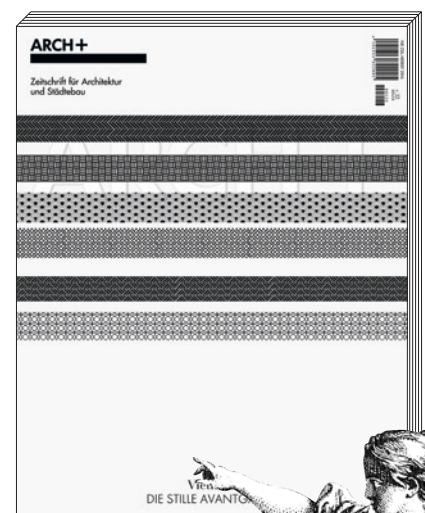


Mediadaten 2017 print + online,  
Redaktionsplan  
Anzeigen-Preisliste

# ARCH+



**ARCH+** ist Deutschlands führende diskursive Architekturzeitschrift. Vierteljährlich untersucht **ARCH+** mit einer umfangreichen Themenausgabe in einer Auflage von 10.000 Exemplaren den kulturellen und gesellschaftlichen Kontext der zeitgenössischen Raumproduktion. In der Verschränkung von Print und Online mit öffentlichen Veranstaltungen und Projekten wirkt **ARCH+** als unabhängiges, aktives Medium der Architekturkritik.



## Redaktions- und Terminplan 2017



### VIETNAM 2 – Die Rückkehr des Klimas

Erscheinungstermin: Februar 2017  
Redaktionsschluss: 10. Januar 2017

Entwerfen, Formfindung, Assoziatives Entwerfen, Typologie, Entwurfsmuster, Regional Pattern, Low-Tech, Vernakuläre Architektur, Stadtökologie, Klimagerechtes Bauen, Traditionelle Bauweise, Wohlt temperierte Architektur



### AM ENDE: ARCHITEKTUR – 50 Jahre diskursive Praxis (bilingual D/E)

Erscheinungstermin: Juli 2017  
Redaktionsschluss: 1. Juni 2017

Architekturgeschichte, architektonische Manifeste, Architekturdiskurs, Architekturzentrum Wien, Dietmar Steiner, Legislative, Low Tech, Material, Partizipation, Referenzen, Regelwerke, Theorie, Typologie

In Kooperation mit dem AzW



### STADTLAND – Der neue Rurbanismus

Erscheinungstermin: April 2017  
Redaktionsschluss: 6. März 2017

Ländlicher Raum, Rurbanismus, Landwirtschaft, urbane Landwirtschaft, Frank Lloyd Wright, Urbanismus, stadtkulturelle Debatte, Selbstsuffizienz, Henri Lefebvre, urbane Revolution, Fiktion

In Kooperation mit der IBA Thüringen



### PROJEKT BAUHAUS II Kann Universalität spezifisch sein?

Erscheinungstermin: Dezember 2017  
Redaktionsschluss: 1. November 2017

Universalismus, Aufklärung, Globalisierung, Pluralität, Autonomie, Normierung, Stadtdebatte, Verteilung, Teilhabe, Aneignung, Emanzipation, Recht auf Stadt, Recht auf Wohnen, Recht auf Welt, Modernismus, International Style, Bauhaus, Entwerfen, Formfindung

In Kooperation mit projekt bauhaus



### THE FIGURE John Hejduk und das Figürliche in der Architektur (bilingual D/E)

Entwerfen, Formfindung, Modell, Handzeichnung, Isomertrie, Architekturgeschichte, Postmoderne, Reflexive Moderne, Bildproduktion, Generationen, Typologie, Raumkonzeption, Entwurfsmuster,

Urbanismus, Europäisches Städtensystem, Fraktales Stadtwachstum

In Kooperation mit der ETH Zürich, Assistenzprofessur Alex Lehnerer

### AUSBLICK 2018

DATATOPIA – ARCHITEKTUR & TECHNOLOGISCHE UNRUHE  
Frühjahr 2018

In Kooperation mit dem KIT

SPACES OF COMMONING,  
Heft und Ausstellung (bilingual D/E)

Sommer 2018

In Kooperation mit dem Institut für Auslandsbeziehungen

RECHTE RÄUME – SPATIAL PRACTICE DES RECHTSPOPULISMUS  
Herbst 2018

PROJEKT BAUHAUS III  
Winter 2018

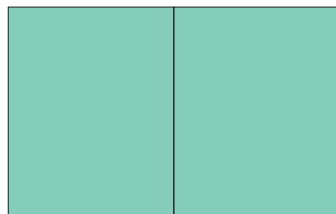
# Anzeigen-Preisliste Nr. 44

VERLAG	ARCH+ Verlag GmbH Kurbrunnenstraße 22 52066 Aachen
ANZEIGENVERWALTUNG	Gabriele Lauscher-Dreess anzeigen@archplus.net
RABATTE	bei Abnahme innerhalb von 12 Monaten, Postgebühren sind nicht rabattierbar.
ZAHLUNGSBEDINGUNGEN	14 Tage netto Kasse, bei Vorauszahlung 2% Skonto, bei Zahlungsverzug älterer Rechnungen kein Skonto
BANKVERBINDUNG	Deutsche Bank BLZ 390 700 24 Konto 25 45 820 IBAN DE76 3907 0024 0254 5820 00 BIC DEUTDEDB390
UST-ID.NR.	DE 121688728
STEUERNUMMER	201 / 5944 / 3519



# Anzeigen-Preisliste

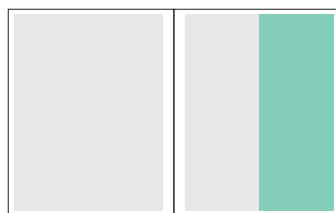
Nr. 44 Alle Preise zzgl. MwSt



2/1 Seite Bunddurchdruck  
Anschnittformat 470 × 297 mm  
Satzspiegel 454 × 278 mm  
€ 8.000



1/1 Seite  
Anschnittformat 235 × 297 mm  
Satzspiegel 211 × 278 mm  
€ 4.500



1/2 Seite  
Anschnittformat 112 × 297 mm  
Satzspiegel 103 × 278 mm  
€ 3.200



1/2 Seite  
Anschnittformat 235 × 146 mm  
Satzspiegel 211 × 137 mm  
€ 3.200



1/4 Seite  
Anschnittformat 112 × 146 mm  
Satzspiegel 103 × 137 mm  
€ 1.800



1/4 Seite  
Anschnittformat 58 × 278 mm  
Satzspiegel 50 × 278 mm  
€ 1.800



1/4 Seite  
Anschnittformat 235 × 79 mm  
Satzspiegel 211 × 66 mm  
€ 1.800



1/8 Seite  
Satzspiegel hoch 50 × 137 mm,  
quer 103 × 66 mm  
€ 1.000

3 mm Beschnittzugabe für alle Anschnittseiten. 3 mm Mindestabstand zur Beschnittkante bei anschnittgefährdeten, motivrelevanten Text- und Bildelementen. Wenn bei doppelseitigen Motiven Texte oder wichtige Bildelemente durch den Bund laufen, müssen die Bilddaten in der Mitte eine Dopplung von 3 mm pro Seite aufweisen. Bitte grundsätzlich alle Doppelseiten als Einzelseiten-PDF anlegen (= 2 Dateien). Die jeweilige Bundzugabe muss im Endformat der Doppelseite enthalten sein.

## DIE ANZEIGEN-PREISLISTE NR. 44 IST GÜLTIG AB 1. JANUAR 2017

FORMAT DER ZEITSCHRIFT	235 mm breit × 297 mm hoch
SATZSPIEGEL	211 mm breit × 278 mm hoch
DRUCKVERFAHREN	Offsetdruck
BINDEVERFAHREN	Klebebindung
DRUCKUNTERLAGEN	Digitale Dokumente im 70er Raster; Herstellung von Anzeigenvorlagen auf Anfrage
ERSCHEINUNGSWEISE	4 mal jährlich

Tatsächlich verbreitete Auflage im November 2016  
9.552 Exemplare

## EINHEFTER

zweiseitig eingeleftet:	€ 2.710
vierseitig eingeleftet:	€ 5.220
sechseitig eingeleftet:	€ 7.720
Anschnittformat	235 × 297 mm

Beihefter in kleinerem Format auf Anfrage aufgeklebte Postkarte € 95,- pro T. bei maschineller Verarbeitung  
Muster für Beilagen/Einhefter vorab erbeten. Lieferung 14 Tage vor Erscheinen frei Haus

## MALSTAFFEL

2 Anzeigen	20 %
5 Anzeigen	30 %
10 Anzeigen	40 %

## MENGENSTAFFEL

2 Seiten	10 %
4 Seiten	20 %
6 Seiten	30 %

## PLATZIERUNG

Platzierungswünsche können nur jeweils bei einem Aufpreis von 10% vorgemerkt werden.

## BEILAGEN

Lose eingelegt, Größe max. 226 × 290 mm bis 25 g  
Einzelgewicht 210 € pro T. Höhere Gewichte auf Anfrage

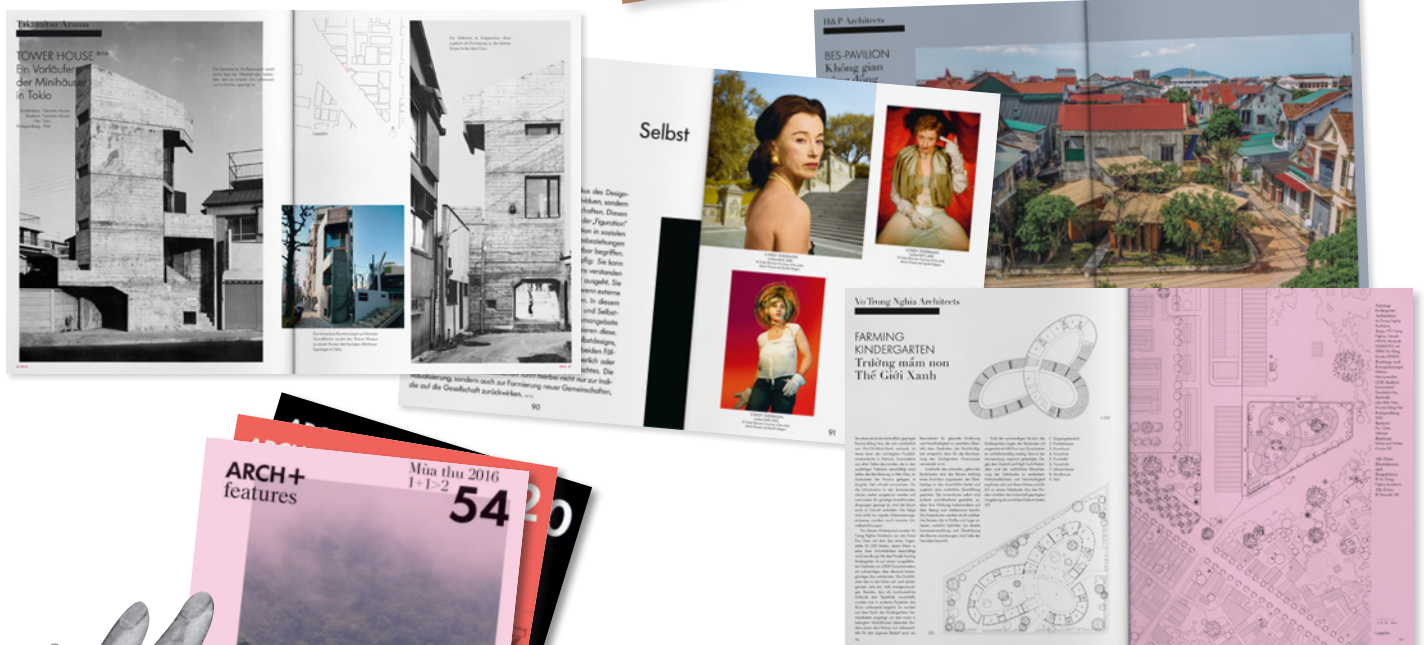
## LIEFERADRESSE

auf Anfrage





Jedes Heft ist einem besonderen *Thema* gewidmet, das sich kritisch mit den aktuellen Fragen in Architektur und Urbanismus auseinandersetzt. Dafür ist die Zeitschrift berühmt, die Hefte verkaufen sich noch nach Jahren. Viele ARCH+ Ausgaben erfahren eine zweite Auflage.



Die ARCH+ features bilden eine Plattform für junge Architekten. Sie werden den ARCH+ Ausgaben beigeheftet. Darüber hinaus sind sie Diskussionsforum. Zu jedem ARCH+ feature findet zusammen mit Kooperationspartnern eine Veranstaltung statt.

## www.archplus.net und Newsletter

ARCH+ wurde von Apple zum wiederholten Male als Content-Partner ausgewählt und in ihren Medienkampagnen gefeiert. Hier das Motiv für Herbst 2016



### HOMEPAGE

archplus.net ist die Online-Plattform der Zeitschrift ARCH+. Die Website umfasst das Archiv aller Ausgaben von 1968 bis heute. Sie wird ergänzt durch aktuelle Meldungen und Services wie ARCH+ Features, ARCH+ Campus, Infos zu laufenden ARCH+ Projekten, Newsletterversand, Links zu/von namhaften Partner-Institutionen. Das Volltextarchiv wird von allen, die im Bereich der Architektur arbeiten, lehren oder studieren, intensiv genutzt. PDF-Downloads vergriffener Originalbeiträge animieren zum häufigen Besuch. www.archplus.net genießt als Content-Seite hohe Akzeptanz und Glaubwürdigkeit.

### NEWSLETTER

Der Newsletter erscheint im schnellen Rhythmus von 3 bis 4 Wochen. Er ist als aktualitätsbezogene Ergänzung der Zeitschrift konzipiert. Mit seinen rund 23.000 Lesern erreicht er das tatsächliche Umfeld von ARCH+.

### KONTAKT

Christine Rüb  
+49 30 24 63 87 06  
rueb@archplus.net

### RABATTE FÜR WERBEKOMBIS

Kombination Homepage, Newsletter und Printmedium auf Anfrage

### BANNERFORMATE

Vollbanner 380 x 300\* (Hochformat)

\*Höhe x Breite in Pixel, andere Formate anfragen

### DATEN

gif (statisch) und jpg, max. 60 kB

### ZUGRIFFE AUF HOMEPAGE

September 2015 bis Oktober 2016

Pageimpressions 24.225.270, Einzelvisits 1.943.613

### Monatsdurchschnitt:

Pageimpressions 2.018.772, Einzelvisits 161.967

### NEWSLETTER-ABONNENTEN

22.269 (Stand November 2016)

### FACEBOOK

14.936 Fans (Stand November 2016)

### BANNER AUF STARTSEITE

ab 1 Monat	€ 720 pro Monat
ab 3 Monaten	€ 580 pro Monat
ab 6 Monaten	€ 520 pro Monat

### BANNER AUF STARTSEITE + ALLEN UNTERSEITEN

ab 1 Monat	€ 2.400 pro Monat
ab 3 Monaten	€ 2.000 pro Monat
ab 6 Monaten	€ 1.700 pro Monat

### BANNER IM NEWSLETTER

auch Text mit verlinkter URL, max. 400 Zeichen

1 x 590€ 3 x 490€ 6 x 390€



“Die Vorlesungen, die Ungers ab 1964 auf diesem Lehrstuhl hielt, gelten heute als legendär, und als die ARCH+ sie in ihrer Juli-Ausgabe (2006) illustriert erstmals veröffentlichte, war das ein Segen und eine editorische Großtat.”

Peter Richter, FAZ Sonntagsausgabe

*“Als einzige thematisch konzeptionelle Architekturzeitschrift Deutschlands ist ARCH+ unverzichtbar, um sich über die Entwicklung der heutigen Architektur zu informieren.”*

Oswald Mathias Ungers

“ARCH+ is among a very few journals which succeeds in an intellectual discourse with the complexity of the construction process and prompts further thought about the problems presented.”

Richard Rogers

“In ARCH+ finden pointiert kritische Debatten zu Architektur und Städtebau statt, was es zu einer Art ‘Le Monde diplomatique’ unter den Architekturheften macht.”

Tagesanzeiger Zürich

“Nach 30 Jahren steht das Blatt, dem 1996 der Erich-Schelling-Preis für Architekturtheorie verliehen wurde, mit seiner Auflage von zehntausend Exemplaren als einzigartiges progressives deutsches Theorieorgan da.”

Ulf Meyer, Berliner Zeitung

“ARCH+ – das ist ein merkwürdiger Name. Einmal gelesen oder gehört, wird man ihn nicht wieder los. (...) Er ist, seit er Ende der sechziger Jahre für dieses Blatt erfunden wurde, zugleich Programm: ARCH+ meint schon immer Architektur und ‘etwas mehr’, sogar viel mehr als Arch(itektur).”

Manfred Sack, Die Zeit

**“ARCH+ is the only interesting architecture journal in Germany.”**

Rem Koolhaas

“Das Doppelheft 169/170 der renommierten und wegen ihrer Theoriedebatten geschätzten Architekturzeitschrift ARCH+ ist zugleich mit dem dritten Band von Sloterdijks ‘Sphären’ erschienen. ... Darüber hinaus ist ein längeres Gespräch Sloterdijks mit Sabine Kraft und Nikolaus Kuhnert abgedruckt.”

Konrad Lotter, Widerspruch 46

**“Unter dem Titel ‘Situativer Urbanismus’ versammeln sich hier diverse Ideen und Konzepte, Theorien und Utopien, die im Grunde nichts anderes wollen, als die herkömmlichen Stadtverhältnisse zu revolutionieren. Ziel ist eine zum Mitmachen anregende ‘Ermöglichungsarchitektur’.”**

Alexander Cammann, taz

“ARCH+ blieb die einzige deutschsprachige Architekturzeitschrift, die in das documenta-12-Netzwerk aufgenommen wurde. Sie ergänzt im Kulturbahnhof die Zeitschriftenschau mit einer ‘Bürolandschaft’, in der die Inhalte des Blattes leicht zu recherchieren sind.”

Ursula Baus, Archithese 4/0

*“Sie überrascht immer wieder. Was die Redaktion der Zeitschrift ARCH+ in regelmäßigen Abständen auf die Beine stellt, beeindruckt.”*

german-architects eMagazin, 12.10.2011

“Immer mehr Architekturzeitschriften wandeln sich zu oberflächlichen Hochglanzmagazinen. Doch es gibt auch Ausnahmen – etwa die Zeitschrift ARCH+, die seit Jahren mit theoretischen Positionen zu überzeugen weiß. Das belegt eine Vielzahl von monographischen Ausgaben zu den unterschiedlichsten Themen von ‘Post-Oil City’ über ‘Form Follows Performance’ bis hin zu ‘Architektur im Klimawandel’.

Roman Hollenstein, NZZ, 15.12.2010

**“... Das ist kein schönes Deutsch, aber politisch sehr markant, und damit ist ein Grundzug von ARCH+ schon benannt: Denkarbeit geht immer vor Ästhetik.**

**Umso erfreulicher, dass das Jubiläumsheft, das sich mit ‘Kritik’ im Allgemeinen und der Architekturkritik im Besondern befasst, sehr ansprechend gestaltet ist.”**

Bernhard Schulz, Tagesspiegel, 23.11.2010

“Wer in die Tiefe gehen will, der findet in der aktuellen Ausgabe von ARCH+, aus deren Redaktion zwei Mitglieder die Ausstellung kuratiert haben, das gesamte Ausstellungsmaterial wieder, plus spannende Aufsätze unter anderem zur Frage, ob es ökologischen Aktivisten tatsächlich um die Umwelt geht oder vielleicht doch eher um ihr Ego.”

db, 3/2010 zur Ausstellung Post-Oil City

“Haben wir an dieser Stelle schon erwähnt, dass uns die nicht mehr ganz so neue Gestaltung der ARCH+ durch Mike Meiré ausgesprochen gut gefällt? Nein? Tut sie aber. Und mit dem Cover zur aktuellen Ausgabe ‘Post-Oil City’ ist ein Motiv gelungen, das uns auch als Plakat gut gefallen würde. Inhaltlich war die ARCH+ ja schon immer steinstark.”

Baunetzwoche #161

**“... dann kauft man sich Zeitschriften. Oder auch nur eine: die ARCH+, das legendäre Magazin für Architektur und Städtebau.”**

Hanno Rauterberg, Die Zeit, 18.2.2010

*“Die beste Einführung in die aktuelle japanische Architektur bietet zurzeit kein Buch, sondern das Sonderheft ‘Tokio. Die Stadt bewohnen’ der Zeitschrift ARCH+.”*

Niklas Maak, FAZ Sonntagsausgabe, 2012

“Publizistisch bemerkenswert ist die aktuelle Ausgabe der renommierten Architekturzeitschrift Arch+. Wieder mal. Einerseits funktioniert das Themenheft ‘Think Global – Build Social’ als reguläre Ausgabe des vierteljährlich erscheinenden Blattes, andererseits völlig losgelöst davon als Ausstellungskatalog und Arbeitsbuch zur gleichnamigen Ausstellung im Deutschen Architekturmuseum sowie im Architekturzentrum Wien. Dies ist nur das jüngste Beispiel für die Anpassung der Zeitschrift an eine veränderte Medienlandschaft.”

Moritz Scheper, taz, 24.10.2013

## Kurzcharakteristik

ARCH+ widmet sich seit fünf Jahrzehnten kontinuierlich dem Experiment in Architektur und Städtebau. Vierteljährlich untersucht ARCH+ mit einer umfangreichen Themenausgabe den kulturellen und gesellschaftlichen Kontext der zeitgenössischen Raumproduktion in einer Auflage von 10.000 Exemplaren.

ARCH+ wird von einer engagierten Redaktion und von prägenden Gestaltern wie früher Otl Aicher oder heute Mike Meiré verantwortet. Gemeinsam haben wir die inhaltliche und die gestalterische Qualität kontinuierlich gesteigert. In beispielloser Weise investieren wir fortwährend in Umfang, Ausarbeitungsgrad, Inhaltstiefe und Themenbreite der gedruckten Hefte und in diskursive Formate wie die ARCH+ Features und ARCH+ Displays.

In der Verschränkung von Print und Online mit öffentlichen Veranstaltungen, Projekten und Kooperationen wirkt ARCH+ als unabhängiges, aktives Medium der Architekturkritik.

ORGAN	unabhängig
HERAUSGEBER	Nikolaus Kuhnert, Anh-Linh Ngo, Günther Uhlig
REDAKTION	Nikolaus Kuhnert, Anh-Linh Ngo +49 30 802 69 86 berlin@archplus.net
ANZEIGEN- VERWALTUNG	Gabriele Lauscher-Dreess +49 241 508303 anzeigen@archplus.net
JAHRGANG/JAHR	50. Jahrgang 2017 ab Heft 227
VERLAG	ARCH+ Verlag GmbH
POSTANSCHRIFT	Kurbrennenstraße 22 52066 Aachen
FON	+49 241 5083 03
FAX	+49 241 548 31
E-MAIL HOMEPAGE	anzeigen@archplus.net www.archplus.net
BEZUGSPREISE	Jahresabonnement
Inland	€ 69
Ausland	€ 79
Studenten Inland	€ 49
Studenten Ausland	€ 59
Einzelheft	€ 22

Abonnement inkl.,  
Einzelverkauf zzgl. Porto,  
gültig ab 1.1.2017





# Umfang, Inhalt und Auflagen

ARCH+ wurde 1967 von einer Gruppe von Idealisten an der Universität Stuttgart gegründet, die, wie es ein Initiator einst formulierte, „nach theoretischen Konzepten hungerten“ und die Praxis mit der Theorie verbinden wollten. Im Januar 1968 erschien die erste Ausgabe.

2017 feiern wir runden Geburtstag: Seit 50 Jahre begleitet und prägt ARCH+ Diskurse. 50 Jahre, in denen sich die Ausrichtung, die Themen, die Ausstattung und das Layout radikal weiterentwickelt haben. 50 Jahre, in denen dennoch die Grundhaltung von Generation zu Generation weitergegeben wurde: idealistisch, unabhängig, unangepasst, anspruchsvoll, eigensinnig, politisch.

Jeder Heftschwerpunkt ist einem besonderen Thema gewidmet, das die neueren Entwicklungen in Architektur und Städtebau, Kunst und Technologie diskutiert und mit innovativen Projekten verbindet.

Themen des 49. Jahrgangs 2016 waren:

- Planetary Urbanism: The Transformative Power of Cities (223)
- Release Architecture: Incidental Space von Christian Kerez (224)
- Legislating Architecture – Gesetze gestalten! (225)
- Vietnam 1 – Die stille Avantgarde (226)



## UMFANGSANALYSE

NR. 222–225 = 4 AUSGABEN

Format der Zeitschrift	297 mm hoch × 235 mm breit
Gesamtumfang	876 Seiten = 100 %
Redaktionsteil	859 Seiten = 98 %
Anzeigenteil	17 Seiten = 2 %
Beilagen / Einhefter	3 Stück

## INHALTSANALYSE DES REDAKTIONSTEILS

Zeitung	31 Seiten = 3,5 %
Themenschwerpunkt	780 Seiten = 91 %
ARCH+ features	48 Seiten = 5,5 %

## AUFLAGENKONTROLLE durch den Verlag

### AUFLAGENANALYSE

EXEMPLARE PRO AUSGABE (III. QUARTAL 2016)

Druckauflage	10.000
tatsächlich verbreitete Auflage	9.552
verkaufte Auflage	9.055
Abonnements	7.319
Einzelverkauf	1.736
Freistücke	497
Rest-, Archiv-, Belegexemplare	448
Verkäufe aus früheren Berichtszeiträumen	4.037

# Verbreitung

## GEOGRAPHISCHE VERBREITUNGSANALYSE (III. QUARTAL 2016)

WIRTSCHAFTSRAUM	Anteil an tatsächl. verbr. Auflage %	EXEMPLARE
Inland	81	7.737
Ausland	19	1.851
tatsächlich verbreitete Auflage	100	9.552

## GLIEDERUNG DER INLANDSAUFLAGE NACH NIELSEN-GEBIETEN

WIRTSCHAFTSRAUM	Anteil an tatsächl. verbr. Auflage %	EXEMPLARE
Nielsen Gebiet 1	12	929
Nielsen Gebiet 2	19	1.470
Nielsen Gebiet 3a	12	929
Nielsen Gebiet 3b	13	1.005
Nielsen Gebiet 4	15	1.160
Nielsen Gebiet 5	19	1.470
Nielsen Gebiet 6	3	232
Nielsen Gebiet 7	7	542
verbr. Inlands-Auflage	100	7.737

## KURZFASSUNG DER ERHEBUNGSMETHODE (ALLE FOLGENDEN ZAHLEN 2012)

1. Beschaffenheit der Datei:  
In der Empfängerdatei sind die Anschriften aller Empfänger auf EDV erfasst und nach Ländern bzw. Postleitzahlen geordnet.

2. Untersuchungsmethode:  
Verbreitungs-Analyse durch Datei-Auswertung – Total-Erhebung

3. Tag der Datei-Auswertung: 30.09.2012

4. Grundgesamtheit (untersuchter Anteil)  
Grundgesamtheit (tvA) ..... 8.794 = 100 %

davon in der Untersuchung nicht erfasst:  
Einzelverkauf ..... 1.396  
Freistücke ..... 321

Die Untersuchung repräsentiert ..... 7.431 = 84,5  
Empfänger der Grundgesamtheit (tvA)

5. Beschreibung der Erhebung:  
Die Auswertung basiert auf der Gesamtdatei. Die ermittelten Anteile für die Verbreitung in der Bundesrepublik Deutschland und dem Ausland wurden auf die tatsächlich verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt projiziert.

6. Durchführung der Untersuchung: ARCH+ Verlag

7. Zeitraum der Untersuchung: September 2012

# Verbreitung



## ALTER

	%
bis 29 Jahre	35,7
30–39 Jahre	24,7
40–49 Jahre	24,3
50–59 Jahre	10,6
60 Jahre und älter	4,6
	100,0

## BERUFLICHE AUSBILDUNG ALS BZW. ZUM

	%
Architekt	86,0
Bauingenieur	1,7
Stadt- und Raumplaner	11,3
Landschafts- und Freiraumplaner	2,1
Innenarchitekt und Designer	5,8
Fachplaner	0,6
Projektmanager und Bauleiter	2,7
Bauzeichner	1,7
Kunsthistoriker	1,5
Sozialwissenschaftler	1,5
Sonstiges	10,0
Mehrfachnennungen (100 % = 4.344 Leser)	

## BERUFLICHE POSITION

	%
Inhaber oder Mitinhaber	48,2
in leitender Position	17,8
Mitarbeiter	34,0
	100,0

## BRANCHEN/WIRTSCHAFTSZWEIGE/ FACHRICHTUNGEN/BERUFSGRUPPEN

Nummer der Grund- systematik	Empfängergruppen Bezeichnung laut Systematik des Statistischen Bundesamtes	%	ca. Ex. Projektion auf tvA
74.20.1 / 74.20.4 75.14 / 70.11.3 / 45.21.2	Architektur- und Bauing.-büros (Wohnungs-)Bauunternehmen Bauabteilungen von Handel Banken, Industrie, Baubehörden	60,5	5.802
–	Institutionen der Wissenschaft, Lehre und Forschung, Verbände	1,2	115
–	Studenten	2,3	221
–	Sonstiges	9,0	863
		25,9	2.484
		1,1	105
Summe		100,0	9.590

## SCHWERPUNKT BERUFLICHER TÄTIGKEIT

Entwurf . . . . .	76,9
Ausführungsplanung . . . . .	58,8
Innenausbau und Design . . . . .	25,2
Fachplanungen . . . . .	10,5
Projektmanagement . . . . .	26,3
Öffentlichkeitsarbeit . . . . .	15,8
Forschung und Lehre . . . . .	23,4
Sonstiges . . . . .	16,1
Mehrfachnennungen (100 % = 3.630 Leser)	

Punkt 19, 20, 22 bezieht die Studenten mit ein  
(Grundgesamtheit = 4.344),  
Punkt 21, 23 beinhaltet nur die Vollabos  
(Grundgesamtheit = 3.630)

# Reichweite

## NUTZUNG

SEITENKONTAKTCHANCE	%	LESEDAUER	%
nur wenige Seiten	2,9	bis zu 1 Stunde	29,2
etwa ein Viertel der Seiten	9,3	1 bis 2 Stunden	25,7
etwa die Hälfte der Seiten	23,8	2 bis 3 Stunden	15,4
etwa drei Viertel der Seiten	24,4	3 bis 4 Stunden	12,3
(fast) alles	39,6	4 Stunden und mehr	17,4
	100,0		100,0
Seitenkontaktchance	72,5	Durchschnitt: 143,5 Min.	

ARCHIVIERUNGSVERHALTEN	%
die Hefte werden ganz aufgehoben	97,1
einzelne Beiträge werden aufgehoben	2,3
die Hefte gehen in den Umlauf	10,3
die Hefte werden weggeworfen	0,6
Mehrfachnennungen (100% = 4.344 Leser)	

HEFTNUTZUNG	%	ZUSÄTZLICHE LESER	%
1–2 mal	19,0	nur Abonnent	45,6
3–5 mal	21,4	eine Person	31,7
häufiger, auch über einen		zwei Personen	12,3
längeren Zeitraum	59,6	drei und mehr Personen	10,4
	100,0		100,0
		Multiplikator	1,9

## LESER-BLATT-BINDUNG

TITELBEWERTUNG	%
Skalenwert A: „liegt ganz auf meiner Linie“	29,2
Skalenwert B:	25,7
Skalenwert C:	15,4
Skalenwert D:	12,3
Skalenwert E: „steht mir sehr fern“	17,4
	100,0
Durchschnitt (A = 5, E = 1): 3,3	

WEITEREMPFEHLUNG	%
würden ARCH+ weiterempfehlen	98,3
würden ARCH+ nicht weiterempfehlen	1,7
	100,0

## TITELPROFIL

ARCH+ regt zu kritischem Denken an	83,3
greift relevante Fragestellungen auf	80,8
orientiert im Informationsdschungel	29,3
ist innovativ	58,7
vielseitig in der Themenwahl	75,8
gründlich recherchiert	78,0
lange brauchbar	88,7
in ihrer Art einmalig	75,0
Mehrfachnennungen (100% = 4.344 Leser)	





# Reichweite

## ERWARTUNGEN

### WICHTIGKEIT VON THEMEN

Wohnungsbau / soziale Fragen	78,5
Innenausbau / Produktdesign	32,0
Bürobau / Industriebau	23,0
Stadtentwicklung / urbanistische Themen	72,8
(stadt-)baugeschichtliche Themen	47,7
architekturtheoretische Themen	72,0
Landschafts- / Freiraumplanung	27,6
Modernisierung / Sanierung	32,4
Restauration / Denkmalpflege	23,6
Ökologie / Umweltfragen	54,2
Gebäudeperformance / energetische Versorgung	35,3
Baustoffe / Materialentwicklung	45,0
Konstruktion / Bauweisen	46,0
technologische Innovationen im Bauen	38,9
Entwurf / Fragen der Formfindung	74,9
Modellierung, Simulation	25,7
Herstellung, Projektmanagement, Bauabwicklung	12,6
Sonstiges	7,1

Mehrfachnennungen (100% = 4344 Leser)

## KURZFASSUNG DER ERHEBUNGSMETHODE

%	Leser-Struktur-Analyse und Reichweiten-Analyse durch repräsentative
78,5	Leserbefragung der ARCH+ Abonnenten. Durchgeführt vom 7.6. bis
32,0	21.6.2010 (Feldzeit) vom Lehrbereich Empirische Sozialforschung, Institut
23,0	für Sozialwissenschaften der Humboldt-Universität zu Berlin.
72,8	Erhebungsmethode:
47,7	Standardisierte Mixed-Mode-Befragung: online und postalisch
72,0	Grundgesamtheit N = 4.344
27,6	= Abos ausschließlich Freiabos, Buchhandelsabos und Überseeabos
32,4	Auswahlverfahren:
23,6	disproportional geschichtete Zufallsauswahl. Schichtung nach Einzelkunden
54,2	(25%-Stichprobe), "Büros" (Vollerhebung) und Studentenabos
35,3	(25%-Stichprobe). Größe der Bruttostichprobe N = 1.415
45,0	Ausschöpfungsquote:
46,0	Einzelkunden = 40,8%, Studenten = 53%, Büros = 22,5%
38,9	(nur ca. 30% mit direktem Ansprechpartner).
74,9	Größe der Nettostichprobe N = 522
25,7	
12,6	
7,1	

Um eventuelle Verzerrungen zu korrigieren, wurden Hochrechnungsfaktoren berechnet, die sowohl das disproportionale Ziehungsdesign als auch die unterschiedliche Teilnahmebereitschaft berücksichtigen (Redressment). Bei den Randauszahlungen ergaben sich keine substanziellen Abweichungen zwischen redressment-gewichteter und ungewichteter Auszahlung (in der Regel < 1%). Dies spricht für eine hohe Stichprobenqualität, die eine hinreichende Repräsentativität der Ergebnisse der Leserbefragung gewährleistet.



### § 1 REGELUNGSUMFANG

Die nachstehenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten für sämtliche dem Verlag erteilten Aufträge, insbesondere die Aufträge zur Veröffentlichung von Anzeigen in Printmedien und / oder im Internet bzw. Newsletter sowie die Aufträge zur Beilegung oder Einheftung von Werbeprospekten in Druckschriften. Allgemeine Geschäftsbedingungen des Auftraggebers werden auch bei der widerspruchsfreien Entgegennahme nicht Vertragsbestandteil.

### § 2 VERTRAGSABSCHLUSS, ABLEHNUNGSRECHT, KENNZEICHNUNG ALS ANZEIGE

- (1) Sofern nichts Abweichendes vereinbart wird, sind die Angebote freibleibend. Ein verbindlicher Auftrag kommt entweder mit der schriftlichen Auftragsbestätigung oder mit der Auftragsdurchführung, insbesondere mit Veröffentlichung der Anzeige zustande. Grundlage des Auftrags ist die vom Verlag veröffentlichte aktuelle Preisliste.
- (2) Der Verlag behält sich vor, Aufträge insgesamt oder teilweise abzulehnen, wenn die Durchführung des Auftrages, insbesondere wegen des Inhalts, der Herkunft oder der Form der zu veröffentlichenden Anzeige, für ihn unzumutbar ist.
- (3) Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht eindeutig als solche erkennbar sind, werden als Anzeige kenntlich gemacht.

### § 3 AUFTRAGSRÜCKTRITT, DRUCKUNTERLAGEN

- (1) Stornierungen oder Zurückstellungen von Anzeigen sind nur bis zum offiziellen Anzeigenschlusstermin der Preisliste möglich. Bei Überschreitung des Termins hat der Verlag Anspruch auf Bezahlung des im Umbruch eingeteilten Anzeigenraumes.
- (2) Für die rechtzeitige Lieferung und die einwandfreie Beschaffenheit geeigneter Druckunterlagen oder anderer Werbemittel ist allein der Auftraggeber verantwortlich. Bei der Anlieferung von digitalen Druckunterlagen ist der Auftraggeber verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder den technischen Vorgaben des Verlages entsprechende Vorlagen und Muster für Anzeigen bzw. Beilagen/Einhefter rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern.

### § 4 VERANTWORTLICHKEIT FÜR DEN AUFTRAGSINHALT

Der Auftraggeber trägt die volle Verantwortung für den Inhalt des erteilten Auftrags, bei Anzeigenaufträgen insbesondere die presse-, wettbewerbs- und urheberrechtliche Verantwortung

für die Anzeige, und hat den Verlag deshalb von sämtlichen Ansprüchen Dritter aufgrund der Auftragserteilung und/oder der Auftragsdurchführung freizustellen.

### § 5 ZAHLUNGSBEDINGUNGEN

- (1) Die Höhe der Auftragsvergütung, die Zahlungsfrist sowie etwaige Preisnachlässe richten sich nach der gültigen Preisliste. Die Zahlungsfrist beginnt mit dem Tag der Rechnungsstellung. Der Auftraggeber trägt zusätzlich die Kosten für die Anfertigung zur Auftragsdurchführung etwa erforderlicher Druckunterlagen und von ihm veranlasster Entwürfe, Muster und ähnlicher zusätzlicher Arbeiten sowie die gesetzliche Mehrwertsteuer. Der Auftraggeber erhält mit der Rechnung ein Belegexemplar.
- (2) Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden die banküblichen Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Nachweis eines höheren oder geringeren Verzugschadens bleibt vorbehalten. Der Auftraggeber kommt spätestens in Zahlungsverzug, wenn er nicht innerhalb von 21 Tagen nach Zugang einer Rechnung die Zahlung leistet.
- (3) Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen.
- (4) Das Recht zur Aufrechnung steht dem Auftraggeber nur insoweit zu, als seine Gegenansprüche rechtskräftig festgestellt, von ihm anerkannt oder unbestritten sind. Zur Ausübung eines Zurückbehaltungsrechts ist der Auftraggeber nur insoweit befugt, als sein Gegenanspruch auf demselben Vertragsverhältnis beruht.
- (5) Im Falle einer wesentlichen Verschlechterung der Vermögensverhältnisse des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, die weitere Auftragsdurchführung ohne Rücksicht auf ein vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung der Vergütung und der Begleichung aller sonstigen fälligen Verbindlichkeiten des Auftraggebers abhängig zu machen.

### § 6 MÄNGELGEWÄHRLEISTUNG

- (1) Der Auftraggeber hat offensichtliche Mängel der Auftragsdurchführung unverzüglich, spätestens innerhalb von zwei Wochen nach Kenntnis der Auftragsdurchführung, bei Anzeigenaufträgen spätestens innerhalb von zwei Wochen nach Veröffentlichung der Anzeige, schriftlich zu rügen; hiernach sind verspätete Mängelrügen ausgeschlossen. Im Übrigen gilt insoweit § 377 HGB. Sämtliche Mängelgewährleistungsansprüche unterliegen einer Verjährungsfrist von einem Jahr.

- (2) Bei Anzeigenaufträgen und Aufträgen zur Beilegung bzw. Einheftung von Werbeprospekten in Druckschriften stellt ein zum Zeitpunkt der Auftragsdurchführung eingetretener Rückgang der Auflage der belegten Druckschrift gegenüber der bei Vertragsabschluss in den aktuellen Mediadaten ausgewiesenen Auflage um bis zu 10% noch keinen Mangel dar.
- (3) Mängel eines Teils der Auftragsdurchführung berechtigen nicht zur Beanstandung der gesamten Auftragsdurchführung, es sei denn, der mangelfreie Teil wäre für den Auftraggeber ohne Interesse.
- (4) Im Falle einer fristgerechten und begründeten Mängelrüge ist der Verlag zur Nacherfüllung auf eigene Kosten berechtigt.
- (5) Für Fehler in die Auftragsdurchführung eingeschalteter Dritter haftet der Verlag nur bis zur Höhe seiner eigenen Ansprüche gegen diese Dritten. In einem solchen Falle ist der Verlag berechtigt, Gewährleistungsansprüche des Auftraggebers durch Abtretung seiner Ansprüche gegen diese Dritten zu erfüllen. Wird von diesem Recht Gebrauch gemacht, so stehen dem Auftraggeber weitere Gewährleistungsansprüche gegenüber dem Verlag nur dann zu, wenn diese Dritten einem mit schlüssiger Begründung versehenen Gewährleistungsverlangen des Auftraggebers nicht nachkommen.

### § 7 RÜCKGABE UND AUFBEWAHRUNG VON UNTERLAGEN

Sämtliche im Rahmen der Auftragsdurchführung erlangten oder hergestellten Unterlagen und sonstige Gegenstände werden auf gesonderte Anforderung des Auftraggebers auf dessen Kosten zurückgesandt. Die Pflicht des Verlages zur Aufbewahrung dieser Unterlagen und sonstiger Gegenstände endet drei Monate nach Auftragsdurchführung.

### § 8 ERFÜLLUNGSORT, ANWENDBARES RECHT, GERICHTSSTAND

- (1) Erfüllungsort ist Aachen.
- (2) Die Rechtsbeziehungen zwischen dem Auftraggeber und dem Verlag unterliegen ausschließlich dem Recht der Bundesrepublik Deutschland.
- (3) Eine etwaige Unwirksamkeit einzelner Bestimmungen dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen lässt die Gültigkeit der übrigen Vorschriften unberührt. Beide Vertragsparteien verpflichten sich für diesen Fall, eine dem wirtschaftlichen Zweck der unwirksamen Bestimmung möglichst nahe kommende, rechtlich zulässige Neuregelung zu vereinbaren.