



FACHZEITSCHRIFT

WEBSITE
lackiererblatt.de

NEWSLETTER

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

Petra Breuer
Phone +49 711 7594-312
petra.breuer@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
Firmenreport	9
Preisliste	10
Termin- und Themenplan	14
Formate und technische Angaben	18

WEBSITE	19
---------	----



Sieben mal im Jahr

Als Magazin für Fahrzeuglackierung, Karosserie und Reparatur veröffentlicht das Lackiererblatt sieben Ausgaben im Jahr mit den Rubriken

- NAMEN + NACHRICHTEN
- FORM + FARBE
- REPARATUR + KAROSSERIE
- TECHNIK + WERKSTOFFE
- TRENDS + NEUHEITEN
- BETRIEB + MARKT
- AUSBILDUNG + WEITERBILDUNG

Die wichtigsten Themen

für unsere Leser sind:

- Produktneuheiten
- Lacktechnik
- Kabinentechnik
- Karosserie-Instandsetzung

Mit Messeheft zur Automechanika 2012

Die September-Ausgabe zur Automechanika enthält einen Vorbericht über die größte Branchenmesse und eine Vorschau auf die Messehighlights.

www.lackiererblatt.de

Der online-Treffpunkt für alle Interessierten rund um das Thema Fahrzeuglackierung und Karosserie-reparatur.

Mit News aus der Branche, Hersteller-datenbank, Fachartikelarchiv, Produkt-neuheiten und aktuellem Fach-Know-how in der Rubrik „Spezial“.

Lackiererblatt Newsletter

Der Lackiererblatt Newsletter liefert zusätzlich zwischen den Printausgaben alle zwei Wochen aktuelle Branchennews frei Haus.

Firmenreport

Unser Service für Sie: Individuelle Supplements, mit redaktioneller Berichterstattung über ein Unternehmen der Branche.

Sprechen Sie mit uns über Ihre Möglichkeiten.

- 1 **Titel:** Lackiererblatt
- 2 **Kurz-
charakteristik:** Fahrzeuglackierung und Karosseriereparatur bilden die inhaltlichen Schwerpunkte des Lackiererblattes. Bildstark, leicht verständlich und meinungsfreudig werden diese Kernthemen in Form von Anwenderberichten, Reportagen und Interviews umgesetzt. Daneben greift das Lackiererblatt regelmäßig verwandte Themen aus dem Umfeld der Fahrzeuginstandsetzung auf – von der Fahrzeugelektronik über die Industrielackierung bis hin zu Fahrzeugaufbereitung und –reinigung. Aktuelle Branchennachrichten und eine Vielzahl von ausführlichen Produktvorstellungen ergänzen in jeder Ausgabe das Themenspektrum.
- 3 **Zielgruppe:** Kfz-Lackierbetriebe, Kfz-Reparaturwerkstätten, Karosseriebetriebe mit angeschlossener Lackiererei, Autohäuser und -händler.
- 4 **Erscheinungs-
weise:** 7 x jährlich
- 5 **Heftformat:** DIN A4
- 6 **Jahrgang:** 21. Jahrgang 2012
- 7 **Bezugspreis:** Jahresabonnement:
Inland 70,70 €
Ausland 76,30 €
- 8 **Organ:** Organ der Bundesfachgruppe Fahrzeuglackierer im Bundesverband Farbe, Gestaltung, Bautenschutz
- 9 **Mitgliedschaften:** —

- 10 **Verlag:** Konradin Medien GmbH
- 11 **Herausgeberin:** Katja Kohlhammer
- 12 **Anzeigen:** Carola Gayda, Anzeigenleiterin
- 13 **Redaktion:** Michael Rehm, Chefredakteur
Phone +49 711 7594-532
michael.rehm@konradin.de
- 14 **Umfangs-Analyse 2010 = 7 Ausgaben**
- | | |
|-----------------------|-----------------------------|
| Gesamtumfang: | 388 Seiten = 100,0 % |
| Redaktionsteil: | 300 Seiten = 77,3 % |
| Anzeigenteil: | 88 Seiten = 22,7 % |
| davon | |
| Gelegenheitsanzeigen: | 5 Seiten |
| Beilagen: | 19 Stück |
- 15 **Inhalts-Analyse des Redaktionsteils 2010** **300 Seiten = 100,0 %**
- | | |
|----------------------------|--------------------|
| Namen + Nachrichten | 29 Seiten = 9,7 % |
| Form + Farbe | 51 Seiten = 17,0 % |
| Technik + Werkstoffe | 81 Seiten = 27,0 % |
| Reparatur + Karosserie | 30 Seiten = 10,0 % |
| Trends + Neuheiten | 43 Seiten = 14,3 % |
| Betrieb + Markt | 35 Seiten = 11,6 % |
| Ausbildung + Weiterbildung | 5 Seiten = 1,7 % |
| Forum | 2 Seiten = 0,7 % |
| Sonstiges | 24 Seiten = 8,0 % |



1 Auflagenkontrolle:

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

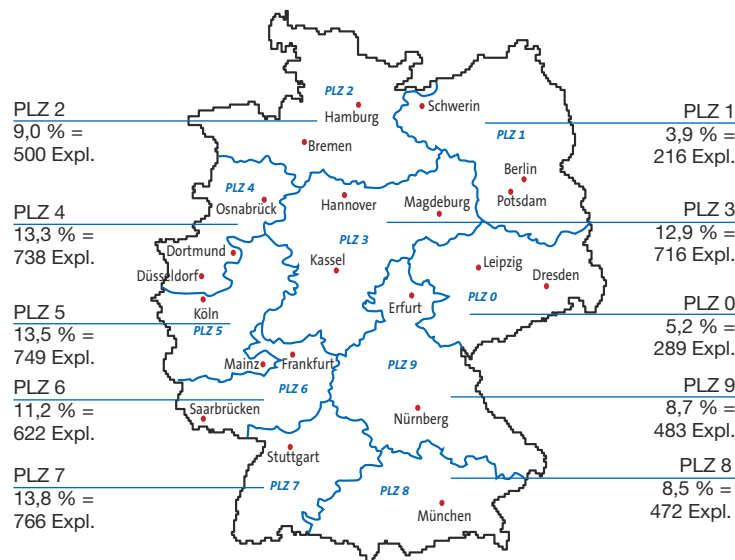
Druckauflage:	6.100		
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):	5.750	davon Ausland:	199
Verkaufte Auflage:	2.134	davon Ausland:	187
– Abonnierte Exemplare:	2.108	davon Mitgliederstücke:	–
– Einzelverkauf:	–		
– Sonstiger Verkauf:	26		
Freistücke:	3.616		
Rest- /Archivexemplare:	350		

3 Geographische Verbreitungs-Analyse:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Deutschland	96,5	5.551
Ausland	3,5	199
<i>davon</i>		
<i>Österreich</i>	20,5	41
<i>Schweiz</i>	53,4	106
<i>sonstiges Ausland</i>	26,1	52
Tatsächlich verbreitete Auflage	100,0	5.750

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.
Fahrzeuglackierbetrieb	29,1	5.330
Fahrzeuglackierbetrieb und Karosseriebetrieb	15,9	2.910
Autohaus mit Lackiererei	9,2	1.680
Kfz-Reparaturwerkstatt	7,5	1.370
Karosseriebetrieb	4,0	730
Fachhandel (Farben, Lacke, Werkzeuge, Werkstattausrüstung, Zubehör)	8,8	1.610
Lackhersteller/Lackindustrie	9,2	1.680
Lack- und Karosseriezentrum	3,2	590
Lackierzentrum	1,6	290
Schulen/Berufsschulen	7,5	1.370
Verbände	0,8	150
Sonstige (Kfz-Sachverständige, Automobilindustrie, Beratungsunternehmen, Buchhandlungen)	3,2	590
	100,0	18.300

1.2 Größe der Wirtschaftseinheiten:

	Anteil Leser (LpN)	
	%	Proj. ca.
1–2 Beschäftigte	9,5	1.740
3–4 Beschäftigte	14,7	2.690
5–9 Beschäftigte	29,6	5.420
10–19 Beschäftigte	19,9	3.640
20–49 Beschäftigte	8,0	1.460
50–99 Beschäftigte	5,2	950
100 und mehr Beschäftigte	7,5	1.370
keine Angabe	5,6	1.030
	100,0	18.300

2.1 Tätigkeitsmerkmale:

Position im Betrieb

	Anteil Leser (LpN)	
	%	Proj. ca.
Inhaber/Mitinhaber	37,1	6.790
Geschäftsführer	10,8	1.980
Hauptabteilungsleiter/ Ressortleiter mit Prokura	4,0	730
Abteilungsleiter	8,8	1.610
Werkstattleiter	9,2	1.680
Kaufmännischer Angestellter	7,2	1.320
Technischer Angestellter	8,8	1.610
Auszubildender	1,6	290
Sonstige (Vertriebsmitarbeiter, Kundenberater, Lehrer/Dozent, Ausbilder)	12,5	2.290
	100,0	18.300

2.2 Sozio-Demografie: 1 Bildung/Ausbildung	Anteil Leser (LpN)	
	%	Proj. ca.
Fahrzeuglackier-Meister	43,4	7.940
Kaufmännische Ausbildung	24,3	4.450
Kfz-Mechaniker	8,0	1.460
Fahrzeuglackier-Geselle	6,4	1.170
Dipl.-Betriebswirt	3,6	660
Lehrer/Dozent	3,6	660
Karosseriebau-Meister	3,2	590
Dipl.-Ingenieur	2,0	370
Karosseriebau-Geselle	1,6	290
Andere	3,9	710
	100,0	18.300

2 Alter	Anteil Leser (LpN)	
	%	Proj. ca.
unter 30 Jahre	7,2	1.320
30 bis 39 Jahre	20,7	3.790
40 bis 49 Jahre	36,7	6.720
50 bis 59 Jahre	20,3	3.710
60 Jahre und älter	15,1	2.760
	100,0	18.300

3.1 Sonstiges: Leistungsangebot der erreichten Handwerksbetriebe	Anteil Leser (LpN)	
	%	Proj. ca.
Unfallinstandsetzung	61,0	11.160
Karosseriereparaturen, Karosseriebau	53,8	9.850
Fahrzeugaufbereitung	50,6	9.260
Nutzfahrzeuglackierung	50,6	9.260
Industrielackierung	49,4	9.040
Glasreparaturen	43,4	7.940
Fahrzeugbeschriftung	42,2	7.720
Designlackierung	42,2	7.720
Verkauf/Vertrieb von Farben und Lacken, Lackierzub.	40,6	7.430
Kfz-Mechanik	33,1	6.060
Kfz-Diagnose	23,5	4.300
Kfz-Handel	22,7	4.150
Sandstrahlarbeiten	19,9	3.640
Fahrzeugumbauten	19,1	3.500
Lackherstellung	16,7	3.060
Fahrzeugbau	10,0	1.830
Mehrfachnennungen (100 % = 18.300)		

Kurzfassung der Erhebungsmethode:

1. Methode: Leser-Struktur-Analyse durch telefonische Erhebung – Stichprobenerhebung
 2. Grundgesamtheit (tvA): $5.964 = 100,0 \%$
In der Untersuchung nicht erfasst: $870 = 14,6 \%$
 3. Stichprobe: 251 Netto-Interviews
 4. Zielperson der Untersuchung: Leser pro Nummer (LpN)
 5. Zeitraum der Untersuchung: Mai 2006
 6. Durchführung der Untersuchung: Foerster & Thelen, Bochum
- Kontakt: Andrea Stegemann, Markt-/Mediaforschung, Phone +49 711 7594-324

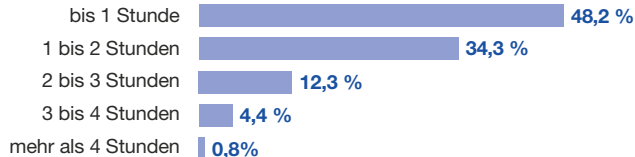
Titelprofil

Inwieweit treffen folgende Aussagen auf das Lackiererblatt sehr zu / zu?
(Mehrfachnennungen)

kann man weiterempfehlen	96,0 %
ist verständlich geschrieben	92,4 %
ist klar und übersichtlich gegliedert	90,4 %
hat ein ansprechendes Erscheinungsbild	89,6 %
enthält nützliche Tipps für die berufliche Praxis	89,6 %
enthält fachlich qualifizierte Beiträge	88,8 %
berichtet objektiv und neutral	72,5 %
informiert umfassend, zuverlässig und vollständig	69,3 %
beinhaltet interessante und hilfreiche Produktanzeigen	66,5 %

Die Leser sind mit dem Lackiererblatt vollauf zufrieden. Sowohl das Erscheinungsbild als auch das redaktionelle Angebot erhalten Bestnoten.

Lesedauer



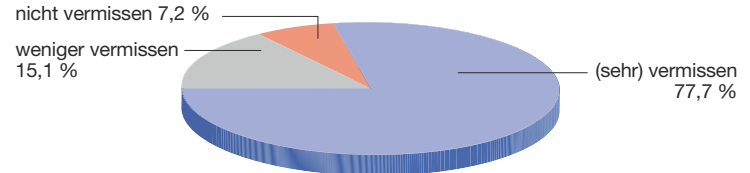
Das Lackiererblatt wird von seinen Lesern intensiv genutzt.
Die durchschnittliche Lesedauer beträgt 100 Minuten.

Exklusivleser

Lackiererblatt-Leser sind intensive Mediennutzer, um sich über das aktuelle Branchengeschehen zu informieren. **28,9 %** der Befragten lesen jedoch ausschließlich das Lackiererblatt.

Leser-Blatt-Bindung

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



Das Lackiererblatt ist seinen Lesern wichtig. **77,7 %** würden das Lackiererblatt sehr vermissen/vermissen, wenn es die Zeitschrift nicht mehr gäbe.

Anzeigennutzung



Hohe Aufmerksamkeit für Ihre Werbebotschaft. Die Anzeigen im Lackiererblatt werden beachtet und bieten den Lesern nützliche Informationen über Produkte und Anbieter.

Quelle: Leser-Struktur-Analyse 2006

Firmenreport

Nutzen Sie die Kompetenz des Lackiererblattes für Ihre Kommunikation!
Mit einem individuell für Sie erstellten Supplement.

Unsere 3fach-Leistung für Ihre Öffentlichkeitsarbeit!

- Wir verwenden von Ihnen gelieferte inhaltliche Bausteine oder erarbeiten die Themen mit Ihnen zusammen.
- Wir übernehmen die Gestaltung für Sie – im Layout des Lackiererblattes bzw. der Lackiererblatt-Ressorts.
- Wir sorgen für die Verbreitung an Ihre Zielgruppe, indem wir den Hauptteil der Auflage als Supplement dem Lackiererblatt beilegen.

Paketangebot

Umfang	16 Seiten (12 + 4 Seiten Umschlag)
Inhalt	Berichterstattung ausschließlich über ein Unternehmen der Branche
Auflage	10.000 Exemplare, davon 6.000 Exemplare als Beilage im Lackiererblatt
Druck-Daten	zu Ihrer Verfügung, um z.B. Übersetzungen zu erstellen
Kosten	ab 9.000,- € abhängig vom entstehenden redaktionellen Aufwand



Muster



Interesse? Sprechen Sie uns an!

Kontakt:

Chefredakteur:
Michael Rehm, Phone +49 711 7594-532, michael.rehm@konradin.de

Anzeigenleiterin:
Carola Gayda, Phone +49 711 7594-432, carola.gayda@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	2.550,-	480,-	3.030,-	960,-	3.510,-	1.440,-	3.990,-		188 x 270	210 x 297
2/3 Seite	1.700,-	480,-	2.180,-	960,-	2.660,-	1.440,-	3.140,-		quer hoch 188 x 178 125 x 270	210 x 195 135 x 297
1/2 Seite	1.275,-	480,-	1.755,-	960,-	2.235,-	1.440,-	2.715,-		quer hoch 188 x 133 92 x 270	210 x 150 103 x 297
1/3 Seite	850,-	480,-	1.330,-	960,-	1.810,-	1.440,-	2.290,-		quer hoch 188 x 88 60 x 270	210 x 105 71 x 297
1/4 Seite	638,-	340,-	978,-	680,-	1.318,-	1.020,-	1.658,-		quer 2-sp. hoch 188 x 65 92 x 133 44 x 270	210 x 82 55 x 297
1/8 Seite	319,-	340,-	659,-	680,-	999,-	1.020,-	1.339,-		quer 2-sp. hoch 188 x 32 92 x 65 44 x 133	210 x 56

1/16 Seite
Anzeigenteil

159,-

Breite x Höhe in mm
92 x 32, 44 x 65

Anschnittzuschlag* 255,- €
Zuschlag* je Sonderfarbe: bis 1/4 Seite 600,- €, bis 1/1 Seite 740,- €
Metall- und Leuchtfarben nach Muster auf Anfrage
* Zuschläge nicht rabattierbar

1/32 Seite
Anzeigenteil

77,-

Breite x Höhe in mm
44 x 32



Vorzugsplatzierungen: (rabattierbar)	Zuschlag auf den jeweiligen s/w-Grundpreis: 2., 3. und 4. Umschlagsseite	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 Anzeigen 6 Anzeigen 9 Anzeigen 12 Anzeigen	
	5 % 10 % 15 % 20 %	
oder Mengenstaffel	3 Seiten 6 Seiten 9 Seiten 12 Seiten	
	5 % 10 % 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	1.015,— 635,—
1/4 S.	188 x 65 92 x 133	512,— 320,—
3/16 S.	188 x 48 92 x 99	384,— 240,—
1/8 S.	92 x 65	256,— 160,—
1/16 S.	92 x 32	128,— 80,—
1/32 S.	44 x 32	67,— 42,—

- 5 **Sonderwerbeformen:** auf Anfrage
- Beihefter, Beilagen, aufgeklebte Werbemittel:
siehe Seite 12 bis 13
- 6 **Kontakt:** Beratung, Buchung:
siehe Gesprächspartner Seite 2
- Datenlieferung, Auftragsbestätigung, Belege:
Petra Breuer, Auftragsmanagement
Phone +49 711 7594-312
- 7 **Zahlungsbedingungen:** Bei Bankeinzug und Vorauszahlung 3% Skonto, bei
Zahlung innerhalb 10 Tagen nach Rechnungsdatum
2% Skonto, sonst spätestens 30 Tage nach Rechnungs-
datum 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	2.800,- €	3.220,- €
2 Blatt = 4 Seiten	4.900,- €	5.635,- €

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

Benötigte Menge: 6.400 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 „Lackiererblatt“, Ausgabe (Nr.)
Zeiten: Mo.- Fr. 7.00 Uhr bis 18.00 Uhr
Euro-Palettenmaß: 80 x 120 cm (Höhe max. 110 cm)

Beschnittschema:

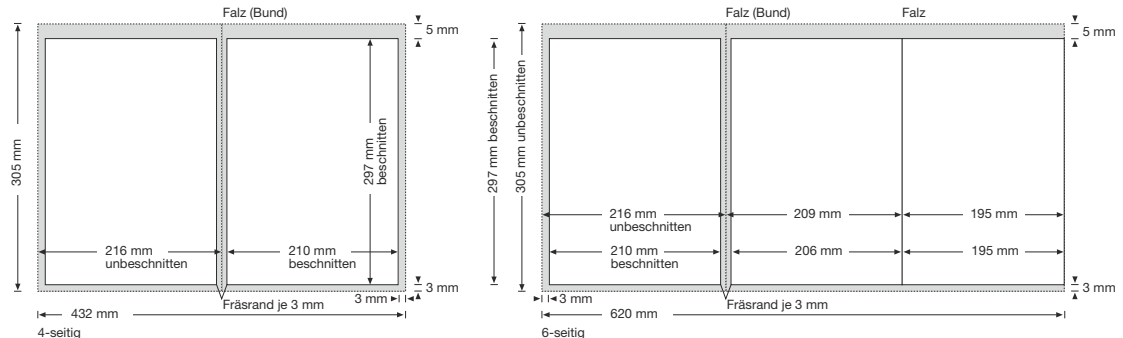
Formate:

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



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: 6.400 Exemplare

Anliefertermin: jeweils bis zum 20. des Vormonats
siehe Termin- und Themenplan Seite 14 bis 17.

Format: Maximal 200 mm breit x 290 mm hoch

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

bis 25 g	215,- €
bis 30 g	236,- €
bis 35 g	258,- €
bis 40 g	279,- €
bis 45 g	301,- €
bis 50 g	322,- €

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

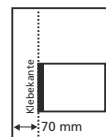
Versandanschrift:

Lieferung frei Wennberg GmbH, Abteilung KONSEND, Tafinger Straße 13-15, 71665 Vaihingen/Enz, Liefervermerk: Für „Lackiererblatt“, 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: 6.400 Exemplare

Versandanschrift für aufgeklebte Werbemittel:

Lieferung frei Konradin Druck GmbH
Kohlhammerstraße 15, 70771 Leinfelden-Echterdingen,
Liefervermerk: Für „Lackiererblatt“, 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	Reparatur + Karosserie	Technik + Werkstoffe	Betrieb + Markt
1 Januar 2012 Erscheinungstermin 09.01.2012 Anzeigenschluss 15.12.2011	Der Klassiker Ferrari-Rot - wie dieser Farbton aussieht, meint jeder zu wissen. Doch auch Ferrari-Rot hat sich im Laufe der Zeit verändert. Wie der klassische Farbton entstand, warum und in welcher Form er sich verändert hat, zeichnen wir nach.	Vorsicht ist besser Fahrzeuge mit alternativem Antrieb erobern sich einen ständig wachsenden Marktanteil. Was müssen Karosseriebauer und Lackierer bei der Reparatur dieser Fahrzeuge beachten? Gelten besondere Vorsichtsmaßregeln?	Lackierfehler beheben Staubeinschlüsse, kleine Läufer, Lacknasen – Lackierfehler sind schnell passiert. Wir zeigen, wie man sie fast ebenso schnell behebt und welche Ausstattung dazu notwendig ist. Fahrzeuge transportieren So schön es wäre, wenn ein Fahrzeug an einem einzigen Platz komplett bearbeitet werden könnte – in der Praxis ist Rangieren an der Tagesordnung. Wir zeigen, wie und womit.	Cross Selling Mehr verkaufen kann im Lackierbetrieb zweierlei bedeuten: Mehr Umsatz pro Kunde zu generieren oder sich Leistungen, die im Rahmen größerer Reparaturen oft kostenlos erbracht werden, bezahlen zu lassen. Für beides braucht man Argumente.

Produktschwerpunkt: Atemschutz, Arbeitsschutz, Arbeitskleidung

2 März 2012 Erscheinungstermin 02.03.2012 Anzeigenschluss 10.02.2012	Klassischer Glanz Oberflächen, die aussehen wie verchromt, sind immer aktuell – ob an Oldtimern oder beim Custom Painting. Wir stellen entsprechende Verfahren und Materialien vor.	Tiefschwarz und ultraleicht Carbonteile sind bei hochwertigen Fahrzeugen immer häufiger zu finden. Sie stellen bei der Beschichtung aber besondere Ansprüche – vom Spachteln bis zum Trocknen.	Wisch und weg Vom groben Reinigen bis zum Polieren – während des Lackierprozesses sind ständig Tücher im Einsatz – nicht irgendwelche, sondern für jede Aufgabe das passende.	Auftrag aus dem Netz Portale wie „MyHammer“ oder „Kennstdu einen“ florieren. Kunden fahren bei den via Internet erteilten Aufträgen meist günstig. Wie sieht der Fall aus Sicht der Werkstätten aus?
--	---	--	---	--

Produktschwerpunkt: Lackierpistolen, Bechersysteme, Pistolenwartung und -reinigung

Messen: 06.03. - 18.03.2012 **Internationaler Automobil-Salon**, Genf, Schweiz
14.03. - 20.03.2012 **I.H.M.**, München, Internationale Handwerksmesse
21.03. - 25.03.2012 **Techno-Classica**, Essen, Weltmesse für Oldtimer, Classic & Prestige-Automobile
22.03. - 25.03.2012 **RETRO CLASSICS**, Stuttgart, Die ganze Welt automobiler Klassiker

Ausgabe

April 2012

Erscheinungstermin
05.04.2012

Anzeigenschluss
15.03.2012

Sonderheft

Wer den (Klein-) Schaden hat

Smart-Repair, Spot-Repair und & Co.

Kleine Schäden an Lack und Karosserie, an Polstern und Armaturenbrett können heute mit effizienten Methoden, Know-how und spezialisierten Werkzeugen behoben werden. Für Lackier- und Karosserie-Fachbetriebe sind Kleinschadenreparaturen einerseits seit Jahren geübte Praxis, andererseits eine Möglichkeit neue Kundenschichten zu erschließen.

Themen sind unter anderem:

Mit dem Reparaturmobil unterwegs – Service vor Ort

Arbeitsschutz und Umweltschutz

Was können Dosen leisten?

Die kleine Lösung: Absaugwände und Spritzstände

Einrichten mit System: Wie sollte der Smart-Repair-Bereich gestaltet und ausgestattet sein?

Wo, wenn nicht hier? UV-Lack-Einsatz bei Spot-Repairs

Produktschwerpunkt: Lackieranlagen, Lacktrocknung, Werkstatteinrichtung

Messen: 17.04. - 20.04.2012 **PaintExpo**, Karlsruhe, Internationale Leitmesse für industrielle Lackiertechnik

Ausgabe	Form + Farbe	Reparatur + Karosserie	Technik + Werkstoffe	Betrieb + Markt
3 Mai 2012 Erscheinungstermin 04.05.2012 Anzeigenschluss 12.04.2012	Boote lackieren Die Lackierung von Booten ist für Fahrzeuglackierer technisch gesehen kein Problem. Unterschiede gibt es natürlich bei den Materialien, beim Kontakt und bei der Kooperation mit den Kunden.	Hagel-Szene Hagelreparaturen haben sich zu einem Betätigungsfeld von reinen Spezialisten entwickelt. Doch mit zunehmender Häufigkeit und Schwere der Schäden bieten sich auch für Karosserie- und Lackierwerkstätten neue Perspektiven und Kooperationsmöglichkeiten.	Rationelles Maskieren Abkleben kostet Zeit. Spezielle Techniken und moderne Materialien können helfen Zeit zu sparen. Wir zeigen, was Stand der Technik ist. Auf Hochglanz Bei Polituren hat jeder seine speziellen Vorlieben. Welche Arten von Polituren gibt es? Was ist drin? Wie wirken sie, und wie werden sie hergestellt?	Reibungsloser Ablauf Die Kommunikation zwischen Werkstätten und Versicherungen bei der Auftragsabwicklung muss schnell und effizient erfolgen. Eine Vielzahl von technischen Hilfsmitteln erleichtert den Prozess.

Produktschwerpunkt: Finish, Fahrzeugpflege, Fahrzeugreinigung, Lackversiegelungen

Messen: 02.06. - 06.06.2012 **AMITEC**, Leipzig, Fachmesse für Fahrzeugteile, Werkstatt und Service

4 Juli 2012 Erscheinungstermin 04.07.2012 Anzeigenschluss 13.06.2012	Farbton per Mausklick Digitales Farbtonmanagement – so lautet die Devise bei der Bestimmung des Farbtons. Welche Rolle spielen elektronische Arbeitsmittel heute, und wohin geht der Trend?	Diagnose muss stimmen Viele Reparaturen an Blech und Lack setzen heute den Einsatz eines Diagnosegerätes voraus. Wir zeigen, was ein Gerät bieten muss und welche Dienstleistungen dazugehören.	Basisarbeit Keine Reparaturlackierung kommt ohne Füller aus. Schon bei dieser Lackschicht kann man vieles richtig oder auch falsch machen. Abläufe optimieren Zeit ist Geld. Viel Zeit kann durch eine optimale Gestaltung des Einzelarbeitsplatzes gespart werden. Kurze Wege und alle Werkzeuge zur Hand zu haben, kann ein immenser Vorteil sein.	Fordern und fördern Gute Ausbildung ist kein Zufall, sondern Chefsache. Die richtigen Auszubildenden müssen erst gefunden und dann optimal eingebunden werden. Wir porträtieren einen Betrieb, der in Sachen Ausbildung ganz weit vorne ist.
--	---	---	---	--

Produktschwerpunkt: Vorbereiten, Abkleben, Spachteln



Ausgabe

Form + Farbe

Reparatur + Karosserie

Technik + Werkstoffe

Betrieb + Markt

5

September 2012

Erscheinungstermin
31.08.2012

Anzeigenschluss
10.08.2012

Messeheft zur Automechanika 2012

Das Heft zur Automechanika enthält wie immer einen Vorbericht über die größte Branchenmesse und eine Vorschau auf Messehighlights. Außerdem stellen wir für unsere Leser einen interessanten Messerundgang zusammen.

Aktionsbühne

Wie immer wird den Schülern auf der Automechanika eine Aktionsfläche zur Verfügung gestellt, die sie benutzen können, um ihre gestalterischen Projekte zu präsentieren. Wer die letzte Aktionsschau verfolgt hat, weiß, dass hier faszinierende Ergebnisse zu erwarten sind. Wir präsentieren die interessantesten Projekte vorab.

Technik-Trends

Hightech bei der Vermessung, Vielfalt beim Schweißen, kompakte Reparatursysteme – im Vorfeld der Automechanika untersuchen wir, welche Trends es im Bereich der Karosserie-Instandsetzung gibt.

Saubere Kabine

Wo können Ursachen für Staub in der Kabine liegen, und wie schützt man Kabinenwände und -böden vor Verschmutzung?

IR, UV & Co.

Energie ist teuer und wird noch teurer werden. Welche Möglichkeiten gibt es im Lackierbetrieb, um Energie zu sparen? Und welche Investitionen rechnen sich?

Anlagen-Trends

Die Hersteller von Lackieranlagen und -kabinen nutzen die Automechanika traditionell, um neue Entwicklungen und Anlagen-Optimierungen vorzustellen.

Großkunden

Viele Lackier- und Karosseriebetriebe erwirtschaften heute einen großen Teil des Umsatzes mit Flotten- und Leasing-Fahrzeugen. Wir zeigen, worauf es bei diesem Geschäft ankommt, und stellen Beispiele vor.

Produktschwerpunkt: Schleifen, Schleifmaschinen, Schleifmittel

Messen: 11.09. - 16.09.2012 **Automechanika**, Frankfurt, Internationale Leitmesse der Automobilwirtschaft
20.09. - 27.09.2012 **IAA Nutzfahrzeuge**, Hannover, Internationale Automobil-Ausstellung Nutzfahrzeuge

6

November 2012

Erscheinungstermin
05.11.2012

Anzeigenschluss
12.10.2012

Lucky Luke

In den USA gehören Lack und Karosserie untrennbar zusammen. Große Reparaturketten und mobile Lackierer prägen die Branche.

Mehr als Kalkulation

Moderne Branchensoftware kann viel mehr als Kostenvorschläge erstellen. Eine Vielzahl von Modulen trägt dazu bei, dass effektiver gearbeitet werden kann.

Schäden dokumentieren

Wer Fahrzeuge aufwendig in Stand setzt, tut gut daran, Schäden und Reparaturweg zu dokumentieren. Wie sollen Bilder aussehen, um die Anforderungen von Versicherungen und Privatkunden zu erfüllen?

Service-Ideen

Flughafen-Service, Hotel-Service, Pflege-Bons, Lack-Checks – es gibt für Lackier- und Karosseriebetriebe eine breite Palette von Kundenbindungs- und Service-Instrumenten.

Produktschwerpunkt: Unter dem Lack: Füller, Dichtmasse, Rostschutz, Unterbodenschutz

Messen: 01.12. - 09.12.2012 **ESSEN MOTOR SHOW**, Essen

- 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
- Druck- und Bindeverfahren:** Bogen-Offsetdruck, Rückstichheftung
- Datenübermittlung:** Nutzen Sie unser Anzeigenportal zur Anlieferung der Daten per Internet unter www.konradin-ad.de
E-Mail: anzeigenkv@konradin-druck.de
 - PDF-Anzeigen (automatische Prüfung)
 - offene Datei (über Upload-Maske, Daten bitte gepackt übermitteln)Bei Rückfragen: Phone +49 711 7594-718 (8-17:30 Uhr)
- 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.
- 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).
- Proof:**
Farbverbindliches Proof nach „Medienstandard Druck“ (bvdn). 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.

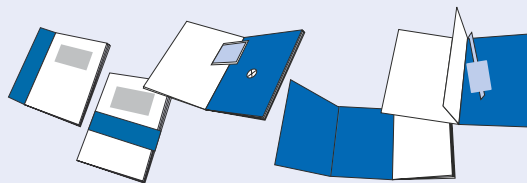
- Datenarchivierung:**
Alle Daten werden archiviert, unveränderte Wiederholungen sind deshalb in der Regel möglich. Eine Datengarantie wird jedoch nicht übernommen.
- Gewährleistung:**
Bei Anlieferung von unvollständigen oder abweichenden Daten (Texte, Farben, Abbildungen) übernehmen wir keine Haftung 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.
- Kontakt:**
Petra Breuer, Auftragsmanagement
Phone +49 711 7594-312

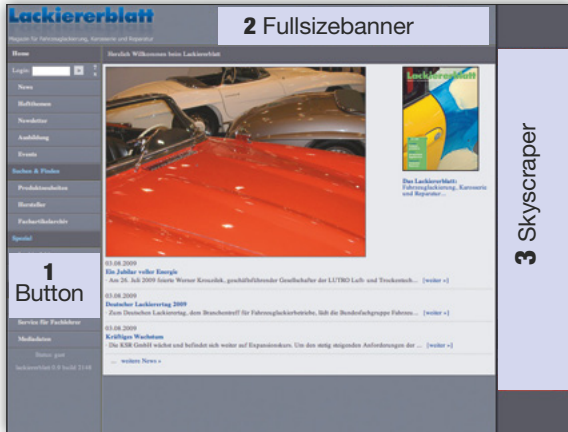
Bedingungen:

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!





www.lackiererblatt.de ist der online-Treffpunkt für alle Interessierten rund um das Thema Fahrzeuglackierung und Karosseriebau. Zusammen mit dem gleichnamigen Fachmagazin bildet es die ideale Plattform für crossmediale Werbung.

Zugriffe ca. 8.000 Seitenaufrufe pro Monat.

Über die beiden Informationskanäle Print und Online erreichen Sie die wichtigen Entscheider der Branche.

Fordern Sie Ihr individuelles Angebot an!

Kontakt:

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

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

Werbeformen und Preise

1

Button

Format: 130 x 70 Pixel
Daten: GIF, Flash, JPG
Preis: 180,- €/Monat

2

Fullsizebanner

Format: 468 x 60 Pixel
Daten: GIF, Flash, JPG
Preis: 300,- €/Monat

3

Skyscraper

Format: 120 x 600 Pixel
Daten: GIF, Flash, JPG
Preis: 420,- €/Monat

Weitere Werbemöglichkeiten

z.B. individuelle Microsites, Produktvideos, etc. auf Anfrage

Hersteller-Datenbank

Adresse mit Link

Preis: kostenlos

Firmenlogo 4c

Format: 150 x 150 Pixel
Preis: 100,- €/Jahr

Newsletter (14-tägig)

Sponsored Link

Format: Text max. 500 Zeichen
Bild 190 Pixel breit
Daten: TIFF/JPG
Preis: 180,- €/Aussendung
Empfänger: 1.300

Fachmedien der Konradin Mediengruppe

Die Konradin Mediengruppe gehört zu den größten Fachinformationsanbietern im deutschsprachigen Raum. Das Portfolio umfasst insgesamt rund 50 Fachmedien, Wissensmagazine, Online-Portale und Veranstaltungsreihen. Ergänzt wird das Medien-Angebot durch Dienstleistungen von Corporate Publishing bis Druck.

Mehr Informationen zu unserem Portfolio in den Bereichen Architektur, Ausbau, Industrie, Arbeitswelt, Augenoptik, Genuss und Wissen finden Sie unter www.konradin.de

