

Mediadaten 2012



Verlagsbereich **Bau**

Das Fachmagazin für die intelligente Gebäudehülle

Bitte beachten Sie die gesonderten Mediadaten der Trägermedien
ARCHITEKTUR & BAU FORUM und **bauzzeitung**

www.bauforum.at/skin

Inhalt

Das Medium	
Philosophie	3
Ständige Rubriken	3
Leserkreis	
Aufteilung nach Branchen	4
Geografische Verbreitung	4
Ergebnis der Spectra-Leserumfrage	5
Anzeigen-Preisliste	
Auflage	9
Zeitschriftenformat	9
Druck- und Bindeverfahren, Druckunterlagen	9
Termine	9
Zahlungsbedingungen	9
Anzeigenformate und Preise	10
Zuschläge	11
Sonderwerbformen	11
Terminplan	
2012	12
Verlagsbereich Bau	
Alle Medien des Verlagsbereiches	13
Online Medien	
Internet-Werbepportfolio	14
Kontakt	
Redaktion	16
Anzeigen	16
Vertrieb	16
Herausgeber, Medieninhaber und Verleger	16
Technische Daten	
Allgemeine Hinweise	17
Angaben für die digitale Übermittlung	17
Produktion	17
Allgemeine Geschäftsbedingungen	
.....	18



Das Medium



Philosophie

SKIN beschäftigt sich mit Planung und Umsetzung sowie betriebswirtschaftlichen und bauphysikalischen Aspekten der intelligenten Gebäudehülle. Berichtet wird über zeitgemäße Werkstoffe, neueste Technologien und Anwendungen.

Die Inhalte werden an den Bedürfnissen von Architektur- und Planungsbüros ausgerichtet und entsprechend aufbereitet.

Produktvorstellungen und -vergleiche liefern Grundlagen und praktische Entscheidungshilfen für wirtschaftliche Lösungen von der Planung bis zur Ausführung.

Erscheint als Beilage zu **ARCHITEKTUR & BAU FORUM** und **bauzeitung**

Ständige Rubriken

Forschen

Aktuelle Forschungsberichte zu ausgewählten Themen der Fassadentechnik

Bauen

Vorstellung internationaler Objekte mit vorbildlich gelösten Gebäudehüllen

Entwickeln

Innovative Produkte & Systeme, Anwendungsberichte

Orientieren

Marktübersichten fassadenrelevanter Produkte



Leserkreis

Aufteilung nach Branchen

	%
Ämter & Behörden	3,8
Planer: Architekten, Absolventen, Studenten	24,9
Planer: Baumeister	1,5
Planer: techn. Büros, Ingenieurbüros	19,8
Planer: Zivilingenieure	12,6
Planer: Innenarchitekten & Objekteinrichter	3,5
ausführende Baumeister, Bauunternehmen	23,5
ausführende Bauträger	5,0
sonstige	5,4
Gesamtverbreitung	100,0

Geografische Verbreitung

	%
Burgenland	1,9
Kärnten	4,7
Niederösterreich	13,1
Oberösterreich	12,7
Salzburg	8,4
Steiermark	11,7
Tirol	7,8
Vorarlberg	4,1
Wien	29,1
Inland gesamt	93,5
Ausland	6,5
Gesamtverbreitung	100,0

Alle Angaben in Prozent



← Öffnen Sie das Lesezeichensymbol im pdf-Dokument links oben. Lesezeichen bringen Sie schnell zu bestimmten Stellen im Dokument.

Leserkreis



Ergebnis der Spectra-Leserumfrage

Qualitätsumfrage reiht Forum ganz vorne.

In seiner Funktion als Herausgeber des Architektur & Bau FORUM beauftragte der Österreichische Wirtschaftsverlag das Marktforschungsinstitut Spectra mit der Durchführung einer Leserumfrage. Untersucht wurde neben inhaltlichen Qualitäten, der Aktualität und Seriosität auch die Reichweite der wichtigsten Architekturmedien Österreichs.

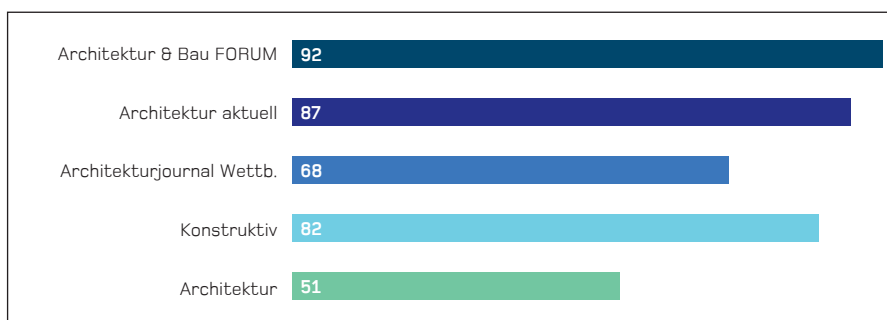
Größter Bekanntheitsgrad

„Mit einer **Bekanntheit von über 90 Prozent** und einem **Leserkreis von 82 Prozent** gehört das **Architektur & Bau FORUM** nicht nur zu den Medien mit der größten Reichweite, sondern auch zu jenen mit dem höchsten Bekanntheitsgrad“, lautet die zentrale Aussage der aktuellen Architektur-Medienanalyse der Marktforschungsexperten von Spectra.

Mit Leserumfragen verhält es sich in der Regel wie mit einem Zahnarztbesuch. Sitzt man einmal im Wartezimmer, stellt man fest, dass eigentlich alles in Ordnung ist und die Routinekontrolle gar nicht notwendig wäre. Erst wenn einem der Arzt bzw. der Medienexperte auf den Zahn fühlt, zeigt sich, wie gut man seinen Job tatsächlich gemacht hat. Umso größer ist dann auch die Erleichterung, wenn man mit einem breiten Lächeln und ohne billigem Amalgam oder teurer Keramikfüllung die Praxis wieder verlassen kann. Bei Herausgebern und Medienanalysten stehen Leserbefragungen hoch im Kurs. Sind sie doch ein wichtiges und in den Redaktionen bisweilen auch gefürchtetes Instrument, um den Wert bzw. die Bedeutung eines Titels besser einschätzen zu können.

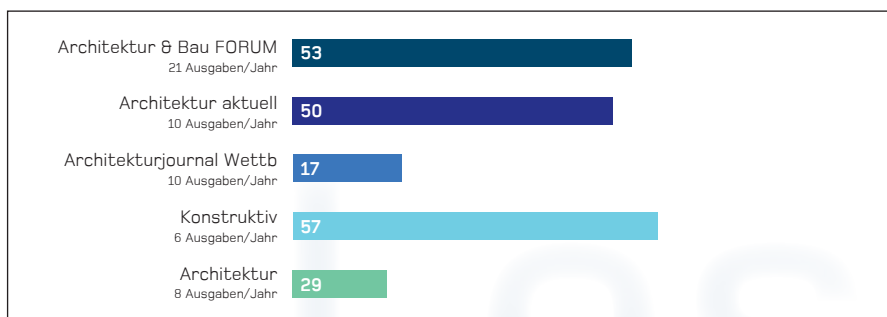
Bekanntheit und Reichweite in %

Basis: Architekten, die die jeweilige Zeitschrift kennen (n = 115)



LpN – Leser pro Nummer in %

Basis: Architekten (n = 151)



Leserkreis



Imagestärke

Speziell im hart umkämpften Fachmedienbereich ist es immens wichtig, die Ansprüche und Bedürfnisse seiner Leser zu kennen und auf deren spezifische Anforderungen zu reagieren. Auch dabei unterstützen Leserumfragen. Sie spiegeln nicht nur die Haltung und Einstellung des eng umrissenen Zielpublikums zum Zielmedium wider, sondern geben der Redaktion auch die Möglichkeit, ihre Leser und deren Problemstellungen im alltäglichen Arbeitsleben besser kennen und verstehen zu lernen. Gleichzeitig ist damit natürlich auch der Auftrag an die Mediengestalter verbunden, die wichtigsten Informationen übersichtlich strukturiert aufzubereiten und am Puls der Zeit den Lesern zugänglich zu machen.

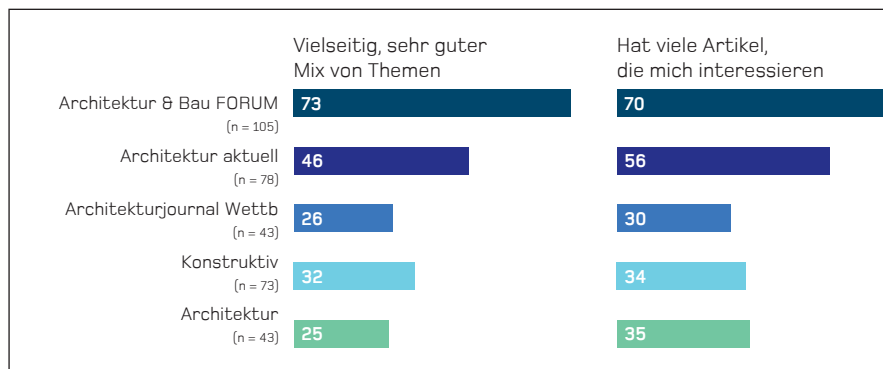
Nicht immer bringen die Analysen der Marktforscher jene Ergebnisse, die sich Redakteure und Herausgeber erhoffen. Zeigt sich jedoch, dass das eigene Medium bei seinen Lesern höchste Anerkennung und Wertschätzung genießt, gibt das neue Motivation und Antrieb im stressigen Redaktionsalltag. In der aktuellen Leserbefragung konnte sich das **Architektur & Bau FORUM mit einer durchschnittlichen übergreifenden Imagestärke von 54 Prozent** an die Spitze der heimischen Architektur-Medienlandschaft setzen. „Die Imagestärke eines Mediums oder einer Marke ist Ausdruck des Profilierungsgrades.

Je höher die übergreifende Imagestärke, desto höher ist auch die Wertschätzung und die Bindung zum Medium“, erklärt Spectra-Geschäftsführer Klaus Nemetz. In der Folge erhielt das Architektur & Bau FORUM auch in den Bereichen „Layout bzw. Stil“, „Themenmix“ und „Wertende Urteile“ die besten Zensuren.

Weit über die Hälfte der Befragten lesen jede Ausgabe von vorne bis hinten durch, immerhin noch knapp 20 Prozent nutzen drei Viertel der Beiträge als Informations- oder Inspirationsquelle. Der Großteil der Architekten gibt die jeweiligen Ausgaben an die Mitarbeiter weiter. Im Durchschnitt wird das Bau FORUM damit von drei weiteren Personen gelesen. Besonders gefragt bei den Lesern sind Sonderthemen sowie die Präsentation von Produkt- und Materialinnovationen der Bauindustrie. Hoch im Kurs stehen auch die Coverstories, baurechtliche und betriebswirtschaftliche Themen sowie die großen Architektenporträts. Trotz des großen Formats wird die Zeitung von knapp der Hälfte der Befragten über einen längeren Zeitraum aufgehoben bzw. archiviert, was die Spectra-Analysten als besonderen Ausdruck der Wertschätzung sehen.

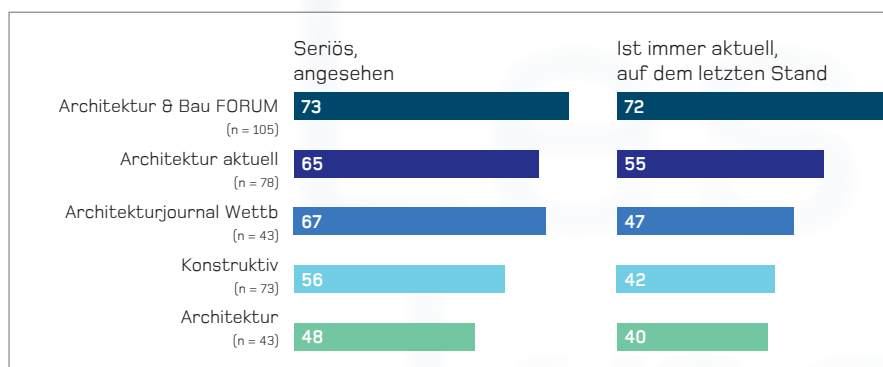
Das Image – Themenmix

Basis: Architekten, die mindestens die Hälfte aller Ausgaben lesen



Das Image – Wertende Urteile

Basis: Architekten, die mindestens die Hälfte aller Ausgaben lesen



Leserkreis

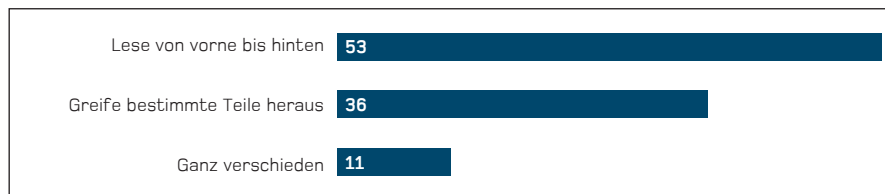


Zukunftsthemen

Neben all dem Lob und der Anerkennung gab es vonseiten der Leser aber auch einen konkreten Auftrag an die Redaktion: Zu den Themen, über welche die Architekten in Zukunft verstärkt informiert werden wollen, zählen unter anderem aktuelle nationale und internationale Meldungen zu architekturrelevanten Themenstellungen sowie Informationen zur Stadtplanung und Landschaftsgestaltung. Hintergrundberichte zu Wettbewerben, Ausschreibungen und der Vergabe von Planungsleistungen wollen rund 60 Prozent der Leser in Zukunft im Heft sehen. Ebenso sollen die Themen Design und Innenarchitektur eine größere Rolle spielen. Das Team des Architektur & Bau FORUM sieht sich dank des positiven Feedbacks in seinen journalistischen Bemühungen um die heimische Architektur und Baukultur bestätigt. Die Wünsche und Anregungen werden in die Planung der nächsten Ausgaben einfließen – um den Anforderungen der heimischen Planer auch weiterhin gerecht zu werden. Wir danken für Ihr Vertrauen.

Wie man das Architektur & Bau FORUM liest: Blättern oder lesen Sie die Zeitschrift von vorne bis hinten durch oder greifen Sie sich eher bestimmte Teile heraus?

Basis: Architekten, die mindestens drei Ausgaben von Architektur & Bau FORUM gelesen haben (n=115)



Durchschnittliche Heftnutzung: Wieviel lesen Sie im Durchschnitt in einer Ausgabe vom Architektur & Bau FORUM?

Basis: Architekten, die mindestens drei Ausgaben von Architektur & Bau FORUM gelesen haben (n=115)

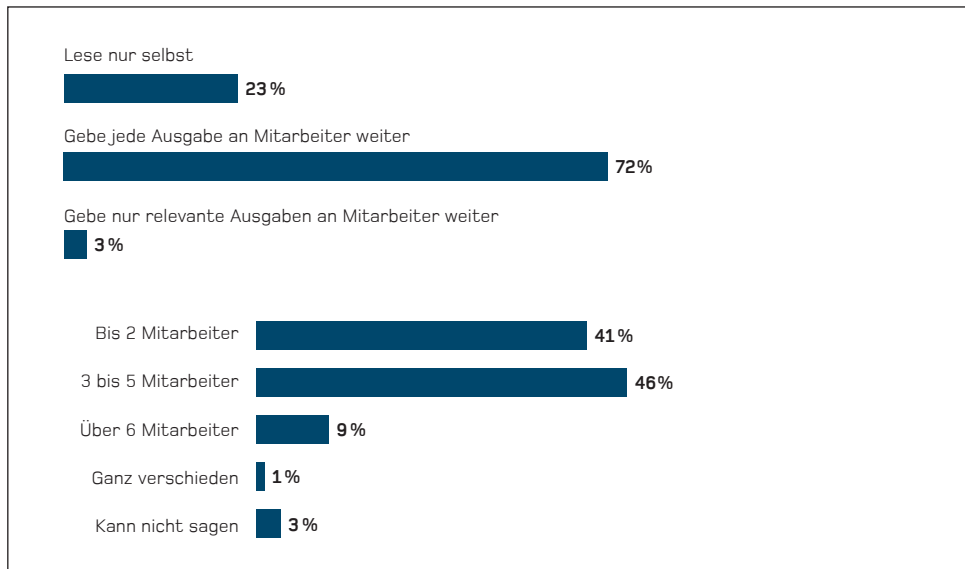
	Alter		Mitarbeiter		
	Unter 50 Jahre (n=50)	50 Jahre und älter (n=65)	Bis 3 Mitarbeiter (n=71)	4 Mitarbeiter und mehr (n=44)	
Drei Viertel und mehr	18	34 %	20 %	18 %	18 %
Etwa die Hälfte	33	32 %	34 %	32 %	34 %
Etwa ein Viertel	34	34 %	34 %	32 %	36 %
Weniger als ein Viertel	10	16 %	6 %	11 %	9 %
Kann nicht sagen	5	2 %	6 %	7 %	3 %



Leserkreis

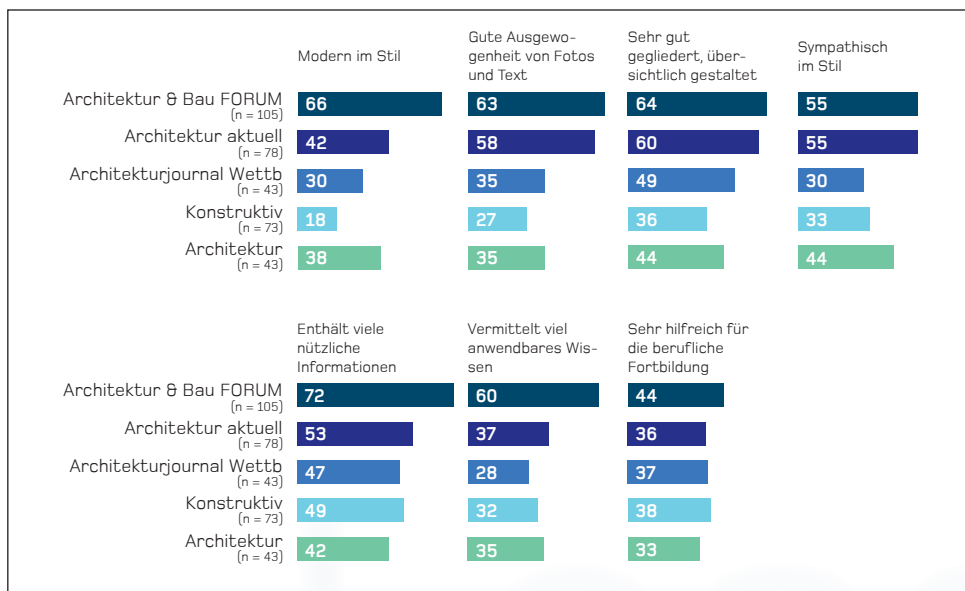


Lesen Sie nur selbst das Architektur & Bau FORUM oder geben Sie es an Mitarbeiter weiter? Wenn ja, an wie viele?
Basis: Architekten, die mindestens drei Ausgaben von Architektur & Bau FORUM gelesen haben (n=115)



Wie sehen Architekten das Image (Layout/Stil) und wie beurteilen sie die Qualität der Beiträge in Architektur & Bau FORUM?

Basis: Architekten, die mindestens die Hälfte aller Ausgaben lesen



Alle Angaben in Prozent



Auftraggeber: Österreichischer Wirtschaftsverlag

Aufgabenstellung: Ziel ist es, die Reichweite von Fachmedien aus der Baubranche in der Zielgruppe Baumeister zu messen.

Stichprobe: n = 151 Baumeister, at random gezogen aus dem Bauhandbuch in dem alle Baumeister eingetragen sind (Grundgesamtheit n = 7.600 Baumeister).

Methodik: Die Durchführung der Befragung erfolgte telefonisch im CATI Studio von Spectra, Schwankungsbreite: +/- 8%

Timing: 20. März – 10. April 2009



Öffnen Sie das Lesezeichensymbol im pdf-Dokument links oben. Lesezeichen bringen Sie schnell zu bestimmten Stellen im Dokument.

Anzeigen-Preisliste

Nr. 10 gültig ab 1. 1. 2012

Basis Info

Auflage

Druckauflage: 14.000 Exemplare

Zeitschriftenformat

210 mm breit x 297 mm hoch, DIN A4
Satzspiegel: 185 mm x 255 mm

Druck- und Bindeverfahren, Druckunterlagen

Offset. Für Tonwertabweichungen im Toleranzbereich übernimmt der Verlag keine Haftung.

Druckunterlagen

Übermittlung digitaler Daten mittels Diskette, CD-Rom, Zip, E-Mail, ISDN oder FTP ist möglich. Die genauen Angaben dazu entnehmen Sie bitte von Seite 17 (Technische Daten).
Offsetfilme können wir aus technischen Gründen (Computer to Plate) nicht mehr verwenden.

Termine

Erscheinungsweise

2x jährlich

Erscheinungstermine

siehe Termin- und Themenplan (Seite 12)

Anzeigenschluss

siehe Termin- und Themenplan (Seite 12)

Zahlungsbedingungen

Es gelten die allgemeinen Bedingungen für das Anzeigengeschäft, herausgegeben vom „Österreichischen Fach- und Zeitschriftenverband“ und verlautbart im Amtsblatt der „Wiener Zeitung“ vom 26. Jänner 1980. Gerichtsstand Wien.

Bankverbindung

Inserate

Bank Austria, Kto. 04240571200,
BLZ 11000, IBAN AT511100004240571200,
BIC BKAUATWW

Abos

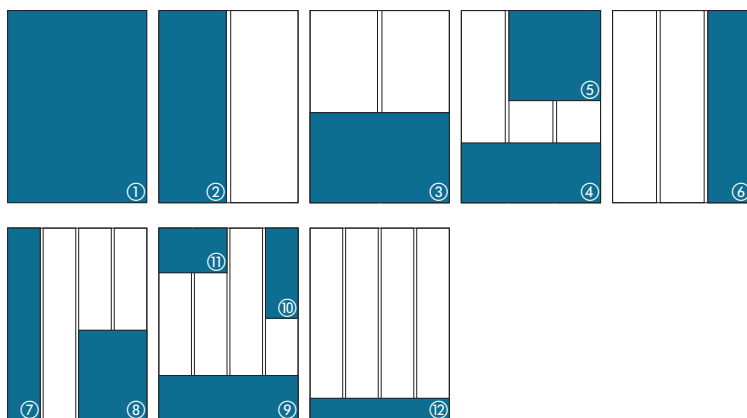
Bank Austria, Kto. 09523298900,
BLZ 11000, IBAN AT171100009523298900,
BIC BKAUATWW



Anzeigen-Preisliste

Anzeigenformate und Preise

Auf alle Preise werden 5% Werbeabgabe und 20% Mehrwertsteuer aufgeschlagen.



Darstellung entspricht dem Satzspiegel

Größe	Satzspiegel	Abfallend	4c	
$\frac{2}{1}$ Seite	①	–	420 x 297	€ 8.610,-
$\frac{1}{1}$ Seite	①	185 x 255	210 x 297	€ 4.970,-
$\frac{1}{2}$ Seite	hoch ②	90 x 255	100 x 297	€ 2.730,-
	quer ③	185 x 125	210 x 138	
$\frac{1}{3}$ Seite	3sp. ④	185 x 80	210 x 93	€ 2.120,-
	2sp. ⑤	122 x 125	–	
	1sp. ⑥	59 x 255	–	
$\frac{1}{4}$ Seite	1sp. ⑦	44 x 255	–	€ 1.510,-
	2sp. ⑧	90 x 125	–	
	4sp. ⑨	185 x 60	–	
$\frac{1}{8}$ Seite	1sp. ⑩	44 x 125	–	€ 840,-
	2sp. ⑪	90 x 60	–	
	4sp. ⑫	185 x 28	–	

Alle Angaben in Millimeter. Bei abfallenden Inseraten sind an den angeschnittenen Seiten 3 mm Überfüller beizufügen.



Anzeigen-Preisliste

Zuschläge

Sämtliche Zuschläge werden nicht rabattiert!

Farbe keine
 s/w-Preise auf Anfrage

Platzierung
 Umschlagseite U2, U3, U4 . 20% vom Seitenpreis 4c
 Sonstige bindende
 Platzierung..... 20% vom Seitenpreis 4c

Formate
 Bunddurchdruck 20% vom Seitenpreis 4c
 Format abfallend 20% vom Seitenpreis 4c

Sonderwerbformen

Banderole
 4c, abfallend..... € 4.290,-

Beilagen
 Lose eingelegt, max. Größe 205 x 290 mm.
 Per 1.000 Stück bis zu einem Gewicht von
 10 Gramm..... € 280,-
 20 Gramm..... € 320,-
 40 Gramm..... € 460,-
 über 40 Gramm auf Anfrage
 Preise für Beilagen werden nicht rabattiert!
 Die Adresse für die Anlieferung der Beilagen erfahren Sie beim Anzeigenservice. Zustellkosten und Zollsperen gehen zulasten des Auftraggebers. Beilagenpreise mit Vorbehalt. Eine Aktualisierung erfolgt nach den jeweiligen Posttarifen.



Erhöhen Sie Ihre Werbewirksamkeit

Unsere Mitarbeiter beraten Sie gerne, um mit Ihnen gemeinsam die für Sie richtige Werbeform zu finden.

Sonstige Werbeformen

Auf Anfrage
 Renate Geist
T (+43 1) 546 64-242
F (+43 1) 546 64-50242
E r.geist@wirtschaftsverlag.at

Terminplan 2012

Ausgabe Nr.	Anzeigenschluss	Erscheinungstermin
1/2012	19. 04. 2012	14. 05. 2012
2/2012	28. 09. 2012	22. 10. 2012

Änderungen und Irrtümer vorbehalten.



Verlagsbereich Bau

Österreichs
größter
B2B-Verlag.
Alle Medien
im Überblick.



Alle Medien des Verlagsbereiches

Der Verlagsbereich **Bau** umfasst nicht nur die größte Anzahl an Fachmedien, sondern auch die meisten Servicepublikationen. Die Gebiete Architektur, Hoch- und Tiefbau, Gebäudehüllen, Innenausbau, verschiedene Materialien und Gewerke werden ganzheitlich abgedeckt.



FORUM – ARCHITEKTUR & BAUFORUM
Die führende Architekturfachzeitschrift.
Erscheinungsw.: monatlich (Print) 9 x im Jahr (e-paper, elektronisch)
Druckauflage: 10.768 (Ro 10/11)



FORUM IN STYLE | SKIN – ARCHITEKTUR & BAUFORUM
Die Magazine für Objekteinrichtung und intelligente Gebäudehüllen.
Erscheinungsw.: FORUM IN STYLE – 3x im Jahr SKIN – 2x im Jahr
Druckauflage: FORUM IN STYLE – 15.000 SKIN – 14.000



BAUZEITUNG
Die führende zweiwöchentliche Fachzeitschrift für die gesamte Baubranche.
Erscheinungsw.: 14-täglich
Druckauflage: 8.655 (Ro 10/11)



METALL
Fachmagazin für die metallverarbeitende Wirtschaft.
Erscheinungsw.: monatlich
Druckauflage: 7.400



ELEKTROJOURNAL
Das Fachjournal für Elektrotechniker, Radio- und Videoelektroniker, für den Elektrofachhandel und die Elektroindustrie.
Erscheinungsw.: monatlich
Druckauflage: 12.255 (Ro 10/11)



ALLEDIGITAL.AT
Das B2C-Magazin für den ausgewählten Elektrofachhandel.
Erscheinungsw.: 6x im Jahr
Druckauflage: 100.000



GEBÄUDE INSTALLATION
Die Fachzeitschrift für Sanitär, Heizung, Klima/Lüftung, Energie und Wellness.
Erscheinungsw.: monatlich
Druckauflage: 11.230 (Ro 10/11)



GLAS
Die österreichische Fachzeitschrift für Glasbe- und -verarbeitung.
Erscheinungsw.: 6x im Jahr
Druckauflage: 1.200



SCHWIMMBAD + THERME
Fachorgan für Schwimmbäder, Thermen, Bade- und Wellnessanlagen.
Erscheinungsw.: 6x im Jahr
Druckauflage: 7.100



TISCHLER JOURNAL
Fachmagazin für das Tischlerhandwerk.
Erscheinungsw.: monatlich
Druckauflage: 7.168 (Ro 10/11)



DACH WAND
Österreichs Fachmagazin für Dachdecker, Spengler, Bauwerksabdichter und Holzbauer.
Erscheinungsw.: 6x im Jahr
Druckauflage: 4.000



COLOR
Das Fachmagazin für Boden, Wand und Decke.
Erscheinungsw.: 6x im Jahr
Druckauflage: 7.500



Online Medien

CHANNEL BAU

www.wirtschaftsverlag.at/bau

Die Informationsplattform für die Bauwirtschaft

Die Plattform Bau vereint ihre Medien in einem Channel und schafft somit eine Konstellation, die in dieser Art und Weise einzigartig ist. Unternehmer aller Baubranchen finden hier aktuelle Informationen und Fachartikel der Printausgaben.

Page Impressions: 98.292 *

* durchschnittlicher Monatswert für 2011 (Basis 1-6/2011)

ARCHITEKTUR & BAU FORUM

www.bauforum.at

Die Website für Architektur und Baukultur

bauforum.at bietet ein umfangreiches B2BAngebot mit aktuellen Nachrichten, Marktübersichten, Veranstaltungen und zielgruppenspezifischer Werbung.

Page Impressions: 4.382 *

* durchschnittlicher Monatswert für 2011 (Basis 1-6/2011)



Online-Werbung

Renate Geist

T (+43 1) 546 64-242

F (+43 1) 546 64-50242

E r.geist@wirtschaftsverlag.at

Online- >
 Werbung
 leicht
 gemacht!

Internet-Werbeportfolio

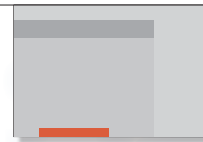
Auf **bauforum.at** können Sie folgende Werbeformate buchen. Egal ob es sich um einen klassischen Banner oder um ein Advertorial handelt – Sie haben die Wahl. Die Bannerformate werden grundsätzlich in Gesamtrotation mit maximal drei weiteren Werbekunden auf dieser Platzierung eingeblenet. Bei einigen Werbeformaten ist eine exklusive Buchung der Startseite möglich. Die Abrechnung Ihrer Kampagne erfolgt zum monatlichen Fixpreis.

Full Banner

IAB >>>

klassische Werbeform im Internet. (468 x 60 Pixel)

Gesamtrotation: Preis/Monat € 150,-



Super Banner

IAB >>>

etwas größer als der Full Banner. (728 x 90 Pixel)

Gesamtrotation: Preis/Monat € 200,-



Skyscraper

IAB >>>

Banner im Hochformat (160 x 600 Pixel).

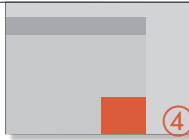
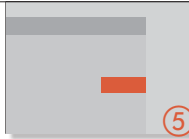
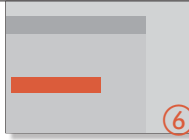
Gesamtrotation: Preis/Monat € 250,-



← Öffnen Sie das Lesezeichensymbol im pdf-Dokument links oben. Lesezeichen bringen Sie schnell zu bestimmten Stellen im Dokument.

Online Medien

Internet- Werbe- portfolio

<p>Content Ad IAB>>></p> <p>quadratische Werbeform, die auch unter der Bezeichnung „Medium Rectangle“ geführt wird. (300 x 250 Pixel)</p> <p>Gesamtrotation: Preis/Monat € 300,-</p>	
<p>Content Banner IAB>>></p> <p>neue Werbeform, die auch als „3:1 Rectangle“ geführt wird. (300 x 100 Pixel)</p> <p>Gesamtrotation: Preis/Monat € 150,-</p>	
<p>Button</p> <p>fix installierte Werbung, die langfristig eingesetzt werden kann.</p> <p>Gesamtrotation: Preis/Monat € 150,-</p>	
<p>Advertorial</p> <p>dient dazu, Ihre Firma, Produkte oder Dienstleistungen zu beschreiben und auszuloben, wird mit Text und Bild dargestellt und ist mit einem oder mehreren Artikeln verlinkt.</p> <p>Gesamtrotation: Preis/Monat € 250,-</p>	
<p>Sitelink</p> <p>stellt Ihr Unternehmen ins richtige Licht. Er wird mit Text und Bild dargestellt und mit Ihrer Website oder einem Artikel verlinkt.</p> <p>Gesamtrotation: Preis/Monat € 200,-</p>	
<p>Newsletter</p> <p>Platzierung von Text (ca. 300 Zeichen), Bild und Logo möglich.</p> <p>Versand an unsere Abonnenten: Preis/Newsletter € 100,-</p>	
<p>Web-TV</p> <p>Aktuelle B2B-Berichterstattung von Messen, Kongressen und Events sowie Produktvorstellungen und vieles mehr. Preis auf Anfrage.</p>	
<p>E-Detailing</p> <p>innovatives Präsentationstool mit Animationen, Filmsequenzen und Grafiken, die eine Zusammenfassung umfangreicher Themen ergeben. Preis auf Anfrage.</p>	
<p>Werbeformate</p> <p>Unsere Werbeformate halten sich an die IAB Standards für Online-Werbung und sollten eine Dateigröße von 40 kb nicht überschreiten. Dateiformat: jpg, gif, swf</p>	
<p>Vorlaufzeiten</p> <p>Sofern nicht anders vereinbart, gilt eine Vorlaufzeit von drei Werktagen. Bei Advertorials, Flash-Bannern oder Videos gilt eine Vorlaufzeit von fünf Werktagen um angelieferte Werbemittel zu überprüfen bzw. um Advertorials zu produzieren und freigegeben zu lassen. Die Werbemittellanlieferung erfolgt ausschließlich per E-Mail.</p>	
<p>Konditionen</p> <p>Wenn nicht anders angeführt, ist die Bindung monatlich. Abrechnungen erfolgen monatlich im Voraus. Alle Preise sind netto exkl. 20 % MwSt.</p>	



Kontakt

Redaktion

Chefredaktion



Dr. Christine Müller
 T (+43 1) 546 64-347
 F (+43 1) 546 64-50347
 E c.mueller@wirtschaftsverlag.at

Redakteur



Dominique Platz
 T (+43 1) 546 64-346
 F (+43 1) 546 64-50346
 E d.platz@wirtschaftsverlag.at

Anzeigen

Verkaufsleitung



Franz-Michael Seidl
 T (+43 1) 546 64-240
 F (+43 1) 546 64-50240
 E f.seidl@wirtschaftsverlag.at

Anzeigenkontakt



Renate Geist
 T (+43 1) 546 64-242
 F (+43 1) 546 64-50242
 E r.geist@wirtschaftsverlag.at

Anzeigenrepräsentanz für Oberösterreich



Verlagsbüro Gerhard Weberberger
 Kleinwört 8, 4030 Linz
 T (+43 732) 31 50 29
 M (+43 676) 518 55 75
 F (+43 732) 31 50 29-46
 E linz@wirtschaftsverlag.at

Anzeigenservice



Andrea Fischer
 T (+43 1) 546 64-441
 F (+43 1) 546 64-50441
 E a.fischer@wirtschaftsverlag.at

Vertrieb



Karin Wsseticzka
 T (+43 1) 546 64-132
 F (+43 1) 546 64-50132
 E k.wsseticzka@wirtschaftsverlag.at



Impressum

Herausgeber, Medieninhaber und Verleger

Österreichischer Wirtschaftsverlag GmbH
 Grünbergstraße 15, 1120 Wien
 T (+43 1) 546 64-441
 F (+43 1) 546 64-50441
 E skin@wirtschaftsverlag.at
 I www.architektur-bauforum.at



Technische Daten

Allgemeine Hinweise

Datentechnische Kriterien

1. Schicken Sie uns bitte per Fax (+43 1) 546 64-50441 die Kopie des Motivs mit den notwendigen Verwaltungsdaten sowie Angaben über Farbigkeit und verwendete Programme inkl. Versionsangabe.
2. Bitte informieren Sie uns, mit welchem Medium Sie Ihre Anzeige übermitteln wollen (ISDN, FTP, CD-ROM, E-Mail).
3. Bitte geben Sie auf Ihrem Anzeigenauftrag unbedingt den von Ihnen vergebenen Dateinamen an. Der Dateiname muss Rückschlüsse auf den Auftraggeber zulassen (z. B. Kundenname – erstes Erscheinungsdatum.
Nicht: Anz-fuer-oewv. o. Ä. !!!)
Bitte senden Sie bei der digitalen Übermittlung auch ein Simple-Text-Dokument mit Absender/Tel./Erscheinungstag.
4. Vireninfiizierte Dateien werden vom Verlag gelöscht.

Datenformate

1. PDF-Datei: printoptimiert (Bilder mit 300 dpi), alle Schriften eingebettet.
Verwenden Sie bitte unsere Einstellungen für Ihren Distiller, Download unter:
www.wirtschaftsverlag.at/oewv.joboptions
2. Offene Datei, falls kein Distiller vorhanden:
Bitte Bilddaten (inkl. Logos usw.) und Open Type-Schriften mitsenden, oder Schriften in Zeichenwege/Kurven umwandeln!

Verarbeitungsbezogene Kriterien

1. Schmuckfarben (z. B. HKS, Pantone) sowie RGB und indizierte Farben bitte in Prozessfarben CMYK (Euroscala) anlegen.
2. Bilder im Dokument sollten möglichst 1:1 platziert werden und mit 300 dpi/Strichbilder mit 1200 dpi aufgelöst sein.
3. Bildformate: eps, tif, jpg (bitte keine jpg in Postscripts einbinden). Graustufen, CMYK oder bei Strichbildern Bitmap. Strichstärken bitte nicht unter 0,5 pt.
4. Wenn Sie Ihre Dateien komprimiert übermitteln wollen, verwenden Sie bitte selbst entpackende Programme.

Angaben für die digitale Übermittlung

von Anzeigendruckvorlagen

Der Verlag haftet nicht bei fehlerhafter Veröffentlichung von Anzeigen, die mit offenen Dateien übermittelt wurden.

Bei digital übermittelten Farbanzeigen ist gleichzeitig ein Farb-Proof vom Kunden mitzuliefern. Ansonsten bestehen keine Ersatzansprüche des Kunden wegen etwaiger Farbabweichungen beim Anzeigendruck.

Sollten die angelieferten Daten den obigen Kriterien nicht entsprechen, wird bei erforderlichem Eingriff der anfallende Zeitaufwand berechnet, ebenfalls bei Neusatz oder Anzeigengestaltung im Auftrag des Kunden durch den Verlag.

Produktion

Österreichischer Wirtschaftsverlag GmbH

Grünbergstraße 15, 1120 Wien

T (+43 1) 546 64-441

F (+43 1) 546 64-50441

FTP <ftp://ftp.oewv.at>

User-ID: ftpoewv

Passwort: wv2003

E architektur@wirtschaftsverlag.at
(bis max. 10 MB)

Bei technischen Fragen wenden Sie sich bitte an

Johannes Pufler

T (+43 1) 546 64-153 oder

Robert Kreisinger

T (+43 1) 546 64-152



Allgemeine Geschäftsbedingungen

1. Maßgeblich für den Auftrag sind die Allgemeinen Geschäftsbedingungen, die jeweils gültige Anzeigenpreisliste und unsere Auftragsbestätigung. Ein Auftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung des Verlages rechtsverbindlich.
2. Der Verlag behält sich vor, Auftragsaufträge – auch einzelne Anzeigen im Rahmen eines Abschlusses – nach freiem Ermessen abzulehnen. Die Ablehnung wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
3. Auftragsaufträge sind innerhalb eines Jahres abzuwickeln.
4. Der Werbungstreibende hat nur dann Anspruch auf einen Nachlass, wenn er von vornherein einen Auftrag abgeschlossen hat, der zu einem Nachlass berechtigt. Wird ein Auftrag aus Gründen höherer Gewalt und aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag rückzuvorgüten.
5. Textanzeigen und solche, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht sofort als Anzeige erkennbar sind, werden als Werbung kenntlich gemacht.
6. Der Verlag gewährleistet bei Einhaltung der technischen Richtlinien, wie im Punkt „Technische Daten“ angeführt, die drucktechnisch einwandfreie Wiedergabe der Anzeige. Ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen werden dem Auftraggeber zurückgesandt. Der Auftraggeber hat bei unleserlichem, unrichtigem oder unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Weitergehende Haftungen für den Verlag sind ausgeschlossen – auch für den Fall, dass die veröffentlichte Anzeige in Bezug auf Inhalt und Gestaltung gesetzlichen Bestimmungen entsprechen. In Zweifelsfällen unterwirft sich der Verlag den Empfehlungen des Gutachterausschusses für Druckreklamationen.
7. Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden sie erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Werbungstreibende bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche.
8. Bei fernmündlich aufgegebenen Anzeigen bzw. bei fernmündlich veranlassenden Änderungen und Abbestellungen übernimmt der Verlag keine Haftung.
9. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Sendet der Auftraggeber den ihm rechtzeitig übermittelten Probeabzug nicht bis zum Anzeigenschluss zurück, so gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt.
10. Die Pflicht zur Aufbewahrung von Druckunterlagen endet zwei Monate nach Erscheinen der letzten Anzeige.
11. Beanstandungen sind innerhalb von acht Tagen nach Rechnungserhalt schriftlich anzuzeigen. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen ist der Auftraggeber verantwortlich.
12. Der Verlag ist unter Umständen berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses, das Erscheinen weiterer Anzeigen von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
13. Bei Änderung der Anzeigenpreise treten die neuen Bedingungen auch bei laufenden Aufträgen sofort in Kraft, sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen ist.
14. Stornos werden ausschließlich bis zehn Werkzeuge vor dem Anzeigenschluss der gebuchten Ausgabe angenommen.
Zahlungsbedingungen: Zahlung mit 2 % Skonto innerhalb von 14 Tagen oder innerhalb von 30 Tagen netto. Preise zuzüglich der gesetzlichen Werbeabgabe und Mehrwertsteuer.

15. Der Inserent erhält nach Erscheinen der Anzeige kostenlos ein Belegexemplar.

16. Bei Betriebsstörung oder Eingriffen durch höhere Gewalt hat der Verlag auch dann Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn die Aufträge mit 80 % der zugesicherten Druckauflage erfüllt sind. Geringere Leistungen sind nach dem Tausenderpreis gemäß der Kalkulationsauflage zu bezahlen.

17. Erfüllungsort sämtlicher Leistungen, insbesondere auf Zahlungen aus dem Vertrag ist Wien, Österreich.

Ausschließlicher Gerichtsstand für alle sich unmittelbar oder mittelbar aus dem Vertrag und dessen Beendigung sowie aus Leistungen ergebenden Streitigkeiten ist das sachlich zuständige Gericht in Wien, Österreich. Der Österreichische Wirtschaftsverlag ist jedoch berechtigt, auch ein anderes für den Vertragspartner zuständiges Gericht anzurufen.

Es wird die ausschließliche Anwendbarkeit des österreichischen Rechtes unter Ausschluss des UN-Kaufrechtes und IPR (Internationales Privatrecht) vereinbart. Die Vertrags-, Bestell-, Beschwerde- und Geschäftssprache ist deutsch. Sämtliche Mitteilungen an den Österreichischen Wirtschaftsverlag, Benachrichtigungen, Mahnungen, Fristsetzungen, Mängelrügen oder sonstige rechtserhebliche Erklärungen des Vertragspartners bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Schriftform oder der Übermittlung per E-Mail. Der Vertragspartner ist nicht berechtigt, Zahlungen wegen Gewährleistungs-, Schadenersatz oder sonstigen wie immer gearteten Gegenansprüchen und Forderungen zurückzuhalten oder aufzurechnen. Soweit diese Bestimmung in Widerspruch zum Konsumentenschutzgesetz steht, gilt dies für Konsumenten nicht, soweit deren Gegenansprüche bzw. Forderungen im rechtlichen Zusammenhang mit ihrer Verbindlichkeit gemäß diesem Vertrag stehen und gerichtlich festgestellt oder vom Österreichischen Wirtschaftsverlag anerkannt worden sind.

Mündliche Nebenabreden bestehen nicht. Sämtliche Vereinbarungen, Nachträge Änderungen, Ergänzungen, Nebenabreden usw. bedürfen zu ihrer Gültigkeit der Schriftform. Das gilt auch für das Abgehen vom Schriftformerfordernis.

Der Vertragspartner hat Änderungen seiner Anschrift unverzüglich schriftlich bekannt zu geben. Schriftstücke gelten als dem Vertragspartner zugegangen, wenn sie an seine zuletzt bekannt gegebene Anschrift oder E-Mail-Adresse gesandt wurden.

Der Vertragspartner erteilt seine ausdrückliche und jederzeit widerrufbare Einwilligung, dass er über seine am Österreichischen Wirtschaftsverlag mitgeteilte Kontaktdaten vom Österreichischen Wirtschaftsverlag für Werbezwecke informiert wird.

Der Österreichische Wirtschaftsverlag hat das Recht, einzelne Bestimmungen dieser Vereinbarung zu ändern. Der Österreichische Wirtschaftsverlag wird solche Änderungen auf der Website veröffentlichen und wird dem Vertragspartner damit die Möglichkeit eingeräumt zu widersprechen, wobei Schriftform als vereinbart gilt. Macht der Vertragspartner von seiner Widerspruchsmöglichkeit keinen Gebrauch, so erklärt er ausdrücklich sein Einverständnis zu den vorgenommenen Änderungen.

Bei Unwirksamkeit einer Bestimmung dieser AGB bleibt die Wirksamkeit der übrigen unberührt. Die unwirksame Klausel wird einvernehmlich durch eine ersetzt, die wirtschaftlich und ihrer Intention nach der unwirksamen Klausel am nächsten kommt. Dies gilt auch, wenn zwingenden Bestimmungen des Verbraucherschutzes widersprochen wird.

Subsidiär zu diesen AGB gelten die AGB des Österreichischen Wirtschaftsverlages, sowie wiederum subsidiär die Allgemeinen Anzeigenbedingungen des Österreichischen Zeitschriften- und Fachmedienverbandes verlaubar im Amtsblatt der Wiener Zeitung.



Für nähere Informationen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung

Verlagsbereich		Telefon	E-Mail
Verlagsbereich Wirtschaft und Handel	Stefan Böck Plattformleitung	01/546 64-380	s.boeck@wirtschaftsverlag.at
	Franz-Michael Seidl Verkaufsleitung	01/546 64-240	f.seidl@wirtschaftsverlag.at
Verlagsbereich Gastronomie und Tourismus	Gregory Kucera-Wurmehl Plattformleitung & Verkaufsleitung	01/546 64-260	g.kucera@wirtschaftsverlag.at
Verlagsbereich Automotive	Ing. Kersten Viehmann Plattformleitung	01/546 64-320	k.viehmann@wirtschaftsverlag.at
	Franz-Michael Seidl Verkaufsleitung	01/546 64-240	f.seidl@wirtschaftsverlag.at
Verlagsbereich Bau	Ing. Kersten Viehmann Plattformleitung	01/546 64-320	k.viehmann@wirtschaftsverlag.at
	Franz-Michael Seidl Verkaufsleitung	01/546 64-240	f.seidl@wirtschaftsverlag.at
Verlagsbereich RedEd	Paul Kampusch Leitung	01/546 64-130	p.kampusch@wirtschaftsverlag.at
Marketing	Paul Kampusch Leitung	01/546 64-130	p.kampusch@wirtschaftsverlag.at
Key Account Management	Alfred Vrej Minassian Leitung	01/546 64-280	a.minassian@wirtschaftsverlag.at
Gesamtverkauf	Franz-Michael Seidl Leitung	01/546 64-240	f.seidl@wirtschaftsverlag.at
Chefredakteur	Stefan Böck Gesamtleitung Redaktionen	01/546 64-380	s.boeck@wirtschaftsverlag.at