

1



IMMOBILIEN ZEITUNG

FACHZEITUNG FÜR DIE IMMOBILIENWIRTSCHAFT

Basis-Mediadaten Nr. 27, gültig ab 01.01.2017

IMMOBILIEN ZEITUNG PRINT + ONLINE



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 www.iz.de*

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



Mit den Datenbanken zu Zwangsversteigerungen, Hypothekenzinsen, Baufinanzierung, Veranstaltungen und 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.



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



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

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 Immobilienwirtschaft
auf www.heuer-dialog.de*



DIE MEDIENGRUPPE DfV

An der IZ Immobilien Zeitung Verlagsgesellschaft ist seit 2007 der 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.

Inhalt.

Porträt	2
Inhalt	5
PRODUKTWELT	
Die Produktwelt der Immobilien Zeitung	6
Die Medienkanäle der Immobilien Zeitung	8
Warum die IZ buchen?	10
PRINT	
Die Buchstruktur	12
Die Anzeigenpreise	14
Die Erscheinungstermine 2017	16
Die Sonderwerbformen	18
Die Touchpoints Expo Real	22
Die Touchpoints Mipim	24
Redaktionelle Themenschwerpunkte	25

KARRIERE / RUBRIZIERTE ANZEIGEN	
Stellenangebote	26
Stellengesuche / Objektmarkt	28
IZ-Jobs.de	29
Die Joboffensive	30
Die Produktübersicht	31
IZ DIGITAL	
IZ digital	32
IZ digital total	34
NOTIZEN	
Notizen	36
Die Rabatte	37
Technische Spezifikationen	39
LEISTUNGSWERTE	
Auflagenvergleich und Verbreitung	40
Leserstruktur	41
Umfrage	50
AGBs	
Ihre Ansprechpartner	55
Verlagsdaten	56

Die Produktwelt der Immobilien Zeitung.



Weitere Informationen zu unseren Mediadaten im Überblick: www.iz.de/mediadaten



EINZELPREISLISTEN:

- 1 Basis-Mediadaten: iz.de/basis-mediadaten
- 2 Sonderwerbformen: iz.de/media/sonderwerbformen
- 3 Immobilienanwälte: iz.de/media/immobilienanwaelte
- 4 Regional-/ Themenspecials: iz.de/media/themenschwerpunkte
- 5 Expo Real: iz.de/media/exporeal
- 6 Mipim: iz.de/media/mipim
- 7 Digital: iz.de/media/digital

RECRUITING UND PERSONALIMAGEWERBUNG:

- 1A Basis-Mediadaten [Auszug]: iz-jobs.de/arbeitgeber/info/mediadaten
- 8 Online-Personalmarketing: iz.de/media/personalimage-online
- 9 Joboffensive: iz.de/media/joboffensive



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

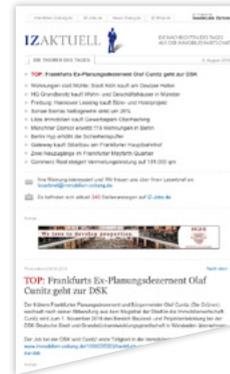


IMMOBILIEN ZEITUNG

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

IZ NEWSLETTER

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



NEWSLETTER IZ aktuell

- Montag-Freitag an Abonnenten



WOCHE NEWSLETTER

- freitags an registrierte Leser

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



WWW.IZ.DE

IZ-JOBS.DE

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



WWW.IZ-JOBS.DE

IZ-SHOP.DE

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



WWW.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



WWW.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

56 MITARBEITER, davon 27 in der Redaktion und 10 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 **9.148 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 **1,4 MIO. PIS** und der Tagesnewsletter mit über **530.000 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 **1,4 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 – widmen sich allgemeinen Themen und beinhalten folgende Ressorts:

NACHRICHTEN

EINZELHANDEL

MARKETING

FACILITY- UND PROPERTY-MANAGEMENT

RECHT UND STEUERN



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



REGIONALER TEIL / 3. BUCH



ANZEIGENTEIL / 4. BUCH

Die Anzeigenpreise.

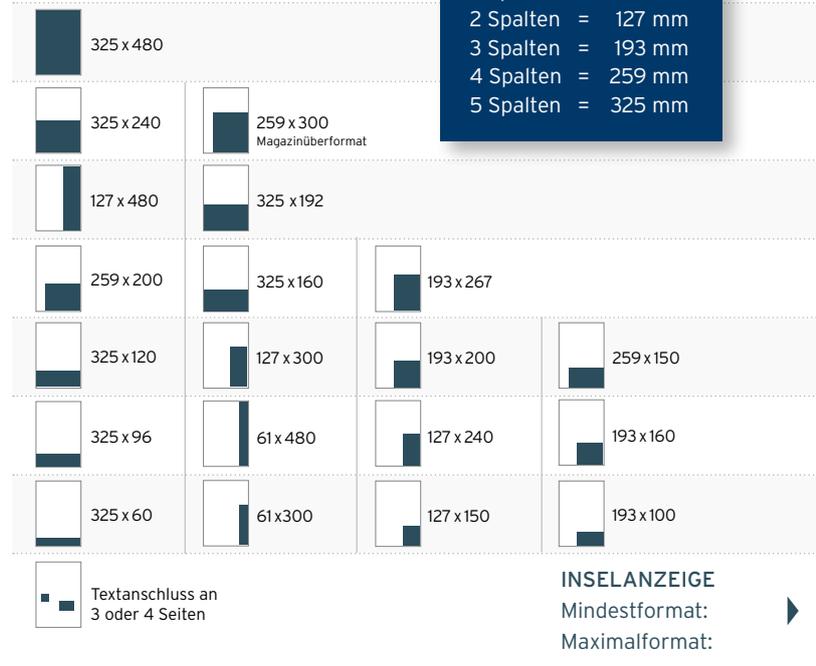
Die proportional kalkulierten Anzeigenpreise bieten Ihnen die Möglichkeit, innerhalb der vorgegebenen Spaltenbreiten (siehe blauer Infokasten) die für Ihr Anzeigenmotiv optimale Höhe zu wählen. Die Standardgrößen finden Sie auf dieser Doppelseite.

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.

ANZEIGENMASSE (mm)

SPALTENBREITEN

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



INSELANZEIGE

Mindestformat:

Maximalformat:

02

Mehr Infos zu Sonderwerbeformen?
www.iz.de/media/sonderwerbeformen

Kalkulationsbeispiele siehe Seite 18.

ALLGEMEINER TEIL / 1. + 2. BUCH				REGIONALER TEIL / 3. BUCH		
FORMAT	S/W Grundpreis 6,10 EUR	1 ZUSATZFARBE Grundpreis 7,00 EUR	3 ZUSATZFARBEN Grundpreis 8,15 EUR	S/W Grundpreis 4,30 EUR	1 ZUSATZFARBE Grundpreis 4,70 EUR	3 ZUSATZFARBEN Grundpreis 5,80 EUR
1/1 Seite 2.400 mm	14.640 EUR	16.800 EUR	19.560 EUR	10.320 EUR	11.280 EUR	13.920 EUR
1/2 Seite 1.200 mm	7.329 EUR	8.400 EUR	9.780 EUR	5.160 EUR	5.640 EUR	6.960 EUR
2/5 Seite 960 mm	5.856 EUR	6.720 EUR	7.824 EUR	4.128 EUR	4.512 EUR	5.568 EUR
1/3 Seite 800 mm	4.880 EUR	5.600 EUR	6.520 EUR	3.440 EUR	3.760 EUR	4.640 EUR
1/4 Seite 600 mm	3.660 EUR	4.200 EUR	4.890 EUR	2.580 EUR	2.820 EUR	3.480 EUR
1/5 Seite 480 mm	2.928 EUR	3.360 EUR	3.912 EUR	2.064 EUR	2.256 EUR	2.784 EUR
1/8 Seite 300 mm	1.830 EUR	2.100 EUR	2.445 EUR	1.290 EUR	1.410 EUR	1.740 EUR
Grundpreis* 61 x 50 mm 127 x 100 mm	10,95 EUR 547,50 EUR 2.190,00 EUR	+ 100,00 EUR 647,50 EUR 2.290,00 EUR	+ 200,00 EUR 747,50 EUR 2.390,00 EUR	7,85 EUR 392,50 EUR 1.570,00 EUR	+ 100,00 EUR 492,50 EUR 1.670,00 EUR	+ 200,00 EUR 592,50 EUR 1.770,00 EUR

ALLEINPLATZIERUNG

ALLEINPLATZIERUNG

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

Bei Formaten unter 600mm ist eine Alleinplatzierung nicht garantiert.

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

Die Erscheinungstermine 2017.

AUSGABE	ERSCHEINUNGSTAG	ANZ.-SCHLUSS Textteil	ANZ.-SCHLUSS Anzeigenteil	SPECIALS / THEMENSCHWERPUNKTE	ANZ.-SCHLUSS Specials
1-2	12.01.2017	04.01.2017	06.01.2017	Doppelausgabe	
3	19.01.2017	11.01.2017	13.01.2017		
4	26.01.2017	18.01.2017	20.01.2017		
5	02.02.2017	25.01.2017	27.01.2017		
6	09.02.2017	01.02.2017	03.02.2017		
7	16.02.2017	08.02.2017	10.02.2017		
8	23.02.2017	15.02.2017	17.02.2017		
9	02.03.2017	22.02.2017	24.02.2017		
10	09.03.2017	01.03.2017	03.03.2017	Special Investing in Germany TS Bayern 	16.02.2017 27.02.2017
11	16.03.2017	08.03.2017	10.03.2017		
12	23.03.2017	15.03.2017	17.03.2017		
13	30.03.2017	22.03.2017	24.03.2017		
14	06.04.2017	29.03.2017	31.03.2017		
15	13.04.2017	05.04.2017	07.04.2017		
16	20.04.2017	12.04.2017	14.04.2017		
17	27.04.2017	19.04.2017	21.04.2017		
18	04.05.2017	26.04.2017	28.04.2017		
19	11.05.2017	03.05.2017	05.05.2017	TS Berlin	28.04.2017
20	18.05.2017	10.05.2017	12.05.2017	TS Job & Karriere: Arbeitsmarktbefragung	02.05.2017
21	26.05.2017	17.05.2017	19.05.2017	TS Norddeutschland	15.05.2017
22	01.06.2017	24.05.2017	26.05.2017	TS Job & Karriere: Bericht IZ-Karriereforum	22.05.2017
23	08.06.2017	31.05.2017	02.06.2017		
24	16.06.2017	07.06.2017	09.06.2017		
25	22.06.2017	14.06.2017	16.06.2017		
26	29.06.2017	21.06.2017	23.06.2017		
27	06.07.2017	28.06.2017	30.06.2017	TS Job & Karriere: Top Arbeitgeber	20.06.2017

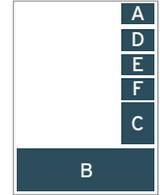
AUSGABE	ERSCHEINUNGSTAG	ANZ.-SCHLUSS Textteil	ANZ.-SCHLUSS Anzeigenteil	SPECIALS / THEMENSCHWERPUNKTE	ANZ.-SCHLUSS Specials
28	13.07.2017	05.07.2017	07.07.2017		
29	20.07.2017	12.07.2017	14.07.2017		
30	27.07.2017	19.07.2017	21.07.2017		
31	03.08.2017	26.07.2017	28.07.2017		
32	10.08.2017	02.08.2017	04.08.2017		
33	17.08.2017	09.08.2017	11.08.2017		
34	24.08.2017	16.08.2017	18.08.2017		
35	31.08.2017	23.08.2017	25.08.2017		
36	07.09.2017	30.08.2017	01.09.2017	TS Logistik	28.08.2017
37	14.09.2017	06.09.2017	08.09.2017	Special Immobilienanwälte	31.07.2017
38	21.09.2017	13.09.2017	15.09.2017	Special IZ-Messeplaner Expo Real	04.09.2017
39-40	28.09.2017	13.09.2017	22.09.2017	Schwerpunktausgabe Expo Real	
				TS NRW	13.09.2017
				TS Job & Karriere	13.09.2017
				Special IZ Messezeitung Expo Real 4./5./6.10.2017	
41	12.10.2017	04.10.2017	06.10.2017		
42	19.10.2017	11.10.2017	13.10.2017		
43	26.10.2017	18.10.2017	20.10.2017		
44	02.11.2017	25.10.2017	27.10.2017		
45	09.11.2017	01.11.2017	03.11.2017		
46	16.11.2017	08.11.2017	10.11.2017		
47	23.11.2017	15.11.2017	17.11.2017		
48	30.11.2017	22.11.2017	24.11.2017		
49	07.12.2017	29.11.2017	01.12.2017		
50	14.12.2017	06.12.2017	08.12.2017		
51	21.12.2017	13.12.2017	15.12.2017		

Expo Real, 4.-6.10.2017

MAPIC, 15.-17.11.2017

Die Sonderwerbformen.

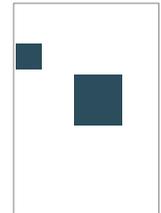
Unsere Besten stellen wir Ihnen hier an Hand ausgewählter Beispiele vor. Ausführliche Beschreibung, weitere Formate und alle Preise finden Sie im Folder Q2 „Sonderwerbformen 2017“.



TITELANZEIGEN

	FORMAT	SEITE 1	REGIONALTITEL			
A Titelpopf	61 x 40	1.680 EUR 4c	1.100 EUR	4c		
B Titelstreifen	325 x 100	5.210 EUR 4c	3.460 EUR	4c	3.080 EUR	2c 2.970 EUR s/w
C Titelanzeige groß	61 x 120	1.730 EUR 4c	1.100 EUR	4c		
D Titelanzeige oben	61 x 50	1.280 EUR 4c	850 EUR	4c		
E Titelanzeige obere Mitte	61 x 50	1.095 EUR 4c	850 EUR	4c		
F Titelanzeige untere Mitte	61 x 50	1.095 EUR 4c	850 EUR	4c		

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



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	10,95 EUR Grundpreis s/w pro mm x 50 mm Höhe	= 547,50 EUR + 200 EUR Farbzuschlag = 747,50 EUR
2c / 1 spaltig 100 mm Höhe	10,95 EUR Grundpreis s/w pro mm x 100 mm Höhe	= 1.095,00 EUR + 100 EUR Farbzuschlag = 1.195,00 EUR

RECHENBEISPIELE INSELANZEIGEN IM REGIONALEN TEIL

4c / 2 spaltig 100 mm Höhe	7,85 EUR Grundpreis s/w pro mm x 2 x 100 mm Höhe	= 1.570,00 EUR + 200 EUR Farbzuschlag = 1.770,00 EUR
----------------------------	--	---

U 4 - Letzte Seite, zum günstigen Regionalpreis!

FORMAT: 1/1 Seite	325 x 480 mm	10.320 EUR - s/w	11.280 EUR - 2c	13.920 EUR - 4c
-------------------	--------------	------------------	-----------------	-----------------

DOPPEL-SKYSCRAPER

	FORMAT	S/W	2C	4C
Allgemeiner Teil	2 x 61 x 480 mm	5.856 EUR	6.720 EUR	7.824 EUR
Allgemeiner Teil	2 x 127 x 480 mm	11.712 EUR	13.440 EUR	15.648 EUR
Regionaler Teil	2 x 61 x 480 mm	4.128 EUR	4.512 EUR	5.568 EUR
Regionaler Teil	2 x 127 x 480 mm	8.256 EUR	9.024 EUR	11.136 EUR

FORMATANZEIGE KREIS

FORMAT: Ø 80 mm	Festpreis 2.660 EUR	Anzeigenschluss 2 Wochen vor ET
-----------------	---------------------	---------------------------------

FORMATANZEIGE STREIFEN - Speziell für die Veranstaltungsseite!

FORMAT: 159 x 23 mm	s/w = 555 EUR	4c = 783 EUR
---------------------	---------------	--------------

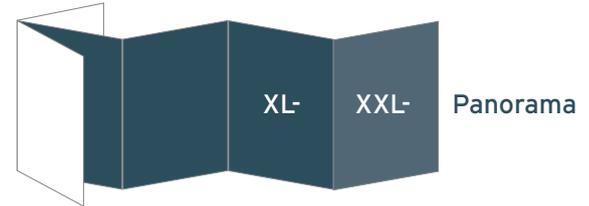
TRAUERANZEIGE - Alle Anzeigenformate zum Regionalpreis, Platzierung im Allgemeinen Teil!



02 Mehr Infos zu Sonderwerbformen?
www.iz.de/media/sonderwerbformen

PANORAMAANZEIGE - XL + XXL für Ihre großen Anlässe!

PLATZIERUNG	FORMAT		4C
Allgemeiner Teil	Mindestgröße	675 x 200 mm	16.300 EUR
Allgemeiner Teil	Maximalgröße	675 x 480 mm	35.990 EUR
Allgemeiner Teil	XL-Panorama	1000 x 490 mm	49.878 EUR
Allgemeiner Teil	XXL-Panorama	1350 x 490 mm	62.592 EUR



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

UMFANG: 4 Seiten	150 x 480 mm	Festpreis 37.000 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
------------	------------	---------------	-----------------------

POST-IT



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

1.000 Stück	4c: 2.500 EUR
5.000 Stück	4c: 9.000 EUR

BANDEROLE

KLASSISCHE BEILAGE

Mindestauflage: 10.000 Stück
Format: DIN A 6 - DIN A 4

GEWICHT	PREIS / 1.000
bis 25 g	300 EUR
bis 30 g	305 EUR
bis 35 g	315 EUR

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.



02

Mehr Infos zu Sonderwerbformen?
www.iz.de/media/sonderwerbformen

Die Touchpoints Expo Real.



Buchen Sie **REICHWEITE** und **RELEVANZ!**

IZ-SCHWERPUNKTAUSGABE 39-40/2017

Doppelte Auflage - einfacher Preis!

Verbreitung: 22.122 Exemplare an alle Abonnenten, am Parkhaus West, in den Fachpresseboxen der Expo Real und am IZ-Stand.

1/3 Seite Eckfeld 193 - 267 mm

Allgemeiner Teil 4c: 6.520 EUR

Regionaler Teil 4c: 4.640 EUR

IZ-MESSEPLANER

Primetime: Kontakte initiieren - 12 Tage vor der Messe!

Verbreitung: 22.122 Exemplare als Beilage in der IZ 38/2017, als Beilage in der Schwerpunktausgabe 39 - 40, die während der Messe verteilt wird. Verteilung am Parkhaus West und am IZ-Stand

1/1 Seite 4 Spalten 213 x 325 mm

4c: 4.580 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 41/2017 bei.

1/1 Seite 4 Spalten 231 x 325 mm

4c: 7.130 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

TKP: 60 EUR

Festpreis pro Woche Pos. 2 - 4

mit garantierter Auslieferung

von 30.000 AdR: 1.800 EUR

Belegung z. B. KW 39 - 41: 5.400 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 Sondernewsletter 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 10/2017 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

AUSGABEN 10 +11/2017

IZ 10 und IZ 11 auf der Mipim in Cannes am IZ-Stand und am Haupteingang zum Palais des Festivals.

MIPIM AUF IZ.DE

IZ-Nachrichtenportal rund um die Uhr erreichbar. Start Themenspecial März 2017.



06

Mehr Infos zur Mipim?
www.iz.de/media/mipim

Redaktionelle Themenschwerpunkte.



IZ-SPECIALS

IZ 10/2017 BAYERN

Erscheinungstermin 09.03.2017
Anzeigenschluss 27.02.2017

IZ 19/2017 BERLIN

Erscheinungstermin 11.05.2017
Anzeigenschluss 28.04.2017

IZ 21/2017 NORDDEUTSCHLAND

Erscheinungstermin 26.05.2017
Anzeigenschluss 15.05.2017

IZ 36/2017 LOGISTIK

Erscheinungstermin 07.09.2017
Anzeigenschluss 28.08.2017

IZ 39-40/2016 NRW

Erscheinungstermin 28.09.2017
Anzeigenschluss 18.09.2017

JOB & KARRIERE-SPECIALS

IZ 20/2017

**SPECIAL ERGEBNISSE
ARBEITSMARKTBEFragung**
Erscheinungstermin 18.05.2017
Anzeigenschluss 02.05.2017

IZ 22/2017 BERICHT IZ-KARRIEREFORUM

Erscheinungstermin 01.06.2017
Anzeigenschluss 22.05.2017

IZ 27/2017

SPECIAL TOP ARBEITGEBER
Erscheinungstermin 06.07.2017
Anzeigenschluss 20.06.2017

IZ 39-40/2017 JOB & KARRIERE

Erscheinungstermin 28.09.2017
Anzeigenschluss 13.09.2017

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

SONSTIGE

IMMOBILIENANWÄLTE 2017/2018

Erscheinungstermin 14.09.2017
Anzeigenschluss 31.07.2017
Auflage 13.500 Exemplare
Verbreitung als Beilage in IZ 37/2017
und während der Expo Real am IZ-Stand



04

Mehr Infos zu Regional- / Themenspecials?
www.iz.de/media/specials

03

Mehr Infos zu Immobilienanwälte?
www.iz.de/media/immobilienanwaelte

Stellenangebote.

Mit einer Aboauflage von 9.148 Exemplaren pro Ausgabe (IVW 2/2016) 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 78%* das wichtigste Medium für die Immobilienwirtschaft in Deutschland.

DRUCK	STELLENANGEBOTE Preis / mm	BILDUNGSEINRICHTUNGEN Preis / mm
S/W	3,00 EUR	2,40 EUR
1 Zusatzfarbe	3,30 EUR**	2,65 EUR
3 Zusatzfarben	3,65 EUR**	2,95 EUR

Ihre Stellenanzeige wird ohne Mehrkosten automatisch für 4 Wochen auf www.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.

* Quelle: Umfrage der Ergo Kommunikation 2016, 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.

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



1 2 3 4 5 6 7

RECHENBEISPIELE KOSTENVERGLEICH:

4c / 7 spaltig (325 mm) x 220 mm Höhe	3,65 EUR Grundpreis pro mm x 220 mm Höhe x 7 Spalten = 5.621 EUR
4c / 5 spaltig (231mm) x 305 mm Höhe	3,65 EUR Grundpreis pro mm x 308 mm Höhe x 5 Spalten = 5.621 EUR
4c / 1/2 Seite 325x 220 mm)	Festpreis = 3.370 EUR



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	6.750	45%
1/2 Seite, 4c	325 x 220 mm	3.370	40%
	231 x 308 mm	3.370	40%
1/3 Seite, 4c	184 x 250 mm	2.370	35%

UNSER SONDERPREISE FÜR 2-10 FESTFORMATE FÜR AUSSTELLER DES IZ-KARRIEREFORUMS 2017:

ANZEIGENFORMAT*	BREITE X HÖHE	PREIS / EUR	ERSPARNIS
1/1 Seite, 4c	325 x 480 mm	6.130	
1/2 Seite, 4c	325 x 220 mm	2.810	
	231 x 308 mm	2.810	
1/3 Seite, 4c	184 x 250 mm	1.825	



* 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	120 EUR
Grundpreis / mm	1,40 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

S/W	PREIS / mm
S/W	2,60 EUR
1 Zusatzfarbe	2,90 EUR*
3 Zusatzfarben	3,20 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 Vertriebsspezialisten.

1 STELLENANGEBOT	4 Wochen	850 EUR
VERLÄNGERUNG (einmalig)	4 Wochen	265 EUR
1 PRAKTIKANTENSTELLE	4 Wochen	99 EUR

KONTINGENT**	EINZELPREIS / EUR	GESAMTPREIS / EUR
3 Stellenangebote	612 (28 %)	1.835
6 Stellenangebote	533 (37 %)	3.200
10 Stellenangebote	502 (41 %)	5.015
15 Stellenangebote	467 (45 %)	7.010
25 Stellenangebote	391 (54 %)	9.775

Ein Stellenangebot entspricht einer Position. Die Laufzeit pro Stellenanzeige beträgt 4 Wochen. Bei Abrechnung über eine Agentur beträgt die Mittlervergütung 15 %. Kontingente sind innerhalb eines Jahres abzurufen. Alle Preise gelten zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

** Kontingentbuchungen beinhalten die Nutzung unserer Bewerberdatenbank.

ONLINE-PRINT-KOMBI **850 EUR** + 345 EUR = 1.195 EUR

Diese attraktive Kombi bietet sich an, sofern Ihr Online-Anzeigentext in ein Format von 90 x 180 mm Höhe oder 137 x 120 mm Höhe integrierbar ist. Dann können Sie die Anzeige 1 : 1 auf IZ-Jobs.de sowie in der Immobilien Zeitung veröffentlichen.

JOBS DER WOCHE **1 Woche** **165 EUR**

Ihre Position steht eine Woche lang auf der Startseite von IZ-Jobs.de, wird auf IZ.de und im Newsletter IZ aktuell am Freitag mit direktem Link veröffentlicht und in eine Hinweisanzeige in der Immobilien Zeitung integriert.

HOTLIST **4 Wochen** **115 EUR**

Ihr Stellenangebot erscheint als Top-Platzierung in der Trefferliste und wird grafisch hervorgehoben.

AKTIVE BEWERBERANSPRACHE ÜBER UNSERE DATENBANK

Nutzen Sie unsere auf die Immobilienbranche zugeschnittene Bewerberdatenbank als ergänzende Plattform für gezieltes Recruiting.

ANZAHL PROFILE

25 Profile / Monat ab 3er Stellenanzeigen-Kontingent kostenfrei buchbar

50 Profile / Monat ab 6er Stellenanzeigen-Kontingent kostenfrei buchbar

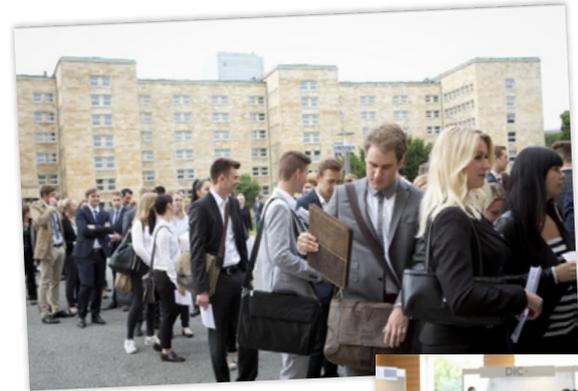
Die Joboffensive.

Die **JOB OFFENSIVE 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. 2016 haben 47 Aussteller und mehr als 530 Bewerber daran teilgenommen.

JOBMESSE IZ-KARRIEREFORUM AM 20. MAI 2017

Für die aktive Bewerberansprache bietet sich das IZ-Karriereforum am 20. Mai 2017 an. Hier treffen Unternehmen der Immobilienbranche und Nachwuchskräfte zum achten Mal in Frankfurt am Main zusammen.

Fertigstand / 3x2m	4.760 EUR
Fertigstand / 2x2 m, Unternehmen bis 40 Mitarbeiter	2.380 EUR
Firmenpräsentation / 15 Minuten	680 EUR
Platz auf CREM-Gemeinschaftsstand	1.950 EUR
Platz auf Weiterbildungs-Gemeinschaftsstand	500 EUR



09

Mehr Infos zur Joboffensive?
www.iz.de/media/joboffensive

Die Produktübersicht.

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

Leser und Mitleser, 149.979 Nutzer auf IZ.de pro Monat* und durchschnittlich 470 Bewerber auf unserer jährlichen Jobmesse liefern die Basis für qualifizierte Kontakte.



	RECRUITING Professionals	RECRUITING Nachwuchskräfte, Trainees, Praktikanten	STEIGERUNG BEKANNTHEITSGRAD als Arbeitgeber
Print-Stellenmarkt inklusive Jobbörse www.iz-jobs.de	✓	✓	
Jobbörse www.iz-jobs.de 	✓	✓	
Bewerberprofile auf www.iz-jobs.de	✓	✓	
Premium-Porträt www.iz-jobs.de	✓	✓	✓
Jobmesse IZ-Karriereforum am 20. Mai 2017 		✓	✓
Redaktionelle Job & Karriere Specials		✓	✓
Bannerwerbung auf www.iz.de und www.iz-jobs.de			✓
Sponsoring der Joboffensive			✓
Wöchentliche Seite „Job & Karriere“ in der Immobilien Zeitung			✓

* Monatsdurchschnitt Jan - Jun 2016 GoogleAnalytics

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 nichtregistrierte Leser stehen freie Artikelkontingente pro Monat bereit.

BANNER – GANZ EINFACH

Mit neuen Festpreisen sind Banner noch einfacher zu buchen: Wir gestalten Ihnen auf Wunsch das Werbemittel kostenfrei und garantieren Ihnen wöchentlich 30.000 Werbeauslieferungen (Ad Requests). Ihr Banner erscheint dann bei jedem 3. Seitenauf-ruf und ist damit zuverlässig sichtbar!

ANZEIGENSCHLUSSTERMINE WERBEBANNER

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

07

Mehr Infos zu IZ-Digital?
www.iz.de/digital

Alle Bannerformate
als Simulation auf
www.iz.de/banner



DRUCKUNTERLAGEN-SPEZIFIKATIONEN

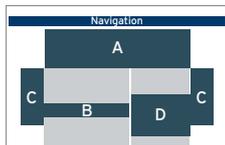
Technische Spezifikationen auf Seite 39. Anlieferung per E-Mail bis jeweils 12 Uhr unter Angabe von Kunden- und Kampagnennamen, Zeitraum pro Motiv, Belegungseinheit, Werbemittel inklusive Ziellink, Ansprechpartner für Rückfragen (E-Mail und Telefon). E-Mail: anzeigen@iz.de

LEISTUNGSDATEN

Monatsdurchschnitt 1. Halbjahr 2016:
Pls **1.476.479***, Visits **622.102***

* Quelle: IVW online

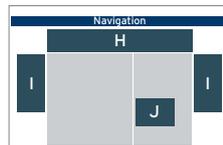
IZ.DE / IZ-SHOP.DE / HEUER-DIALOG.DE / IZ-JOBS.DE / SONDERSEITEN



- A Billboard bis 960 x 300 px
- B Full Size Banner 468 x 60 px
- C Skyscraper 120 x 600 px (li oder re)
- D Medium Rectangle bis 300 x 250 px



- E Maxi Ad 480 x 100 px
- F Wallpaper (Sponsor Ad Navigation + Skyscraper oder Wide Skyscraper 160 x 600 px)
- G Floor Ad 1002 x 120 px



- H Sponsor Ad Navigation 960 x 100 px
- I Wide Skyscraper 160 x 600 px
- J Rectangle 180 x 150 px

STANDARD WERBEFORMATE	MINDESTFORMAT	MAXIMALFORMAT	DATEIGRÖSSE	TKP* / EUR	FESTPREIS EUR/ WOCHE
A Billboard	800 x 180 px	960 x 300 px	60 KB	180	5.400
B Full Size Banner	468 x 60 px		30 KB	35	1.050
TOP-POSITION Position 1: Exklusive Platzierung	468 x 60 px		30 KB	50	1.500
C Skyscraper	120 x 600 px		30 KB	40	1.200
Doppelskyscraper	2 x 120 x 600 px		30 KB	70	2.100
D Medium Rectangle	300 x 250 px	300 x 300 px	30 KB	50	1.500
E Maxi Ad	480 x 100 px	550 x 250 px	40 KB	60	1.800
TOP-POSITION Position 1: Exklusive Platzierung	480 x 100 px	550 x 250 px	40 KB	80	2.400
F Wallpaper	1002 x 100 px + 120 x 600 px	+ 160 x 600 px	60 KB	140	4.200

Besondere Werbeformate: G Floor Ad, H Sponsor Ad Navigation, I Wide Skyscraper, J Rectangle oder die Kombination verschiedener Werbeformate als AdBundle. Preise und Formate siehe Digital-Preisliste **07** www.iz.de/media/digital. Vollbelegung pro Woche liegt bei 100.000 AdR für www.iz.de

* TKP (Tausend-Kontakt-Preis) ** bei 30.000 Werbeauslieferungen / Ad Requests

IZ 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 2016) **569.015***
bzw. tagtäglich **28.451***.

* Quelle: <http://ausweisung.ivw-online.de> 1-6/16

07 Mehr Infos zum Newsletter?
www.iz.de/media/digital



NEWSLETTER		IZ.DE	DIGITAL TOTAL*
Position NL	EUR / Woche	Position IZ.de	Vorteilspreis Kombi NL + IZ.de
SMALL			
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
MEDIUM			
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
LARGE			
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



Mehr Infos zu Digital Total?
www.iz.de/media/digital

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

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.

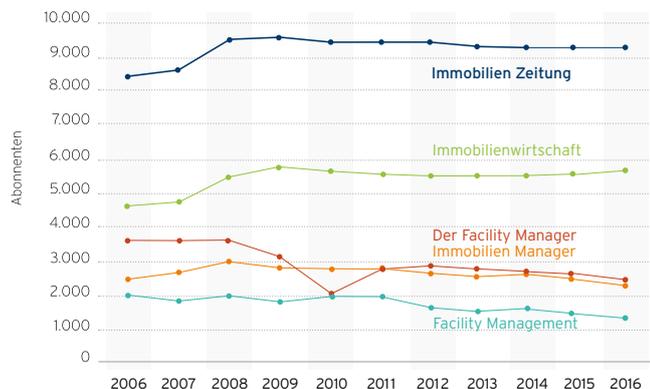
** Gilt für alle beim Verlag „Immobilien Zeitung“ getätigten Anzeigenumsätze, inkl. Fremdbeilagen (Bruttoumsätze ohne Berücksichtigung von Agenturprovisionen, Skonti und sonstigen Nachlässen), z. B. Print + Online + Newsletter IZ aktuell.

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: anzeigen@iz.de . 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.	ANDRUCK/PROOF:	Im Zeitungsdruck benötigen wir bei Farbanzeigen Andrucke auf Zeitungspapier, sog. Proofs mit Farben nach ISO 2846-2. Bitte liefern Sie zu jeder Anzeige ein farb- bzw. druckverbindliches Proof. 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.
FARBEN:	CMYK, Euroskala. Schwarzer Text muss zu 100% und ausschließlich aus Schwarz bestehen. Verwenden Sie das Farbprofil ISOnewspaper30v4.icc oder 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 3c-Anzeigen angepasst. Farbprofil zum Download unter www.iz.de/mediadaten .	DATEIFORMATE ONLINE:	Es werden die gängigen Formate angenommen: GIF, JPEG, PNG und HTML.
LINIEN:	Linienstärke mind. 0,25pt. Bei weißen Linien auf farbigem Hintergrund mind. 0,4pt.	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.
QR CODE:	Wegen der besseren Konturschärfe sollte der QRC in s/w aufgebaut werden (nicht in 4c und nicht als „copy and paste“).		

Auflagenvergleich und Verbreitung.

10-JAHRES-ENTWICKLUNG*



Der Langzeitvergleich der Abonnentenentwicklung zeigt, wie die jeweiligen Titel vom Leser nachgefragt werden von (02/06 bis 02/16).

LEISTUNGSWERTE ONLINE

1.476.479**
Page Impressions

622.102**
Visits

Monats-Durchschnitt
von Januar bis Juni 2016

DURCHSCHNITTLICHE AUFLAGE 4. QUARTAL 2016

Druckauflage	12.081
verbreitete Auflage	11.840
verkaufte Auflagen = Abonnenten	9.245
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) ^{a+d}

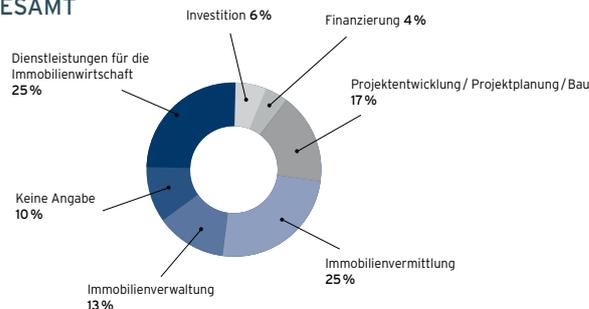
PROJEKTENTWICKLUNG/PLANUNG/BAU	34 % (17 %)
Architektur- oder Ingenieurbüro	5,6 %
Projektsteuerer (Dienstleister für Dritte)	5,6 %
Bauunternehmen	2,8 %
Projektentwicklungsgesellschaft	22,1 %
Bauträger	8,5 %

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



^a nur Berufstätige in immobilienwirtschaftlichen Unternehmen = 84 % der Leserschaft.

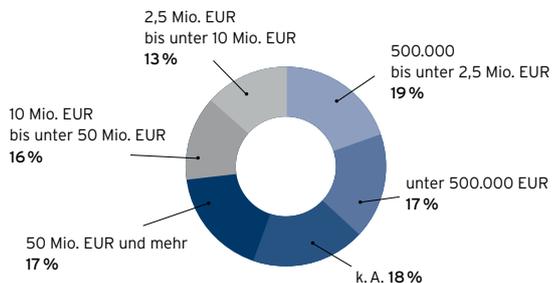
^d Werte in Klammern: Unternehmen, deren Kerngeschäft die jeweilige Sparte ist (Summe der Werte = 100 %). Übrige Werte: Unternehmen, die in diesem Bereich tätig sind.

*Laut Abonnentenstrukturanalyse Czaia Marktforschung, Stand Juni 2011

LESERSTRUKTUR*:

Unternehmen – Wirtschaftseinheit.

UMSATZ (im Unternehmensbereich Immobilien)^a



MITARBEITER (im Unternehmensbereich Immobilien)^a

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

Immobiliegattungen, mit denen die Unternehmen beschäftigt sind (Mehrfachnennungen)^b

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 %

^anur Berufstätige = 91% der Leserschaft; der Rest zu 100 % sind Studenten und Auszubildende in der Immobilienwirtschaft.

^bUnternehmen, 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.

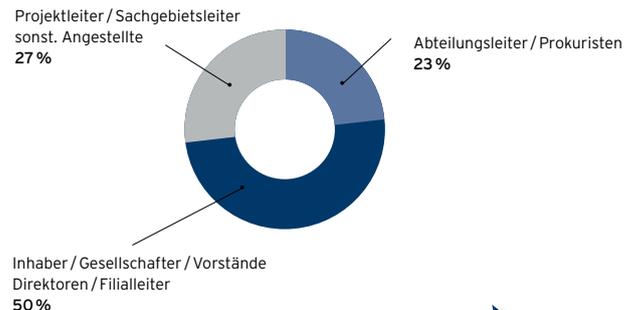
BERUFSSTATUS

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

DIREKT UNTERSTELLTE MITARBEITER ^a

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 ^a



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

^anur Berufstätige = 91% der Leserschaft; der Rest zu 100% sind Studenten und Auszubildende in der Immobilienwirtschaft.

*Laut Abonnenntenstrukturanalyse Czaia Marktforschung, Stand Juni 2011

LESERSTRUKTUR*:

Der Leser im Unternehmen.

TÄTIGKEITSBEREICHE (Mehrfachnennung) ^a

Finanzvermittlung	10,0 %
Vertrieb von Kapitalanlagen	16,1 %
Kreditvergabe	3,9 %
Bewertung von Immobilien	41,3 %
Architektur- und Ingenieurleistungen	20,0 %
Projektmanagement / Projektentwicklung	49,1 %
Vermittlung von Immobilien	43,0 %
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) ^{a+c}

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 immobilisenspezifischer Software	53,5 %
Standort der Immobilie	56,5 %
Anmietung von Büroflächen	46,1 %
Vermietung von Büroflächen	43,5 %
Vermietung von Wohnflächen	32,2 %

^anur Berufstätige = 91% der Leserschaft; der Rest zu 100% sind Studenten und Auszubildende in der Immobilienwirtschaft.

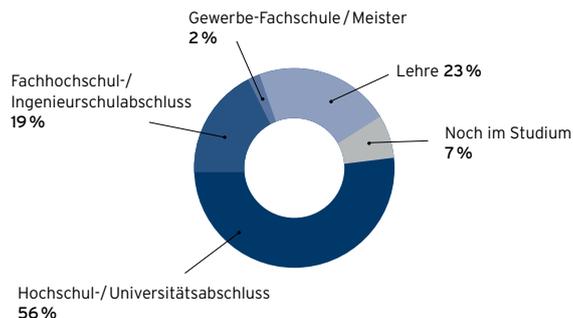
^cLeser, die in diesem Bereich entweder Alleinentscheider sind, Entscheidungen im Team treffen oder Entscheidungen vorbereiten.

*Laut Abonnenstrukturanalyse Czaia Marktforschung, Stand Juni 2011

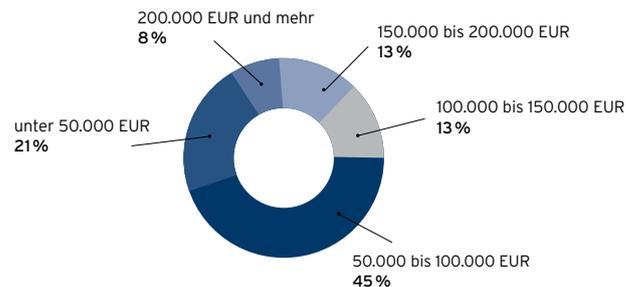
LESERSTRUKTUR*:

Der Leser privat.

AUSBILDUNGSNIVEAU (jeweils höchste Ausbildung)



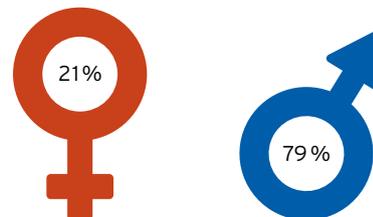
PERSÖNLICHES BRUTTOEINKOMMEN



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

LESERSTRUKTUR*:

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	53,3 Minuten

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

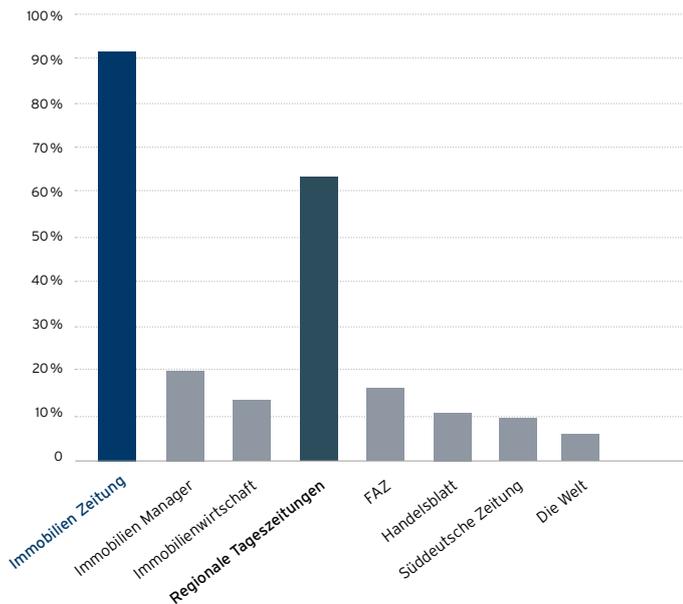
Wird gesammelt / archiviert	33,5 %
Einzelne Beiträge werden gesammelt / archiviert	35,0 %
Wird nach der Nutzung weitergegeben	35,8 %
Wird weggeworfen	39,0 %

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

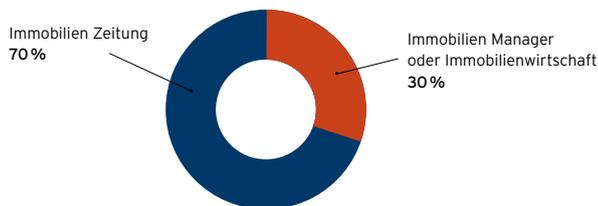
EXKLUSIV-LESER

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.“

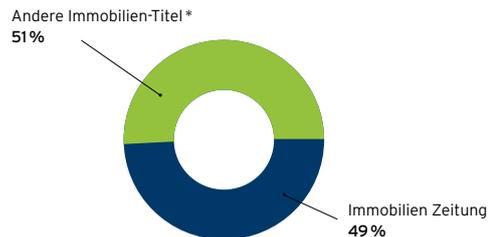
KERNMARKT

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.

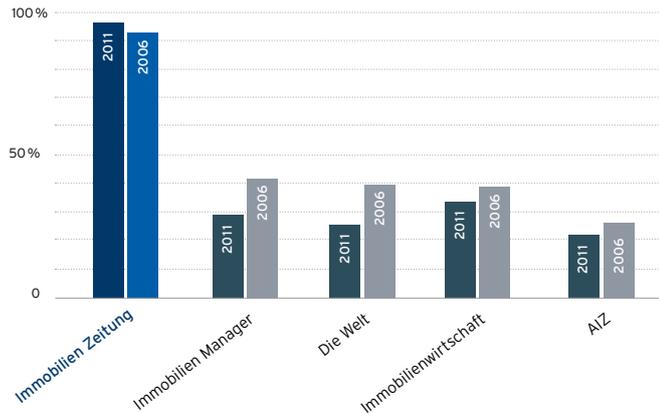


Um die Titelauswahl für die Mediaplanung zu optimieren oder den jeweiligen Etat für jedes Medium festzulegen, helfen die Untersuchungsergebnisse insbesondere zur **Vermeidung von Streuverlusten**. Somit stellt die Lesergruppe „Exklusivleser“ den wertvollsten Leserkreis für das jeweilige Medium da, denn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

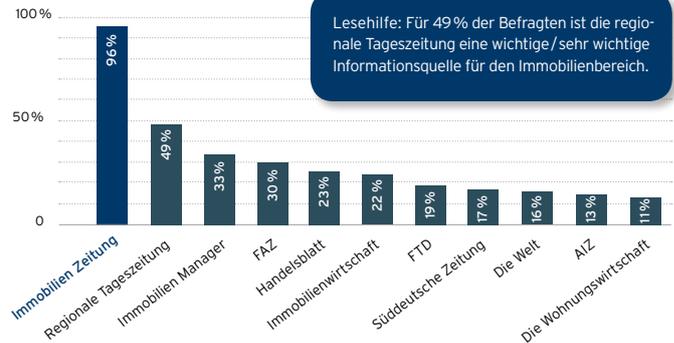
* AIZ Das Immobilienmagazin, BundesBauBlatt, Deutsches Architektenblatt, Das Wertermittlungsforum, Der Immobilienverwalter, Deutsches Architektenblatt, Die private Wohnungswirtschaft, Die Wohnungswirtschaft, EUWID Facility Management, Facility Management, Facility Manager, Grundstücksmarkt und Grundstückswert, 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



Lesehilfe: Für 49% der Befragten ist die regionale Tageszeitung eine wichtige/sehr wichtige Informationsquelle 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 (www.edelmannergo.com), im Juli/August 2016, zeigt aktuelle Ergebnisse zu den Informations- und Mediennutzungsgewohnheiten von Entscheidungsträgern aus der Immobilienbranche, die wir auszugsweise wiedergeben.

DIE WESENTLICHEN ERKENNTNISSE

1

Auch bei möglichen Mehrfachnennungen ist die Immobilien Zeitung das wichtigste Immobilienmedium in Deutschland. Für 78 % der Befragten ist die Immobilien Zeitung die wichtigste Informationsquelle, 29 % nennen den täglichen IZ-Newsletter.

3

Nach Meinung der Immobilienprofis wird in den kommenden fünf Jahren die Relevanz der Medien als starker Kommunikationskanal weiter zunehmen. An Bedeutung gewinnen auch Social Media, Empfehlungen sowie die Unternehmenswebsite.

2

Berichterstattung in den Medien gehört für Immobilienprofis zu den bedeutsamen Faktoren, wenn sie sich über potentielle Geschäftspartner informieren möchten.

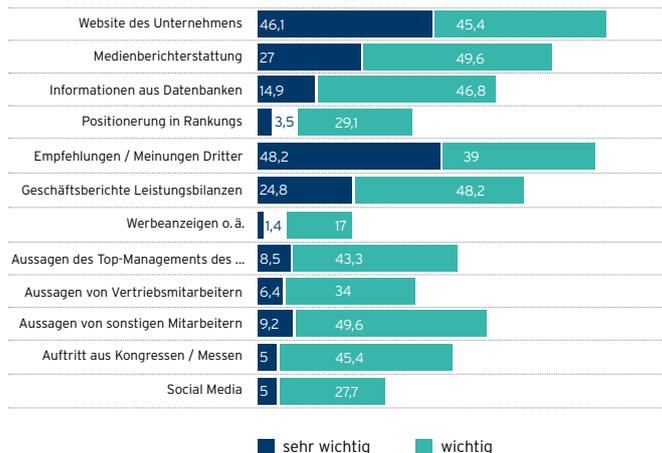
4

Produktqualität und Leistung sind für Immobilienprofis die wichtigsten Faktoren im Hinblick auf die Bewertung von potentiellen Geschäftspartnern. Auszeichnungen oder die Position in Rankings spielen dagegen keine Rolle.

MEDIENBERICHTERSTATTUNG WICHTIG

„Welche Kanäle sind für Sie bedeutsam, wenn Sie sich über ein Unternehmen / einen potenziellen Geschäftspartner informieren möchten?“

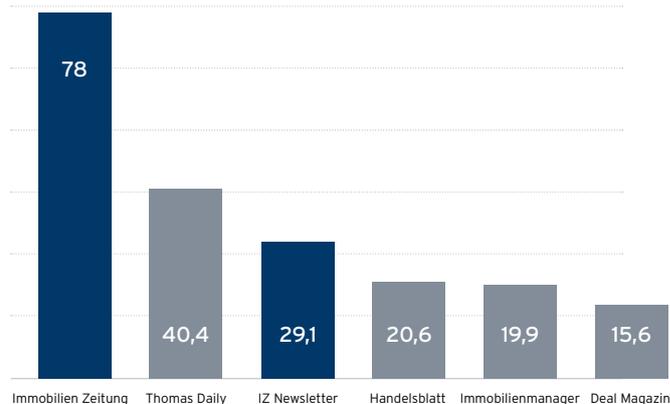
Anteil der Antworten
„sehr wichtig“ und „wichtig“ in %



IMMOBILIEN ZEITUNG BESTÄTIGT IHRE SPITZENPOSITION

„Was ist aus Ihrer Sicht das wichtigste Immobilienmedium in Deutschland?“ Anteile in % (es waren bis zu drei Nennungen möglich; Änderungen der Frage-Systematik, daher keine Vergleichbarkeit mit den Vorjahres-Daten)

Anteile in %, es waren bis zu drei Nennungen möglich

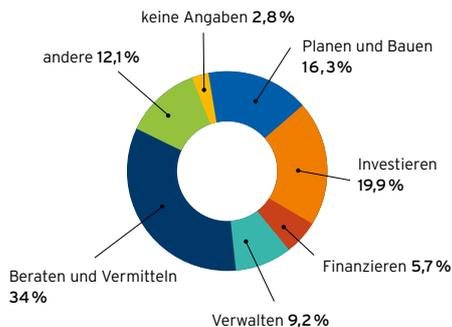


Die Immobilien Zeitung ist mit Abstand das wichtigste Medium für die Immobilienwirtschaft in Deutschland.

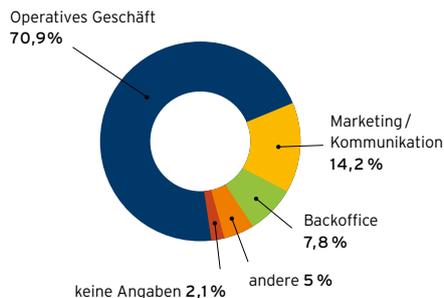
Statistisches zu den Teilnehmern der Umfrage.

318 TEILNEHMER, ONLINE-UMFRAGE JULI/AUGUST 2016

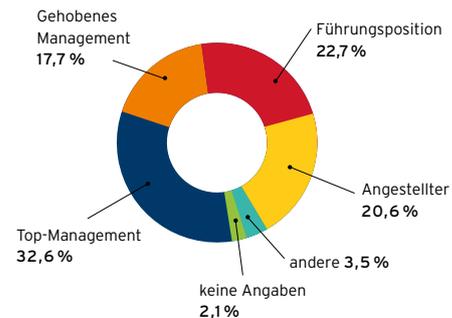
„In welchem Bereich der Immobilienbranche arbeiten Sie?“



„In welchem Bereich des Unternehmens arbeiten Sie?“



„Welche Position begleiten Sie?“



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 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 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

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

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