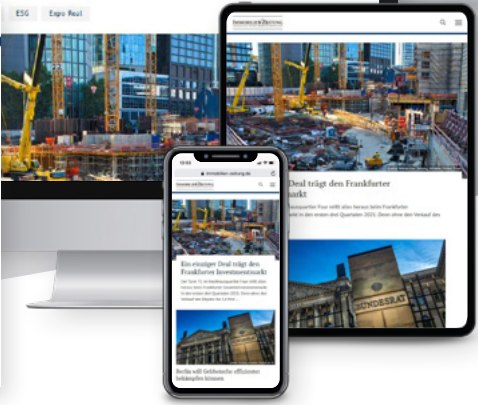
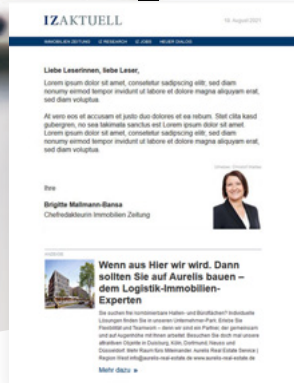
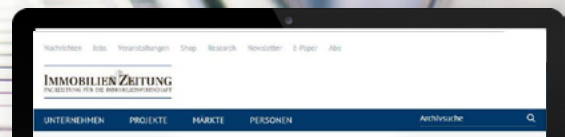


**PREISLISTE 2023**

# IZ Digital

WERBUNG IN DEN DIGITALEN PRODUKTEN  
DER IMMOBILIEN ZEITUNG.



**MEHR WISSEN,  
BESSER ENTSCHEIDEN.**



# Online auf IZ.de



Kontrollieren Sie Ihren „Werbedruck“ und wählen Sie zwischen einer Vollbelegung oder 3er-Rotation für Ihr Banner.

## LEISTUNGSDATEN\*

673.279 Öffnungen pro Monat

330.685 Visits pro Monat

## ANZEIGENSCHLUSS

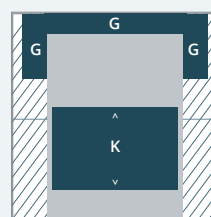
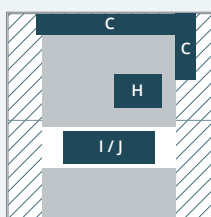
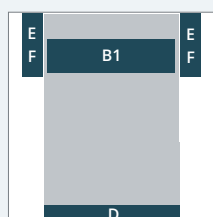
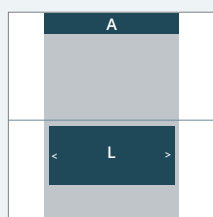
3 Werktage vor Erscheinungstermin

## FORMATE UND PREISE



WOCHENPREISE MO-SO / EUR

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



- A Superbanner
- B Billboard
- C Wallpaper
- D Floor Ad
- E Wide Skyscraper
- F Double Wide Skyscraper
- G Fireplace
- H Rectangle
- I Content Ad
- J Video Ad
- K Poster Ad
- L Gallery Ad

TECHNISCHE DATEN: Siehe technische Daten Immobilien Zeitung, Basis-Mediadaten Nr. 33 und unter [media.iz.de/basis-mediadaten](http://media.iz.de/basis-mediadaten).

\* Verlagsberechnung: Durchschnitt gemäß IVW Online 1/2022-6/2022.

# Das Online-Advertorial

AUF IZ.DE

Bewerben Sie Ihr Produkt und Unternehmen und stärken Sie Ihre Marke, indem Sie aktiv Storytelling betreiben – und das in unmittelbarer Nähe zu den redaktionellen Beiträgen. Unser Angebot des Online-Advertorials besteht aus einer **ARTIKELSEITE**, deren Gestaltung sich am Screendesign der IZ orientiert und einer prominent platzierten **TEASER-MELDUNG AUF IZ.DE**.



Die professionellen Texte werden von erfahrenen Autoren erstellt.

## LEISTUNGEN UND PREISE\*:

- Artikel im Look und Feel von IZ.de
- Online mindestens 12 Monate
- Kostenfreie Verlängerung möglich

Die professionelle Erstellung erfolgt in Zusammenarbeit mit einem erfahrenen Autor (bei Direktbuchung im Preis enthalten).

### PREIS FÜR DAS ONLINE-ADVERTORIAL:

**16.990 EURO**

(abschlussrabattfähig, AE-fähig bei Anlieferung der Texte und Bilder)

## WEITERE PREISINFORMATIONEN\*:

Bei Schaltung (innerhalb von 12 Monaten) eines zweiten Advertorials erhalten Sie 30 % Rabatt, für ein drittes und folgende 50 % Rabatt.

Kombinationsrabatte: Bei Schaltung (innerhalb von 12 Monaten) von Print-Advertorials ab der Größe einer ¼ Seite erhalten Sie 15 % Rabatt, ebenso für Advertorials in unserem täglichen Newsletter IZ Aktuell.

## SO FÜHREN WIR DIE LESER AUF IHR ADVERTORIAL:

Bei der Bewerbung Ihres Advertorials können Sie auf die IZ als erfahrenen und kompetenten Medienpartner zählen. Mit Teasern auf IZ.de und im Tagesnewsletter IZ Aktuell kurbeln wir die Promotion Ihres Advertorials in der Startphase an – ohne zusätzliche Kosten.



Detaillierte Informationen zu Print- und Online-Advertorials finden Sie im Preisblatt Nr. 2 und auf [media.iz.de/advertorial](http://media.iz.de/advertorial).

\* Für alle Preise gelten unsere Mal- und Umsatzrabattstaffel gem. Preisliste Nr. 33, gültig ab 01.09.2022.

# Der Tagesnewsletter – IZ Aktuell

TÄGLICH VON MO-FR

Sie wollen täglichen Augenkontakt mit Ihren Wunschkunden?

**TITELKOPF** 630 x 75 px / 50 KB

IZAKTUELL

18. August 2014

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua.

At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet cilia kasd gubergern, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur elitr, sed diam

Anzeige

**CONTENT AD** 520 x 200 px / 50 KB

tionelle erungen

Publik | 27.08.2014

Nach oben

**TOP: Krisen befeuern Nachfrage nach deutschem Betongold**

Der deutsche Wohnimmobilienmarkt profitiert nicht nur weiterhin von einer stabilen Binnenkonjunktur. Auch weltweit wirkende Krisen wie im Irak und der Ukraine befeuern die Nachfrage nach deutschem Betongold zusätzlich. Zu diesem Schluss kommt der KGAL-Marktbericht für das 2. Halbjahr 2014. Potenziellen Anlegern rät er zur "kontrollierten Offensive" in kleineren Städten.

Weitere Details unter: [www.immobilienzentrum.de/1000020904/krisen-befeuern-nachfrage-nach-deutschem-betongold](http://www.immobilienzentrum.de/1000020904/krisen-befeuern-nachfrage-nach-deutschem-betongold)

Anzeige

**CONTENT AD** 520 x 150 px / 50 KB

EMPTI ERUNGEN

Publik | 27.08.2014

Nach oben

**TOP: Frauen verdienen mehr Geld mit Vermietung**

Das Deutsche Institut für Wirtschaftsforschung (DIW) hat eine Studie zur Einkommensgleichheit zwischen Männern und Frauen vorgelegt. Wenig überraschend ist, dass Frauen bei fast allen Einkunftsarten schlechter dastehen als Männer. Mit einer erstaunlichen Ausnahme bei den Vermietungseinkünften: hier haben Vermieterinnen leicht höhere Pro-Kopf-Einnahmen als Vermieter.

Weitere Details unter: [www.immobilienzentrum.de/1000020900/frauen-verdienen-mehr-geld-mit-vermietung](http://www.immobilienzentrum.de/1000020900/frauen-verdienen-mehr-geld-mit-vermietung)

Anzeige

**CONTENT AD** 520 x 100 px / 50 KB

U O F O R M 2014

Projekt | 27.08.2014

Nach oben

**Genossenschaft baut 192 Wohnungen in Berlin-Lichtenrade**

Die Gemeinnützige Baugenossenschaft Stegitz eG hat am Stadtrand von Berlin den Grundstein für das Neubauvorhaben Südlich111 gelegt. Zwischen Töpfer Weg und der Straße Alt Lichtenrade sollen bis Ende 2015 elf Wohnhäuser mit insgesamt 192 Wohnungen entstehen. Generalunternehmer für das 35 Mio. Euro schwere Bauvorhaben der Genossen ist Kordor Wessels Bauen Berlin.

**Revikon wandelt weitere 45 ha US-Gelände in Gießen um**

Das Immobilienentwicklungsunternehmen Revikon hat ein weiteres Wohnbauprojekt in Gießen vorgestellt. Die Revikon-Gruppe will im Juli 2014 den ersten Revikon-Geschäftshaus-Doppel-Bauhaus in einer ruhigen, zentralen Lage im Stadtteil Gießen-Altstadt realisieren. Die Revikon-Gruppe hat sich mit dem Auftraggeber ein gemeinsames Ziel gesetzt: Bis zum Sommer 2014 angekauft und bereits fertiggestellte Gebäude werden in Doppelhäuser umgebaut.

Das Revikon-Gruppe hat sich mit dem Auftraggeber ein gemeinsames Ziel gesetzt: Bis zum Sommer 2014 angekauft und bereits fertiggestellte Gebäude werden in Doppelhäuser umgebaut.

Das Revikon-Gruppe hat sich mit dem Auftraggeber ein gemeinsames Ziel gesetzt: Bis zum Sommer 2014 angekauft und bereits fertiggestellte Gebäude werden in Doppelhäuser umgebaut.

Das Revikon-Gruppe hat sich mit dem Auftraggeber ein gemeinsames Ziel gesetzt: Bis zum Sommer 2014 angekauft und bereits fertiggestellte Gebäude werden in Doppelhäuser umgebaut.

Das Revikon-Gruppe hat sich mit dem Auftraggeber ein gemeinsames Ziel gesetzt: Bis zum Sommer 2014 angekauft und bereits fertiggestellte Gebäude werden in Doppelhäuser umgebaut.

Das Revikon-Gruppe hat sich mit dem Auftraggeber ein gemeinsames Ziel gesetzt: Bis zum Sommer 2014 angekauft und bereits fertiggestellte Gebäude werden in Doppelhäuser umgebaut.

Das Revikon-Gruppe hat sich mit dem Auftraggeber ein gemeinsames Ziel gesetzt: Bis zum Sommer 2014 angekauft und bereits fertiggestellte Gebäude werden in Doppelhäuser umgebaut.

Das Revikon-Gruppe hat sich mit dem Auftraggeber ein gemeinsames Ziel gesetzt: Bis zum Sommer 2014 angekauft und bereits fertiggestellte Gebäude werden in Doppelhäuser umgebaut.

Das Revikon-Gruppe hat sich mit dem Auftraggeber ein gemeinsames Ziel gesetzt: Bis zum Sommer 2014 angekauft und bereits fertiggestellte Gebäude werden in Doppelhäuser umgebaut.

Das Revikon-Gruppe hat sich mit dem Auftraggeber ein gemeinsames Ziel gesetzt: Bis zum Sommer 2014 angekauft und bereits fertiggestellte Gebäude werden in Doppelhäuser umgebaut.

Das Revikon-Gruppe hat sich mit dem Auftraggeber ein gemeinsames Ziel gesetzt: Bis zum Sommer 2014 angekauft und bereits fertiggestellte Gebäude werden in Doppelhäuser umgebaut.

Das Revikon-Gruppe hat sich mit dem Auftraggeber ein gemeinsames Ziel gesetzt: Bis zum Sommer 2014 angekauft und bereits fertiggestellte Gebäude werden in Doppelhäuser umgebaut.

Das Revikon-Gruppe hat sich mit dem Auftraggeber ein gemeinsames Ziel gesetzt: Bis zum Sommer 2014 angekauft und bereits fertiggestellte Gebäude werden in Doppelhäuser umgebaut.

Das Revikon-Gruppe hat sich mit dem Auftraggeber ein gemeinsames Ziel gesetzt: Bis zum Sommer 2014 angekauft und bereits fertiggestellte Gebäude werden in Doppelhäuser umgebaut.

Das Revikon-Gruppe hat sich mit dem Auftraggeber ein gemeinsames Ziel gesetzt: Bis zum Sommer 2014 angekauft und bereits fertiggestellte Gebäude werden in Doppelhäuser umgebaut.

Das Revikon-Gruppe hat sich mit dem Auftraggeber ein gemeinsames Ziel gesetzt: Bis zum Sommer 2014 angekauft und bereits fertiggestellte Gebäude werden in Doppelhäuser umgebaut.

Das Revikon-Gruppe hat sich mit dem Auftraggeber ein gemeinsames Ziel gesetzt: Bis zum Sommer 2014 angekauft und bereits fertiggestellte Gebäude werden in Doppelhäuser umgebaut.

Das Revikon-Gruppe hat sich mit dem Auftraggeber ein gemeinsames Ziel gesetzt: Bis zum Sommer 2014 angekauft und bereits fertiggestellte Gebäude werden in Doppelhäuser umgebaut.

Das Revikon-Gruppe hat sich mit dem Auftraggeber ein gemeinsames Ziel gesetzt: Bis zum Sommer 2014 angekauft und bereits fertiggestellte Gebäude werden in Doppelhäuser umgebaut.

Das Revikon-Gruppe hat sich mit dem Auftraggeber ein gemeinsames Ziel gesetzt: Bis zum Sommer 2014 angekauft und bereits fertiggestellte Gebäude werden in Doppelhäuser umgebaut.

**ADVERTORIAL**

520 x 360 px / 100 KB

AB POSITION 3 MÖGLICH

**TITELKOPF**  
630 x 75 px / KB 50

4.780 € / WOCHE

## LEISTUNGSDATEN\*

324.912 Öffnungen pro Monat  
74.980 Öffnungen pro Woche  
15.849 Öffnungen pro Werktag

## ANZEIGENSCHLUSS

3 Werktage vor Erscheinungstermin

## BANNERFORMATE UND PREISE

**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	6.390
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** (grafisch gestaltet) oder als **WORT-BILD-BANNER** platzieren. Mit 520 x 360 px fällt Ihre Botschaft besonders auf! Ihr Banner unterscheidet sich zwar in Schriftgröße, Schrifttyp etc. von den Redaktionsinhalten; Ihre Unternehmensnachricht ist jedoch in das redaktionelle Umfeld eingebettet.

**ZEICHENZAHL:** Fließtext bis zu 400 Zeichen bei 15 px Schriftgröße und Überschrift bis zu 80 Zeichen  
**FOTO:** Format 120 x 120 px

# Mit den IZ-Produkten zu Ihren Wunschkunden

*Gern beraten wir Sie!  
Innovativ und strategisch.*

Mobil optimiert



Thementargeting



Ad Bundle



## MOBIL OPTIMIERT

IZ.de ist für das Lesen auf verschiedenen Bildschirmgrößen programmiert – optimal für Ihre Werbekampagnen.

Durch geschickte Auswahl der Bannerformate steuern Sie Ihre Kampagne so aus, dass die Werbebotschaft auf allen Endgeräten ankommt, unterwegs wie auch am Schreibtisch.

Der Kunde Carestone beispielsweise passt seine Kampagne optimal auf die Lesegewohnheiten der Endgeräte an.

## THEMENTARGETING

Das Budget Ihrer Onlinewerbung können Sie für eine langfristige Kampagne einsetzen, wenn diese nur zu einem für Ihr Unternehmen besonders relevanten Thema ausgeliefert wird.

Auf der Themenseite Rechtssprechung wird beispielsweise die Kampagne von Bögner, Hensel & Partner Rechtsanwälte, Steuerberater und Notare nur bei allen Artikeln zum Immobilienrecht ausgeliefert. Das Content Ad-Banner wird dabei in den redaktionellen Inhalten platziert.

## AD BUNDLE

Mit einer Onlinekampagne lässt sich die Aufmerksamkeit erhöhen, wenn Ihr Banner an verschiedenen Positionen der Website platziert wird. Zum Start einer solchen Kampagne bietet es sich an, mehrere Banner gleichzeitig zu zeigen, um viel Aufmerksamkeit auf sich zu ziehen.

Wie von der TV-Werbung bekannt, können Sie im Verlauf der Kampagne mit jeweils einem Werbemittel sichtbar sein und so von der starken Aufmerksamkeit des Kampagnenstarts profitieren.

Auf der Startseite unserer Webseite wird beispielsweise die Kampagne der DZ Hyp ausgespielt. Dabei wird simultan ein Wallpaper, Rectangle und Maxi Ad verwendet.



# Und nun? Einfach anrufen.

**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

## media.iz.de/digital



Eine Beteiligung der **dfv** Mediengruppe

**IZ IMMOBILIEN ZEITUNG**  
**VERLAGSGESELLSCHAFT MBH**  
☎ 0611 973 26-0  
☎ 0611 973 26-31  
Luisenstraße 24  
65185 Wiesbaden  
✉ info@iz.de