

PREISLISTE

2018



# Print + Online

Basis-Mediadaten Nr. 28, gültig ab 01.01.2018

ONLINE | MOBILE | NEWSLETTER



IZ | iz.de | App | IZ aktuell



**IMMOBILIENZEITUNG**  
FACHZEITUNG FÜR DIE IMMOBILIENWIRTSCHAFT

## PORTRÄT

# Die Informationswelten der Immobilien Zeitung.

## DIE NACHRICHTENWELT DER IMMOBILIEN ZEITUNG

Die Immobilien Zeitung zählt zu den führenden Fachzeitschriften für die Immobilienwirtschaft. Jede Woche berichtet sie über das Geschehen auf dem Immobilienmarkt, liefert Marktdaten sowie Informationen über Menschen, Ereignisse und Entwicklungen in der Immobilienwirtschaft. Ein kompetentes Redaktionsteam mit Sitz in Wiesbaden, Berlin, Hamburg, Stuttgart und München sorgt für eine aktuelle und sachkundige Berichterstattung.



*Immobilien Zeitung:  
50 gedruckte Ausgaben  
pro Jahr*

Das Printprodukt wird erweitert durch den permanent aktualisierten Online-Auftritt sowie den täglichen Newsletter IZ aktuell, der ebenso wie die IZ-App exklusiv Abonnenten zur Verfügung steht.



*Nachrichtenportal:  
aktuelle Nachrichten rund  
um die Uhr auf iz.de*



*Newsletter:  
IZ aktuell, täglich Mo - Fr  
+ freitags den Wochen-NL*

Mit den Datenbanken zu Zwangsversteigerungen, Hypothekenzinsen, Baufinanzierung, Veranstaltungen und den IZ Profilen stellt die Immobilien Zeitung ihren Lesern umfangreiche Basisdaten zur Verfügung. Das Angebot wurde 2015 erweitert mit den Wohnmarktanalysen und der Transaktionsdatenbank.

## DIE JOB-WELT DER IMMOBILIEN ZEITUNG

Die Immobilien Zeitung unterhält IZ-JOBS.DE, das Jobportal für Fach- und Führungskräfte der Immobilienbranche. Sowohl für Unternehmen als auch für Stellensuchende ist IZ-Jobs.de der kompetente Partner rund um Jobs, Rekrutierung und Karriereplanung. Der Stellenmarkt der Immobilien Zeitung bietet wöchentlich Karrierechancen für Fachkräfte aller Fachbereiche. Wissenswertes und Trends zum Arbeitsmarkt liefern redaktionelle Job & Karriere Specials.



*Jobportal:  
etablierte Plattform für  
gezieltes Personalrecruiting  
auf iz-jobs.de*



*Joboffensive:  
jährliche Arbeitsmarktbefragung  
auf iz.de/joboffensive*

Die Immobilien Zeitung führt jährlich die von ihr initiierte **JOB-OFFENSIVE** für die Immobilienwirtschaft durch. Die Arbeitsmarktbefragung und die Jobmesse **IZ-KARRIEREFORUM** setzen mit über 900 teilnehmenden Studenten und Unternehmen deutliche Akzente in der Immobilienwirtschaft.

## DIE VERANSTALTUNGSWELT DER IMMOBILIEN ZEITUNG

Über eine Beteiligung an der Heuer Dialog GmbH ist die Immobilien Zeitung im Veranstaltungsbereich engagiert. Heuer Dialog unterstützt seit über 40 Jahren mit Aktivitäten auf verschiedenen Ebenen den Dialog zwischen Wirtschaft, Politik, Wissenschaft und Kommune und zählt mit rund 50 Veranstaltungen jährlich zu den führenden Anbietern von Tagungen, Seminaren und Kongressen für die Immobilienwirtschaft. Bei **QUO VADIS**, dem Jahresauftaktkongress für die Immobilienwirtschaft, kommen in Berlin die Top-Entscheider zusammen.



*Netzwerkspezialist:  
Veranstaltungen für die  
Entscheider in der Immobilien-  
wirtschaft auf heuer-dialog.de*

## DIE MEDIENGRUPPE DfV

An der IZ Immobilien Zeitung Verlagsgesellschaft ist seit 2007 die Deutsche Fachverlag GmbH (dfv), Frankfurt, beteiligt. Mit rund 100 Fachzeitschriften und -zeitschriften, über 100 digitalen Angeboten sowie rund 400 Fachbuchtiteln ist der dfv eines der größten Fachmedienunternehmen Europas.

# Ihr IZ-Team Mediaberatung

MARKUS SCHMIDTKE  
Leitung Anzeigenverkauf

THOMAS BUHLMANN  
Mediaberatung

KARSTEN FRANKE  
Mediaberatung

SASKIA THAU  
Mediaberatung  
Stellenmärkte

MIRIAM KLÄS  
Projektmanagement  
Job & Karriere

MARTINA WALKER  
Leitung Verkauf  
Stellenmärkte

ALICE SCHMIDT  
Marketing und  
Kooperationen

TANJA BARANOWSKY  
Assistenz Leiter  
Anzeigenverkauf

CLAUDIA EMRICH  
Anzeigenverkauf  
Disposition

CHRISTINE WINCKELMANN  
Mediaberatung  
Stellenmärkte  
Disposition



# Inhalt.

Porträt	2	Stellenangebote	28
Team Mediaberatung	4	Stellengesuche, Objektmarkt, IZ-Jobs.de, Bannerkampagnen	30
Inhalt	5	Personalimagewerbung	31
<b>PRODUKTWELT</b>			
Die Produktwelt der Immobilien Zeitung	6	<b>IZ DIGITAL</b>	
Die Medienkanäle der Immobilien Zeitung	8	Die Immobilien Zeitung digital	32
Warum die IZ buchen?	10	IZ Newsletter und Digital Total	34
<b>PRINT</b>			
Die Buchstruktur	12	IZ Mobile	36
Die Anzeigenpreise	14	Die Rabatte	38
Die Erscheinungstermine 2018	16	Technische Spezifikationen	39
Die Sonderwerbformen	18	<b>LEISTUNGSWERTE</b>	
Die Touchpoints Expo Real	22	Auflagenvergleich und Verbreitung	40
Die Touchpoints Mipim	24	Leserstruktur	41
Weiter redaktionelle Themenschwerpunkte	25	Umfrage	50
<b>KARRIERE / RUBRIZIERTE ANZEIGEN</b>			
Produktübersicht Personalmarketing	26	AGBs	53
Joboffensive - Jobmesse	27	Ihre Ansprechpartner	55
		Verlagsdaten	56

# Die Produktwelt der Immobilien Zeitung.



Weitere Informationen zu unseren Mediadaten im Überblick: [iz.de/mediadaten](https://iz.de/mediadaten)

**BASIS-MEDIADATEN:**

[iz.de/basis-mediadaten](http://iz.de/basis-mediadaten)

- 1 Sonderwerbeformen: [iz.de/media/sonderwerbeformen](http://iz.de/media/sonderwerbeformen)
- 2 Immobilienanwälte: [iz.de/media/immobilienanwaelte](http://iz.de/media/immobilienanwaelte)
- 3 Regional-/ Themenspecials: [iz.de/media/themenschwerpunkte](http://iz.de/media/themenschwerpunkte)
- 4 Expo Real: [iz.de/media/exporeal](http://iz.de/media/exporeal)
- 5 Mipim: [iz.de/media/mipim](http://iz.de/media/mipim)
- 6 Digital: [iz.de/media/digital](http://iz.de/media/digital)

**BASIS-MEDIADATEN**

**RECRUITING UND**

**PERSONALIMAGWERBUNG:** [iz-jobs.de/arbeitgeber/info/mediadaten](http://iz-jobs.de/arbeitgeber/info/mediadaten)

- 7 Joboffensive: [iz.de/media/joboffensive](http://iz.de/media/joboffensive)
- 8 Online-Personalmarketing: [iz.de/media/personalimage-online](http://iz.de/media/personalimage-online)



Regelmäßige Aktualisierungen aller Preislisten finden Sie unter [iz.de/anzeigenpreise](http://iz.de/anzeigenpreise)  
 Alle Preise gelten zzgl. der gesetzlichen MwSt. Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen.

# Die Medienkanäle der Immobilien Zeitung.

## IZ PRINT

- zuverlässiger Begleiter durch die Immobilienwelt
- aktuelle und sachkundige Berichterstattung
- kompetentes Redaktionsteam bewertet, sondiert und analysiert, was in der Immobilienwelt eine Rolle spielt

## IZ NEWSLETTER

- exklusiv für Abonnenten der IZ
- mit den wichtigsten Meldungen des Tages

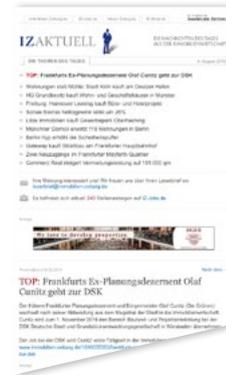
## IZ.DE

- das Nachrichtenportal mit den wichtigsten Nachrichten
- zeigt Branchentrends sowie Entwicklungen auf und unterstützt mit dem gebündelten Wissen der IZ bei den Entscheidungen im Berufsalltag
- verknüpft recherchierte Transaktionen nach Art, Preisvolumen und Immobilienart mit der redaktionellen Nachricht



## IMMOBILIEN ZEITUNG

- 50 Ausgaben pro Jahr (wöchentlich)
- diverse Specials und Themenschwerpunkte



## NEWSLETTER IZ aktuell

- Montag-Freitag an Abonnenten



## WOCHENEWSLETTER

- freitags an registrierte Leser



## IZ.DE

## IZ-JOBS.DE

- bildet das gesamte Jobspektrum der Immobilienwirtschaft ab
- mit Hochschulprofilen und Arbeitgeberdatenbank



IZ-JOBS.DE

## IZ-SHOP.DE

- Branchenwissen für die Immobilienwirtschaft als Fachliteratur, nationale und internationale Marktberichte sowie Wohnmarktanalysen



IZ-SHOP.DE

## HEUER DIALOG

- führender Initiator von mehr als 50 Premium-Veranstaltungen jährlich
- sorgt seit über 40 Jahren für den Dialog zwischen Wirtschaft, Politik, Wissenschaft und Kommune



HEUER-DIALOG.DE

WARUM DIE IZ BUCHEN?

# Qualitativ: So gut!



## QUALITY TIME

**53 MINUTEN** lesen unsere Abonnenten im Durchschnitt die IZ - das ergibt im Jahr mehr als eine 40-Stunden-Arbeitswoche für Weiterbildung und Wissensvorsprung.

*Nutzen Sie die Leser-Blatt-Bindung und lenken Sie die Aufmerksamkeit unserer Leser auf Ihr Unternehmen!*



## REPUTATION

**„DAS WICHTIGSTE MEDIUM DER IMMOBILIENBRANCHE IN DEUTSCHLAND“**, sagen die Teilnehmer der jährlichen Umfrage von ERGO Kommunikation.

*Buchen Sie diesen Erfolg für sich und nutzen Sie den hohen Imagetransfer unserer starken Medienmarken!*



## KOMPETENZ

**65 MITARBEITER**, davon 27 in der Redaktion und 12 in der technischen Produktentwicklung, bilden das Herzstück der IZ. Dieses journalistisch kompetente und technisch innovative Umfeld bietet Ihrer Werbung nachhaltige Beachtung.

*Steigern Sie mit diesen Qualitätsumfeldern Ihre Werbeeffizienz deutlich!*



## 360-GRAD- INFORMATION

**VERTRAUEN** in die Zeitung öffnet Türen: Die Nachrichten-Welt, die Recherche-Welt, die Job-Welt und die Veranstaltungs-Welt der IZ.

*Öffnen Sie Ihre Tür für neue Kunden, steigende Umsätze und höhere Gewinnmargen. Setzen Sie Ihr Werbebudget auf „Premium-Qualität“ und Sie kommen schneller zum Ziel!*

WARUM DIE IZ BUCHEN?

# Quantitativ: So viel!



## AUFLAGEN

Die abonnierte Auflage von **9.201 EXEMPLAREN** pro Ausgabe\* belegt, dass die Immobilien Zeitung den Branchen-Profis wöchentlich unverzichtbaren Lesestoff bietet. Zu den Protagonisten dieser Erfolgsstory gehören auch das Online-Portal mit mehr als **1,5 MIO. PIS** und der Tagesnewsletter mit über **590.000 PIS** jeden Monat.

*Menschen, die für Qualitätsjournalismus zahlen, wissen Ihre Unternehmensleistung ebenfalls zu schätzen. Buchen Sie die sehr große Reichweite der IVW-geprüften IZ-Medienkanäle und gewinnen Sie zahlungswillige Kunden.*



## MESSE- UNTERSTÜTZUNG

Mit einer Gesamtauflage von über **110.000 EXEMPLAREN** Print und online mit knapp **1,5 MIO. PIS\*\*** versorgen wir die Immobilienbranche zur Expo Real und Mipim mit allen wichtigen Informationen für den Messeerfolg.

*Stärken Sie auch Ihren ROI der Messeinvestitionen. Mit gezielter Kommunikation aktivieren Sie Ihren maximalen Messeerfolg!*



## RUND 40.000 LESER

Qualität ist gefragt. Daher wird jede Print-Ausgabe der IZ von durchschnittlich **3,7 LESERN** genutzt und pro Leser zweimal in die Hand genommen!

*Hier treffen Sie Ihre Kundenpotentiale! Nehmen Sie sich die Zeit, Ihre Neukunden zu begrüßen - buchen Sie Ihren GESCHÄFTSERFOLG mit Ihrer Werbekampagne!*

# Die Buchstruktur.

Solide gebaut. Optimal aufgeteilt.

## ALLGEMEINER TEIL

Für einen optimalen Überblick über die 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

MARKETING



ALLGEMEINER TEIL / 1. BUCH



ALLGEMEINER TEIL / 2. BUCH

## REGIONALE MÄRKTE

Es folgen die regionalen Märkte und der Anzeigenteil im dritten und vierten Buch der Immobilien Zeitung. Als Besonderheit gegenüber der gängigen Zeitungspraxis erscheinen alle Regionalteile deutschlandweit in einer einzigen Ausgabe. Damit werden auch die Anzeigen des Regionalteils überregional geschaltet.

### TITELSEITE

NORDDEUTSCHLAND

NORDRHEIN-WESTFALEN

HESSEN / RHEINLAND-PFALZ / SAARLAND

BADEN-WÜRTTEMBERG

BAYERN

BERLIN UND NEUE BUNDESLÄNDER

HYPOTHEKENZINSEN

ZWANGSVERSTEIGERUNGEN

STELLENANZEIGEN

OBJEKTANZEIGEN

VERANSTALTUNGEN



REGIONALER TEIL / 3. BUCH



ANZEIGENTEIL / 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 3 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. Als Preisbeispiele finden Sie das Minimal- und Maximalformat in der untersten Spalte.

**1** Mehr Infos zu Sonderwerbformen?  
[iz.de/media/sonderwerbformen](http://iz.de/media/sonderwerbformen)

## ANZEIGENMASSE (mm)

- SPALTENBREITEN**
- 1 Spalte = 61 mm
  - 2 Spalten = 127 mm
  - 3 Spalten = 193 mm
  - 4 Spalten = 259 mm
  - 5 Spalten = 325 mm

 325 x 480				
 325 x 240	 259 x 300 Magazinüberformat			
 127 x 480	 325 x 192			
 259 x 200	 325 x 160	 193 x 267		
 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				<b>INSELANZEIGE</b> Mindestformat:  Maximalformat:

Kalkulationsbeispiele siehe Seite 18.

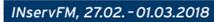
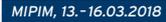
ALLGEMEINER TEIL / 1. + 2. BUCH				REGIONALER TEIL / 3. BUCH		
FORMAT	S/W Grundpreis 6,20 EUR	1 ZUSATZFARBE Grundpreis 7,10 EUR	3 ZUSATZFARBEN Grundpreis 8,30 EUR	S/W Grundpreis 4,40 EUR	1 ZUSATZFARBE Grundpreis 4,80 EUR	3 ZUSATZFARBEN Grundpreis 5,90 EUR
1/1 Seite 2.400 mm	14.880 EUR	17.040 EUR	19.920 EUR	10.560 EUR	11.520 EUR	14.160 EUR
1/2 Seite 1.200 mm	7.440 EUR	8.520 EUR	9.960 EUR	5.280 EUR	5.760 EUR	7.080 EUR
2/5 Seite 960 mm	5.952 EUR	6.816 EUR	7.968 EUR	4.224 EUR	4.608 EUR	5.664 EUR
1/3 Seite 800 mm	4.960 EUR	5.680 EUR	6.640 EUR	3.520 EUR	3.840 EUR	4.720 EUR
1/4 Seite 600 mm	3.720 EUR	4.260 EUR	4.980 EUR	2.640 EUR	2.880 EUR	3.540 EUR
1/5 Seite 480 mm	2.976 EUR	3.408 EUR	3.984 EUR	2.112 EUR	2.304 EUR	2.832 EUR
1/8 Seite 300 mm	1.860 EUR	2.130 EUR	2.490 EUR	1.320 EUR	1.440 EUR	1.770 EUR
<b>Grundpreis*</b> 61 x 50 mm	11,20 EUR 560 EUR	+ 100 EUR 660 EUR	+ 200 EUR 760 EUR	8 EUR 400 EUR	+ 100 EUR 500 EUR	+ 200 EUR 600 EUR
127 x 100 mm	2.240 EUR	2.340 EUR	2.440 EUR	1.600 EUR	1.700 EUR	1.800 EUR

Bei Formaten unter 800 mm ist eine Alleinplatzierung nicht garantiert.  
Mindestgröße für Anzeigen auf Redaktionsseiten (ausgenommen Inselanzeigen):  
300 mm.

Bei Formaten unter 600 mm ist eine Alleinplatzierung nicht garantiert.

\*Inselanzeigen werden mit einem Faktor 1,5 bei der Berechnung der Malstaffel berücksichtigt.

# Die Erscheinungstermine 2018.

AUSGABE	ERSCHEINUNGSTAG	ANZ.-SCHLUSS Textteil	ANZ.-SCHLUSS Anzeigenteil	SPECIALS / THEMENSCHWERPUNKTE	ANZ.-SCHLUSS Specials
1-2	11.01.2018	03.01.2018	05.01.2018	Doppelausgabe	
3	18.01.2018	10.01.2018	12.01.2018		
4	25.01.2018	17.01.2018	19.01.2018		
5	01.02.2018	24.01.2018	26.01.2018		
6	08.02.2018	31.01.2018	02.02.2018		
7	15.02.2018	07.02.2018	09.02.2018		
8	22.02.2018	14.02.2018	16.02.2018		
9	01.03.2018	21.02.2018	23.02.2018		
10	08.03.2018	28.02.2018	02.03.2018	<div style="text-align: center;">        </div>	
				TS Norddeutschland	23.02.2018
	Special Investing in Germany / 13.03.2018				15.02.2018
11	15.03.2018	07.03.2018	09.03.2018	Update-Ausgabe zur MIPIM am 3.+4. Messetag	
12	22.03.2018	14.03.2018	16.03.2018		
13	29.03.2018	21.03.2018	23.03.2018		
14	05.04.2018	28.03.2018	29.03.2018		
15	12.04.2018	04.04.2018	06.04.2018		
16	19.04.2018	11.04.2018	13.04.2018		
17	26.04.2018	18.04.2018	20.04.2018	TS Bayern	13.04.2018
18	03.05.2018	25.04.2018	27.04.2018		
19	11.05.2018	02.05.2018	04.05.2018		
20	17.05.2018	09.05.2018	11.05.2018	TS Berlin	04.05.2018
21	24.05.2018	16.05.2018	18.05.2018		
22	01.06.2018	23.05.2018	25.05.2018		
23	07.06.2018	30.05.2018	01.06.2018		
24	14.06.2018	06.06.2018	08.06.2018		
25	21.06.2018	13.06.2018	15.06.2018	TS Job & Karriere: IZ Karriereforum	11.06.2018
26	28.06.2018	20.06.2018	22.06.2018		

AUSGABE	ERSCHEINUNGSTAG	ANZ.-SCHLUSS Textteil	ANZ.-SCHLUSS Anzeigenteil	SPECIALS / THEMENSCHWERPUNKTE	ANZ.-SCHLUSS Specials
27	05.07.2018	27.06.2018	29.06.2018	TS Job & Karriere	25.06.2018
28	12.07.2018	04.07.2018	06.07.2018		
29	19.07.2018	11.07.2018	13.07.2018		
30	26.07.2018	18.07.2018	20.07.2018		
31	02.08.2018	25.07.2018	27.07.2018		
32	09.08.2018	01.08.2018	03.08.2018		
33	16.08.2018	08.08.2018	10.08.2018		
34	23.08.2018	15.08.2018	17.08.2018	TS Job & Karriere	13.08.2018
35	30.08.2018	22.08.2018	24.08.2018		
36	06.09.2018	29.08.2018	31.08.2018	Special Logistik	24.08.2018
37	13.09.2018	05.09.2018	07.09.2018	Special Immobilienanwälte	30.07.2018
38	20.09.2018	12.09.2018	14.09.2018		
39	27.09.2018	19.09.2018	21.09.2018	Special IZ-Messeplaner Expo Real	10.09.2018
40-41	04.10.2018	19.09.2018	28.09.2018	Schwerpunktausgabe Expo Real	
				TS NRW	19.09.2018
				TS Job & Karriere	19.09.2018
				Special IZ Messezeitung Expo Real 8./9./10.10.2018	17.09.2018
42	18.10.2018	10.10.2018	12.10.2018		
43	25.10.2018	17.10.2018	19.10.2018		
44	01.11.2018	24.10.2018	26.10.2018		
45	08.11.2018	31.10.2018	02.11.2018		
46	15.11.2018	07.11.2018	09.11.2018		
47	22.11.2018	14.11.2018	16.11.2018		
48	29.11.2018	21.11.2018	23.11.2018		
49	06.12.2018	28.11.2018	30.11.2018		
50	13.12.2018	05.12.2018	07.12.2018		
51	20.12.2018	12.12.2018	14.12.2018		



Expo Real, 8.-10.10.2018

MAPIC, 14.-16.11.2018

# Die Sonderwerbformen.

Unsere Besten stellen wir Ihnen hier an Hand ausgewählter Beispiele vor. Ausführliche Beschreibung, weitere Formate und alle Preise finden Sie im Folder 1: Sonderwerbformen 2018.

## TITELANZEIGEN

	FORMAT	SEITE 1		REGIONALTITEL	
<b>A</b> Titelpopf	61 x 40	1.710 EUR	4c	1.120 EUR	4c
<b>B</b> Titelstreifen	325 x 100	5.250 EUR	4c	3.540 EUR	4c
<b>C</b> Titelanzeige groß	61 x 120	1.800 EUR	4c	1.200 EUR	4c
<b>D</b> Titelanzeige oben	61 x 50	1.310 EUR	4c	880 EUR	4c
<b>E</b> Titelanzeige obere Mitte	61 x 50	1.120 EUR	4c	880 EUR	4c
<b>F</b> Titelanzeige untere Mitte	61 x 50	1.120 EUR	4c	880 EUR	4c



## VIP-PLÄTZE INSELANZEIGEN

Mit Ihrer Inselanzeige platzieren Sie Ihre Botschaft dort, wo die Augen des Betrachters lange verweilen und im „Lesemodus“ die Seite erfassen. Inselanzeigen sind auf mindestens drei Seiten von Text umgeben, so erzielen Sie eine starke Wirkung! Details siehe Preistabelle Seite 15.

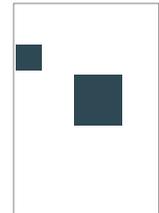
### RECHENBEISPIEL INSELANZEIGEN IM ALLGEMEINEN TEIL

4c / 1-spaltig 50 mm Höhe	11,20 Grundpreis s/w pro mm x 50 mm Höhe = 560 EUR + 200 EUR Farbzuschlag = <b>760 EUR</b>
2c / 1-spaltig 100 mm Höhe	11,20 EUR Grundpreis s/w pro mm x 100 mm Höhe = 1.120 EUR + 100 EUR Farbzuschlag = <b>1.220 EUR</b>

### RECHENBEISPIELE INSELANZEIGEN IM REGIONALEN TEIL

4c / 2-spaltig 100 mm Höhe	8 EUR Grundpreis s/w pro mm x 2 x 100 mm Höhe = 1.600 EUR + 200 EUR Farbzuschlag = <b>1.800 EUR</b>
----------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------

Textanschluss an 3 oder 4 Seiten  
 Mindestformat: 61 x 50 mm  
 Maximalformat: 127 x 100 mm



#### U4 - Letzte Seite, zum günstigen Regionalpreis!

FORMAT: 1/1 Seite	325 x 480 mm	10.560 EUR - s/w	11.520 EUR - 2c	14.160 EUR - 4c
-------------------	--------------	------------------	-----------------	-----------------

#### DOPPEL-SKYSCRAPER

	FORMAT / mm	S/W / EUR	2C / EUR	4C / EUR
Allgemeiner Teil	2 x 61 x 480	5.952	6.816	7.968
Allgemeiner Teil	2 x 127 x 480	11.904	13.632	15.936
Regionaler Teil	2 x 61 x 480	4.224	4.608	5.664
Regionaler Teil	2 x 127 x 480	8.448	9.216	11.328

#### FORMATANZEIGE KREIS

FORMAT: Ø 80 mm	Festpreis 2.700 EUR	Anzeigenschluss 2 Wochen vor ET
-----------------	---------------------	---------------------------------

#### FORMATANZEIGE STREIFEN - *Speziell für die Veranstaltungsseite!*

FORMAT: 159 x 23 mm	s/w = 580 EUR	4c = 800 EUR
---------------------	---------------	--------------

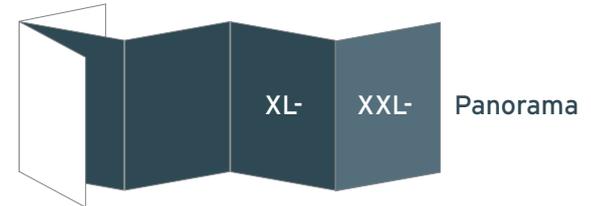
#### TRAUERANZEIGE - *Alle Anzeigenformate zum Regionalpreis, Platzierung im Allgemeinen Teil!*



**1** Mehr Infos zu Sonderwerbeformen?  
[iz.de/media/sonderwerbeformen](http://iz.de/media/sonderwerbeformen)

## PANORAMAANZEIGE - XL + XXL für Ihre großen Anlässe!

PLATZIERUNG	FORMAT		4C
Allgemeiner Teil	Mindestgröße	675 x 200 mm	16.600 EUR
Allgemeiner Teil	Maximalgröße	675 x 480 mm	36.650 EUR
Allgemeiner Teil	XL-Panorama	1000 x 480 mm	50.800 EUR
Allgemeiner Teil	XXL-Panorama	1350 x 480 mm	63.740 EUR



## FLYING PAGE - *Beindrucken Sie unsere Leser auf den ersten Blick!*

UMFANG: 4 Seiten	150 x 480 mm	Festpreis 24.900 EUR zzgl. Druckkosten
------------------	--------------	----------------------------------------

IZ 40-41/2018 (Schwerpunktausgabe Expo Real mit doppelter Auflage) 37.900 EUR  
Anzeigenschluss 4 Wochen vor ET

FLYING PAGE



## POST-IT - *Eine Anzeige zum Ablösen und Wiederaufkleben!*

TITELSEITE	76 x 76 mm	4c: 7.000 EUR	Inklusive Druckkosten
------------	------------	---------------	-----------------------

## BANDEROLE - *Überzeugen Sie mal anders mit einer Banderole um die Zeitung herumgelegt!*

1.000 Stück	4c: 2.500 EUR zzgl. Druckkosten
-------------	---------------------------------

POST-IT



BANDEROLE

## KLASSISCHE BEILAGE

Mindestauflage: 10.000 Stück

Format: DIN A 6 - DIN A 4

GEWICHT	PREIS / 1.000
---------	---------------

bis 25 g	310 EUR
----------	---------

bis 30 g	320 EUR
----------	---------

bis 35 g	330 EUR
----------	---------

Weitere Beilagenpreise siehe Folder 1: Sonderwerbformen.

## ADVERTORIAL

Das Advertorial bietet als redaktionell gestaltete Anzeige die Möglichkeit, Ihr Unternehmen, Produkt oder Event in Anmutung der redaktionellen Berichterstattung zu präsentieren. Jedes Anzeigenformat ist als Advertorial möglich und wird zum jeweiligen Anzeigenpreis abgerechnet. Die gängige Größe liegt zwischen 1/4 und 1/1 Seite.

## iCOVER

Der echten Seite 1 vorgeschaltet liegt eine „falsche Seite 1“ - gegenüber der echten Seite 1 platziert.



1

Mehr Infos zu Sonderwerbformen?  
[iz.de/media/sonderwerbformen](http://iz.de/media/sonderwerbformen)

# Die Touchpoints Expo Real.

Tägliche Zustellung während der Messe direkt an Ihren Stand durch IZ-Hostessen als Lieferservice, am Parkhaus West, am IZ-Stand und an rund 200 Hotels in München. Ausgabe Mittwoch als Beilage in IZ 42/2018.

TÄGLICHE MESSEZEITUNG:  
MONTAG, DIENSTAG, MITTWOCH

DIE WIRKUNGSVOLLEN  
IZ-AUSGABEN DANACH:  
IZ 42 + 43/2018

Verbreitung an alle Abonnenten, am Parkhaus West, in den Fachpresseboxen und am IZ-Stand

IZ-SCHWERPUNKT-  
AUSGABE  
40-41/2018

Beilage in IZ 39/2018,  
Beilage in Messeauflage  
40-41/2018 und Verteilung  
am Parkhaus West

IZ MESSEPLANER

EXPO REAL  
AUF IZ.DE



Online vor,  
während und  
nach der Messe



AUCH  
ONLINE  
ALS ePAPER!

WÄHREND DER MESSE



ca. 39.000 Teilnehmer  
ca. 1.800 Aussteller  
8.-10.10.2018

NACH DER MESSE



NEWSLETTER  
IZ AKTUELL



Online vor,  
während und  
nach der Messe

4

Mehr Infos zur Expo Real?  
[iz.de/media/exporeal](http://iz.de/media/exporeal)

## IZ-SCHWERPUNKTAUSGABE 40-41/2018

### ***Doppelte Auflage – einfacher Preis!***

Verbreitung: 21.172 Exemplare an alle Abonnenten, am Parkhaus West, in den Fachpresseboxen der Expo Real und am IZ-Stand.

ET 4.10.2018 / AS: 19.9.2018

**1/3 Seite Eckfeld** 193 - 267 mm

Allgemeiner Teil 4c: 6.640 EUR

Regionaler Teil 4c: 4.720 EUR

## IZ-MESSEPLANER

### ***Primetime: Kontakte initiieren – 12 Tage vor der Messe!***

Verbreitung: 21.872 Exemplare als Beilage in der IZ 39/2018, als Beilage in der Schwerpunktausgabe 40-41, die während der Messe verteilt wird. Verteilung am Parkhaus West und am IZ-Stand.

ET: 27.9.2018 / AS: 10.9.2018

**1/1 Seite** 4 Spalten 213 x 325 mm

4c: 4.670 EUR

## IZ-MESSEZEITUNG

### ***Mit Kultpotential: Buchen Sie rechtzeitig, dann stehen Sie vorn!***

Tägliche Zustellung durch IZ-Hostessen als Lieferservice, am Parkhaus West, an vielen Regionalständen, am IZ-Stand und in rund 200 Hotels in München. Zur Messenachbereitung liegt die Mittwochausgabe als Beilage der IZ 42/2018 bei.

ET: 8./9./10.10.2018 / AS: 17.9.2018

**1/1 Seite** 4 Spalten 231 x 325 mm

4c: 7.300 EUR

## EXPO REAL AUF IZ.DE

### ***Online ist immer: Vor, während und nach der Messe!***

Nachrichtenportal IZ.de/exporeal mit Höhepunkt der Berichterstattung von der Messe.

**Banner Maxi Ad** 550 x 250 px

Festpreis pro Woche:

- exklusiv in Vollbelegung: 2.640 EUR

- in 3er-Rotation: 1.320 EUR

## NEWSLETTER IZ AKTUELL

### ***Sichern Sie sich rechtzeitig die stark begehrten Plätze zur Expo Real!***

Der tägliche Newsletter von Montag bis Freitag. Während der Expo Real werden täglich rund fünf Sondernewsletters verschickt.

**Banner Maxi Ad Plus** 468 x 160 px

Position 8 (nach dem 7. Artikel)

Wochenpreis: 1.130 EUR

Belegung je nach Verfügbarkeit

z. B. 3 Wochen: 3.390 EUR

# Die Touchpoints Mipim.

## MESSEZEITUNG INVESTING IN GERMANY (IIG)

Erscheint in englischer und deutscher Sprache, deutsches IIG liegt der IZ 10/2018 vor der Mipim bei. Per europaweitem Eilversand erreicht das englischsprachige IIG vor der Messe 2.500 CEOs. Verteilung beider Ausgaben während der Messe an Ausstellerständen, am Haupteingang zum Palais des Festivals und am IZ-Stand.

- große Auflage
- Doppelausgabe EN/DE
- weitere Verteilung per Hostessen
- Werbung wirkt vor und während der Mipim

ET: 8.3.2018 / AS: 15.2.2018

## AUSGABEN 10 + 11/2018

- IZ 10 erscheint direkt vor der MIPIM und ist somit ab dem 1. Messetag präsent
- IZ 11 wird per Expresslieferung ab Donnerstag früh am 3. und 4. Messetag in Cannes verteilt.

ET: 8. + 15.3.2018 / AS: 28.2. + 7.3.2018

## MIPIM AUF IZ.DE

IZ-Nachrichtenportal rund um die Uhr erreichbar. Start Themenspecial März 2018.



5

Mehr Infos zur Mipim?  
[iz.de/media/mipim](http://iz.de/media/mipim)

# Weitere redaktionelle Themenschwerpunkte.



## IZ-SPECIALS

**IZ 10/2018 NORDDEUTSCHLAND**  
Erscheinungstermin 08.03.2018  
Anzeigenschluss 23.02.2018

**IZ 17/2018 BAYERN**  
Erscheinungstermin 26.04.2018  
Anzeigenschluss 13.04.2018

**IZ 20/2018 BERLIN**  
Erscheinungstermin 17.05.2018  
Anzeigenschluss 04.05.2018

**IZ 36/2018 LOGISTIK**  
Erscheinungstermin 06.09.2018  
Anzeigenschluss 24.08.2018

**IZ 40-41/2018 NRW**  
Erscheinungstermin 04.10.2018  
Anzeigenschluss 19.09.2018

## JOB & KARRIERE-SPECIALS

**IZ 25/2018 BERICHT  
IZ-KARRIEREFORUM**  
Erscheinungstermin 21.06.2018  
Anzeigenschluss 11.06.2018

**IZ 27/2018  
SPECIAL ERGEBNISSE  
ARBEITSMARKTBEFragung**  
Erscheinungstermin 05.07.2018  
Anzeigenschluss 25.06.2018

**IZ 34/2018  
SPECIAL TOP-ARBEITGEBER**  
Erscheinungstermin 23.08.2018  
Anzeigenschluss 13.08.2018

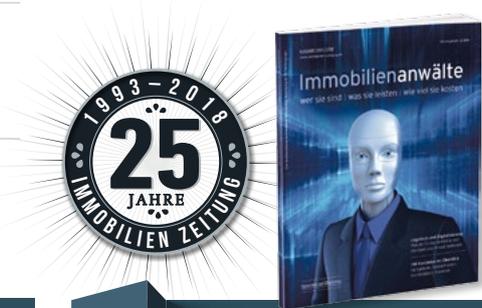
**IZ 40-41/2018 JOB & KARRIERE**  
Erscheinungstermin 04.10.2018  
Anzeigenschluss 19.09.2018

## SONSTIGE

**IMMOBILIENANWÄLTE 2018/2019**  
Erscheinungstermin 13.09.2018  
Anzeigenschluss 30.07.2018  
Auflage 14.000 Exemplare  
Verbreitung als Beilage in IZ 37/2018  
und während der Expo Real am IZ-Stand

**JUBILÄUMSMAGAZIN**  
25 Jahre Immobilien Zeitung  
Erscheinungstermin 18.07.2018

*Besondere Umfelder sichern  
Ihnen starke Aufmerksamkeit.  
Reservieren Sie jetzt!*



**3** Mehr Infos zu Regional- / Themenspecials?  
[iz.de/media/specials](http://iz.de/media/specials)

Mehr Infos zu Immobilienanwälte?  
[iz.de/media/immobilienanwaelte](http://iz.de/media/immobilienanwaelte)

# Produktübersicht Personalmarketing.

Mit unserem crossmedialen Produktportfolio verbinden Sie erfolgreiches Recruiting mit der Positionierung und Verankerung als zukunftsorientierter Arbeitgeber - ohne Streuverluste. Rund 40.000\*\*

Leser und Mitleser, 140.994 Nutzer auf IZ.de pro Monat\* und durchschnittlich 465 Bewerber auf unserer jährlichen Jobmesse liefern die Basis für qualifizierte Kontakte.

	RECRUITING Professionals	RECRUITING Nachwuchskräfte, Trainees, Praktikanten	VERANKERUNG als Arbeitgeber
Print-Stellenmarkt inklusive Jobbörse IZ-JOBS.DE	✓	✓	
Jobbörse IZ-JOBS.DE 	✓	✓	
Bewerberprofile auf IZ-JOBS.DE	✓	✓	
Premium-Unternehmensporträt IZ-JOBS.DE	✓	✓	✓
Jobmesse IZ-Karriereforum am 9. Juni 2018 		✓	✓
Redaktionelle Job & Karriere Specials	✓	✓	✓
Bannerwerbung auf IZ.DE und IZ-JOBS.DE			✓
Sponsoring der Joboffensive			✓
Wöchentliches Ressort Job & Karriere in der IZ		✓	✓

# Joboffensive – Jobmesse.

Die **JOBFFENSIVE FÜR DIE IMMOBILIENWIRTSCHAFT** bietet mit der jährlichen Arbeitsmarktanalyse, deren Ergebnisse in redaktionelle Job&Karriere Specials fließen, und der Jobmesse IZ-Karriereforum ein glaubwürdiges Portfolio für gezieltes Personalmarketing und Recruiting. 2017 haben 42 Aussteller und rund 680 Teilnehmer – davon 400 Bewerber – daran teilgenommen.

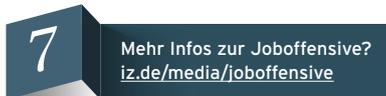
## JOBMESSE IZ-KARRIEREFORUM AM 9. JUNI 2018

Für die aktive Bewerberansprache bietet sich das IZ-Karriereforum am 9. Juni 2018 an. Hier treffen Unternehmen der Immobilienbranche und Nachwuchskräfte in Frankfurt am Main aufeinander.

## IHR NUTZEN ALS AUSSTELLER

- der persönliche Kontakt mit potentiellen Bewerbern
- der Transfer Ihrer Unternehmenskultur am Messestand
- die Kombination von Recruiting und Employer Branding
- die crossmedialen Marketingaktivitäten des Veranstalters
- der aufgebaute Fertigstand mit Basisausstattung

Darüber hinaus bietet sich die Jobmesse für gezieltes Networking an.



# Stellenangebote.

Mit einer Aboauflage von 9.201 Exemplaren pro Ausgabe (IVW 2/2017) erreichen Sie mit dem Stellenmarkt **rund 40.000\* erfahrene Fach- und Führungskräfte und Young Professionals** aus allen Bereichen der Immobilienwirtschaft sowie Berufseinsteiger. Speziell für Entscheidungsträger ist die Immobilien Zeitung mit 84,7%\*\* das wichtigste Medium für die Immobilienwirtschaft in Deutschland.

DRUCK	STELLENANGEBOTE Preis / mm	BILDUNGSEINRICHTUNGEN Preis / mm
S/W	3,05 EUR	2,45 EUR
1 Zusatzfarbe	3,35 EUR***	2,70 EUR
3 Zusatzfarben	3,70 EUR***	3,00 EUR

Ihre Stellenanzeige wird ab einer Größe von 300 mm ohne Mehrkosten automatisch für 4 Wochen auf [iz-jobs.de](http://iz-jobs.de) eingestellt.\*\*\*\*

BERECHNUNG DES ANZEIGENPREISES: Spaltenzahl x Höhe x Grundpreis

ERSCHEINUNGSTERMIN: Donnerstag

ANZEIGENSCHLUSS: Freitag der Vorwoche, 16 Uhr

Abweichungen möglich aufgrund von Feiertagen, siehe Erscheinungstermine Seite 16/17.

\* auf Basis von IVW 2/2017 verbreitete Auflage und Abonnentenstrukturanalyse Juni 2011

\*\* Quelle: Umfrage der Ergo Kommunikation 2017, weitere Details S. 50

\*\*\* Für Farbanzeigen kleiner 300 mm berechnen wir pro Farbe einen Zuschlag von 80 EUR.

\*\*\*\* Sammelanzeigen werden unter einer Position online gestellt oder Sie buchen ein Festformat.

## SPALTENBREITEN

- 1 Spalte = 43 mm
- 2 Spalten = 90 mm
- 3 Spalten = 137 mm
- 4 Spalten = 184 mm
- 5 Spalten = 231 mm
- 6 Spalten = 278 mm
- 7 Spalten = 325 mm



## GROSSE WIRKUNG - KLEINE PREISE

Personalwerbung prominent präsentiert mit vierfarbigen Großformaten!  
Das bietet Ihnen der Stellenmarkt der Immobilien Zeitung.

### UNSERE SONDERPREISE FÜR FESTFORMATE:

ANZEIGENFORMAT*	BREITE X HÖHE	PREIS / EUR	ERSPARNIS
1/1 Seite, 4c	325 x 480 mm	6.840	45 %
1/2 Seite, 4c	325 x 220 mm	3.420	40 %
	231 x 308 mm	3.420	40 %
1/3 Seite, 4c	184 x 250 mm	2.405	35 %

### UNSERE SONDERPREISE FÜR FESTFORMATE FÜR AUSSTELLER DES IZ-KARRIEREFORUMS 2018:

ANZEIGENFORMAT*	BREITE X HÖHE	PREIS / EUR	ERSPARNIS
1/1 Seite, 4c	325 x 480 mm	6.220	
1/2 Seite, 4c	325 x 220 mm	2.850	
	231 x 308 mm	2.850	
1/3 Seite, 4c	184 x 250 mm	1.850	



### RECHENBEISPIELE KOSTENVERGLEICH:

4c / 7-spaltig (325 mm) x 220 mm Höhe	3,70 EUR Grundpreis pro mm x 220 mm Höhe x 7 Spalten = <b>5.698 EUR</b>
4c / 5-spaltig (231mm) x 308 mm Höhe	3,70 EUR Grundpreis pro mm x 308 mm Höhe x 5 Spalten = <b>5.698 EUR</b>
4c / 1/2 Seite 325 x 220 mm)	Festpreis = <b>3.420 EUR</b>



\* Bei ganzseitigen Sammelanzeigen werden bis zu sechs Positionen auf IZ-Jobs.de online gestellt, bei halbseitigen Sammelanzeigen bis zu drei und bei 1/3 Seiten eine Position.

Für alle weiteren Positionen berechnen wir je einen Zuschlag von 280 EUR.

# Stellengesuche.

	PREIS S/W
Mindestformat, zweispaltig x 50 mm	130 EUR
Grundpreis / mm	1,50 EUR
Chiffregebühr je Schaltung	10 EUR

# Objektmarkt.

Rubrizierte Anzeigen werden im Anzeigenteil platziert und nach Mal- oder Umsatzstaffel rabattiert. Beim Erstellen einer Druckvorlage durch den Verlag erhalten Sie maximal 2 Korrekturabzüge kostenlos. Für alle weiteren Korrekturabzüge berechnen wir 80 EUR zzgl. MwSt.

## RUBRIZIERTE ANZEIGEN

OBJEKTANGEBOTE, OBJEKTGESUCHE,  
GESCHÄFTSVERBINDUNGEN,  
AUS- UND WEITERBILDUNG

PREIS / mm

S/W

2,65 EUR

1 Zusatzfarbe

2,95 EUR\*

3 Zusatzfarben

3,25 EUR\*

Mindestformat 100 Anzeigen-mm

# IZ-Jobs.de.

Das Jobportal IZ-Jobs.de ist eine etablierte Plattform für gezieltes Recruiting. Es bildet das gesamte Job-Spektrum der Immobilienwirtschaft ab: Von Fach- und Führungspositionen mit immobilienwirtschaftlichem, technischem sowie ingenieurwissenschaftlichem Hintergrund bis hin zu Vakanzen für Finanz- und Vertriebspezialisten.

Weitere Details zu Stellenangeboten, Kontingenten und Resonanzverstärkern finden Sie in den Basis-Mediataten **Recruiting und Personalimagewerbung**.

# Bannerkampagnen.

Mit onlinebasierter Personalimagewerbung auf IZ-Jobs.de positionieren Sie Ihr Unternehmen sowohl im Bewerbermarkt als auch in der Branche. Sie verankern sich in den Köpfen potentieller neuer Mitarbeiter, generieren direkte Klicks auf Ihrer Homepage und beweisen Innovationsgeist.

Rund um unsere Arbeitsmarktbefragung und die Jobmesse IZ-Karrierforum sichern Sie sich eine besonders hohe Aufmerksamkeit bei den Usern.

# Personalimagewerbung.



inkl. **25%** Rabatt

## JOB & KARRIERE THEMENSCHWERPUNKTE

Mit 4 redaktionellen, mehrseitigen Job & Karriere Themenschwerpunkten bietet Ihnen die Immobilien Zeitung 2018 exklusive Umfelder für Ihre emotional gestaltete Personalimage- oder Recruitinganzeige.

Die wöchentliche Seite „Job & Karriere“ bietet sich ebenfalls für einen prominenten Auftritt an.

ANZEIGENFORMAT	BREITE x HÖHE	PREIS
2/5 Seite, 4c	325 x 192mm	5.962 EUR
1/3 Seite, 4c	193 x 267mm 325 x 160mm	4.970 EUR
1/4 Seite, 4c	193 x 200mm	3.730 EUR
1/5 Seite, 4c keine Alleinplatzierung	127 x 240mm	2.980 EUR

## JOB & KARRIERE-SPECIALS

### IZ 25/2018 BERICHT IZ-KARRIEREFORUM

Erscheinungstermin 21.06.2018  
Anzeigenschluss 11.06.2018

### IZ 27/2018 SPECIAL ERGEBNISSE ARBEITSMARKTBEFragung

Erscheinungstermin 05.07.2018  
Anzeigenschluss 25.06.2018

### IZ 34/2018 SPECIAL TOP ARBEITGEBER

Erscheinungstermin 23.08.2018  
Anzeigenschluss 13.08.2018

### IZ 40-41/2018 JOB & KARRIERE

Erscheinungstermin 04.10.2018  
Anzeigenschluss 19.09.2018



Job & Karriere  
Themenschwerpunkte

# Die Immobilien Zeitung digital.

Die meisten Berufstätigen sind bereits angekommen, andere lernen schrittweise die Vorteile der digitalen Welt. Die IZ bietet tagesaktuelle Nachrichten auf IZ.de und versorgt die Entscheider der Immobilienwirtschaft zuverlässig mit wertvollen Informationen. Die Inhalte sind auf Paid-Content-Basis für alle Kunden der Premium- und Basis-Pakete der Immobilien Zeitung zugänglich. Sowohl für registrierte als auch nicht registrierte Leser stehen freie Artikelkontingente pro Monat bereit.

## BANNER - GANZ EINFACH

Mit den neuen Festpreisen sind Banner noch einfacher zu buchen: Wir gestalten Ihnen auf Wunsch das Werbemittel kostenfrei und Sie wählen zwischen Vollbelegung (Banner ist immer sichtbar) oder 3er-Rotation. Ihr Banner erscheint dann bei jedem 3. Seitenaufruf und ist damit zuverlässig sichtbar!

## ANZEIGENSCHLUSSTERMINE WERBEBANNER

- **fertig angeliefert:** 3 Werktage vor Erscheinungstermin
- **von uns anzufertigen:** 10 Werktage vor Erscheinungstermin



Alle Bannerformate  
auf [iz.de/banner](http://iz.de/banner)



## DRUCKUNTERLAGEN-SPEZIFIKATIONEN

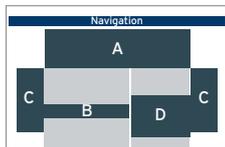
**Technische Spezifikationen auf Seite 39.** Anlieferung per E-Mail bis jeweils 12 Uhr unter Angabe von Kunden- und Kampagnennamen, Zeitraum pro Motiv, Belegungseinheit, Werbemittel inklusive Ziellink, Ansprechpartner für Rückfragen (E-Mail und Telefon).  
E-Mail: [anzeigen@iz.de](mailto:anzeigen@iz.de)

## LEISTUNGSDATEN DIGITAL

Monatsdurchschnitt 1. Halbjahr 2017:  
Pls **1.540.950\***, Visits **625.662\***

\*Quelle: IVW online

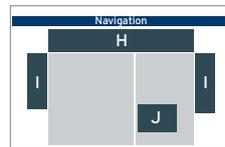
## IZ.DE



- A Billboard 800x180 bis 960x200 px
- B Full Size Banner 468x60px
- C Wide Skyscraper 160x600px (li oder re)
- D Medium Rectangle 300x250px



- E Maxi Ad 480x100px
- F Wallpaper (Sponsor Ad + Skyscraper oder Wide Skyscraper 160x600px)
- G Floor Ad 1002x120px



- H Sponsor Ad 960x100px
- I Skyscraper 120x600px (li oder re)
- J Rectangle 180x150px



- M Layer Ad Mobile 300x400px

WERBEFORM	AUSLIEFERUNG	MINDESTFORMAT	MAXIMALFORMAT	DATEIGRÖSSE	VOLLBELEGUNG <sup>1</sup>	3er-ROTATION <sup>1</sup>
<b>A</b> Billboard	PC / Mac / Tablet	800 x 180 px	960 x 200 px	80 KB	11.700	5.850
<b>B</b> Full Size Banner	PC / Mac / Tablet / Phone	468 x 60 px		30 KB	1.540	770
<b>C</b> Wide Skyscraper Doppel Wide Skyscraper	PC / Mac	160 x 600 px 2 x 160 x 600 px		40 KB je 40 KB	3.600 7.200	1.800 3.600
<b>D</b> Medium Rectangle	PC / Mac / Tablet	300 x 250 px	300 x 300 px	50 KB	1.850	925
<b>E</b> Maxi Ad	PC / Mac / Tablet / Phone	480 x 100 px	550 x 250 px	40 KB	2.640	1.320
<b>F</b> Wallpaper	PC / Mac	1002 x 100 px + 120 x 600 px	+ 160 x 600 px	80 KB	9.100	4.550
<b>G</b> Floor Ad	PC / Mac / Tablet	1002 x 120 px		80 KB	7.800	3.900
<b>M</b> Layer Ad Mobile	Phone	300 x 400 px		30KB	--	3.200 / Monat



NEU

<sup>1</sup>EUR / Woche

**Weitere Werbeformate:** H Sponsor Ad, I Skyscraper und Doppel Skyscraper, J Rectangle oder die Kombination verschiedener Werbeformate als AdBundle.  
Preise und Formate siehe Folder 6: Digital, [iz.de/media/digital](https://iz.de/media/digital).

# IZ Newsletter und Digital Total.

Der E-Mail-Newsletter IZ AKTUELL informiert täglich von Montag bis Freitag (ausgenommen an gesetzlichen Feiertagen) über alle wichtigen und aktuellen Nachrichten aus der Immobilienwirtschaft. Abonnenten der Immobilien Zeitung steht IZ aktuell auf Wunsch kostenlos und exklusiv zur Verfügung. Vorteile für Ihre Werbung: geringe Streuverluste und große Reichweite.

## IMMER UND UNTERWEGS: EIN WERBEMITTEL - VIELE AUSLIEFERUNGSKANÄLE

Nutzen Sie von November bis August den günstigen Kombi-Preis bei Buchung des gleichen Bannerformats im täglichen Newsletter IZ aktuell und auf IZ.de. Mit einem budgetschonenden Rabatt von umgerechnet 50 % AUF IZ.DE-BANNER gegenüber der Einzelbuchung erreichen Sie Ihre Kunden über Newsletter, PC, Laptop, Tablet und Smartphone.

## LEISTUNGSWERTE TAGESNEWSLETTER IZ AKTUELL

Pls pro Monat im Durchschnitt (1. Hj 2017) **597.737\***  
bzw. tagtäglich **29.887\***.

\* Quelle: <http://ausweisung.ivw-online.de 1-6/17>



NEWSLETTER		IZ.DE	DIGITAL TOTAL*
Position NL	EUR / Woche	Position IZ.de	Vorteilspreis Kombi NL+IZ.de
<b>SMALL</b>			
1. Position	2.110	Position 2-4 in Rotation	3.060
2. Position	1.460		2.140
3. Position	1.275		1.815
4. Position	1.060		1.535
5. Position	950		1.350
6. Position	880		1.290
7. Position	780		1.115
8. Position	710		1.055
ab 9. Position	620		890
<b>MEDIUM</b>			
1. Position	2.760	Position 2-4 in Rotation	4.130
2. Position	1.995		2.950
3. Position	1.670		2.330
4. Position	1.350		1.885
5. Position	1.210		1.755
6. Position	1.135		1.530
7. Position	1.020		1.420
8. Position	925		1.330
ab 9. Position	860		1.270

NEWSLETTER		IZ.DE	DIGITAL TOTAL*
Position NL	EUR / Woche	Position IZ.de	Vorteilspreis Kombi NL+IZ.de
<b>LARGE</b>			
1. Position	3.810	Position 2-4 in Rotation	5.430
2. Position	2.920		4.280
3. Position	2.550		3.630
4. Position	1.785		2.600
5. Position	1.510		2.190
6. Position	1.400		2.085
7. Position	1.230		1.775
8. Position	1.130		1.530
ab 9. Position	1.000		1.410

inkl. **50%** Ersparnis auf IZ.DE-BANNER

### ANZEIGENSCHLUSSTERMINE WERBEBANNER

- **fertig angeliefert:** 3 Werktage vor Erscheinungstermin
- **von uns anzufertigen:** 10 Werktage vor Erscheinungstermin

### BANNERANLIEFERUNG

Anlieferung per E-Mail bis jeweils 12 Uhr unter Angabe von Kunden- und Kampagnennamen, Zeitraum pro Motiv, Belegungseinheit, Werbemittel inklusive Ziellink, Ansprechpartner für Rückfragen (E-Mail und Telefon). E-Mail: [anzeigen@iz.de](mailto:anzeigen@iz.de)

\*Kombipreis: gültig November bis August, nicht in den Monaten September/Oktober.

**6** Mehr Infos zu Digital Total? [iz.de/media/digital](http://iz.de/media/digital)

# IZ Mobile.

Rund 30 % aller Seitenaufrufe unseres Nachrichtenportals iz.de werden über mobile Endgeräte erreicht. Davon kommen 2/3 per Tablet und 1/3 per Smartphone auf unsere Seite.

Auf dem Tablet sehen die Leser dieselbe Ansicht, wie sie es vom PC / Mac gewöhnt sind, allerdings ohne die äußeren Banner, d.h beispielsweise ohne Skyscraper. Die Nutzer von Smartphones sehen meist die für kleine Bildschirme optimierte Mobilversion - hier werden die Werbemittel aus der Contentspalte ausgeliefert, d.h. Full Size Banner, Maxi Ad und Content Ad.

Ihre Werbeinhalte können Sie gezielt so steuern, dass Sie neben der klassischen Büronutzung (PC/Mac) auch die mobilen Leser erreichen:

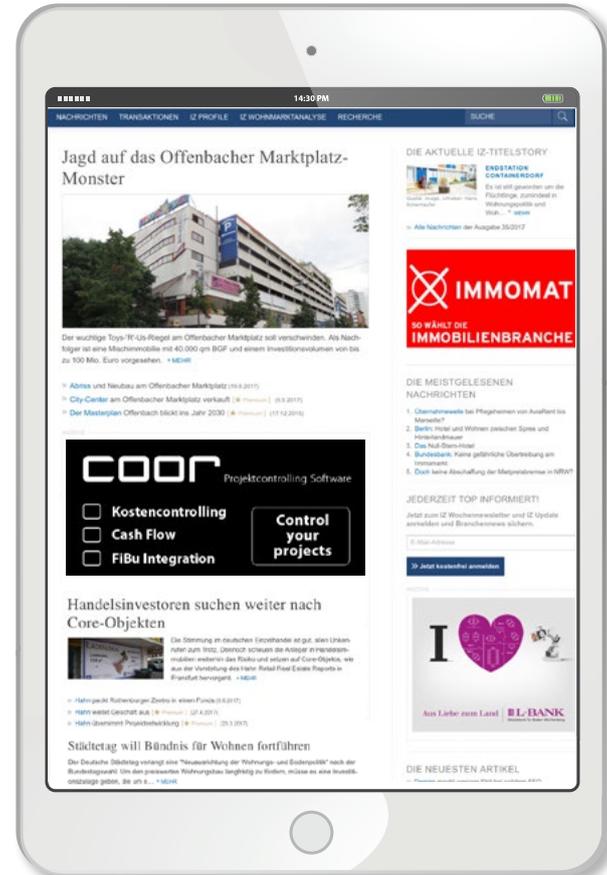
- Auf den Tablets werden die auf Seite 33 angebotenen Banner angezeigt, welche mit **TABLET** gekennzeichnet sind. Die mit **PHONE** gekennzeichneten Banner werden auf allen Geräten gezeigt.
- Zusätzlich können Sie Ihre Werbung gezielt für **SMARTPHONES** als einen großen, über dem Content liegenden Banner buchen. Diesen **LAYER AD MOBILE** blenden wir bei jedem 3. Seitenaufruf im Format 300 x 400px für 3 Sekunden auf.

NEU

Banner Layer Ad Mobile zur Auslieferung auf mobilen Endgeräten.  
Die Auslieferung erfolgt einen Monat lang mit jedem 3. Seitenaufruf auf iz.de.

LAYER AD MOBILE	300x400 px	30 KB	3.200 EUR / Monat
-----------------	------------	-------	-------------------

Mit Contentbannern erreichen Sie Ihre Kunden über Tablet und Phone!



# 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 sowie die Joboffensive. Agenturvergütung: 15 % auf Image- und Stellenanzeigen. Gern 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 den Newsletter oder Onlineumsätze.

## UMSATZSTAFFEL\*\*

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

\*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.

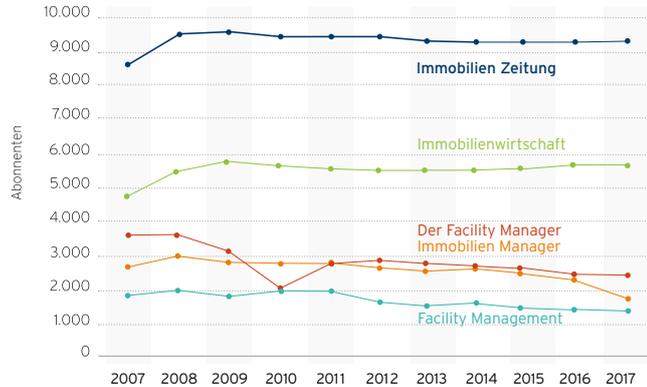
\*\* Gilt für alle beim Verlag „Immobilien Zeitung“ getätigten Anzeigenumsätze, inkl. Fremdbeilagen (Bruttoumsätze ohne Berücksichtigung von Agenturprovisionen, Skonti und sonstigen Nachlässen), z. B. Print + Online + Newsletter IZ aktuell.

# Technische Spezifikationen.

DATENFORMAT:	PDFx3. Offene Daten nach Absprache.	FARBAUFTRAG:	maximal 240%; Schwarzaufbau bei 95%, wünschenswert GCR mit 25% Unterfarbenreduktion.
BILDAUF- LÖSUNG:	300 dpi (mindestens 200 dpi).	PAPIERFORMAT:	350mm Breite x 510mm Höhe
DATEN:	E-Mail: <a href="mailto:anzeigen@iz.de">anzeigen@iz.de</a> . Upload: (Uploadlink auf Anfrage)	SATZSPIEGEL:	325mm Breite x 480mm Höhe
DRUCK- UNTERLAGEN:	Als Liefertermin für die Druckunterlagen gilt der Anzeigenschluss der gebuchten Ausgabe. Erstellung der Druckunterlagen im Endformat und ohne Schnittmarken.	SPALTENZAHL:	Textteil: 5 Spalten à 61mm, Anzeigenteil: 7 Spalten à 43mm
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 Punkt betragen und nicht als Light-Schnitt angelegt werden, sonst sind 6 Punkt (Druckfarbe schwarz, Überdruckmodus) ausreichend.	DRUCKVERFAHREN:	Zeitungs-Rollenoffset, 40 Raster, Druckzuwachs 30%
FARBEN:	CMYK, Eurokala. Schwarzer Text muss zu 100% und ausschließlich aus Schwarz bestehen. Verwenden Sie das Farbprofil <a href="#">ISOnewspaper30v4.icc</a> oder <a href="#">ISOnewspaper26v4.icc</a> , um Farbverschiebungen auszuschießen. Sonderfarben/Schmuckfarben werden nach Eurokala aufgelöst. HKS-Z-Farbtöne werden in den 4c-Farbraum umgewandelt und nach Euro-Skala gedruckt. HKS-Farbtöne, deren Zusammensetzung nicht dem HKS-Z-Standard entsprechen, werden bei 2c- und 3c-Anzeigen angepasst. Farbprofil zum Download unter <a href="#">iz.de/mediadaten</a> .	ANDRUCK/PROOF:	Wenn Sie Farbverbindlichkeit für Ihre Anzeige wünschen, benötigen wir bei Farbanzeigen Andrucke auf Zeitungspapier, sog. Proofs mit Farben nach ISO 2846-2. Ohne druckverbindliches Proof übernimmt der Verlag keine Gewährleistung des Druckergebnisses. Auf dem Andruck muss ein motivbreiter Druckkontrollstreifen oder ein aktuell gültiger und zertifizierter (derzeit V2.0) FOGRA-Medienkeil stehen, der die für den Zeitungsdruck festgelegten CIEL*a*b* Werte aufweist. Andernfalls kann er nicht als farbverbindlich anerkannt werden. Die für den Andruck festgelegten Werte gelten sinngemäß auch für einen Analog- oder Digital-Prüfdruck.
LINIEN:	Linienstärke mind. 0,25pt. Bei weißen Linien auf farbigem Hintergrund mind. 0,4pt.	DATEIFORMATE ONLINE:	Es werden die gängigen Formate angenommen: GIF, JPEG, PNG und HTML inkl. Ziellink.
QR CODE:	Wegen der besseren Konturschärfe sollte der QRC in s/w aufgebaut werden (nicht in 4c und nicht als „copy and paste“).	DATEIFORMATE NEWSLETTER:	Bei Bannerschaltungen im Newsletter IZ aktuell: GIF oder HTML. Ab Outlook 2007 werden (laut Microsoft) animierte GIF nicht mehr unterstützt. Bitte geben Sie den gewünschten Ziellink an.

# Auflagenvergleich und Verbreitung.

## 10-JAHRES-ENTWICKLUNG\*



Der Langzeitvergleich der Abonnentenentwicklung zeigt, wie die jeweiligen Titel vom Leser nachgefragt werden von (02/07 bis 02/17).

## LEISTUNGSWERTE ONLINE

1.540.950\*\*  
Page Impressions

625.662\*\*  
Visits

Monats-Durchschnitt  
von Januar bis Juni 2017

## DURCHSCHNITTLICHE AUFLAGE 2. QUARTAL 2017

Druckauflage	10.894
verbreitete Auflage	10.672
<b>verkaufte Auflagen = Abonnenten</b>	<b>9.201</b>
Leser pro abonniertem Exemplar	3,7***

## VERBREITUNG NACH NIELSEN GEBIETEN

Nielsengebiete	Bundesländer	Verbreitung verkaufte Auflage
I	Bremen, Hamburg, Nieders., Schl.-Holst.	15,7 %
II	Nordrhein-Westfalen	21,7 %
IIIa	Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland	20,9 %
IIIb	Baden-Württemberg	10,6 %
IV	Bayern	11,4 %
V	Berlin	10,6 %
VI	Meckl.-Vorp., Brandenb., Sachsen-Anhalt	3,2 %
VII	Thüringen, Sachsen	5,9 %
Gesamt		100 %

\*Quelle: IVW

\*\*Quelle: <http://ausweisung.ivw-online>.

\*\*\* Laut Abonnentenstrukturanalyse Czaia Marktforschung, Stand Juni 2011

LESERSTRUKTUR\*:

# Unternehmen – Branchenzugehörigkeit.

Branchenzugehörigkeit (Mehrfachnennung, kumuliert) <sup>a+d</sup>

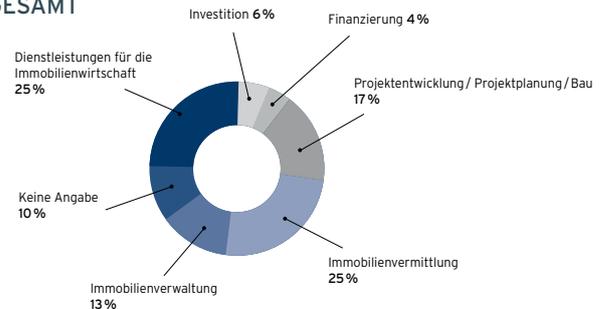
PROJEKTENTWICKLUNG/PLANUNG/BAU	34 % (17 %)
Architektur- oder Ingenieurbüro	5,6 %
Projektsteuerer (Dienstleister für Dritte)	5,6 %
Bauunternehmen	2,8 %
Projektentwicklungsgesellschaft	22,1 %
Bauträger	8,5 %

INVESTOREN	16 % (6 %)
Immobilienfonds / Immobilien-AG	6,6 %
Pensionskasse	1,4 %
Konzern (nicht Immobilienunternehmen)	2,8 %
Privater Investor	6,6 %
Sonstige Kapitalanlagegesellschaft	3,8 %

VERWALTER	29 % (13 %)
Wohnungsunternehmen	8,5 %
Haus- und Grundstücksverwaltung	11,3 %
Vermögensverwaltung	7,5 %
Betreiber von Spezialimmobilien	6,1 %
Sonstige	4,7 %

Dienstleistungen	37 % (25 %)
Öffentliche Institution / Behörde	7,0 %
Unternehmensberatung / Consultant	15,0 %
Facility-Management	5,6 %
Gutachter / Sachverständiger/Bewertung	9,4 %
Finanzdienstleister (auch Versicherungs-Makler)	1,4 %
Kommunikation	3,8 %
IT-/Software- / Internet-Dienstleistungen	2,8 %
Rechtsanwalt / Steuerberater	3,3 %
Sonstige	2,3 %

## GESAMT



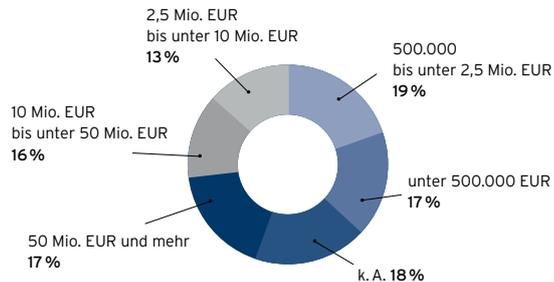
<sup>a</sup> nur Berufstätige in immobilienwirtschaftlichen Unternehmen = 84 % der Leserschaft.

<sup>d</sup> Werte in Klammern: Unternehmen, deren Kerngeschäft die jeweilige Sparte ist (Summe der Werte = 100 %). Übrige Werte: Unternehmen, die in diesem Bereich tätig sind.

\*Laut Abonnentenstrukturanalyse Czaia Marktforschung, Stand Juni 2011

# Unternehmen – Wirtschaftseinheit.

## UMSATZ (im Unternehmensbereich Immobilien)<sup>a</sup>



## MITARBEITER (im Unternehmensbereich Immobilien)<sup>a</sup>

unter 5	20,9 %
5 bis 9	14,6 %
10 bis 49	22,4 %
50 bis 99	6,7 %
100 bis 499	9,4 %
500 bis 999	3,9 %
1000 und mehr	3,1 %
Durchschnitt	506 Mitarbeiter
Median	12,5 Mitarbeiter

## GESCHÄFTSSCHWERPUNKTE

Immobilientypen, mit denen die Unternehmen beschäftigt sind (Mehrfachnennungen)<sup>b</sup>

Umsatzanteil	25 %	> 0 %
Wohn-Immobilien	52,1%	77,5 %
Büro-Immobilien	43,7%	82,6 %
Industrie-Immobilien	11,7%	36,2 %
Einzelhandels-Immobilien	23,9%	67,1 %
Hotel-Immobilien	7,5%	28,6 %
Freizeit-Immobilien	7,5%	21,1 %
Senioren-Immobilien	8,9%	25,4 %
Logistik-Immobilien	8,9%	30,0 %
Sonstige	13,6%	25,5 %

<sup>a</sup>nur Berufstätige = 91% der Leserschaft; der Rest zu 100% sind Studenten und Auszubildende in der Immobilienwirtschaft.

<sup>b</sup>Unternehmen, die mehr als 25% bzw. mehr als 0% ihres Umsatzes mit der betreffenden Immobilienart generieren.

Filter: Unternehmen ist im Immobilienbereich tätig = 225 Fälle = 90% der Befragten.

\*Laut Abonnenstrukturanalyse Czaia Marktforschung, Stand Juni 2011

## LESERSTRUKTUR\*:

# Der Leser im Unternehmen.

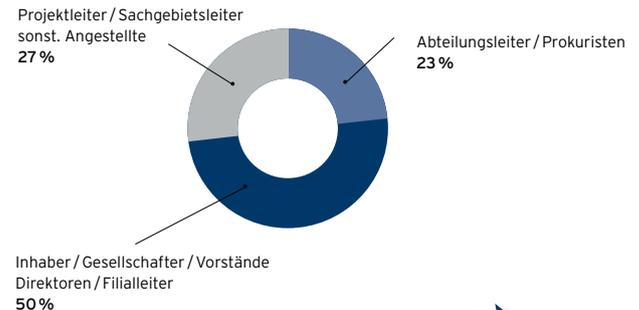
### BERUFSSTATUS

Selbstständige	27,2 %
Freiberufler	4,3 %
Angestellte / Beamte	58,7 %
Studenten / Sonstige	9,8 %

### DIREKT UNTERSTELLTE MITARBEITER <sup>a</sup>

1 Mitarbeiter	7,8 %
2 Mitarbeiter	10,4 %
3 Mitarbeiter	7,4 %
4 Mitarbeiter	6,5 %
5 Mitarbeiter	8,3 %
6 und mehr Mitarbeiter	33,0 %
Keinen unterstellten Mitarbeiter	24,3 %

### STELLUNG INNERHALB DES UNTERNEHMENS <sup>a</sup>



Die Hälfte der Immobilien-Zeitungs-Leser zählen zu den Top-Entscheidern im Unternehmen.

<sup>a</sup>nur Berufstätige = 91% der Leserschaft; der Rest zu 100% sind Studenten und Auszubildende in der Immobilienwirtschaft.

\*Laut Abonnenenstrukturanalyse Czaia Marktforschung, Stand Juni 2011

# Der Leser im Unternehmen.

## TÄTIGKEITSBEREICHE (Mehrfachnennung)<sup>a</sup>

Finanzvermittlung	10,0 %
Vertrieb von Kapitalanlagen	16,1 %
Kreditvergabe	3,9 %
<b>Bewertung von Immobilien</b>	<b>41,3 %</b>
Architektur- und Ingenieurleistungen	20,0 %
<b>Projektmanagement / Projektentwicklung</b>	<b>49,1 %</b>
<b>Vermittlung von Immobilien</b>	<b>43,0 %</b>
Verwaltung fremdgenutzter Immobilien	23,9 %
Verwaltung eigengenutzter Immobilien	31,7 %
Kaufmännisches Facility-Management	23,0 %
Technisches Facility-Management	13,0 %
Fonds-Management	6,5 %
Research / Consulting	29,6 %
Rechts- und Steuerberatung	6,1 %
Forschung und Lehre	13,5 %

## EINFLUSSBEREICHE (Mehrfachnennung)<sup>a+c</sup>

Kauf und Verkauf von Immobilien	53,9 %
Investitionsentscheidung über Bauvorhaben	43,9 %
Finanzierung von Immobilienprojekten	39,6 %
Ausstattung der Immobilie	48,7 %
Serviceverträge rund um die Immobilie	45,7 %
Einkauf immobilienpezifischer Software	53,5 %
Standort der Immobilie	56,5 %
Anmietung von Büroflächen	46,1 %
Vermietung von Büroflächen	43,5 %
Vermietung von Wohnflächen	32,2 %

<sup>a</sup>nur Berufstätige = 91% der Leserschaft; der Rest zu 100% sind Studenten und Auszubildende in der Immobilienwirtschaft.

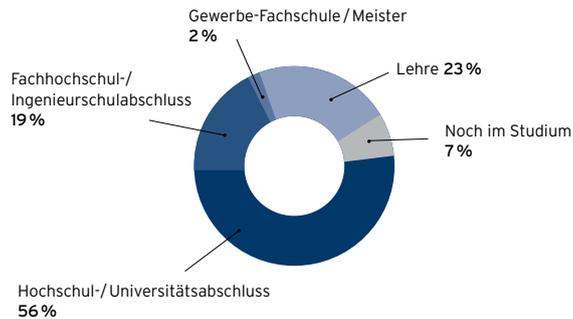
<sup>c</sup>Leser, die in diesem Bereich entweder Alleinentscheider sind, Entscheidungen im Team treffen oder Entscheidungen vorbereiten.

\*Laut Abonnenstrukturanalyse Czaia Marktforschung, Stand Juni 2011

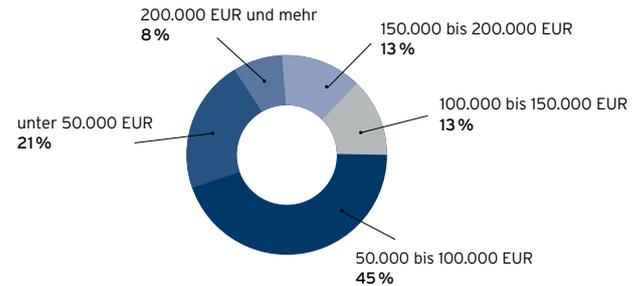
## LESERSTRUKTUR\*:

# Der Leser privat.

### AUSBILDUNGSNIVEAU (jeweils höchste Ausbildung)



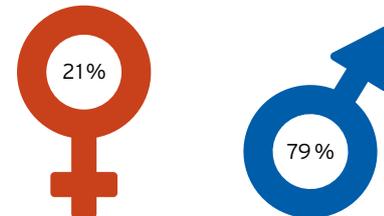
### PERSÖNLICHES BRUTTOEINKOMMEN



### ALTERSSTRUKTUR

bis 29 Jahre	24 %
30 bis 39 Jahre	32 %
40 bis 49 Jahre	27 %
50 und älter	17 %
Durchschnittsalter	39 Jahre

### GESCHLECHT



\*Laut Abonnentenstrukturanalyse Czaia Marktforschung, Stand Juni 2011

# Leseverhalten.

## ERSTERHALT UND ERHALT IM UMLAUF

Erhalt als Erstleser	65,4 %
Umlaufexemplar	34,6 %

## INDIEHANDNAHME

einmal	48,0 %
zweimal	19,3 %
dreimal	23,6 %
viermal und öfter	9,1 %
Durchschnitt	2 Mal

## LESEDAUER

unter 30 Minuten	18,9 %
30 Minuten	25,3 %
31 bis 45 Minuten	16,1 %
46 bis 60 Minuten	22,4 %
61 bis 90 Minuten	5,1 %
mehr als 90 Minuten	12,2 %
Durchschnitt	<b>53,3 Minuten</b>

## LESEORT (Mehrfachnennung)

Büro / Arbeitsplatz	78,0 %
zu Hause	38,6 %
unterwegs	22,0 %

## LESEGRUND

aus beruflichem Interesse	87,8 %
aus beruflichem und privatem Interesse	11,4 %
aus privatem Interesse	0,8 %

## HEFTBEHANDLUNG NACH DEM LESEN

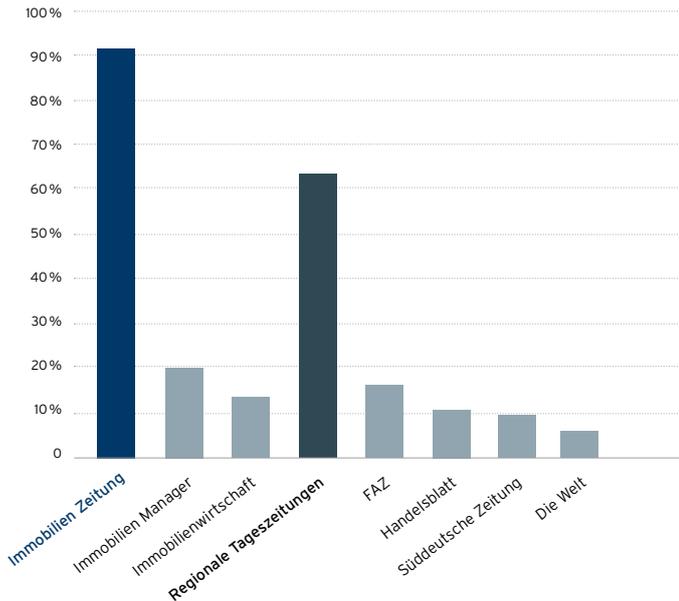
Wird gesammelt / archiviert	33,5 %
Einzelne Beiträge werden gesammelt / archiviert	35,0 %
Wird nach der Nutzung weitergegeben	35,8 %
Wird weggeworfen	39,0 %

LESERSTRUKTUR\*:

# Nutzung anderer Titel.

## REGELMÄSSIGER LESER

92 % der IZ-Leser gehören zu den regelmäßigen Lesern, die alle Ausgaben in den letzten 3 Monate gelesen haben. 20 % der IZ-Leser lesen auch regelmäßig den Immobilien Manager.



## FACHZEITSCHRIFTEN (regelmäßige Leser) 2006 2011

Fachzeitschrift	2006	2011
Immobilien Zeitung	91,3 %	91,7 %
Immobilien Manager	19,8 %	20,5 %
Immobilienwirtschaft	13,1 %	15,7 %
AIZ Das Immobilienmagazin	5,6 %	9,4 %
Deutsches Architektenblatt	---	7,5 %
Die Wohnungswirtschaft	7,1 %	6,3 %
Grundstücksmarkt und Grundstückswert	5,2 %	5,5 %
Facility Manager	4,4 %	4,7 %
BundesBauBlatt	3,6 %	3,9 %
Immobilien & Finanzierung	3,6 %	3,5 %
Immobilien Profi	2,4 %	2,8 %
Immobilien & bewerten (vorm. Das Wertermittlungsforum)	2,4 %	2,4 %
Facility Management	2,0 %	2,0 %
Der Immobilienverwalter	1,6 %	2,0 %
NZM Neue Zeitschrift für Miet- und Wohnungsrecht	---	1,6 %
Die private Wohnungswirtschaft	0,8 %	1,2 %
EUWID Facility Management	---	1,2 %

\*Laut Abonnenstrukturanalyse Czaia Marktforschung, Stand Juni 2011

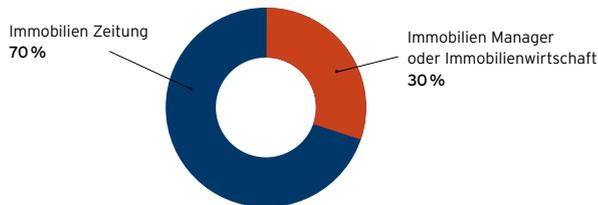
## EXKLUSIV-LESER

Häufig wird angenommen, dass beinahe jeder Teilnehmer einer Branche nahezu jeden Titel nutzt. Bei genauerer Betrachtung ist das bei weitem nicht der Fall, insbesondere wenn man die regelmäßige Nutzung untersucht.

Die Fragestellung der Studie lautet: „Ich nenne Ihnen einige Fachzeitschriften für die Immobilienwirtschaft. Bitte nennen Sie jeweils, wie häufig Sie den Titel lesen. Ist das regelmäßig, d. h. jede / fast jede Ausgabe, häufig, d. h. jede zweite Ausgabe, gelegentlich oder nie/so gut wie nie.

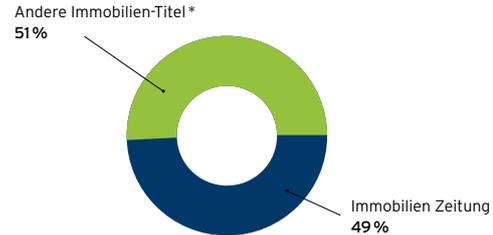
## KERNMARKT

70 % der regelmäßigen Leser der IZ lesen weder regelmäßig den Immobilien Manager noch die Immobilienwirtschaft.



## ANDERE TITEL

Rund und die Hälfte der regelmäßigen Leser der IZ lesen keinen der hier genannten Immobilien-Titel regelmäßig.

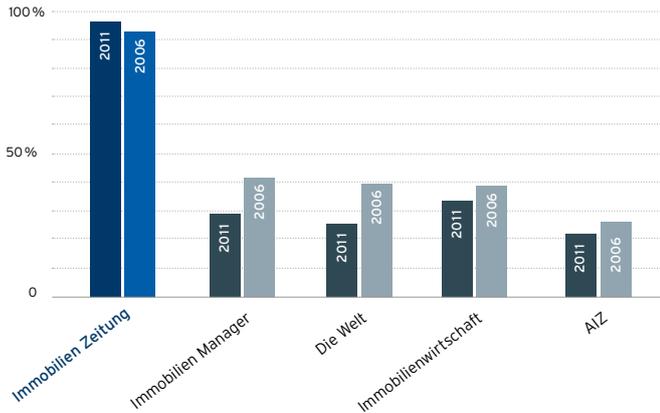


Um die Titelauswahl für die Mediaplanung zu optimieren oder den jeweiligen Etat für jedes Medium festzulegen, helfen die Untersuchungsergebnisse insbesondere zur **Vermeidung von Streuverlusten**. Somit stellt die Lesergruppe „Exklusivleser“ den wertvollsten Leserkreis für das jeweilige Medium da, denn diese Personen nutzen von der vorgegebenen Gruppe von Zeitschriften nur einen Titel!

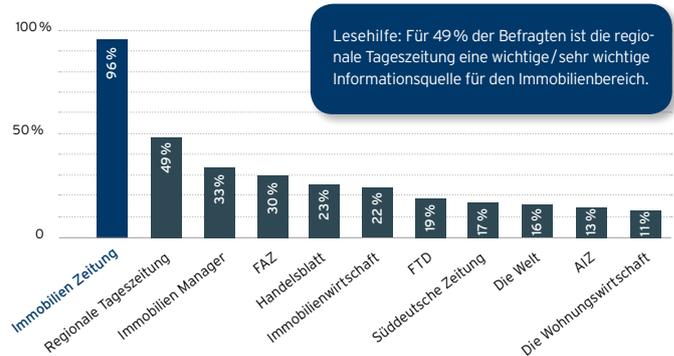
\* AIZ Das Immobilienmagazin, BundesBauBlatt, Deutsches Architektenblatt, Das Wertermittlungsforum, Der Immobilienverwalter, Deutsches Architektenblatt, Die private Wohnungswirtschaft, Die Wohnungswirtschaft, EUWID Facility Management, Facility Management, Facility Manager, Grundstücksmarkt und Grundstückswert, Immobilien & Finanzierung, Immobilien Profi, NZM Neue Zeitschrift für Miet- und Wohnungsrecht.

## LESER-BLATT-BINDUNG

Bei der Frage der Leser-Blatt-Bindung geht es vor allem darum, wie wichtig die einzelnen Medien für die Leser sind. Die Fragestellung lautete: Wie stark würden Sie die genannte Zeitschrift vermissen, wenn Sie sie nicht mehr erhalten würden? Es wurden dabei nur Leser befragt, die das betreffende Medium mindestens gelegentlich lesen. Die Antwortmöglichkeiten waren: sehr stark, stark, weniger stark, gar nicht. Die Tabelle stellt den Prozentsatz derjenigen Leser des jeweiligen Mediums dar, die das Medium stark oder sehr stark vermissen würden.



## WICHTIGKEIT DER QUELLE FÜR DEN IMMOBILIENBEREICH



Die Befragten bewerten die Wichtigkeit jedes einzelnen Titels als „Informationsquelle für den Immobilienbereich“. Die Frage lautet: „Bitte sagen Sie mir mit einer Schulnote von 1 bis 6, wie wichtig für Sie die folgenden Titel als Informationsquelle für den Immobilienbereich sind, die Sie mindestens gelegentlich lesen.“ Die Ergebnisse „wichtig oder sehr wichtig“ sind oben im Diagramm dargestellt.

### STECKBRIEF

**Grundgesamtheit:** Leser/Leserinnen der „Immobilien Zeitung“. Stichprobe Zufallsstichprobe aus der Abonnenten-Datei. **Erhebungsmethode:** Telefonische Interviews (C.A.T.I.) mit dem persönlich benannten Empfänger resp. dem Hauptnutzer der „Immobilien Zeitung“. Pro Firma bzw. Adresse wurde maximal ein Interview durchgeführt. **Erhebungsinstrument:** Vollstrukturierter Fragebogen. **Stichprobe:** 254 Interviews (netto). **Erhebungszeitraum:** 24. Mai - 21. Juni 2011. Institut: Czaia Marktforschung GmbH, Bremen

# Umfrage zur Mediennutzung in der Immobilienbranche.

Eine Umfrage von Edelman.ergo (edelmanergo.com), im August 2017, zeigt aktuelle Ergebnisse zu den Informations- und Mediennutzungsgewohnheiten von Entscheidungsträgern aus der Immobilienbranche, die wir auszugsweise wiedergeben.

An der anonymen Online-Umfrage im August 2017 haben ca. 100 Branchenprofis teilgenommen (Stand: 24.8.2017).

## DIE KERNERGEBNISSE

1

**WEB WIRKT:** Die Unternehmenswebsite ist für Immobilienprofis die wichtigste Quelle, um sich über ein Unternehmen zu informieren. Medien und Meinungen Dritter folgen auf den Plätzen zwei und drei.

2

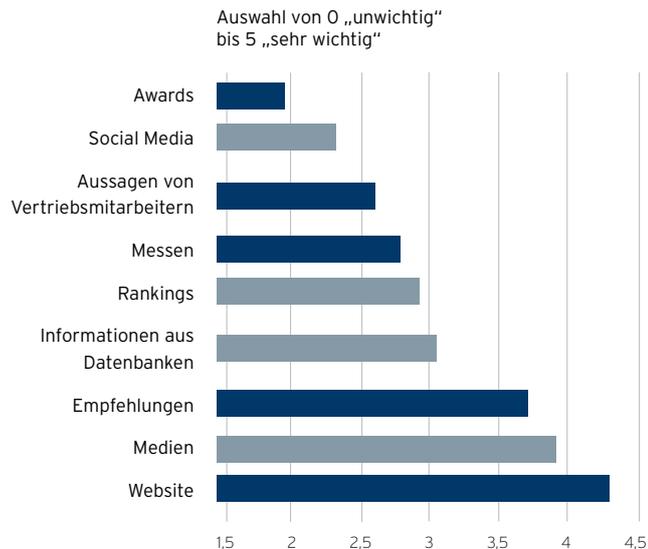
**NACHRICHTENWERTE HOCH:** Bei der Fragen nach den Immobilienmedien in Deutschland nennen die Befragten die Immobilien Zeitung (Print) und dem täglichen IZ Newsletter am häufigsten. Fachmagazine sowie die großen Wirtschafts- und Publikumsmedien sind demgegenüber von nachgelagerter Bedeutung.

3

**IM EIGENEN SAFT?** Immobilienprofis attestieren den Immobilienmedien in Deutschland eine hohe Immobilienkompetenz und eine gute Recherche. Nachholbedarf sehen Sie bei der Themenvielfalt und der Fähigkeit, über den Tellerrand zu schauen.

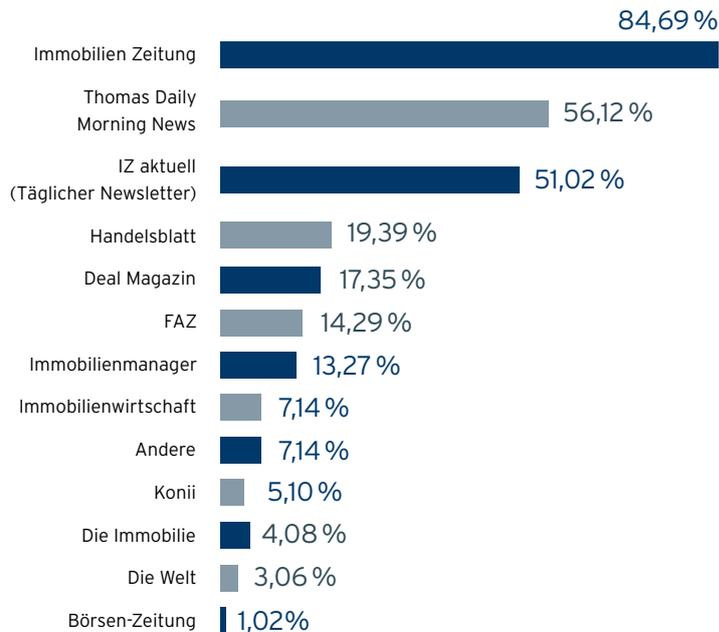
## UNTERNEHMENSWEBSITE UND MEDIEN WICHTIGSTE QUELLEN

*„Welche Bedeutung haben die folgenden Kanäle für Sie, wenn Sie sich über ein Unternehmen informieren?“*



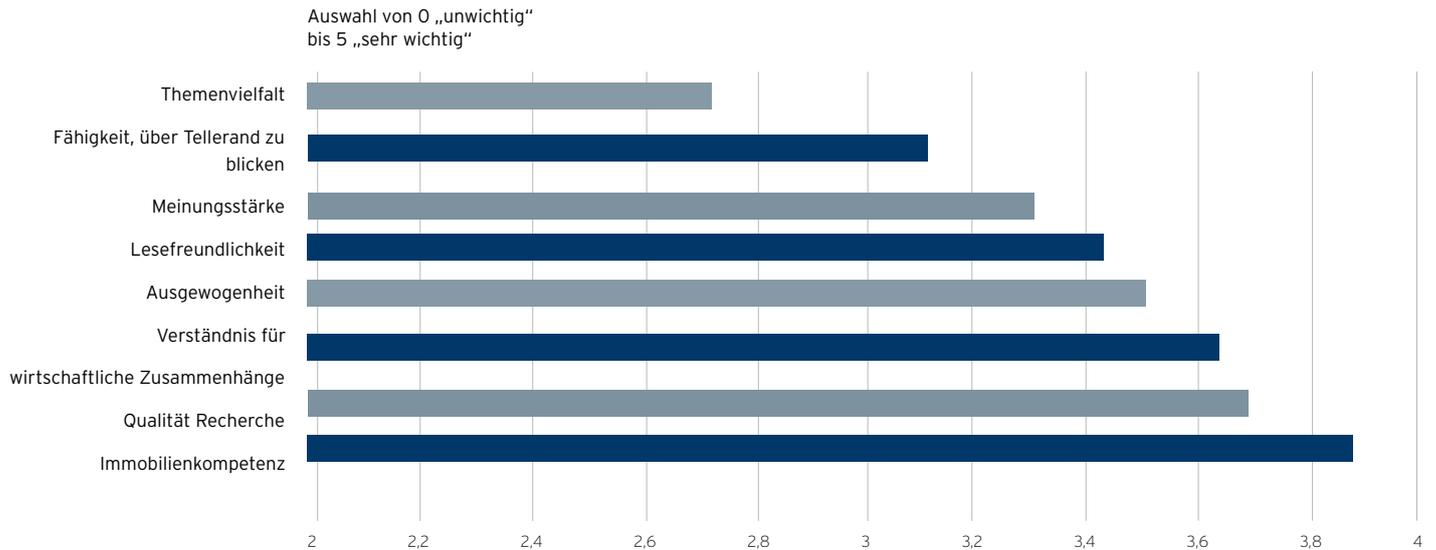
## BEDEUTUNG DER MEDIEN: IZ PRINT UND IZ AKTUELL

*„Nennen Sie die aus Ihrer Sicht wichtigsten Medien für Immobilienthemen in Deutschland“*



## DEUTSCHE IMMOBILIENMEDIEN: NACHHOLBEDARF BEI THEMENVIELFALT

„Wie bewerten Sie die Immobilienmedien im Hinblick auf ...“



# AGBs.

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbung-treibenden 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 Korrekturabzuges, 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 offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

**15.** Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages 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 Auftraggebern 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 Werbungsmittler 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.

# Ihre Ansprechpartner.



**MARKUS SCHMIDTKE**  
Leitung Anzeigenverkauf  
Tel. 0611 973 26-24  
schmidtke@iz.de



**CLAUDIA EMRICH**  
Anzeigenverkauf, Disposition  
Tel. 0611 973 26-13  
emrich@iz.de



**MARTINA WALKER**  
Leitung Anzeigenverkauf  
Stellenmärkte  
Tel. 0611 973 26-64  
walker@iz.de



**KARSTEN FRANKE**  
Mediaberatung  
Tel. 0611 973 26-21  
franke@iz.de



**SASKIA THAU**  
Mediaberatung Stellenmärkte  
Tel. 0611 973 26-43  
thau@iz.de



**THOMAS BUHLMANN**  
Mediaberatung  
Tel. 0611 973 26-26  
buhlmann@iz.de



**CHRISTINE WINKELMANN**  
Disposition  
Mediaberatung Stellenmärkte  
Tel. 0611 973 26-46  
winkelmann@iz.de



# Verlagsdaten.

**VERLAG:**

IZ Immobilien Zeitung  
Verlagsgesellschaft mbH

**ANSCHRIFT:**

Postfach 3420  
65024 Wiesbaden  
Luisenstraße 24  
65185 Wiesbaden

**KONTAKT:**

Telefon: 0611 973 26-0  
Fax: 0611 973 26-31  
anzeigen@iz.de  
[www.iz.de](http://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:**

14 Tage rein netto  
2 % Skonto bei Vorauszahlung

**ERSCHEINUNGSWEISE:**

wöchentlich donnerstags

**ANZEIGENSCHLUSS:**

8 Tage vor Erscheinen