

Zeitschrift für Architektur, Städtebau, Design

ARCH+



Mediadaten 2011 print + online
Redaktionsplan
Anzeigen-Preisliste

ARCH +

“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 SonntagsPeeter Richter, FAZ Sonntagsausgater Ric

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

Oswald Mathias Ungers

“ARCH+ ist die intelligenteste deutsche Architekturzeitschrift.”

Heinrich Klotz

“ARCH+ setzt mit ihrer theoretischen Entschiedenheit Maßstäbe, vor denen die meisten anderen Fachpublikationen beliebig erscheinen.”

Matthias Schreiber, FAZ

“(…) Pflichtlektüre für alle, die nicht nur werkeln, sondern auch denken wollen.”

Hanno Rauterberg, Die Zeit

“ARCH+ publiziert (...) wilde Collagen aus Texten und Fotos zu modernen Bau-themen. Die Sprache kommt elaboriert und akademisch daher. Doch sie stellt Inhalte zur Debatte, die man sonst nirgendwo lesen kann.”

Rolf Lautenschläger, taz

“Kein anderes Fachblatt spürt mit soviel Ernst und zugleich so spannend noch den letzten Verästelungen der Stilismen und ihrer gesamtgesellschaftlichen Bedeutung nach. (...) Architektur als Text,

in einer Auflage von zehntausend Exemplaren, ist im Bildersturm unserer Tage ein beachtlicher Erfolg.”

Heinrich Wefing, FAZ

“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 pointierte kritische Debatten zu Architektur und Städtebau statt, was es zu einer Art “Monde diplomatique” unter den Architekturheften macht.”

Tagesanzeiger Zürich

“Opponents of the New Simplicity movement profess to find in its precepts disturbing manifestations of a new nationalism and conservatism. A leading German architectural magazine, ARCH+, titled a recent special issue “From Berlin to New Teutonia”; other critics have spoken out as well against what they consider to be a reactionary architectural cabal.”

Frederick Painton, Time Magazine

“Von Berlin nach Neuteutonia” ist schon jetzt ein unverzichtbarer und endlich unveröhnlich kritischer Beitrag zu dem Werk der Zerstörung, das Berlin in seinem Zentrum droht.”

Martin Römlein, Neues Deutschland

“Vielleicht sind die Macher und Denker der Zeitschrift, (...) nicht die auflagenstärksten aller Architektur-Publizisten. Aber in einer Szene beinahe schon apo-

litischer Form-Dispute sind sie die hellhörigsten, die politischsten, die verantwortungsbewußtesten.”

Gerhard Matzig, Süddeutsche Zeitung

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

Rem Koolhaas

“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

“Das Doppelheft 169/170 der renommierten und wegen ihrer Theoriendebatten 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, in

dem die Beziehungen aufgezeigt werden, in denen die Gedanken zur Architektur mit dem Gesamtprojekt der ‘Sphären’ stehen. Durch ausführliches, kommentiertes Bildmaterial werden die theoretischen Ausführungen illustriert und anschaulich gemacht.”

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”, die Räume produziert, ständig neue Situationen herstellt, in Bewegung bleibt und zur Bewegung animiert.”

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, und damit eine Fülle dessen, was über die Jahre an mehr oder weniger klugen, provokanten, einfallsreichen Thesen in die Öffentlichkeit getragen wurde.”

Ursula Baus, Archithese 4/0

Stadtverkehr

BETTER PLACE Elektromobilität

Das Team (Dreierlei) hat sich für die verschiedenen Themenkomplexe entschieden, die die Elektromobilität in der nächsten Zeit betreffen werden. Die Themen sind: Elektromobilität, Smart Charging und Smart City.

Elektromobilität

- Elektromobilität ist ein wichtiger Bestandteil der nachhaltigen Mobilität.
- Die Elektromobilität wird in den nächsten Jahren stark zunehmen.
- Die Elektromobilität wird die Mobilität der Zukunft sein.

Smart Charging

- Smart Charging ist ein wichtiger Bestandteil der Elektromobilität.
- Smart Charging ermöglicht es, die Elektromobilität zu integrieren.
- Smart Charging ist ein wichtiger Bestandteil der Smart City.

Smart City

- Smart City ist ein wichtiger Bestandteil der Elektromobilität.
- Smart City ermöglicht es, die Elektromobilität zu integrieren.
- Smart City ist ein wichtiger Bestandteil der Smart City.

Roger Ginsburger

an der Spitze des Jüdischen Museums Basel

Die Idee, ein Jüdisches Museum in Basel zu bauen, ist ein Projekt, das seit Jahrzehnten im Gange ist. Roger Ginsburger ist der Mann, der dieses Projekt in die Tat umzusetzen konnte.

Ginsburger hat das Jüdische Museum in Basel zu einem der wichtigsten Museen der Stadt gemacht. Er hat das Museum mit einer beeindruckenden Sammlung von Kunst und Kultur ausgestattet.

Das Jüdische Museum in Basel ist ein Ort, an dem die Geschichte der Juden in Basel erzählt werden kann. Es ist ein Ort, an dem die Kultur der Juden in Basel gefeiert werden kann.



Jede ARCH+ besteht aus drei Teilen: Im Zentrum des Heftes – der Themenschwerpunkt. Dafür ist die Zeitschrift berühmt und deswegen verkaufen sich die Hefte auch noch nach Jahren. Viele ARCH+ Ausgaben erfahren eine zweite Auf- lage. Der Themenschwerpunkt wird "gefasst" durch den Zeitungsteil zu Beginn und Baufokus + Produktschau am Ende des Heftes.

Baufokus: Materialkunde

Die Baufokus-Sektion ist ein wichtiger Bestandteil der ARCH+ Zeitschrift. Sie bietet einen Überblick über die neuesten Materialien und Bauteile.

Materialkunde

- Materialkunde ist ein wichtiger Bestandteil der Baufokus-Sektion.
- Materialkunde ermöglicht es, die neuesten Materialien und Bauteile zu entdecken.
- Materialkunde ist ein wichtiger Bestandteil der Baufokus-Sektion.

Baufokus: Produktschau

Die Baufokus-Sektion ist ein wichtiger Bestandteil der ARCH+ Zeitschrift. Sie bietet einen Überblick über die neuesten Produkte und Bauteile.

Produktschau

- Produktschau ist ein wichtiger Bestandteil der Baufokus-Sektion.
- Produktschau ermöglicht es, die neuesten Produkte und Bauteile zu entdecken.
- Produktschau ist ein wichtiger Bestandteil der Baufokus-Sektion.

Der Zeitungsteil erlaubt mit seinen originellen und vielfältigen Beiträgen einen kurzweiligen Einstieg in das Heft. Sie sind bei den Architekten außerordentlich beliebt, da sie einen sorgfältig recherchierten Überblick zu dem jeweiligen Thema bieten und für das Bauen praktische Relevanz haben.

Heft	Termine	Thema	Baufokus + Produkte	Messen		
201 202	erscheint	28.02.2011	BERLIN – WAS NUN? Brüche und Perspektiven einer Hauptstadt	Bericht von der Orgatec; Material: Kunststoffe, Ober- flächentechnologien, Nano- produkte	15. – 18.01. 15. – 18.01. 17. – 22.01. 18. – 23.01. 08. – 10.02. 10. – 12.02. 22. – 24.02. 26.2.–02.03. 01. – 05.03. 15. – 19.03. 04. – 08.04. 06. – 09.04. 12. – 17.04. 12. – 17.04. 24. – 26.05. 11. – 16.04. 30.5.–03.06. 06. – 09.06. 08. – 10.06. 22. – 25.06. 29. – 30.06. 16. – 17.07. 22. – 25.09. 04. – 06.10. 05. – 08.10. 18. – 21.10. 25. – 27.10. 26. – 28.10.	Domotex, Hannover contractworld, Hannover BAU, München imm Cologne 55. Beton Tage, Neu-Ulm Clean Energy Power, Stuttg. Facility Management, FfM Euroshop, Düsseldorf CeBIT, Hannover ISH, Frankfurt Hannover Messe Prolight + Sound, Frankfurt Möbelmesse, Mailand Euroluce, Mailand Material Vision, Frankfurt Tectextil, Frankfurt Ligna, Hannover ENTECO, Köln Intersolar, München stone+tec, Nürnberg Consense, Stuttgart DENEX, Wiesbaden RENEXPO/reCON, Augsburg EXPO REAL, München Interlift, Augsburg MADE expo, Mailand Materialica, München FSB, Köln
	Redaktionsschluss AS/DU	31.01.2011 07.02.2011				
203	erscheint	11.04.2011	PLANUNG UND REALITÄT I Strategien zum Umgang mit den Großsiedlungen	Bericht von der BAU; Pro- dukte rund um's Wohnen: Tisch, Stuhl, Schrank, Bett, Kindermöbel, Textilien; Küche und Bad		
	Redaktionsschluss AS/DU	14.03.2011 21.03.2011				
204	erscheint	26.05.2011	ZUR KRISE DER REPRÄSENTATION Stuttgart 21, Gängeviertel Hamburg, Stadtschloss Berlin ...	Bericht von der Hannover Messe; Material: Ziegel- und Natursteinfassaden; Akustik, Licht und Leuchten		
	Redaktionsschluss AS/DU	28.04.2011 05.05.2011				
205	erscheint	25.08.2011	PLANUNG UND REALITÄT II Zum empirischen Gehalt des Wohnens	Bericht von Enteco, Intersolar und Denex; Wärmedämm- verbundsysteme, Heizsysteme, energetische Sanierung		
	Redaktionsschluss AS/DU	28.07.2011 04.08.2011				
206 207	erscheint	24.11.2011	SERVICEWOHNEN Vom Diener zum Smart Home	Bericht von Expo Real und Made; Gebäudeautomation; Steuerungssysteme, Sicher- heits- und Zugangskontrollen		
	Redaktionsschluss AS/DU	27.10.2011 03.11.2011				

Die Anzeigen-Preisliste Nr. 38 ist gültig ab 1. Januar 2011

Format der Zeitschrift	235 mm breit x 297 mm hoch		
Satzspiegel	211 mm breit x 278 mm hoch		
Spaltenbreite	2spaltig = 103 mm 3spaltig = nicht möglich 4spaltig = 50 mm		
Druckverfahren	Offsetdruck		
Bindeverfahren	Lumbeck		
Druckunterlagen	Digitale Dokumente im 70er Raster; Herstellung von Anzeigenvorlagen auf Anfrage		
Erscheinungsweise	4 mal jährlich inklusive einer Doppelnummer		
Terminplan	ET	Anzeigen- schluß	Beilagen Einhefter
ARCH+ 201/202	28.02.11	07.02.11	14.02.11
ARCH+ 203	11.04.11	21.03.11	28.03.11
ARCH+ 204	26.05.11	05.05.11	12.05.11
ARCH+ 205	25.08.11	04.08.11	11.08.11
ARCH+ 206/207	24.11.11	03.11.11	10.11.11

Tatsächlich verbreitete Auflage im September 2010 = 7668 Exemplare

Verlag	ARCH+ Verlag GmbH Kurbrunnenstraße 22 52066 Aachen
Anzeigenleitung	Gabriele Lauscher-Dreess Fon 0241 50 83 03 Fax 0241 5 48 31 eMail anzeigen@archplus.net
Rabatte	bei Abnahme innerhalb von 12 Monaten, Postgebühren sind nicht rabattierfähig.
Zahlungsbedingungen	21 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 DE76390700240254582000 BIC DEUTDEDB390
Ust-Id.Nr.	DE 121688728
Steuernummer	201/5944/3519

2.2

Anzeigenformate und -preise	Seitenanteil/Format	Breite x Höhe mm	schwarz/weiß	zwei-farbig*	drei-farbig*	vier-farbig*	
(Alle Preise zzgl. MwSt)	1/1 Seite	211 x 278 mm	€ 2710,-	€ 3325,-	€ 3940,-	€ 4555,-	
	1/2 Seite hoch	103 x 278 mm	€ 1335,-	€ 1970,-	€ 2585,-	€ 3200,-	
	1/2 Seite quer	211 x 137 mm	€ 1335,-	€ 1970,-	€ 2585,-	€ 3200,-	
	1/4 Seite hoch	103 x 137 mm	€ 678,-				
		50 x 278 mm	€ 678,-				
	1/4 Seite quer	211 x 66 mm	€ 678,-				
	1/8 Seite hoch	50 x 137 mm	€ 339,-				
	1/8 Seite quer	103 x 66 mm	€ 339,-				
				vierfarbige Kleinanzeigen auf Anfrage			
				*Schmuckfarben nach Europaskala (vierfarbig) Farbzuschläge für Sonderfarben auf Anfrage			
Formate für angeschnittene Anzeigen	1/1 Seite	241 x 303 mm		Gelegenheitsanzeigen	Ermäßigung für Stellenangebote 15%		
	2/1 Seite Bunddurchdr.	476 x 303 mm			Ermäßigung für Stellengesuche 40%		
	1/2 Seite hoch	114 x 303 mm			Beilagen	lose eingelegt, Größe max. 226 x 290 mm bis 25 g Einzelgewicht € 210,- pro T. höhere Gewichte auf Anfrage	
	1/2 Seite quer	241 x 148 mm				Einhefter	Format unbeschnitten 241 x 303 mm zweiseitig eingehftet € 2710,- vierseitig eingehftet € 5220,- sechsstseitig eingehftet € 7720,- Beihefter in kleinerem Format auf Anfrage
Anschnittzuschlag	wird nicht berechnet.			aufgeklebte Postkarte € 95,- pro T. bei maschineller Verarbeitung			
Vorzugsseiten	1. Seite Innenteil, 2. und 3. Umschlagseite 10% Aufpreis; 4. Umschlagseite und Seite gegenüber Inhaltsverzeichnis 15% Aufpreis				Muster für Beilagen/Einhefter vorab erbeten. Lieferung 14 Tage vor Erscheinen 'frei Haus'		
Platzierung	Platzierungswünsche können nur jeweils für die Vorzugsseiten vorgemerkt werden.						
Malstaffel	3 Anzeigen	3%					
	6 Anzeigen	5%					
	12 Anzeigen	10%					
Mengenstaffel	für 3 Seiten	5%		Lieferadresse Beilagen	auf Anfrage		
	für 6 Seiten	10%		Lieferadresse Einhefter	Buchbinderei Wenig, Montanstr. 6, 13407 Berlin		
	für 8 Seiten	15%					

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. archplus.net genießt als Content-Seite hohe Akzeptanz und Glaubwürdigkeit.

Newsletter

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



mögliche Banner auf der ARCH+ Home-
page (Startseite)

Zugriffe auf Homepage Okt. '09 bis Sept. '10:
Pageimpressions 3.605.877, Einzelvisits 708.523
Monatsdurchschnitt:
Pageimpressions 300.490, Einzelvisits 59.044

Newsletter-Abonnenten 22.763 (Stand Sept. '10)

Bannerformate Vollbanner 300 x 380* (Hochformat)
*Höhe x Breite in Pixel, andere Formate anfragen

Daten gif (statisch) und jpg, max. 40 kB

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,- pro Versand
3 x	€ 490,- pro Versand
6 x	€ 390,- pro Versand

Rabatte für Werbekombis Preise für Kombinationen zwischen Homepage, Newsletter und Printmedium auf Anfrage

Kontakt Anh-Linh Ngo
030 80 90 31 34, ngo@archplus.net

1 Kurzcharakteristik

ARCH + erscheint kontinuierlich seit 1967, 4 Hefte pro Jahr inklusive einer Doppelausgabe. Jedes ARCH + Heft ist einem besonderen Thema gewidmet, das im Wechselspiel von Artikeln und Projekten entfaltet wird. Die Heftthemen sind als Transfer zwischen verschiedenen Wissensbereichen konzipiert. Sie integrieren aktuelle Diskussionen aus den Sozial- und Naturwissenschaften, Ökonomie, Philosophie und Kunst in das Arbeitsfeld des Architekten, sei es bei der Entwicklung neuer Wohnkonzepte, Organisationsformen der Arbeit, urbanistischer Modelle, bei Problemen des Umgangs mit Mobilität, Natur und Landschaft, bei der Definition von Bauaufgaben und -typen, bei Fragen der Formgebung und Wahrnehmung und des Umgangs mit Material.

ARCH + ist als konzeptuelle Architekturzeitschrift in Deutschland einzigartig und dient als ein Forum der Auseinandersetzung.

- | | |
|-----------------------------------|---|
| 2 Organ | unabhängig |
| 3 Herausgeber | Sabine Kraft, Nikolaus Kuhnert, Günther Uhlig |
| 4 Redaktion | Sabine Kraft, Nikolaus Kuhnert, Anh-Linh Ngo |
| in Aachen | 0241 50 83 02
aachen@archplus.net |
| in Berlin | 030 802 69 86
berlin@archplus.net |
| 5 Anzeigen
Zeitschrift | Gabriele Lauscher-Dreess
Fon 0241 50 83 03, Fax 0241 5 48 31 |

- | | |
|--------------------------------|---|
| 6 Anzeigen
Homepage | Anh-Linh Ngo
030 80 90 31 34, ngo@archplus.net |
| 7 Jahrgang/Jahr | 44. Jahrgang 2011 |
| 8 Verlag | ARCH + Verlag GmbH |
| 9 Postanschrift | Kurbrunnenstraße 22, 52066 Aachen |
| 10 Fon
Fax | 0241 50 83 03
0241 5 48 31 |
| 11 eMail
Homepage | anzeigen@archplus.net
www.archplus.net |
| 12 Erscheinungsplan | ARCH + 201/202 28.02.11
ARCH + 203 11.04.11
ARCH + 204 26.05.11
ARCH + 205 25.08.11
ARCH + 206/207 24.11.11 |
| 13 Bezugspreise | Jahresabonnement
Inland € 49,-
Ausland € 57,-
Studenten Inland € 32,-
Studenten Ausland € 39,-
Einzelheft € 16,-
Doppelheft € 19,-
Abonnement inkl., Einzelverkauf zzgl. Porto |

14 Umfangsanalyse

Nr. 195 – 200 = 4 Ausgaben	
Format der Zeitschrift	297 mm hoch x 235 mm breit
Gesamtumfang	672 Seiten = 100,0 %
Redaktionsteil	646 Seiten = 96,1 %
Anzeigenteil	26 Seiten = 3,9 %
Beilagen/Einhefter	5 Stück

15 Inhaltsanalyse des Redaktionsteils

Kritik + Zeitung	39 Seiten = 6,0 %
Themenschwerpunkt	579 Seiten = 89,6 %
Baufokus + Features	28 Seiten = 4,4 %

Kritik und Zeitung informieren über das aktuelle Architekturgeschehen und die laufenden Diskussionen, über Wettbewerbe, Ausstellungen, Tagungen und Neuerscheinungen.

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 43. Jahrgangs 2010 waren:

- Istanbul wird grün (H. 195)
- Post-Oil City – Die Stadt nach dem Öl. Die Geschichte der Zukunft der Stadt (H. 196/197)

- Haus der Zukunft – IBA Hamburg: Smart Prices Houses, Smart Material Houses, Hybrid Houses, Water Houses (H. 198/199)
- Kritik (H. 200)

Der Baufokus ist als baupraktischer Service für Architekten konzipiert. Sein besonderer Gebrauchswert liegt in der thematischen Zusammenstellung. Er informiert über innovative Technologien und Verfahren, Baustoffe, Konstruktionen, Details, Hersteller und Messen. Demgegenüber konzentriert sich die Produktschau auf das Design, wobei die Palette von den Klassikern bis zu den jungen Wilden, vom Wohnen bis zum Bürobau, vom Licht über Sanitärausstattung bis zu Alltagsobjekten reicht.

16 Auflagenkontrolle durch den Verlag

17 Auflagenanalyse

Exemplare pro Ausgabe (III. Quartal 2010)

Druckauflage	8500		
tatsächlich verbreitete Auflage	7668		
verkaufte Auflage		7510	
Abonnements			6476
Einzelverkauf			1034
Freistücke		158	
Rest-, Archiv-, Belegexemplare	832		
Verkäufe aus früheren Berichtszeiträumen			4968

18 Geographische Verbreitungsanalyse

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächl. verbr. Auflage %	Exemplare
Inland	80,6	6180
Ausland	19,4	1488
tatsächlich verbreitete Auflage	100,0	7668

Gliederung der Inlandsauflage nach Nielsen-Gebieten

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächl. verbr. Auflage %	Exemplare
Nielsen Gebiet 1	12,1	748
Nielsen Gebiet 2	17,1	1057
Nielsen Gebiet 3a	11,9	735
Nielsen Gebiet 3b	13,4	828
Nielsen Gebiet 4	11,6	717
Nielsen Gebiet 5	25,1	1551
Nielsen Gebiet 6	3,4	210
Nielsen Gebiet 7	5,4	334
verbr. Inlands-Auflage	100,0	6180

Kurzfassung der Erhebungsmethode

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: 30.09.2010

4. Grundgesamtheit (untersuchter Anteil)
Grundgesamtheit (tvA) 7668 = 100,0 %
davon in der Untersuchung nicht erfasst:
Einzelverkauf 1034
Freistücke 158

Die Untersuchung repräsentiert 6476 = 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 2010

19 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
	<u>100,0</u>
20 berufliche Ausbildung als bzw. zum	%
Architekt	86,0
Bauingenieur	1,7
Stadt- und Raumplaner	11,3
Landschafts- / Freiraumplaner	2,1
Innenarchitekt / Designer	5,8
Fachplaner	0,6
Projektmanager, Bauleiter	2,7
Bauzeichner	1,7
Kunsthistoriker	1,5
Sozialwissenschaftler	1,5
Sonstiges	10,0
Mehrfachnennungen (100 % = 4344 Leser)	
21 berufliche Position	%
Inhaber / Mitinhaber	48,2
in leitender Position	17,8
Mitarbeiter	34,0
	<u>100,0</u>

22 Branchen/Wirtschaftszweige/Fachrichtungen/Berufsgruppen			
Nummer der Grundsystematik	Empfängergruppen Bezeichnung laut Systematik des Statistischen Bundesamtes	%	ca. Ex. Projektion auf tvA
74.20.1 / 74.20.4	Architektur- und Bauing.-büros (Wohnungs-)Bauunternehmen, Baubteilungen von Handel,	67,0	5138
75.14 / 70.11.3 / 45.21.2	Banken, Industrie, Baubehörden Institutionen der Wissenschaft, Lehre und Forschung, Verbände	3,2 9,3	245 713
-	Studenten	16,3	1250
-	Sonstiges	4,2	322
		<u>100,0</u>	<u>7668</u>

23 Schwerpunkt beruflicher Tätigkeit	%
Entwurf	76,9
Ausführungsplanung	58,8
Innenausbau / Design	25,2
Fachplanungen	10,5
Projektmanagement	26,3
Öffentlichkeitsarbeit	15,8
Forschung / Lehre	23,4
Sonstiges	16,1
Mehrfachnennungen (100 % = 3630 Leser)	

Punkt 19 ,20, 22 bezieht die Studenten mit ein (Grundgesamtheit = 4344),
Punkt 21, 23 beinhaltet nur die Vollabos (Grundgesamtheit = 3630)

24 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
	<u>100,0</u>		<u>100,0</u>
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 % = 4344 Leser)	

Heftenutzung	%	Zusätzliche Leser	%
1 - 2 mal	19,0	nur Abonnent	45,6
3 - 5 mal	21,4	eine Person	31,7
häufiger, auch über einen längeren Zeitraum	59,6	zwei Personen	12,3
	<u>100,0</u>	drei und mehr Personen	10,4
		Multiplikator	<u>100,0</u>
			1,9

25 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
	<u>100,0</u>
Durchschnitt (A = 5, E = 1):	3,3

Weiterempfehlung	%
würden ARCH+ weiterempfehlen	98,3
würden ARCH+ nicht weiterempfehlen	1,7
	<u>100,0</u>

26 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 % = 4344 Leser)	

27 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 Leserbefragung der ARCH+ Abonnenten. Durchgeführt vom 7.6. bis 21.6.2010 (Feldzeit) vom Lehrbereich Empirische Sozialforschung, Institut für Sozialwissenschaften der Humboldt-Universität zu Berlin.

Erhebungsmethode:

Standardisierte Mixed-Mode-Befragung: online und postalisch

Grundgesamtheit N = 4344

= alle Abos ausschließlich Freiabos, Buchhandelsabos und Überseeabos

Auswahlverfahren:

disproportional geschichtete Zufallsauswahl. Schichtung nach Einzelkunden (25%-Stichprobe), "Büros" (Vollerhebung) und Studentenabos (25%-Stichprobe). Größe der Bruttostichprobe N = 1415

Ausschöpfungsquote:

Einzelkunden = 40,8 %, Studenten = 53 %, Büros = 22,5 % (nur ca. 30 % mit direktem Ansprechpartner). Größe der Nettostichprobe N = 522

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

Grundsätzliches

Anzeigendruckvorlagen müssen im digitalen Format übermittelt werden, bevorzugt auf einer CD-ROM mit beigelegtem Farb-Proof. Die Übermittlung auf elektronischem Weg sollte nur dann in Anspruch genommen werden, wenn die Zeit vor der Produktion knapp wird.

Datenformate

Es werden alle Dokumente akzeptiert, die mit einem Mac-kompatiblen Programm erstellt wurden. Bevorzugt werden PDF- und EPS-Dateien, insbesondere wenn die Dokumente auf einem PC erstellt wurden. Bei PDF-Dateien bitte die Distiller-Einstellungen im Vorfeld abklären. Die Programmparameter können unter www.medialis.org heruntergeladen werden.

Abbildungen

Bilder im Dokument sollten 1:1 platziert werden und mit 300 dpi bzw. 1200 dpi bei Zeichnungen aufgelöst sein. Bitte möglichst keine komprimierten Formate (JPEG, LZW), sondern Tiff- oder EPS-Formate benutzen, da es sonst zu Fehlbelichtungen kommen kann.

Farben

Bitte alle Bilddateien, inkl. Logos mitsenden. Farbbilder nur im CMYK-Modus anlegen. Sonderfarben müssen ausdrücklich vereinbart werden.

Schriften

Bitte alle im Dokument verwendeten Schriften für Mac mitsenden. Bei PC-Dokumenten müssen die Schriften in Zeichenwege umgewandelt sein.

Proof

Der Verlag haftet nicht für fehlerhafte Veröffentlichungen und Farbabweichungen, wenn bei elektronisch übermittelten Anzeigendruckvorlagen kein Farb-Proof mitgeliefert wird.

ftp-Server

Für die elektronische Übermittlung der Dokumente können sowohl der ftp-Server der Druckerei als auch der des ARCH+ Verlags benutzt werden. Bitte die Zugangsdaten erfragen. Alle Daten sollten in einen einzigen, eindeutig gekennzeichneten Ordner gelegt werden (z.B. Kundename_Anzeige für ARCH+ Nr. ..). Um die Daten richtig zuzuordnen zu können, sollte gleichzeitig ein Ausdruck des Dokuments mit der Angabe des Verwendungszwecks gefaxt werden.

Fax Druckerei
030 53 3274 99

Rückfragen

beim ARCH+ Verlag:
Sabine Kraft 0241 50 83 02

bei der Druckerei Medialis:
J. Schaefer 030 53 32 74 20

§ 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 widerspruchsflosen 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 Terms 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 verursachter 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 Verzugsschadens 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 Beilegung 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.