

Erfolg braucht Kommunikation



**Gute Argumente
für Mediaplaner**

Das Wirtschaftsmagazin für Führungskräfte in der Baustoffbranche

baustoffmarkt.online.de

baustoff markt

DAS WIRTSCHAFTSMAGAZIN
FÜR DIE BAUSTOFFBRANCHE

NOVEMBER 11
2009

ZUGLEICH OFFIZIELLES ORGAN DES BUNDESVERBAND DEUTSCHER BAUSTOFF-FACHHANDEL E.V.



 Rigips

Bis zu 99,999 %
Reduktion
elektromagnetischer
Strahlung!

Mit Climafit Protekto lebt sich's entspannter.

- Innovative Trockenbaulösung für sicheren Schutz vor elektromagnetischer Strahlungsbelastung
- Elektromagnetische Strahlung wird weitestgehend absorbiert, nicht bloß reflektiert

www.rigips.de

Stichwort Reichweite

Die Zeitschriftenlandschaft in Deutschland wird immer spezialisierter, es kommen immer mehr Titel auf den Markt. Das macht die Auswahl der richtigen Medien nicht einfacher. Werbetreibende stellen sich immer mehr die Frage, wie sich die Vorteile der einzelnen Medien im Media-Mix nutzen lassen und wie die Zielgruppen am besten zu erreichen sind.

Wir möchten Ihnen mit dieser Broschüre Argumente an die Hand geben, damit Sie gut aufeinander abgestimmte Kampagnen planen können und die gewünschte Zielgruppe auf dem direkten Weg erreichen.

Der optimale Einsatz von Medien ist entscheidend für den Erfolg Ihrer Kunden.

Die Reichweite der Fachzeitschrift „baustoffmarkt“ ist ein wichtiges Entscheidungskriterium – sie ist die rein quantitative Betrachtung. Mit dem „baustoffmarkt“ erreichen Sie den Markt, lt. Leseranalyse hat jede Ausgabe zusätzlich 4,2 Mitleser. Das Qualitätsmerkmal sind unsere Leser, die die Zeitschrift abonniert haben.

Unsere verkaufte Auflage: 4 821 Exemplare,
unsere abonnierte Auflage: 4 696 Exemplare.

-geprüft





40 Jahre **baustoff** **markt**

Was fällt Ihnen dazu ein?

BDB-Präsident Stefan Thurn, J. N. Köbig



» Als Verantwortlicher der Köbig-Gruppe bin ich mit dem baustoffmarkt hautnah an den Veränderungen der Branche. Auch durch den begleitenden Online-Auftritt kann man kaum aktueller informiert sein. In meiner neuen Funktion als BDB-Präsident schätze ich aber nicht nur die seriöse Berichterstattung, sondern vor allem den sicheren Instinkt, mit dem die baustoffmarkt-Redaktion gerade an den Themen arbeitet, die uns Baustoff-Fachhändlern unter den Nägeln brennen. «

» Das „Who is Who“ der Branche finde ich im „baustoffmarkt“. «

Klar definierte Zielgruppe

Nach eigenen Erhebungen können wir von rund 10 000 Führungskräften (Inhaber, Vorstände, Geschäftsführer, Marketing- und Vertriebsleiter) in der Baustoffbranche ausgehen.

Der „baustoffmarkt“ deckt diese Zielgruppe jeden Monat verlässlich und fast ohne Streuverlust mit einer Aboauflage von rund 4 700 Ex. nachhaltig und nahezu vollständig ab. Mit dem „baustoffmarkt“ erreichen Sie den kompletten deutschsprachigen Baustoff-Fachhandel. Davon beziehen allein 91 % „baustoffmarkt“ im Abonnement.

Von der Familiengesellschaft bis zum Großkonzern – der „baustoffmarkt“ ist in allen Betriebsgrößen das Branchenblatt.





Getränke



„IN KRISEN SOLLTE MAN
SICH ZURÜCKHALTEN.“

Foto: Ludwig Wbilshäuser



**Weniger Zurückhaltung
Mehr Umsatz**
Werben mit Qualität

Entscheidend ist

- die Marktabdeckung bzw. die Ausschöpfung der Zielgruppe
- die Qualität der Auflage (frei verteilte Auflage versus abonnierte Auflage)
- die Qualität der Inhalte (Waschzettelredaktion versus Qualitätsjournalismus)
- die Akzeptanz des Mediums im Markt
- die Marktposition des Mediums
- der persönliche Kontakt zur Zielgruppe (Vor-Ort-Redaktion mit über 200 Terminen im Jahr)
- dass die Auflage IVW-geprüft ist
- die Marktposition des Mediums
- die Leser-Blattbindung
- dass der „baustoffmarkt“ seit 40 Jahren Marktführer für die Zielgruppe Führungskräfte in der Baustoffbranche und zugleich Verbandsorgan ist
- dass der „baustoffmarkt“ ein eigenständiges inhaltliches Profil mit einer klar definierten Zielgruppe hat. Er ist **das Wirtschaftsmagazin für Führungskräfte in der Baustoffbranche.**





GEBR. *Linkhorst* OHG

frisch u. sauber!

HEMDEN
KOMPLETT
PFLEGE

*Lehrerzeit
7 bis 3 Werktage*

SONDERPREISE
Frisch & sauber
im Fachbetrieb
Pullover oder
Strickjacke
nur
**1,00
Euro**

Handeltlich gereinigt und gefügigt

SONDERPREISE
Frisch & sauber
im Fachbetrieb
3 Hosen
nur
**12,-
Euro**

Handeltlich gereinigt und gefügigt

Geschäftszeiten

MO - FR	9.00 - 19.00 Uhr
SA	9.00 - 13.00 Uhr
SO	9.00 - 13.00 Uhr

Scotchgard Scotchgard

„WIR SIND IM MARKT BEKANNT -
WARUM NOCH WERBEN?“

baustoffmarkt DER WIRTSCHAFTSZEITUNG DER DIE BAUWIRTSCHAFT

18. SEPTEMBER 2011 ALTE NR. 9

GRÜNDLICH ÜBERLEBES UNTER DER BELEUCHTUNG DER FÜR DIE BAUWIRTSCHAFT

FÜR SIE SCHON HEUTE IM ANGEBO:
NACHHALTIGKEIT.

**Aufmerksamkeit
für Ihre Marke**
Werben mit Qualität

Lesernutzen

Der „baustoffmarkt“ wird als Fachmagazin intensiv genutzt – durchschnittlich werden 75,7% der Seiten einer Ausgabe gelesen. In Zeiten selektiven Leseverhaltens erreicht der „baustoffmarkt“ damit bei der Seitenkontaktchance sehr gute Werte.

Jede abonnierte Ausgabe wird laut Leseranalyse von vier Mit-Lesern genutzt.

Die Führungskräfte der Baustoffbranche kennen, lesen, nutzen und schätzen „ihr Branchenblatt“.

Die Reichweite kann für den „baustoffmarkt“ kein alleiniges Entscheidungskriterium sein. Sie ist eine quantitative Betrachtung und beschreibt nur unvollständig ein Preis-Leistungsverhältnis

Der „baustoffmarkt“ ist seit 40 Jahren Marktführer für die Zielgruppe Führungskräfte in der Baustoffbranche und gleichzeitig Verbandsorgan des Bundesverband Deutscher Baustoff-Fachhandel e. V. (BDB).





„WIR SETZEN ERST MAL
EIN JAHR AUS.“

Foto: Claudia Kutzick



Nicht stehenbleiben
Werben mit Qualität

Online / Crossmedia

www.baustoffmarkt-online.de ist das begleitende Nachrichtenmagazin für die Baustoffbranche.

Das Onlineangebot ist eine sinnvolle und aktuelle Ergänzung zu unserem Printmedium „baustoffmarkt“. 73,7 % der Nutzer bewerten unseren Newsletter-Service als sehr gut bis gut. Das Portal wird fast ausschließlich von Fachbesuchern genutzt. Garantiert wird die Nutzerstruktur durch die „baustoffmarkt“-Abonnenten und den Nachweis bei der Online-Anmeldung. Ab Februar 2010 können unsere User unter www.baustoffmarkt-online.de den neuen Internetauftritt mit erweitertem Angebot nutzen.

Dienstags und freitags ab 12.00 Uhr wartet die Branche auf die neuesten Informationen aus Handel und Industrie. Wer aus beruflichen Gründen auf die aktuellen News der Branche angewiesen ist, bezieht den baustoffmarkt-Newsletter: Derzeit rund 6 000 Bezieher.





„OHNE WERBUNG VERKAUFEN
WIR GENAUSO VIEL.“



Sie sind keine Bude
Werben mit Qualität

Klar definierte Zielgruppe

Das Fachmagazin für Baustoff-Fachhandel, Industrie und Bauhandwerk

baustoffpraxis ist das Fachmagazin für die Praxis im Baustoff-Fachhandel und ergänzt das Wirtschaftsmagazin „baustoffmarkt“. Zielgruppe sind Berater (Energie-Fachberater) sowie Ein- und Verkäufer im Baustoff-Fachhandel, Objektuere, Baustoffverkäufer im Einzelhandel, sowie Verarbeiter im Bauhandwerk und Jung-Kaufleute im Groß- und Einzelhandel.

Baustoffpraxis deckt diese Zielgruppe verlässlich durch personalisierte Abonnements verlässlich ab.

Verkaufte Auflage:
3 522 Exemplare
Abonnements:
3 288 Exemplare



Umfassener Themenplan

baustoffpraxis berichtet über die neuesten Produkt-Trends, Baustoffe in Technik und Anwendung mit Interviews, Beiträgen von Fachautoren und Objekt-Reportagen; redaktionelles Ziel ist die Stärkung der

Fach-Kompetenz im Baustoff-Fachhandel sowie im Bauhandwerk. In jeder Ausgabe der baustoffpraxis wird ein Schwerpunktthema aufgegriffen, das sich besonders intensiv mit einem Gewerk, einem Produktbereich oder einem System beschäftigt. Ziel ist es, dem Leser ein Stück mehr Beratungskompetenz zu vermitteln. Denn nur wer technische Zusammenhänge versteht, kann optimal und erfolgreich beraten. Für die Industrie bietet sich in dieser Rubrik die Chance, ergänzende Informationen über ihre produkt- und themenbezogene Werbung zu transportieren.

Themenplan 2010

Januar Energetisches Bauen: Wie man effizient dämmt, heizt und Strom erzeugt

Februar Deubau 2010: Neuheiten von der Baufachmesse

- März** GaLaBau + Tiefbau: Kreative Ideen für den grünen Trendmarkt
- April** Dach + Fassade: Neue Produkte für die Visitenkarte des Hauses
- Mai** Holz + Naturbaustoffe: Wohngesund und nachhaltig bauen
- Juni** Putze + WDVS: Moderne Außenputze und clevere System für die Fassadendämmung
- Juli** Fliesen + Sanitärtechnik: Produkte für den Megatrend Wellness
- August** Zukunftsmarkt SanReMo: Nachträglich dämmen, umbauen, erweitern und verschönern
- September** Bauelemente: Fenster und Türen für optimale Wärme, Schall- und Brandschutz
- Oktober** Neubau : Moderne Mauerwerksysteme und Energiesparhaus-Konzepte
- November** Trockenbau: Hochwertige Systeme für einen flexiblen Innenausbau und effektiven Schall- und Brandschutz
- Dezember** Bau 2011: Vorberichte zur Branchenleitmesse

Kontakt:

GERT WOHLFARTH GmbH
Mechthild Kaiser

Stresemannstr. 20–22, D-47051 Duisburg

Tel. 02 03/3 05 27-39, Fax 02 03/3 05 27-8 20

E-Mail: m.kaiser@wohlfarth.de

www.baustoffmarkt-online.de

