

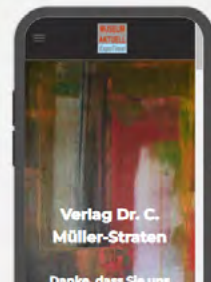
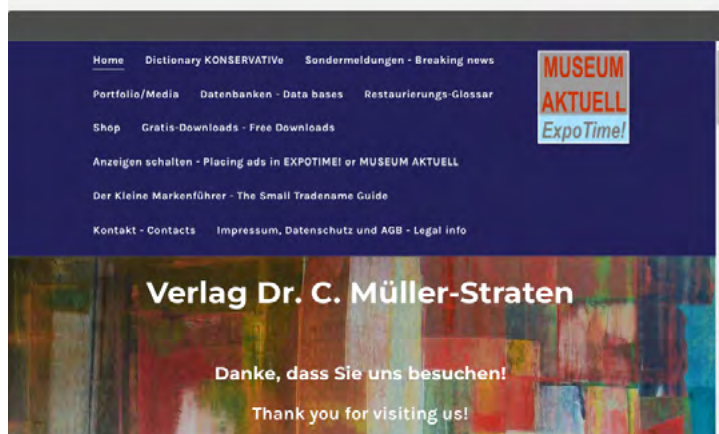
# Preisliste #27 gültig ab 1.12.2022: Deutschland, Europa oder lieber gleich weltweit?

Schneller Zugriff auf Muster-Hefte:

<https://www.museumaktuell.de/home/leseprobe/>

<https://www.museumaktuell.de/home/eTime/ExpoTime!-2023-0809/index.html#p=1>

Vorschau auf die neue Website (ab Winter 2023/24)



## Liebe Neukunden, liebe Altkunden,

wir freuen uns über Ihre Absicht, unsere Medien für Ihre Werbezwecke einzuplanen. Seit Herbst 2019 konnten wir eine erhebliche Steigerung der Verbreitung von MUSEUM AKTUELL erreichen. Durch Änderungen in der Vertriebsstruktur erreicht MUSEUM AKTUELL pro Ausgabe nun etwa 30.000 Leserinnen und Leser. In den Anzeigenpreisen schlägt sich das bewusst nur minimal nieder!

- Bei uns geht das: niedrige Kosten bei hoher inhaltlicher Qualität und hoher Verbreitung innerhalb der Zielgruppe von Fachleuten in und um Museen und vergleichbaren Einrichtungen.
- MUSEUM AKTUELL spricht vornehmlich Museumsfachleute im deutschsprachigen Raum an, die englischsprachige EXPOTIME! erreicht mit ihrer ungleich größeren Leserschaft regulär derzeit 230,000-370,000 Zugriffe weltweit. Beide Zeitschriften sind ausgesprochene B2B-Zeitschriften, EXPOTIME! ist ein modernes, Videos integrierendes Online-Magazin im Flipbook-Format mit sehr hohem inhaltlichen Niveau.
- **NEU ab Dezember 2022: Steigern Sie mit „30.000 PLUS X“ die Wirkung ihrer Anzeige durch Anzeigenwiederholung in EXPOTIME! mit Kontinentauswahl**
- Die günstigsten Preise erhalten Sie im Abonnement, als Startup-Firma und im Rahmen einer Medienpartnerschaft. Für 2023 planen wir wieder acht Ausgaben von MUSEUM AKTUELL, darunter eine Österreicausgabe und drei Restauratorenausgaben, sowie sechs Ausgaben von EXPOTIME!.
- Beide Zeitschriften entsprechen der Erwartungshaltung der Empfänger: sie erwarten in modernem Layout sachliche, journalistisch-wissenschaftliche Information, keine PR, keine gestalterisch aufgeblähten Seiten ohne Informationswert, klare Unterscheidung zwischen Redaktion und Anzeigen. PR-Zeitschriften haben in der Museums-welt keine Chance - dies hat unsere Leserumfrage deutlich bestätigt: zu fast 90% werden solche Produkte gleich beim realen oder virtuellen Posteingang entsorgt und haben somit kaum Verbreitung.
- Wir verstecken keine Zusatzkosten. Für gekennzeichnete Advertorials gilt der ausgewiesene Tarif.
- Unsere Zeitschriften werden von namentlich zeichnenden Fachleuten für Fachleute verfaßt, geplant und herausgegeben.
- Auch wenn Sie selbst Medien ganz anders nutzen, bieten Ihnen unsere Zeitschriften geeignete, die Trends wiedergebende Kompetenzmedien, um den Markt für Ihre Ziele zu erschließen.
- Seit dem 1.7.2019 erhalten die gedruckte Zeitschrift ausschließlich die Abonnenten der Printauflage, alle anderen Leser eine von zwei digitalen Varianten. MUSEUM AKTUELL ist nun weltweit mit EXPOTIME! online lesbar.

Über unsere Beratungsfirma MUSEUMS AGENTUR stehen wir darüber hinaus Museen, Dienstleistern und Herstellern der Museumsbranche beratend zur Verfügung.

Dr. Christian Müller-Straten



MUSEUMS AGENTUR

# Inhalt

<b>Die Zeitschriften</b>	<b>4</b>
Die Zeitschriften: Leser und Verbreitung	4-7
Verbreitung von MUSEUM AKTUELL und EXPOTIME!	6
Rubriken von EXPOTIME! 2023	8
Die Ausgaben 2024	9
Was erwartet der Museumsleser?	10
<b>NEU: 30.000 PLUS X</b>	<b>11</b>
Nicht der Einzelpreis ist entscheidend - So bekommen Sie die günstigsten Preise	12
Beilagen in MUSEUM AKTUELL (gedruckt plus online!)	13
Beilagen in EXPOTIME!	14
Firmen-Tarife für Startups: MUSEUM AKTUELL print und online / EXPOTIME!	15
Firmen-Tarife für MUSEUM AKTUEL-Abonnenten: MUSEUM AKTUELL print und online / EXPOTIME!	16
Firmen-Tarife (Kein Abonnent, kein Startup): MUSEUM AKTUELL print und online / EXPOTIME!	17
Museums-Tarife: MUSEUM AKTUELL print und online / EXPOTIME!	18
Einige redaktionelle Prinzipien	19
Redaktionelle Textbeiträge	20-21
Ansprechpartner	22
<b>Online-Werbung: Umsätze und Besucherzahlen steigern</b>	<b>22</b>
Zentralmotiv der Portal-Intro und das Landscape-Banner in allen Modulen	23
Firmenmodul „EMBB“	24-25
Stellenanzeige-Kombi	27
Restauratorenlexikon „KONSERVATIVE“, Datenbank europäischer Museen, Ausstellungsdatenbank und „The Fake Blog“	28
Restauratoren-Datenbank	29
Online-Angebote für historische Hotels und Restaurants	30
<b>Medienpartnerschaften für Mehr als das Übliche</b>	<b>31</b>
Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB)	32-36

# Die Zeitschriften: Leser und Verbreitung

**MUSEUM AKTUELL ist ein seit 1995 bestehendes Organ der freien Presse.** MUSEUM AKTUELL ist eine unabhängige, durch Abonnements und Anzeigen frei finanzierte Fachzeitschrift des Sektors Museen, Ausstellungen, Botanische Gärten, Zoos, Science centres u.ä. MUSEUM AKTUELL erscheint vorab online als eBook mit aktiven Links, Volltextsuche und Zoom. Typisch sind für MUSEUM AKTUELL journalistische Recherche, wissenschaftliche Fachbeiträge, die Vorstellung neuer Verwaltungstechniken und von Produktneuentwicklungen sowie deren praktische Anwendung durch Best-Practice-Berichte. Nach unserer Verbreitungsstatistik sind die Leser zu 85% Entscheidungsträger und -vorbereiter in musealen Einrichtungen sowie Fachleute der Museums- und Ausstellungsszene – der Rest geht an RestauratorInnen, Zulieferer, Politiker, Studierende, Volontäre, lehrende Museologen, Verbände und große Bibliotheken. Die überwiegend deutschsprachige Zeitschrift wird vor allem in Zentraleuropa gelesen.

**ExpoTime! besteht seit April 2012.** Sie ist ebenfalls ein Organ der freien Presse, wird ab Sommer 2019 in Europa kostenpflichtig versandt, im Rest der Welt kostenlos. Leser des englischsprachigen FlipBooks sind Angehörige von Museen, Galerien, Kunstorganisationen, Science Centers, Besucherattraktionen, Bibliotheken, Botanische Gärten, Zoos und Planetarien. Im einzelnen erreichen Sie Museumsdirektoren, Verwaltungsleiter, Kustoden und Kuratoren, Museumspädagogen, Restauratoren und Museumstechniker sowie Verbände und Vereinigungen, Museumsämter, Ausstellungsmacher, Zulieferer, Museumsberater, Kulturpolitiker und Innenarchitekten. Die englischsprachige Zeitschrift wird vor allem in Europa, Amerika und Asien gelesen. Typisch für EXPOTIME! sind Interviews, Berichte über neue Museen und neue Ausstellungen, Personalien, Konservierungsthemen, neue Museumstechnologien, Tagungen und Workshops, Fälschungen, Kunstraub und verbotener Kunstexport. Die Zeitschrift enthält aktive Links und Videos.

**Beide Zeitschriften helfen ungemein dabei, der täglichen Informationsflut zu begegnen. Immer noch herrscht heute der durch nichts belegte Glaube, man bekäme eine fundierte Übersicht durch alertes Aufschnappen irgendwelcher Postings in allerlei Online-Netzwerken, durch allerlei Empfehlungen und Gerüchte. Einmal abgesehen davon, dass hier „Nachricht“ mit „Information“ verwechselt wird und sich jeder Teilnehmer immer gläserner für unbekannte Dritte macht: Kein Mensch schafft es allein, das Wichtige von Unwichtigen zu trennen, und aus völlig heterogenen Informationsbrocken ein zutreffendes Weltbild zu zimmern, das vor Manipulationen schützt. Dies schafft man nur durch Medien, die journalistisch-wissenschaftlich angelegt sind: PR-Medien sind hingegen nur ein weiteres Element in der Informationsflut.**

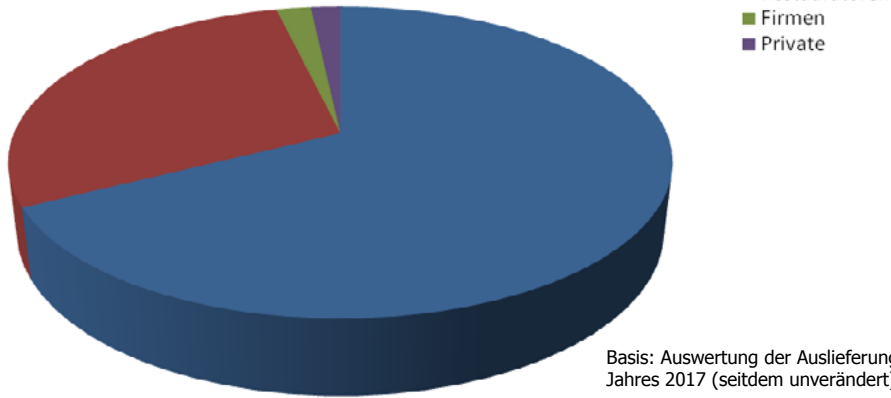
**Sie als Leser sind dort gut aufgehoben, wo Sympathie mit der Museumswelt, fachliche Selektion, Kenntnisse der Informationsstrategien Dritter, Überprüfung von Inhalten, Trendanalysen, museologische Bildung, ethische Verantwortung und wissenschaftliche Genauigkeit zu Hause sind: bei MUSEUM AKTUELL und EXPOTIME!.**



# MUSEUM AKTUELL: Leser und Verbreitung

Mit MUSEUM AKTUELL und seinen drei Verbreitungsschienen (Print, Online-Flipbook und PDF-Versand) erreichen Sie pro Heft mindestens 30.000 LeserInnen. Einzelne Ausgaben oder Beiträge erreichen noch höhere Reichweite und weltweite Verbreitung.

## Die wichtigsten MUSEUM AKTUELL- Lesergruppen



Basis: Auswertung der Auslieferungsdaten aller Ausgaben des Jahres 2017 (seitdem unverändert)



## MUSEUM AKTUELL

<b>Museale Institutionen</b>	<b>57%</b>	
davon Empfänger der Museumsleitung (+ Umlauf)		<b>60%</b>
allgemeiner Umlauf		22%
personalisierte Kuratoren		11%
personalisierte Restauratoren in Museen		7%
<b>Selbständige Restauratoren</b>	<b>20%</b>	
<b>Firmen</b>	<b>11%</b>	
<b>Private und Studierende</b>	<b>3,1%</b>	
<b>Universitäten, FHs, Akademien...</b>	<b>2,0%</b>	
<b>Vereine, Verbände</b>	<b>2,4%</b>	
<b>Landesämter, Schlösserverwaltungen</b>	<b>2,0%</b>	
<b>Politiker, Stadt - Land - Bund</b>	<b>1,3%</b>	
<b>Touristik</b>	<b>1,0%</b>	
<b>Messen</b>	<b>0,2%</b>	
<b>Summe</b>	<b>100,0%</b>	

## EXPOTIME! Vertriebsbeispiel Oktoberausgabe 2020, Zeitpunkt US-Wahl:

**EUROPA** mind. ca. 359.256 Empfänger

**AUSSEREUROPA:** mind. ca. 136.113

**Summe:** mind. ca. 495.369 Empfänger

ExpoTime! erreicht im Schnitt derzeit eine Verbreitung an ca. 350.000 LeserInnen weltweit. Auch in diesem Fall sind es die mittleren und größeren Einrichtungen, die Interesse an der Zeitschrift haben, aber auch viele Einzelpersonen aus Wissenschaft und Politik. Sehen Sie an der nebenstehenden Weltkarte die Hauptverbreitungsgebiete von EXPOTIME!, Stand: Herbst 2018. Frankreich, Israel, die USA und Afrika haben seitdem stark aufgeholt.

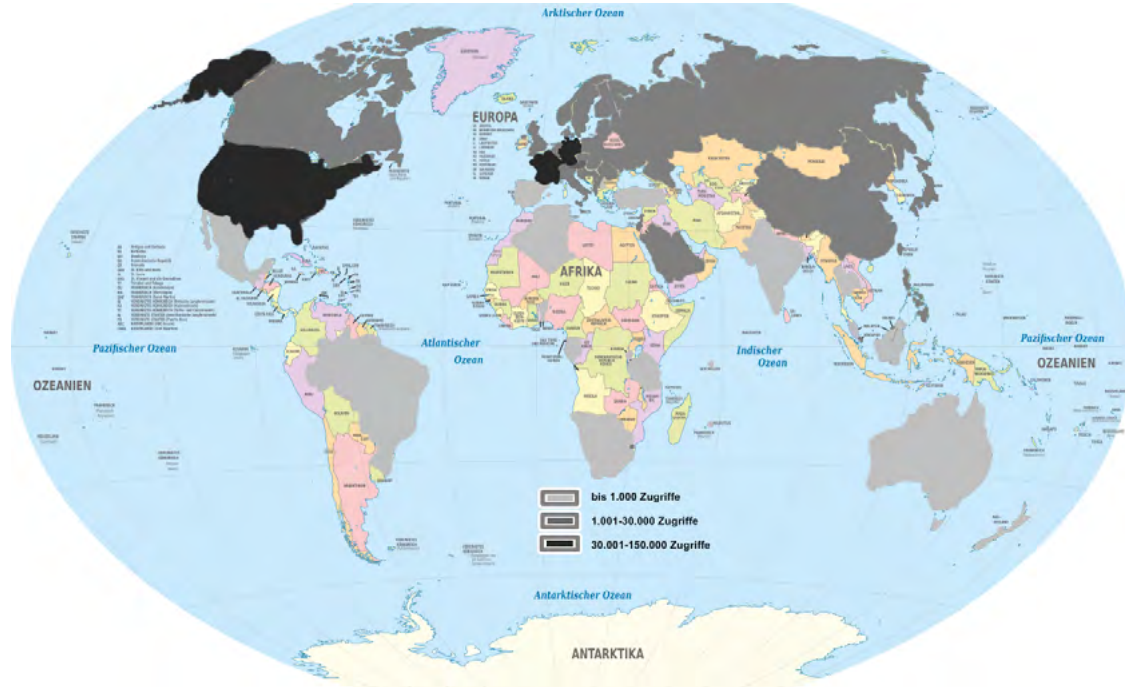


# The worldwide circulation of EXPOTIME!

Hellgrau:  
Mittelgrau:

bis 1,000 menschliche Zugriffe  
1,000-30.000 menschliche Zugriffe

Schwarz:  
Robotzugriffe wurden nicht erfasst. Stand Herbst 2020







# MUSEUM AKTUELL /EXPOTIME! 2024

AUSGABE/ISSUE	von/of	Thema/Topic	Deadline
<b>MUSEUM AKTUELL, Ausg. 294</b>	Febr 2024	<b>Das grüne Museum; Ton im Museum</b>	<b>20.1.2024</b>
<b>EXPOTIME! January 2024</b>	Dec 23/Jan 2024		<b>20.1.2024</b>
<b>MUSEUM AKTUELL, Ausg. 295</b>	März 2024	<b>Konservieren Restaurieren; neue Museumstechnik; Cultura Suisse</b>	<b>10.2.2024</b>
<b>EXPOTIME! March + April 2024</b>	April 2024		<b>20.3.2024</b>
<b>MUSEUM AKTUELL, Ausg. 296+297</b>	Mai+Juni 2024	<b>Österreichausgabe</b>	<b>20.5.2024</b>
<b>EXPOTIME! May+June 2024</b>	Juni 2024		<b>10.6.2024</b>
<b>MUSEUM AKTUELL, Ausg. 298</b>	Juli 2024	<b>Konservieren - Restaurieren</b>	<b>20.6.2024</b>
<b>EXPOTIME! June / July 2024</b>	Aug. 2024		<b>20.7.2024</b>
<b>MUSEUM AKTUELL, Ausg. 299+300</b>	Sept.+ Okt. 2024	<b>MUTEC 24: Museum und KI, zeitgemäße Konservierung-Re-staurierung</b>	<b>1.9.2024</b>
<b>EXPOTIME! Aug / Sept 2024</b>	Oct. 2024		<b>20.9.2024</b>
<b>MUSEUM AKTUELL, Ausg. 301</b>	Nov. 2024	<b>Analog wird digital: Sicherheit, Vitrinen, Stellwände</b>	<b>20.10.2024</b>
<b>EXPOTIME! Dec.+ Jan. 2024/25</b>	Dec. 2024+ Jan 2025		<b>20.12.2024</b>



## Was erwartet der Museumsleser?

**Auf Print- und Online-Zeitschriften, die praktisch nur aus Werbung und PR bestehen, reagieren unsere Leser sauer: 89% entsorgen sie gleich mehr oder weniger ungelesen bei der Postöffnung, 13% verbitten sich sogar deren Zusendung.**

**83% empfinden die Textlänge bei MUSEUM AKTUELL als gerade richtig.**

**77% empfinden die Bildgröße als gerade richtig.**

**69% finden sich in der Machart der Zeitschrift derart wieder, dass sie gerne selbst etwas zu MUSEUM AKTUELL beisteuern werden.**

**89% finden das Konzept von MUSEUM AKTUELL absolut richtig, sachliche Firmeninformationen ohne die typischen PR-Sprache zu veröffentlichen.**

**99% finden unsere Autorenporträts und Verfasserangaben hilfreich.**

**87,5 haben bereits häufiger Anregungen aus MUSEUM AKTUELL umgesetzt.**

**190 unserer Leser haben 2012 an der Umfrage teilgenommen. Allen ein herzlicher Dank!**

## Geringe Zurückweisungsrate:

**Seit der Testaussendung der Ausgabe 259 an deutsche Nichtabonnenten haben lediglich 9 Empfänger (Museen und Museumsmitarbeiter, RestauratorInnen, Archive, Bibliotheken, Trägervereine, Kulturreferate, Stiftungen...) die Streichung aus dem Verteiler verlangt. Auch bei weltweiten Aussendungen von EXPOTIME! belief sich die Zahl der Bitten um Streichung aus dem Verteiler jeweils unter 1% (Stand Nov. 2023).**

## 30.000 PLUS X

**30.000 PLUS X ist die preiswerte Möglichkeit, die an sich schon hohe Reichweite von MUSEUM AKTUELL nochmals zu steigern: Sie lassen Ihre Werbung in MUSEUM AKTUELL auch in der Folgeausgabe von EXPOTIME! mitlaufen, zahlen aber nicht für die globale Verbreitung, sondern lediglich für Zusatzkontinente Ihrer Wahl:**

**Wenn Sie wollen, das Ihre Werbung nicht an den Grenzen des deutschsprachigen Raums Halt macht:**

Zusatzbuchung	1/8 S.	1/4 S.	1/2 S.	1/1 S.	Einhefter einer Beilage
<b>PLUS ExpoTime! Verbreitung Europa</b>	<b>+30%*</b>	<b>+30%*</b>	<b>+30%*</b>	<b>+30%*</b>	<b>+30%*</b>
<b>PLUS ExpoTime! Verbreitung Amerika</b>	<b>+25%*</b>	<b>+25%*</b>	<b>+25%*</b>	<b>+25%*</b>	<b>+25%*</b>
<b>PLUS ExpoTime! Asien, Australien und Ozeanien</b>	<b>+35%*</b>	<b>+35%*</b>	<b>+35%*</b>	<b>+35%*</b>	<b>+35%*</b>
<b>PLUS ExpoTime! Verbreitung Afrika</b>	<b>+10%*</b>	<b>+10%*</b>	<b>+10%*</b>	<b>+10%*</b>	<b>+10%*</b>

**\* der unterschiedlichen Gruppenpreise der Seiten 14-18 für die globale Verbreitung von EXPOTIME!**

Berechnungsbeispiel:

Als „Firmenkunde mit Abonnement“ buchen Sie (bei insgesamt 3 Schaltungen innerhalb von 12 Monaten) eine Farbseite in MUSEUM AKTUELL und wünschen die zusätzliche Verbreitung über EXPOTIME! in Europa.

Kosten:

1.836,- € für die Seite in MUSEUM AKTUELL

663,- € für die Seite in EXPOTIME! mit der Interessenlage „Europa“

2.499,- € Zwischensumme netto

Durch Vorauszahlungskonto von 10% ergibt sich eine Nettoszahllast von 2.249,- € für einen EU-weiten Auftritt.

The image shows two magazine covers. The top cover is for 'ExpoTime! Double Issue May/July 2020'. It features a large, detailed illustration of a museum gallery with many people. Text on the cover includes 'Double Issue May/July 2020', '56 pages', '26 facts', '2 videos', and 'The international magazine for museum professionals'. The bottom cover is for 'MUSEUM AKTUELL', issue number 127. It features a photograph of two people looking at a digital display. Text on the cover includes 'MUSEUM AKTUELL', 'die offizielle Fachzeitschrift für die deutschsprachigen Museenwelt', '18 Jahre 1993-2011', 'Kultur Jusse', '127', '19.07.2020', 'VERSCHOBENE MUSEEN', and 'Digitale Ausstellungen'.

# Nicht der Einzelpreis ist entscheidend!

## So bekommen Sie die günstigsten Preise:

- 1) Prüfen Sie zunächst, ob für Sie nicht doch eine der besonders günstigen Gruppenkategorien gilt. Wir haben **Gruppenpreise** für verschiedene Gruppen, z.B. für **Startup-Unternehmen, MUSEUM AKTUELL-Abonnenten oder Museen**.
- 2) Zusätzlich haben wir **sehr hohe Mengenrabatte** nach folgender Mengenrabattstafel: 3 Schaltungen 15%, 4-5 Schaltungen 17%, 6-7 Schaltungen 20%, 8-10 Schaltungen 25%, 11 Schaltungen und mehr 30%.
- 3) Neben dem gesetzlichen Skonto kennen wir noch den **Vorauszahlungsskonto von 10%** vom Nettopreis bei Zahlung binnen 5 Werktagen nach Rechnungserhalt und Abnahme von mindestens 3 Schaltungen. Die Zahlungen sind bei bis zu 5 Schaltungen jährlich, bei 6 und mehr Schaltungen auch halbjährlich vorzunehmen. Kombinierbar mit 1) und 2)
- 4) Die **allergünstigsten Preise** bieten wir stets bei **Medienpartnerschaften** an. Bislang wurden 14 Medienpartnerschaften vereinbart. Mehr dazu auf S. 31.
- 5) **Schneller und einfacher Überblick**: Wir haben eine neue Form von Anzeigentarif entwickelt, der übersichtlich gleich den rabattierten Nettopreis auswirft. Etwas mehr Rechenarbeit entsteht bei „30.000 PLUS X“.



## Beilagen in MUSEUM AKTUELL (Hinweis: gedruckt + online!)

Wir legen Ihre Print-Beilagen in MUSEUM AKTUELL bei **plus fügen standardmäßig Ihre Beilagen-Druckvorlage (PDF) in MUSEUM AKTUELL online bei**. Erreicht werden ca. 30.000 LeserInnen. Eine noch höhere Online-Verbreitung im Netz bleibt 2023 unberechnet. Das ist eine Alternative zu Anzeigen, der Integration von Newslettern, vor allem aber zum postalisch erheblich teurerem Selbstversand. Und Sie bezahlen nur für menschengeschaffene Zugriffe!

Sie können die Verbreitung in Deutschland Postleiträume wählen und im Ausland einzelne Länder. Ein Muster bitte an uns vorab baldmöglichst nach Auftragserteilung. Ungefähre Portokosten teilen wir Ihnen gerne auf Anfrage vorher mit.

MUSEUM AKTUELL	Normalpreis	Museumspreis	Abonnentenpreis
<b>Printauflage + Onlineauflage</b>			
<b>Einzelgewicht der Beilage</b>		Stellen Sie einfach einen preisgünstigen Fortdruck Ihrer Prospekte her und legen Sie bei!	Stellen Sie einfach einen preisgünstigen Fortdruck Ihrer Prospekte her und legen Sie bei!
bis 20 g	49,- € /Tsd. plus DP/Swiss Post Gebühren	45,- € /Tsd. plus DP/Swiss Post Gebühren	40,-€ /Tsd. plus DP/Swiss Post Gebühren
21-30 g	53,- € /Tsd. plus DP/Swiss Post Gebühren	49,- € /Tsd. plus DP/Swiss Post Gebühren	45,- € /Tsd. plus DP/Swiss Post Gebühren
31-40 g	57,- € /Tsd. plus DP/Swiss Post Gebühren	53,- € /Tsd. plus DP/Swiss Post Gebühren	49,- € /Tsd. plus DP/Swiss Post Gebühren

### Anlieferung für die Printbeilagen (1.400 Ex.):

Übergroß beschriftet: „MUSEUM AKTUELL, Ausgabe .... an:  
Mühlbauer Druck, Herrn Florian Mühlbauer  
Benzstr. 1  
D-82178 Puchheim



## Beilagen in EXPOTIME!

Sie haben eine gedruckte Beilage, möchte diese auch in EXPOTIME! verbreiten lassen? Das geht. Senden Sie uns einfach Ihr Druck-PDF und wir bauen dies in EXPOTIME ein. Ein neutraler Fond ergänzt Ihre Druckvorlage zum Format DIN A4. Das ist eine Alternative zu Anzeigen, zum Hochladen in irgendwelchen Social Media, vor allem aber zum postalisch erheblich teurerem Selbstversand. Und Sie bezahlen nur für menschengeschaffene Zugriffe! Deckelung 350.000 Empfänger, weitere Empfänger unberechnet.

Ein Muster bitte an uns vorab baldmöglichst nach Auftragserteilung.

<b>EXPOTIME! Zahl der Beilage-Seiten</b>	<b>General rate</b>	<b>Museum rate</b>	<b>Rate for MUSEUM AKTUELL subscribers</b>
2	127,- €/30.000 Empfänger	119,- €/30.000 Empfänger	102,-€/30.000 Empfänger
4	201,- €/30.000 Empfänger	189,- €/30.000 Empfänger	161,- €/30.000 Empfänger
6 (mehr Seiten auf Anfrage)	297,- €/30.000 Empfänger	279,- €/30.000 Empfänger	237,- €/30.000 Empfänger



# Firmen-Tarife für Startups

## MUSEUM AKTUELL print und online / EXPOTIME!

Beispielformate <b>MUSEUM AKTUELL</b>	Preis bei 3 Anzeigen jeweils	Preis bei 4-5 Anzeigen jeweils	Preis bei 6-7 Anzeigen jeweils	Preis bei 8-10 Anzeigen jeweils	Startup- Einzelpreis	Maße (H x B) in cm
1/8 S.	257,-	251,-	248,-	227,-	302,-	5 x 8,7
1/4 S.	476,-	458,-	442,-	414,-	552,-	12 x 8,7 / 5 x 18,3
1/2 S.	897,-	876,-	845,-	792,-	1.056,-	25 x 8,7 / 12 x 18,3
1/1 S.	1.428,-	1.394,-	1.344,-	1.260,-	1.680,-	25 x 18,3
1/1 Titelsponsoring	alle Preise netto in €				1.560,-	25 x 18,3

Beispielformate <b>EXPOTIME!</b>	Preis bei 3 Anzeigen jeweils	Preis bei 4-5 Anzeigen jeweils	Preis bei 6-7 Anzeigen jeweils	Preis bei 8-10 Anzeigen jeweils	Startup- Einzelpreis	Maße (H x B) in cm
1/8 S.	298,-	290,-	280,-	262,-	350,-	5 x 8,7
1/4 S.	527,-	514,-	496,-	465,-	620,-	12 x 8,7 / 5 x 18,3
1/2 S.	1.003,-	980,-	944,-	885,-	1.180,-	25 x 8,7 / 12 x 18,3
1/1 S.	1.870,-	1.826,-	1.760,-	1650,-	2.200,-	25 x 18,3
1/1 Titelsponsoring	alle Preise netto in €				2.100,-	25 x 18,3



Startup-Preise gelten für Firmenneugründungen innerhalb der ersten drei Jahre. Maßabweichungen sind kein Problem. Näheres zur Onlinewerbung (viele Varianten!) weiter unten. **Die grün hervorgehobenen Preise können bei durch Vorauszahlung nochmals um 10% vom Netto gesenkt werden! Zum Linktip-Stopper s. Museums-Tarife.**

# Firmen-Tarife für MUSEUM AKTUELL-Abonnenten

## MUSEUM AKTUELL print und online / EXPOTIME!

Beispielsformate <b>MUSEUM AKTUELL</b>	Preis bei 3 Anzeigen jeweils	Preis bei 4-5 Anzeigen jeweils	Preis bei 6-7 Anzeigen jeweils	Preis bei 8-10 Anzeigen jeweils	Abonnen- ten- Einzelpreis	Maße (H x B) in cm
1/8 S.	342,-	334,-	322,-	302,-	400,-	5 x 8,7
1/4 S.	612,-	598,-	576,-	540,-	720,-	12 x 8,7 / 5 x 18,3
1/2 S.	1.020,-	996,-	960,-	900,-	1.200,-	25 x 8,7 / 12 x 18,3
1/1 U2/U3/U4	1.836,-	1.793,-	1.728,-	1.620,-	2.160,-	25 x 18,3
1/1 Titelsponsoring	alle netto Preise in €				1.880,-	25 x 18,3

Beispielsformate <b>EXPOTIME!</b>	Preis bei 3 Anzeigen jeweils	Preis bei 4-5 Anzeigen jeweils	Preis bei 6-7 Anzeigen jeweils	Preis bei 8-10 Anzeigen jeweils	Subscriber- Einzelpreis	Maße (H x B) in cm
1/8 S.	357,-	348,-	336,-	315,-	420,-	5 x 8,7
1/4 S.	680,-	664	640,-	600,-	800,-	12 x 8,7 / 5 x 18,3
1/2 S.	1.190,-	1.162,-	1.120,-	1.050,-	1.400,-	25 x 8,7 / 12 x 18,3
1/1 S.	2.210,-	2.158,-	2.080,-	1.950,-	2.600,-	25 x 18,3
1/1 Titelsponsoring	alle Preise netto in €				2.400,-	25 x 18,3



Zum Zeitpunkt des Auftrags muss ein Abonnement von MUSEUM AKTUELL bestehen. Maßabweichungen sind kein Problem. **Die grün hervorgehobenen Preise können bei Vorauszahlung nochmals um 10% vom Netto gesenkt werden! Zum Linktip-Stopper s. Museums-Tarife.**



# Firmen-Raten (Kein Abonnent, kein Startup) MUSEUM AKTUELL print und online / EXPOTIME!

Beispielsformate <b>MUSEUM AKTUELL</b>	Preis bei 3 Anzeigen jeweils	Preis bei 4-5 Anzeigen jeweils	Preis bei 6-7 Anzeigen jeweils	Preis bei 8-10 Anzeigen jeweils	Firmen- Einzelpreis	Maße (H x B in cm)
1/8 S.	428,-	418,-	403,-	378,-	500,-	5 x 8,7
1/4 S.	816,-	797,-	768,-	720,-	960,-	12 x 8,7 / 5 x 18,3
1/2 S.	1.428,-	1.394,-	1.344,-	1.260,-	1.600,-	25 x 8,7 / 12 x 18,3
1/1 S. ; U2, U3, U4	2.550,-	2.490,-	2.400,-	2.250,-	2.800,-	25 x 18,3
1/1 Titelsponsoring	alle Preise netto in €				2.650,-	25 x 18,3

Beispielsformate <b>EXPOTIME!</b>	Preis bei 3 Anzeigen jeweils	Preis bei 4-5 Anzeigen jeweils	Preis bei 6-7 Anzeigen jeweils	Preis bei 8-10 Anzeigen jeweils	Firmen Einzelpreis	Maße (H x B) in cm
1/8 S.	442,-	432,-	416,-	390,-	520,-	5 x 8,7
1/4 S.	765,-	747,-	720,-	675,-	900,-	12 x 8,7 / 5 x 18,3
1/2 S.	1.360,-	1.328,-	1.280,-	1.200,-	1.600,-	25 x 8,7 / 12 x 18,3
1/1 S.	2.380,-	2.324,-	2.240,-	2.100,-	2.800,-	25 x 18,3
1/1 Titelsponsoring	alle Preise netto in €				2.600,-	25 x 18,3



Wir empfehlen dringend, für den Rechnungsempfänger (!) ein Abonnement abzuschließen, um viel günstigere Preise zu erreichen. **Die grün hervorgehobenen Preise können bei Vorauszahlung nochmals um 10% vom Netto gesenkt werden!** Maßabweichungen sind kein Problem. **Zum Linktip-Stopper s. S. 18**

# Museums-Tarife

## MUSEUM AKTUELL print + digital / EXPOTIME!

Beispielsformate <b>MUSEUM AKTUELL</b>	Normaltarif alle Preise netto in €	MUSEUM AKTUELL-Abonnenten	Maße (H x B) in cm
1/8 S.	290,-	240,-	5 x 8,7
1/4 S.	480,-	432,-	12 x 8,7 / 5 x 18,3
1/2 S.	880,-	816,-	25 x 8,7 / 12 x 18,3
1/1 S.; U2, U3, U4	1.680,-	1.560,-	25 x 18,3
1/1 Titelsponsoring	1.400,-	1.300,-	

Beispielsformate <b>EXPOTIME!</b>	Normaltarif alle Preise netto in €	MUSEUM AKTUELL-Subscriber	Maße (H x B) in cm
1/8 Seite	360,-	300,-	5 x 8,7
1/4 Seite	680,-	560,-	12 x 8,7 / 5 x 18,3
1/2 Seite	1.300,-	1.080,-	25 x 8,7 / 12 x 18,3
1/1 Seite; U2, U3, U4	2.400,-	2.000,-	25 x 18,3
1/1 Titelsponsoring	2.000,-	1.800,-	25 x 18,3
Linktip-Stopper	100,-	80,-	ca. 2 x 3 cm



**ExpoTime!** 7+8/2019

84 pages  
approx. 110 pics  
9 videos  
230 selected museums  
and institutions

The international magazine for museum professionals

Piggy, Roman, 1st/2nd c. AD. Bronze, H. 40 cm, W. 45,1 cm, D. 34,7 cm (including support base). Found at the east corner of the rectangular platform of the Villa dei Papiri, Reg. 11, 176, Museo Archeologico Nazionale, Naples, 4815, 162.2003.12.16, in the Exhibition "Sarcophagi of the Roman Emperor from the Villa dei Papiri", Getty Villa, until October 28, 2019. Photo: Giorgio Neri.

**NEWS**

- Strong essays on the right side
- The Villa dei Papiri at the Tuffi
- Who saved the Sarcophagi?
- Brave Neoclassical and Roman
- Angelica Lauffmann
- The invention of museums
- Colombia goes Atlantic
- Banks-Baden and Dingeldey
- Prinzess Galina, Museum
- The new Eugène Ionesco
- Amberg goes shopping
- Sacred of the Wilhelms

## Einige redaktionelle Prinzipien

Die Leser beider Zeitschriften sind interessiert an Neuigkeiten aus Museen, der Forschung und aus dem Zulieferungsfirmen. Wir haben seit Anbeginn unsere Türen weit geöffnet für redaktionelle Beiträge aus diesen drei Bereichen. Die Beiträge müssen jedoch Nachrichtencharakter haben, sich auf journalistisch-wissenschaftlichem Niveau bewegen, müssen einen Verfasser ausweisen und dessen Funktion und Kontaktdaten beinhalten.

Für MUSEUM AKTUELL und EXPOTIME! gibt es also nur Sachinformation und Anzeigen. Anzeigen und redaktionelle Beiträge müssen getrennt voneinander vereinbart werden. Ähneln Anzeigen redaktionellen Beiträgen, werden sie als Advertorial ausgewiesen. Advertorials sind kostenpflichtig.

Wir freuen uns über jeden analytischen, mit kritischem Sachverstand geschriebenen Beitrag zu wirklich wichtigen Themen der Zeit. Ganz besonders interessiert sind wir an Ergebnissen eigenständigem Denkens, neuen Ideen, neuen Ansätzen und technischen Neuentwicklungen, an repräsentativen Umfragen, Themen, die sonst nicht nachzulesen sind. Gelegentlich finden Sie bei uns auch Nachdrucke wichtiger Beiträge, die zuvor an anderer, aber vermutlich gering beachteter Stelle erschienen sind.

Bitte begründen Sie Thesen, belegen Sie Zitate genau und geben Sie weiterführende Literatur an. Die Leser von MUSEUM AKTUELL und EXPOTIME! wünschen weiterführende Angaben und werden es Ihnen danken.

Wollen Sie uns Autorenbeiträge zusenden, nehmen Sie bitte zunächst telefonisch mit dem Verlag Kontakt auf.

Wünschen Sie eine insgesamt höhere Präsenz in unseren Medien, so nehmen Sie bitte mit uns Kontakt wegen einer Medienpartnerschaft auf. Nach Ihren Wünschen unterbreiten wir Ihnen ein passgenaues Angebot.

Wir akzeptieren keine Texte, die in typischem PR-Stil geschrieben sind und seit Jahren den Markt fluten, letztlich aber nur Anzeigen ersetzen sollen. Auch die Museumswelt lehnt kommerziell orientierte PR ab. **In der Auswertung der Leseranalyse können Sie nachlesen, wie Museumsprofessionals auf die bekannten PR-Museumszeitschriften reagieren.**

# Redaktionelle Textbeiträge

## 1) Bilder

300 dpi Auflösung, für MUSEUM AKTUELL in einer Breitereinstellung von 8,7 cm, Hochformate nur 6 cm breit. Das Format sollte jpg oder tiff sein. Bei MUSEUM AKTUELL bemißt sich die Anzahl der Bilder so: Zuschlag von 1/3 zur Zahl der vereinbarten Druckseiten. Beispiel: 3 Seiten vereinbart, 4 Bilder liefern (Autorenbild nicht eingerechnet).

## 2) Autorenbild und Autorenangaben

Für jeden Beitrag benötigen wir einen Autorennamen (evt. mehrere) und pro VerfasserIn ein Autorenbild. Wir verwenden das Bild auch für Ihren kostenlosen Eintrag in unserer Wissenschaftler-Who is Who im Portal [www.museum-aktuell.de](http://www.museum-aktuell.de). Am Ende jedes Beitrags sollte der Autorennamen mit gewünschten Titeln, gewünschten Kontaktdaten und Funktionsangabe stehen.

**Für die Eintragung in unser Who is Who schicken Sie uns bitte einen Lebenslauf mit Literaturverzeichnis.**

## 3) Bildunterschriften

Bitte liefern Sie diese durchnummeriert in den Haupttext integriert – an optimaler Stelle. Sie können in den Haupttext Verweise einbauen, wo die Bilder am besten stehen sollten. Haben alle Bilder denselben Urheber, erwähnen wir dies am Ende einmal, nicht bei jedem Bild.

## 4) Formatierung Haupttexte und Bildunterschriften

Bitte liefern Sie uns diese als virengeprüftes doc-Dokument mit folgenden Einstellungen:

- einzeilig
- 1,5 cm Rand nach allen Seiten
- Verdana 9° mager, keine Kursiven außer bei lat. Systembezeichnungen der Naturwissenschaften.
- Zwischenüberschriften Verdana 11° bold (eher journalistisch gehalten)
- Knappe Artikelüberschrift Verdana 18° bold (eher journalistisch gehalten)
- Evtl. Subline Verdana 14° bold
- Autorennamen am Anfang: Verdana 12° bold
- **BAUEN SIE BITTE AUF KEINEN FALL DIE BILDER IN DAS TEXTDOKUMENT EIN! BITTE SCHICKEN SIE UNS NICHT LAYOUTTEXTE, DIE UNSEREN UMBRUCH NACHAHMEN.** Das bereitet uns nur, so lieb wie es gemeint ist, enorme redaktionelle Kosten.



- Da wir im Layout viel ausgleichen, geben wir keine „Anschläge“ vor, die Ihnen und uns nur Kopfzerbrechen bereiten, sondern nur vereinbarte Manuskriptseitenzahlen.

### 5) Formatierung von Endnoten, Angaben zur Person und zur Institution sowie Literatur

Verdana 8° mager. Wissenschaftliche oder journalistische Texte können Anmerkungen, eine Literaturangaben (weiterführende Literatur, Literaturauswahl) haben.

### 6) Rechtschreibung

Wir verwenden die alte deutsche Rechtschreibung, für neuere Zitate und Buchtitel die neue. In einigen Textverarbeitungs-Programmen läßt sich dies einstellen. Verfassen Sie bitte Ihren Text nur so! Verlage sind nicht zur neuen Rechtschreibung verpflichtet. Bei (Bei Auftragsproduktionen richten wir uns nach den Wünschen des Auftraggebers.)

### 7) Inhalte

Wir benötigen keine Vorab-Einreichungen von Texten zur Beurteilung. Wir verfahren anders: Wenn Sie einen Beitrag für uns schreiben wollen, nehmen Sie bitte vorher mit uns per Telefon Kontakt auf, um die Inhalte sowohl auf die Interessen der Leserschaft als auch hinsichtlich der Länge abzustimmen. Die vereinbarten Abgabetermine, Umfänge und Inhalte sind verbindlich!

### 8) Korrekturfahnen

Wir versenden Korrekturfahnen nur bei Büchern und Auftragsproduktionen. Für die Zeitschriftenproduktion versenden wir PDFs nur dann zur Kontrolle, wenn wir unauflöslicher Probleme im Lektorat hatten.

### INTERNET-PUBLIKATIONEN:

Für Internetpublikationen (jpgs) können Sie bei Bildern auf 96 dpi heruntergehen. Die Bilder sollten auskorrigiert sein und genügende Schärfe und Tiefe aufweisen. Bitte achten Sie beim Abspeichern Ihrer Bilder darauf, daß keine Kompression – also 100% - eingestellt wurde. Texte wie bei MUSEUM AKTUELL. Für die Online-News geben Sie bitte einen Verfasser und die Institution an.

### EXPOTIME!:

All text should be delivered in native speaker English (BE). As online dictionary we recommend KONSERVATIVE.



# Kontakt



Hier wird Ihnen geholfen:

**Kultur-Promotion Mark Häcker**  
Mozarting 15, D-85598 Baldham  
Mobile: +49 159 01696505  
Fax: +49 2154 8847485  
[kultur.promotion@gmail.com](mailto:kultur.promotion@gmail.com)  
Mo, Mi-FR 13-19 h



**Verlag Dr. Christian Müller-Straten**  
Dr. C. Müller-Straten  
Kunzweg 23, D-81243 München  
T. +49-(0)89-839 690 43  
[verlagcms@t-online.de](mailto:verlagcms@t-online.de)  
werktags 7.30-19.30 h



## Mit Online-Werbung Umsätze und Besucherzahlen steigern

Wir freuen uns über Ihre Absicht, unsere Online-Formate für Ihre Marketingzwecke einzusetzen. Bitte beachten Sie besonders:

- Dreh- und Angelpunkt ist hierzu unser europäisches Museumsportal <http://www.museumaktuell.de>. Dahinter verbergen sich unterschiedliche Medien: kostenlose und kostenpflichtige Datenbanken, kostenlose Leseinformation und allgemeine Informationen über unseren Verlag. Sie finden hier schnelle, gute Informationen und aufschlußreiche Archive. Die in Jahren aufgebaute Breite und Tiefe des Angebots führt dazu, daß sich nach wie vor um die 20% aller Besucher zwischen 2 Minuten und mehr als einer Stunde in diesem Portal aufhalten.
- Rotierenden Bannerwechsel je nach Surfer-Heimatregion gibt es bei uns - wie so viele andere extrem störende und neugierige Onlie-Erscheinung - nicht. Hierdurch erhalten Museen und Museumszulieferer sehr gute Möglichkeiten für Online-Werbung. Kleinste Zeiteinheit ist eine Woche.
- Auch 2023 war das Portal [www.museumaktuell.de](http://www.museumaktuell.de) eines der besucherintensivsten Kulturportale Europas, da es neben reinen Verlagsinformationen auch eine Fülle von Serviceinformationen und Datenbanken beinhaltet, so Ausstellungshinweise oder das Wörterbuch KONSERVATIVE.

***Sie interessiert nicht der Surfer in Alaska?***

***Rund 39% aller Besucher mit Länderkennung von [www.museumaktuell.de](http://www.museumaktuell.de) kommen aus dem deutschsprachigen Raum. Das waren alleine 2019 fast 660.000 Zugriffe aus Regionen, die mit Sicherheit für Sie interessant sind.*** Quelle: AWSTAT- und PHP-Zugriffsstatistik 2019



## Zentralmotiv der Portalintro / Panorama-Landscape-Banner in ALLEN Modulen

Die meisten Surfer gelangen auf [www.museumaktuell.de](http://www.museumaktuell.de) durch Google, gefolgt durch Links (aus Sozialen Netzwerken, unsere Mails, von eigenen oder fremden Webseiten) oder besucherseitig angelegten „Favoriten“. Da die Intro auch Direktzugänge innerhalb des Portals anbietet, ist der Aufmerksamkeitswert der Intro sehr hoch. Eine Alternative für Besucherwerbung sind je nach Zweck Ausstellungseinträge oder das im ganzen Portal wiederholte Panorama-Landscape-Banner. Es erreicht die höchste Werbewirkung.

Portalintro	Grundpreis	Abonnenten von MUSEUM AKTUELL
Einzig große Anzeige, statisch oder GIF-animiert, verlinkt, Bildunterschrift ohne Zusatzkosten möglich, 390x450x72 pixel	60,- € pro Tag	48,- € pro Tag
Video, Bildunterschrift ohne Zusatzkosten möglich	30,- € pro Tag	24,- € pro Tag

Riesenlandscape-Banner	Grundpreis	Abonnenten von MUSEUM AKTUELL
Einzig große Anzeige, statisch oder GIF-animiert. Gesehen von jedem besuchenden Surfer weltweit (Kein regionaler Motivwechsel!), 1100x250x72 pixel	400,-/Woche	325.- / Woche





## Firmenmodul EMBB (Hersteller und Dienstleister): Einträge

<b>1) Pauschalangebot für Firmen mit großem Angebot, vielen Töchtern und Zweigstellen</b>	Firmen	Abonnenten von MUSEUM AKTUELL
Beliebig viele Branchen, inkl. Logo (jpg oder animiertes GIF) und max. 10 Zeilen, beliebige HTML-Zeichen und -Farbe, nicht rabattierbar. Eintrag erscheint in pole position vor Alpha-Liste als Tip	480,- € pro 12 Monate	380,- € pro 12 Monate

<b>2) Alternative Einzelberechnung für stark spezialisierte Firmen und nur einer Zentrale</b>	Firmen	Abonnenten von MUSEUM AKTUELL
Textzeile (Gestaltet/berechnet werden hierbei auch die drei postalischen Zeilen)	26,- € pro Zeile und Branche pro 12 Monate	26,- € pro Zeile und Branche für 12 Monate
Logo (1)	40,- € pro 12 Monate	40,- € pro Branche für 12 Monate
<b>3) Große Werbefläche</b>		
max. 500 x 560 x 72 pixel, statisch oder GIF-animiert	460,- € pro 6 Monate	370,- € pro 6 Monate



**Achtung: Seit 2019 bieten wir für 25 € netto postalische Einträge mit Webseitenlink an. Bitte nehmen Sie hierzu Kontakt mit Herrn Häcker auf.**

# Firmenmodul EMBB (Hersteller und Dienstleister): Umgebungswerbung und „Kleiner Markenführer“

Werbung außerhalb der Datenbank-Ergebnisse, meist rabattierbar	Firmen	Abonnenten von MUSEUM AKTUELL
Logolink rechts, max. 160 x 160 pixel, statisch oder GIF-animiert. Hier kein Mengenrabatt!	186,- € pro 12 Monate	162,- € für 12 Monate
Poster rechts, max.160 x 260 pixel, statisch oder GIF-animiert	90,-/Woche	75,-/Woche
Säulenposter rechts, max 160 x 500 pixel, statisch oder GIF-animiert	180,-/Woche	150,-/Woche
Banner oben, max. 500 x 230 x 72 pixel, statisch oder GIF-animiert	240,-/Woche	200,-/Woche
Superbanner, ober- oder unterhalb der Branchenübersicht	330,-/Woche	275,-/Woche



## „Kleiner Markenführer“:

Die verweisenden Einträge sind kostenlos. Aufgenommen werden nur Markennamen, die nicht automatisch auf den Hersteller verweisen. Ergänzende Einträge, die aus eMailadresse und URL bestehen, kommen p.a. auf 25 netto.

**interactive** scope GmbH  
 UMSATZ: EUROPE 316  
 ORTSANZEIGEN: 10.000  
 ANZEIGEN: 10.000  
 D-50179 Berlin  
 http://www.interactive-scope.com

**interactive**  
 scape | virtual media

# Stellenanzeigen-Kombi

Leistung	technische Info	Berechnungsbasis	Grundpreis	Abonnentenpreis
<b>HTML-Online-Stellenanzeige</b>	Schicken Sie uns den Text, ein Logo, ein Bild per Mail, wir erledigen den Rest nach Ihren Mustern	Gruppe 1 Jahreseinkommen der Ausschreibung bis 22.000 €	120,- €	<b>100,- €</b>
		Gruppe 2 Jahreseinkommen der Ausschreibung bis 48.000 €	340,- €	<b>272,- €</b>
		Gruppe 3 Jahreseinkommen der Ausschreibung über 48.000 €	480,- €	<b>384,- €</b>
<b>Zusatzverbreitung in MUSEUM AKTUELL oder EXPOTIME!</b>		<b>kostenlos</b>	<b>kostenlos</b>	<b>kostenlos</b>

**LÖFFLER**

**Gemeinsam Zukunft gestalten**  
 Kurator/in für die SAMMLUNG WERNER LÖFFLER

Die Sammlungen WERNER LÖFFLER sind ein herausragendes Beispiel für die Verbindung von Kunst und Architektur. Die Sammlung umfasst über 1000 Werke von 19. und 20. Jahrhundert, die in einem einzigartigen architektonischen Kontext präsentiert werden. Die Sammlung ist ein integraler Bestandteil der Museumslandschaft in Berlin und ein wichtiger Bestandteil der Museumsentwicklung.

---

**Neue Aufgaben**

- Verantwortung für die inhaltliche Konzeption, die Umsetzung und die Präsentation der Ausstellungen
- Koordination der künstlerischen, architektonischen und technischen Aspekte der Ausstellungen
- Zusammenarbeit mit den Künstler:innen, Architekten und anderen Beteiligten
- Verantwortung für die Öffentlichkeitsarbeit und die Kommunikation der Ausstellungen
- Koordination der finanziellen, personellen und technischen Aspekte der Ausstellungen
- Verantwortung für die Qualitätssicherung der Ausstellungen
- Koordination der rechtlichen Aspekte der Ausstellungen
- Verantwortung für die Dokumentation der Ausstellungen
- Koordination der architektonischen Aspekte der Ausstellungen
- Verantwortung für die Sicherheit der Ausstellungen
- Koordination der technischen Aspekte der Ausstellungen
- Verantwortung für die Nachhaltigkeit der Ausstellungen

**Das bieten Sie uns:**

- Ein herausragendes architektonisches Umfeld
- Eine internationale und interdisziplinäre Zusammenarbeit
- Eine herausragende künstlerische Qualität
- Eine herausragende architektonische Qualität
- Eine herausragende technische Qualität
- Eine herausragende personelle Qualität
- Eine herausragende finanzielle Qualität
- Eine herausragende rechtliche Qualität
- Eine herausragende dokumentarische Qualität
- Eine herausragende architektonische Qualität
- Eine herausragende sicherheitliche Qualität
- Eine herausragende technische Qualität
- Eine herausragende nachhaltige Qualität

**Das geben wir Ihnen zurück:**

- Eine herausragende architektonische Qualität
- Eine herausragende künstlerische Qualität
- Eine herausragende architektonische Qualität
- Eine herausragende technische Qualität
- Eine herausragende personelle Qualität
- Eine herausragende finanzielle Qualität
- Eine herausragende rechtliche Qualität
- Eine herausragende dokumentarische Qualität
- Eine herausragende architektonische Qualität
- Eine herausragende sicherheitliche Qualität
- Eine herausragende technische Qualität
- Eine herausragende nachhaltige Qualität

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung für die Stelle als Kurator/in für die Sammlung Werner Löffler. Bitte senden Sie Ihre Bewerbung an: [bewerbung@loeffler.de](mailto:bewerbung@loeffler.de)

WERNER LÖFFLER  
 Museumsdirektor  
 Museum für Moderne Kunst  
 Berlin



# Restaurierungslexikon **KONSERVATIVE**

## Datenbank europäischer Museen / Ausstellungsdatenbank

Werbung außerhalb der Datenbank-Ergebnisse, meist rabattierbar	Firmen	Abonnenten von MUSEUM AKTUELL
Logolink rechts, max. 160 x 160 pixel, statisch oder GIF-animiert. Hier kein Mengenrabatt!	186,- € pro 12 Monate	162,- € für 12 Monate
Poster rechts, max.160 x 260 pixel, statisch oder GIF-animiert	90,-/Woche	75,-/Woche
Säulenposter rechts, max 160 x 500 pixel, statisch oder GIF-animiert	180,-/Woche	150,-/Woche
Banner oben, max. 500 x 230 x 72 pixel, statisch oder GIF-animiert	240,-/Woche	200,-/Woche
Superbanner, ober- oder unterhalb der Branchenübersicht	330,-/Woche	275,-/Woche

Diese Tarife gelten auch für **KONSERVATIVE**.

## Restauratoren-Datenbank

1) Pauschalangebot	Firmen	Abonnenten von MUSEUM AKTUELL und Mitglieder von IIC Austria
Kompletter Firmeneintrag in beliebig vielen Branchen, inkl. Bild (jpg) und max. 10 Zeilen, beliebige HTML-Zeichen und -Farbe, nicht rabattierbar. Eintrag erscheint in pole position vor Alpha-Liste als Tip	320,- pro 12 Monate	280,- pro 12 Monate
Große Werbefläche, max. 500 x 560 x 72 pixel, statisch oder GIF-animiert	390,- pro 6 Monate	300,- pro 6 Monate

2) Alternative Einzelberechnung	Firmen	Abonnenten von MUSEUM AKTUELL und Mitglieder von IIC Austria
Textzeile (berechnet werden auch die drei postalischen Zeilen) / Text line	18,- pro Zeile und Branche für 12 Monate /	16,- pro Zeile und Branche für 12 Monate
Logo oder Porträt (1)		30,- pro Branche für 12 Monate

Postalische Einträge (Name, Straße, PLZ, Ort): kostenlos. Alphabetische Sortierung.

 **Dipl. Rest. Corinna Meyer**

**Branche:** (Restaurierung von Holz inkl. Vergoldung)  
Restoration of wood; leaf gilding)

Blumenstr. 90  
D 01307 Dresden  
Restaurierung polychromer Skulpturen und  
Retabel  
Tel.: 0176 44490062

corinnameyer@gmx.net

## Online Angebote für historische Hotels und historische Restaurants

1) Pauschalangebot	Firmen
Kompletter Firmeneintrag in beliebig vielen Branchen, inkl. Logo (jpg) und max. 10 Zeilen, beliebige HTML-Zeichen und -Farbe, nicht rabattierbar	800,- pro 12 Monate
Große Werbefläche, max. 500 x 560 x 72 pixel, statisch oder GIF-animiert	1.290,- pro 6 Monate

2) Alternative Einzelberechnung	Firmen
Textzeile (gestaltet / berechnet werden auch die drei postalischen Zeilen)	30,- pro Zeile und Branche für 12 Monate
Abbildung, Logo oder Porträt (je)	60,- für 12 Monate

Rein postalische Einträge (Name, Straße, PLZ, Ort): kostenlos.



Foto: © Kaffeehaus Tomaselli,  
Salzburg

# Medienpartnerschaften für Mehr als das Übliche

Medienpartnerschaften werden im Markt unterschiedlich verstanden.

## **Wie definieren wir Medienpartnerschaften?**

Die Ausgangssituation: Wir müssen Umfänge begrenzen und selektieren. Oft kommt aber bei unseren Lesern der Wunsch auf, verstärkt in den Verlagsmedien auf sich aufmerksam zu machen, vor allem mit vielen redaktionellen Beiträgen in MUSEUM AKTUELL und ExpoTime! - z.B. mit 40 Seiten in zwei Jahren. Die Lösung hierfür: Medienpartnerschaften.

Voraussetzung ist ein Abonnement von MUSEUM AKTUELL. Kompensationen in Form von Print- und Online-Anzeigen regelt ein Vertrag, Einzelheiten ein vereinbarter Publikationsplan. Derartige Medienpartnerschaften haben wir in den letzten Jahren mit mehreren Partnern erfolgreich durchgeführt. Unsere Kooperationspartner genießen hierbei die günstigsten Konditionen.

Medienpartnerschaften kommen vor allem bei denjenigen Kunden in Betracht, die folgende Ziele haben:

Wünsche nach mehr Medienpräsenz, Sonderformaten, Interviews, Berücksichtigungen divergenter Inhalte, raschen Textfolgen, mehreren Medien unseres Angebots

Wunsch nach Sonderberichterstattung über spannende Projekte und Entwicklungen, Auswertung von Erfahrungen

Wunsch nach erweiterten Einträgen (mehr Bildern, PDFs) in unseren Datenbanken

Wunsch nach verstärkter Darstellung großer Marketingereignisse, bahnbrechender Entwicklungen, Jubiläen usw.

Wunsch nach starker Anzeigenpräsenz über einen längeren Zeitraum (1 oder 2 Jahre) in mehreren Verlagsmedien

Ausgangsbasis sind somit stets Realisierungswünsche unserer Kunden, die wir im üblichen Rahmen normalerweise nicht erfüllen können und die Mehrumfänge zur Folge haben. Gerne erstellen wir Ihnen ein passgenaues Angebot nach Ihren Platzbedarfs-Wünschen.



# Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB)

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen sind Verträge über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen, Beilagen oder Beihefter eines Werbetreibenden in einer Druckschrift oder Internetveröffentlichung zum Zweck der Verbreitung. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb von 12 Monaten seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb eines Jahres nach Vertragsschluß abgerufen und veröffentlicht wird.

2. Ein „Abschluß“ ist ein Vertrag über die Veröffentlichung mehrerer Anzeigen unter Beachtung der dem Werbungtreibenden gemäß Preisliste zu gewährenden Mengenrabatte, wobei die jeweiligen Veröffentlichungen ausschließlich auf Anweisung des Werbetreibenden erfolgen. Rabatte werden nicht gewährt für Unternehmen, deren Geschäftszweck unter anderem darin besteht, für verschiedene Werbetreibende Anzeigenaufträge zu erteilen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beanspruchen. AEProvisionen werden Firmen nicht gewährt, die ausschließlich zu Erlangung von Provison gegründet wurden (sog. Schubladen-Agenturen).

3. Grundlage des Auftrags ist die bei Auftragserteilung gültige, vom Verlag veröffentlichte Preisliste, nicht AGBs des Auftraggebers. Die in der Anzeigenpreisliste bezeichneten Nachlässe werden nur für die innerhalb von 12 Monaten erscheinenden Anzeigen eines Werbetreibenden gewährt. Die Frist beginnt mit Erscheinen der ersten Anzeige, wenn nicht bei Vertragsschluß ein anderer Beginn vereinbart wird. Der Werbetreibende hat rückwirkenden Anspruch auf einen, der tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb von 12 Monaten entsprechenden Nachlaß. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb des 12-Monatszeitraums auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.

4. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Auftraggeber 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 zurückzuvorgüten (Zurückzahlung zuviel gewährter Rabatte). Die Rückvergütung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.

5. Für die Aufnahme von Anzeigen in bestimmten Nummern, in bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Zeitschrift wird keine Gewähr geleistet – es sei denn, daß der Auftraggeber die Gültigkeit des Auftrages aus nachvollziehbaren Gründen von einem be-



stimmten Publikationstermin ausdrücklich davon abhängig gemacht hat und der Verlag dies schriftlich bestätigt hat.

6. Anzeigen, die auf Grund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht. Alle Titelanzeigen werden als solche ausgewiesen.

7. Der Verlag behält sich vor, Anzeigen, Beihefter, Beilagen und Internetwerbung – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – wegen des Inhalts oder der technischen Form nach einheitlichen Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Verlagsvertretungen aufgegeben werden. Beihefter und Beilagen sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters und deren Billigung bindend. Beihefter/Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteiles der Zeitschrift in redaktioneller Hinsicht erwecken oder Drittanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

8. Für die rechtzeitige Lieferung und die einwandfreie technische und inhaltliche Beschaffenheit geeigneter Druckunterlagen oder anderer Werbemittel ist allein der Auftraggeber verantwortlich. Liefert der Auftraggeber kein neues Anzeigenmotiv, wird verlagsseitig ein jüngeres Motiv des Kunden wiederholt. Bei der Anlieferung von digitalen Druckunterlagen ist der Auftraggeber verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder den technischen Vorgaben des Verlages entsprechende Vorlagen für Anzeigen rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern. Kosten des Verlages für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen. Vereinbart ist die den Medien des Verlages entsprechende übliche Beschaffenheit der Anzeigen oder anderer Werbemittel im Rahmen der durch die Anzeigenunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Es obliegt dem Auftraggeber, die Vorgaben des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von Druckunterlagen einzuholen.

9. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder unvollständigem Abdruck Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Fehler durch nicht mitgelieferte Beschnittmarken oder Kontrollstreifen, Satzfehler im gelieferten Anzeigenmaterial oder die Erwähnung abgelaufener Termine durch den Anzeigenhersteller ergeben keinen Erstattungsanspruch des Auftraggebers.

10. Der Verlag haftet für selbst oder von seinen leitenden Angestellten vorsätzlich oder grob fahrlässig verursachte Schäden bis zur Höhe des Anzeigenpreises. Jede weitere Haftung, insbesondere auch eine Haftung ohne Verschulden des Verlages ist ausgeschlossen. Reklamationen müssen unverzüglich nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

11. Probeabzüge werden nur bei Anzeigen, die der Verlag für den Kunden gestaltet hat, geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

12. Sind keine besonderen Vorgaben durch den Auftraggeber erteilt, so wird die Anzeige in der beim Verlag üblichen Form gesetzt und das entsprechende seitenanteilige Format zugrunde gelegt. Schwarzweißanzeigen aus Farbvorlagen werden nicht angenommen.

13. Stornierungen oder Rücktritte von Aufträgen sind nur bis zwei Tage vor dem offiziellen Anzeigenschlußtermin (Preisliste) möglich. Bei Überschreitung des Termins hat der Verlag vollen Anspruch auf Bezahlung der gebuchten Anzeigen. Hierbei gelten mündliche resp. unbestätigte Aufträge selbstredend auch als erteilte Aufträge.

14. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, erfolgt die Rechnungslegung bei Erscheinen der frühesten Form. Die Rechnung ist mit drei Wochen Ziel zu bezahlen, binnen 10 Tagen mit 2% Skonto. Bei unbekanntem Kunden behält sich der Verlag eine Vorauszahlung vor.

15. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden bankübliche Zinsen sowie Mahnkosten berechnet. Da eine Überziehung des Zahlungsziels vermeidbare Kosten für den Auftraggeber verursacht, sei auf die Skontozahlung hingewiesen. Der Verlag kann bei größerem Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung oder vereinbarten Teilzahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vergleichs- oder Insolvenzverfahren entfällt der Anspruch auf jegliche Rabatte aus dem ursprünglichen Auftragsauftrag. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offener Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

16. Der Verlag liefert bei Printzeitschriften mit Erscheinen oder mit der Rechnung einen Ganzbeleg, bei Online-Zeitschriften erhält der Kunde den kostenlosen Zugang zur Ausgabe. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine Kopie der Seite oder rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

17. Kosten für Digitalisierungen gelieferter Druckunterlagen hat der Auftraggeber zu übernehmen.

18. Ein Auflagenrückgang ist nur dann von Einfluß auf das Vertragsverhältnis, wenn die Höhe der Druckauflage vom Verlag schriftlich bestätigt und zugesichert wurde und diese um mehr als 20 Prozent gesunken ist. Darüber hinaus sind etwaige Preisminderungs- und Schadensersatzansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, daß dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.

19. Druckvorlagen werden an den Auftraggeber nur auf Anforderung oder entsprechenden Hinweis im Auftrag zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages, sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen worden ist.

20. Der Auftraggeber gewährleistet, daß er alle zur Schaltung der Anzeige erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen sowie der zugelieferten Werbemittel. Er stellt den Verlag im Rahmen des Auftrages 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 Print- und Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentlichen Zugänglichmachung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrages notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen.

21. Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, illegalem Arbeitskampf, rechtswidriger Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, all-gemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen – sowohl im Betrieb des Verlages als auch in fremden Betrieben, derer

sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient – hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn das Verlagsobjekt mit 80% der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verkauften oder auf andere Weise zugesicherten Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die garantierte verkaufte oder zugesicherte Auflage zur tatsächlichen ausgelieferten Auflage steht.

22. Die AGB gelten sinngemäß auch für Messekataloge, die Zeitschrift EXPOTIME! und RESTAURATORENBLÄTTER sowie Buchanzeigen.

23. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist München.

Stand 1.5.2014

Diese AGB haben Gültigkeit für die Anzeigenpreisliste 27/2023

# Eipper, P.-B. (Hg.): Handbuch der Oberflächenreinigung 7. Aufl.



DREI TEILE. Aktualisierte und erheblich erweiterte 7. Auflage, ca. 1.400 Seiten, 79 Beiträge, 7 Anhänge, ca. 80 Co-AutorInnen.

Auslieferung als ebook auf einem USB-Stick oder 3 CDs, lesbar auf PC und MAC,

186 € (inkl. 7% USt). ISBN 978-3-932704-92-5

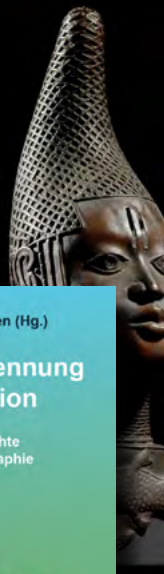
Die Auslieferung erfolgt standardmäßig auf USB-Stick, kann wunschweise aber auch auf 3 CDs erfolgen.

# ExpoTime!

The international magazine for museum professionals

Double issue  
Oct Nov 2022

78 pages  
104 links  
2 videos  
139 referred museums  
and institutions



# MUSEUM AKTUELL

Die aktuelle Fachzeitschrift für die deutschsprachige Museumswelt  
B11684 ISSN 1433-3848 Ausgabe Nr. 272



teubikrups.de

Gerhard Banik und Irene Brückle

## Papier und Wasser



Ein Lehrbuch für Restauratoren,  
Konservierungswissenschaftler  
und Papiermacher

Siegl  
München

Christian Müller-Straten (Hg.)

## Fälschungserkennung Fake detection

Begriffe | Geschichte  
Methoden | Bibliographie



2. Aufl. ISBN 978-3-932794-94-9  
Verlag Dr. C. Müller-Straten München

7. stark erweiterte und aktualisierte Auflage

Paul-Bernhard Eipper (Hg.)

## Handbuch der Oberflächenreinigung

Teil 1



Paul-Bernhard Eipper

## Durchsicht. Technologie und Konservierung von Kunstwerken

Flipbook, 614 A4-Seiten, 820 Abb.,  
1533 Links, Lesbar mit HTML5,  
Flipbook-Reader oder Flash auf  
Windows-PCs oder Power-Macs  
978-3-9327-0490-1

Verlag Dr. C. Müller-Straten  
München 2018



# The Fake-Blog ADDITIONAL CONTENT