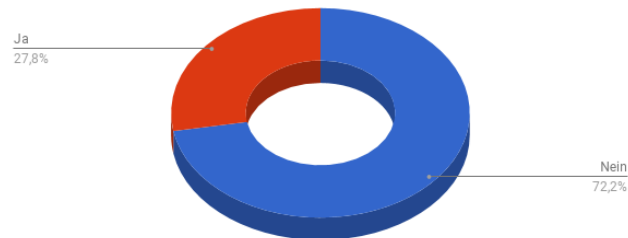
Informationsquellen

Es ist kein Wunder, dass sich unsere Leser zu 50 Prozent über das Internet informieren, wenn sie fachplanerische Fragen haben.

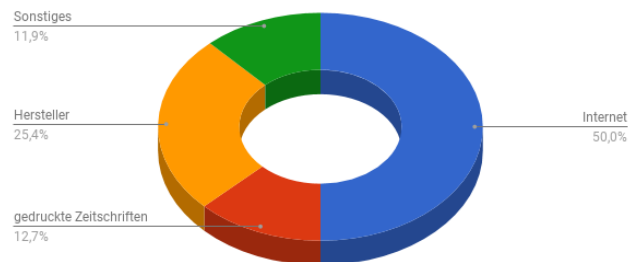
Ein Viertel der Leser informiert sich direkt beim Hersteller.

12,7 Prozent der Leser holen ihre Fachinformationen aus Architekturzeitschriften im Papierformat und 11,9 Prozent wählen andere Informationsquellen.

Haben Sie persönlich eine gedruckte Architekturzeitschrift abonniert?



Wie informieren Sie sich über fachplanerische Fragen?



Themenplan

Januar - Fassade und Außenraum

Fassaden, Fenster, Türen, Tore, Garagen und Carports, Eingänge, Beschläge, Glas, Außenwände, Sonnenschutz, Außenbeläge, Außenmöblierung, Außenanlagen, Briefkästen, Bänke, Balkone, Terrassen

Februar - Innenarchitektur

Innenwände, Trennwände, Oberflächen, Fliesen, Parkett, Tapeten, Beschichtungen, Heizkörper, Kamine, Öfen, Treppen, Decken, Böden, Innenputze und -farben, Beleuchtung, Lichttechnik, Bäder, Küchen, Sanitärausstattung

März - Gebäudetechnik, Energietechnik

Energietechnik, Bäder, Küchen, Heizungstechnik, Sanitärtechnik, Klimatechnik, Lüftungstechnik, Elektrotechnik, Solartechnik, Photovoltaik, Solarthermie, Wärmepumpen, Lichttechnik, Aufzüge, Digitale Planungs- und Bauprozesse, Software, Smart Home, intelligente Haustechnik

April - Baukonstruktion, Bauwerksabdichtung, Holzbau

Bauwerksabdichtung, Holzbau Wände, Stahlbau, Massivbau, Holzbau, Feuchte-, Wärme-, Brand- und Schallschutz, Sanierung, Instandhaltung, Renovierung, Schalungstechnik, Sichtbeton, Stahlbeton

Mai - Möblierung und Oberflächen

Holzwerkstoffe, Innenausbau, Inneneinrichtung, Mobiliar, Büroeinrichtung, Möbel- und Raumkonzepte, Materialien, Bäder, Küchenmöbel, Küchenausstattung, Stoffe, Textilien, Fliesen, Beläge, Tapeten, Farben, Bäder, Küchen, Sanitärausstattung

Juni - Dach, Decke, Wand

Wände, Decken, Dächer, Dacheindeckung, Dachkonstruktion, Klebetechnik, Mörtel, Abdichtungen, Flachdach, Schrägdach, Gründach, Dachabdichtung, abgehängte Decken

Themenplan

Juli - Wohnen

Möbel, Armaturen, Licht, Beleuchtung, Medien, Oberflächen, Fliesen, Teppiche, Parkett, Bodenbeläge, Raumteiler, Heizkörper, Kamine, nachhaltige Bauprodukte im Innenausbau

August - Gebäudehülle

Rollläden, Markisen, Sonnenschutz, Jalousien, Fassaden, Verglasung, Fenster, Tore, Außentüren, Dachfenster, Dacheindeckung, Gründung, Wärmedämmung, Außenputze, Wärmedämm-Verbundsysteme, Abdichtungen, Flachdach, Schrägdach, Gründach, Dachabdichtung

September- Akustik

Oberflächen, Möblierung, Büroräume, Wände, abgehängte Decken, Massivbau, Holzbau, Stahlbau, Trockenbau, Akustikelemente

Oktober - Einrichten

Inneneinrichtung, Möbel, Büroeinrichtung, Möbel- und Raumkonzepte, Materialien, Bäder, Küchenmöbel, Küchenausstattung, Stoffe, Textilien, Fliesen, Beläge, Tapeten, Farben, Trennwandsysteme, Lichttechnik, Beleuchtung

November - Innenausbau

Sanierung, Trennwände, Heizkörper, Türen, Bodenbeläge, Innenputze und -farben, Sanitärausstattung, Trockenbau, Raumgestaltung, Bodenbeläge, Raumteiler, Sprechanlagen, Wegeleittechnik, Armaturen, Sanitärausstattung, Bäder, Küchen, Smart Home, Haustechnik, Hausautomation

Dezember - Brandschutz

Wände, Decken, Gebäudekonstruktion, Gebäudeausbau, Innenausbau, Oberflächen, Software für Architekten, Ingenieure und Planer

Sponsored Post

Der **Sponsored Post** bleibt vier Wochen auf der Startseite an erster Stelle präsent. Durch die direkte Einbindung in unseren redaktionellen Content ist der **Sponsored Post** wie ein normaler Beitrag ständig auf der Webseite abrufbar und nutzt alle zur Verfügung stehenden Kommunikations-Kanäle **und** den Newsletter.

Der Kunde liefert Text- und Bildmaterial und wir passen diesen im Layout und redaktionell an. Der Artikel sollte vorzugsweise die Form eines Experten-Gastbeitrags oder Interviews haben.

Vorteile

- Kundinhalte nah an den Redaktionsinhalten
- Nutzung aller zur Verfügung stehenden Kommunikations-Kanäle
- Hohe Akzeptanz innerhalb der Zielgruppe
- Imagekampagne, die dem User eine Marke nachhaltig und gleichzeitig unaufdringlich näher bringt
- sehr hohe Sichtbarkeit

Sponsored Post *1 Monat 1990,- Euro (netto)*



Newsletter

Der **Newsletter** der AZ/Architekturzeitung informiert über das aktuelle Architekturgeschehen und internationale Projekte aus den Bereichen Architektur und Innenarchitektur, Stadtplanung und Landschaftsarchitektur. Darüber hinaus veröffentlichen wir wichtige Termine und stellen unseren Lesern in Deutschland, Österreich und der Schweiz die neuesten Produkte und Innovationen vor.

Verbreitung

Der Newsletter der AZ/Architekturzeitung wird per E-Mail verbreitet und an mehr als **15.000 Empfänger** in **Deutschland, Österreich** und der **Schweiz** sowie an weitere Empfänger in aller Welt versandt. Ungefähr 15 Prozent der Newsletter-Empfänger sind in der Schweiz und Österreich ansässig, 80 Prozent kommen aus Deutschland, der Rest ist räumlich nicht definiert. Die Abonnenten des Newsletters sind zu **95 Prozent Architekten und Ingenieure**. Dazu kommen weitere 5 Prozent Fachplaner oder an Architektur Interessierte.

Werbung im Newsletter

Newsletter-Meldung mit hoher Leserakzeptanz als kombinierte Text- und Bildanzeige im Layout der redaktionellen Meldungen mit einem Bild im Querformat und zusätzlich 500 Zeichen Text, sowohl Bild als auch Text werden nach Wunsch verlinkt.

Newsletter pro Aussendung 990,- Euro
Newsletter standalone 2900,- Euro
(Preise netto)



Advertorial für Unternehmen

Einer der effizientesten und kostengünstigsten Wege den Bekanntheitsgrad eines Unternehmens unter **Architekten, Planern** und **Ingenieuren** deutlich zu steigern, ist das Online-Marketing mit einer **Microsite in der AZ/Architekturzeitung**.

Microsites sind Werbeflächen, die über eine ganze Seite gehen und deren Inhalt frei gestaltet werden können. Diese Darstellung, ähnlich den redaktionellen Meldungen, kann von Werblockern nicht erkannt und nicht ausgeblendet werden.

Microsite und zusätzlich Werbefläche auf der Startseite

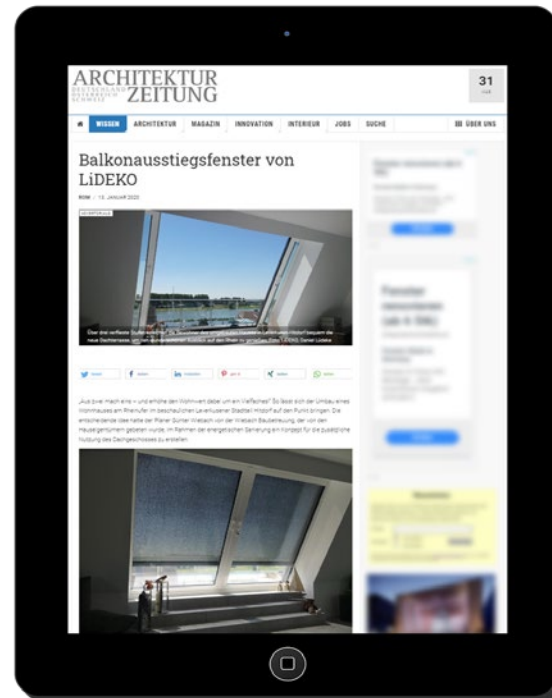
Auf der **Titelseite** der AZ/Architekturzeitung wird zusätzlich eine Werbefläche in der Größe 290 x 165 Pixel mit dem Titel des Advertorials prominent und gut sichtbar in ständiger Rotation eingeblendet.

Von dort erreicht man direkt ihre Unternehmensdarstellung. Hier haben wir für sie eine ganze Seite freigelassen. Sie können ihr Unternehmen, ihre Dienstleistung, ihre Produkte oder alles gemeinsam in einem redaktionellen, professionellen Umfeld ganze 12 Monate lang mit Text, Video, Grafiken und vielen Bildern präsentieren.

Vorteile

Mit unserer suchmaschinenoptimierten Unternehmensdarstellung können Sie mit wenig Werbebudget dauerhaft Aufmerksamkeit auf ihre Produkte oder ihre Dienstleistung lenken.

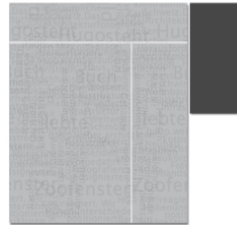
Advertorial 12 Monate 1990,- Euro (netto)



Werbeformen und Bannerformate (Auswahl)



Superbanner oder Billboard



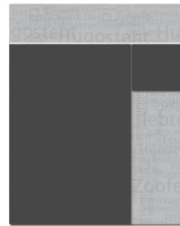
Skyscraper oder Halfpage



Layer



Hockeystick, Wallpaper oder Tandem-Ad



Advertorial



Rectangle

Crossmedia

Mit einer Werbeanzeige oder einer Unternehmens- bzw. Produktpräsentation in einem unserer Medien erreichen Sie ohne Streuverluste **Entscheider und Fachleute wie Architekten, Fachplaner, Fachhandwerker und Ingenieure.**

Die **HOTEL Fachzeitung** liefert Nachrichten, Informationen und Hintergründe über neue Projekte in Deutschland, Österreich und der Schweiz und berichtet über internationale Trends zu den Themen Neubau, Sanierung, Technik und Hotelbetrieb.

Die **BFZ Baufachzeitung - Deutschland, Österreich, Schweiz** - bietet Entscheidungshilfen für Führungskräfte, Entscheider, Unternehmer, Architekten, Bauingenieure, Ingenieure, Handwerker, Ziviltechniker, Planer, Firmeninhaber und Geschäftsführer.

Das **Licht+Leuchten Magazin** informiert zum Thema Leuchten, Licht, Beleuchtung, Beleuchtungstechnik und Lichttechnik für Endverbraucher, Bauherren, Investoren, Lichtplaner, Innenarchitekten, Architekten und Elektroplaner in **Deutschland, Österreich** sowie in der **Schweiz**.

ingenieurmagazin.com ist eine Fachpublikation für Bauingenieure und Fachplaner sowie Fassadenplaner, Gebäude-Energieberater und Ingenieure für Haus- und Gebäudetechnik, Facility Management sowie Ziviltechniker in **Deutschland, Österreich** und in der **Schweiz**.

Die **SHK Fachzeitung** ist eine unabhängige Publikation für die SHK-Branche.

ARCHITEKTURZEITUNG HOTEL FACHZEITUNG BAUFACHZEITUNG



LICHT.LEUCHTEN MAGAZIN SHK FACHZEITUNG ingenieurmagazin



Preise

Newsletter

Werbung als Advertorial	990,-	Euro
Werbung als Standalone Newsletter an 15.000 Abonnenten Beschreibung auf Seite 14	2900,-	Euro

Sponsored Ad

Produktpräsentation für 1 Monat mit Startseiten-Darstellung in erster Position, Beschreibung auf Seite 13	1990,-	Euro
---	--------	------

Advertorial

Advertorial + Banner auf Titelseite mit Beschreibung auf Seite 15	1990,-	Euro
--	--------	------

Werbung	Format in Pixel	Preis / Monat	
Superbanner	max. 728 x 90	1920,-	Euro
Billboard	max. 970 x 125	3120,-	Euro
Skyscraper	max. 120 x 600	1920,-	Euro
Half Page	max. 300 x 600	2720,-	Euro
Hockeystick	individuell	3120,-	Euro
Wallpaper	individuell	3120,-	Euro
Tandem Ad	individuell	3360,-	Euro
Rectangle	max. 300 x 250	2160,-	Euro
Layer	max. 600 x 400	3120,-	Euro
Full Banner	max. 468 x 60	1320,-	Euro

(Monatspreis gilt für 40.000 Ad Impressions, alle Preise netto)

Datenaustausch

Datenanlieferung:
mindestens fünf Werktage vor Schaltbeginn per E-Mail

Technische Spezifikationen/Dateiformate: SWF, GIF, JPG, HTML5 oder PNG

Preise in Euro. Allen Preisen ist der jeweils gültige gesetzliche Mehrwertsteuersatz
hinzuzurechnen.

Individuelle Werbeformen auf Anfrage.

Zahlungsbedingungen:
Zahlung innerhalb 8 Tagen ohne Skonto

Werbung für mobile Geräte als Ergänzung möglich.

Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) für Anzeigenschaltungen

1. Auftrag

- a. »Anzeigauftrag« im Sinne dieser AGB ist der Vertrag über die Schaltung eines Anzeigemittels oder mehrerer Anzeigemittel in Informations- oder Kommunikationsdiensten, insbesondere dem Internet, zum Zweck der Verbreitung.
- b. Für den Anzeigenauftrag gelten ausschließlich diese AGB und die in diesen Mediadaten beschriebenen Preise und Rabatte. Die Gültigkeit etwaiger Allgemeiner Geschäftsbedingungen des Auftraggebers ist ausdrücklich ausgeschlossen. Mit dem Erteilen eines Anzeigenauftrags erklärt sich der Auftraggeber mit diesen Bestimmungen einverstanden.

2. Anzeigemittel

- a. Ein Anzeigemittel kann aus einem oder mehreren genannten Elementen bestehen, beispielsweise aus einem Bild und/oder Text und/oder Bewegtbildern, aus einer sensitiven Fläche, die bei Interaktion die Verbindung mittels einer vom Auftraggeber genannten Online-Adresse zu weiteren Daten herstellt, die im Bereich des Auftraggebers oder einem Dritten liegen (zum Beispiel über einen Link).
- b. Alle Anzeigemittel werden auf dem Server des Auftragnehmers vorgehalten und gespeichert.
- c. Anzeigemittel werden in geeigneter Weise mit dem Wort »Anzeige« kenntlich gemacht.
- d. Für die Schaltung von Anzeigemitteln kommen grundsätzlich die Formate in Frage, die in der jeweils gültigen Preisliste ausgewiesen sind. Sonderformate und alternative Anzeigeformen sind nach Rücksprache möglich.

3. Vertrag

- a. Vorbehaltlich entgegenstehender individueller Vereinbarungen kommt der Vertrag grundsätzlich durch schriftliche (per Post, Fax oder E-Mail) Bestätigung des Auftrags zustande.
- b. Soweit Anzeigeneigenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag im Zweifel mit der Anzeigeneigentur zustande, vorbehaltlich anderer schriftlicher Vereinbarungen.

4. Abnahme

- a. Dem Auftraggeber wird nach Schaltung des Anzeigemittels ein Link zur Webseite mit der Anzeigenplatzierung zugesandt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, die Website, auf der das Anzeigemittel platziert ist, unverzüglich nach der ersten Schaltung zu untersuchen und etwaige Fehler spätestens innerhalb von 3 Tagen mitzuteilen. Nach Ablauf dieser Zeit gilt die Werbung im Sinne von § 640 BGB als abgenommen.
- b. Bei der Buchung von Newslettern, werden diese dann versendet, wenn das eingebaute Anzeigemittel bei uns eingegangen ist. Der Eingang beziehungsweise die Zusendung durch den Auftraggeber gilt als Abnahme im Sinne von § 640 BGB.

5. Ablehnung

Wir behalten uns vor, Anzeigenaufträge anzunehmen oder abzulehnen.

6. Abwicklungsfrist

Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht des Auftraggebers zum Abruf einzelner Anzeigemittel eingeraumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Vertragsschluss abzuwickeln.

7. Datenlieferung

- a. Der Auftraggeber ist verpflichtet, die Ziel-URL, mit der das Anzeigemittel über einen Link mit der Internetseite des Anzeigetreibenden verknüpft wird, während der gesamten Insertionszeit eines Auftrags abrufbar zu halten. Sollte der Auftraggeber Störungen bei der Verlinkung des Anzeigemittels mit der Ziel-URL feststellen, so wird der Auftraggeber uns von diesen Störungen unverzüglich in Kenntnis setzen.

- b. Anzeigemittel sind in der Regel bis spätestens drei Werktage vor Schaltungsbeginn anzuliefern. Für Sonder-Anzeigeformen gilt eine Frist von fünf Werktagen.
- c. Wir übernehmen für die gelieferten Anzeigemittel sowie weitere Materialien keine Verantwortung und sind nicht verpflichtet, diese an den Auftraggeber zurückzugeben. Der Auftraggeber trägt die Gefahr der Übermittlung des zur Veröffentlichung bestimmten Materials, insbesondere die Gefahr für den Verlust von Daten.
- e. Für ungeeignete oder beschädigte Vorlagen fordern wir Ersatz an. Bei nichtordnungsgemäßer Anlieferung, insbesondere verspäteter Anlieferung oder nachträglicher Änderung wird keine Gewähr übernommen.
- f. Sofern der Auftrag wegen nicht ordnungsgemäßer, insbesondere verspäteter oder unterliebener Anzeigemittel nicht durchgeführt werden kann, ist der Auftraggeber zur Zahlung einer Entschädigung in Höhe der vereinbarten Vergütung verpflichtet.

8. Kündigung

Wir sind zur schriftlichen (per Post, Fax oder EMail) außerordentlichen Kündigung berechtigt, wenn der Auftraggeber seiner Zahlungspflicht trotz zweimaliger Mahnung nicht nachgekommen ist, ein Insolvenzverfahren über sein Vermögen beantragt wird oder wiederholt gegen vertragliche Pflichten verstoßen wurde. Im Fall der außerordentlichen Kündigung können wir mit sofortiger Wirkung die Schaltung des oder der Anzeigemittel absetzen.

9. Stornierung

Eine kostenfreie Stornierung ist nur möglich bis spätestens 5 Werktage vor dem vereinbarten Schaltungstermin. Die Stornierung muss dabei schriftlich (per Post, Fax oder E-Mail) erfolgen. Bei einer kurzfristigeren Stornierung sind wir berechtigt, bis zu 80 Prozent des Netto-Auftragswerts für das noch auszuliefernde Kampagnenvolumen zu berechnen. Daneben wird der Preis für bereits geschaltete Online Werbung in Rechnung gestellt. Dabei wird der für das geringere Volumen geltende Rabattsatz zugrunde gelegt.

10. Platzierung

- a. Der Insertionszeitraum bestimmt sich individuell nach den gebuchten Kontakten, dem gebuchten Zeitraum (Festplatzierung) oder nach dem gebuchten Zeitraum und den gebuchten Kontakten.
- b. Enthalten Anzeigenaufträge Platzvorschriften, so gilt der Anzeigenauftrag an sich unter allen Umständen als verbindlich erteilt, auch wenn den Platzvorschriften nicht entsprochen werden kann. Für angenommene Platzvorschriften werden die tariflichen Sätze berechnet.

11. Gewährleistung

- a. Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung des Anzeigemittels erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber stellt uns und unsere Vermarktungspartner im Rahmen des Anzeigenauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die, insbesondere aufgrund des/der Anzeigehalte, wegen eines Verstoßes gegen Rechte Dritter (insbesondere gewerbliche Schutzrechte, Urheberrechte, Persönlichkeitsrechte, etc.) und/oder die guten Sitten entstehen.
- b. Der Auftraggeber überträgt uns sämtliche für die Nutzung der Werbung in Online-Medien aller Art erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen und berechtigen zur Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie aller bekannten Formen der Online-Medien.

Herausgeber: Rolf Mauer, Veielbrunnweg 43, 70372 Stuttgart

archpublica