



**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

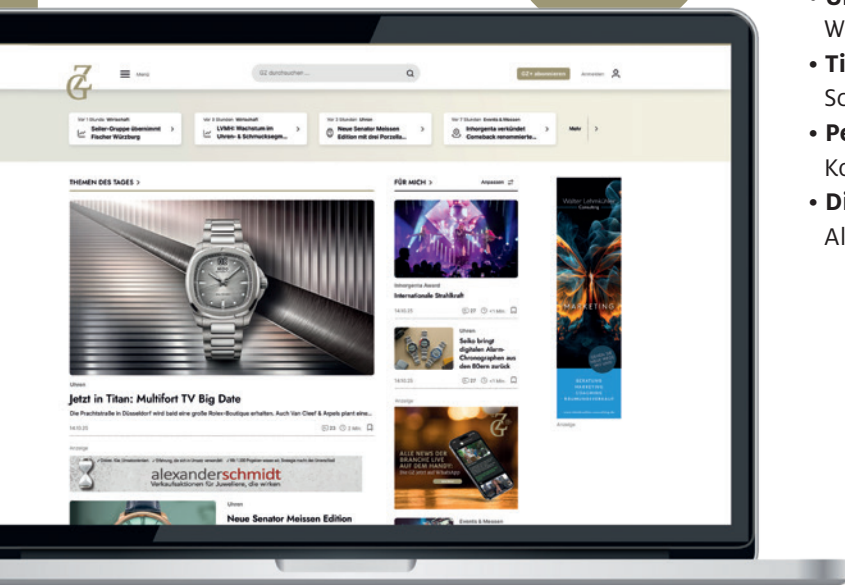
ALLES
NEU

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**) |
|--|--------------------------------------|----------------------------|
| 4/1 Seite (Covergatefolder) | Cover: 227 x 302 / Klappe: 212 x 302 | 9.900,00 |
| Cover ohne U2 | 230 x 302 | 6.600,00 |
| 8/1 Seite (Altarfalz) | Offen: 880 x 302 | 11.200,00 |
| 1/1 Seite (U2, U4 bzw. Inhalt re.) | 230 x 302 | 4.600,00 |
| 1/1 Seite (Innenteil) | 230 x 302 | 4.200,00 |
| 1/2 Seite (quer / hoch) | 230 x 151 / 115 x 302 | 2.300,00 |
| 1/3 Seite (quer / hoch) | 230 x 99 / 77 x 302 | 1.800,00 |
| 1/4 Seite / 1-spaltig (quer / hoch) | 230 x 76 / 55 x 302 | 1.400,00 |

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) |
|---|------------------------------------|--------------------------|
| Klassisch (Laufzeit jeweils 30 Tage) | | |
| Skyscraper | 160 x 600 | 1.200,00 |
| Rectangel/Medium Rectangel | 300 x 250 | 1.200,00 |
| Superbanner | 728 x 90 | 1.200,00 |
| Ad Bundle (Laufzeit 30 Tage) | Formate siehe oben | 1.890,00 |
| Content Ad | 300 x 250 | 900,00 |
| Sonderformate (Laufzeit 1 Woche / 1 Monat) | | |
| Popup | | 600,00 / 1.900,00 |
| Layer-Ad (animiert) | | 900,00 / 2.500,00 |
| Outstream Video | | 800,00 / 2.200,00 |

Weitere Formate auf Anfrage

NEWSLETTER

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

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**) |
|--|--------------------------------------|----------------------------|
| 4/1 Seite (Covergatefolder) | Cover: 227 x 302 / Klappe: 212 x 302 | 7.500,00 |
| Cover ohne U2 | 230 x 302 | 5.000,00 |
| 1/1 Seite (U2, U4 bzw. Inhalt re.) | 230 x 302 | 4.200,00 |
| 1/1 Seite (Innenteil) | 230 x 302 | 3.500,00 |
| 1/2 Seite (quer / hoch) | 230 x 151 / 115 x 302 | 1.900,00 |
| 1/3 Seite (quer / hoch) | 230 x 99 / 77 x 302 | 1.400,00 |
| 1/4 Seite / 1-spaltig (quer / hoch) | 230 x 76 / 55 x 302 | 1.100,00 |

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

GZ

2026



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



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