

der architekt

Bund Deutscher Architekten BDA

Mediainformationen 2019

gültig ab 1. Februar 2019

planet 

Kurzcharakteristik

der architekt ist die kritische Fachzeitschrift des Bundes Deutscher Architekten BDA, die alle Mitglieder des BDA sowie einflussreiche Persönlichkeiten des Planens und Bauens erhalten. Internationale Fachleute analysieren in jeder Ausgabe architektonische, architekturtheoretische und städtebauliche Themen; einen besonderen Schwerpunkt bilden dabei zeitgenössische, interdisziplinäre Ansätze. Technische Forschungsberichte zu Planung und Ausführung bereichern die Zeitschrift um anwendungsorientierte Bezüge.

Im Jahr 1903 wurde der BDA als Vereinigung freiberuflich tätiger Architektinnen und Architekten gegründet, um Aufgaben und Inhalte der Architektur gegen den Qualitätsverlust gebauter Umwelt besser zur Geltung zu bringen. Der BDA vereint freischaffende Architekten und Stadtplaner, die sich durch die Qualität ihrer Bauten besonders auszeichnen. Die Mitglieder werden berufen und gehören zu den führenden freiberuflichen Architekten Deutschlands. Die Erfolgsbilanz der Planungsbüros mit dem Gütesiegel BDA steht für sich: Jeder dritte im Hochbau investierte Euro ist mit der Planung durch einen BDA-Architekten verbunden.

Erscheinung 6 mal pro Jahr

Jahrgang 68. Jahrgang 2019

Organ Offizielles Organ des
Bund Deutscher Architekten BDA

Herausgeber Bund Deutscher Architekten BDA

Verlag planet c GmbH

Postanschrift Postfach 10 11 02,
40002 Düsseldorf

Hausanschrift Toulouser Allee 27,
40211 Düsseldorf

Telefon 0211/5 42 27-700

Fax 0211/5 42 27-722

E-Mail info@planetc.co

Internet www.planetc.co

Redaktion der architekt

Anschrift Wilhelmine-Gemberg-Weg 6,
10179 Berlin
Andreas Denk (Chefredakteur),
David Kasperek (Chef vom Dienst),
Elina Potratz

Telefon 030/27 87 99 16

Fax 030/27 87 99 15

E-Mail redaktion@derarchitektbda.de

Internet www.derarchitektbda.de

Mediaberatung Siehe Rückseite

Bezugspreise

Jahresabonnement

Inland 49,90 € (inkl. MwSt.)
Ausland 80,00 € (inkl. MwSt.)

Einzelverkaufspreis

Inland 9,90 € (inkl. MwSt.)
Ausland 14,90 € (inkl. MwSt.)

ISSN 0003-875X

Auflagenkontrolle



Auflagenanalyse

Exemplare pro Ausgabe im Durchschnitt für die Zeit vom 1. Juli 2017 bis 30. Juni 2018

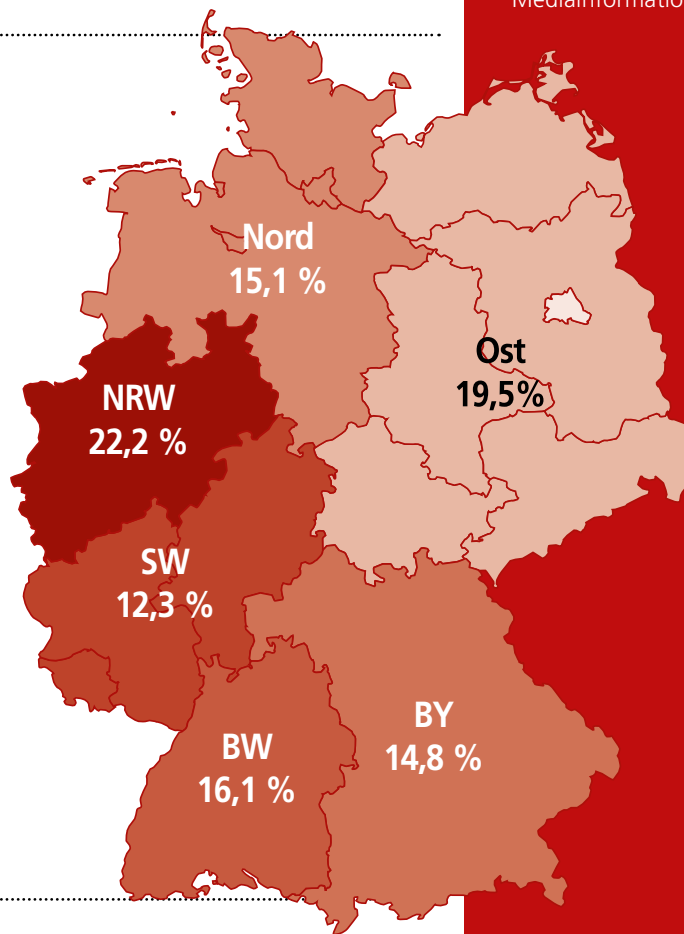
| | |
|--|-------|
| Druckauflage | 8.565 |
| Tatsächlich verbreitete Auflage | 7.933 |
| – davon Ausland | 205 |
| verkaufte Auflage | 4.761 |
| – davon Mitglieder | 4.761 |
| Freistücke | 3.172 |
| Rest-, Archiv- und Belegexemplare | 632 |

Geografische Verbreitungsanalyse

exemplarisch ermittelt anhand der Ausgabe 3/2018

| | |
|--|-------|
| Nord Schleswig-Holstein, Hamburg, Bremen, Niedersachsen | 1.198 |
| NRW Nordrhein-Westfalen | 1.761 |
| OST Berlin, Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg, Sachsen-Anhalt, Sachsen, Thüringen | 1.547 |
| SW Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland | 976 |
| BW Baden-Württemberg | 1.277 |
| BY Bayern | 1.174 |

Eine regionale Teilbelegung ist nicht möglich.



Termin- und Themenplan

| Ausgabe | Termine | Themen | Planen und Bauen |
|---------|--|--|--|
| 1 | ET: 22.02.2019 AS: 25.01.2019 DU: 01.02.2019 | Welt im Netz Zur Digitalisierung des Lebens, der Stadt und der Häuser | digitale Planung und Steuerung |
| 2 | ET: 12.04.2019 AS: 15.03.2019 DU: 22.03.2019 | Serielles Bauen Traditionen, Möglichkeiten, Grenzen | modulares Bauen |
| 3 | ET: 14.06.2019 AS: 17.05.2019 DU: 24.05.2019 | Houston wir haben ein Problem Ökologie und Verantwortung | Nachhaltigkeit und Ökologie |
| 4 | ET: 16.08.2019 AS: 19.07.2019 DU: 26.07.2019 | Architekturphilosophie Beiträge zu einer inhaltlichen Dimension der Architektur | Außenraum |
| 5 | ET: 18.10.2019 AS: 20.09.2019 DU: 27.09.2019 | Das böse Denkmal Zur Rolle der Ideologie beim Erhalt von Gebäuden | Bautenschutz, Sanierung und Modernisierung |
| 6 | ET: 13.12.2019 AS: 15.11.2019 DU: 22.11.2019 | Konstruktion Grundbegriffe der Architektur III | Gebäudehülle |

ET = Erscheinungstermin

AS = Anzeigenschlusstermin

DU = Druckunterlagenchlussstermin

Preise und Formate

| | |
|----------------------------------|--|
| Zeitschriftenformat | 210 x 287 mm |
| Satzspiegel | 184 x 255 mm 3 Spalten je 58 mm |
| Druck- und Bindeverfahren | Bogenoffset, 60-er Raster, Klebebindung |

Anzeigenformate und Preise

| Format | Breite x Höhe (mm) | Preis |
|------------------|--------------------|-----------|
| 1/1 Seite | 184 x 255 | 3.360,- € |
| 2/3 Seite quer | 184 x 160 | 2.400,- € |
| 1/2 Seite hoch | 90 x 255 | 1.800,- € |
| 1/2 Seite quer | 184 x 127 | 1.800,- € |
| 1/3 Seite quer | 184 x 80 | 1.225,- € |
| 1/3 Seite hoch | 58 x 255 | 1.225,- € |
| 1/4 Seite quer | 184 x 64 | 1.120,- € |
| 2. Umschlagseite | 184 x 255 | 3.675,- € |
| 4. Umschlagseite | 184 x 255 | 3.675,- € |

Zuschläge Farb- und sonstige Platzierungszuschläge werden nicht berechnet.

Rabatt bei Abnahme innerhalb eines Insertionsjahres (Beginn mit dem Erscheinen der ersten Anzeige)

| Malstaffel | | Mengenstaffel | |
|-------------------|-----|----------------------|-----|
| 3 Anzeigen | 5% | 3 Seiten | 5% |
| 6 Anzeigen | 10% | 6 Seiten | 15% |
| 9 Anzeigen | 15% | | |

Kombinationen Mit dem Deutschen Architektenblatt möglich, Konditionen auf Anfrage.

Beihefter (rabattfähig)
1 Blatt = 2 Seiten 3.160,- €
2 Blatt = 4 Seiten 4.680,- €

(Rabatt: 1 Blatt = 1/1 Anzeigenseite)

Gewicht bis 170 g/qm, höhere Papiergewichte auf Anfrage

Formate Beihefter

Heftformat 210 x 287 mm plus 3 mm im Bund, 4 mm oben, je 6 mm außen und unten = Gesamtbreite 219 mm, Gesamthöhe 297 mm

Beilagen (nicht rabattfähig)

| Einzelgewicht | Preis pro Tausend |
|---------------|-------------------|
| bis 25 g | 360,- € |
| bis 30 g | 375,- € |
| bis 35 g | 390,- € |
| bis 40 g | 405,- € |

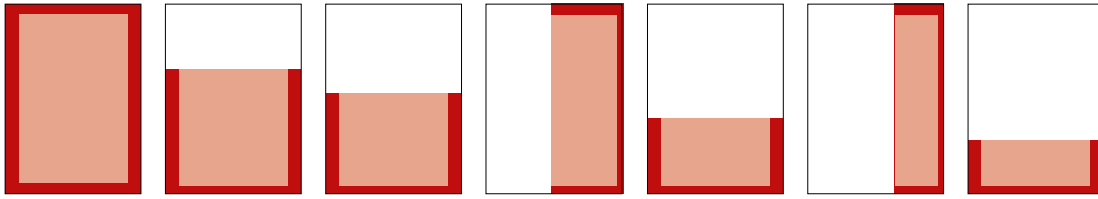
Preise für höhere Einzelgewichte auf Anfrage.

Ein gesonderter Portokostenanteil wird nicht berechnet.

Formate Beilagen maximale Größe 204 x 281 mm

Lieferanschrift und technische Angaben Bitte fordern Sie unser Infoblatt für Beihefter und Beilagen an.

Anzeigen



| | | | | | | |
|--|--|---|---|--|---|---|
| 1/1 Seite 3.360,- A. 210 x 287 S. 184 x 255 | 2/3 Seite 2.400,- A. 210 x 184 S. 184 x 160 | 1/2 Seite quer 1.800,- A. 210 x 151 S. 184 x 127 | 1/2 Seite hoch 1.800,- A. 99 x 287 S. 90 x 255 | 1/3 Seite quer 1.225,- A. 210 x 104 S. 184 x 80 | 1/3 Seite hoch 1.225,- A. 67 x 287 S. 58 x 255 | 1/4 Seite quer 1.120,- A. 210 x 88 S. 184 x 64 |
|--|--|---|---|--|---|---|

A. = Anschnittformat, S. = Satzspiegel

Alle Formatangaben in mm. Alle Anschnittformate bitte zzgl. 5 mm Beschnittzugabe an allen Seiten anlegen.

Druckunterlagen

Es können nur digitale Druckunterlagen verwendet werden.

Format Druck-PDF (PDF/X3)

Auflösung 300 dpi

Details Schriften einbinden; CMYK, keine Sonderfarben; keine RGB-Daten; kein PDF aus Office-Anwendungen

Bitte fordern Sie unser Infoblatt für die Übernahme digitaler Anzeigen an.

Kontakt

Beate Dohmen
Tel.: 0211/5 42 27-680
E-Mail: b.dohmen@planetec.co

Zahlungsbedingungen

innerhalb von 8 Tagen mit 2% Skonto
innerhalb von 14 Tagen rein netto
Ust-ID: DE 205443097

Bankverbindung

HypoVereinsbank • IBAN: DE73 3022 0190 0025 3421 19
SWIFT Code/BIC: HYVEDEMM414

Allen Preisen ist der jeweils gültige gesetzliche Mehrwertsteuersatz hinzuzurechnen.

Kurzcharakteristik

Die Website **derarchitektbda.de** erweitert den Handlungsraum des klassischen Printmediums der architekt. Neben ausgesuchten Inhalten der jeweils aktuellen Ausgabe der Zeitschrift finden sich auf der Internetseite tagesaktuelle Informationen zu Architektur, Theorie und Stadt, exklusive Beiträge und Bildstrecken, die ausschließlich online veröffentlicht werden, sowie Meldungen aus dem BDA und seinen Landesverbänden.

Der Online-Auftritt **derarchitektbda.de** bietet die Möglichkeit zu spontanen und kurzfristigen Notizen und wird so zur schlüssigen Ergänzung und Weiterführung der Inhalte im Magazin. Durch die Verknüpfung mit den Auftritten der Zeitschrift in den sozialen Netzwerken „twitter“ und „facebook“ ergibt sich ein breites Spektrum an Informationskanälen.

Zielgruppe

Die Mitglieder des Bundes Deutscher Architekten BDA, das sind die führenden freiberuflichen Architekten Deutschlands sowie einflussreiche Persönlichkeiten des Planens und Bauens.

Herausgeber

Bund Deutscher Architekten BDA

Verlag

planet c GmbH
Toulouser Allee 27, 40211 Düsseldorf
Tel.: 0211/5 42 27-700
Fax: 0211/5 42 27-722
www.planetc.co | info@planetc.co

Online-Beratung

Dagmar Schaafs – Tel.: 0211/5 42 27-684
E-Mail: d.schaafs@planetc.co

Christian Hohmann – Tel.: 0211/5 42 27-688
E-Mail: c.hohmann@planetc.co

Tanja Singer – Tel.: 0211/5 42 27-689
E-Mail: t.singer@planetc.co

Online-Verwaltung

Beate Dohmen – Tel.: 0211/5 42 27-680
E-Mail: b.dohmen@planetc.co

Laufzeit

monatlich

Buchungsschluss und Datenlieferung

5 Werktage vor Schaltbeginn

Technische Spezifikationen

Bitte fordern Sie unser Infoblatt mit den ausführlichen Spezifikationen an.

Standardwerbformen und Preise Homepage

| Werbeform | Platzierung | Größe in Pixel | max. Datenmenge | Preis pro Monat |
|------------------|-------------|----------------|-----------------|-----------------|
| Medium Rectangle | Startseite | 300 x 271 | 45 KB | 350 € |

Allen Preisen ist der jeweils gültige gesetzliche Mehrwertsteuersatz hinzuzurechnen.

Weitere Werbeformen auf Anfrage.

Rabatte

bei Abnahme innerhalb von 12 Monaten:

| | | | |
|----------|----|-----------|-----|
| 3 Monate | 3% | 9 Monate | 10% |
| 6 Monate | 5% | 12 Monate | 15% |

Zahlungsbedingungen

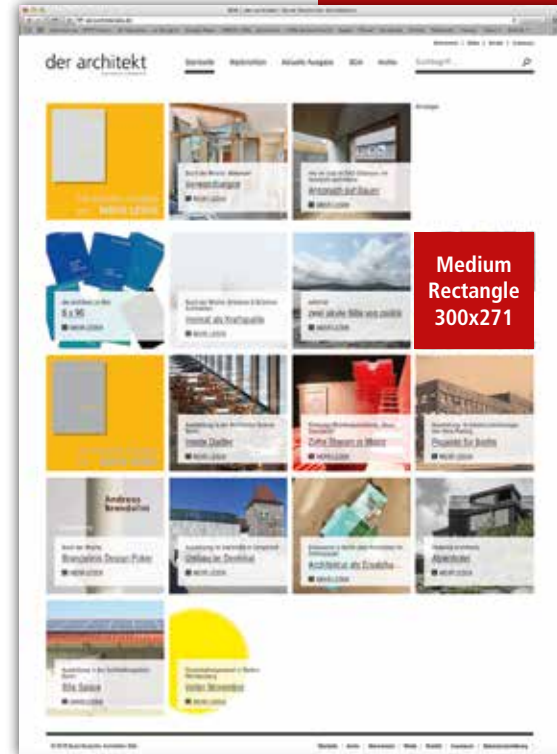
Zahlung innerhalb 8 Tagen mit 2% Skonto, innerhalb von 14 Tagen rein netto, USt-Ident-Nr. DE 205443097

Bankverbindung

HypoVereinsbank

IBAN: DE73 3022 0190 0025 3421 19

SWIFT Code/BIC: HYVEDEMM414



Allen Preisen ist der jeweils gültige gesetzliche Mehrwertsteuersatz hinzuzurechnen.

Allgemeine Geschäftsbedingungen

1. Werbeauftrag

„Werbeauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Schaltung eines Werbemittels oder mehrerer Werbemittel in Informations- und Kommunikationsdiensten, insbesondere dem Internet, zum Zwecke der Verbreitung.

Werbung für Waren oder Leistungen von mehr als einem Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten innerhalb eines Werbeauftritts (z.B. Banner-, PopUp-Werbung...) bedürfen einer zusätzlichen schriftlichen oder durch E-Mail geschlossenen Vereinbarung.

Für den Werbeauftrag gelten ausschließlich die Allgemeinen Geschäftsbedingungen sowie die Preisliste des Verlags, die einen wesentlichen Vertragsbestandteil bildet. Die Gültigkeit etwaiger Allgemeiner Geschäftsbedingungen des Auftraggebers oder sonstiger Inserenten ist, soweit sie mit diesen allgemeinen Geschäftsbedingungen nicht übereinstimmen, ausdrücklich ausgeschlossen.

2. Werbemittel

Ein Werbemittel im Sinne dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen kann zum Beispiel aus einem oder mehreren der genannten Elemente bestehen:

- aus einem Bild und/oder Text, aus Tonfolgen und/ oder Bewegtbildern (u.a. Banner),
- aus einer sensitiven Fläche, die bei Anklicken die Verbindung mittels einer vom Auftraggeber genannten Online-Adresse zu weiteren Daten herstellt, die im Bereich des Auftraggebers liegen (z.B. Link).

Soweit die Online-Werbung nicht offensichtlich als Werbung erkennbar ist, kann der Verlag sie als solche kenntlich machen oder verlangen, dass dies gemacht wird, insbesondere mit dem Wort „Anzeige“ kennzeichnen und/oder vom redaktionellen Inhalt räumlich absetzen, um den Werbecharakter zu verdeutlichen.

3. Platzierung

Der Verlag wird das vom Auftraggeber zur Veröffentlichung bestimmte und überlassene Material der Online-Werbung für die vertraglich vereinbarte Dauer auf der vertraglich festgelegten Web-Seite platzieren. Eine Umplatzierung der Online-Werbung innerhalb des vereinbarten Umfeldes ist möglich, wenn durch die Umgestaltung kein wesentlicher Einfluss auf die Werbewirkung der Online-Werbung ausgeübt wird.

4. Vertragsschluss

Vorbehaltlich entgegenstehender individueller Vereinbarungen kommt der Vertrag durch schriftliche oder durch E-Mail erfolgende Bestätigung des Auftrags zustande. Auch bei mündlichen oder fernmündlichen Bestätigungen liegen die Allgemeinen Geschäftsbedingungen des Verlags zugrunde. Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag im Zweifel mit der Werbeagentur zustande, vorbehaltlich anderer schriftlicher Vereinbarungen. Soll ein Werbungtreibender Auftraggeber werden, muss er von der Werbeagentur namentlich benannt werden. Der Verlag ist berechtigt, von den Werbeagenturen einen Mandatsnachweis zu verlangen.

5. Abwicklungsfrist

Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Werbemittel eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Vertragsabschluss abzuwickeln.

6. Auftragsverweiterung

Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 4 genannten Frist unter dem Vorbehalt vorhandener Kapazität auch über die im Auftrag genannte Menge hinaus weitere Werbemittel abzurufen.

7. Nachlasserstattung

Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschiedsbetrag zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten.

8. Datenanlieferung

Bei nicht ordnungsgemäßer, insbesondere verspäteter Anlieferung oder nachträglicher Änderung wird keine Gewähr für die vereinbarte Verbreitung des Werbemittels übernommen. Der Auftraggeber ist verpflichtet, vollständige, einwandfreie und geeignete Werbemittel rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern. Bei verspäteter oder unterlassener Anlieferung oder bei Bereitstellung eines nicht funktionsfähigen Werbemittels durch den Kunden und/oder die Agentur werden die Kosten für den gesamten gebuchten Zeitraum in Rechnung gestellt. Die Pflicht des Verlags zur Aufbewahrung des Werbemittels endet drei Monate nach seiner letztmaligen Verbreitung. Kosten des Verlags für vom Auftraggeber gewünschte oder zu tretende Änderung des Werbemittels hat der Auftraggeber zu tragen.

9. Chiffrewerbung

Chiffrewerbung ist ausgeschlossen.

10. Ablehnungsbefugnis

Der Verlag behält sich vor, Werbeaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen abzulehnen bzw. zu sperren, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Insbesondere kann der Verlag ein bereits veröffentlichtes Werbemittel zurückziehen, wenn der Auftraggeber nachträglich Änderungen der Inhalte des Werbemittels selbst vornimmt oder die Daten nachträglich verändert werden, auf die durch ein Link verwiesen wird und hierdurch die Voraussetzungen des Absatzes 1 erfüllt werden.

11. Rechtsgewährleistung

Der Auftraggeber gewährleistet und sichert zu, dass er alle zur Schaltung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber stellt den Verlag von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Ferner wird der Verlag von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Verlag nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen.

Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung in Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Bearbeitung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich, örtlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen und berechtigen zur Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie aller bekannten Formen der Online-Medien.

12. Gewährleistung des Verlags

Der Verlag gewährleistet im Rahmen der vorhersehbaren Anforderungen eine dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Wiedergabe des

Werbemittels. Dem Auftraggeber ist jedoch bekannt, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, ein von Fehlern vollkommen freies Programm zu erstellen. Ein Fehler in der Darstellung der Werbemittel liegt insbesondere nicht vor, wenn er hervorgerufen wird

- durch die Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungssoft- und/oder -Hardware (z.B. Browser) oder
- durch Störung der Kommunikationsnetze anderer Betreiber oder
- durch Rechnerausfall bei Dritten (z.B. anderen Providern) oder
- durch unvollständige und/oder nicht aktualisierte Angebote auf sog. Proxies (Zwischenspeichern) oder
- durch einen Ausfall des Ad-Servers, der nicht länger als 24 Stunden (fortlaufend oder adiert) innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der vertraglich vereinbarten Schaltung andauert. Bei einem Ausfall des Ad-Servers über einen erheblichen Zeitraum im Rahmen einer zeitgebundenen Festbuchung entfällt die Zahlungspflicht des Auftraggebers für den Zeitraum des Ausfalls. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen.

Bei ungenügender Wiedergabequalität des Werbemittels hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzwerbung, jedoch nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzwerbung unmöglich, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrags.

Sind etwaige Mängel bei den Werbungsunterlagen nicht offenkundig, so hat der Auftraggeber bei ungenügender Veröffentlichung keine Ansprüche. Das gleiche gilt bei Fehlern in wiederholten Werbeschaltungen, wenn der Auftraggeber nicht vor Veröffentlichung der nächstfolgenden Werbeschaltung auf den Fehler hinweist.

13. Leistungsstörungen

Fällt die Durchführung eines Auftrags aus Gründen aus, die der Verlag nicht zu vertreten hat (etwa aus programmlichen oder technischen Gründen), insbesondere wegen Rechnerausfalls, höherer Gewalt, Streiks, auf Grund gesetzlicher Bestimmungen, Störungen aus dem Verantwortungsbereich von Dritten (z.B. anderen Providern), Netzbetreibern oder Leistungsanbietern oder aus vergleichbaren Gründen, so wird die Durchführung des Auftrags nach Möglichkeit nachgeholt. Bei Nachholung in angemessener und zumutbarer Zeit nach Beseitigung der Störung bleibt der Vergütungsanspruch des Verlags bestehen. Sofern es sich um eine erhebliche Verschiebung handelt, wird der Auftraggeber hierüber informiert.

14. Haftung

Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsschluss und unerlaubter Handlung sind bei leichter Fahrlässigkeit des Verlags, seines Vertreters oder Erfüllungsgehilfen ausgeschlossen. Dies gilt nicht für die Verletzung wesentlicher Vertragspflichten; in diesem Fall ist die Haftung auf den vorhersehbaren Schaden beschränkt. Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind bei leichter Fahrlässigkeit beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens.

Bei grober Fahrlässigkeit des einfachen Erfüllungsgehilfen ist die Haftung gegenüber Unternehmern dem Umfang nach auf den vorhersehbaren Schaden beschränkt. Dies gilt nicht für die Verletzung wesentlicher Vertragspflichten.

15. Preisliste

Es gilt die im Zeitpunkt der Auftragserteilung veröffentlichte Preisliste. Eine Änderung der Tarife bleibt vorbehalten. Dies gilt nicht gegenüber Nicht-Unternehmern, wenn der von der Änderung betroffene Auftrag nicht Teil einer Rahmenvereinbarung ist und nicht später als vier Monate nach Vertragsschluss ausgeführt werden soll. Für vom Verlag bestätigte Aufträge

sind Preisänderungen allerdings nur wirksam, wenn sie vom Verlag mindestens einen Monat vor Veröffentlichung des Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden.

Nachlässe bestimmen sich nach der jeweils gültigen Preisliste. Werbeagenturen und sonstige Werbemittler sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preislisten des Verlags zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlungsvergütung darf an die Auftraggeber der Werbeagenturen und sonstige Werbemittler weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

16. Zahlungsverzug

Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen und Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Zahlung zurückstellen und für die restliche Schaltung Vorauszahlung verlangen.

Objektiv begründete Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers berechtigen den Verlag, auch während der Laufzeit des Vertrages, das Erscheinen weiterer Werbemittel ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

17. Stornierung von Aufträgen

Grundsätzlich ist eine Stornierung von Aufträgen möglich. Die Stornierung muss schriftlich erfolgen. Bei einer Stornierung bis mindestens 10 Werktagen vor Schaltungsbeginn entstehen dem Auftraggeber keine Kosten. Eingehende Stornierungen innerhalb 10 Werktagen vor Schaltungsbeginn werden pauschal mit einer Bearbeitungsgebühr von 25% des Bruttobuchungsvolumens des jeweiligen Auftrages berechnet. Auch bei bereits angelaufenen Banner- bzw. Werbeschaltungen ist ein Stopp der Kampagne möglich. Der Auftraggeber zahlt dann den vollen Betrag des Bruttobuchungsvolumens. Diese Fristen sind separat auf jede gebuchte KW anzuwenden.

18. Datenschutz

Der Werbeauftrag wird unter Berücksichtigung der geltenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen abgewickelt. Der Verlag ist berechtigt, die Bruttowerbeumsätze und vergleichbar relevante Daten des Auftraggebers auf Produktebene zur Veröffentlichung an Nielsen Media Research und/oder Unternehmen, die sich mit der Erhebung und Auswertung solcher Informationen beschäftigen, weiterzuleiten. Diese Daten werden seitens des/der Unternehmen aggregiert und in anonymisierter Form in den Markt kommuniziert.

19. Erfüllungsort / Gerichtsstand

Erfüllungsort ist der Sitz des Verlags. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichem Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlags. Soweit Ansprüche des Anbieters nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Es gilt deutsches Recht.

Ist der Wohnsitz oder gewöhnlicher Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt und hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlags vereinbart, wenn der Vertrag schriftlich geschlossen wurde.

Mediakontakt



Sebastin Schurz
Gesamtleitung Sales
Immobilien, Bauen und Architektur



Dagmar Schaafs
Leitung Mediamarketing Architektur
Tel.: 0211/542 27-684
Fax: 0211/542 27-884
E-Mail: d.schaafs@planetc.co



Christian Hohmann
Mediamarketing
Tel.: 0211/542 27-688
Fax: 0211/542 27-888
E-Mail: c.hohmann@planetc.co



Tanja Singer
Mediamarketing
Tel.: 0211/542 27-689
Fax: 0211/542 27-889
E-Mail: t.singer@planetc.co



Beate Dohmen
Auftragsmanagement
Tel.: 0211/542 27-672
Fax: 0211/542 27-872
E-Mail: b.dohmen@planetc.co

der architekt

Bund Deutscher Architekten BDA

planet[©]
Corporate Content by **HANDELSBLATT** Media Group

planet c GmbH
Toulouser Allee 27, 40211 Düsseldorf
Postfach 10 11 02, 40002 Düsseldorf
Telefon Zentrale 0211/542 27-700
Internet www.planetc.co