

PREISLISTE 2021

Print + Online

BASIS-MEDIADATEN NR. 31, GÜLTIG AB 01.01.2021



DIGITALVERSION

WISSEN FÜR ENTSCHEIDER.
IMMOBILIEN ZEITUNG.

IMMOBILIEN ZEITUNG
FACHZEITUNG FÜR DIE IMMOBILIENWIRTSCHAFT

Die Medienkanäle der Immobilien Zeitung.

IZ PRINT

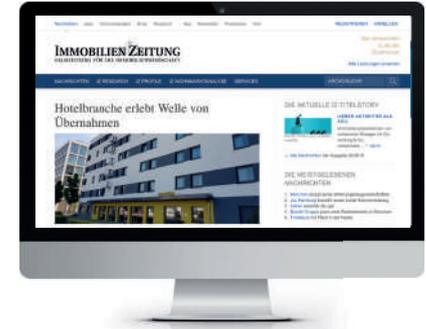
- wöchentliche Fachzeitschrift für die Immobilienwirtschaft in Deutschland
- sachkundige Berichterstattung von einem kompetenten Redaktionsteam
- diverse Themenspecials

IZ NEWSLETTER

- Tagesnewsletter IZ aktuell (Mo-Fr) exklusiv für Abonnenten mit den wichtigsten Meldungen des Tages
- Wochennewsletter IZ Woche (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

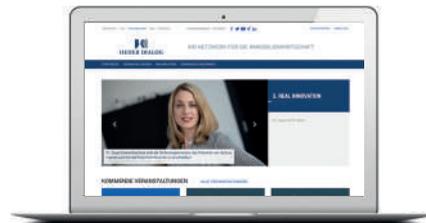
- Partner für Recruiting und Personalmarketing
- redaktionelle Job- und Karrierespecials
- Initiator der Joboffensive für die Immobilienwirtschaft und des IZ Karriereforums



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.

CHRISTOPHER TYZIAK

Mediaberatung
☎ 0611 973 26-955
✉ tyziak@iz.de

TANJA BARANOWSKY

Assistenz Leiter
Anzeigenverkauf
☎ 0611 973 26-23
✉ baranowsky@iz.de

KARSTEN FRANKE

Mediaberatung
☎ 0611 973 26-21
✉ franke@iz.de

THOMAS BUHLMANN

Mediaberatung
☎ 0611 973 26-26
✉ buhlmann@iz.de

HELGE ROHMUND

Mediaberatung Stellenmärkte
☎ 0611 973 26-930
✉ rohmund@iz.de

MARTINA WALKER

Leitung Verkauf
Stellenmärkte
☎ 0611 973 26-64
✉ walker@iz.de

MIRIAM KLÄS

Projektmanagement
Job & Karriere
☎ 0611 973 26-63
✉ klaes@iz.de



CLAUDIA EMRICH

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

MARKUS SCHMIDTKE

Leitung Anzeigenverkauf
☎ 0611 973 26-24
✉ schmidtke@iz.de

SASKIA THAU

Mediaberatung
Stellenmärkte
☎ 0611 973 26-43
✉ thau@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 2021	14
Die Sonderwerbformen	16
Die Touchpoints zur Mipim	20
Die Touchpoints zur Expo Real	21

IZ DIGITAL

Das Nachrichtenportal IZ.de	22
Der Wochennewsletter	25
Der Tagesnewsletter – IZ aktuell	26
IZ Podcast	28

IZ KARRIERE

30

LEISTUNGSWERTE

Auflagenvergleich und Verbreitung	29
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



CHRISTINE WINCKELMANN

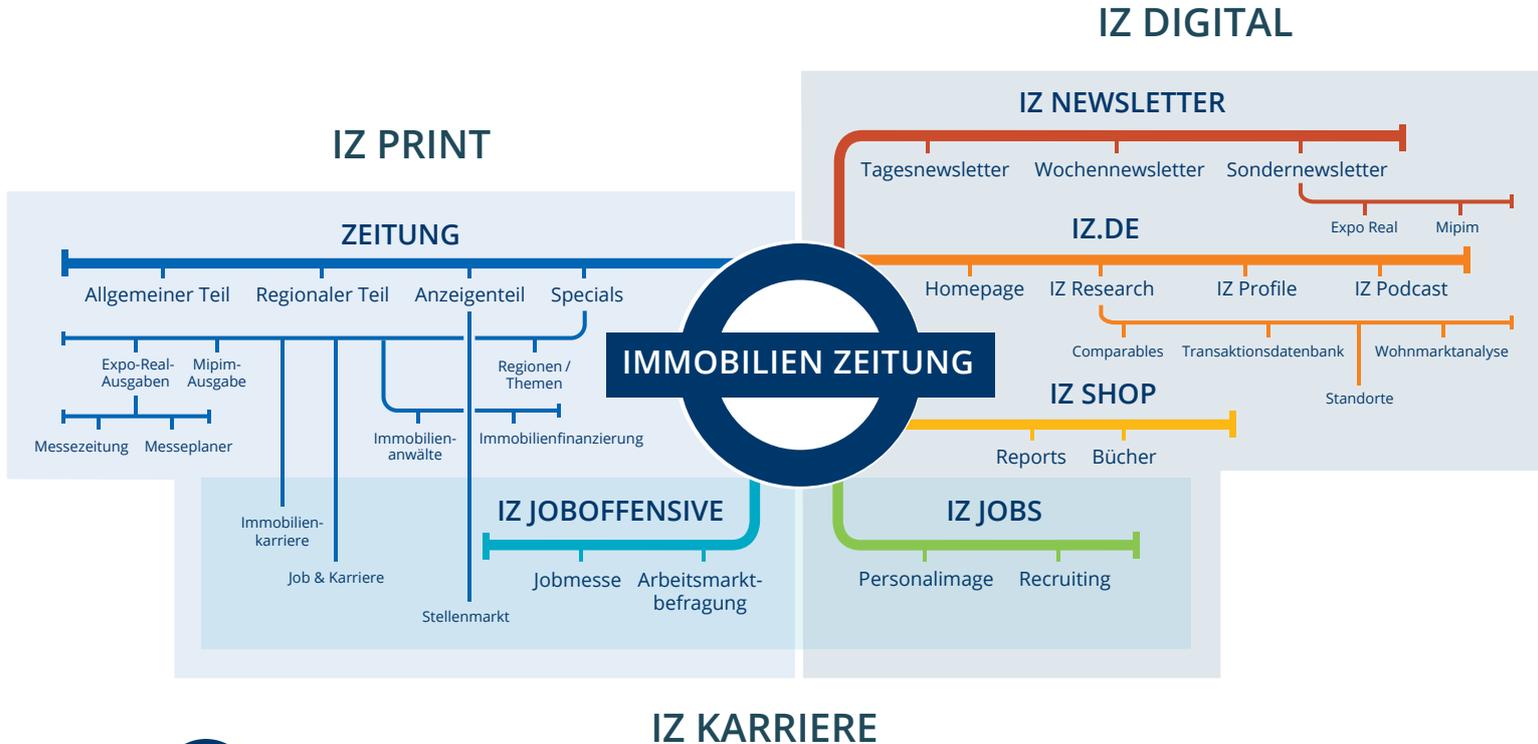
Mediaberatung Stellenmärkte

Disposition

☎ 0611 973 26-46

✉ winckelmann@iz.de

Die Produktwelt der Immobilien Zeitung.



1-10

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

Die Mediadaten.



Basis-Mediadaten
iz.de/basis-mediadaten



Sonderwerbeformen
iz.de/media/sonderwerbeformen



Advertorial
iz.de/media/advertorial



Immobilienanwälte
iz.de/media/immobilienanwaelte



Immobilienfinanzierung
iz.de/media/finanzierung



Regional- / Themenspecials
iz.de/media/themenschwerpunkte



Mipim
iz.de/media/mipim



Expo Real
iz.de/media/exporeal



IZ Digital
iz.de/media/digital



Bannerformate
iz.de/media/digital



IZ Podcast
iz.de/media/podcast



Mediadaten Recruiting



Job & Karriere Specials



Marketingkanäle für
Bildungsinstitute

Qualitativ: So gut!



KOMPETENZ

Ihre Marktkompetenz ist unsere Fachkompetenz.

113 Mitarbeiter, davon 28 in der journalistischen und 13 in der Datenredaktion sowie 18 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 8.721 Exemplaren pro Ausgabe* belegt, dass die Immobilien Zeitung der Immobilien-Branche wöchentlich zielführenden Lesestoff bietet. Auch das Online-Portal mit mehr als 870.000 Öffnungen** pro Monat und der Tagesnewsletter mit über 556.600 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 870.000 Öffnungen** pro Monat versorgen wir die Immobilienbranche zur Mipim und Expo Real mit allen wichtigen Informationen für den Messeerfolg.

* IVW 3/2020 ** Verlagsberechnung; Durchschnitt gemäß IVW Online 1-6/2020.

*** davon 60.000 Exemplare IVW-geprüfte Auflagen der Ausgaben 10, 11, 12, 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: iz.de/media/sonderwerbformen

STANDARDGRÖSSEN / mm				SPALTENBREITEN	
 325 x 480			1 Spalte = 61 mm		
 325 x 240	 259 x 300 Magazin- überformat			2 Spalten = 127 mm	
 127 x 457	 325 x 192			3 Spalten = 193 mm	
 259 x 200	 325 x 160	 193 x 267			4 Spalten = 259 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 / € 6,55	1 ZUSATZFARBE / € 7,50	3 ZUSATZFARBEN / € 8,75	sw / € 4,65	1 ZUSATZFARBE / € 5,05	3 ZUSATZFARBEN / € 6,25
1/1 Seite 2.400 mm 2. Buch (-20 %)	15.720 12.576	18.000 14.400	21.000 16.800	11.160 --	12.120 --	15.000 --
1/2 Seite 1.200 mm 2. Buch (-20 %)	7.860 6.288	9.000 7.200	10.500 8.400	5.580 --	6.060 --	7.500 --
2/5 Seite 960 mm	6.290	7.200	8.400	4.460	4.850	6.000
1/3 Seite 800 mm	5.240	6.000	7.000	3.720	4.040	5.000
1/4 Seite 600 mm	3.930	4.500	5.250	2.790	3.030	3.750
1/5 Seite 480 mm	3.140	3.600	4.200	2.230	2.420	3.000
1/8 Seite 300 mm	1.965	2.250	2.625	1.395	1.515	1.875
Grundpreis** 61 x 50 mm 127 x 100 mm 61 x 100 mm	11,85 592,50 2.370 1.185	+ 100 692,50 2.470 1.285	+ 200 792,50 2.570 1.385	8,50 425 1.700 850	+ 100 525 1.800 950	+ 200 625 1.900 1.050

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 2021.

AUSGABE	ERSCHEINUNGSTAG	ANZEIGENSCHLUSS		SPECIALS / THEMENSCHWERPUNKTE	ANZ.-SCHLUSS Specials
		Textteil	Anzeigenteil		
1-2	14.01.	06.01.	08.01.	Doppelausgabe	
3	21.01.	13.01.	15.01.		
4	28.01.	20.01.	22.01.		
5	04.02.	27.01.	29.01.		
6	11.02.	03.02.	05.02.		
7	18.02.	10.02.	12.02.	Special Finanzierung	21.12.2020
8	25.02.	17.02.	19.02.		
9	04.03.	24.02.	26.02.		
10	11.03.	03.03.	05.03.		
11	18.03.	10.03.	12.03.		
12	25.03.	17.03.	19.03.	Special Berlin	10.03.
13	01.04.	24.03.	26.03.		
14	08.04.	31.03.	01.04.		
15	15.04.	07.04.	09.04.		
16	22.04.	14.04.	16.04.		
17	29.04.	21.04.	23.04.	Special NRW	15.04.
18	06.05.	28.04.	30.04.		
19	14.05.	05.05.	07.05.		
20	20.05.	12.05.	14.05.	Special Norddeutschland	06.05.
21	27.05.	19.05.	21.05.	Special Immobilienkarriere	12.04.
22	04.06.	26.05.	28.05.	Special zur Mipim: Internationale Investments	12.05.
23	10.06.	02.06.	04.06.		
24	17.06.	09.06.	11.06.		
25	24.06.	16.06.	18.06.		
26	01.07.	23.06.	25.06.		
27	08.07.	30.06.	02.07.	Special Job & Karriere: Top-Arbeitgeber	25.06.

AUSGABE	ERSCHEINUNGSTAG	ANZEIGENSCHLUSS		SPECIALS / THEMENSCHWERPUNKTE	ANZ.-SCHLUSS Specials
		Textteil	Anzeigenteil		
28	15.07.	07.07.	09.07.		
29	22.07.	14.07.	16.07.		
30	29.07.	21.07.	23.07.		
31	05.08.	28.07.	30.07.		
32	12.08.	04.08.	06.08.		
33	19.08.	11.08.	13.08.		
34	26.08.	18.08.	20.08.		
35	02.09.	25.08.	27.08.		
36	09.09.	01.09.	03.09.	Special Logistikimmobilien	26.08.
37	16.09.	08.09.	10.09.	Special Immobilienanwälte	02.08.
38	23.09.	15.09.	17.09.		
39	30.09.	22.09.	24.09.	Special IZ-Messeplaner Expo Real	13.09.
40-41	07.10.	20.09.	01.10.	Messeausgabe Expo Real	20.09.
				Special Bayern	20.09.
				Special Job & Karriere	20.09.
				Special IZ Messezeitung Expo Real	22.09.
11. / 12. / 13.10.					
42	21.10.	13.10.	15.10.		
43	28.10.	20.10.	22.10.		
44	04.11.	27.10.	29.10.		
45	11.11.	03.11.	05.11.		
46	18.11.	10.11.	12.11.		
47	25.11.	17.11.	19.11.		
48	02.12.	24.11.	26.11.		
49	09.12.	01.12.	03.12.		
50	16.12.	08.12.	10.12.		
51	23.12.	15.12.	17.12.		

Expo Real, 11. - 13.10.

Karriereweche, 8.-12.11.

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 2021.

TITELANZEIGEN*

	FORMAT / mm	TITELSEITE 4c / €	
		Allgemeiner Teil	Regionaler Teil
A Titelkopf	61 x 40	1.800	1.185
B Titelstreifen	325 x 100	5.520	3.725
C Titelanzeige groß	61 x 120	1.900	1.230
D Titelanzeige oben	61 x 50	1.400	925
E Titelanzeige obere Mitte	61 x 50	1.185	925
F Titelanzeige untere Mitte	61 x 50	1.185	925

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):

11,85 € Grundpreis s/w pro mm x 50 mm Höhe + 100 € Farbzuschlag = **692,50 €**

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

8,50 € Grundpreis s/w pro mm x 2 x 100 mm Höhe + 200 € Farbzuschlag = **1.900 €**



U4 – Letzte Seite, zum günstigen Regionalpreis!

Format: 1/1 Seite	325 x 480 mm	11.160 € / sw	12.120 € / 2c	15.000 € / 4c
-------------------	--------------	---------------	---------------	---------------

DOPPEL-SKYSCRAPER

	FORMAT / mm	sw / €	2c / €	4c / €
Allgemeiner Teil	2 x 61 x 480	6.290	7.200	8.400
	2 x 127 x 480	12.576	14.400	16.800
Regionaler Teil	2 x 61 x 480	4.460	4.850	6.000
	2 x 127 x 480	8.928	9.696	12.000

FORMATANZEIGE KREIS

Format: Ø 80 mm	Festpreis 2.840 €	Anzeigenschluss 2 Wochen vor ET
-----------------	-------------------	---------------------------------

FORMATANZEIGE STREIFEN – Speziell für die Veranstaltungsseite!

Format: 159 x 23 mm	615 € / sw	845 € / 4c
---------------------	------------	------------

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



Mehr Informationen zu Sonderwerbeformen?
Folder: iz.de/media/sonderwerbeformen

PANORAMAANZEIGE – XL + XXL für Ihre großen Anlässe!

PLATZIERUNG	FORMAT / mm	4c / €
Allgemeiner Teil	Mindestgröße 675 x 200	17.500
	Maximalgröße 675 x 480	38.640
	XL-Panorama 1.000 x 480	47.250
	XXL-Panorama 1.350 x 480	63.000



FLYING PAGE – Sichtbar auf den ersten Blick!

Umfang: 4 Seiten	150 x 480 mm	Festpreis 26.210 € zzgl. Druckkosten
------------------	--------------	--------------------------------------

IZ 40-41/2021 (Messeausgabe zur Expo Real mit doppelter Auflage*): 39.865 €

FLYING
PAGE



POST-IT

POST-IT – Eine Anzeige zum Ablösen und Wiederaufkleben!

Titelseite	76 x 76 mm	7.390 € / 4c inkl. Druckkosten
------------	------------	--------------------------------



TUNNELANZEIGE

PLATZIERUNG	FORMAT / mm	4c / €
Allgemeiner Teil	1/4 Seite 193 x 200	6.565
	1/3 Seite 279 x 200 (über Bund)	8.755
	1/2 Seite 279 x 300 (über Bund)	13.130

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	355
bis 30	365
bis 35	375

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: 52.335 €



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

Die Touchpoints zur Mipim.



IZ MESSEAUFGABE
23/2021

IZ SPECIAL
„INTERNATIONALE INVESTMENTS“
IZ 22/2021



ca. 26.800 Teilnehmer
ca. 3.800 Aussteller*
7.-10. Juni 2021

MIPIIM AUF IZ.DE



IZ 24/2021



IZ TAGESNEWSLETTER



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

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

Die Touchpoints zur Expo Real.



IZ MESSEAUFGABE
40-41/2021



TÄGLICHE
IZ MESSEZEITUNG



IZ MESSEPLANER



ca. 46.700 Teilnehmer
ca. 2.190 Aussteller*
11.-13. Oktober 2021



EXPO REAL AUF IZ.DE

IZ TAGESNEWSLETTER



IZ 42/2021



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

BANNER – GANZ EINFACH

Sie können zwischen Vollbelegung (Banner ist immer sichtbar) und 3er-Rotation (Ihr Banner ist dann bei einem Drittel der Seitenaufrufe sichtbar) wählen. Auf Wunsch gestalten wir Ihr Banner kostenfrei.

LEISTUNGSDATEN DIGITAL

Monatsdurchschnitt 1. Halbjahr 2020*:
Öffnungen **875.532** Visits **324.041**

ANZEIGENSCHLUSS

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



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

TECHNISCHE SPEZIFIKATIONEN siehe Seite 46

WERBEMITTEL-SPEZIFIKATIONEN

Anlieferung per E-Mail bis jeweils 12 Uhr unter Angabe der
Auftragsnummer und des Ziellinks. E-Mail: anzeigen@iz.de

Sichtbarkeit auf Desktop, Tablet und Smartphone.

Unser 18-köpfiges Entwicklerteam sorgt dafür, dass Ihre Online-Kampagnen stets den aktuellen Trends entsprechen. Ob auf dem Smartphone, Tablet oder Desktop – Ihr Banner passt sich automatisch dem jeweiligen Endgerät an! Hierzu drei Beispiele:

BILLBOARD

Das Premiumwerbemittel mit der höchsten Aufmerksamkeit – direkt zwischen Navigation und dem ersten Artikel! Für die optimale Sichtbarkeit auf Tablet und Smartphone werden jeweils separate Bannergrößen gewählt.

FULL SIZE BANNER & MAXI AD

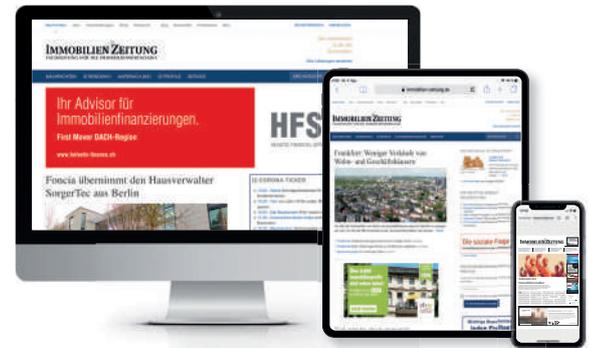
Bühne frei für unsere beliebtesten Online-Werbeformen: Sie werden direkt zwischen den Artikeln platziert. Damit Ihre Botschaft auch auf dem Handy sichtbar ist, liefert der Adserver jeweils das passende Werbemittel aus, wenn der Bildschirm schmaler wird!

RECTANGLE

Das quadratische Format lässt sich besonders vorteilhaft gestalten. Auf rotierenden Werbeplätzen im redaktionellen Content verteilt, platzieren Sie Ihre Botschaft direkt im Lesefluss. Besonders gut sichtbar wird Ihre Kampagne auf mobilen Endgeräten – hier steht der oberste Rectangle-Werbeplatz inmitten des ersten Artikels!



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

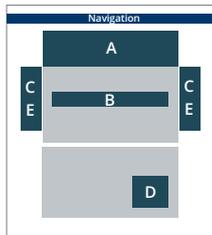


BANNERFORMATE UND -PREISE

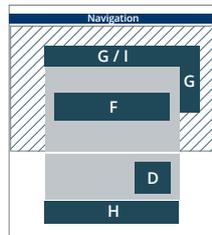


WOCHENPREISE MO-SO / EUR

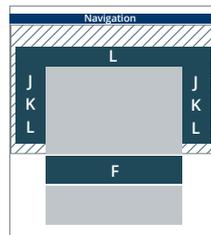
WERBEFORM	KB	FORMAT / px	FORMAT / px	FORMAT / px	VOLLBELEGUNG	3er-ROTATION
A Billboard	80	576 x 250	768 x 250	1.000 x 250	12.000	6.000
B Full Size Banner	30	576 x 100	768 x 100	1.000 x 100	2.340	1.170
STICKY C Skyscraper	40	-	-	120 x 600	2.950	1.475
D Rectangle	50	300 x 300	300 x 300	300 x 300	1.900	950
STICKY E Doppel Skyscraper	je 40	-	-	120 x 600	5.915	2.955
F Maxi Ad	40	576 x 200	768 x 225	1.000 x 250	2.900	1.450
G Wallpaper	80	576 x 250	768 x 250	1.000 x 100 + 160 x 600	9.360	4.680
STICKY H Floor Ad	80	576 x 100	768 x 110	1.000 x 120	8.000	4.000
I Leaderboard	60	576 x 100	768 x 100	1.000 x 100	8.000	4.000
STICKY J Wide Skyscraper	40	-	-	160 x 600	3.700	1.850
STICKY K Doppelskyscraper wide	je 40	-	-	160 x 600	7.000	3.500
L Wallpaper XL	100	576 x 250	768 x 250	1.000 x 100 +2x 160 x 600	16.780	8.390



- A Billboard
- B Full Size Banner
- C Skyscraper (li oder re)
- D Rectangle
- E Doppel Skyscraper



- F Maxi Ad
- G Wallpaper (Leaderboard + Skyscraper oder Wide Skyscraper)
- H Floor Ad
- I Leaderboard



- J Wide Skyscraper (li oder re)
- K Doppel Skyscraper Wide
- L Wallpaper XL (Leaderboard + Doppel Skyscraper, regular / wide)

STICKY -BANNER

bleiben immer sichtbar unabhängig von der Scrollposition.

Der Wochennewsletter.

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

LEISTUNGSDATEN

Rund **33.822** registrierte Empfänger und rund **9.467** Öffnungen pro Aussendung.*

WERBEFORM	FORMAT / px	GRÖSSE / KB	PREIS / €	+ BUCHUNG IZ AKTUELL** / €
Maxi Ad	600 x 120	40	1.050	510
Maxi Ad Plus	600 x 160	40	1.280	610

Platzierungen nach dem 1. oder 2. Artikel: first come first served.

ANZEIGENSCHLUSS

Banner fertig angeliefert: **3 Werktage** vor Erscheinungstermin

Banner von uns anzufertigen: **10 Werktage** vor Erscheinungstermin

BANNERANLIEFERUNG

Anlieferung per E-Mail bis jeweils 12 Uhr unter Angabe der Auftragsnummer und des Ziellinks. E-Mail: anzeigen@iz.de

* Verlagsberechnung: Durchschnitt gemäß Versandunterlagen der KW 29-35/20 (Verlagsangabe).

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

28.07.2019





Wichtigste Themen für Immobilienprofs im Juli 2019: Agieren, verkaufen selbst über 10 Hochhäuser (Quelle: Prologis, von: Statista) (aktuell)

Liebe Leser,

Ich hab' ja so meine Probleme mit Managerfaktoren: wie proaktiv und kreativ, committiert, hochskalieren oder aufbauen. Meist ist vorher in der Marketingabteilung die Kreditlinie besetzt oder ein Manager (nicht, 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 nützlich war und auf dem eigenen Bettchen das Haus verlassen konnte. Nun müssen ganze Firmen agil sein. Das lässt sich wohl kaum noch mit richtig übersetzen, vielen Immobilienunternehmen fällt da eher "chaotisch" ein. Das dürfen Sie nur nicht zugeben, denn siehe oben, sind ja Vordenker.

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



Ihr Thomas Parfen
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](https://iz-jobs.de)

BF capital
Real Estate Debt

Institutionelle Finanzierungen

Hamburger ETW-Preise entkoppeln sich von den Einkommen



Nach Zahlen des Gutachterauschusses steigen die Preise für Eigentumswohnungen (ETW) an. Alter, Ehe und Biele weiter. Im Mittel kosten die Wohnungen fast 6.000 Euro/m² - Preise, die sich Björn Dahler, Dahler & Company, nur mit dem Kapital der Erbengeneration erklären kann.

Quelle: Immobilien Zeitung, Statista, Trend Council



[Weiterlesen](#)

Der Tagesnewsletter – IZ aktuell.

Der Tagesnewsletter IZ aktuell informiert täglich (MO–FR, ausgenommen an gesetzlichen Feiertagen) über alle wichtigen und aktuellen Nachrichten aus der Immobilienwirtschaft. Abonnenten der Immobilien Zeitung steht IZ aktuell exklusiv zur Verfügung.

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

LEISTUNGSDATEN**

556.657 Öffnungen pro Monat im Durchschnitt

27.154 Öffnungen pro Tag im Durchschnitt

ANZEIGENSCHLUSS

Banner fertig angeliefert: **3 Werktage** vor Erscheinungstermin

Banner von uns anzufertigen: **10 Werktage** vor Erscheinungstermin

BANNERANLIEFERUNG

Anlieferung per E-Mail bis jeweils 12 Uhr unter Angabe der Auftragsnummer und des Ziellinks. E-Mail: anzeigen@iz.de

* ca. 4 Öffnungen pro Empfänger. Berechnet mit 6.774 Empfängern täglich (Verlagsangabe, Stand 08/2020) und 27.154 Öffnungen täglich (Verlagsberechnung: Durchschnitt gemäß IVW Online 01-06/2020).

** Verlagsberechnung: Durchschnitt gemäß IVW Online 1-6/2020.



S FULL SIZE BANNER
540 x 80 px / KB 30

M MAXI AD
540 x 120 px / KB 40

L MAXI AD PLUS
540 x 160 px / KB 40

A ADVERTORIAL
540 x 360 px / KB 80
ab Position 3

POSITION	€ / WOCHE
1	2.390
2	1.650
3	1.440
4	1.235
5	1.135
6	1.035
7	935
8	830
ab 9	720

POSITION	€ / WOCHE
1	3.120
2	2.260
3	1.895
4	1.540
5	1.390
6	1.285
7	1.185
8	1.085
ab 9	1.030

POSITION	€ / WOCHE
1	4.315
2	3.300
3	2.885
4	2.055
5	1.750
6	1.580
7	1.440
8	1.335
ab 9	1.135

POSITION	€ / WOCHE
3	5.770
4	4.110
5	3.505
6	3.160
7	2.875
8	2.675
ab 9	2.270

ADVERTORIAL

Der tägliche Newsletter komprimiert „das Wichtigste des Tages“. Hier können Sie Ihre Botschaft als **ADVERTORIAL** oder **BILD + TEXT-BANNER** platzieren (z. B. Bild oder Logo sowie 500 Zeichen Text mit Link), welches wir für Sie gern kostenfrei gestalten. Mit 540 x 360 px fällt Ihre Botschaft auf – das ist doppelt so hoch wie das größte Werbebanner!

Beim Advertorial unterscheidet sich Ihr Banner zwar in Schriftgröße, Schrifttyp etc. von den Redaktionsinhalten.

IHRE UNTERNEHMENSNACHRICHT IST JEDOCH IN DAS REDAKTIONELLE UMFELD EINGEBETTET.



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

IZ Podcast – die Sponsoring-Pakete.



Immobiliennachrichten zum Hören – mit dem wöchentlichen IZ Podcast publiziert die IZ-Redaktion die wichtigsten Themen für Immobilienprofis.

EXKLUSIV-SPONSORING

- ✓ **wöchentlicher** Audio-Spot, 15 Sekunden*
- ✓ **Billboard** (1000 x 250 px) auf www.iz.de/podcast
- ✓ Maxi Ad (600 x 160 px) im regelmäßigen Newsletter
- ✓ Sponsoringhinweis in **ca. 6 Printanzeigen** und Bannern

Preis pro Monat: **€ 4.315,- ****

PREMIUM-SPONSORING

- ✓ **14-täglicher** Audio-Spot, 15 Sekunden*
- ✓ **Maxi Ad** (576 x 200) auf www.iz.de/podcast
- ✓ Maxi Ad (600 x 160 px) im regelmäßigen Newsletter
- ✓ Sponsoringhinweis in **ca. 3 Printanzeigen** und Bannern

Preis pro Monat: **€ 2.900,- ****

ERSCHEINUNGSTERMIN

Mittwochs online auf iz.de/podcast

Donnerstags per Newsletter

BUCHUNGSSCHLUSS

9 Tage vor Erscheinung

MANUSKRIPTSCHLUSS

7 Tage vor Erscheinung



Mehr Informationen zum IZ Podcast?
Folder: iz.de/media/podcast



* kostenfreie Produktion von zwei Spots durch unser Partnerstudio auf Basis Ihres Manuskripts (Abgabe 7 Tage vor Erscheinung).

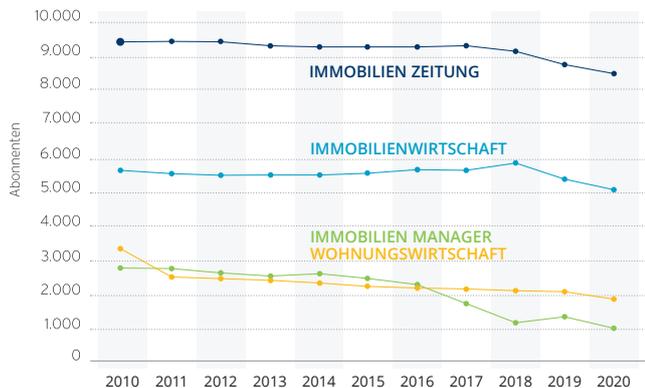
** Mindestbelegung: quartalsweise 3 Monate in Folge. Umsatzstaffelrabatt siehe Basis-Preisliste Nr. 31 und iz.de/basis-mediadaten.

Alle Preise zzgl. MwSt. Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen. Technische Spezifikationen auf Anfrage.

www.iz.de/podcast

Auflagenvergleich und Verbreitung.

10-JAHRES-ENTWICKLUNG



Langzeitvergleich der Abonnentenentwicklung von IWV-geprüften Fachmedien für die Immobilienwirtschaft gemäß IWV 02/10 bis 02/20, Stand: 2/2020.

LEISTUNGSWERTE ONLINE AUF IZ.DE*



DURCHSCHNITTLICHE AUFLAGE 3.Q / 2020**

Druckauflage	9.998
verbreitete Auflage	9.869
verkaufte Auflage = Abonnenten	8.721

VERBREITUNG NACH NIELSENGEBIETEN***

NIELSENGEBIETE	BUNDESLÄNDER	VERBREITUNG VERKAUFTE AUFLAGE
I	Bremen, Hamburg, Nieders., Schl.-Holst.	16,6 %
II	Nordrhein-Westfalen	19,9 %
IIIa	Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland	19,9 %
IIIb	Baden-Württemberg	8,7 %
IV	Bayern	15,5 %
V	Berlin	13,9 %
VI	Meckl.-Vorp., Brandenb., Sachsen-Anhalt	2,4 %
VII	Thüringen, Sachsen	3,1 %

* Verlagsberechnung: Durchschnitt gemäß IWV Online 1-6/2020.

** IWV 3/2020.

*** Verlagsangabe, Stand: 9/2020.

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

895 €

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

1.275 €

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

2.050 €

Ihre Jobs auf allen IZ-Kanälen



IN DER PRINTAUSGABE

Die Immobilien Zeitung wird wöchentlich an insgesamt 8.721 Abonnenten (IVW 3/2020) versendet und bietet der Immobilienbranche unverzichtbaren Lesestoff.



AUF IZ-JOBS.DE & IZ.DE

Mit insgesamt über 324.041 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 KARRIERE NEWSLETTER

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



IN DEN IZ NEWSLETTERN

IZ aktuell informiert Abonnenten werktäglich über alle wichtigen Nachrichten, der Wochennewsletter richtet sich freitags an registrierte Empfänger. Über 550.000 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 1-6/2020.

** Verlagsangabe.

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

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.

IZ-LESERUMFRAGE*:

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 %

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

Wichtige Mediengruppen für den Beruf.

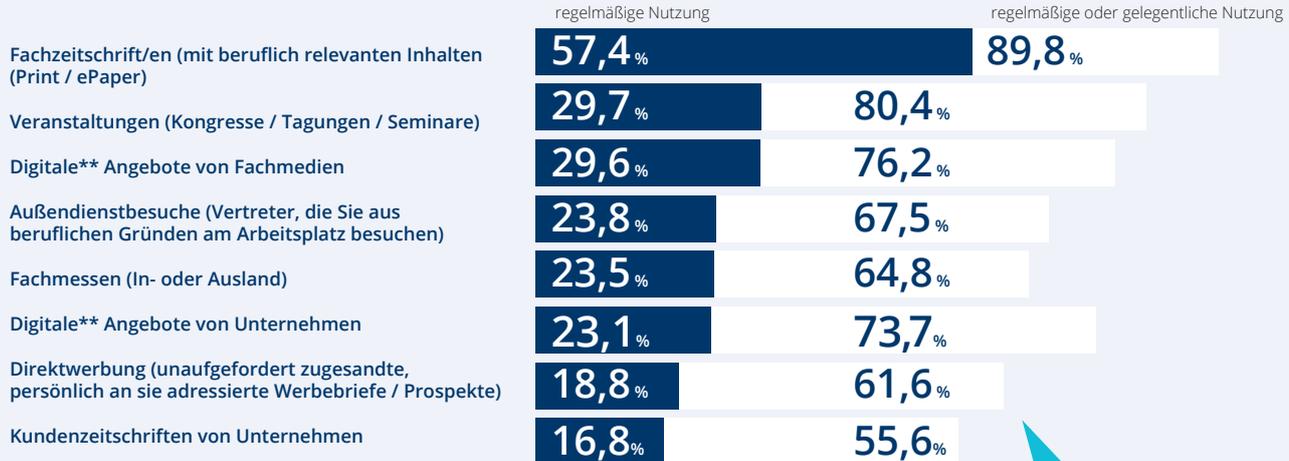
	2020	2019	2018	2017	2016
Branchenspezifische Fachzeitschriften	73 %	72 %	71 %	72 %	73 %
Internetseiten von Herstellern, Händlern, Dienstleistern	49 %	50 %	49 %	48 %	50 %
Internetseiten der Zeitschriften und Zeitungen	38 %	36 %	33 %	33 %	35 %
Überregionale Tages- und Wochenzeitungen	37 %	36 %	37 %	39 %	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.

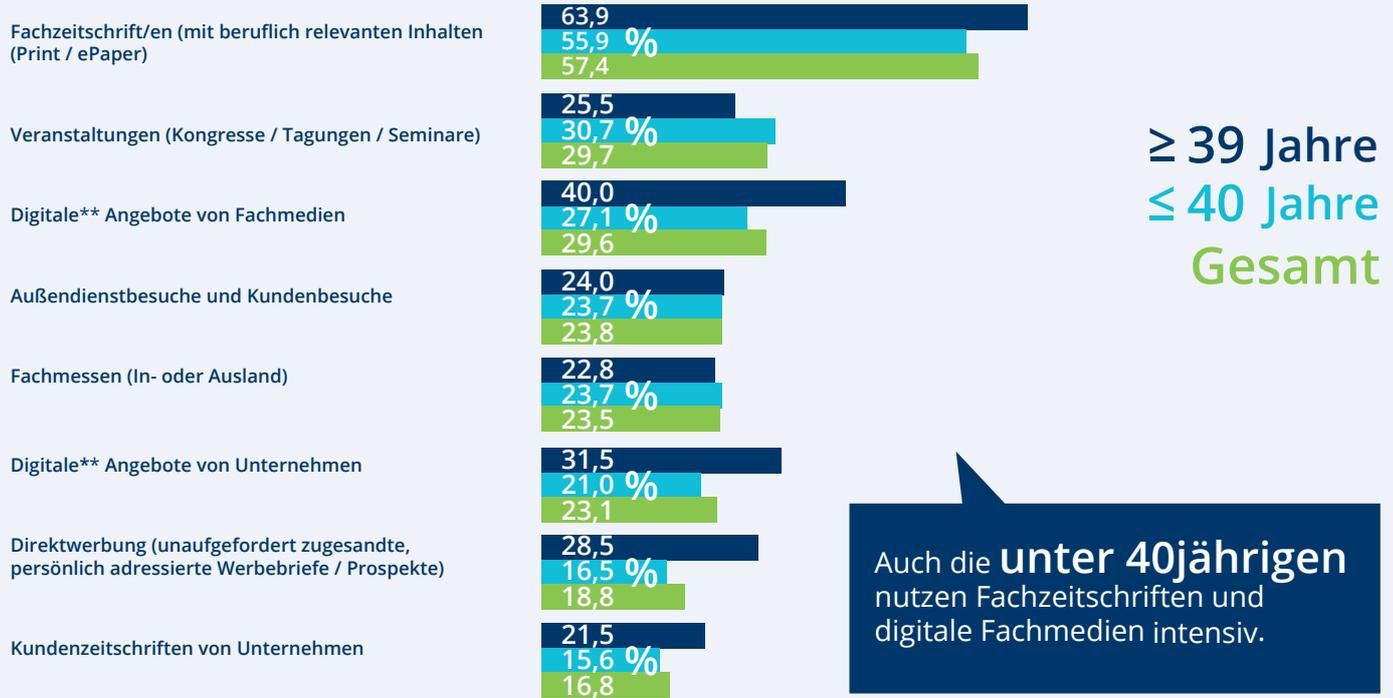
* Quelle: Leseranalyse Entscheidungsträger 2020 / Deutsche Fachpresse..

** 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..

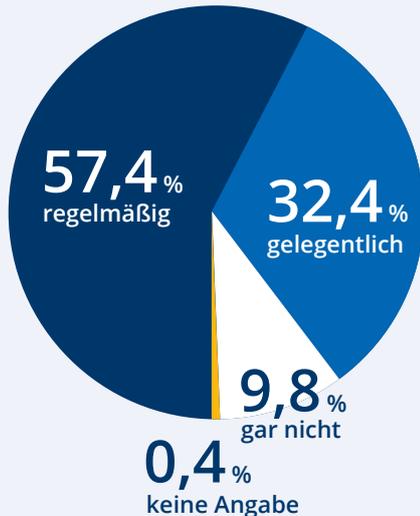
** Websites, Social Media, Newsletter, App.

LAE 2020*

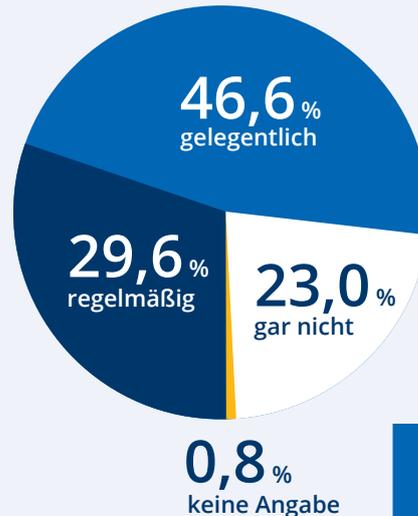
Häufigkeit der Nutzung von Informationsquellen.

DURCH ENTSCHEIDUNGSTRÄGER IN WIRTSCHAFT UND VERWALTUNG

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



Digitale* Angebote von Fachmedien



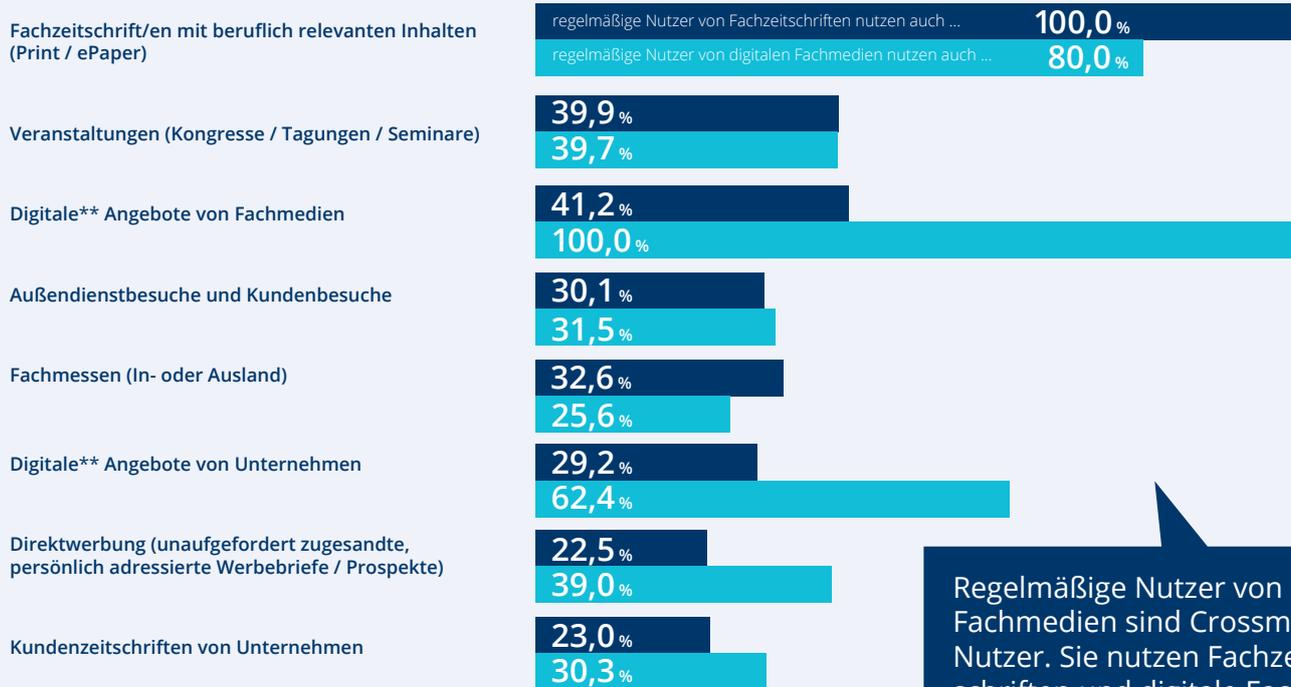
Über 50 % der Entscheidungsträger greifen regelmäßig zu Fachzeitschriften mit beruflich relevanten Inhalten.

* 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

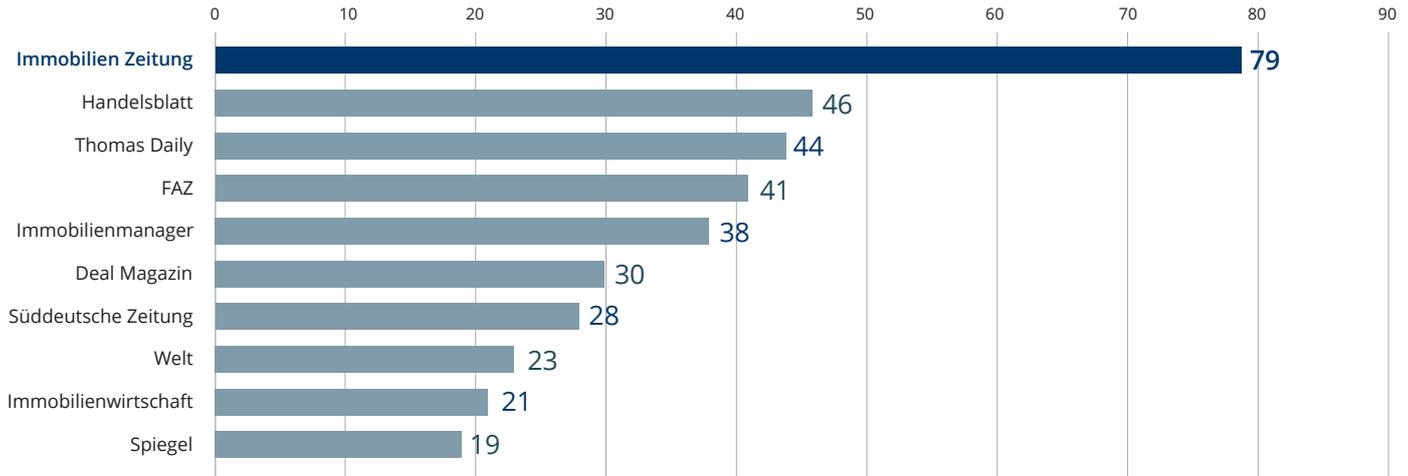
Guter Immobilienjournalismus ist integer, informativ und wissenserweiternd.

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

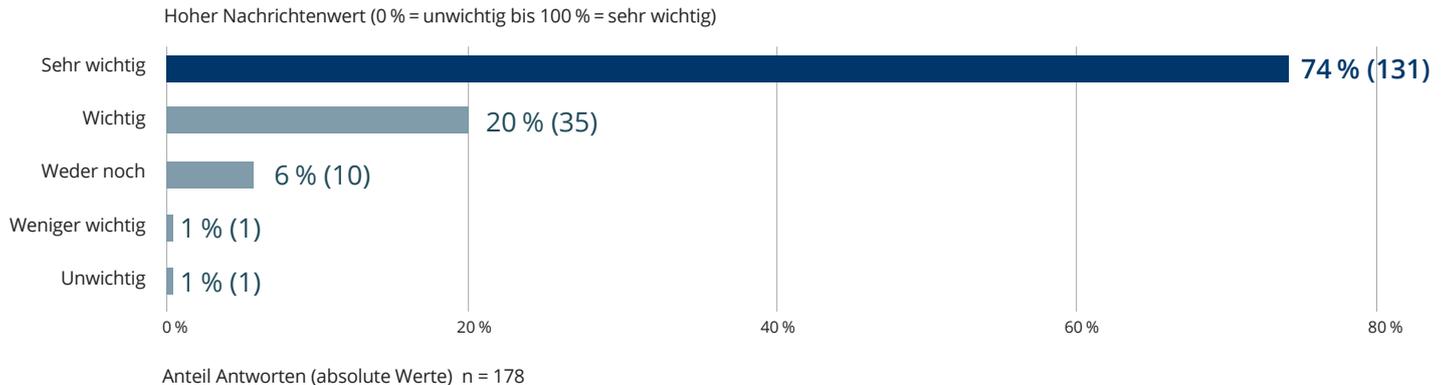
In Prozent der 180 befragten Branchenprofis (Mehrfachnennungen möglich).



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

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. 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	FARBAUFTRAG:	Maximal 240 %. Tonwertzunahme: Ein 50-Prozent-Ton der Vorlage (Schwarz) erhält durch den Offsetdruckprozess einen Zuwachs von etwa 26 %. Tonwertbereich: 3–90 %.
BILDAUF- LÖSUNG:	300 dpi (mindestens 200 dpi)	PAPIERFORMAT:	350 mm Breite x 510 mm Höhe
DATEN:	Druck-PDF samt URL für die Verlinkung im ePaper an: anzeigen@iz.de	SATZSPIEGEL:	325 mm Breite x 480 mm 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 61 mm, Anzeigenteil: 6 Spalten à 50 mm
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 Punkt (Druckfarbe schwarz, Überdruckmodus) ausreichend.	DRUCKVERFAHREN:	Zeitungs-Rollenoffset
FARBEN:	CMYK, Euroskala. Verwenden Sie das Farbprofil ISOnewspaper26v4.icc , um Farbverschiebungen auszuschließen. Sonderfarben/Schmuckfarben werden nach Euroskala 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 4c-Anzeigen angepasst. Schwarzer Text muss zu 100 % und ausschließlich aus Schwarz bestehen. Farbprofil zum Download unter iz.de/media/technische-spezifikation	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.
LINIEN:	Linienstärke mindestens 0,25 pt. Bei weißen Linien auf farbigem Hintergrund mind. 0,4 pt.	DATEIFORMATE IZ.DE:	Es werden die gängigen Formate angenommen: GIF, JPEG, PNG und HTML inkl. Ziellink.
QR CODE:	Wegen Konturschärfe sollte der QR Code in sw aufgebaut werden (nicht in 4c und nicht als „copy and paste“).	DATEIFORMATE NEWSLETTER:	GIF, JPEG oder PNG. Ab Outlook 2007 werden (laut Microsoft) animierte GIF nicht mehr unterstützt, weshalb animierte GIF nur bei einem kleinen Teil der Leser angezeigt wird. Bitte legen Sie animierte GIF immer so an, dass die gesamte Werbebotschaft im ersten Bild enthalten ist.

Ansprechpartner.



MARKUS SCHMIDTKE
Leitung Anzeigenverkauf
☎ 06 11 973 26-24
✉ schmidtke@iz.de



THOMAS BUHLMANN
Mediaberatung
☎ 06 11 973 26-26
✉ buhlmann@iz.de



MARTINA WALKER
Leitung Anzeigenverkauf
Stellenmärkte
☎ 06 11 973 26-64
✉ walker@iz.de



CLAUDIA EMRICH
Anzeigenverkauf
Disposition
☎ 06 11 973 26-13
✉ emrich@iz.de



KARSTEN FRANKE
Mediaberatung
☎ 06 11 973 26-21
✉ franke@iz.de



SASKIA THAU
Mediaberatung Stellenmärkte
☎ 06 11 973 26-43
✉ thau@iz.de



CHRISTOPHER TYZIAK
Mediaberatung
☎ 06 11 973 26-955
✉ tyziak@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

ERSCHEINUNGSWEISE:

wöchentlich donnerstags

ANZEIGENSCHLUSS:

6 Werktage vor Erscheinen

ZAHLUNGSWEISE:

15 Tage netto; innerhalb von 8 Tagen
abzüglich 2% Skonto