



PREISLISTE AB 06/2022

Print + Online

BASIS-MEDIADATEN NR. 32a, GÜLTIG AB 01.06.2022

WISSEN FÜR ENTSCHEIDER.
IMMOBILIEN ZEITUNG.

IMMOBILIEN ZEITUNG
FACHZEITUNG FÜR DIE IMMOBILIENWIRTSCHAFT

Die Medienkanäle der Immobilien Zeitung.

IZ PRINT

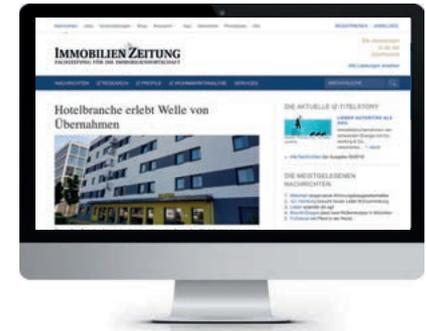
- wöchentliche Fachzeitschrift für die Immobilienwirtschaft in Deutschland
- sachkundige Berichterstattung von einem kompetenten Redaktionsteam
- diverse Themenspecials

IZ NEWSLETTER

- Tagesnewsletter IZAktuell (Mo-Fr) exklusiv für Abonnenten mit den wichtigsten Meldungen des Tages
- Wochennewsletter IZWoche (Fr) für Abonnenten und registrierte Nutzer mit den wichtigsten Meldungen der Woche

IZ.DE

- permanent aktualisiertes Nachrichtenportal
- bündelt das Wissen der IZ
- verknüpft Daten- und Recherchetools mit tagesaktuellen Nachrichten



IZ KARRIERE

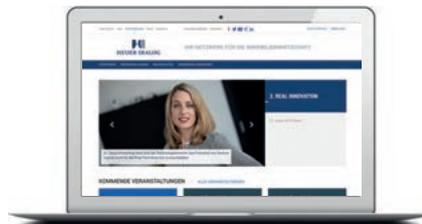
- Partner für Recruiting und Personalmarketing
- redaktionelle Job- und Karrierespecials
- Initiator der Joboffensive für die Immobilienwirtschaft und des IZ Karriereforums



Tochterunternehmen der Immobilien Zeitung

HEUER DIALOG

- sorgt seit über 40 Jahren für den Dialog zwischen Wirtschaft, Politik, Wissenschaft und Kommunen
- initiiert jährlich mehr als 50 Premium-Veranstaltungen*



* Veranstaltungskalender auf www.heuer-dialog.de/veranstaltungen.

Das IZ-Team Mediaberatung.

KAI WALDSCHMIDT
Anzeigenverkauf
Disposition
☎ 0611 973 26-52
✉ waldschmidt@iz.de

CHRISTOPHER TYZIAK
Verlagsrepräsentant
Nord/Ost
☎ 0611 973 26-955
✉ tyziak@iz.de

TANJA BARANOWSKY
Assistenz Anzeigenleiter
☎ 0611 973 26-23
✉ baranowsky@iz.de

KARSTEN FRANKE
Leitender Verlagsrepräsentant
West/Nord
☎ 0611 973 26-21
✉ franke@iz.de

THOMAS BUHLMANN
Verlagsrepräsentant
Mitte/Süd
☎ 0611 973 26-26
✉ buhlmann@iz.de

STEFAN JUNG
Verlagsrepräsentant
Mitte/Süd/Ost
☎ 0611 973 26-22
✉ jung@iz.de



CLAUDIA EMRICH
Anzeigenverkauf
Disposition
☎ 0611 973 26-13
✉ emrich@iz.de

MARKUS SCHMIDTKE
Anzeigenleiter
☎ 0611 973 26-24
✉ schmidtke@iz.de

Inhalt.

Die Medienkanäle der Immobilien Zeitung	2
Ihr IZ-Team Mediaberatung	4
Inhalt	5
Die Produktwelt der Immobilien Zeitung	6
Die Mediadaten	7
Warum die IZ buchen?	8

IZ PRINT

Die Buchstruktur	10
Die Anzeigenpreise	12
Die Erscheinungstermine 2022	14
Die Sonderwerbformen	16
Die Touchpoints zur Mipim	20
Die Touchpoints zur Expo Real	21

IZ DIGITAL

Das Nachrichtenportal IZ.de	22
Der Tagesnewsletter – IZAktuell	24
Der Wochennewsletter – IZWoche	26

IZ KARRIERE

28

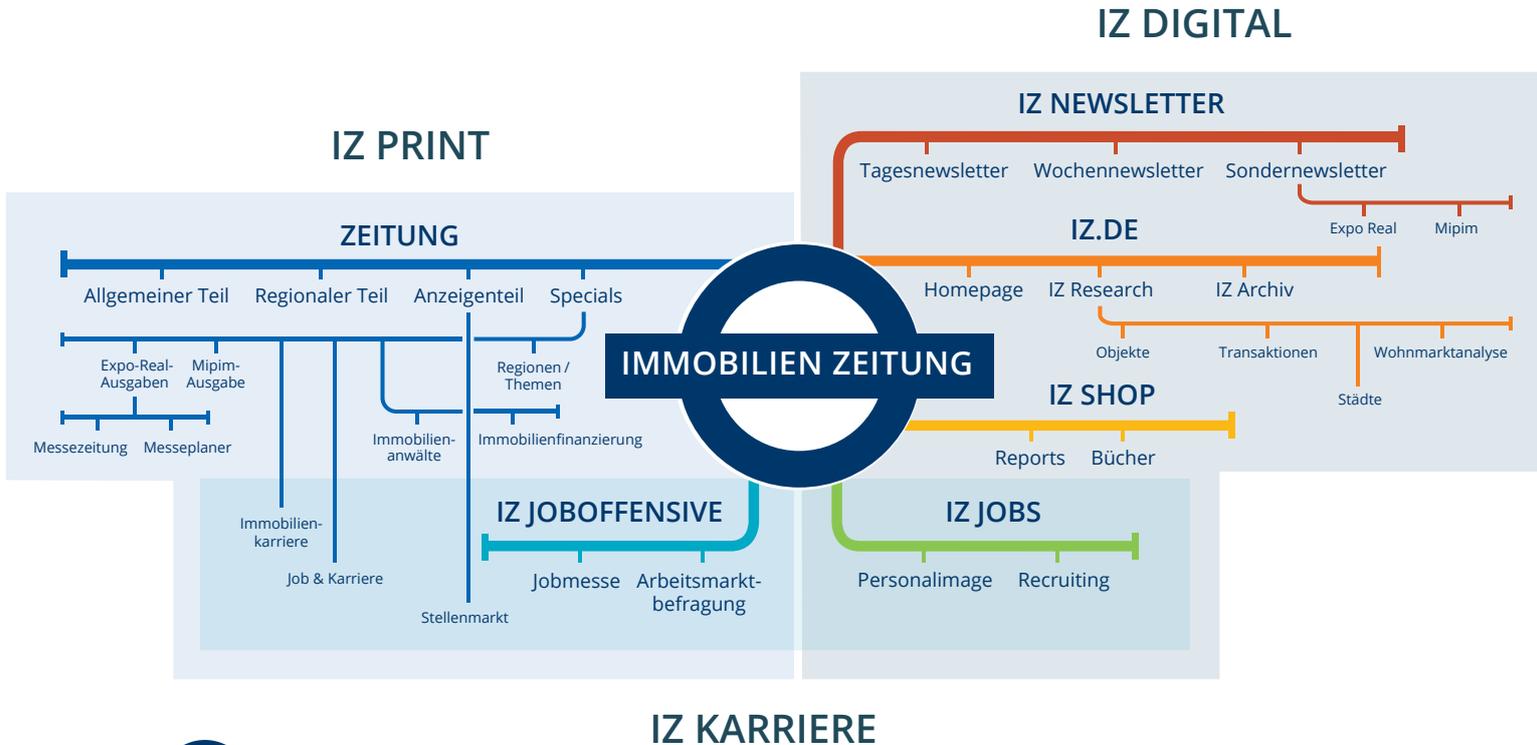
LEISTUNGSWERTE

Auflagenvergleich und Verbreitung	30
IZ-Leserbefragung 2021	31
IZ-Leserumfrage 2020	32
Leseranalyse Entscheidungsträger 2020	34
WVFI und Bulwiengesa-Studie	40

RABATTE + TECHNISCHE SPEZIFIKATIONEN

Die Rabatte	43
AGB	44
Technische Spezifikationen	46
Ansprechpartner	47
Verlagsdaten	48

Die Produktwelt der Immobilien Zeitung.



1-9

Weitere Informationen zu unseren
Mediadaten? Folder: [media.iz.de/
basis-mediadaten](https://media.iz.de/basis-mediadaten)

Die Mediadaten.



Basis-Mediadaten
media.iz.de/basis-media-daten



1
Sonderwerbeformen
media.iz.de/sonderwerbeformen



2
Das Advertorial
media.iz.de/advertorial



3
Immobilienanwälte
media.iz.de/immobilienanwaelte



4
Immobilienfinanzierung
media.iz.de/finanzierung



5
Regional- / Themenspecials
media.iz.de/themenschwerpunkte



6
Special Internationale Investments zur Mipim
media.iz.de/mipim



7
Expo Real
media.iz.de/exporeal



8
IZ Digital
media.iz.de/digital



9
Bannerformate
media.iz.de/digital



Mediadaten Recruiting



Job & Karriere Specials



Marketingkanäle für Bildungsinstitute

Qualitativ: So gut!



KOMPETENZ

Ihre Marktkompetenz ist unsere Fachkompetenz.

108 Mitarbeiter, davon 27 in der journalistischen und 12 in der Datenredaktion sowie 17 technische Produktentwickler, bilden das Herzstück der IZ: Dieses journalistisch kompetente und technisch innovative Umfeld garantiert Ihrer Werbung nachhaltige Beachtung.



360-GRAD- INFORMATION

Nutzen Sie alle Touchpoints rund um unsere Verlagsgruppe.

Vertrauen in die „Zeitung“ öffnet Türen: Nutzen Sie die 360°-Informationen unserer Produkte: Print, IZ.de, IZ Research, IZ Shop, IZ Jobs und Heuer Dialog.

Quantitativ: So viel!



AUFLAGEN

Gewinnen Sie zahlungswillige Kunden dank der IVW-geprüften Medienkanäle.

Die abonnierte Auflage von 9.063 Exemplaren pro Ausgabe* belegt, dass die Immobilien Zeitung der Immobilien-Branche wöchentlich zielführenden Lesestoff bietet. Auch das Online-Portal mit mehr als 860.000 Öffnungen** pro Monat und der Tagesnewsletter mit über 476.100 Öffnungen** pro Monat flankieren das Angebot der Immobilien Zeitung.



MESSE- UNTERSTÜTZUNG

Vertreten auf den wichtigsten Hotspots des Branchenkalenders.

Mit einer Gesamtauflage von ca. 90.000 Print-Exemplaren*** und online mit mehr als 860.000 Öffnungen** pro Monat versorgen wir die Immobilienbranche zur Mipim und Expo Real mit allen wichtigen Informationen für den Messeerfolg.

* IVW 2/2021 ** Verlagsberechnung; Durchschnitt gemäß IVW Online 1-6/2021.

*** davon 50.958 Exemplare IVW-geprüfte Auflagen der Ausgaben 10, 11, 39, 40/41, 42 im Jahr 2019 und 30.000 Exemplare Messeauslage und Partnerversand (Verlagsangabe).

Die Buchstruktur.

ALLGEMEINER TEIL

Für einen optimalen Überblick der wichtigsten Themen der Immobilienwirtschaft sorgt der Aufbau der Immobilien Zeitung. Die beiden ersten **BÜCHER** – so bezeichnet man die einzelnen gefalteten, nicht zusammengehefteten Papierlagen einer Zeitung – beinhalten folgende Ressorts:

NACHRICHTEN

JOB UND KARRIERE

FACILITY- UND PROPERTY-MANAGEMENT

EINZELHANDEL

DIGITALES

RECHT UND STEUERN



1. BUCH



2. BUCH

REGIONALER TEIL

Es folgen die regionalen Märkte und der Anzeigenteil im dritten und vierten Buch der Immobilien Zeitung. Alle Regionalteile erscheinen deutschlandweit in einer einzigen Ausgabe, wodurch auch Regionalanzeigen überregional verbreitet werden.

TITELSEITE

NORDDEUTSCHLAND

NORDRHEIN-WESTFALEN

HESSEN / RHEINLAND-PFALZ / SAARLAND

BADEN-WÜRTTEMBERG

BAYERN

OSTDEUTSCHLAND

VERANSTALTUNGEN (14-täglich)

HYPOTHEKENZINSEN

ZWANGSVERSTEIGERUNGEN

STELLENANZEIGEN



3. BUCH



4. BUCH

Die Anzeigenpreise.

Die proportional kalkulierten Anzeigenpreise bieten Ihnen die Möglichkeit, innerhalb der vorgegebenen Spaltenbreiten (siehe blauer Infokasten) die für Ihr Anzeigenmotiv optimale Höhe zu wählen. Die Standardgrößen finden Sie auf dieser Doppelseite.

Für die von drei Seiten mit redaktionellem Text umgebenen **INSELANZEIGEN** stehen zwei Breiten zur Auswahl: 61 mm breit (1-spaltig) oder 127 mm breit (2-spaltig). Die Höhe können Sie in mm-Schritten zwischen 50 und 100 mm auswählen. Sie finden drei Preisbeispiele in der untersten Spalte (siehe auch Rechenbeispiele auf S. 16).

Ihre Printanzeige erscheint auch im **ePaper** der IZ. Dort verlinken wir Ihre Anzeige mit Ihrer Wunsch-URL und leiten die Leser mit einem Klick auf Ihre Website.



Mehr Informationen zu Sonderwerbformen?
Folder: media.iz.de/sonderwerbformen

STANDARDGRÖSSEN / mm				SPALTENBREITEN	
	325 x 480			1 Spalte = 61 mm	
	325 x 240		259 x 300 Juniorpage	2 Spalten = 127 mm	
	127 x 457		325 x 192	3 Spalten = 193 mm	
	259 x 200		325 x 160	4 Spalten = 259 mm	
			193 x 267	5 Spalten = 325 mm	
	325 x 120		127 x 300		
			193 x 200		
			259 x 150		
	325 x 96		61 x 480		
			127 x 240		
			193 x 160		
	325 x 60		61 x 300		
			127 x 150		
			193 x 100		
	Textanschluss an 3 oder 4 Seiten				INSELANZEIGE Mindesthöhe: Maximalhöhe:

ALLGEMEINER TEIL

REGIONALER TEIL

FORMAT Grundpreis	sw / € 7,30	1 ZUSATZFARBE / € 8,35	3 ZUSATZFARBEN / € 9,70	sw / € 5,15	1 ZUSATZFARBE / € 5,60	3 ZUSATZFARBEN / € 6,90
1/1 Seite 2.400 mm 2. Buch (-20 %)	17.520 13.970	20.040 16.025	23.280 18.590	12.360 --	13.440 --	16.560 --
1/2 Seite 1.200 mm 2. Buch (-20 %)	8.760 6.990	10.020 8.015	11.640 9.300	6.180 --	6.720 --	8.280 --
2/5 Seite 960 mm	7.010	8.010	9.310	4.945	5.375	6.625
1/3 Seite 800 mm	5.840	6.680	7.760	4.120	4.480	5.520
1/4 Seite 600 mm	4.380	5.010	5.820	3.090	3.360	4.140
1/5 Seite 480 mm	3.504	4.010	4.655	2.475	2.690	3.315
1/8 Seite 300 mm	2.190	2.505	2.910	1.545	1.680	2.070
Grundpreis** 61 x 50 mm 127 x 100 mm 61 x 100 mm	13,20 660 2.640 1.320	+ 100 760 2.740 1.420	+ 200 860 2.840 1.520	9,50 475 1.900 950	+ 100 575 2.000 1.050	+ 200 675 2.100 1.150

ALLEINPLATZIERUNG*

BEISPIEL S. 16

BEISPIEL S. 16

* Bei Formaten unter 800 mm ist eine Alleinplatzierung nicht garantiert.

* Bei Formaten unter 600 mm ist eine Alleinplatzierung nicht garantiert.

** Inselanzeigen werden mit einem Faktor 1,5 bei der Berechnung der Malstaffel berücksichtigt.
Mindestgröße für Anzeigen auf Redaktionsseiten (ausgenommen Inselanzeigen): 300 mm.

Die Erscheinungstermine 2022.

AUSGABE	ERSCHEINUNGSTAG	ANZEIGENSCHLUSS bis 15 Uhr	ANZ.-SCHLUSS Specials	SPECIALS / THEMENSCHWERPUNKTE
1-2	13.01.	05.01.		Doppelausgabe
3	20.01.	12.01.		
4	27.01.	19.01.		
5	03.02.	26.01.		
6	10.02.	02.02.	17.12.2021	Special Finanzierung Quo Vadis, 14.-16.02.
7	17.02.	09.02.		
8	24.02.	16.02.		
9	03.03.	23.02.		
10	10.03.	02.03.	23.02.	Special Internationale Investments Mipim, 15.-18.03.
11	17.03.	09.03.		Update-Ausgabe zur Mipim am 3.+4. Messetag
12	24.03.	16.03.		
13	31.03.	23.03.		
14	07.04.	30.03.	23.03.	Special Berlin
15	14.04.	06.04.		
16	21.04.	13.04.		
17	28.04.	20.04.	13.04.	Special Norddeutschland
18	05.05.	27.04.		
19	12.05.	04.05.		
20	19.05.	11.05.	04.05.	Special NRW
21	27.05.	18.05.		
22	02.06.	25.05.		
23	09.06.	01.06.		
24	17.06.	08.06.		
25	23.06.	15.06.		
26	30.06.	22.06.		
27	07.07.	29.06.		

AUSGABE	ERSCHEINUNGSTAG	ANZEIGENSCHLUSS bis 15 Uhr	ANZ.-SCHLUSS Specials	SPECIALS / THEMENSCHWERPUNKTE
28	14.07.	06.07.		
29	21.07.	13.07.		
30	28.07.	20.07.		
31	04.08.	27.07.		
32	11.08.	03.08.		
33	18.08.	10.08.		
34	25.08.	17.08.		
35	01.09.	24.08.		
36	08.09.	31.08.	27.07.	Special Immobilienanwälte
37	15.09.	07.09.	31.08.	Special Logistikimmobilien
38	22.09.	14.09.	07.09.	Special IZ-Messeplaner Expo Real
39-40	29.09.	14.09.	07.09.	Sonderseiten Metropolregion FrankfurtRheinMain
			14.09.	Messeausgabe Expo Real Expo Real, 4.- 6.10.
			14.09.	Special Bayern
04. / 05. / 06.10.			14.09.	Special IZ Messezeitung Expo Real
41	13.10	05.10		
42	20.10	12.10.		
43	27.10.	19.10.		
44	03.11.	26.10.		
45	10.11.	02.11.		
46	17.11.	09.11.		
47	24.11.	16.11.		
48	01.12.	23.11.		
49	08.12.	30.11.		
50	15.12.	07.12.		
51	22.12.	14.12.		

Die Sonderwerbeformen.

Unsere Besten stellen wir Ihnen hier an Hand ausgewählter Beispiele vor. Ausführliche Beschreibung, weitere Formate und alle Preise finden Sie im Folder 1: Sonderwerbeformen 2022.

TITELANZEIGEN*

	FORMAT / mm	TITELSEITE 4c / €	
		Allgemeiner Teil	Regionaler Teil
A Titelkopf	61 x 40	2.000	1.315
B Titelstreifen	325 x 100	6.155	4.145
C Titelanzeige groß	61 x 120	2.115	1.370
D Titelanzeige oben	61 x 50	1.560	1.030
E Titelanzeige obere Mitte	61 x 50	1.315	1.030
F Titelanzeige untere Mitte	61 x 50	1.315	1.030

INSELANZEIGEN – Prominente Plätze für eine lange Verweildauer!

Inselanzeigen sind auf mindestens drei Seiten von Text umgeben, so erzielen Sie eine starke Wirkung! Details siehe Seite 12.

Rechenbeispiel Allgemeiner Teil (2c / 1-spaltig 50 mm Höhe):

13,20 € Grundpreis s/w pro mm x 50 mm Höhe + 100 € Farbzuschlag = **760 €**

Rechenbeispiel Regionaler Teil (4c / 2-spaltig 100 mm Höhe):

9,50 € Grundpreis s/w pro mm x 2 x 100 mm Höhe + 200 € Farbzuschlag = **2.100 €**



U4 – Letzte Seite, zum günstigen Regionalpreis!

Format: 1/1 Seite	325 x 480 mm	12.415 € / sw	13.375 € / 2c	16.700 € / 4c
-------------------	--------------	---------------	---------------	---------------

DOPPEL-SKYSCRAPER

	FORMAT / mm	sw / €	2c / €	4c / €
Allgemeiner Teil	2 x 61 x 480	7.010	8.010	9.300
	2 x 127 x 480	13.970	16.025	18.590
Regionaler Teil	2 x 61 x 480	4.945	5.375	6.625
	2 x 127 x 480	9.890	10.755	13.250

FORMATANZEIGE KREIS

Format: Ø 80 mm	Festpreis 3.160 €	Anzeigenschluss 2 Wochen vor ET
-----------------	-------------------	---------------------------------

TRAUERANZEIGE – Alle Anzeigenformate zum *Regionalpreis*, Platzierung im *Allgemeinen Teil*!



Mehr Informationen zu Sonderwerbformen?
Folder: media.iz.de/sonderwerbformen

PANORAMAANZEIGE – XL + XXL für Ihre großen Anlässe!

PLATZIERUNG	FORMAT / mm	4c / €
Allgemeiner Teil	Mindestgröße 675 x 200	19.400
	Maximalgröße 675 x 480	42.765
	XL-Panorama 1.000 x 480	52.380
	XXL-Panorama 1.350 x 480	69.840



FLYING PAGE – Sichtbar auf den ersten Blick!

Umfang: 4 Seiten	150 x 480 mm	Festpreis 29.160 € zzgl. Druckkosten
------------------	--------------	--------------------------------------

IZ 39-40/2022 (Messeausgabe zur Expo Real mit doppelter Auflage*): 44.355 €

FLYING
PAGE



POST-IT

POST-IT – Eine Anzeige zum Ablösen und Wiederaufkleben!

Titelseite	76 x 76 mm	8.220 € / 4c inkl. Druckkosten
------------	------------	--------------------------------



TUNNELANZEIGE

PLATZIERUNG	FORMAT / mm	4c / €
Allgemeiner Teil	1/4 Seite 193 x 200	7.300
	1/3 Seite 279 x 200 (über Bund)	9.745
	1/2 Seite 279 x 300 (über Bund)	14.605

TUNNELANZEIGE

* Verbreitete Auflage, Verlagsangabe. Voraussetzung, dass Veranstaltung stattfindet.

KLASSISCHE BEILAGE

Mindestauflage: 10.000 Stück

Formate: DIN A6 bis DIN A4

GEWICHT / g	€ / 1.000
bis 25	400
bis 30	410
bis 35	420

ADVERTORIAL

Das Advertorial bietet als redaktionell gestaltete Anzeige die Möglichkeit, Ihr Unternehmen, Produkt oder Event in Anmutung der redaktionellen Berichterstattung zu präsentieren. **Alle Anzeigenformate zum allgemeinen Anzeigenpreis möglich. Details siehe Folder Nr. 2.**

iCOVER

Der echten Seite 1 vorgeschaltet liegt eine „falsche Seite 1“, deren Rückseite mit der Werbefläche einer ganzen Seite eine besonders prominente Platzierung gegenüber der echten Seite 1 bietet.

Preis: 58.230 €



Mehr Informationen zu Sonderwerbformen?
Folder: media.iz.de/sonderwerbformen

Die Touchpoints zur Mipim.

IZ SPECIAL
„INTERNATIONALE INVESTMENTS“
IZ 10/2022



IZ MESSEAUFGABE
11/2022



IZ 12/2022



ca. 26.800 Teilnehmer
ca. 3.800 Aussteller*
15.-18. März 2022

Mehr Informationen zur Mipim?
Folder: media.iz.de/mipim



MIPIM AUF IZ.DE

IZ TAGESNEWSLETTER

* Entnommen von www.mipim.com, Stand: 8/2020.

Die Touchpoints zur Expo Real.



IZ MESSEAUFGABE
39-40/ 2022



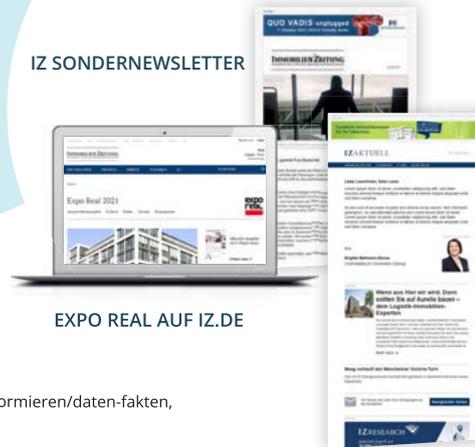
TÄGLICHE
IZ MESSEZEITUNG



IZ MESSEPLANER
Beilage in IZ 38



IZ 41 / 2022



EXPO REAL AUF IZ.DE

IZ TAGESNEWSLETTER



ca. 46.700 Teilnehmer
ca. 2.190 Aussteller*
4.-6. Oktober 2022

Mehr Informationen zur Expo Real?
Folder: media.iz.de/exporeal

* Entnommen von www.exporeal.net/de/messe/informieren/daten-fakten,
Stand: 8/2020.

Das Nachrichtenportal IZ.de.

Das Nachrichtenportal IZ.de versorgt die Immobilienbranche tagesaktuell mit den neuesten Informationen. Die Inhalte sind auf Paid-Content-Basis für alle Abonnenten der Immobilien Zeitung zugänglich. Für registrierte Leser stehen freie Artikelkontingente pro Monat bereit.

SICHTBARKEIT IHRER KAMPAGNE

Sie können zwischen Vollbelegung und 3er-Rotation wählen. Bei der Vollbelegung ist Ihr Banner immer auf allen Seiten sichtbar, auf denen Ihr gewählter Werbeplatz vorhanden ist. Bei der 3er-Rotation teilen 3 Kampagnen sich diesen Werbeplatz.

LEISTUNGSDATEN DIGITAL

Monatsdurchschnitt 1. Halbjahr 2021*:
Öffnungen **864.574** Visits **328.569**

ANZEIGENSCHLUSS

3 Werktage vor Erscheinungstermin



Mehr Informationen zu
Bannerformaten?
Flyer: media.iz.de/digital

TECHNISCHE SPEZIFIKATIONEN siehe Seite 46

WERBEMITTEL-SPEZIFIKATIONEN

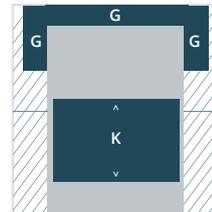
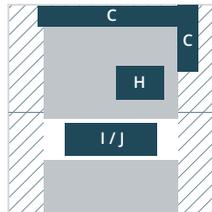
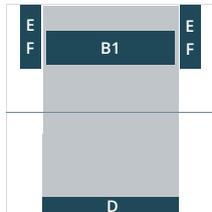
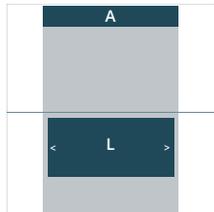
Anlieferung per E-Mail unter Angabe der Auftragsnummer und des Ziellinks an: anzeigen@iz.de

FORMATE UND PREISE



WOCHENPREISE MO-SO / EUR

WERBEFORM		KB	FORMAT / px	FORMAT / px	VOLLBELEGUNG	3er-ROTATION	2er-ROTATION
A	Superbanner	100	300 x 120	980 x 150	8.560	4.280	-
B1	Billboard	150	300 x 250	940 x 250	13.375	6.690	-
B2	Billboard push down (Desktop, bei Mouse over)	150	300 x 250	940 x 250 bis 500	13.375	6.690	-
C	Wallpaper	80	300 x 120	980 x 150 + 160 x 600 + Backgroundcolor	10.490	5.245	-
STICKY D	Floor Ad	100	-	980 x 150	8.560	4.280	-
E	Wide Skyscraper	100	-	160 x 600	4.280	2.150	-
STICKY F	Double Wide Skyscraper	je 100	-	2x 160 x 600	8.560	4.280	-
G	Fireplace	80	300 x 120	980 x 150 +2x 160 x 600 + Backgroundcolor	17.120	8.560	-
H	Rectangle	100	300 x 250	300 x 250	3.425	1.715	-
I1	Content Ad	100	300 x 120	617 x 250	3.425	1.715	-
I2	Content Ad (Parallax)	150	300 x 200	617 x 250	4.280	2.150	-
J	Video Ad	10 MB	300 x 250	617 x 250	4.280	2.150	-
K	Poster Ad (Parallax)	150	300 x 480	935 x 700	10.490	5.245	-
L	Gallery Ad (pro Kalendermonat)	150	-	935 x 580	-	-	5.245



Der Tagesnewsletter – IZAktuell.

Der Tagesnewsletter **IZAktuell** informiert täglich (Mo – Fr, ausgenommen an gesetzlichen Feiertagen) über alle wichtigen und aktuellen Nachrichten aus der Immobilienwirtschaft. Abonnenten der Immobilien Zeitung steht **IZAktuell** exklusiv zur Verfügung.

Vorteile für Ihre Werbung: zeitnahe Ausspielung und hohe Weiterleitungsrate*.

LEISTUNGSDATEN**

476.102 Öffnungen pro Monat im Durchschnitt

23.224 Öffnungen pro Tag im Durchschnitt

ANZEIGENSCHLUSS

3 Werktage vor Erscheinungstermin

BANNERANLIEFERUNG

Anlieferung per E-Mail unter Angabe der Auftragsnummer und des Ziellinks an: anzeigen@iz.de

TECHNISCHE SPEZIFIKATIONEN

 siehe Seite 46

* ca. 3,3 Öffnungen pro Empfänger. Berechnet mit 7.013 Empfängern (Verlagsangabe, Stand 08/2021) und 23.224 Öffnungen täglich (Verlagsberechnung; Durchschnitt gemäß IVW Online 01-06/2021).

** Verlagsberechnung; Durchschnitt gemäß IVW Online 1-6/2021.

The screenshot displays the layout of the IZAktuell newsletter. At the top, there is a dark green header with the text 'TITELKOPF 630 x 75 px / 50 KB'. Below this is the 'IZAKTUELL' logo and the date '18. August 2021'. A list of news items follows, including 'TOP: Mieten in Berlin werden weniger stark gedreht' and 'TOP: JLL erwartet kaltes Herbst bei Baumärkten'. A 'CONTENT AD' block is shown with dimensions '520 x 200 px / 50 KB'. Below this is a news article titled 'TOP: Krisen befeuern Nachfrage nach deutschem Betongold' with a sub-headline 'Der deutsche Wohnungsmarkt profitiert nicht nur weiterhin von einer stabilen Binnenkonjunktur...'. Another 'CONTENT AD' block is shown with dimensions '520 x 150 px / 50 KB'. This is followed by another news article titled 'TOP: Frauen verdienen mehr Geld mit Vermietung' with a sub-headline 'Das Deutsche Institut für Wirtschaftsforschung (DIW) hat eine Studie zur Einkommensungleichheit zwischen Männern und Frauen vorgelegt...'. A final 'CONTENT AD' block is shown with dimensions '520 x 100 px / 50 KB'. At the bottom, there is a news article titled 'Genossenschaft baut 192 Wohnungen in Berlin-Lichtenrade' with a sub-headline 'Die Gemeinnützige Baugenossenschaft Stratz eG hat am Stadttrand von Berlin den Grundstein für das Neubaurahmen Südch11 gelegt...'. The bottom of the page features an 'ADVERTORIAL' block with dimensions '520 x 360 px / 100 KB' and the text 'AB POSITION 3 MÖGLICH'.

T
L
M
S
A

S CONTENT AD
520 x 100 px / KB 50

POSITION	€ / WOCHE
1	2.660
2	1.835
3	1.605
4	1.375
5	1.265
6	1.150
7	1.045
8	930
ab 9	810

M CONTENT AD
520 x 150 px / KB 50

POSITION	€ / WOCHE
1	3.460
2	2.505
3	2.100
4	1.700
5	1.535
6	1.425
7	1.315
8	1.200
ab 9	1.140

L CONTENT AD
520 x 200 px / KB 50

POSITION	€ / WOCHE
1	4.780
2	3.655
3	3.190
4	2.275
5	1.940
6	1.750
7	1.595
8	1.480
ab 9	1.260

A ADVERTORIAL
520 x 360 px / KB 100
ab Position 3

POSITION	€ / WOCHE
3	6.392
4	4.550
5	3.875
6	3.500
7	3.185
8	2.960
ab 9	2.510

ADVERTORIAL

Der tägliche Newsletter komprimiert „das Wichtigste des Tages“. Hier können Sie Ihre Botschaft als **ADVERTORIAL** (nur Text) oder **WORT-BILD-BANNER** (grafisch gestaltet) platzieren (z. B. Bild oder Logo (120 x 120 px) sowie 400 Zeichen Text + 80 Zeichen Überschrift mit Link). Mit 520 x 360 px fällt Ihre Botschaft auf – nutzen Sie diesen Eyecatcher!

Beim Advertorial unterscheidet sich Ihr Banner zwar in Schriftgröße, Schrifttyp etc. von den Redaktionsinhalten – **Ihre Unternehmensnachricht ist jedoch in das redaktionelle Umfeld eingebettet.**

T TITELKOPF
630 x 75 px / KB 50
4.780 € / Woche

8 Mehr Informationen zu IZ Digital?
Folder: media.iz.de/digital

Der Wochennewsletter – IZWoche

Der Wochennewsletter **IZWoche** erscheint jeden Freitag und enthält die wichtigsten Nachrichten der Woche. Er steht sowohl Abonnenten als auch registrierten Nutzern zur Verfügung.

LEISTUNGSDATEN

Rund **36.804** registrierte Empfänger und rund **9.681** Öffnungen pro Aussendung.*

WERBEFORM	FORMAT / px	GRÖSSE / KB	PREIS / €	+ BUCHUNG IZ AKTUELL** / €
Titelkopf	630 x 75	50	1.425	-
S Content Ad	520 x 100	50	1.175	570
L Content Ad	520 x 200	50	1.425	680

Platzierungen Titelkopf, Content Ad nach dem 1. oder 2. Artikel: first come first served.

ANZEIGENSCHLUSS

3 Werktage vor Erscheinungstermin

BANNERANLIEFERUNG

Anlieferung per E-Mail unter Angabe der Auftragsnummer und des Ziellinks an: anzeigen@iz.de

TECHNISCHE SPEZIFIKATIONEN siehe Seite 46

* Verlagsberechnung: Durchschnitt gemäß Versandunterlagen der KW 19-26/21.

** Gilt bei Buchung in derselben KW und in derselben Größe; Kombipreis gilt nicht in KW 36-42.

TITELKOPF
630 x 75 px / 50 KB

IMMOBILIEN ZEITUNG
HAUSENTWICKLUNG FÜR DIE IMMOBILIENWIRTSCHAFT

26.07.2018



Übersetzte Inhalte sind Urheberrechte gemäß der geltenden Rechtsvorschriften geschützt und dürfen nicht kopiert werden. © 2018 Immobilien Zeitung

Liebe Leser,

Ich hab' ja so meine Probleme mit Managerfiskalen wie proaktiv und kreativ, committed, hochkalorien oder aufbeulen. Meist ist vorher in der Marketingabteilung die Kreativbombe platziert oder ein Manager glückt, dass er mit einem neuen Buzzword, was weder er noch andere erklären können, als innovativer Vordenker gefeiert wird.

Und jetzt also agil. So haben es früher Ärzte bezeichnet, wenn eine 80-Jährige noch sehr rladig war und auf den eigenen Beinen das Haus verlassen konnte. Nun müssen garco Firmen agil sein. Das lässt sich wohl kaum noch mit niedrig überlesen, vielen Immobilienunternehmern fällt da eher "chaotisch" ein. Das dürfen sie nur nicht zugeben, denn siehe oben, sind ja Vordenker.

Eine Studie, die der IZ exklusiv vorliegt, fñrt das Buzzword agil mit etwas mehr Leben. Sie zeigt, wo Agilität in Immobilienfirmen Sinn macht, und sie sagt deutlich, wie dabei im Weg steht. Wir halten Sie mit unserem Big Picture "Lieber autoritär als agil" im Loop. Sind sicher ein paar Learnings dabei.



Ihr Thomas Porten
Enabler Immobilien Zeitung



Ihre Meinung interessiert uns! Wir freuen uns über Ihren Leserbrief an: leserbrief@immobilien-zeitung.de



Es befinden sich aktuell 314 Stellenanzeigen auf iz-jobs.de

CONTENT AD

Finanzierungen

Hamburger ETW-Preise entkoppeln sich von den Einkommen



Quelle: Immobilien Zeitung, Vörsch, Pöhl, Lippert

Nach Zahlen des Gutachterausschusses steigen die Preise für Eigentumswohnungen (ETW) an Alster, Elbe und Bille weiter. Im Mittel kosten die Wohnungen fast 5.000 Euro/m² - Preise, die sich Björn Dahler, Dahler & Company, nur mit dem Kapital der Erbengeneration erklären kann.



Weiterlesen

IZ-Jobs Reichweitenkampagnen

Basic

ONLINE

- ✓ Stellenanzeige auf IZ-Jobs.de (35 Tage)
- ✗ Joblink auf der IZ.de Startseite (7 Tage)

NEWSLETTER

- ✓ IZ-Jobs Karrierenewsletter (1x)
- ✗ IZ Wochennewsletter
- ✗ IZ Tagesnewsletter

IMMOBILIEN ZEITUNG

- ✓ Jobteaser ohne Logo

RESONANZVERSTÄRKER

- ✓ Posting auf Facebook & Instagram (1x)
- ✗ Top-Platzierung auf der IZ-Jobs Startseite (7 Tage)
- ✗ Ranking Boost (Hotlist, immer oben in der Trefferliste, 35 Tage)

35 Tage

915 €

Best Practice

ONLINE

- ✓ Stellenanzeige auf IZ-Jobs.de (35 Tage)
- ✓ Joblink auf der IZ.de Startseite (7 Tage)

NEWSLETTER

- ✓ IZ-Jobs Karrierenewsletter (1x)
- ✓ IZ Wochennewsletter (1x)
- ✓ IZ Tagesnewsletter (5 Tage)

IMMOBILIEN ZEITUNG

- ✓ Jobteaser mit Logo und QR Code

RESONANZVERSTÄRKER

- ✓ Posting auf Facebook & Instagram (1x)
- ✓ Top-Platzierung auf der IZ-Jobs Startseite (7 Tage)
- ✓ Ranking Boost (Hotlist, immer oben in der Trefferliste, 35 Tage)

35 Tage

1.315 €

Premium

ONLINE

- ✓ **1-2 Stellenanzeigen auf IZ-Jobs (35 Tage)**
- ✓ Joblink auf der IZ.de Startseite (7 Tage)

NEWSLETTER

- ✓ IZ-Jobs Karrierenewsletter (1x)
- ✓ IZ Wochennewsletter (1x)
- ✓ IZ Tagesnewsletter (5 Tage)

IMMOBILIEN ZEITUNG

- ✓ Jobteaser mit Logo und QR Code
- ✓ **ab 1/4 Seite 4c, 160 x 220 mm (1x)**

RESONANZVERSTÄRKER

- ✓ Posting auf Facebook & Instagram (1x)
- ✓ Top-Platzierung auf der IZ-Jobs Startseite (7 Tage)
- ✓ Ranking Boost (Hotlist, immer oben in der Trefferliste, 35 Tage)

35 Tage

2.100 €

Ihre Jobs auf allen IZ-Kanälen



IN DER PRINTAUSGABE

Die Immobilien Zeitung wird wöchentlich an insgesamt 9.063 Abonnenten (IVW 2/2021) versendet und bietet der Immobilienbranche unverzichtbaren Lesestoff.



AUF IZ-JOBS.DE & IZ.DE

Mit insgesamt über 377.463 Visits pro Monat* bauen Sie die Reichweite bei aktiven und passiven Kandidaten über das Jobportal IZ-Jobs.de und das Nachrichtenportal IZ.de aus.



IM IZ-JOBS KARRIERENEWSLETTER

Der wöchentlich erscheinende Newsletter wendet sich an ca. 11.000 registrierte karriereorientierte Nutzer.**



IN DEN IZ NEWSLETTERN

IZAktuell informiert Abonnenten werktäglich über alle wichtigen Nachrichten, der Wochennewsletter richtet sich freitags an registrierte Empfänger. Über 515.000 Öffnungen im Monat** machen Ihr Jobangebot zur Branchennachricht.



IN DEN SOZIALEN NETZWERKEN

Wir platzieren Ihr Angebot in den Newsfeed der User. Zwischen Meldungen von Familienangehörigen und Freunden wendet sich Ihr Stellenangebot auch an Kandidaten, die nicht aktiv auf der Suche sind.

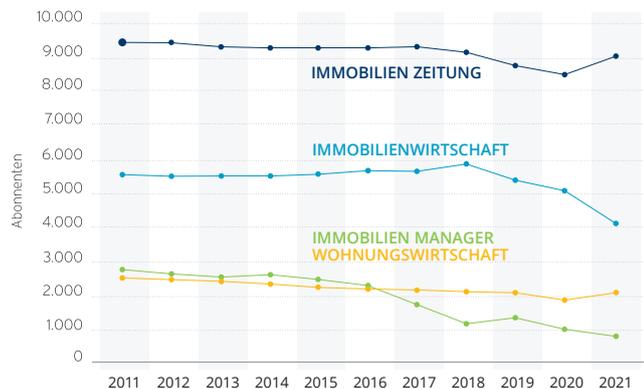
* Verlagsberechnung: Durchschnitt gemäß IVW Online 1-6/2021 für iz.de und Verlagsangabe gemäß Google Analytics 1-6/2021 für iz-jobs.de.

** Verlagsangabe.

www.iz-jobs.de/arbeitgeber
www.iz-jobs.de/mediadaten

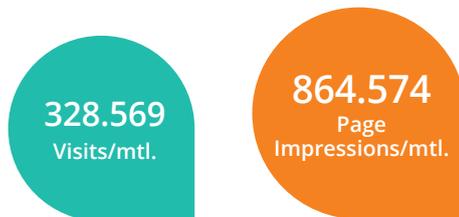
Auflagenvergleich und Verbreitung.

10-JAHRES-ENTWICKLUNG



Langzeitvergleich der Abonnentenentwicklung von IWV-geprüften Fachmedien für die Immobilienwirtschaft gemäß IWV 02/11 bis 02/21, Stand: 2/2021.

LEISTUNGSWERTE ONLINE AUF IZ.DE*



DURCHSCHNITTliche AUFLAGE 2.Q / 2021**

Druckauflage	10.399
verbreitete Auflage	10.264
verkaufte Auflage = Abonnenten	9.063

VERBREITUNG NACH NIELSENGEBIETEN***

NIELSENGEBIETE	BUNDESLÄNDER	VERBREITUNG VERKAUFTE AUFLAGE
I	Bremen, Hamburg, Nieders., Schl.-Holst.	16,9 %
II	Nordrhein-Westfalen	19,3 %
IIIa	Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland	19,7 %
IIIb	Baden-Württemberg	9,0 %
IV	Bayern	16,0 %
V	Berlin	13,5 %
VI	Meckl.-Vorp., Brandenb., Sachsen-Anhalt	2,3 %
VII	Thüringen, Sachsen	3,3 %

* Verlagsberechnung: Durchschnitt gemäß IWV Online 1-6/2021.

** IWV 2/2021.

*** Verlagsangabe, Stand: 8/2021.

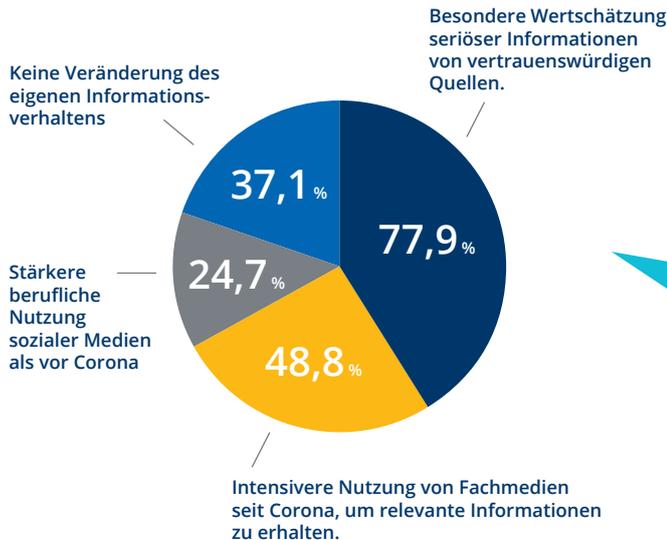
IZ-LESERBEFRAGUNG*:

Veränderung des Informationsverhaltens seit der Pandemie

Wie hat sich das Informationsverhalten unserer Leser seit Mai 2020 verändert? Die IZ-Leserbefragung gibt Aufschluss, welchen Einfluss die Pandemie bei der Mediennutzung hat.

AUSSAGEN ZUM INFORMATIONSVERHALTEN

Mehrfachnennungen möglich



Seit der Pandemie haben seriöse Informationen von vertrauenswürdigen Quellen für **77,9 %** unserer Leser zunehmend an Bedeutung gewonnen. Etwa **48,8 %** der Leser nutzen Fachmedien nun intensiver, um sich beruflich zu informieren. Durch unabhängigen und fundierten Journalismus möchte die Immobilien Zeitung den Ansprüchen ihrer Leser Rechnung tragen.

* Quelle: Nutzerstrukturanalyse der IZ-Abonnenten durch dfv solutions 2021, Basis: 438 Befragte, Stand 19.05.2021.

IZ-LESERUMFRAGE*:

Unternehmen – Branchenzugehörigkeit.

Branchenzugehörigkeit (Mehrfachnennung, kumuliert)

PROJEKTENTWICKLUNG/PLANUNG/BAU 67 %

Architektur- oder Ingenieurbüro	10 %
Projektsteuerer (Dienstleister für Dritte)	10 %
Bauunternehmen	3 %
Projektentwicklungsgesellschaft	30 %
Bauträger	14 %

INVESTOREN 56 %

Immobilienfonds / Immobilien-AG	4 %
Pensionskasse	4 %
Investor für Immobilienbestand des Konzerns	8 %
Privater Investor	24 %
Sonstige Kapitalanlagegesellschaft	12 %
Geschlossene Immobilienfonds	4 %

VERWALTER 55 %

Wohnungsunternehmen	8 %
Haus- und Grundstücksverwaltung	14 %
Vermögensverwaltung	14 %
Betreiber von Spezialimmobilien	6 %
Sonstige	13 %

DIENSTLEISTUNGEN 84 %

Marktforschung / Research	7 %
Unternehmensberatung / Consultant	18 %
Facility-Management	6 %
Gutachter / Sachverständiger / Bewertung	19 %
Finanzdienstleister (auch Versicherungs-Makler)	10 %
Kommunikation / Marketing	5 %
IT-/Software- / Internet-Dienstleistungen	1 %
Rechts- / Steuerberatung	4 %
Sonstige	14 %

* Verlagsangabe, basierend auf eigener IZ-Leserumfrage im Aug./Sept. 2020 mit 179 Teilnehmern.

Der Leser im Unternehmen.

TÄTIGKEITSBEREICHE (Mehrfachnennung)

Finanzvermittlung	8 %
Vertrieb von Kapitalanlagen	6 %
Kreditvergabe	6 %
Bewertung von Immobilien	17 %
Architektur- und Ingenieurleistungen	11 %
Projektmanagement / Projektentwicklung	29 %
Vermittlung von Immobilien	18 %
Verwaltung fremdgenutzter Immobilien	12 %
Verwaltung eigengenutzter Immobilien	16 %
Kaufmännisches Facility-Management	4 %
Technisches Facility-Management	5 %
Fonds-Management	5 %
Research / Consulting	11 %
Rechts- und Steuerberatung	5 %
Forschung und Lehre	2 %

EINFLUSSBEREICHE (Mehrfachnennung)

Kauf und Verkauf von Immobilien	56 %
Investitionsentscheidung über Bauvorhaben	46 %
Finanzierung von Immobilienprojekten	40 %
Ausstattung der Immobilie	32 %
Einkauf immobiliespezifischer Software	16 %
Standort der Immobilie	41 %
Anmietung von Büroflächen	15 %
Vermietung von Büroflächen	23 %
Vermietung von Wohnflächen	24 %

GESCHÄFTSSCHWERPUNKTE (Mehrfachnennung)

UMSATZANTEIL	
Immobilienvermittlung	21 %
Projektentwicklung / Projektplanung / Bau	38 %
Investition	14 %
Dienstleistungen für die Immobilienwirtschaft	20 %
Immobilienverwaltung	14 %
Finanzierung	13 %
Öffentlicher Bereich / Behörde	4 %
Sonstige	10 %

Wichtige Mediengruppen für den Beruf.

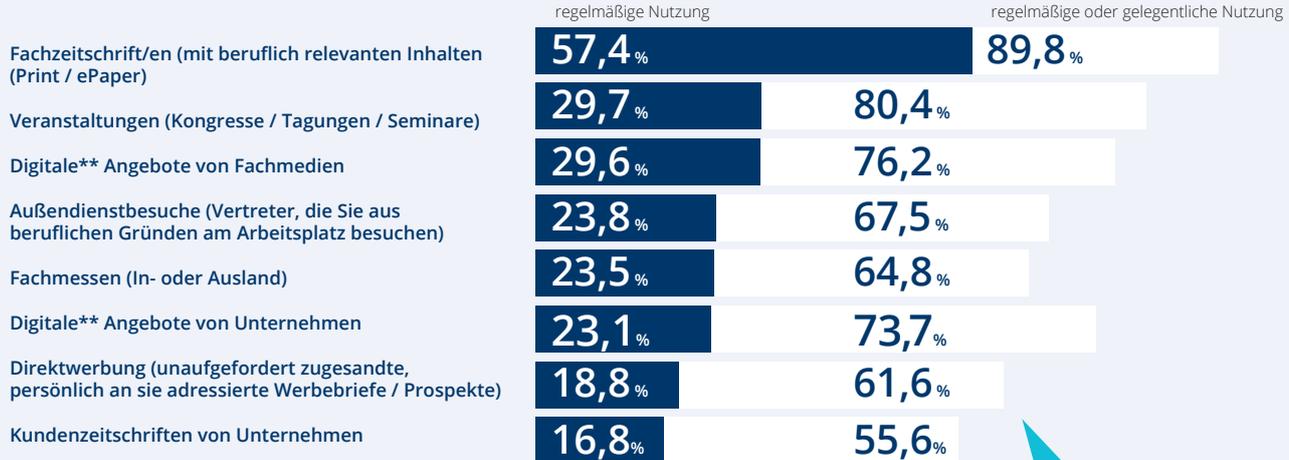
	2020	2019	2018	2017	2016
Branchenspezifische Fachzeitschriften	73 %	72 %	71 %	72 %	73 %
Internetseiten von Herstellern, Händlern, Dienstleistern	49 %	50 %	49 %	48 %	50 %
Internetseiten der Zeitschriften und Zeitungen	38 %	36 %	33 %	33 %	35 %
Überregionale Tages- und Wochenzeitungen	37 %	36 %	37 %	39 %	40 %
Soziale Netzwerke	37 %	37 %	37 %	32 %	28 %
Politik- und Wirtschaftsmagazine/ - Zeitschriften	35 %	32 %	33 %	36 %	36 %
Newsletter von Zeitschriften und Zeitungen	20 %	20 %	18 %	18 %	19 %
Fernsehen	19 %	16 %	15 %	17 %	17 %
Nichts davon / Keine Angabe	13 %	13 %	19 %	13 %	12 %

Fachzeitschriften sind und bleiben für Entscheider konstant die mit Abstand wichtigste Informationsquelle!

LAE 2020*

Nutzung von Informationsquellen.

DURCH ENTSCHEIDUNGSTRÄGER IN WIRTSCHAFT UND VERWALTUNG



90 % der Entscheider in Deutschland nutzen Fachzeitschriften, **76 %** digitale Angebote von Fachmedien! Damit liegen Fachmedienangebote deutlich vor anderen externen Informationsquellen.

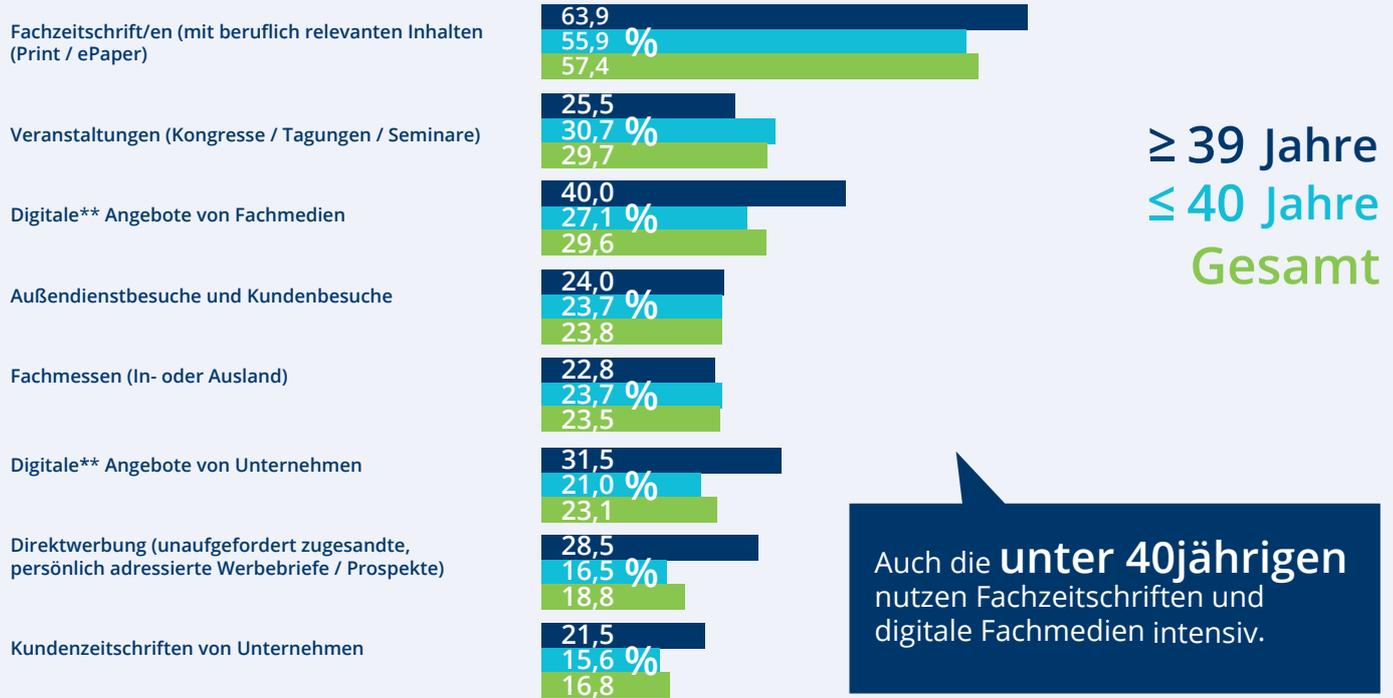
* Quelle: Leseranalyse Entscheidungsträger 2020 / Deutsche Fachpresse..

** Websites, Social Media, Newsletter, App.

LAE 2020*

Regelmäßige Nutzung von Informationsquellen.

DURCH ENTSCHEIDUNGSTRÄGER IN WIRTSCHAFT UND VERWALTUNG (NACH ALTER)



* Quelle: Leseranalyse Entscheidungsträger 2020 / Deutsche Fachpresse..

** Websites, Social Media, Newsletter, App.

LAE 2020*

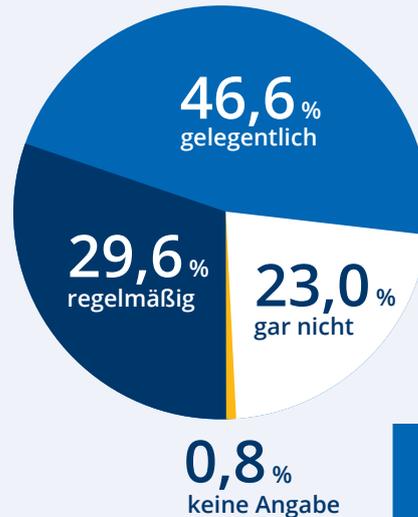
Häufigkeit der Nutzung von Informationsquellen.

DURCH ENTSCHEIDUNGSTRÄGER IN WIRTSCHAFT UND VERWALTUNG

Fachzeitschrift/en mit beruflich relevanten Inhalten
(Print / ePaper)



Digitale* Angebote von Fachmedien



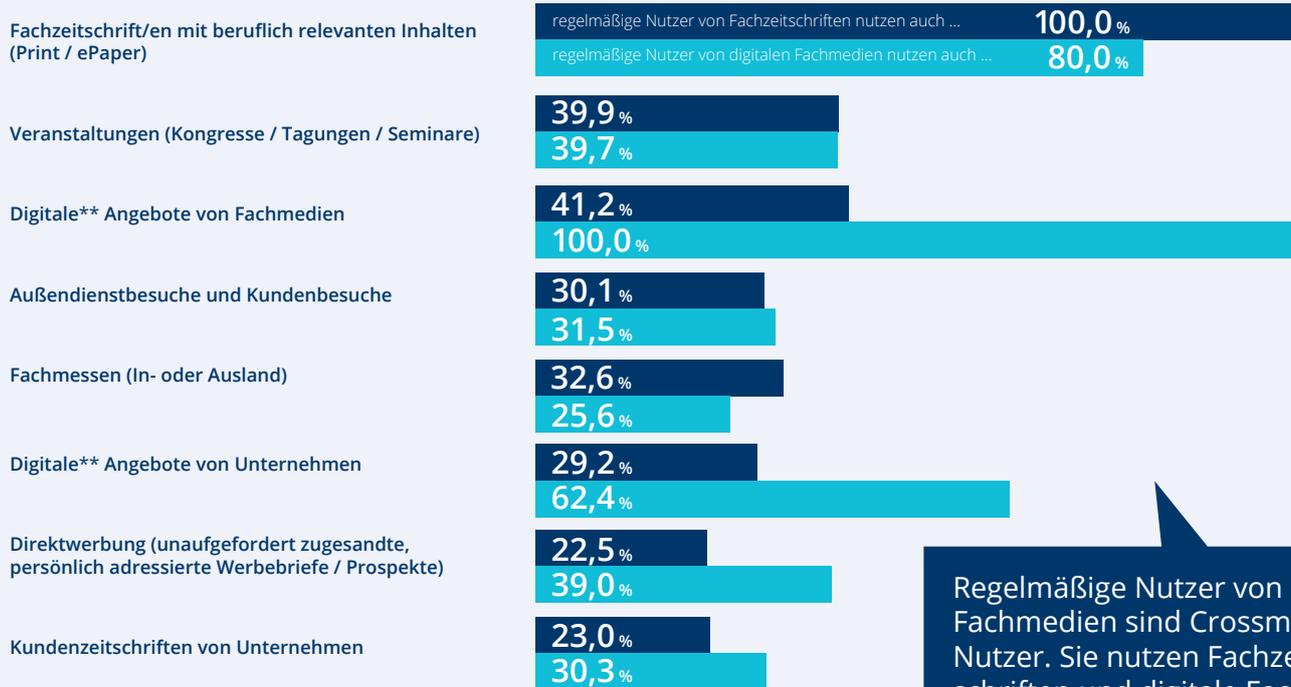
Über 50 % der Entscheidungsträger greifen regelmäßig zu Fachzeitschriften mit beruflich relevanten Inhalten.

* Quelle: Leseranalyse Entscheidungsträger 2020 / Deutsche Fachpresse.

LAE 2020*

Nutzungsintensität von Informationsquellen.

DURCH ENTSCHEIDUNGSTRÄGER IN WIRTSCHAFT UND VERWALTUNG



Regelmäßige Nutzer von Fachmedien sind Crossmedia-Nutzer. Sie nutzen Fachzeitschriften und digitale Fachmedienangebote besonders intensiv.

* Quelle: Leseranalyse Entscheidungsträger 2020 / Deutsche Fachpresse.

** Websites, Social Media, Newsletter, App.

LAE 2020*

Werbung in Fachmedien.

IST NÜTZLICH UND STÄRKT DAS IMAGE

Fachwerbung erzielt
eine besonders hohe
Werbewirkung!



„ Firmen, die regelmäßig in Fachmedien werben, zeigen damit, dass sie wichtige Anbieter am Markt sind. “



„ Werbung in Fachmedien stärkt positiv das Image der werbenden Unternehmen und ihrer Produkte. “



„ Werbung ist ein nützlicher Bestandteil in Fachmedien. “

* Quelle: Leseranlyse Entscheidungsträger 2020 / Deutsche Fachpresse.

** Websites, Social Media, Newsletter, App.

Umfrage zum Immobilienjournalismus.*

WVFI** und bulwiengesa fragten 2018 „Was ist guter Immobilienjournalismus?“ Mit der Befragung sollte das Leseverhalten der Rezipienten beleuchtet sowie individuelle Kriterien ermittelt werden, mit denen sie die Berichterstattung über die Immobilienwirtschaft in Deutschland bewerten.

WAS IST GUTER IMMOBILIENJOURNALISMUS?

1

Guter Immobilienjournalismus recherchiert, liefert Unbekanntes und schreibt nicht Pressemitteilungen ab. Er will nicht selbst Geschäfte machen.

2

Guter Immobilienjournalismus ist glaubhaft durch Fakten, verlässlich durch Kompetenz und neutral durch Sachlichkeit und Distanz. Er unterstützt die Leser dabei, sich umfassend zu informieren, stärkt damit deren Urteilsfähigkeit und macht aus Informationen Wissen.

3

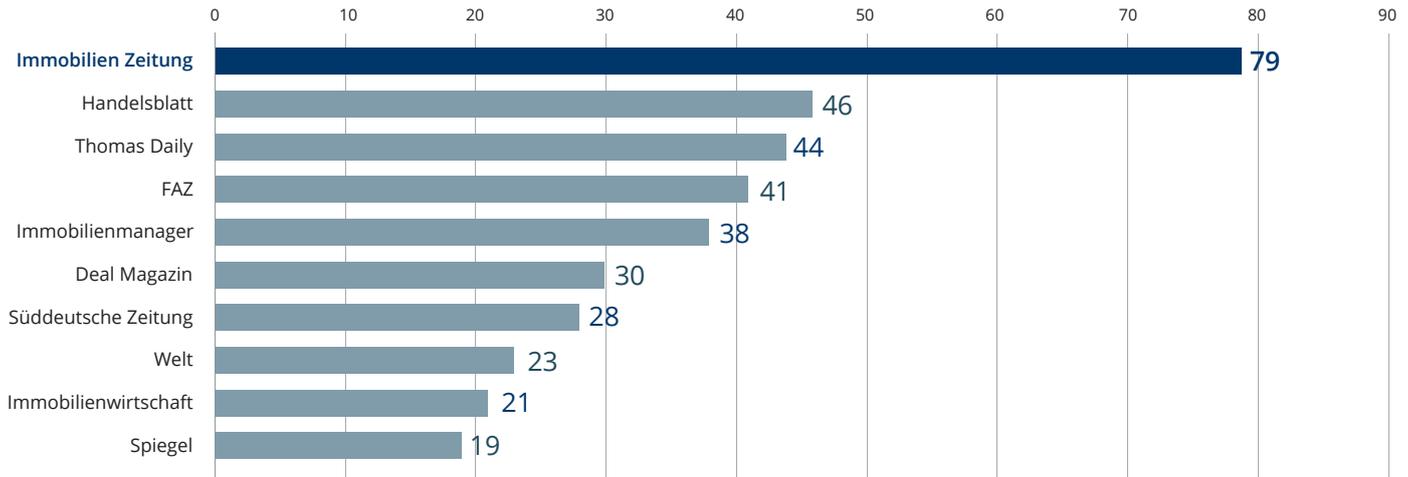
Guter Immobilienjournalismus ist integer, informativ und wissenserweiternd.

Die wichtigsten Medien.*

Bei der Frage nach den wichtigsten Medien der Branche wurde die **Immobilien Zeitung mit großem Abstand am häufigsten genannt (79 %)**. Dieses Ergebnis unterstreicht die Sonderstellung der Immobilien Zeitung als wichtigstes Branchenmedium.

DIE TOP 10 DER WICHTIGSTEN BRANCHENMEDIEN

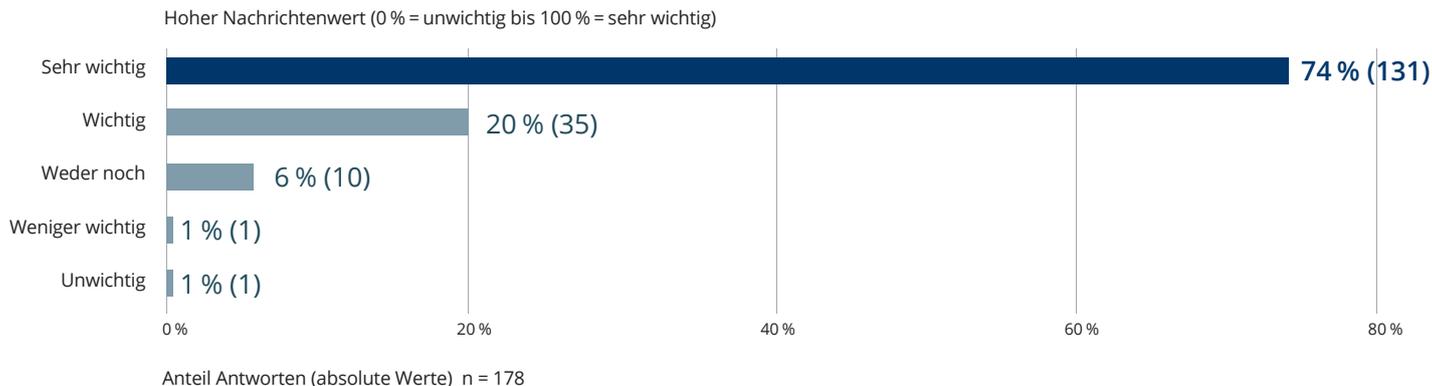
In Prozent der 180 befragten Branchenprofis (Mehrfachnennungen möglich).



* Studie „Was ist guter Immobilienjournalismus?“ – Eine Befragung von bulwiengesa im Auftrag des WVFI e.V. 2018. Auswertung von Seite 20. Abrufbar unter media.iz.de.

Das persönliche Qualitätskriterium.*

Was inspiriert den Immobilienprofi, einen bestimmten Artikel zu lesen? Eine prägnante, Aufmerksamkeit erregende Überschrift mag zum Lesen inspirieren, aber ein hoher Nachrichtenwert tut das noch mehr.



94 % der Befragten ist ein hoher Nachrichtenwert wichtig oder sehr wichtig. Das bieten wir unseren Lesern mit der Immobilien Zeitung. Vielfach wurden die Journalisten der Immobilien Zeitung bisher aus-

gezeichnet – u. a. mit dem Golden Brick Award sowie mehrfach mit dem Journalistenpreis der deutschen Immobilienwirtschaft und als Fachjournalisten des Jahres.

Die Rabatte.

Es wird jeweils nur eine Staffel angewendet. Rabattwirksam sind alle Anzeigen, die im Kalenderjahr bzw. im individuell vereinbarten Rabattjahr erscheinen. Ausgenommen sind Kontingentanzeigen bei IZ-Jobs.de, Joboffensive und Fremdbeilagen. Agenturvergütung: 15 % auf Image- und Stellenanzeigen 15% auf Image- und Stellenanzeigen sowie Newsletter- und Onlinebannerwerbung.. Gerne beraten wir Sie zur Auswahl der für Sie am besten geeigneten Rabattstaffel.

MALSTAFFEL

2 – 5 Mal	3 %
6 – 14 Mal	6 %
15 – 19 Mal	9 %
20 – 25 Mal	12 %
ab 26 Mal	15 %

Die Malstaffel wird meistens für Anzeigen im Anzeigenteil verwendet. Bei kleinen Inselanzeigen lohnt sich die Vergleichsrechnung nach beiden Umsatzstaffeln. Sie gilt nicht für Newsletter oder Onlineumsätze.

Inselanzeigen werden mit dem Faktor 1,5 bei der Berechnung der Malstaffel im Jahresabschluss berücksichtigt. Wird nichts anderes vereinbart, gilt für den Jahresabschluss das Kalenderjahr.

UMSATZSTAFFEL

10.000 €	5 %
20.000 €	10 %
30.000 €	15 %
45.000 €	18 %
60.000 €	20 %
90.000 €	22 %
120.000 €	24 %
150.000 €	26 %
200.000 €	28 %
250.000 €	30 %
ab 300.000 €	31 %

Die Umsatzstaffel ist für den Großteil der Anzeigenkunden vorteilhaft. Sie gilt für Print- und Onlineumsätze. Bereits bei Anzeigenformaten ab 150 mm im Regionalteil 4c ist die Umsatz-Rabattstaffel für Sie vorteilhafter.

Sie gilt für alle beim Verlag „Immobilien Zeitung“ getätigten Anzeigenumsätze (Bruttoumsätze ohne Berücksichtigung von Agenturprovisionen, Skonti und sonstigen Nachlässen), z. B. Print + Online + Newsletter.

AGB.

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift des Verlages zum Zwecke der Verbreitung.
2. Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit dem Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wurde. Wurden konkrete Veröffentlichungstermine vereinbart, sind diese auch verbindlich.
3. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen. Wenn damit eine höhere Rabattgruppe erreicht wird, erfolgt eine entsprechende Gutschrift über die Rabattdifferenz.
4. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht. Hat der Auftraggeber mit dem Verlag eine Festplatzierung vereinbart, ist der Verlag berechtigt, den Anzeigenpreis auch dann in voller Höhe zu berechnen, wenn der Auftrag aus Gründen nicht erfüllt werden kann, die der Auftraggeber zu vertreten hat, und sich für die vereinbarte Platzierung kein anderweitiger Abnehmer gefunden hat.
5. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
6. Aufträge für Anzeigen und Beilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Platzierungszusagen beschränken sich auf die Angaben der Preisliste. Rubrizierte Anzeigen können nur in den vom Verlag angebotenen Rubriken platziert werden.
7. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden vom Verlag mit dem Wort »Anzeige« deutlich kenntlich gemacht.
8. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge oder auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder bei Vertretern aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung den Eindruck erwecken, Bestandteil der Zeitung zu sein, oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
9. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.
10. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf eine einwandfreie Ersatzanzeige. Ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung in angemessener Höhe oder Rückgängigmachung des Auftrages. Schadenersatzansprüche aus positiver Vertragsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragsbestätigung – ausgeschlossen. Schadenersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlages, seiner gesetzlichen Vertreter und seiner Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts beschränkt.
11. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist bzw. bis Redaktionsschluss mitgeteilt werden. Bei der verlagsseitig kostenfrei angebotenen Erstellung von Online-Werbemitteln gilt die Leistung mit der Übermittlung des zweiten Korrekturabzugs, spätestens aber nach Inanspruchnahme von zwei Grafikerstunden als erfüllt.

12. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.

13. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

14. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen in Höhe von 8,5 % p.a. sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offener stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

15. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Auftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

16. Kosten für die Anfertigung und Neugestaltung von Druckunterlagen und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

17. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung nicht hergeleitet werden.

18. Rubrizierte Anzeigen werden für gewerbliche Inserenten nicht veröffentlicht.

19. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

20. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen, Körperschaften des öffentlichen Rechts oder bei im Ausland ansässigen Auf-

traggebern ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nichtkaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nichtkaufleuten, zum Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich der Gesetze der Bundesrepublik Deutschland verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

21. Datenschutz: Gemäß § 26 Bundesdatenschutzgesetz wird darauf hingewiesen, dass im Rahmen der Geschäftsbeziehungen die erforderlichen Kunden- und Lieferdaten mit Hilfe der elektronischen Datenverarbeitung beim Verlag oder bei einem vom Verlag beauftragten Unternehmen gespeichert werden.

22. Sollte eine der vorstehenden Bedingungen oder eine Bedingung des Vertragsverhältnisses zwischen dem Verlag und dem Inserenten unwirksam sein, so wird die Wirksamkeit der übrigen Bedingungen des Vertragsverhältnisses nicht berührt. Die unwirksame Bedingung ist durch eine wirksame Bedingung zu ersetzen, welche sich nach verständiger Würdigung des Gesamtzusammenhangs und ihrer wirtschaftlichen Auswirkungen ergeben sollte.

23. Anzeigenaufträge durch eine Agentur werden in deren Namen und auf deren Rechnung angenommen. Die Werbemittel und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich mit ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlervergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

24. Die allgemeinen Geschäftsbedingungen des Verlages gelten sinngemäß auch für Aufträge über Beikleber, Beihefter, Beilagen und technische Sonderausführungen. Jeder Auftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich.

25. Kommt ein bestätigter und von Werbetreibenden oder deren Werbemittlern gebuchter Anzeigen-, Beilagen- oder Beihefter-Auftrag aus Gründen, die der Auftraggeber zu verantworten hat, nicht zustande, behält sich der Verlag eine Stornierungsgebühr in Höhe von 25 % des Netto-Auftragswertes vor. Wird ein Anzeigenauftrag, der auf eine besondere Platzierung im Heft gerichtet ist, durch den Auftraggeber gekündigt, behält sich der Verlag das Recht vor, die stornierten Anzeigen in voller Höhe zu berechnen, wenn sich für die vereinbarte Platzierung kein anderweitiger Auftraggeber gefunden hat.

Technische Spezifikationen.

DATENFORMAT:	PDFx3. Offene Daten nach Absprache	PAPIERFORMAT:	350 mm Breite x 510 mm Höhe
BILDAUF-LÖSUNG:	300 dpi (mindestens 200 dpi)	SATZSPIEGEL:	325 mm Breite x 480 mm Höhe
DATEN:	Druck-PDF inkl. Ziel-URL für die Verlinkung im ePaper unter Angabe der Auftragsnummer an: anzeigen@iz.de	SPALTENZAHL:	Textteil: 5 Spalten à 61 mm, Anzeigenteil: 6 Spalten à 50 mm
DRUCK-UNTERLAGEN:	Als Liefertermin für die Druckunterlagen gilt der Anzeigenschluss der gebuchten Ausgabe. Erstellung der Druckunterlagen im Endformat und ohne Schnittmarken.	DRUCK-VERFAHREN:	Zeitungsrollenoffset
SCHRIFTEN:	Schriften müssen in die PDF-Datei eingebettet oder in Pfade gewandelt sein. Wenn die Schrift in Weiß aufgebaut ist, sollte die Schriftgröße bei mehrfarbigen Hintergründen mindestens 7 pt betragen und nicht als Light-Schnitt angelegt werden, ansonsten sind 6 pt (Druckfarbe schwarz, Überdruckmodus) ausreichend.	PROOF:	Für ein optimales Druckergebnis Ihrer Anzeige benötigen wir bei Farbanzeigen ein nach ISO 12647-3 Norm angelegtes Proof. Auf dem Proof muss ein motivbreiter ugra / FOGRA-Medienkeil abgebildet sein. Andernfalls kann der Proof nicht als farbverbindlich anerkannt werden.
FARBEN:	CMYK, Eurokala. Verwenden Sie das Farbprofil ISOnewspaper26v4.icc , um Farbverschiebungen auszuschließen. Schwarzer Text muss zu 100 % und ausschließlich aus Schwarz bestehen. Farbprofil zum Download unter media.iz.de/technische-spezifikation	DATEIFORMATE IZ.DE:	Es werden die gängigen Formate angenommen: GIF, JPEG, PNG und HTML. Zusendung inklusive Ziel-URL an anzeigen@iz.de .
LINIEN:	Linienstärke mindestens 0,25 pt. Bei weißen Linien auf farbigem Hintergrund mind. 0,4 pt.	DATEIFORMATE NEWSLETTER:	JPEG, PNG oder GIF (statisch, da einige Outlook-Versionen die GIF-Animation nicht standardmäßig unterstützen). Zusendung inklusive Ziel-URL an anzeigen@iz.de .
QR CODE:	Wegen der Konturschärfe sollte der QR Code in sw aufgebaut werden (nicht in 4c und nicht als „copy and paste“).		
FARBAUFTRAG:	Maximal 240 %. Tonwertzunahme: Ein 50-Prozent-Ton der Vorlage (Schwarz) erhält durch den Offsetdruckprozess einen Zuwachs von etwa 26 %. Tonwertbereich: 3–90 %.		

Ansprechpartner.



MARKUS SCHMIDTKE

Anzeigenleiter

☎ 06 11 973 26-24

✉ schmidtke@iz.de



KARSTEN FRANKE

Leitender Verlagsrepräsentant

West/Nord

☎ 06 11 973 26-21

✉ franke@iz.de



CLAUDIA EMRICH

Anzeigenverkauf

Disposition

☎ 06 11 973 26-13

✉ emrich@iz.de



THOMAS BUHLMANN

Verlagsrepräsentant

Mitte/Süd

☎ 06 11 973 26-26

✉ buhlmann@iz.de



KAI WALDSCHMIDT

Anzeigenverkauf

Disposition

☎ 06 11 973 26-52

✉ waldschmidt@iz.de



CHRISTOPHER TYZIAK

Verlagsrepräsentant

Nord/Ost

☎ 06 11 973 26-955

✉ tyziak@iz.de



TANJA BARANOWSKY

Assistenz Anzeigenleiter

☎ 06 11 973 26-23

✉ baranowsky@iz.de



STEFAN JUNG

Verlagsrepräsentant

Mitte/Süd/Ost

☎ 06 11 973 26-22

✉ jung@iz.de

Verlagsdaten.

IZ Immobilien Zeitung Verlagsgesellschaft mbH

Postfach 3420 / 65024 Wiesbaden

Luisenstraße 24 / 65185 Wiesbaden

☎ 0611 973 26 - 0

📠 0611 973 26 - 31

✉ anzeigen@iz.de

🌐 www.iz.de

BANKVERBINDUNGEN:

Nassauische Sparkasse, Wiesbaden

IBAN DE36 5105 0015 0189 0265 28

SWIFT-BIC: NASSDE 55 XXX

Commerzbank AG, Wiesbaden

IBAN DE36 5108 0060 0129 9888 00

SWIFT-BIC: DRES DE FF 510

ZAHLUNGSWEISE:

15 Tage netto

ERSCHEINUNGSWEISE:

wöchentlich donnerstags

ANZEIGENSCHLUSS:

6 Werktage vor Erscheinen