

Malerblatt

Mediadaten 2012



FACHZEITSCHRIFT

WEBSITE
malerblatt.de

NEWSLETTER

konradin
mediengruppe

Verlag

Anzeigenleitung

Carola Gayda
Phone +49 711 7594-432
carola.gayda@konradin.de

Mediaberatung

Marion Binder
Phone +49 711 7594-426
marion.binder@konradin.de

Auftragsmanagement

Henrike Henke
Phone +49 711 7594-317
henrike.henke@konradin.de

Konradin Medien GmbH

Ernst-Mey-Straße 8
70771 Leinfelden-Echterdingen
Germany
Phone +49 711 7594-0
Fax +49 711 7594-399

Verkaufsgebiete

Hamburg, Schleswig-Holstein Bremen, Niedersachsen (außer PLZ 49)

Verlagsbüro Köncke GmbH
Hans-Jürgen Köncke
Alter Reithof 2
30916 Isernhagen
Phone +49 511 79009901
Fax +49 511 79009902
hans-juergen.koencke@konradin.de

Westfalen, Niedersachsen PLZ 49

Kommedia GmbH & Co. KG
Hubert Möller
Heinrich-Püts-Straße 20
33378 Rheda-Wiedenbrück
Phone +49 5242 98104-0
Fax +49 5242 98104-19
hubert.moeller@konradin.de

Rheinland, Bergisches Land Ruhrgbiet

WMS Werbe-Medien-Service
Unterfeld GmbH
Ulrich Unterfeld
Benrodestraße 45
40597 Düsseldorf
Phone +49 211 6502380
Fax +49 211 714650
ulrich.unterfeld@konradin.de

Hessen, Rheinland-Pfalz Saarland, Thüringen, Sachsen

MEDIENplus... Medien+Kommunikation
Thorsten Maaß
Idsteiner Straße 78
65232 Taunusstein
Phone +49 6128 75236
Fax +49 6128 75238
thorsten.maass@konradin.de

Baden-Württemberg Schweiz

GuTe MEDIABERATUNG
Gunther Teufel
Stuttgarter Straße 42
71701 Schwieberdingen
Phone +49 7150 3502-3
Fax +49 7150 3502-45
gunther.teufel@konradin.de

Bayern, Österreich

Mediaberatung Süd
Robert Macher
Wasserweg 7
90559 Burgthann
Phone +49 9183 952-44
Fax +49 9183 952-45
robert.macher@konradin.de

Ihr PLUS – nutzen Sie die Dienstleistungen der Konradin Mediengruppe – Spezialist für Medien und Zielgruppen

Marktforschung Ob Anzeigentest oder Zielgruppenbefragung. Wir konzipieren Ihre Studie und setzen sie im Full-Service professionell um. **Corporate Publishing** In den Märkten der Konradin-Medien zu Hause, erstellen wir Ihre zielgruppengerechte Unternehmenskommunikation, print und online, vom Kundenmagazin bis zum Fachportal. Mehr dazu unter www.konradin-relations.de. **Druck** Als Katalogspezialist sind wir besonders effizient bei komplexen Produktionen mit Sprachwechseln oder Versionen sowie standardisierten Katalogen. Mehr dazu unter www.konradinheckel.de. **Sie möchten mehr Informationen oder ein konkretes Angebot? Sprechen Sie uns an!**

Inhalt

FACHZEITSCHRIFT

Titelporträt	4
Auflagen- und Verbreitungsanalyse	5
Leser-Struktur-Analyse	6
Malerpanel – Wir befragen den Markt	9
Preisliste	10
Termin- und Themenplan	14
Formate und technische Angaben	20
KIMT	21

WEBSITE/NEWSLETTER

Malerblatt-WISSEN	23
-------------------	----



Die Fachzeitschrift

Das Malerblatt unterstützt seine Leser bei der erfolgreichen Unternehmensführung im Ausbauhandwerk.

Mit aktuellen Informationen und Fachartikeln bietet es eine fundierte Weiterqualifizierung in Gestaltung, Technik und Betriebswirtschaft.

Das Malerblatt ist unkonventionell – meinungsfreudig – lösungsstark.

Crossmedia

KIMT

Konradin Interaktives MedienTool
Intelligente Print-/Online-Verbindung Ihrer gebuchten Anzeige.

und mehr...

Kennen Sie unseren **InternetGuide** malerblatt.de?

Marktbefragungen zeigen, wo den Maler der Schuh drückt und wohin sich die Branche entwickelt. Beteiligen Sie sich mit Ihren Fragen!

Veranstaltungen bieten die Möglichkeit zum Informationsaustausch.

Die Website

Malerblatt ONLINE

Die Internetseiten für den modernen Maler- und Stuckateurbetrieb mit Branchennews – Produktinformationen – Herstellerdatenbank – Terminen – Projektbeschreibungen – Fachartikel – uvm.

Malerblatt WISSEN

Die neutrale und firmenübergreifende Wissensplattform bietet aktuelle Informationen und fundamentales Basiswissen zu allen branchenrelevanten Themen.

Der Newsletter

Malerblatt NEWSLETTER

Zwischen dem Erscheinen der Printausgaben liefert der Malerblatt Newsletter wöchentlich zusätzlich aktuelle Branchennews frei Haus.

Malerblatt – Ihr kompetenter Partner für die Kommunikation mit Ihrer Zielgruppe.



- 1 **Titel:** Malerblatt
- 2 **Kurz-
charakteristik:** Was tut sich am Markt, was kann den Betrieben des Maler- und des Stuckateurhandwerks nach vorne und in eine sichere Zukunft helfen? Das Malerblatt gibt Antworten auf diese existenziellen Fragen der Unternehmen des Ausbauhandwerks. Mit Blick über den Tellerrand hinaus berichtet das Malerblatt über die Ereignisse der Branche meinungsstark und unkonventionell. Gestaltung, Technik und Betriebswirtschaft: durch aktuelle Informationen zu diesen Grundpfeilern der Handwerksbetriebe werden die Unternehmer weiter qualifiziert und in die Lage versetzt, einen Vorsprung gegenüber ihrem Wettbewerb zu schaffen.
- 3 **Zielgruppe:** Maler- und Lackierbetriebe, Stuckateurbetriebe, Raumausstatter, Bauunternehmen, Sanierungsbetriebe, Malerbedarfs-Fachhandel, Zulieferindustrie, Schulen, Verbände
- 4 **Erscheinungs-
weise:** 12 x jährlich
- 5 **Heftformat:** DIN A4
- 6 **Jahrgang:** 83. Jahrgang 2012
- 7 **Bezugspreis:** Jahresabonnement:
Inland 116,40 €
Ausland 122,40 €
- 8 **Organ:** Organ der Landesinnungsverbände Rheinland-Pfalz, Hessen, Südbaden
- 9 **Mitgliedschaften:** –

- 10 **Verlag:** Konradin Medien GmbH
- 11 **Herausgeberin:** Katja Kohlhammer
- 12 **Anzeigen:** Carola Gayda, Anzeigenleiterin
- 13 **Redaktion:** Ulrich Schweizer, Chefredakteur
Phone +49 711 7594-496
ulrich.schweizer@konradin.de
Ursula Krämer, Susanne Sachsenmaier-Wahl,
Susanne Wierse
- 14 **Umfangs-Analyse 2010 = 12 Ausgaben**
- | | |
|-----------------------|-----------------------------|
| Gesamtumfang: | 936 Seiten = 100,0 % |
| Redaktionsteil: | 711 Seiten = 76,0 % |
| Anzeigenteil: | 225 Seiten = 24,0 % |
| davon | |
| Gelegenheitsanzeigen: | 4 Seiten |
| Beihefter: | 16 Seiten |
| Beilagen: | 31 Stück |
- 15 **Inhalts-Analyse des Redaktionsteils 2010**
- | | |
|---------------------------------------|---------------------|
| 711 Seiten = 100,0 % | |
| Aktuell | 60 Seiten = 8,4 % |
| Form & Farbe | 70 Seiten = 9,9 % |
| Technik & Werkstoffe | 146 Seiten = 20,5 % |
| Trockenbau & Innenraum | 61 Seiten = 8,6 % |
| Betrieb & Markt | 142 Seiten = 20,0 % |
| Ausbildung & Weiterbildung | 65 Seiten = 9,1 % |
| Malerblatt-Spezial | 56 Seiten = 7,9 % |
| Verbände, Bücher, Veranstaltungen ... | 47 Seiten = 6,6 % |
| Sonstiges | 64 Seiten = 9,0 % |



1 Auflagenkontrolle:

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

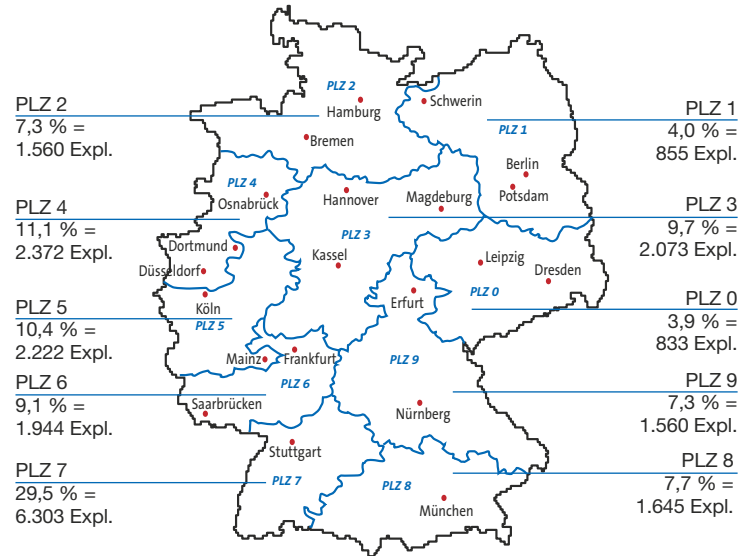
Druckauflage:	22.100		
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):	21.853	davon Ausland:	486
Verkaufte Auflage:	8.844	davon Ausland:	385
– Abonnierte Exemplare:	5.634	davon Mitgliederstücke:	–
– Einzelverkauf:	–		
– Sonstiger Verkauf:	3.210		
Freistücke:	13.009		
Rest- /Archivexemplare:	247		

3 Geographische Verbreitungs-Analyse:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Deutschland	97,8	21.367
Ausland	2,2	486
<i>davon</i>		
<i>Österreich</i>	16,2	79
<i>Schweiz</i>	34,5	168
<i>sonstiges Ausland</i>	49,3	239
Tatsächlich verbreitete Auflage	100,0	21.853

3.1 Verbreitung nach Postleitzonen:

Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage



Kurzfassung der Erhebungsmethode:

1. Methode: Empfänger-Struktur-Analyse durch Dateiauswertung – Totalerhebung
 2. Grundgesamtheit: Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)
 3. Stichprobe: Totalerhebung
 4. Zielperson der Untersuchung: Empfänger der Zeitschrift
 5. Zeitraum der Untersuchung: Juni/Juli 2011
 6. Durchführung der Untersuchung: Konradin Mediengruppe
- Kontakt: Andrea Stegemann, Markt-/Mediaforschung, Phone +49 711 7594-324

1.1 Branchen/Wirtschaftszweige:

Empfängergruppen

lt. Klassifikation der Wirtschaftszweige 2008

	Anteil Leser (LpN)	
	%	Proj. ca.
Maler- und Lackierbetriebe gesamt	68,1	37.880
<i>ohne Ladengeschäft</i>	52,6	29.260
<i>mit Ladengeschäft</i>	15,5	8.620
Stuckateurbetriebe	8,7	4.840
Baugewerbe	5,2	2.890
Malerbedarfs-Fachhandel	3,6	2.000
Maler-Einkaufsgenossenschaften, Fachhandel mit Farben, Lacken, Tapeten, Wand- und Bodenbelägen, Heimtextilien, Werkstoffe, Werkzeuge und Geräte		
Zuliefer-Industrie/Handel	2,8	1.560
Farben, Lacke, Anstrichmittel, Beschichtungsstoffe, Putze, Wand- und Bodenbeläge, Heimtextilien, Werkstoffe, Werkzeuge und Geräte		
Schulen/Fachschulen/Institute	4,0	2.220
Verbände/Innungen	1,6	890
Sonstiges	4,8	2.670
z.B. Raumausstattung, Restaurierung, Bautenschutz, Messe- und Ladenbau		
keine Angaben	1,2	670
	100,0	55.620

1.2 Größe der Wirtschaftseinheiten:

	Anteil Leser (LpN)	
	%	Proj. ca.
1–2 Beschäftigte	15,2	8.460
3–4 Beschäftigte	27,5	15.300
5–9 Beschäftigte	22,7	12.630
10–19 Beschäftigte	18,7	10.400
20–49 Beschäftigte	9,5	5.280
50–99 Beschäftigte	3,6	2.000
100 und mehr Beschäftigte	2,4	1.330
keine Angaben	0,4	220
	100,0	55.620

2.1 Tätigkeitsmerkmale:

Position im Betrieb	Anteil Leser (LpN)	
	%	Proj. ca.
Inhaber/Mitinhaber/Geschäftsführer	67,7	37.650
Betriebs-/Abteilungsleiter/Meister	13,5	7.510
Technischer Angestellter/Geselle	10,8	6.010
Kaufmännischer Angestellter	4,4	2.450
Fachlehrer/Dozent	2,0	1.110
keine Angaben	1,6	890
	100,0	55.620

2.2 Sozio-Demografie: 1 Bildung/Ausbildung	Anteil Leser (LpN)	
	%	Proj. ca.
Maler und Lackierer mit Meisterprüfung	65,7	36.540
Maler und Lackierer mit Gesellenprüfung	7,2	4.010
Stuckateur mit Meisterprüfung	7,2	4.010
Stuckateur mit Gesellenprüfung	2,8	1.560
Betriebswirt, kaufm. Ausbildung	9,5	5.280
Ingenieur	3,6	2.000
sonstiges	4,0	2.220
	100,0	55.620

2 Alter	Anteil Leser (LpN)	
	%	Proj. ca.
unter 30 Jahre	3,6	2.000
30 bis 39 Jahre	17,9	9.960
40 bis 49 Jahre	35,9	19.970
50 bis 59 Jahre	23,5	13.070
60 Jahre und älter	15,9	8.840
keine Angaben	3,2	1.780
	100,0	55.620

3.0 Sonstiges: Leistungsangebot der Betriebe:	Anteil Leser (LpN)	
	%	Proj. ca.
Anstrich-, Lackierarbeiten	90,4	50.300
Tapezieren, Wandbelagsarbeiten	82,1	45.650
Fassadenarbeiten	81,3	45.210
Isolier- und Dämmarbeiten	70,5	39.220
Bodenbeschichtungsarbeiten	69,3	38.560
Bodenbelagsarbeiten	67,3	37.450
Putz- und Stuckarbeiten	65,7	36.540
Wärmedämmverbundsysteme	62,2	34.570
Trockenbauarbeiten	56,6	31.470
Gerüstbau	36,3	20.170
Dekoration mit Heimtextilien, Raumausstattung	31,5	17.510
Korrosionsschutz	31,5	17.510
Betonsanierung	30,7	17.060
Kirchenmalerei, Restaurierungen, Vergoldungen	22,3	12.410
Dachbeschichtung	19,5	10.860
Spanndecken	11,2	6.200
Sonnenschutz	9,2	5.100
Mehrfachnennungen (100 % = 55.620)		

Kurzfassung der Erhebungsmethode:

1. Methode: Leser-Struktur-Analyse durch telefonische Erhebung – Stichprobenerhebung
 2. Grundgesamtheit (tvA): 21.914 = 100,0 %
In der Untersuchung nicht erfasst: 719 = 3,3 %
 3. Stichprobe: 251 Netto-Interviews
 4. Zielperson der Untersuchung: Leser pro Nummer (LpN)
 5. Zeitraum der Untersuchung: Juni/Juli 2011
 6. Durchführung der Untersuchung: Foerster & Thelen, Bochum
- Kontakt: Andrea Stegemann, Markt-/Mediaforschung, Phone +49 711 7594-324

Titelprofil

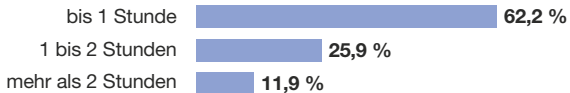
Inwieweit treffen folgende Aussagen auf das Malerblatt zu?
(Mehrfachnennungen, nach Schulnoten)

	Note 1-2	Note 1-3
ist verständlich auf gutem Niveau geschrieben	88,0 %	98,4 %
hat ein ansprechendes Erscheinungsbild	82,9 %	97,2 %
berichtet objektiv und glaubwürdig	77,3 %	95,6 %
enthält nützliche Tipps für die berufliche Praxis	74,1 %	93,6 %
ist innovativ und zeigt die wichtigen Trends	73,7 %	96,4 %

Die Leser geben dem Malerblatt durchweg gute Noten.

Lesedauer

Wie lange lesen Sie üblicherweise in einer Malerblatt-Ausgabe?



Die durchschnittliche Lesedauer beträgt 1¼ Stunden.

Entscheider

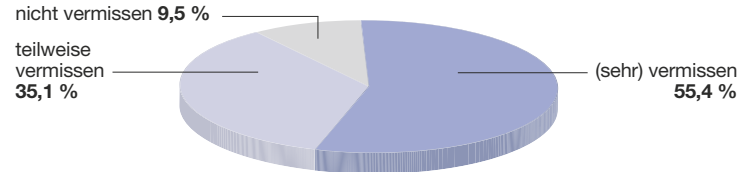
Sind Sie an Investitionsentscheidungen im Betrieb beteiligt?



Malerblatt-Leser sind Entscheider.

Leser-Blatt-Bindung

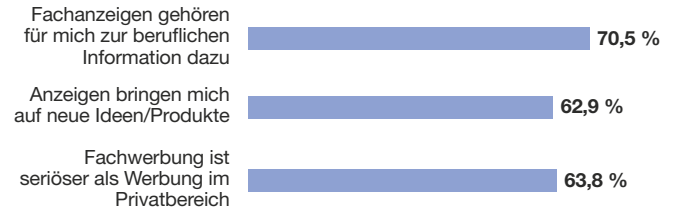
Wenn Sie das Malerblatt nicht mehr erhalten könnten, würden Sie es ...?



Über 90 % aller Leser würden das Malerblatt vermissen, wenn sie es nicht mehr bekommen würden.

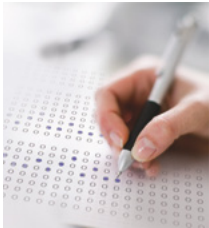
Anzeigennutzung/Einstellung zu Anzeigen

Wie stehen Sie zu den Anzeigen im Malerblatt?



Anzeigen im Malerblatt haben bei den Lesern einen hohen Stellenwert.

Quelle: Leser-Struktur-Analyse 2011



Wie entwickelt sich die Branche?

Wir befragen den Markt!

Um Marktentwicklungen zeitnah zu erfassen und die Leser des Malerblatts noch bedarfsorientierter und praxisnäher zu informieren, führen wir regelmäßig im Auftrag der Malerblatt-Redaktion Marktbefragungen durch.

Befragt werden jeweils 500 Malerbetriebe in ganz Deutschland über

- **aktuelle Trends und Themen im Markt**
- **Investitionsvorhaben und Zukunftsaussichten**
- **Erfahrungen mit Anbietern und Produkten**

Beispiele aus den Befragungen Herbst 2010 und Frühjahr 2011:

Wie lange reicht Ihr aktuelles Auftragsvolumen?

	Herbst	Frühjahr
bis zu 1 Monat	25,5%	8,3%
1-2 Monate	42,0%	38,5%
2-4 Monate	28,7%	43,8%
4-6 Monate	3,8%	9,4%

Das Malerhandwerk ist bei mobilen Medien vorne mit dabei

Nutzen Sie unterwegs beruflich das Internet?	ja 27,8%
Nutzen Sie Apps?	ja 21,3%

Machen Sie mit!

Wir bieten Unternehmen der Branche die Möglichkeit, sich am Malerpanel zu beteiligen.

Sie haben Fragen an den Markt?

Sie können dazu unseren vorbereiteten Fragenkatalog nutzen oder individuelle Fragen einbringen und erhalten so wichtige Informationen z.B. über den Bekanntheitsgrad Ihres Unternehmens – das Image des Wettbewerbers – Anforderungen an Ihr Produkt – Messeplanungen – Internetnutzung u. v. a. m.

Die Ergebnisse zu Ihren Fragen erhalten nur Sie.

Die Panelbefragungen finden halbjährlich statt. Machen Sie mit und profitieren Sie vom Know-how des Bereichs Marktforschung in der Konradin Mediengruppe.

Interessiert? Gerne senden wir Ihnen ausführliches Informationsmaterial zum Panel, zu den Kosten sowie unserem Fragenkatalog zu.

Kontakt:

Carola Gayda, Anzeigenleiterin
Phone +49 711 7594-432, carola.gayda@konradin.de

Marion Binder, Mediaberaterin
Phone +49 711 7594-426, marion.binder@konradin.de



1 **Anzeigenpreise und Formate** (Preise in €, Druckfarben (CMYK) nach ISO 2846-1, für Anschnittformate 3 mm Beschnitt an allen Seiten):

Formate	Grundpreise s/w	Zuschlag* 2-farbig	Gesamtpreise 2-farbig	Zuschlag* 3-farbig	Gesamtpreise 3-farbig	Zuschlag* 4-farbig	Gesamtpreise 4-farbig	Formate:	Satzspiegel-Formate Breite x Höhe in mm	Anschnitt-Formate
1/1 Seite	5.140,-	820,-	5.960,-	1.640,-	6.780,-	2.460,-	7.600,-		188 x 270	210 x 297
2/3 Seite	3.420,-	820,-	4.240,-	1.640,-	5.060,-	2.460,-	5.880,-		quer 188 x 178 hoch 125 x 270	210 x 195 135 x 297
1/2 Seite	2.570,-	820,-	3.390,-	1.640,-	4.210,-	2.460,-	5.030,-		quer 188 x 133 hoch 92 x 270	210 x 150 103 x 297
1/3 Seite	1.710,-	820,-	2.530,-	1.640,-	3.350,-	2.460,-	4.170,-		quer 188 x 88 hoch 60 x 270	210 x 105 71 x 297
1/4 Seite	1.285,-	480,-	1.765,-	960,-	2.245,-	1.440,-	2.725,-		quer 188 x 65 2-sp. 92 x 133 hoch 44 x 270	210 x 82 55 x 297
1/8 Seite	640,-	480,-	1.120,-	960,-	1.600,-	1.440,-	2.080,-		quer 188 x 32 2-sp. 92 x 65 hoch 44 x 133	210 x 56

1/16 Seite Anzeigenteil	320,-	Breite x Höhe in mm 92 x 32, 44 x 65
1/32 Seite Anzeigenteil	160,-	Breite x Höhe in mm 44 x 32

Anschnittzuschlag* 490,- €
 Zuschlag* je Sonderfarbe: bis 1/4 Seite 825,- €, bis 1/1 Seite 1.180,- €
 Metall- und Leuchtfarben nach Muster auf Anfrage
 * Zuschläge nicht rabattierbar



Vorzugsplatzierungen: (rabattierbar)	Zuschlag auf den jeweiligen s/w-Grundpreis: 2., 3. und 4. Umschlagseite	20 %				
2 Zuschläge: Platzierung:	nicht rabattierbar bindende Platzierungsvorschriften (ab 1/4 Seite) Zuschlag auf den jeweiligen s/w-Grundpreis	20 %				
Farbe:	Farbzuschläge siehe Seite 10 Druckfarben (CMYK) nach ISO 2846-1, andere Farbwerte gelten als Sonderfarbe. Metall- und Leuchtfarben nach Muster auf Anfrage.					
Formate:	Anschnittzuschläge siehe Seite 10					
3 Rabatte: Malstaffel	bei Abnahme innerhalb von 12 Monaten (Insertionsjahr)					
	3 Anz.	6 Anz.	9 Anz.	12 Anz.	18 Anz.	
	5 %	10 %	12,5 %	15 %	20 %	
oder Mengenstaffel	3 Seiten	6 Seiten	9 Seiten	12 Seiten	18 Seiten	
	5 %	10 %	12,5 %	15 %	20 %	
	Farb-, Anschnittzuschläge sowie Beilagen werden nicht rabattiert, Beihefter werden rabattiert (1 Blatt = 1/1 Anzeigenseite).					
4 Rubrikanzeigen:	Preise s/w, in Euro	Verkäufe, Versch.		Stellen-		
	Format	Breite x Höhe in mm	Stellenangebote	gesuche		
	1/2 S.	188 x 133	92 x 270	1.680,—	1.105,—	
	1/4 S.	188 x 65	92 x 133	840,—	553,—	
	3/16 S.	188 x 48	92 x 99	44 x 270	630,—	416,—
	1/8 S.	92 x 65		44 x 200	630,—	416,—
	1/16 S.	92 x 32			420,—	278,—
	1/32 S.	44 x 32			210,—	139,—
					105,—	72,—

Ihre Stellenanzeige zusätzlich online
Zuschlag: + 15% auf den s/w-Preis (mind. 30,- €)

Bezugsquellenverzeichnis/Lieferantennachweis:
Spaltenbreite 44 mm, Kosten je mm Höhe s/w: 2,- €, in Farbe: 3,50 €
Rubrik-Überschrift frei wählbar, Mindestlaufzeit 1 Jahr. Neuaufnahme und Kündigung ist nur zu Beginn eines Quartals möglich. Rechnung halbjährlich im Voraus. Eintragungen im Lieferantennachweis sind nicht rabattierbar.

- 5 **Sonderwerbeformen:** auf Anfrage
Beihefter, Beilagen, aufgeklebte Werbemittel:
siehe Seite 12 bis 13
- 6 **Kontakt:** Beratung, Buchung:
siehe Gesprächspartner Seite 2

Datenlieferung, Auftragsbestätigung, Belege:
Henrike Henke, Auftragsmanagement
Phone +49 711 7594-317
- 7 **Zahlungsbedingungen:** Bei Bankeinzug und Vorauszahlung 3% Skonto, bei Zahlung innerhalb 10 Tagen nach Rechnungsdatum 2% Skonto, sonst spätestens 30 Tage nach Rechnungsdatum ohne Abzug. USt-Ident-Nr. DE212214109
- Bankverbindung:** Baden-Württembergische Bank, 2 484 796
(BLZ 600 501 01), BIC: SOLADEST,
IBAN: DE33 6005 0101 0002 4847 96

Wir haben auf Elektronische Rechnungsstellung (eBilling) umgestellt. Sie erhalten die Rechnung als pdf-Datei von uns – schnell, effizient, vom Finanzamt anerkannt.

Allgemeine Geschäftsbedingungen: Unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) finden Sie im Internet unter www.konradin.de. Wir senden sie Ihnen auf Anfrage auch gerne zu.

Beihefter:

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

Preise: (rabattierbar)

Umfang des Beihefters	Preise nach Papiergewicht	
	80*-134 g/qm	135-180* g/qm
1 Blatt = 2 Seiten	5.400,- €	6.200,- €
1,5 Blatt = 3 Seiten	8.100,- €	9.300,- €
2 Blatt = 4 Seiten	9.450,- €	10.850,- €
2,5 Blatt = 5 Seiten	12.150,- €	13.950,- €
3 Blatt = 6 Seiten	13.050,- €	15.000,- €
4 Blatt = 8 Seiten	15.750,- €	18.100,- €

* Preise für Beihefter unter 80 g/qm und über 180 g/qm auf Anfrage bzw. bei nicht- genanntem Umfang mit Muster

Beschnittschema:

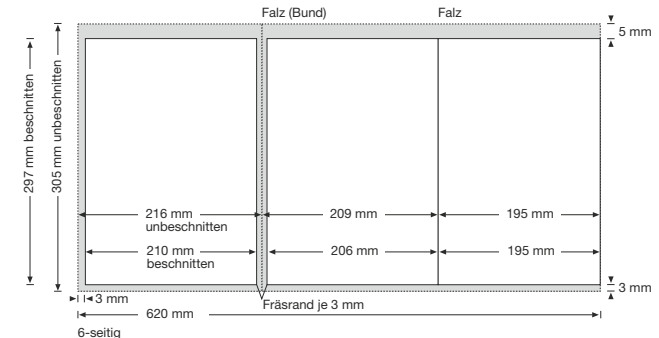
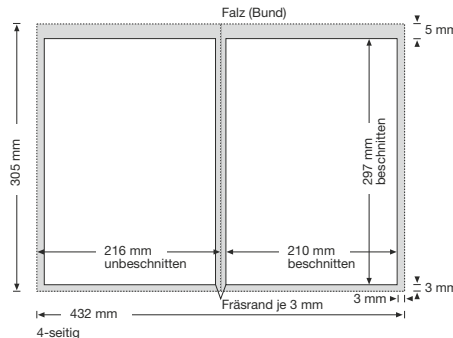
Formate:

1 Blatt (= 2 Seiten), unbeschnitten
216 mm breit x 305 mm hoch

2 Blatt (= 4 Seiten), unbeschnitten
432 mm breit x 305 mm hoch

3 Blatt (= 6 Seiten), unbeschnitten
620 mm breit x 305 mm hoch

4 Blatt (= 8 Seiten) = 2 x 2 Blatt



Benötigte Menge: 22.400 Exemplare

Technische Angaben:

Beihefter sind unbeschnitten anzuliefern. Mehrblättrige Beihefter müssen entsprechend gefalzt angeliefert werden. Die Vorderseite des Beihefters ist zu kennzeichnen. In der Art und Ausführung müssen Beihefter 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 Beiheftern muss der Beihefter zum Bund, also in Einsteckrichtung geschlossen sein. In allen anderen Fällen muss ein Erschwerniszuschlag berechnet werden.

Versandanschrift:

Lieferung frei Konradin Druck GmbH, Kohlhammerstraße 15,
70771 Leinfelden-Echterdingen, Bahnstation: Stuttgart-Vaihingen
Liefervermerk: Für „Malerblatt“, Ausgabe (Nr.)
Zeiten: Mo.- Fr. 7.00 Uhr bis 18.00 Uhr
Euro-Palettenmaß: 80 x 120 cm (Höhe max. 110 cm)

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 Werbung-treibenden werben. Sie müssen so gestaltet sein, dass sie mit dem Textteil der Zeitschrift nicht verwechselt werden können. Die Platzierung erfolgt den technischen Möglichkeiten entsprechend.

Beilagenhinweis: Ein Beilagenhinweis wird kostenlos im Anzeigenteil aufgenommen.

Benötigte Auflage: 22.400 Exemplare

Anliefertermin: jeweils bis zum 20. des Vormonats, siehe Termin- und Themenplan Seite 14 bis 19.

Format: Maximal 200 mm breit x 290 mm hoch

Preise: Gewicht der Beilage Beilagenpreis je 1.000 Stück (inkl. Portokostenanteil)

bis 25 g	205,- €
bis 30 g	225,- €
bis 35 g	245,- €
bis 40 g	266,- €
bis 45 g	286,- €
bis 50 g	307,- €

Die Preise für Beilagen mit höherem Gewicht und für Beilagen auf Florpost-Papier auf Anfrage mit Muster. Die Preise gelten jeweils pro angefangenes Tausend.

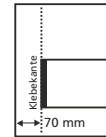
Versandanschrift:

Lieferung frei Wennberg GmbH, Abteilung KONSEND, Tafinger Straße 13-15, 71665 Vaihingen/Enz, Liefervermerk: Für „Malerblatt“, Ausgabe (Nr.)
Zeiten: Mo. - Fr. 7.00 Uhr bis 18.00 Uhr
Euro-Palettenmaß: 80 x 120 cm (Höhe max. 110 cm)

Technische Angaben:

Beilagen werden lose eingelegt. Sie müssen aus einem 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:



Einsteckrichtung

Aufgeklebte Postkarten auf Beiheftern oder Anzeigen werden wie folgt berechnet: 61,- € pro Tausend inkl. Portokostenanteil, zzgl. Klebekosten:

- Maschinelles Aufkleben ist bei paralleler Klebekante zum Bund und mind. 1 cm bis max. 7 cm Entfernung vom Bund in variabler Höhe möglich. Klebekosten: 37,- € pro Tausend
- In allen anderen Fällen, auch bei schräger Platzierung, werden Klebekosten von 74,- € pro Tausend für manuelles Aufkleben berechnet.

Weitere Werbemittel (Warenmuster, CD/DVD etc.) werden als Beilage berechnet. Klebekosten auf Anfrage mit Vorlage eines verbindlichen Musters. Aufkleben ist bei paralleler Klebekante zum Bund und mind. 2 cm bis max. 7 cm Entfernung vom Bund in variabler Höhe möglich.

Benötigte Auflage: 22.400 Exemplare

Versandanschrift für aufgeklebte Werbemittel:

Lieferung frei Konradin Druck GmbH
Kohlhammerstraße 15, 70771 Leinfelden-Echterdingen,
Liefervermerk: Für „Malerblatt“, Ausgabe (Nr.)
Zeiten: Mo. - Fr. 7.00 Uhr bis 18.00 Uhr
Euro-Palettenmaß: 80 x 120 cm (Höhe max. 110 cm)

Ausgabe

Form + Farbe

Technik + Werkstoffe

Trockenbau + Innenraum

Betrieb + Markt

1

Erscheinungstermin
04.01.2012

Anzeigenschluss
12.12.2011

Hotels

Ob in großen Städten oder eher in ländlicher Umgebung – Unterkünfte für Reisende sollen der Erholung dienen, dabei spielt das Interieur und dessen Farbigkeit eine große Rolle.

Farben und Putze

Früher musste eine Beschichtung dem Untergrund einfach nur Farbe und/oder Struktur verleihen. Was Farben und Putze heute alles können, zeigt die Januar-Ausgabe des Malerblatts.

Bodenbeschichtungen

Bodenbeschichtungen können verschiedene Funktionen übernehmen: den Untergrund schützen oder abdichten, ihn rutschsicher oder pflegeleichter machen oder einfach schöner aussehen lassen.

Partner Hausbank

In schnelllebigen und von Krisen geschüttelten Zeiten spielt die Hausbank wieder eine wichtigere Rolle. Was kann der Handwerksbetrieb tun, um ein Vertrauensverhältnis aufzubauen? Und was darf er von seiner Bank erwarten?

Messen: 10. - 14.01.2012 **DEUBAU, Essen**, Internationale Baufachmesse
11. - 14.01.2012 **Heimtextil, Frankfurt**, Internationale Fachmesse für Wohn- und Objekttextilien
14. - 17.01.2012 **Domotex, Hannover**, Die Welt der Bodenbeläge
25. - 28.01.2012 **CASA (TexBo), Salzburg, Österreich**, Internationale Fachmesse für kreatives Wohnen, Einrichten und Lifestyle
31.01. - 03.02.12 **DACH+HOLZ International, Stuttgart**, Messe für Holzbau und Ausbau, Dach und Wand

2

Erscheinungstermin
03.02.2012

Anzeigenschluss
12.01.2012

Innenräume

Was tut sich in den eigenen vier Wänden in Sachen Farbigkeit? Wie intensiv farbig, kontrastreich oder schlicht mag es der Einzelne? Wir schauen in heimische Wohnlandschaften.

Akkuwerkzeuge

Von Hand dreht heute kaum noch jemand eine Schraube ein. Stattdessen greift man zum Elektrowerkzeug. Und wo besonders flexibel und netzunabhängig gearbeitet werden soll, werden Akkuwerkzeuge immer beliebter.

Deckengestaltung

Während an den Wänden die schönsten Techniken, Tapeten oder Putze angebracht werden, schenkt man der Decke kaum Beachtung. Dabei beeinflusst die „fünfte Wand“ die Raumatmosphäre ganz bedeutend. Welche Möglichkeiten gibt es, die Decke ansprechend zu gestalten?

Mobile Zeiterfassung

Die Arbeitszeit im Betrieb erfassen, das war gestern. Immer mehr gute Systeme ermöglichen es den Mitarbeitern, direkt vor Ort beim Kunden auf der Baustelle, via Handy ihre Stunden in die Lohnbuchhaltung und in die Kostenrechnung einzuspeisen.

Messen: 01. - 03.02.2012 **appli-tech, Luzern, Schweiz**, Fachmesse für das Maler- und Gipsergewerbe, für Trockenbau und Dämmung
21. - 25.02.2012 **bautech, Berlin**, Internationale Fachmesse für Bauen und Gebäudetechnik

Ausgabe

Form + Farbe

Technik + Werkstoffe

Trockenbau + Innenraum

Betrieb + Markt

3

Erscheinungstermin
02.03.2012

Anzeigenschluss
09.02.2012

Wärmedämmung und Architektur

Der energetischen Aufwertung von Gebäuden wird große Aufmerksamkeit gewidmet. Doch wie ist diese mit der architektonischen Gestaltung in Einklang zu bringen?

Malerblatt-Spezial Fassade

Der Fassade eines Gebäudes kommt eine besondere Bedeutung zu. Sie schützt das Haus nicht nur, sondern dient auch Präsentationszwecken. Darüber hinaus kann sie das Gebäude warmhalten und somit einen Anteil zur Energieeinsparung und zur Behaglichkeit beitragen.

Wandbeläge

Im Januar wurden auf der Messe Heimtextil in Frankfurt wieder die neuesten Wandbelagrends präsentiert. Das Malerblatt hat sich umgesehen.

Arbeitsbühnen

Nach langem Anlauf sind Arbeitsbühnen beim Handwerker wichtige und vor allem wirtschaftliche Hilfsmittel im Baustellenalltag geworden. Je nach Schwerpunkt im Betrieb ist mieten oder auch kaufen angesagt. Worauf kommt es bei der Entscheidung an?

Messen: 04. - 07.03.2012 **Internationale Eisenwarenmesse, Köln**
06. - 10.03.2012 **CeBIT, Hannover**, Weltmesse „Heart of the digital World“
14. - 20.03.2012 **I.H.M., München**, Internationale Handwerksmesse

4

Erscheinungstermin
04.04.2012

Anzeigenschluss
13.03.2012

Farbgestaltung völlig losgelöst

Ungewöhnlich, intensiv farbig, schräg und völlig losgelöst präsentieren sich mancherorts Fassadengestaltungen. Was haben sich Bauherr und Gestalter beim Entwurf gedacht und wie reagiert die Umwelt? Wir sprechen mit Farbkünstlern.

Spritztechniken im Vergleich

Im Spritzverfahren können Farben und Lacke nicht nur wesentlich schneller, sondern auch gleichmäßiger aufgetragen werden. Vielfältige Spritzsysteme stehen für die verschiedensten Anwendungsfälle zur Auswahl.

Bodenbeläge

Gestaltung beschränkt sich nicht nur auf die Wände, sondern setzt sich am Boden fort. Teppichboden, Linoleum, Parkett, Laminat, Kunststoffbeläge und Kork bieten dafür vielfältige Möglichkeiten.

Laser-Messgeräte

Modernste Maschinen werden auf Baustellen ganz selbstverständlich eingesetzt, doch immer noch benützen die wenigsten Laser-Messgeräte. Und dabei kann mit deren Hilfe beim ungeliebten Aufmaß rationalisiert und eine Menge Zeit gespart werden.

Ausgabe

Form + Farbe

Technik + Werkstoffe

Trockenbau + Innenraum

Betrieb + Markt

5

Erscheinungstermin
03.05.2012

Anzeigenschluss
10.04.2012



Treppenhaus & Co.

Für Stimmung und Orientierung sorgt Farbe in Eingangsbereichen. Auf keinen Fall sollten Treppenhäuser und Foyers gestalterisches Niemandsland sein.

Holzbeschichtung

Holzbeschichtungen haben die Aufgabe das Holz vor Sonneneinstrahlung und Feuchteinwirkungen zu schützen. Daneben wird die optische Veränderung des Holzes durch Farbe immer beliebter.

Schimmel

Keiner will ihn und doch muss sich laut Statistik jeder vierte deutsche Haushalt mit ihm beschäftigen: Schimmel. Wie kann der unerwünschte Gast wirkungsvoll beseitigt und vermieden werden?

Kooperationen im Wandel

Immer mehr Unternehmer im Handwerk entscheiden sich für eine Kooperation, um vom Wissen anderer zu profitieren oder um Synergien zu realisieren. Der Markt bietet viele Möglichkeiten, vom klassischen Franchise-Modell bis hin zur kontinuierlichen Zusammenarbeit mit anderen Gewerken und mit Kollegen aus der Malerbranche.

Internetführer 2012 für Maler Lackierer Stuckateure Trockenbauer

Auflage: 30.000 Exemplare Format: DIN A5
Anzeigenschluss: **31.01.2012** Erscheinungstermin: 03.05.2012
Verbreitung: Malerblatt-Abonnenten; Fach-/Meisterschulen;
Innungsbetriebe der Maler-/Stuckateurinnungen;

Informationen unter: <http://internetguide.malerblatt.de>
Kontakt: Marion Hinze, Phone +49 711 7594-340, marion.hinze@konradin.de

NEU! Jetzt mit großem APP-Guide. Alle wichtigen Handwerker APPs auf einen Blick.

6

Erscheinungstermin
01.06.2012

Anzeigenschluss
08.05.2012

Unternehmensfarbigkeit

Corporate Identity spiegelt sich auch in der Architektur eines Unternehmens. Wir zeigen Unternehmen, die Farbe zur Differenzierung einsetzen.

WDVS

Ohne Dämmung geht heute nichts mehr. Dies gilt in erster Linie natürlich für den Neubau, doch auch bei der Altbau-sanierung spielt die Fassaden-dämmung eine bedeutende Rolle. Mit entsprechenden Dämm-systemen können fast alle Aufga-ben gelöst werden.

Malerblatt-Spezial Innenraum

Schönes Wohnen ist gefragt. Immer mehr Menschen finden Gefallen daran, ihr Zuhause individuell zu gestalten. Der Maler kann mit Farben, Putzen, Wandbelägen, kreativen Oberflächentechniken sowie der passenden Boden- und Deckengestaltung zu einem stilvollen Ambiente beitragen.

Abläufe optimieren

Völlig anders können heute Baustellen mit Hilfe modernster Technik optimiert werden. Ob via Smartphone und App oder über Fotos - sowohl dem Kunden als auch dem Mitarbeiter können Arbeitsschritte erläutert, sowie der Baustellenfortschritt dokumentiert werden.

Ausgabe	Form + Farbe	Technik + Werkstoffe	Trockenbau + Innenraum	Betrieb + Markt
7 Erscheinungstermin 03.07.2012 Anzeigenschluss 11.06.2012	Konzeption einer Farbkarte Eine genaue Wiedergabe von Farbmustern erfordert präzise Farbvorlagen. Farbschwankungen sollten so gering wie möglich gehalten werden. Ein Blick hinter die Kulissen zeigt den Aufwand bei der Erstellung von Farbkarten.	Lacke Das passende Lacksystem, richtig appliziert, kann die verschiedensten Untergründe vor äußeren Einflüssen bewahren und sie verschönern.	Licht und Schatten Maler, die offen sind für Neues, können mit Lichtinstallationen auf Niedrigvoltbasis oder mit Sonnenschutzsystemen, die sie im Zuge ihrer Malerarbeiten mit anbieten, an zusätzliche Aufträge kommen.	Kundenbindung Seitens der Hersteller gibt es verschiedene Instrumente der Kundenbindung. Was Malern und Stuckateuren alles angeboten wird und wofür sie sich gerne entscheiden, das geben Unternehmer beispielhaft preis.
8 Erscheinungstermin 03.08.2012 Anzeigenschluss 12.07.2012	Messen Messen sind nach wie vor die Plätze, an denen für neue Produkte, neue Ideen und Dienstleistungen geworben wird. Doch die Präsentation will inszeniert sein – mit farbigem Messedesign.	Beton Beton ist ein fester, langlebiger Baustoff – vorausgesetzt, er wird vor Witterungseinflüssen geschützt. Mit geeigneten Materialien und Verfahren kann der Maler die Lebensdauer von Beton bedeutend verlängern.	Trockenbau Die Trockenbauweise ist immer dann prädestiniert, wenn schnelle Bauabläufe gefragt sind. Trockenzeiten entfallen, der Raum kann sofort wieder genutzt werden. Darüber hinaus bietet der Trockenbau jede Menge gestalterische Möglichkeiten.	Betriebsübergabe Längst geht es nicht nur um Zahlen und Finanzierung, wenn ein Betrieb an die nächste Generation oder auch an einen externen Käufer übergeben wird. Es muss eine Menge vom Vorgänger wie auch vom Nachfolger beachtet werden, damit keine bösen Überraschungen erlebt.

Ausgabe

Form + Farbe

Technik + Werkstoffe

Trockenbau + Innenraum

Betrieb + Markt

9

Erscheinungstermin
03.09.2012

Anzeigenschluss
10.08.2012

Regionalität

Gibt es sie noch, die regionale Farbigkeit? Die Farbe, die einzelnen Landstrichen vorbehalten ist und typisch für diese Umgebung? Wie ist sie entstanden und in welcher Form ist sie noch vorhanden?

Maschinenteknik

Wer wettbewerbsfähig bleiben will, muss rationell arbeiten. Ohne die passenden Werkzeuge und eine angemessene Maschinenteknik ist dies heute fast nicht mehr möglich.

Malerblatt-Spezial Ökologisch Bauen und Einrichten

Wurden ökologische Baustoffe früher nur von wenigen Bauherren nachgefragt, so gibt es heute kaum noch eine Baustelle, auf der nicht nach den Prinzipien der Ökologie und der Nachhaltigkeit gearbeitet wird. Wir zeigen einige Beispiele.

Software optimieren

In den letzten Jahren wurden Programme für Maler und Stuckateure kontinuierlich erweitert und verbessert. Es gibt inzwischen eine breite Palette von Problemlösungen, aus denen der Unternehmer im Handwerk auswählen kann.

Messen: 06. - 11.09.2012 **NordBau, Neumünster**, Fachmesse der Bauwirtschaft
15. - 17.09.2012 **COMFORTEX, Leipzig**, Fachmesse für Raumgestaltung
20. - 27.09.2012 **IAA NUTZFAHRZEUGE, Hannover**, Internationale Automobil-Ausstellung Nutzfahrzeuge

10

Erscheinungstermin
02.10.2012

Anzeigenschluss
10.09.2012

Putze

Putzfassaden haben in Mitteleuropa Tradition. Doch immer häufiger setzen Planer auf die Ästhetik von Mischfassaden aus verschiedenen Materialien und lassen mehr Mut im Umgang mit den Putzstrukturen erkennen.

Leitern und Gerüste

Aufsteigen ist im Malerberuf Programm: das Malerblatt stellt Neuentwicklungen bei Leitern und Gerüstsystemen vor und informiert über aktuelle Sicherheitsvorschriften.

Innendämmung

Wo außen nicht gedämmt werden kann, bleibt nur eine Innendämmung zur Energieeinsparung und um die Folgen von Wärmebrücken zu vermeiden. Welche Möglichkeiten gibt es und worauf ist zu achten?

Berufskleidung

Ein Trend ist seit Jahren deutlich auszumachen: Es genügt den Handwerkern nicht mehr, bei der Berufskleidung das „Branchen-Outfit“ zu tragen, das vor Verletzungen und vor Kälte schützt. Modern und chic soll alles sein, so dass die Kleidung durchaus auch im Freizeitbereich benutzt werden kann. Die Anbieter reagieren auf diese Entwicklung.

Ausgabe	Form + Farbe	Technik + Werkstoffe	Trockenbau + Innenraum	Betrieb + Markt
11 Erscheinungstermin 02.11.2012 Anzeigenschluss 10.10.2012	Kindergarten und Schule Tagesstätten, Kitas, Horte und Schulen: Richtig eingesetzt fördert Farbe die Konzentration und die Lust am Lernen bei Kindern und Heranwachsenden.	Mauerwerkssanierung Wenn die Feuchtigkeit im Mauerwerk sitzt, wird das Wohnen im Innern des Gebäudes bald ungemütlich: die Wärme geht verloren und Schimmelbildung kann die Folge sein. Welche Systeme eignen sich zur Sanierung?	Verlegewerkstoffe Bevor bzw. damit ein Bodenbelag verlegt werden kann, sind eine Menge anderer Materialien notwendig: Grundierung, Spachtelmasse und Kleber sorgen für ein zufriedenstellendes Ergebnis.	Transporter Jeder Betrieb hat seine eigene Philosophie, wenn es um die Fahrzeugflotte geht. Manche Chefs schwören auf Kombis, andere auf geschlossene Kombis oder gar auf Pritschenwagen. Welche neuen Entwicklungen kamen auf den Markt und für welches Unternehmen eignet sich was?
Messen: 22. - 24.11.2012 denkmal, Leipzig , Europäische Messe für Denkmalpflege, Restaurierung und Altbausanierung				
12 Erscheinungstermin 04.12.2012 Anzeigenschluss 12.11.2012	Denkmal Erhaltung und Nutzung ergänzen sich beim Denkmal idealerweise, egal ob beim mittelalterlichen Fachwerkbau oder einem Stahlbetonbau der fünfziger Jahre.	Schleifgeräte Von Hand wird heute nur noch sehr selten geschliffen. Auf dem Markt sind verschiedenste Schleifgeräte erhältlich, die die Arbeit erheblich erleichtern.	Dekorative Techniken Auch wenn sie von einigen Architekten immer wieder als überholt bezeichnet werden, dekorative Malertechniken sind beliebt und bieten dem Maler die Gelegenheit, sich vom Heimwerker deutlich abzugrenzen.	Malerblatt-Spezial 50 plus Die Senioren wollen keine mehr sein! Die jung gebliebenen Älteren stehen in diesem Lebensabschnitt auf Modernes, auf Hochwertiges und dazu auf einen umfassenden Service. Nicht mehr nur für Spezialisten bietet sich hier ein lukrativer Markt. Wie muss das Leistungsspektrum aussehen, um im Segment „50 plus“ Erträge holen zu können?

- 1 Zeitschriftenformat:** 210 mm breit x 297 mm hoch, DIN A4
Unbeschnitten: 216 mm breit x 303 mm hoch

Satzspiegel: 188 mm breit x 270 mm hoch;
4 Spalten à 44 mm Breite
- 2 Druck- und Bindeverfahren:** Rollen-Offsetdruck, Klebebindung
- 3 Datenübermittlung:** Nutzen Sie unser Anzeigenportal zur Anlieferung der Daten per Internet unter www.konradin-ad.de
E-Mail: anzeigenkv@konradin-druck.de
 1. PDF-Anzeigen (automatische Prüfung)
 2. offene Datei (über Upload-Maske, Daten bitte gepackt übermitteln)Bei Rückfragen: Phone +49 711 7594-718 (8-17:30 Uhr)
- 4 Datenformate:**
Wir empfehlen die Anlieferung von PDF/X-3-Daten. Ansonsten unseparierte Dateien im Format EPS oder TIFF; offene Daten (z.B. InDesign, Quark XPress, usw.) 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 2846-1, Sonderfarben sind in Absprache möglich. Zur Konvertierung und Kontrolle des Farbraums (ICC-Color Management) wird speziell auf die Standard-Offsetprofile der ECI verwiesen (kostenloser Bezug des Pakets „ECI_Offset_2009“ bei www.eci.org). Zu verwenden sind die Profile „eciRGB_v2.icc“ (RGB-Farbraum) und „ISOcoated_v2_eci.icc“ (CMYK-Farbraum).
- 6 Proof:**
Farbverbindliches Proof nach „Medienstandard Druck“ (bvdm). Digital erstellte Prüfdrucke müssen zur Kontrolle der Farbverbindlichkeit den FOGRA Medienkeil enthalten (kostenpflichtig zu beziehen bei www.fogra.org). Andrucke müssen einen offiziellen Druckkontrollstreifen aufweisen.

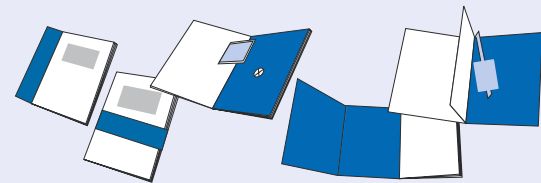
- 7 Datenarchivierung:**
Alle Daten werden archiviert, unveränderte Wiederholungen sind deshalb in der Regel möglich. Eine Datengarantie wird jedoch nicht übernommen.
- 8 Gewährleistung:**
Bei Anlieferung von unvollständigen oder abweichenden Daten (Texte, Farben, Abbildungen) übernehmen wir keine Haftung 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:**
Henrike Henke, Auftragsmanagement
Phone +49 711 7594-317

Bedingungen:

Vor einer digitalen Anzeigenübermittlung muss der Anzeigenabteilung ein entsprechender Auftragsauftrag vorliegen. Es gelten die Anzeigenschluss-Termine laut Termin- und Themenplan. Zur Kontrolle der übermittelten Anzeige wird ein 1:1 Ausdruck benötigt, bzw. bei Farbanzeigen ein farbverbindliches Proof oder ein Andruck.

Sie suchen das besondere Werbeformat?

Für Banderolen, Klappen, individuelle Beihefter und Beikleber, Pop-Ups, Lesezeichen usw. erstellen wir Ihnen gerne ein Angebot. Fragen Sie an!



KIMT Konradin Interaktives MedienTool

KIMT ist das neue Crossmedia-Tool der Konradin-Mediengruppe und verbindet auf intelligente Weise Print- und Online-Werbung.

Ihre gebuchte Anzeige ist mit **KIMT** gleichzeitig in der Malerblatt Print- und Onlineversion präsent. Über eine Keywordsuche wird Ihre Anzeige bei jeder Suchanfrage in der Malerblatt-Fachdatenbank punktgenau ausgespielt. Die Verknüpfung mit einer Medienbox bietet Ihnen zusätzlich weitere Kontaktmöglichkeiten mit Ihrer Zielgruppe (Filme, Dokumente, Links, Bilder,..).

Fachdatenbanken sind für Profi-Zielgruppen wichtig zur Recherche von Fachinformationen und bieten Zeit- und Treffervorteile.

Mit KIMT treffen Sie Ihre Zielgruppe ohne Streuverluste.

Leistungsumfang:

- Buchungsdauer: 30 Tage
- Keywordsuche: 12 Suchbegriffe
- Medienbox: bis zu 4 Medienelemente
- Medienübernahme in die Medienbibliothek nach Ablauf der Buchungsdauer (+ 2 Monate)

Basispaket	Preis/Monat
Anzeigenpreis plus	2.200,- €

Fordern Sie nähere Informationen an. Gerne beraten wir Sie persönlich.

Kontakt:

Carola Gayda: Phone +49 711 7594-432, carola.gayda@konradin.de
Marion Binder: Phone +49 711 7594-426, marion.binder@konradin.de

The screenshot shows the Malerblatt ONLINE website interface. At the top, there is a navigation bar with 'Malerblatt ONLINE' and 'FARBE FASZINIERT'. Below this is a search bar with the following fields: 'Suchbegriff:' (containing 'WDF'), 'Jahrgang:' (set to 'Alle Jahrgänge'), and 'Ausgabe:' (set to 'Alle Ausgaben'). There are also buttons for 'Suchen', 'reset', and 'Erweiterte Suche'. Below the search bar, there are options for 'Login merken' and a list of categories: 'News', 'Form & Farbe', and 'Meinung'. The main content area shows search results for 'Fachartikelarchiv'. The first result is titled 'Im Trend' and discusses 'Dunkle Fassaden genießen immer mehr Popularität'. It includes a small image of a house and a text box that says 'Ihre Suchanfrage hat interaktive Fachinformationen gefunden. Bitte klicken Sie auf die Anzeige(n)'. Below the main text, there are links for 'PDF', 'ePaper', 'Bilder', 'Detail', and 'Drucken'. The page number is '1 von 4'. At the bottom, there is a section titled 'Perfekt gedämmt' with a small image of insulation materials and text about 'Die Möglichkeiten der Fassadenabdichtung'.

Malerblatt ONLINE

Der Service für engagierte und innovative Handwerksbetriebe mit aktuellen Meldungen aus der Branche und umfangreichen Recherchemöglichkeiten.



www.malerblatt.de

Werbeform	Größe/Pixel	Platzierung	Preis/Monat
Fullsizebanner	468 x 60	alle Seiten/Rotation	300,- €
Skyscraper	120 x 600	alle Seiten/Rotation	420,- €
Button	130 x 70	Navigationsleiste/ Rotation	180,- €

Datei-Formate: GIF, Flash, JPG

Datenanlieferung: per E-Mail bis spät. zwei Werktage vor Kampagnenstart

Zugriffe: 13.000 Seitenaufrufe / Monat

Malerblatt NEWSLETTER

Jeden Freitag!

Aktuelle Branchennews frei Haus, die ideale Ergänzung zum Heft.

Das Informationsnetzwerk für die Branche

Kommunikation geht heute viele Wege und das Malerblatt geht offensiv mit. Zur bedarfsgerechten Information Ihrer Zielgruppe nutzt die Redaktion die klassischen wie die neuen Medienkanäle und bietet dem Maler damit eine vielschichtige, professionelle Begleitung in seinem Berufsalltag.

Für Sie eröffnen sich durch den Newsletter zusätzliche Werbemöglichkeiten. Sprechen Sie uns an, wir beraten Sie gerne!

Werbeform	Format	Preis pro Aussendung
Textanzeige	max. 500 Zeichen (8 Zeilen inkl. Überschrift)	220,- €
Sponsored Link	Text max. 500 Zeichen Bild max. 190 Pixel breit	315,- €

Datei-Format: TIFF, JPG

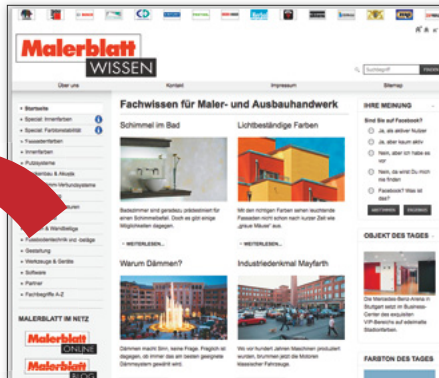
Datenanlieferung: per E-Mail bis spätestens vier Tage vor Aussendung

Empfänger: 4.500

Kontakt:

Carola Gayda: Phone +49 711 7594-432, carola.gayda@konradin.de
Marion Binder: Phone +49 711 7594-426, marion.binder@konradin.de

Malerblatt WISSEN



www.malerblatt-wissen.de

Malerblatt-WISSEN

ist eine neutrale, firmenübergreifende Wissensplattform, die aktuelle Informationen und fundamentales Basiswissen zu branchenrelevanten Themen bietet.

Gespeist wird die Datenbank zu großen Teilen aus der Fachzeitschrift Malerblatt, ergänzt durch Beiträge namhafter Autoren und Experten.

Ziel der Datenbank ist, geballte Kompetenz zur Verfügung zu stellen, orientiert an den Bedürfnissen der Zielgruppe.

Zugriffe: 35.000 Seitenaufrufe/Monat

Werden Sie Wissens-Sponsor!

Sponsor der Malerblatt-WISSEN-Datenbank werden heißt: Sie tragen als Partner von Malerblatt-WISSEN zur Weiterentwicklung der Wissensplattform bei und eröffnen sich einen direkten Kommunikationskanal zu Ihrer Zielgruppe.

Beispiel



Zu Ihren Beteiligungsmöglichkeiten beraten wir Sie gerne. Sprechen Sie uns an!

Kontakt:

Carola Gayda: Phone +49 711 7594-432, carola.gayda@konradin.de
Marion Binder: Phone +49 711 7594-426, marion.binder@konradin.de

- Startseite
- Special: Innenfarben
- Special: Farbtonstabilität
- Fassadenfarben
- Innenfarben
- Putzsysteme
- Trockenbau & Akustik
- Wärmedämm-Verbundsysteme
- Innendämmung
- Lacksysteme & Lasuren
- Bauenschutz
- Tapeten & Wandbeläge
- Fussbodentechnik und -beläge
- Gestaltung
- Werkzeuge & Geräte
- Software
- Partner

