polis

URBAN DEVELOPMENT

33. Jahrgang

Das Magazin für Stadt- und Projektentwicklung



MEDIADATEN 2026

PRINT

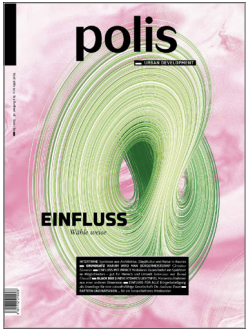
www.polis-magazin.com | redaktion@polis-magazin.com

DIE POLIS AUSGABEN 2025

POLIS HAUPTAUSGABEN 2025







METRO.POLIS AUSGABEN 2025



WEITERE SONDERAUSGABEN 2025



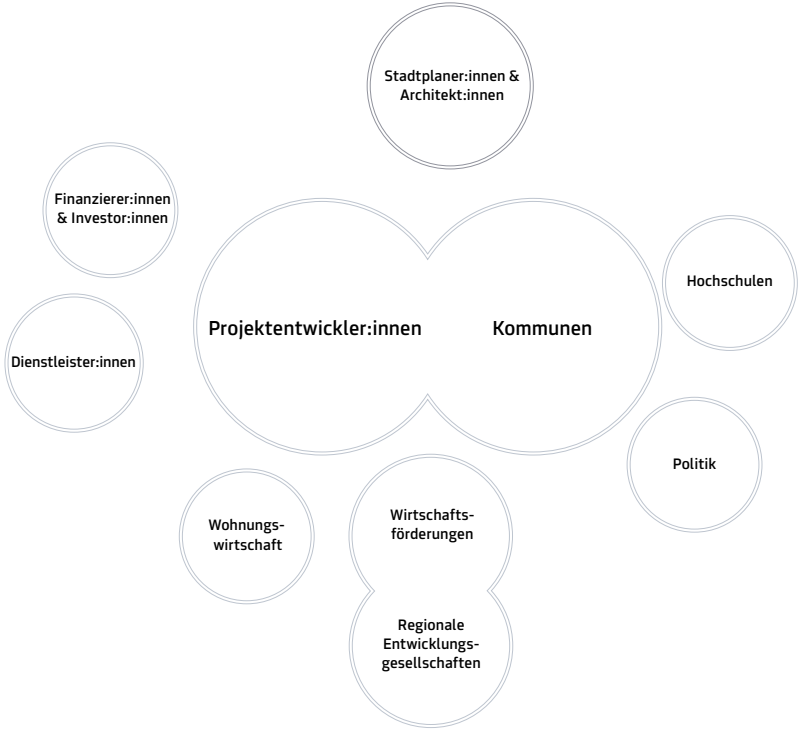
PRINT – DISTRIBUTION

AUFLAGEN UND ZIELGRUPPEN

Druckauflage	**6.500**
verbreitete Auflage	5.675
Freistücke	4.600
Abonnements	183
Archivexemplare	100
Belegexemplare	623

Empfänger:innenstruktur

Projektentwickler:innen (Immobilienentwickler:innen)	1.215
Stadtplaner:innen, Architekt:innen	2.410
Wohnungswirtschaft	218
Dienstleister:innen	984
Finanzierer:innen und Investor:innen	402
Kommunen (Entscheider:innen der 200 größten Städte)	1.123
Hochschulen	98
Politik	658
Wirtschaftsförderungen (Regionale Entwicklungsgesellschaften)	332



POLIS – THEMEN UND TERMINE 2026

Ausgabe	Redaktionsschluss	Anzeigenschluss	Erscheinung	Themenschwerpunkt
polis Messemagazin 01/2026	24.03.2026	24.03.2026	28.04.2026	**Neue Horizonte**
polis 02/2026	23.06.2026	23.06.2026	21.07.2026	**TBA**
polis 03/2026	01.09.2026	01.09.2026	29.09.2026	**TBA**
polis 04/2026	17.11.2026	17.11.2026	15.12.2026	**TBA**

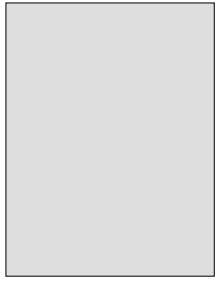
Veranstaltungen und Messen

mipim/Cannes	09.–13.03.2026	**Expo Real**/München	05.–07.10.2026
polis Convention/Düsseldorf	06.–07.05.2026		
Tag der Immobilienwirtschaft (ZIA)/Berlin	19.05.2026		

PRINT – ANZEIGENFORMATE UND PREISE

POLIS UND METRO.POLIS

Anzeigenformate (Heftformat: 220 mm breit x 297 mm hoch)		**Preis in Euro*** (sw oder 4c)	**Format in mm** (Breite x Höhe)
U2	2. Umschlagseite	6.000,-	220 x 297
U3	3. Umschlagseite	5.000,-	220 x 297
U4	4. Umschlagseite	8.000,-	220 x 297
1/1 Seite	Innenteil (linke Seite)	4.200,-	220 x 297



1/1 Seite 220 × 297 mm

* Alle Preise zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

Malstaffel-Rabatt
Mehrfachschaltung innerhalb von 12 Monaten

ab 2 Schaltungen	5 %
ab 3 Schaltungen	10 %
Jahresabo	15 %

Mengenstaffel-Rabatt
Möglich ab 2 Anzeigen, Rabatt auf Anfrage

Farben
Die genannten Farbpreise beziehen sich auf die Farben der 4c-Euroskala. Andere Farbwerte gelten als Sonderfarben, Zuschlag hierfür pro Farbe 1.670,– Euro.

Anschnitt
3 mm Beschnitt an jeder Seite

Farbprofil
ISO Coated v2

DAS POLIS MAGAZIN

REDAKTIONSPARTNER:INNENSCHAFTEN

Interessent:innen bieten wir die Möglichkeit, sich als Redaktionspartner:innen an der inhaltlichen Gestaltung unseres Magazins in Form von Gast-Beiträgen, Interviews etc. zu beteiligen. Sowohl die thematische Ausrichtung als auch die redaktionelle Erstellung erfolgt in Abstimmung mit der polis-Redaktion.

Gerne informieren wir Sie über unsere Redaktionspartner:innenschaften. Sprechen Sie uns an oder schreiben Sie uns eine Mail.

Susanne Peick, Chefredakteurin
Marie Sammet, Stellv. Chefredakteurin
Telefon: 0202 248 36 - 31
E-Mail: redaktion@polis-magazin.com



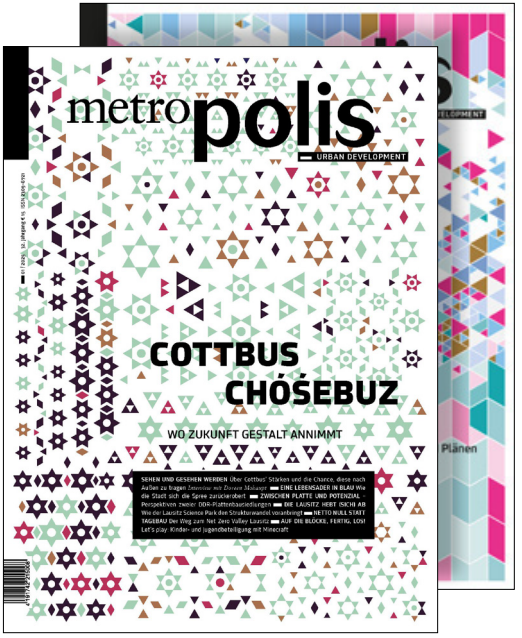
DIE METRO.POLIS

SONDERAUSGABEN MIT KOMMUNALEM SCHWERPUNKT

Für die metro.polis Ausgaben arbeiten wir mit Kommunen zusammen. Sie ergänzen die polis Hauptausgaben und richten den Fokus auf aktuelle Entwicklungen der Stadt- und Projektentwicklung, auf einzelne Projekte, Visionen und Ideen innerhalb einer bestimmten Kommune. Die Magazine entstehen in Zusammenarbeit mit den jeweiligen metro.polis Partner:innen.

Sie sind an einer Kooperation interessiert?
Dann sprechen Sie uns an!

Marie Sammet, Stellv. Chefredakteurin
Telefon: 0202 248 36 - 32
E-Mail: sammet@polis-magazin.com / redaktion@polis-magazin.com



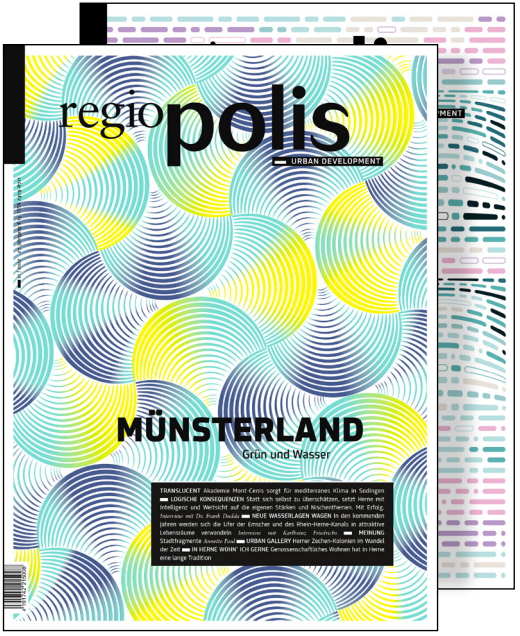
DIE REGIO.POLIS

SONDERAUSGABE ZU PROJEKTEN EINER REGION

Unsere regio.polis Ausgaben konzentrieren sich auf herausragende Projekte, architektonische Landmarken und innovativen Akteur:innen der Stadtentwicklung einer ganzen Region. Im Vordergrund steht hier unter anderem auch die Frage, wie über erfolgreiche Kooperationen und sinnvolle Vernetzungen Synergieeffekte entstehen, die einerseits zur Stärkung der Region führen, andererseits aber auch zur überregionalen Sichtbarkeit beitragen. In Kooperation mit den jeweiligen Partner:innen widmen wir uns der individuellen Herangehensweise, den Visionen sowie den bereits erfolgreichen Prozessen. Den Fokus bestimmt unser:e Partner:in; unsere Redaktion gießt alles in textliche und visuelle Form.

Sie haben Interesse an einer eigenen regio.polis Ausgabe?
Dann sprechen Sie uns an!

Susanne Peick, Chefredakteurin
Telefon: 0202 248 36 - 31
E-Mail: peick@polis-magazin.com / redaktion@polis-magazin.com



DIE META.POLIS

SONDERAUSGABE FÜR UNTERNEHMEN, VERBÄNDE & INSTITUTIONEN

Für die meta.polis Ausgaben arbeiten wir mit Unternehmen, Verbänden oder Institutionen zusammen. Sie ergänzen die polis Hauptausgaben sowie unsere metro.polis Reihe. Im Zentrum stehen unternehmens- bzw. verbandspezifische Themen und Fragestellungen, Projekte und Visionen. Die Magazine entstehen in kooperativer Zusammenarbeit zwischen meta.polis Partner:in und unserer Redaktion.

Sie haben Interesse an einer eigenen meta.polis Ausgabe?
Dann sprechen Sie uns an!

Susanne Peick, Chefredakteurin
Telefon: 0202 248 36 - 31
E-Mail: peick@polis-magazin.com / redaktion@polis-magazin.com



DIE NEO.POLIS

SONDERAUSGABE ZU PROJEKTEN EINES UNTERNEHMENS

Unsere neo.polis Ausgaben konzentrieren sich auf herausragende Projekte eines spezifischen Unternehmens – von architektonischen Landmarken bis hin zu komplexen Quartiersentwicklungen. In Kooperation mit den jeweiligen Partner:innen widmen wir uns der individuellen Herangehensweise, den Visionen sowie den bereits realisierten Objekten. Ob regional oder bundesweit: Den Fokus bestimmt unser:e Partner:in; unsere Redaktion gießt alles in textliche und visuelle Form.

Sie haben Interesse an einer eigenen neo.polis Ausgabe?
Dann sprechen Sie uns an!

Susanne Peick, Chefredakteurin
Telefon: 0202 248 36 - 31
E-Mail: peick@polis-magazin.com / redaktion@polis-magazin.com



VERLAGSANGABEN

Verlag	Verlag Müller + Busmann GmbH & Co. KG Hofaue 63, 42103 Wuppertal mb@mueller-busmann.com Telefon: 0202 / 2 48 36 - 0, Fax: 0202 / 2 48 36 - 10
Verlagleitung/ Herausgeber/	Prof. Dr. Johannes Busmann (V.i.S.d.P.) busmann@polis-magazin.com
Chefredaktion	Susanne Peick peick@polis-magazin.com
Stellv. Chefredaktion	Marie Sammet sammet@polis-magazin.com
Anzeigen / Vertrieb	polis Redaktion Telefon: 0202 / 2 48 36 - 0, Fax: 0202 / 2 48 36 - 10 redaktion@polis-magazin.com
Internet	www.polis-magazin.com
Erscheinungsweise	4 Haupt-Ausgaben im Jahr + Sonderausgaben
ISSN	polis Magazin 0938-3689 metro.polis 2309-8721 meta.polis 2702-8712
Mitgliedschaften	Media-Datenbank der Deutschen Fachpresse
Anzeigenpreise	Preisliste Nr. 23, gültig ab 1. Januar 2019
Heftpreise	Einzelheft: 15 € Jahres-Abo 1: 4 Hauptausgaben: 48 € (Studierende 40 €) Jahres-Abo 2: 4 Hauptausgaben + 4 Sonderausgaben: 96 € (Studierende 80 €). Ausland auf Anfrage.
Digitales Content-Abo	Abonnementmöglichkeiten finden Sie auf polis-forum.com

Redaktion	Marie Schwemin schwemin@polis-magazin.com Vanessa Falletta falletta@polis-magazin.com Annika Poblocki poblocki@polis-magazin.com Julian Dell dell@polis-magazin.com
Grafik	Esra Güner guener@polis-magazin.com Patrick Barzagar Nazari barzagar.nazari@polis-magazin.com Carolin Ebbert ebbert@mueller-busmann.com
Website/polisFORUM	Marco Baumgartner baumgartner@polis-magazin.com Jayaraj Annalingam annalingam@mueller-busmann.com
Bankverbindung	Nationalbank IBAN: DE46 3602 0030 0006 8515 84 BIC: NBAGDE3E
Zahlungsbedingungen	Zahlung innerhalb von 14 Tagen nach Rechnungsdatum USt-IdNr. DE285468050

Allen Preisen ist der jeweils gültige gesetzliche Mehrwertsteuersatz hinzuzurechnen. Gerichtsstand und Erfüllungsort ist Wuppertal.

TECHNISCHE DATEN

Format

Heftformat: 220 mm breit × 297 mm hoch
Satzspiegel: 195 mm breit × 254 mm hoch

Druckverfahren

Bogen-Offsetdruck

Geringe Tonwertabweichungen sind im Toleranzbereich des Bogen-Offsetdrucks begründet.

Bindeverfahren

PUR-Klebebindung

Farbauftrag

Der maximal zulässige Farbauftrag liegt bei 325%. Bitte verwenden Sie nach Möglichkeit das durch die European Color Initiative (eci) zertifizierte CMYK-Farbprofil ISOcoated V2.

Datenformate

Bitte senden Sie uns die druckoptimierten PDF-Dateien (CMYK-Modus) im X3:2002-Standard.

Je Anschnittkante bitte 3 mm Beschnittzugabe, Export ohne Beschnittzeichen.

Bilddaten

Bei der Verwendung von Pixelgrafiken achten Sie bitte darauf, eine geringe Komprimierung (etwa ZIP) zu verwenden, um eine optimale Druckqualität zu erreichen. Farbmodus: CMYK oder Graustufen, Auflösung: 300 dpi.

Bei Lieferung fehlerhafter PDF-Dateien besteht kein Reklamationsanspruch.

Datenanlieferung

POSTALISCH:
CD-ROM/DVD-ROM oder USB-Stick
DIGITAL:
E-Mail (bei Datenmengen bis ca. 30 MB)
File-Hoster Ihrer Wahl (z. B. www.wetransfer.com)

Farbanzeigen

Sonderfarben (Pantone/HKS u. ä.) werden in CMYK-Farbtöne umgewandelt und entsprechend gedruckt.

Der Anzeigenschluss gilt als verbindlicher Liefertermin für Druckunterlagen.

Gewährleistung

Für Abweichungen in Texten, Abbildungen und insbesondere Farben können wir keinerlei Haftung übernehmen. Wir gehen davon aus, dass es sich bei den an uns gesendeten Dateien um Kopien handelt und übernehmen für den Bestand der uns übergebenen Dateien keine Haftung, weder besteht eine Archivierungspflicht.

Preise für die Nachbearbeitung fehlerhafter Dateien und sonstige Leistungen auf Anfrage.

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

„Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserierenden in einer Druckschrift zum Zwecke der Verbreitung.

Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.

Bei Abschlüssen ist der/die Auftraggeber:in berechtigt, innerhalb der vereinbarten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.

Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der/die Auftraggeber:in, 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 höhere Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.

Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, 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/der Auftraggeber:in noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.

Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – 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 Gesetz oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertreter:innen aufgegeben werden.

Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung bei der Leser:innenschaft den Eindruck eines Bestandteils der Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem/der Auftraggeber:in unverzüglich mitgeteilt.

Einhefter und Beilagen dürfen nur für das Verkaufsprogramm eines Werbungtreibenden werben. Sie müssen den Postbestimmungen entsprechend so gestaltet sein, dass sie nicht mit dem Redaktionsteil verwechselt werden können.

Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der/die Auftraggeber:in 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.

Der/die Auftraggeber:in hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeigen Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der/die Auftraggeber:in das Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages.

Schadenersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – 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 oder grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines/seiner gesetzlichen Vertreter:in 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 übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts beschränkt.

Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der/die Auftraggeber:in 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 mitgeteilt werden.

Falls der/die Auftraggeber:in keine 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 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.

Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckgröße der Berechnung zugrunde gelegt.

Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen 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/der Auftraggeber:in 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 offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

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.

Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder – wenn eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigter Mangel, wenn sie bei einer Auflage mindestens zwanzig v. H. beträgt. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie für vom/von der Auftraggeber:in gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der/die Auftraggeber:in zu tragen.

Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem/der Auftraggeber:in von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass diese:r vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.

Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet.

Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den/die Auftraggeber:in zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.

Der Verlag behält sich im Interesse und zum Schutz des/der Auftraggeber:in das Recht vor, die eingehenden Angebote zur Ausschaltung von Missbrauch des Zifferndienstes zu Prüfzwecken zu öffnen. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet.