

### FACHZEITSCHRIFT

- 1 Titel-Porträt
- P Preisliste
- 2 Auflagen- und Verbreitungs-Analyse
- F Formate und technische Angaben
- 3-E Empfänger-Struktur-Analyse

### WEBSITE

- 1 Porträt
- P Preise/Werbeformen
- N Nutzungsdaten
- F Formate und technische Angaben

### NEWSLETTER

- 1 Porträt
- P Preise/Werbeformen
- N Nutzungsdaten
- F Formate und technische Angaben

## Die Medienmarke

### Zielgruppe

Der „baustoffmarkt“ ist das Wirtschaftsmagazin für die Baustoffbranche und hat ein eigenständiges inhaltliches Profil mit einer klar definierten Zielgruppe. Er ist Informations-Mittler zwischen Industrie – und Handel und ist das Medium für Führungskräfte in der Baustoffbranche. Der „baustoffmarkt“ deckt diese Zielgruppe jeden Monat verlässlich und ohne Streuverlust nachhaltig und nahezu vollständig ab. Jede abonnierte Ausgabe wird laut aktueller Leserstrukturanalyse von 4 Mit-Lesern genutzt. Die Führungskräfte der Baustoffbranche kennen, lesen, nutzen und schätzen „ihr Branchenblatt“. Der „baustoffmarkt“ ist zugleich offizielles Organ des Bundesverbandes Deutscher Baustoff-Fachhandel.

### Crossmediales Angebot

„baustoffmarkt“, „baustoffpraxis“, [www.baustoffmarkt-online.de](http://www.baustoffmarkt-online.de)





1 Titel:	baustoffmarkt		10 Verlag:	GERT WOHLFARTH GmbH Verlag Fachtechnik + Mercator-Verlag Stresemannstr. 20-22, D-47051 Duisburg Telefon: 0203 30527-0 E-mail: info@wohlfarth.de www.baustoffmarkt-online.de	
2 Kurzcharakteristik:	Der „baustoffmarkt“ ist das Wirtschaftsmagazin für die Baustoffbranche und hat ein eigenständiges inhaltliches Profil mit einer klar definierten Zielgruppe. Er ist Informations-Mittler zwischen Industrie – und Handel und ist das Medium für Führungskräfte in der Baustoffbranche. Der „baustoffmarkt“ deckt diese Zielgruppe jeden Monat verlässlich und ohne Streuverlust nachhaltig und nahezu vollständig ab. Jede abonnierte Ausgabe wird laut aktueller Leserstrukturanalyse von 4 Mit-Lesern genutzt. Die Führungskräfte der Baustoffbranche kennen, lesen, nutzen und schätzen „ihr Branchenblatt“. Der „baustoffmarkt“ ist zugleich offizielles Organ des Bundesverbandes Deutscher Baustoff-Fachhandel.		11 Verleger:	Gert Wohlfarth	
3 Zielgruppe:	Haupt-Zielgruppe des Wirtschaftsmagazins „baustoffmarkt“ ist der Baustoff-Fachhandel (über 90% des Baustoff-Fachhandels ist über den Bundesverband Deutscher Baustoff-Fachhandel organisiert) inkl. seiner Einzelhandels-Standorte in Deutschland sowie im deutschsprachigen Ausland. Darüber hinaus der Fliesen- und Holzhandel, weitere Bau- und Heimwerkermärkte, Baustoffindustrie und Fachverbände.		12 Anzeigen:	Mechthild Kaiser, Anzeigenverkaufsleitung E-Mail: m.kaiser@wohlfarth.de Telefon: 0203 30527-39	
4 Erscheinungsweise:	monatlich, jeweils zum 15. des Monats		13 Redaktion:	Uwe Hennig M.A., Chefredakteur E-Mail: u.hennig@wohlfarth.de Claudia Schröer, Redaktionsassistentin E-Mail: c.schroerer@wohlfarth.de Telefon: 0203 30527-26 Dipl.-Betriebsw. Wolfgang Metzmacher, Chef vom Dienst E-Mail: w.metzmacher@wohlfarth.de Thorsten Schmidt, Wirtschaft + Bau, Industrie E-Mail: t.schmidt@wohlfarth.de Roland Grimm, Fachhandel E-Mail: r.grimm@wohlfarth.de Ralf Schanze, Keramikmarkt E-Mail: r.schanze@wohlfarth.de	
5 Heftformat:	DIN A4		14 Umfangs-Analyse 2010 = 12 Ausgaben		
6 Jahrgang:	44. Jahrgang 2012		Gesamtumfang:	1.124 Seiten = 100,00 %	
7 Bezugspreis:	Jahresabonnement (kombiniert) „baustoffmarkt/baustoffpraxis“ € 140,40 Inland zzgl. MwSt., inkl. Versandkosten Ausland zzgl. Versandkosten und MwSt. Einzelverkaufspreis „baustoffmarkt“ € 8,65 Einzelverkaufspreis „baustoffpraxis“ € 3,70		Redaktionsteil	699 Seiten = 62,16 %	
8 Organ:	Offizielles Organ des Bundesverband Deutscher Baustoff-Fachhandel e.V.		Anzeigenteil	425 Seiten = 37,84 %	
9 Mitgliedschaft/ Teilnahme:	IVW		davon:		
			Stellen- und Gelegenheitsanzeigen	22 Seiten = 5,22 %	
			Beikleber	32 Seiten = 7,52 %	
			Eigenanzeigen	44 Seiten = 10,34 %	
			Beilagen	31 Stück	
			15 Inhalts-Analyse des Redaktionsteils	699 Seiten = 100,0%	
			Wirtschaft	53 Seiten = 7,58 %	
			Industrie	166 Seiten = 23,66 %	
			Handel	350 Seiten = 50,09 %	
			Betriebspraxis	10 Seiten = 1,39 %	
			Sonstiges	120 Seiten = 17,24 %	



1 Anzeigenpreise und Formate (Preise in Euro, Zuschläge nicht rabattierbar)

Format	Satzspiegel-Formate Breite x Höhe in mm	Anschnitt-Formate Breite x Höhe in mm*	Grund- preise s/w	Zuschlag 2c	Preise 2-farbig	Zuschlag 3c	Preise 3-farbig	Zuschlag 4c	Preise 4-farbig
2/1 S.	398 x 259	420 x 297	5.080,-	590,-	6.260,-	590,-	7.440,-	590,-	8.620,-
1/1 S.	180 x 259	210 x 297	2.540,-	590,-	3.130,-	590,-	3.720,-	590,-	4.310,-
3/4 S. hoch quer	134 x 259 180 x 192		2.040,-	590,-	2.630,-	590,-	3.220,-	590,-	3.810,-
2/3 S. hoch quer	118 x 259 180 x 167		1.730,-	590,-	2.320,-	590,-	2.910,-	590,-	3.500,-
1/2 S. hoch quer	88 x 259 180 x 127	102 x 297 210 x 147	1.320,-	590,-	1.910,-	590,-	2.500,-	590,-	3.090,-
1/3 S. hoch quer	56 x 259 180 x 83	71 x 297 210 x 103	930,-	472,-	1.402,-	472,-	1.874,-	472,-	2.346,-
1/4 S. 2spaltig hoch quer	88 x 127 42 x 259 180 x 61	102 x 147 210 x 81	690,-	413,-	1.103,-	413,-	1.516,-	413,-	1.929,-
1/8 S. 2spaltig hoch quer	88 x 61 42 x 127 180 x 28		410,-	354,-	764,-	354,-	1.118,-	354,-	1.472,-
1/16 S. hoch quer	42 x 61 88 x 28		240,-	295,-	535,-	295,-	830,-	295,-	1.125,-
Titelseite nur 4-farbig Achtung: Platz für Chesire beachten!		210 x 235	4.480,-	590,-	–	590,-	–	590,-	6.250,-
2., 3. 4. Umschlagseite Platzierung gegenüber Aufmacherseiten „Branchen- News“, „Inhalt“, „Fachhandel“, „Industrie“, „Baumärkte“ und „Keramikmarkt“	180 x 259	210 x 297	2.990,-	590,-	3.580,-	590,-	4.170,-	590,-	4.760,-

\* zzgl. 4 mm Beschnitt



## 2 Zuschläge Platzierung

bindende Platzierungen (ab 1/4 S.) mit 20% Zuschlag auf den entsprechenden s/w-Grundpreis (nicht rabattierbar)

## Farbe

Farbe wird über Farbzuschlag berechnet, der nicht rabattierbar ist.  
Farben nach Euroskala je Farbe 590,- € (4c 1.770,- €)  
Zuschlag für Sonderfarben je Farbe 760,- €  
Metall- und Leuchtfarben auf Anfrage.

## Format

für Anzeigen über Satzspiegel wird kein Anschnittzuschlag erhoben

## 3 Rabatte:

Malstaffel		Mengenstaffel	
4 Anzeigen	5 %	3 Seiten	5 %
8 Anzeigen	10 %	6 Seiten	10 %
12 Anzeigen	15 %	12 Seiten	15 %
24 Anzeigen	20 %	24 Seiten	20 %

Bei Abnahme innerhalb 12 Monaten

Anzeigen in allen Zeitschriften des Verlages werden zusammen rabattiert.

Fachzeitschriften: „baustoffmarkt“, „baustoffpraxis“, „schloss+beschlag-markt“, „baulement+technik“.  
Kundenzeitschriften: „Lebensräume“, „Lebensräume-Fliesen“, „sicherheitsmagazin“

## 4 Rubriken:

Stellenangebote 2,20 € pro mm, 1-spaltig, 42 mm breit, Chiffregebühr inkl. Offertenporto 7,- €  
Stellenanzeigen werden zusätzlich 4 Wochen kostenlos unter [www.baustoffmarkt-online.de](http://www.baustoffmarkt-online.de) Rubrik „Stellenmarkt“ veröffentlicht.

„Wichtige Internetadressen“ 4,20 € pro mm, 1-spaltig, 42 mm breit (Anzeige wird in „baustoffmarkt“ und „baustoffpraxis“ veröffentlicht)

## 5 Sonderwerbformen:

Beikleber rabattierbar

	nach Papiergewicht	
	bis 150 g/m <sup>2</sup>	135-180 g/m <sup>2</sup>
2 Seiten	€ 3.900,-	€ 4.760,-
4 Seiten	€ 6.250,-	€ 7.260,-

## Beilagen

Preise je 1.000 St., inkl. Portokostenanteil

Gewicht	Preis/oo	Gewicht	Preis/oo
bis 25g	€ 450,-	bis 40g	€ 624,-
bis 30g	€ 500,-	bis 45g	€ 685,-
bis 35g	€ 564,-	bis 50g	€ 754,-

Teilbeilagenzuschuss: 20% auf den Beilagenpreis.

## 6 Kontakt:

Beratung, Buchung:  
Mechthild Kaiser, Anzeigenverkaufsleitung  
E-Mail: [m.kaiser@wohlfarth.de](mailto:m.kaiser@wohlfarth.de)  
Telefon: 0203 30527-39

Datenlieferung, Rechnungen, Belege:  
Wilma Ansberg, Auftragsabwicklung  
E-Mail: [w.ansberg@wohlfarth.de](mailto:w.ansberg@wohlfarth.de)  
Telefon: 0203 30527-32, Fax 0203 30527-820

## 7 Zahlungs- bedingungen:

innerhalb von 30 Tagen rein netto. Bei Zahlung innerhalb von 8 Tagen oder bei Vorauszahlung 2 % Skonto.  
Auslandsaufträge werden nur gegen Vorauszahlung abgewickelt. Bei Zahlungsverzug werden Verzugszinsen berechnet.

USt.-IdNr.: DE 119552731  
St.-Nr.: 10958340570

## Bankverbindungen:

Postbank Essen: (BLZ 36010043) Konto-Nr. 14137-435  
National- Bank: (BLZ 360 200 30) Konto-Nr. 5 433 959  
IBAN: DE 12360200300005433959  
BIC: NBAG DE 3 E  
Swift-Adresse: NBAG DE 3E

## 8 Termine

Erscheinungsweise:	monatlich, 12 Ausgaben
Erscheinungstermin:	15. des Monats
Anzeigenschluss:	20. des Vormonats
Druckunterlagenchluss:	30. des Vormonats
Themenplan:	kein Themenplan – aktuelle Redaktion

1 Auflagenkontrolle: 

2 Auflagen-Analyse: Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt  
(1. Juli 2010 bis 30. Juni 2011)

Druckauflage	4.874		
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):	4.821	davon Ausland:	168
Verkaufte Auflage:	4.393	davon Ausland:	158
Abonnierte Exemplare:	4.260		
Einzelverkauf:	–		
Sonstiger Verkauf:	133		
Freistücke:	428		
Rest-, Beleg- und Archivexemplare:	53		

3 Geografische Verbreitungs-Analyse:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	96,52	4.653
Ausland	3,48	168
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	4.821

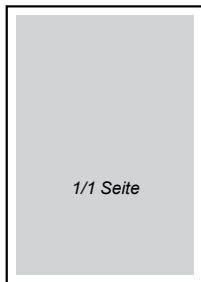
3.1 Verbreitung nach Postleitzonen:

PLZ	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Nielsen 1 HH, Bremen, NS, SH	19,36	901
Nielsen 2 NRW	23,90	1.112
Nielsen 3a Hessen, Rh.-Pfalz, Saarland	15,09	702
Nielsen 3b BW	12,96	603
Nielsen 4 Bayern	16,08	748
Nielsen 5+6 Berlin, MVP, Brandenb., Sachsen-Anh.	7,35	342
Nielsen 7 Thüringen, Sachsen	5,27	245
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA) Inland	100,00	4.653



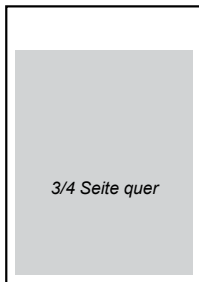
- 1 Zeitschriftenformat: 210 mm breit x 297 mm hoch, DIN A4  
unbeschnitten: 217 mm breit x 305 mm hoch
- Satzspiegel: 180 mm breit x 259 mm hoch  
3 Spalten à 56 mm Breite  
4 Spalten à 42 mm Breite
- 2 Druck- und Bindeverfahren: Offsetdruck, Klebebindung
- 3 Datenübermittlung: Wilma Ansberg  
E-Mail: [w.ansberg@wohlfarth.de](mailto:w.ansberg@wohlfarth.de)  
Telefon: 0203 30527-32
- 4 Datenformate: Wir empfehlen die Anlieferung von PDF/X-3 Daten.  
Offene Daten (Quark XPress) sind zu vermeiden.  
Mindestens muss die Datei druckfähig sein, d.h. alle verwendeten Schriften sind einzubetten, Halbtonbilder benötigen eine Auflösung von 300 dpi, Strichbilder mindestens 600 dpi.
- 5 Farben: Druckfarben (CMYK) nach ISO 12647-2 (PSO), Sonderfarben sind in Absprache möglich. Zur Konvertierung und Kontrolle des Farbraums (ICColor Management) wird speziell auf die Standard-Offsetprofile der ECI verwiesen (kostenloser Bezug des Pakets „ECI\_Offset\_2009“ bei [www.eci.org](http://www.eci.org)).
- 6 Proof: Farbverbindliches Proof nach „Medienstandard Druck“ (bvdn). Digital erstellte Prüfdrucke müssen zur Kontrolle der Farbverbindlichkeit den FORGA Medienkeil enthalten (kostenpflichtig zu beziehen bei [www.forgra.org](http://www.forgra.org)). Andrucke müssen einen offiziellen Druckkontrollstreifen aufweisen.
- 7 Datenarchivierung: Daten werden archiviert, unveränderte Wiederholungen sind deshalb in der Regel möglich. Eine Datengarantie wird jedoch nicht übernommen.
- 8 Gewährleistung: Bei Anlieferung von unvollständigen oder abweichenden Daten (Texte ,Farben, Satzspiegel: Abbildungen) übernehmen wir keine Haftung für das Druckergebnis.  
Fehlbelichtungen aufgrund von unvollständigen oder fehlerhaften Dateien, falschen Einstellungen oder unvollständigen Angaben werden berechnet.  
Dies gilt auch für zusätzliche Satz- oder Reproarbeiten sowie für die Erstellung fehlerhafter Proofs.
- 9 Kontakt: Mechthild Kaiser, Anzeigenverkaufsleitung  
E-Mail: [m.kaiser@wohlfarth.de](mailto:m.kaiser@wohlfarth.de)  
Telefon: 0203 30527-39

## Anzeigenformate



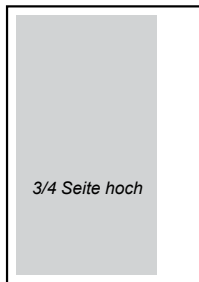
1/1 Seite

Satzspiegel:  
B x H: 180 mm x 259 mm  
Anschnittformat:  
B x H: 210 mm x 297 mm



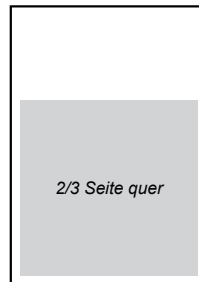
3/4 Seite quer

Satzspiegel:  
B x H: 180 mm x 192 mm  
Anschnittformat:  
B x H: 210 mm x 212 mm



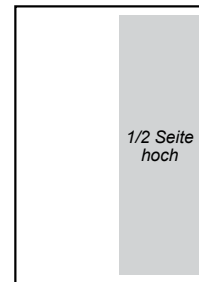
3/4 Seite hoch

Satzspiegel:  
B x H: 134 mm x 259 mm  
Anschnittformat:  
B x H: 149 mm x 297 mm



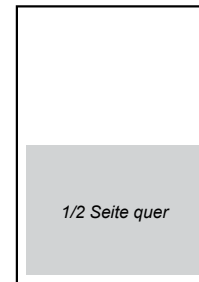
2/3 Seite quer

Satzspiegel:  
B x H: 180 mm x 167 mm  
Anschnittformat:  
B x H: 210 mm x 187 mm



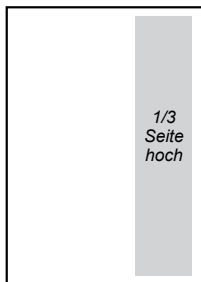
1/2 Seite  
hoch

Satzspiegel:  
B x H: 88 mm x 259 mm  
Anschnittformat:  
B x H: 102 mm x 297 mm



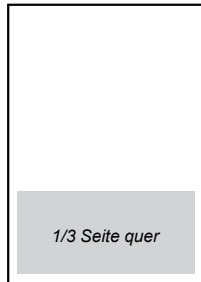
1/2 Seite quer

Satzspiegel:  
B x H: 180 mm x 127 mm  
Anschnittformat:  
B x H: 210 mm x 147 mm



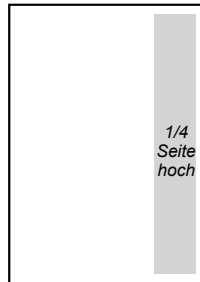
1/3  
Seite  
hoch

Satzspiegel:  
B x H: 56 mm x 259 mm  
Anschnittformat:  
B x H: 71 mm x 297 mm



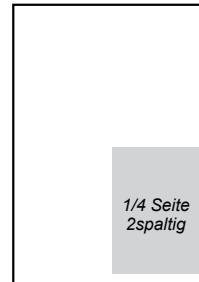
1/3 Seite quer

Satzspiegel:  
B x H: 180 mm x 83 mm  
Anschnittformat:  
B x H: 210 mm x 103 mm



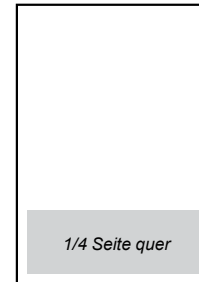
1/4  
Seite  
hoch

Satzspiegel:  
B x H: 42 mm x 259 mm  
Anschnittformat:  
B x H: 57 mm x 297 mm



1/4 Seite  
2spaltig

Satzspiegel:  
B x H: 86 mm x 127 mm  
Anschnittformat:  
B x H: 105 mm x 150 mm



1/4 Seite quer

Satzspiegel:  
B x H: 180 mm x 61 mm  
Anschnittformat:  
B x H: 210 mm x 81 mm

**Anzeigenformate im Anschnitt: alle Formate zzgl. 4 mm Beschnittzugabe an allen Seiten.**



- Beilagen:** Bedingung für die Auftragsannahme und -bestätigung durch den Verlag ist die Vorlage eines verbindlichen Musters, notfalls eines Blindmusters mit Größen- und Gewichtsangabe. Beilagen dürfen nur für das Verkaufsprogramm eines Werbungtreibenden werben. Sie müssen so gestaltet sein, dass sie mit dem Textteil der Zeitschrift nicht verwechselt werden können. Die Platzierung erfolgt den technischen Möglichkeiten entsprechend.
- Benötigte Auflage:** 5.100 Exemplare
- Anliefertermin:** Bis zum 30. des Vormonats
- Format:** Maximal 205 mm breit x 295 mm hoch
- Versandanschrift:** D+ L Reichenberg, Schlavenhorst 10, 46395 Bocholt,  
**Liefervermerk:** Für „baustoffmarkt“, Ausgabe XX  
Euro-Palettenmaß: 80 x 120 cm (Höhe max. 110 cm)
- Technische Angaben:** Beilagen werden lose eingelegt. Sie müssen auseinem Stück bestehen und so beschaffen sein, dass eine zusätzliche Verarbeitung entfällt. Erschwernisse bei der Verarbeitung und zusätzliche Arbeiten (z.B. Falzen) werden gesondert in Rechnung gestellt. Beilagen, die auf einem anderen Werkstoff als Papier gedruckt sind, können nur nach Vorlage eines verbindlichen Musters zur Prüfung der Möglichkeiten von Verarbeitung und Versand angenommen werden. Sofern die Beilage aus mehreren Blättern besteht, muss sie zum Bund, also in Einsteckrichtung, geschlossen sein.

**Aufgeklebte Werbemittel:**

Versandanschrift  
für aufgeklebte  
Werbemittel:

**Aufgeklebte Postkarten** auf Beiheftern oder Anzeigen werden wie folgt berechnet: 450 € pro Tausend inkl. Portokostenanteil: - Maschinelles Aufkleben ist bei paralleler Klebekante zum Bund und mind. 1 cm bis max. 7 cm Entfernung vom Bund in variabler Höhe möglich.

**Weitere Werbemittel** (Warenmuster, CD/DVD etc.) werden als Beilage berechnet. Aufkleben ist bei paralleler Klebekante zum Bund und mind. 2 cm bis max. 7 cm Entfernung vom Bund in variabler Höhe möglich.

**Benötigte Auflage:** 5.100 Exemplare

D+ L Reichenberg, Schlavenhorst 10, 46395 Bocholt,  
**Liefervermerk:** Für „baustoffmarkt“, Ausgabe XX



**Beikleber:** Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist ein verbindliches Muster, notfalls ein Blindmuster mit Größen- und Gewichtsangabe vorzulegen. Beikleber müssen so gestaltet werden, dass sie als Werbung erkennbar sind, nicht mit dem Redaktionsteil verwechselt werden können und dürfen nur für das Verkaufsprogramm eines Werbungstreibenden werben. Die Platzierung von Beiklebern ist abhängig von den technischen Möglichkeiten. Beikleber, die auf einem anderen Werkstoff als Papier gedruckt sind, können nur nach vorheriger, vom Verlag einzuholender Zustimmung der Post angenommen werden.

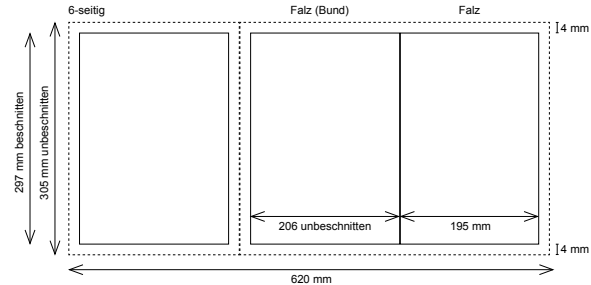
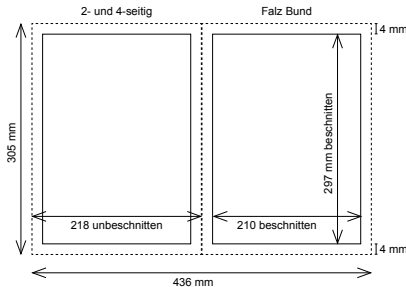
**Formate:**

unbeschnitten in mm	Breite x Höhe
1 Blatt (= 2 Seiten)	218 x 305
2 Blatt (= 4 Seiten)	436 x 305
3 Blatt (= 6 Seiten)	620 x 305
4 Blatt (= 8 Seiten)	= 2 x 2 Blatt

**Benötigte Menge:** 5.100 Exemplare

**Technische Angaben:** Beikleber sind unbeschnitten anzuliefern. Mehrblättrige Beikleber müssen entsprechend gefalzt angeliefert werden. Die Vorderseite des Beiklebers ist zu kennzeichnen. In der Art und Ausführung müssen Beikleber so beschaffen sein, dass eine zusätzliche Aufbereitung und Bearbeitung nicht erforderlich ist. Erschwernisse und zusätzliche Falz- und Klebearbeiten werden gesondert in Rechnung gestellt. Bei mehrblättrigen Beikleber muss der Beikleber zum Bund also in Einsteckrichtung geschlossen sein. In allen anderen Fällen muss ein Erschwerniszuschlag berechnet werden.

**Versandanschrift:** D+ L Reichenberg, Schlavenhorst 10, 46395 Bocholt, Liefervermerk: Für „baustoffmarkt“, Ausgabe XX Euro-Palettenmaß: 80 x 120 cm (Höhe max. 110 cm)



## 1.1 Branchen/Wirtschaftszweige

Klasse/ Unterklasse	Empfängergruppen (lt. Klassifikation der Wirtschaftszweige)	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
		%	Exemplare
46.73 47.5 47.52	Handel	54,66	2.635
20 22 23 25	Industrie	36,09	1.740
46 70 73.11 82.3 94	Sonstige	9,25	446
	Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	4.821

### Kurzfassung der Erhebungsmethode

#### 1. Untersuchungsmethode

Verbreitungs-Analyse durch Dateiauswertung - Total-Erhebung

#### 2. Beschreibung der Empfängerschaft zum Zeitpunkt der Datenerhebung:

##### 2.1 Beschaffenheit der Datei

In der Empfängerdatei sind die Anschriften aller Empfänger erfasst.  
Aufgrund der postalischen Angaben kann die Datei nach Postleitzahlen  
bzw. nach Inlands- und Auslandsempfängern sortiert werden.

2.2 Gesamtzahl der Empfänger in der Datei 6.120

2.3 Gesamtzahl der wechselnden Empfänger 1.977  
(Wechsel nach jeder dritte Ausgabe)

##### 2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

– Verkaufte Auflage 4.393  
davon: abonnierte Exemplare 4.260  
Einzelverkauf 0  
sonstiger Verkauf 133

– Freistücke 428  
davon: ständige Freistücke 41  
wechselnde Freistücke 310  
Werbeexemplare 77

Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA) 4.821  
davon: Inland 4.653  
davon: Ausland 168

#### 3. Beschreibung der Untersuchung:

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):  
Grundgesamtheit (tvA) 4.821 100%  
Die Untersuchung repräsentiert von der  
Grundgesamtheit (tvA) 4.821 100%

3.2 Tag der Auswertung: 19. August 2011

##### 3.3 Beschreibung der Datenbasis

Die Auswertung basiert auf der Gesamtdatei. Die ermittelten Anteile für die  
Verbreitungsgebiete wurde auf die tatsächlich verbreitete Auflage im  
Jahresdurchschnitt gemäß AMF-Ziffer 17 projiziert.

3.4 Zielperson der Untersuchung: entfällt

3.5 Definition des Lesers: entfällt

3.6 Zeitraum der Untersuchung: August 2011

3.7 Durchführung der Untersuchung: Verlag

## Kurzfassung der Erhebungsmethode zur Empfänger-Struktur-Analyse (AMF-Schema 3-E)

### 1. Untersuchungsmethode

Leser-Struktur-Analyse durch telefonische Erhebung – Stichprobenerhebung (keine Wechselsversand)

### 2. Beschreibung der Empfängerschaft zum Zeitpunkt der Datenerhebung:

#### 2.1 Beschaffenheit der Datei

In der Empfängerdatei sind die Anschriften aller Empfänger erfasst. Aufgrund der postalischen Angaben kann die Datei nach Postleitzahlen bzw. nach Inlands- und Auslandsempfängern sowie nach Vertriebsformen sortiert werden. Paketversand-Adressen (mehrere Hefte an eine identische Adresse) wurden entsprechend der gelieferten Heftmenge dupliziert, um diese Adressen proportional in der Stichprobe abbilden und auf die Heft-Auflage/Heft-Empfänger hochrechnen zu können.

2.2 Gesamtzahl der Empfänger in der Datei 5.094\*

2.3 Gesamtzahl der wechselnden Empfänger 0  
kein Wechselsversand

#### 2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

– Verkaufte Auflage		5.036
davon: abonnierte Exemplare	4.936	
Einzelverkauf	0	
sonstiger Verkauf	100	
– Freistücke		623*
davon: ständige Freistücke	0	
wechselnde Freistücke	0	
Werbeexemplare	58	
ausgelegte Exemplare	0	
*(Rest-, Archiv- und Belegexemplare werden dem Verlag der IVW als Freistücke gemeldet)	565*	
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)		5.659
davon: Inland	5.432	
davon: Ausland		
(deutschsprachiges Ausland + Rest-Ausland)	227	

### 3. Beschreibung der Untersuchung:

#### 3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA) 5.094\*=100,0%

Davon in der Untersuchung nicht erfasst:	337 =	6,6%
– nicht deutschsprachiges Ausland (in Österreich & Schweiz wurden Interviews durchgeführt)	108	
– Buchhandel, Bibliotheken, Verlage, Agenturen, Berater	218	
– Freiliste des Wohlfarth-Verlags (Redakteure etc.)	11	
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tatsächlich verbreitete Auflage)	4.757 =	93,4%

\* = ohne Rest-, Archiv- und Belegexemplare

#### 3.2 Tag der Stichproben-Ziehung: 06. Juli 2006

#### 3.3 Beschreibung der Stichproben

Random-Auswahl mittels elektronischem Zufallsgenerator (SPSS)  
Im folgenden wird die Gesamt-Stichprobe dokumentiert.

Ausgangs-Stichprobe **369 Fälle = 100,0%**

Adressbezogene Ausfälle:	21 Fälle =	5,7%
– Empfänger bzw. Leser nicht ermittelbar	6 Fälle	
– Adresse bzw. Tel.-Nr. nicht auffindbar / kein Anschluss	11 Fälle	
– Firma existiert nicht mehr / Insolvenz	2 Fälle	
– Zielperson nicht mehr aktiv im Betrieb / Rentner	1 Fall	
– Zielperson behauptet bereits interviewt worden zu sein (Paketversand / Mehrfachbelieferung)	1 Fall	

Brutto-Stichprobe **348 Fälle = 100,0%**

Ausfälle:	97 Fälle =	27,9%
– Interview verweigert / keine Zeit / keine Lust / darf nicht teilnehmen (firmeninterne Regelung)	40 Fälle	
– Krankheit, Urlaub, nur Anrufbeantworter, Zielperson während Feldzeit nicht erreichbar	57 Fälle	

Netto-Stichprobe (auswertbare Fälle): **251 Fälle = 72,1%**

#### 3.4 Zielperson der Untersuchung: Erstempfänger

3.5 Definition des Lesers: Leser im weitesten Leserkreis (mind. 1 von 12 Ausgaben im Jahr)

3.6 Zeitraum der Untersuchung: Telefonische Interviews vom 06. Juli bis 17. August 2006

3.7 Durchführung der Untersuchung: teleResearch GmbH – Institut für Marktforschung, Mannheim

Diese Untersuchung entspricht in der Anlage, Durchführung und Berichterstattung dem ZAW-Rahmenschema für Werbeträger-Analysen in der aktuellen Fassung.

## 1.1 Branchen/Wirtschaftszweige/Unternehmenstypen

Abteilung	Klasse Unterklassen	Empfängergruppen (lt. Klassifikation der Wirtschaftszweige)	Anteil der ermittelten Leser (WLK)	
			%	Projektion (circa)
DC/DI	20 / 26 / 28	Baustoffindustrie, Hersteller	41	2.320
OA	90 / 91	Behörde, Verband Institut	2	130
GA	51 / 52	Großhandel / Einzelhandel	52	2.930
	51.53.1	Baustoffhandel	46	2.640
	52.43.3	Baumarkt / Bau- und Heimwerkermarkt	2	110
	51.47.6 / 52.48.1	Fliesenfachhandel	2	130
	51.53.4	Bedachungshandel	1	50
	51.70.2 / 515.70.3 / 52.48.9	Sonstiger Groß- und Einzelhandel	1	50
		Andere Branchen	4	220
Rundungsdifferenz			1	9
Tatsächlich verbreitete Auflage			100	5.659

## 1.2 Größe der Wirtschaftseinheit

	Anteil der ermittelten Leser (WLK)	
	%	Projektion (circa)
1 - 3 Beschäftige	12	670
4 - 10 Beschäftige	12	650
11 - 20 Beschäftige	11	600
21 - 50 Beschäftige	26	1.450
51 - 100 Beschäftige	20	1.150
101 - 200 Beschäftige	8	470
201 - 300 Beschäftige	2	130
mehr als 300 Beschäftige	8	450
Mitarbeiterzahl nicht bekannt	2	90
Rundungsdifferenz	- 1	- 1
Tatsächlich verbreitete Auflage	100	5.659

## 2.1 Tätigkeitsmerkmale

### 2.1.1 Aufgabenbereich

	Anteil der ermittelten Leser (WLK)	
	%	Projektion (circa)
Management/Unternehmensführung	52	2.960
Einkauf/ Materialbeschaffung	44	2.460
Lieferantenauswahl	48	3.750
Beratung	67	1.623
Vertrieb/Verkauf	73	4.090
nicht in einem Unternehmen tätig/ Student/Rentner	0	20
Sonstige: davon „Marketing/PR/Werbung/ Produktionsmanagement“	10	580
Sonstige: Rest	6	360
Mehrfachnennungen		
tatsächlich verbreitete Auflage	100	5.659

### 2.1.2 Position im Betrieb

	Anteil der ermittelten Leser (WLK)	
	%	Projektion (circa)
Vorstand/Geschäftsführer/Inhaber/Mitinhaber	33	1.930
mitarbeitendes Familienmitglied	2	90
Filialleiter/Niederlassungsleiter	14	800
Abteilungsleiter	24	1.360
Sachbearbeiter/Verkäufer	7	400
Außendienstmitarbeiter	10	540
nicht in einem Unternehmen tätig/ Student/Renter	0	20
Sonstige: davon „Prokurist“	3	180
Sonstige: davon „Mitarbeiter im Marketing“	3	180
Sonstige: Rest	2	110
Position nicht bekannt	1	50
Rundungsdifferenz	1	- 1
tatsächlich verbreitete Auflage	100	5.659

## 2.2 Sozio-demografie

### 2.2.1 Bildung/Ausbildung

nicht erhoben

### 2.2.3 Alter

nicht erhoben



- 1 Web-Adresse: <http://www.baustoffmarkt-online.de>
- 2 Kurzcharakteristik: Aktuelles Nachrichtenportal für die Unternehmensleiter und Führungskräfte der Baustoff-Branche mit einem umfangreichen Internetangebot der B2B-Kommunikation.  
Täglich aktuelle Nachrichten und Hintergrundberichte aus der Branche; Produktneuheiten und Stellenmarkt. 2 x wöchentlicher Newsletter an ca. 6.900 Abonnenten mit branchenspezifischen Meldungen, Fakten und Hintergründen
- 3 Zielgruppe: Geschäftsführer, Unternehmensvorstände, Einkäufer und Führungskräfte im Baustoff-Fachhandel, der Industrie, des Fliesen- und Holzhandels sowie der Bau- und Heimwerkermärkte
- 4 Verlag: GERT WOHLFARTH GmbH  
Verlag Fachtechnik + Mercator-Verlag  
Stresemannstr. 20-22  
D-47051 Duisburg  
Telefon: 0203 30527-0  
[www.baustoffmarkt-online.de](http://www.baustoffmarkt-online.de)  
[info@wohlfarth.de](mailto:info@wohlfarth.de)

Ansprechpartner  
Redaktion: Dipl. Betriebsw. Wolfgang Metzmacher,  
Chef vom Dienst  
E-Mail: [w.metzmacher@wohlfarth.de](mailto:w.metzmacher@wohlfarth.de)  
Telefon: 0203 30527-25

Ansprechpartner  
Online-Werbung: Christof Arnold  
E-Mail: [c.arnold@wohlfarth.de](mailto:c.arnold@wohlfarth.de)  
Telefon: 0203 30527-34





**1 Preise und Werbeformen** (Preise in Euro, zzgl. der gesetzlichen MwSt.) \*Bannerplätze werden evtl. mehrfach belegt. Motive erscheinen im Wechsel!

Werbeform	Platzierung	Format/Größe in Pixel	Datenvolumen bis	Preis in € (pro Monat)
<b>Banner Standard*</b>	<b>Startseite</b>	234 x 60	30 KB	650,00
XL*		468 x 60	30 KB	850,00
XXL*		702 x 60	30 KB	1.050,00
Skyscraper*		120 x 300	30 KB	650,00
Skyscraper XXL*		120 x 600	40 KB	850,00
<b>Banner Standard*</b>	<b>Aktuell</b>	234 x 60	30 KB	550,00
XL*		468 x 60	30 KB	770,00
XXL*		702 x 60	30 KB	990,00
Skyscraper*		120 x 300	30 KB	550,00
Skyscraper XXL*		120 x 600	40 KB	770,00



**1 Preise und Werbeformen** (Preise in Euro, zzgl. der gesetzlichen MwSt.) \*Bannerplätze werden evtl. mehrfach belegt. Motive erscheinen im Wechsel!

Werbeform	Platzierung	Format/Größe in Pixel	Datenvolumen bis	Preis in € (pro Monat)
<b>Banner Standard*</b>	<b>Produkt-Neuheiten, Verlagsprogramm, Stellenmarkt, AboPlus, Service</b>	234 x 60	30 KB	370,00
XL*		468 x 60	30 KB	550,00
XXL*		702 x 60	30 KB	730,00
Skyscraper*		120 x 300	30 KB	370,00
Skyscraper XXL*		120 x 600	40 KB	550,00
Content-Banner*	<b>Im News-Bereich zwischen zwei Meldungen</b>	468 x 60	30 KB	850,00
Bottom-Banner*	<b>Am Schluss der News-Seite</b>	468 x 60	30 KB	850,00
Login-Banner	<b>Großes Banner im Sichtbereich beim Login und Logout AboPlus</b>	300 x 250	40 KB	650,00
<b>Video</b>	<b>Homepage, Aktuell, Verlagsprogramm, AboPlus, Service im flv-Format</b>	individuell nach Absprache	–	1.200,00
<b>Produktneuheiten</b>	<b>Eigene Rubrik im Bereich Aktuell</b>	Produktvorstellung: Firmen-Logo, Text und Produkt-Bild Buchung für einen Monat <b>inkl.</b> 11-monatiger Verfügbarkeit im Produkt-Archiv der Website!	–	150,00 (in Verbindung mit einer Buchung „Industrieschaukasten“ in „baustoffpraxis“ beträgt der Preis 90,00)



**1 Preise und Werbeformen** (Preise in Euro, zzgl. der gesetzlichen MwSt.) \*Bannerplätze werden evtl. mehrfach belegt. Motive erscheinen im Wechsel!

Werbeform	Platzierung	Format/Größe in Pixel	Datenvolumen bis	Preis in € (pro Monat)
<b>Stellengesuch (privat)</b>	<b>Stellenmarkt</b> (nicht rabattfähig)	Bis zu 300 Zeichen (inkl. Leerzeichen) für jede weiteren 50 Zeichen berechnen wir zusätzlich 5,00 €	–	30,00 € (pro Woche)
<b>Stellenangebot (geschäftlich)</b>	<b>Stellenmarkt</b> (nicht rabattfähig)	Inkl. Firmenlogo! Bis zu 1.500 Zeichen (inkl. Leerzeichen) für jede weiteren 100 Zeichen berechnen wir zusätzlich 5,00 €	–	90,00 (pro Woche)
<b>Chiffre-Gebühr</b>				7,00

2 Rabatte ab 6 Monaten 10 %  
ab 12 Monaten 20 %

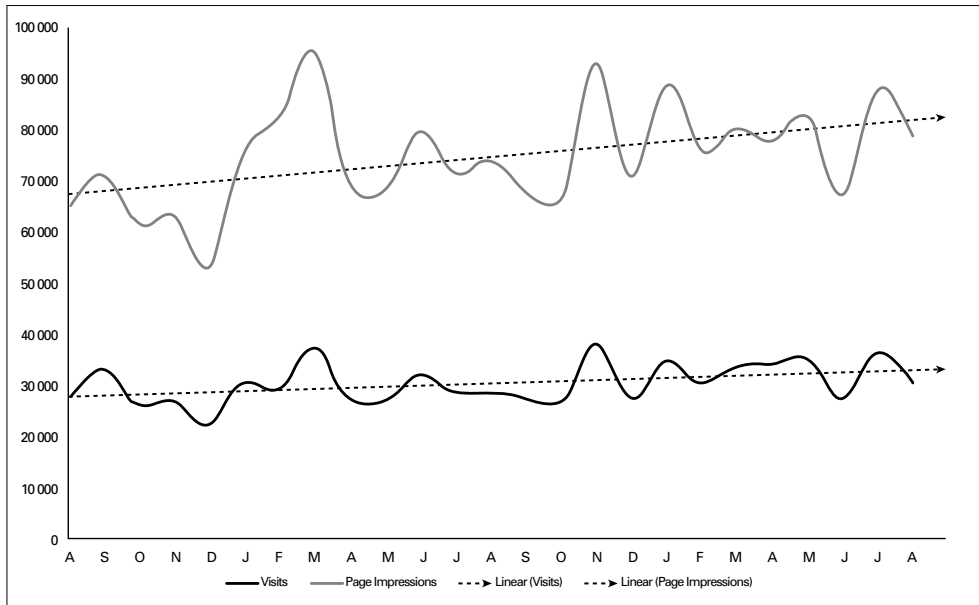
3 Rubriken: Startseite  
Aktuell  
Produkt-Neuheiten  
Verlagsprogramm  
Stellenmarkt  
AboPlus  
Service

4 Sonderthemen: Messespecials  
Messewegweiser

5 Zahlungsbedingungen: innerhalb von 30 Tagen rein netto. Bei Zahlung innerhalb von 8 Tagen oder bei Vorauszahlung 2 % Skonto. Auslandsaufträge werden nur gegen Vorauszahlung abgewickelt.  
Bei Zahlungsverzug werden Verzugszinsen berechnet.  
USt.-IdNr.: DE 119552731  
St.-Nr.: 10958340570

Bankverbindung: Postbank Essen: (BLZ 360 100 43)  
Konto-Nr. 14137-435,  
National-Bank: (BLZ 360 200 30)  
Konto-Nr. 5433959  
IBAN: DE 12360200300005433959  
BIC: NBAG DE 3 E  
Swift-Adresse: NBAG DE 3E

1. Zugriffskontrolle: über Google-Analytics
2. Nutzungsdaten: von August 2010 bis August 2011





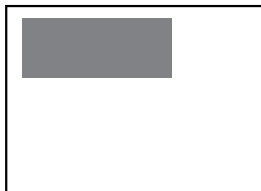
- 1. Dateiformate:** swf oder jpg-Format (kein gif-Format) Bitmap-Auflösung bei 72 dpi. Bitte geben Sie bei der Datenanlieferung die Verlinkung (z.B. Internetadresse) an!  
Denken Sie bitte auch an die Einbindung des clickTag!  
Informationen auf Anfrage!  
Die Websiteverfügbarkeit liegt bei ca. 99%.
- 2. Lieferadresse:** c.arnold@wohlfarth.de
- 3. Lieferfrist:** mindestens eine Woche vor Schaltbeginn per E-Mail, externer AdServer-Einsatz möglich  
Mit dieser Vorlaufzeit haben wir gemeinsam ausreichend Zeit, die Formate zu testen und eine sichere Auslieferung der Kampagne zu gewährleisten.  
Verzögerungen durch verspätete Anlieferungen gehen ansonsten nicht zu unseren Lasten.
- 4. Ansprechpartner:** Christof Arnold  
E-Mail: c.arnold@wohlfarth.de  
Telefon: 0203 30527-34



## 1 Bannerformate:



Banner Standard  
234 x 60 Pixel



Banner XL  
468 x 60 Pixel



Banner XXL  
702 x 60 Pixel



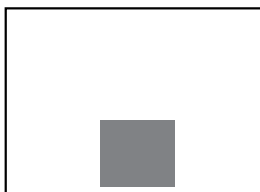
Skyscraper  
120 x 300 Pixel



Skyscraper XXL  
120 x 600 Pixel



Video (nach Absprache)



Login/Logout-Banner  
300 x 250 Pixel



Content/Bottom-Banner  
468 x 60 Pixel



- |                                    |                                                                                                                                                                                                                          |
|------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 Name                             | baustoffmarkt-online Newsletter                                                                                                                                                                                          |
| 2 Kurzcharakteristik               | Aktueller Online-Newsletter für die Unternehmensleiter und Führungskräfte der Baustoff-Branche. Informiert 2 x wöchentlich ca. 6.900 Abonnenten mit aktuellen, branchenspezifischen Meldungen, Fakten und Hintergründen. |
| 3 Zielgruppe                       | Geschäftsführer, Unternehmensvorstände, Einkäufer und Führungskräfte im Baustoff-Fachhandel, der Industrie, des Fliesen- und Holzhandels sowie der Bau- und Heimwerkermärkte                                             |
| 4 Erscheinungsweise                | 2 x wöchentlich (Dienstag und Freitag)                                                                                                                                                                                   |
| 5 Verlag                           | GERT WOHLFARTH GmbH<br>Verlag Fachtechnik + Mercator-Verlag<br>Stresemannstr. 20-22<br>D-47051 Duisburg<br>Telefon 0203 30527-0<br>www.baustoffmarkt-online.de<br>info@wohlfarth.de                                      |
| Ansprechpartner<br>Redaktion:      | Dipl. -Betriebsw. Wolfgang Metzmacher,<br>Chef vom Dienst<br>E-Mail: w.metzmacher@wohlfarth.de<br>Telefon: 0203 30527-25                                                                                                 |
| Ansprechpartner<br>Online-Werbung: | Christof Arnold<br>E-Mail: c.arnold@wohlfarth.de<br>Telefon: 0203 30527-34                                                                                                                                               |





### 1 Werbeformen und Preise:

Werbeform	Platzierung	Format in Pixel	Datenvolumen bis	Preis in € (pro Monat)
Textanzeige	Im Newsletter 6.900 Bezieher (Stand Aug. 2011) Erscheinungsweise 1 x wöchentlich! (Dienstag oder Freitag)	Bis zu 1.000 Zeichen (inkl. Leerzeichen)	–	200,00 (nicht rabattfähig)
Special-Textanzeige	Im Newsletter 6.900 Bezieher (Stand Aug. 2011) • Limitierte Vergabe! • Hervorgehobene Kennzeichnung! • Nur monatlich buchbar! Erscheinungsweise 2 x wöchentlich! (Dienstag und Freitag)	Bis zu 1.000 Zeichen (inkl. Leerzeichen)	–	450,00 (nicht rabattfähig)
Newsletter- Bottom-Banner	Gestaltetes Banner ohne Animation am Ende des News-Letters. Limitierte Vergabe! Erscheinungsweise 2 x wöchentlich! (Dienstag und Freitag)	468 x 60 (jpg-Format)	30 KB	850,00

### 2 Rabatte

ab 6 Monaten 10 %

ab 12 Monaten 20 %

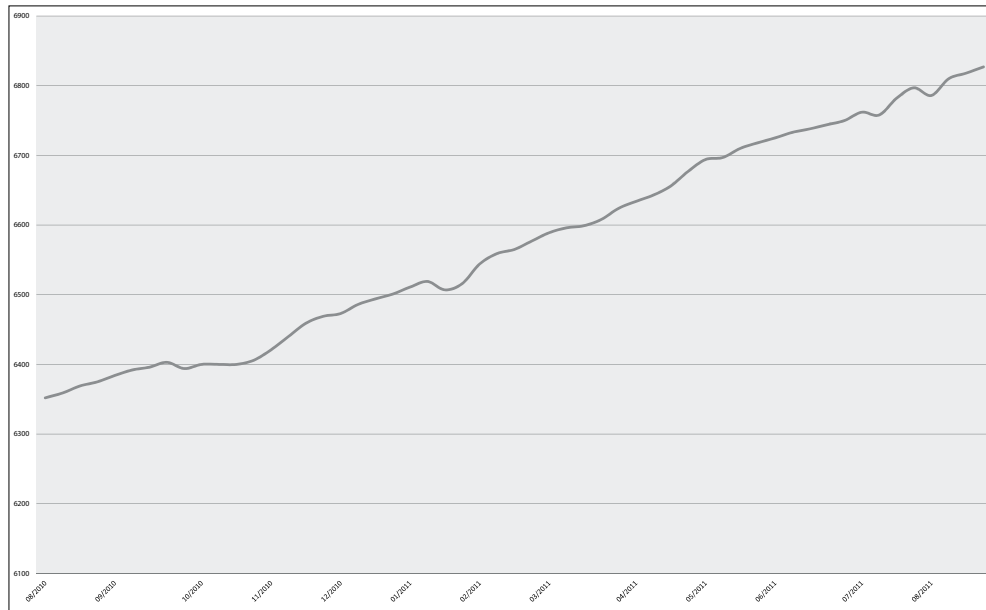
### 3 Zahlungs- bedingungen:

innerhalb von 30 Tagen rein netto. Bei Zahlung innerhalb von 8 Tagen oder bei Vorauszahlung 2 % Skonto. Auslandsaufträge werden nur gegen Vorauszahlung abgewickelt.  
Bei Zahlungsverzug werden Verzugszinsen berechnet.  
USt.-IdNr.: DE 119552731  
St.-Nr.: 10958340570

#### Bankverbindung:

Postbank Essen: (BLZ 360 100 43)  
Konto-Nr. 14137-435,  
National-Bank: (BLZ 360 200 30)  
Konto-Nr. 5433959  
IBAN: DE 12360200300005433959  
BIC: NBAG DE 3 E  
Swift-Adresse: NBAG DE 3E

1. Zugriffskontrolle: systemeigene Versandstatistik
2. Nutzungsdaten: von August 2010 bis August 2011





- 1. Dateiformate:** swf oder jpg-Format (kein gif-Format)  
Bitmap-Auflösung bei 72 dpi. Bitte geben Sie bei der Datenanlieferung die Verlinkung (z.B. Internetadresse) an!  
Denken Sie bitte auch an die Einbindung des clickTag!  
Informationen auf Anfrage!
- 2. Format des Newsletters:** HTML
- 3. Lieferadresse:** c.arnold@wohlfarth.de
- 4. Lieferfrist:** mindestens eine Woche vor Schaltbeginn per E-Mail, externer AdServer-Einsatz möglich.  
Mit dieser Vorlaufzeit gaben wir gemeinsam ausreichend Zeit, die Formate zu testen und eine sichere Auslieferung der Kampagne zu gewährleisten.  
Verzögerungen durch verspätete Anlieferungen gehen ansonsten nicht zu unseren Lasten.
- 5. Ansprechpartner:** Christof Arnold  
E-Mail: c.arnold@wohlfarth.de  
Telefon: 0203 30527-34