



**MEDIADATEN  
2026**

***SEIT 1898*  
DIE STIMME  
DER BRANCHE**



# 12x

## HINTERGÜNDE

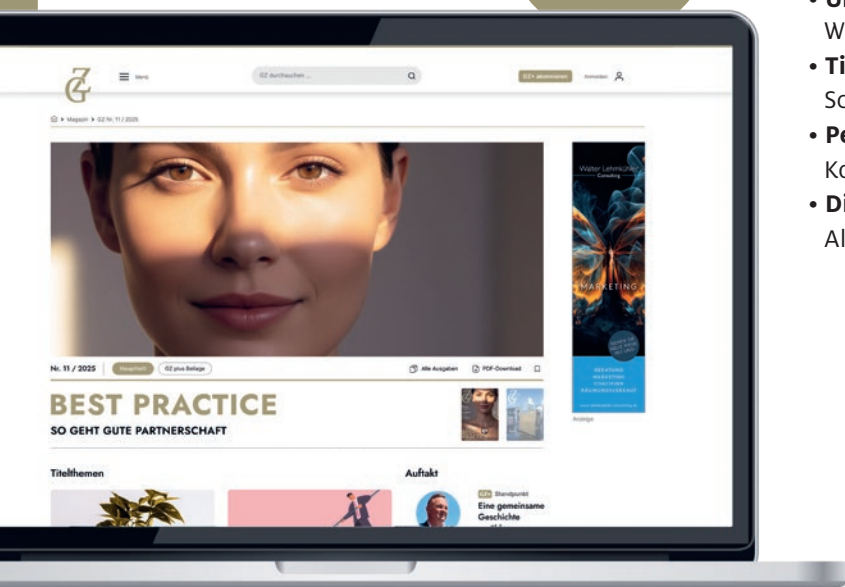
### WER SCHMUCK UND UHREN LIEBT, LIEST DIE GZ.

- **Inspiration trifft Information:**  
Was für die Branche heute und morgen wichtig ist, steht in der GZ
- **Weil Erfolg kein Zufall ist:**  
Die GZ liefert Meinungen, Analysen und Hintergründe
- **Von Experten für Macher:**  
Wissen und Emotionen bringen die GZ zum Glänzen



# 52x

## NEWSLETTER

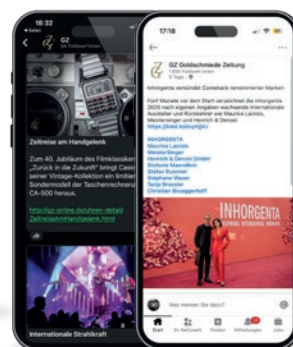
**ALLES  
NEU**


# 365 Tage

## NEWS, APP, WHATS APP, LINKEDIN

### DIGITAL-OFFENSIVE 2026

- **Umfassend & aktuell:**  
Was in der Branche passiert, steht auf GZ-Online
- **Tiefgründig & gehaltvoll:**  
Schwerpunkte bündeln die Themen, die die Branche bewegen
- **Persönlich & kontrovers:**  
Kolumnen, Kommentare, Gastbeiträge zum Mitdiskutieren
- **Die GZ überall dabei:**  
Alle Inhalte der GZ auch in der digitalen Ausgabe lesen



**Jederzeit auch auf WhatsApp und LinkedIn:**  
Das Neueste und Wichtigste aus der Branche!

**MEHR LESER, MEHR REICHWEITE, MEHR INTERAKTIONEN**

## DIE KEY FACTS

## MEDIADATEN PREISLISTE DEUTSCHLAND

### AUFLAGEN

DEUTSCHLAND: 5.000  
ÖSTERREICH: 2.530

### ONLINE\*

AKTIVE NUTZER: 148.600  
AUFRUFE: 487.500  
EREIGNISZAHL PRO NUTZER: 4.1

### NEWSLETTER\*

ABONNENTEN: 2767  
ÖFFNUNGSRATE: 44,01 %  
KLICKRATE: 10,50 %

\*Januar bis August 2025

## PRINT

PLATZIERUNG	FORMAT (Breite x Höhe in mm*)	GRUNDPREIS (in Euro, 4c**)
<b>4/1 Seite</b> (Covergatefolder)	Cover: 227 x 302 / Klappe: 212 x 302	<b>9.900,00</b>
<b>Cover</b> ohne U2	230 x 302	<b>6.600,00</b>
<b>8/1 Seite</b> (Altarfalz)	Offen: 880 x 302	<b>11.200,00</b>
<b>1/1 Seite</b> (U2, U4 bzw. Inhalt re.)	230 x 302	<b>4.600,00</b>
<b>1/1 Seite</b> (Innenteil)	230 x 302	<b>4.200,00</b>
<b>1/2 Seite</b> (quer / hoch)	230 x 151 / 115 x 302	<b>2.300,00</b>
<b>1/3 Seite</b> (quer / hoch)	230 x 99 / 77 x 302	<b>1.800,00</b>
<b>1/4 Seite</b> / 1-spaltig (quer / hoch)	230 x 76 / 55 x 302	<b>1.400,00</b>

Weitere Formate auf Anfrage

\*Anschnittformat zzgl. Beschnittzugabe an allen Seiten je 5 mm    \*\* Euroskala  
Allen Preisen ist der jeweils gültige gesetzliche Mehrwertsteuersatz hinzuzurechnen.

## ONLINE

PLATZIERUNG	FORMAT (Breite x Höhe in Pixel)	GRUNDPREIS (in Euro)
<b>Klassisch</b> (Laufzeit jeweils 30 Tage)		
<b>Skyscraper</b>	160 x 600	<b>1.200,00</b>
<b>Rectangel/Medium Rectangel</b>	300 x 250	<b>1.200,00</b>
<b>Superbanner</b>	728 x 90	<b>1.200,00</b>
<b>Ad Bundle</b> (Laufzeit 30 Tage)	Formate siehe oben	<b>1.890,00</b>
<b>Content Ad</b>	300 x 250	<b>900,00</b>
<b>Sonderformate</b> (Laufzeit 1 Woche / 1 Monat)		
<b>Popup</b>		<b>600,00 / 1.900,00</b>
<b>Layer-Ad (animiert)</b>		<b>900,00 / 2.500,00</b>
<b>Outstream Video</b>		<b>800,00 / 2.200,00</b>

Weitere Formate auf Anfrage

## NEWSLETTER

PLATZIERUNG	FORMAT (Breite x Höhe in Pixel)	GRUNDPREIS (in Euro)
<b>Newsletter Banner</b> (einmaliges Erscheinen)	564 X 215 (max.)	<b>450,00</b>
<b>Stand-Alone-Newsletter</b>		<b>3.500,00</b>

## DIE KEY FACTS



## MEDIADATEN PREISLISTE

### ÖSTERREICH



Seit 2022 ist die GZ mit einer **eigenen Österreich-Ausgabe** das offizielle Organ des österreichischen Verbandes. **Viermal jährlich erreicht die GZ flächendeckend alle Juweliere Österreichs.**

Auflage: 2.530 Exemplare

## SCHWERPUNKTE

### FEBRUAR

Inhorgenta  
Design-Guide  
Marken-Kooperation

### MAI

Labordiamanten  
Fachhandelstreue  
Independent Watch Brands

### AUGUST

Recycling  
Nachhaltigkeit  
Vicenzaoro  
Colour Stories

### NOVEMBER

Premium  
Best Practice  
Last Order

## PRINT (NUR ÖSTERREICH)

PLATZIERUNG	FORMAT (Breite x Höhe in mm*)	GRUNDPREIS (in Euro, 4c**)
<b>4/1 Seite</b> (Covergatefolder)	Cover: 227 x 302 / Klappe: 212 x 302	<b>7.500,00</b>
<b>Cover</b> ohne U2	230 x 302	<b>5.000,00</b>
<b>1/1 Seite</b> (U2, U4 bzw. Inhalt re.)	230 x 302	<b>4.200,00</b>
<b>1/1 Seite</b> (Innenteil)	230 x 302	<b>3.500,00</b>
<b>1/2 Seite</b> (quer / hoch)	230 x 151 / 115 x 302	<b>1.900,00</b>
<b>1/3 Seite</b> (quer / hoch)	230 x 99 / 77 x 302	<b>1.400,00</b>
<b>1/4 Seite</b> / 1-spaltig (quer / hoch)	230 x 76 / 55 x 302	<b>1.100,00</b>

Weitere Formate auf Anfrage

\* Anschnittformat zzgl. Beschnittzugabe an allen Seiten je 5 mm    \*\* Euroskala  
Allen Preisen ist der jeweils gültige gesetzliche Mehrwertsteuersatz hinzuzurechnen.

## IHRE ANSPRECHPARTNER

### Anzeigenverkauf Print/Online

#### Alexander Steffl

Untitled Verlag und Agentur  
GmbH & Co. KG  
Medienpark Kampnagel | Jarrestraße 2  
D-22303 Hamburg

fon: +49 (0) 151/6280 9160  
e-mail: a.steffl@gz-online.de

### Disposition/ Anzeigenverwaltung

#### Manuela Rapp

Untitled Verlag und Agentur  
GmbH & Co. KG  
Medienpark Kampnagel | Jarrestraße 2  
D-22303 Hamburg

fon: +49 (0) 40/18 98 81-195  
e-mail: m.rapp@gz-online.de

### Redaktion

#### Dr. Ulrich Schmid (cvd)

Untitled Verlag und Agentur  
GmbH & Co. KG  
Medienpark Kampnagel | Jarrestraße 2  
D-22303 Hamburg

fon: +49 (0) 40/18 98 81-120  
e-mail: u.schmid@gz-online.de

**JANUAR** EVT: 12.01. (DU: 12.12.25)

**Jenseits von teuer:** Uhren in den Einstiegspreislagen  
**Design-Guide:** Neue Impulse für die Branche

**GZ plus: Trauringe & Co**

**Exklusiv: Inhorgenta Pre Daily News**

**JULI** EVT: 10.07. (DU: 23.06.26)

**Recycling:** Aus alt wird neu  
**Nachhaltigkeit:** Mehr als Lippenbekenntnisse  
**Inova Pulse:** Der Design-Guide zur Messe in Wallau

**GZ plus: Deutschlands beste Goldschmieden**

**FEBRUAR** EVT: 10.02. (DU: 22.01.26)

**Inhorgenta Munich:** Alles zur wichtigsten Messe  
**Großes Digital-Special live**

**Exklusiv: Inhorgenta Daily News**  
 während der Messe (Fr., Sa. und So.)

**AUGUST** EVT: 12.08. (DU: 24.07.26)

**Farbsteine:** Colour up your business  
**Inova Collection:** Alles, was man wissen muss

**GZ plus: Die ersten 25 Jahre. Rückblick auf ein Vierteljahrhundert Schmuck und Uhren**

**MÄRZ** EVT: 12.03. (DU: 23.02.26)

**Highlights, Neuheiten, Innovationen:**  
 Das war die Inhorgenta 2026  
**Watches and Wonders & Co:**  
 Die Uhren- und Schmuckwelt trifft sich in Genf  
**Fancy Cuts:** Ein Diamant muss nicht immer rund sein  
**Wie funktioniert das?**  
 Alte Goldschmiede-Techniken neu interpretiert

**SEPTEMBER** EVT: 07.09. (DU: 19.08.26)

**Top-Seller:** Umsatzbringer fürs Weihnachtsgeschäft  
**Verlobung:** Der gelungene Start in eine lange Kundenbeziehung  
**Special:** Glashütte

**OKTOBER** EVT: 05.10. (DU: 16.09.26)

**Premium:** Luxury sells  
**Damenuhren:** Segment mit Potenzial

**APRIL** EVT: 07.04. (DU: 17.03.26)

**Lifestyle & Fashion:** Modische Ideen für Schmuck und Uhren  
**Ladenbau:** Erlebnisräume für mehr Umsatz  
**Labgrowns:** Positionierung, Nachfrage, Aussichten  
**Gem Genève:** Traumziel für Edelsteinluxus

**NOVEMBER** EVT: 06.11. (DU: 20.10.26)

**Best Practice:** Wie das Zusammenspiel gelingt  
**Premium-Silber:** Der neue weiße Luxus

**GZ plus: Vorschau auf die Vicenzaoro**

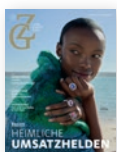
**MAI** EVT: 07.05. (DU: 17.04.26)

**Fachhandelstreue:** Stärken des Geschäfts vor Ort  
**Genf-Rückblick:** Die Höhepunkte der Watches and Wonders  
**Couture Las Vegas:** Gipfeltreffen in der Wüstenmetropole

**GZ plus: Independent Watch Brands**

**DEZEMBER** EVT: 02.12. (DU: 13.11.26)

**Innovation:** Fertigung, Werkstatt und Atelier  
**Jahresrückblick:** Das war 2026

**JUNI** EVT: 11.06. (DU: 22.05.26)

**Basic-Sortimente:** Der Dreh zum Grundrauschen  
**Taucheruhren:** Modelle mit Tiefgang  
**Uhrenbeweger & Co:** Zusatzsortimente bereichern das Geschäft

**GZ plus: Schmuckmarken.**  
 Der große Überblick für den Fachhandel