

2024

Portfolio DIE ZEIT

---

# Kommunikation für Non Profit Organisationen



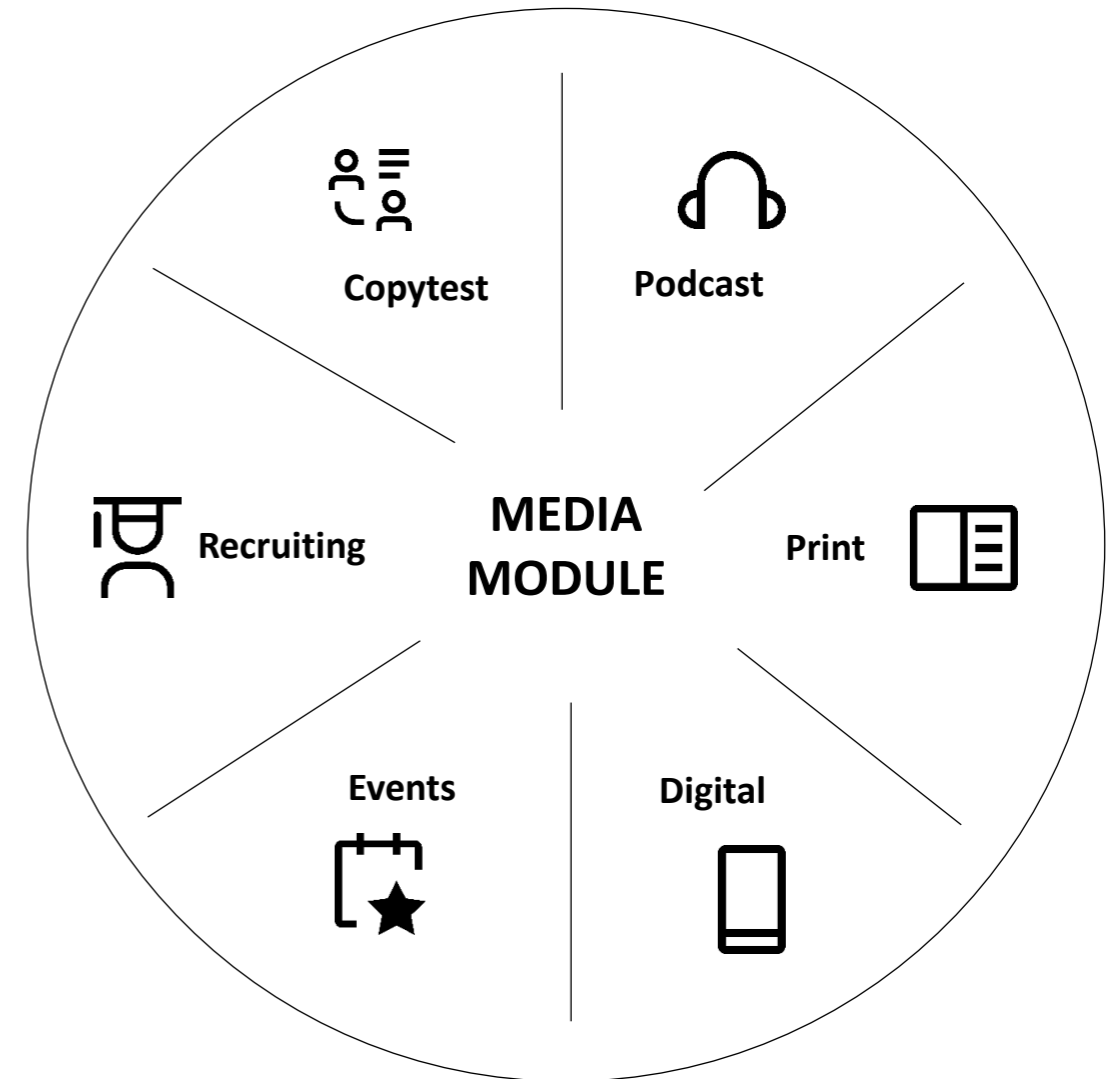
# Wir sind Ihr Partner!

Mit uns bewegen Sie Menschen.

Jedes Projekt, sei es auch noch so klein, kann und wird etwas bewirken – dabei wollen wir Ihnen zur Seite stehen und Ihnen die Sichtbarkeit verleihen, die Sie und Ihre Projekte verdienen.

Mit ZEIT MEDIA haben Sie einen zuverlässigen Partner an Ihrer Seite, der Sie mit einer breiten Palette an Kommunikationsmöglichkeiten und branchenerfahrenen Expert:innen unterstützt.

Gemeinsam erzählen wir Ihre Geschichten – große wie kleine – generieren Spenden und schaffen Räume für Begegnungen. Bei uns treffen Sie auf eine engagierte und interessierte Leserschaft. Wir analysieren Daten und schaffen für Sie Wege, Ihre wertvolle Arbeit über alle Kanäle sichtbar zu machen. Und das mit ganz viel Service und vor allem ganz viel Herzblut.



# Inhaltsverzeichnis

Was Sie erwartet.

Inhalts-  
verzeichnis  
ist verlinkt

## PRINT

[DIE ZEIT](#)

[ZEIT Ressorts](#)

[ZEITmagazin](#)

[Beilagen](#)

[WAS TUN ?/!](#)

[ZEIT Magazine](#)

## DIGITAL

[ZEIT Online](#)

[ZEIT App](#)

[ZEIT Sinn](#)

[ze.tt](#)

[Newsletter](#)

[Podcasts](#)

## INTERAKTIV

[ZEIT für X-  
Thementage](#)

[ZEIT Leo Weltretter-  
Mission](#)

[Z2X](#)

[My Company Talks](#)

[Freunde der ZEIT](#)

[Targeting](#)

[Sponsored Content](#)

[Kontakt](#)

# Was unsere Leserschaft auszeichnet.

## 2 Mio.

Menschen erreicht  
DIE ZEIT wöchentlich.

**0,86 Mio.** der ZEIT-Leser:innen formulieren den Anspruch, sich aktiv für die Veränderung in der Gesellschaft einzusetzen.

### Wie engagiert sind die ZEIT-Leser:innen?

**80,1%** schätzen gesellschaftliches Engagement als wichtig ein.

**63,1%** spenden einmal oder mehrfach im Jahr.

**0,96 Mio.** gehen einer ehrenamtlichen Tätigkeit nach.

## 65,4%

der ZEIT-Leser:innen achten beim Konsum auf die Nachhaltigkeit der Produkte (Umweltverträglichkeit, keine Kinderarbeit etc.).

Die verkaufte Auflage der ZEIT liegt bei **606.220** Exemplaren.

Quellen: AWA 2023, IVW Ø Q1-4/2023, best for planning 2023



»In den ZEIT-Medien erreichen wir Leser:innen, die unsere Fundraising-Kampagnen mit Erst-Spenden unterstützen.«

*Jürgen-August Schreiber, Renovabis*





# Unser Markenportfolio

## DIE ZEIT – Print und digital



### DIE ZEIT

**Verkaufte Auflage\***  
606.220 Exemplare  
**Reichweite\*\***  
2 Mio. Lesende  
**Erscheinungsweise**  
wöchentlich, donnerstags

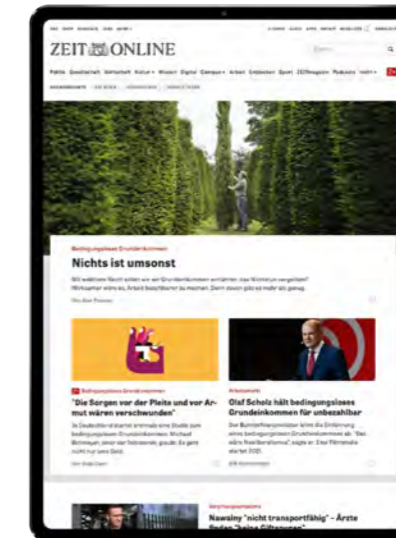
### DIE ZEIT App

**Verkäufe pro Ausgabe\*\*\***  
31.000 Downloads  
**Erscheinungsweise**  
wöchentlich, mittwochs



### ZEITmagazin

**Verkaufte Auflage\***  
606.220 Exemplare  
**Reichweite\*\***  
1,29 Mio. Lesende  
**Erscheinungsweise**  
wöchentlich, donnerstags



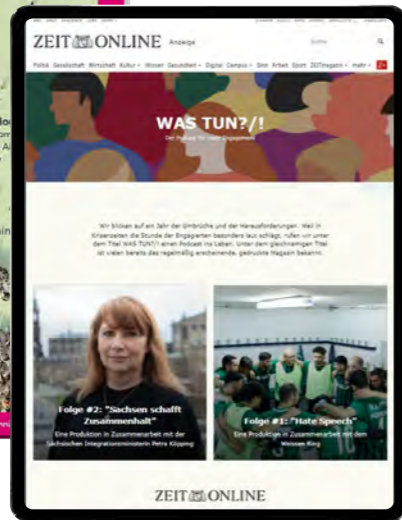
### ZEIT ONLINE

**Unique User\*\*\*\***  
10,10 Mio  
**Visits\*\*\*\*\***  
75,03 Mio.  
**Page Impressions\*\*\*\*\***  
174,03 Mio.

Quelle: \*IVW Ø Q1-4/2023; \*\*AWA 2023; \*\*\*Verlagsangabe; \*\*\*\*AGOF daily digital facts Ø pro Monat Jan – März 2023; \*\*\*\*\* IVW Ø pro Monat Jan – März 2023

# Unser Markenportfolio

## Sonderveröffentlichungen & Ressorts – Print und digital



### WAS TUN?!/!

**Auflage**

237.400 Exemplare

**Erscheinungsweise**

1x jährlich

Beilage Abo-Auflage DIE ZEIT



### ZEIT GREEN

ZEIT Sinn

ze.tt

Thematische Umfelder,  
die als eigene Ressorts erscheinen.



### ZEIT Christ & Welt

Ein zubuchbares Ressort der ZEIT,  
das sich Fragen rund um die  
Themen Glauben, Geist und  
Gesellschaft widmet.

Des Weiteren  
finden Sie in unserem  
Portfolio die Ressorts  
Wissen, Streit,  
Politik und  
Wirtschaft



# Unser Markenportfolio

## Die Magazine



### ZEIT LEO+Familienzeit

**Verkaufte Auflage**  
50.000 Exemplare\*

**Reichweite**  
242.000 Lesende\*\*

**Erscheinungsweise**  
8x jährlich



### ZEIT CAMPUS

**Verkaufte Auflage**  
95.713 Exemplare\*\*\*

**Reichweite**  
484.000 Lesende\*\*\*\*

**Erscheinungsweise**  
5x jährlich



### ZEIT WISSEN

**Verkaufte Auflage**  
98.374 Exemplare\*\*\*

**Reichweite**  
742.000 Lesende\*\*\*\*

**Erscheinungsweise**  
6x jährlich



### ZEIT Studienführer

**Verkaufte Auflage**  
90.000 Exemplare\*

**Reichweite**  
270.000 Lesende\*

**Erscheinungsweise**  
1x jährlich



### ZEIT GESCHICHTE

**Verkaufte Auflage**  
55.000 Exemplare\*

**Erscheinungsweise**  
6x jährlich



### ZEIT VERBRECHEN

**Verkaufte Auflage**  
55.000 Exemplare\*

**Erscheinungsweise**  
6x jährlich



### ZEIT für Unternehmer

**Verbreitete Auflage**  
80.000 Exemplare\*

**Erscheinungsweise**  
4x jährlich

Quellen: \*Verlagsangabe; \*\* Kinder Medien Monitor 2020; \*\*\*IVW Q1-4/2023; \*\*\*\*AWA 2023 Gesamtbevölkerung ab 14 Jahren



PRINT

**DIE ZEIT**



# DIE ZEIT

## Das Leitmedium



- › **Copy-Preis:**  
6,20 Euro
- › **Erscheinungsweise:**  
wöchentlich (donnerstags)
- › **Verkaufte Auflage:**  
606.220 (IVW Ø Q1-4/2023)
- › **Reichweite:**  
2 Mio. Leser:innen  
(AWA 2023)
- Zielgruppe:**  
Meinungsbildende  
& Multiplikator:innen
- › **Medienkanäle:**  
Print, Online, Mobile, Events

### DIE ZEIT

... ist die Nr. 1 nach Reichweite und Auflage im Markt der Qualitätszeitungen. Sie ist flächendeckend im gesamten Bundesgebiet verbreitet.

... ist besonders wirtschaftlich und erreicht in den meisten Zielgruppen im Vergleich zum Wettbewerb den günstigsten TKP.

... ist ein Leitmedium. Die hohe redaktionelle Qualität der ZEIT überzeugt eine hoch qualifizierte Leserschaft.

... Leser:innen fungieren aufgrund ihrer Stellung in der Gesellschaft häufig als Ratgeber:innen und Multiplikator:innen.

### ALLEIN PLATZIERTE ANZEIGEN

Format	Satzspiegel in mm (B x H)	Grundpreis (4c)	Reduzierter Preis*
1/2 Seite quer	371 x 264	62.937,60 €	45.315,07 €
1/3 Seite quer	371 x 176	46.182,40 €	33.251,33 €
1/4 Seite quer	371 x 132	40.444,80 €	29.120,26 €
1/4 Seite Eckfeld	220,5 x 220	42.979,20 €	30.945,02 €
Textteilanzeige**	70,5 x 50	7.890,00 €	7.890,00 €

\* Die reduzierten Preise gelten für gemeinnützig tätige Stiftungen, Vereine, Unternehmen sowie Verbände.

\*\* An mindestens drei Seiten von Redaktionstext umgeben (Mindesthöhe 50 mm, Breite 70,5 mm).

Preise sind AE-provisions- und rabattfähig und verstehen sich zzgl. MwSt. Änderungen vorbehalten.

Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen, media.zeit.de







# CHRIST & WELT

## Ein Ressort der ZEIT

Christ & Welt sind sechs Extraseiten in der ZEIT, die sich auf Glaube, Geist und Gesellschaft konzentrieren – mit Debatten, Reportagen und Interviews aus der Welt der Religionen. Die Redaktion von Christ & Welt scheut keine Kontroverse und vertritt klare Standpunkte, ohne ideologisch zu sein.

### Rubriken

Glauben, Religion im Alltag, kirchliche Themen und die großen Konfessionen der Welt bilden die Schwerpunkte.

### Gesellschaft

Wie gestalten wir unsere Gesellschaft in der Zukunft? Analysen und Lösungen herausragender Persönlichkeiten aus Politik, Wirtschaft, Kultur und Kirche.

### Geist

Ein anregendes Forum über Bildung und Kultur bis hin zu intellektuellen Debatten und Diskursen.

### ALLEINPLATZIERTE ANZEIGEN

Format	Satzspiegel in mm (B x H)	Preis
1/2 Seite quer	371 x 264	4.940,- €
1/3 Seite quer	371 x 176	3.320,- €
1/4 Seite quer	371 x 132	2.600,- €
Textteilanzeige*	70,5 x 50	695,- €

\* An mindestens drei Seiten von Redaktionstext umgeben (Mindestformat). Weitere Formate auf Anfrage.





# ZEIT Wissen

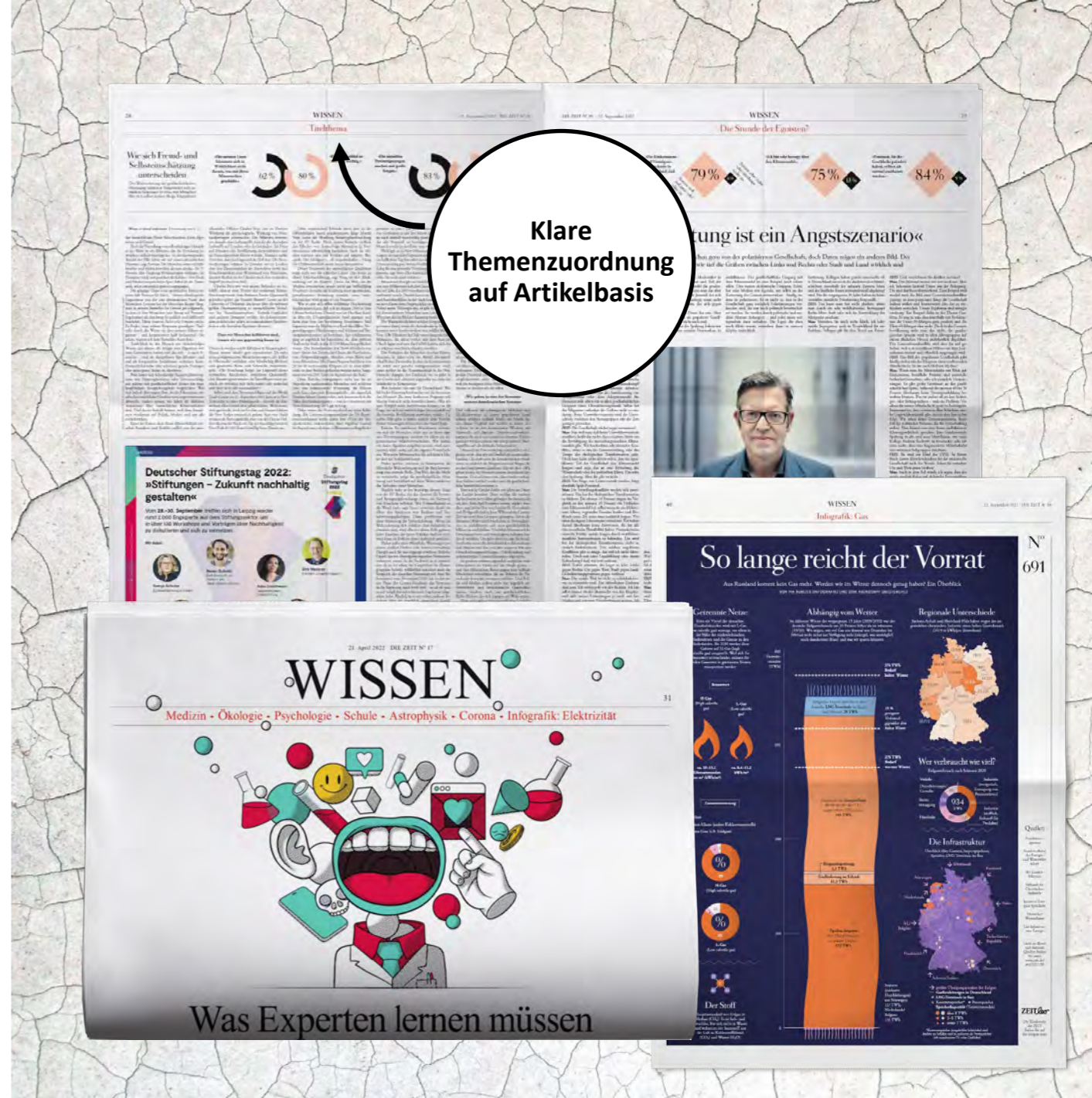
## Ein Ressort der ZEIT

Den komplexen Zeiten, in denen Themen aus Wissenschaft, Forschung, Bildung und Politik stärker denn je verzahnt sind und zusammen gedacht werden müssen, begegnet das Ressort Wissen mit **Klarheit und Tiefe**. Daher gilt das in jeder ZEIT enthaltene Wissen-Ressort als Leit- und Orientierungsmedium. Die redaktionellen Inhalte dienen als Raum für **vielfältige Wissens-Themen** von Gesundheit bis Technik und verstehen sich als **informative Themen-Schatzkiste**, die Interesse wecken und zum Mehr-Wissen-Wollen anregen soll.

Nutzen Sie dieses attraktive, die Leser:innen zum Verweilen einladende Umfeld, um Ihre Themen zu platzieren und Aufmerksamkeit zu erhalten – sei es über ein Advertorial oder eine Anzeige.

Der Stellenmarkt wird vom Ressort Wissen umrahmt und gewinnt durch diese Integration nochmals an Sichtbarkeit und Beachtung. Die beliebte Infografik zum Abschluss des Stellenmarkts schmückt den prominenten Platz der letzten Seite des Wissen-Buchs.

\*Es gelten die Preise der ZEIT.





# DIE ZEIT

## Weitere Ressorts



### POLITIK

Ordnet das aktuelle Tagesgeschehen.



### STREIT

Gibt großen Kontroversen Raum.



### WIRTSCHAFT

Weltweit und aus verschiedenen Blickwinkeln.

# ZEITmagazin

## Die Glanzseiten der ZEIT



- › **Copy-Preis**  
Supplement der ZEIT
- › **Erscheinungsweise**  
wöchentlich (donnerstags)
- › **Verkaufte Auflage DIE ZEIT**  
606.220 Ex. (IVW Ø Q1-4/2023)
- › **Reichweite**  
1,25 Mio. Leser:innen (AWA 2023)
- › **Zielgruppe**  
MultiplikatorInnen,  
TrendsetterInnen  
und KosmopolitInnen

### ZEITmagazin

... ist der emotionale, lebendige und persönliche Teil der ZEIT im handlichen Magazinformat.

... steht für anspruchsvollen Journalismus mit hoher Glaubwürdigkeit und Relevanz.

... ist mehrfach ausgezeichnet und hat alle wichtigen Journalistenpreise gewonnen.

### ALLEIN PLATZIERTE ANZEIGEN

Format	Anschnitt in mm (B x H)	Grundpreis (4c)	Reduzierter Preis*
1/1 Seite	215 x 289	38.400,- €	21.504,- €
1/2 Seite hoch/quer	105 x 289 / 215 x 145	23.100,- €	12.936,- €
1/3 Seite hoch	68 x 289	16.900,- €	9.464,- €
1/4 Seite Eckfeld	108 x 145	13.000,- €	7.280,- €

\* Die reduzierten Preise gelten für gemeinnützig tätige Stiftungen, Vereine, Unternehmen sowie Verbände. Beschnittzugabe bei Anschnittformaten an allen Seiten 5 mm. Preise sind AE-provisions- und rabattfähig und verstehen sich zzgl. MwSt. Änderungen vorbehalten. Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen, [media.zeit.de](http://media.zeit.de)



# PRINT BEILAGEN

DIE ZEIT - Bewährt als Trägermedium für Beilagen.



Werden Sie mit Ihrer Beilage in der ZEIT zu einem festen Bestandteil unserer hochwertigen Wochenzeitung. Dadurch erreichen Sie bis zu 2 Mio. Leser:innen\* und erzielen eine unvergleichbare Werbewirkung – flächendeckend oder in von Ihnen ausgewählten Teilgebieten.

Für Sie als Non Profit Organisation bietet diese Kommunikationsmaßnahme die Option, Response-Elemente einzubinden und die Leser:innen aktiv bei einer Spendenentscheidung (z.B. durch einen abtrennbaren Überweisungsträger) zu unterstützen.

Ob verarbeitungsfertig angelieferte Beilage oder Fullservice-Lösung, unser Corporate-Publishing-Partner Studio ZX hilft Ihnen gern bei Konzeption und Produktion Ihrer individuellen Beilage.

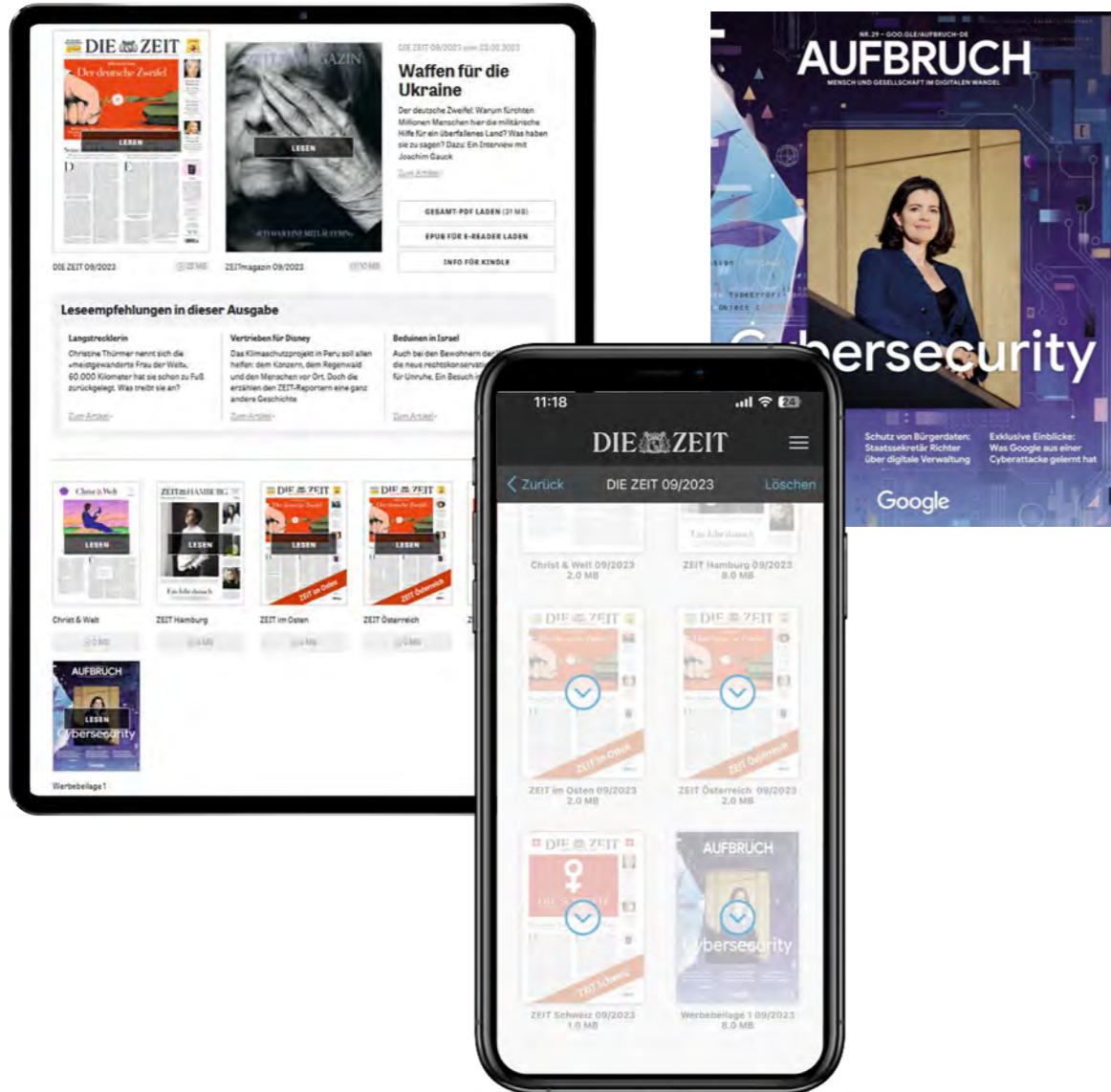
## BEISPIELHAFTE KALKULATION

	Kosten
<b>50.000 Exemplare, Abo-Auflage</b>	
Gewicht bis 20 g (175 € p. Tsd.)	8.750,- €
Teilmengenzuschlag 10%	875,- €
Postgebühr (15 € p. Tsd.)	750,- €
<b>Gesamtpreis</b>	<b>10.375,- €</b>

Quelle: \*AWA 2023

# DIGITALE BEILAGE

## Beilage in der ZEIT ePaper-App & Webansicht



### Nur crossmedial buchbar

Dieses Angebot ist nur in Kombination mit einer Print-Beilage (Mindestauflage: 100.000 Exemplare) und nur in der ZEIT ePaper-App buchbar, wobei Print und digitale Ausgabe identisch sein müssen.

### Begrenztes Platzierungskontingent

Es sind maximal drei Beilagenplatzierungen pro Ausgabe möglich.

### Auflage

298.795 Exemplare sind buchbar, eine Teilbelegungen ist nicht möglich.

### Erscheinungstermin

Die digitale ZEIT erscheint in der Regel mittwochs, einen Tag vor der Printausgabe.

### Checkliste

- › Größe: 2 bis 5 MB, max. 10 MB
- › Auflösung: mindestens 768 x 1024 px
- › Termine: Das Material muss mindestens drei Werktage vor dem Erscheinen der digitalen ZEIT vorliegen.
- › Anlieferung: Anlieferung als Einzelseiten-PDF. Bitte senden Sie das Datenmaterial an [digital\\_admanagement@zeit.de](mailto:digital_admanagement@zeit.de)
- › Preis: 23.903,60 €

Der Preis ist AE-fähig und versteht sich zzgl. MwSt., Änderungen vorbehalten. Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen, siehe [www.media.zeit.de](http://www.media.zeit.de)



# ZEIT BEILAGEN PRINT & DIGITAL

## Preise & Auflagen

### AUFLAGEN (PRINT)

	Einzelverkauf	Abo	Gesamt
Inland	108.700 Ex.	237.400 Ex.	346.100 Ex.
Schleswig-Holstein	2.000 Ex.	4.200 Ex.	6.200 Ex.
Hamburg	12.600 Ex.	20.900 Ex.	33.500 Ex.
Niedersachsen	7.600 Ex.	16.500 Ex.	24.100 Ex.
Bremen	1.600 Ex.	2.600 Ex.	4.200 Ex.
Nordrhein-Westfalen	19.800 Ex.	50.700 Ex.	70.500 Ex.
Hessen	12.200 Ex.	21.800 Ex.	34.000 Ex.
Saarland	800 Ex.	2.300 Ex.	3.100 Ex.
Rheinland-Pfalz	1.800 Ex.	8.300 Ex.	10.100 Ex.
Baden-Württemberg	16.100 Ex.	40.000 Ex.	56.100 Ex.
Bayern	17.500 Ex.	36.100 Ex.	53.600 Ex.
Berlin	9.500 Ex.	17.500 Ex.	27.000 Ex.
Mecklenburg-Vorpommern	1.300 Ex.	2.200 Ex.	3.500 Ex.
Brandenburg	1.600 Ex.	4.000 Ex.	5.600 Ex.
Sachsen-Anhalt	500 Ex.	2.000 Ex.	2.500 Ex.
Thüringen	800 Ex.	2.100 Ex.	2.900 Ex.
Sachsen	3.000 Ex.	6.200 Ex.	9.200 Ex.

Alle Preise zzgl. MwSt., Änderungen vorbehalten.  
Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen, siehe [www.media.zeit.de](http://www.media.zeit.de).

### AUFLAGEN (PRINT)

	Gesamt
Österreich	25.000 Ex.
Schweiz	11.500 Ex.
Christ & Welt	12.000 Ex.

### BEILAGENPREISE (PRINT)

Gewicht	TKP
bis 20 g	175,- €
bis 25 g	180,- €
bis 30 g	185,- €
bis 35 g	195,- €
bis 40 g	205,- €
bis 45 g	215,- €
bis 50 g	225,- €
ab 50 g	Preis auf Anfrage

### DIGITALE BEILAGE

Format	Auflage gesamt	Preis	TKP
Digitale Beilage	298.795 Ex.	23.903,60,- €	80,- €

Dieses Angebot ist nur in Kombination mit einer Print-Beilage buchbar.



PRINT

---

**WAS TUN?/!**



# WAS TUN?/!

## Das Magazin für gesellschaftliches Engagement



### Erscheinungsart

Magazin als Beilage der Abo-Auflage DIE ZEIT

### Erscheinungsweise

einmal jährlich

### Zielgruppe

Alle die, die sich gesellschaftlich engagieren und die Gesellschaft mit einem persönlichen oder finanziellen Beitrag voranbringen möchten.

### Verbreitete Auflage

Als Beilage der Abo-Auflage der ZEIT (237.400) sowie zusätzliche Verbreitung auf Veranstaltungen der ZEIT und ihrer Tochtergesellschaften.

### WAS TUN?/!

... versteht sich als Podium für Stiftungen, Non-Profit-Organisationen, Vereine und engagierte Unternehmen.

... erzählt Geschichten von Menschen und Institutionen, die anpacken und die Gesellschaft mitgestalten wollen.

... bietet Orientierung in Fragen des gesellschaftlichen Engagements und soll zum aktiven Handeln anregen.

... stellt sich als Magazin in den Dienst der guten Sache.

[Zur aktuellen Ausgabe](#)

Ergänzen Sie Ihre Kampagne auch digital – mit unserem WAS TUN?/! - Podcast

### TERMINE\*

Erscheinungstermin	28.11.2024
Anzeigenschluss	26.09.2024
Druckunterlagenschluss	14.10.2024

\*Für mehrseitige Beiträge wie Titelstory oder Advertorials mit einem Umfang von mehr als anderthalb Seiten gelten ggf. längere Vorlaufzeiten – wir informieren Sie. Terminänderungen vorbehalten

# WAS TUN?/!

## Formate & Preise



Format „Alleinplatzierte Anzeige“



Format „Advertorial“



Format „Engagiert arbeiten“  
media.zeit.de



Format „Spendenradar“

## ALLEINPLATZIERTE ANZEIGEN

Format	Anschnitt mm (B x H)	Preis 4c
Doppelseite	380 x 250	25.900,- €
Umschlagseiten	190 x 250	19.100,- €
1/1 Seite	190 x 250	14.600,- €
1/2 Seite	190 x 125	8.100,- €
1/3 Seite hoch	64 x 250	5.600,- €
1/3 Seite quer	190 x 84	5.600,- €

## ADVERTORIAL-FORMATE

Produkt	Umfang	Media	Kreativkosten	Gesamtpreis
Titelstory	4 Seiten Redaktion + korrespondierendes Titelbild + Teaser auf dem Titel	44.600,- €	4.800,- €	49.400,- €
Advertorial	1 Seite Redaktion	10.400,- €	1.000,- €	11.400,- €
Engagiert arbeiten	1/4 Seite Redaktion	2.800,- €	250,- €	3.050,- €
	1/2 Seite Redaktion	5.300,- €	500,- €	5.800,- €
Spendenradar (Advertorials im Kollektiv)	2/3 Seite Redaktion	7.100,- €	650,- €	7.750,- €
	1/3 Seite Redaktion	3.040,- €	350,- €	3.390,- €
Publikationsfeld	49 x 71 mm	2.400,- €	100,- €	2.500,- €

Alle Preise zzgl. MwSt.: Änderungen vorbehalten. Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen, www.media.zeit.de



# WAS TUN?/! für...

## DIE ZEIT, ZEIT Christ & Welt und WAS TUN?/!

Das Themenspezial **WAS TUN?/! für...** erscheint in **ZEIT Christ & Welt** - und **jetzt neu** ebenfalls in **DIE ZEIT**. Es legt inhaltlich den Fokus auf **Erbschaft, Kinder, Bildung** sowie **Menschenrechte**.

WAS TUN?/! für... knüpft zudem an **WAS TUN?/!** an, das Magazin für gesellschaftliches Engagement, das einmal im Jahr der Aboauflage der ZEIT beiliegt. Es erzählt **Geschichten von Menschen und Institutionen**, die anpacken und mitgestalten wollen – die etwas tun!

WAS TUN?/! für...  
erscheint jetzt  
neu auch in  
DIE ZEIT



### STÄRKEN & PRODUKTDDETAILS

- › Ideales Umfeld, um Freiwillige zu werben, zum Spenden aufzurufen oder andere, direkte Kommunikationsziele zu erreichen
- › Advertorials, die die Kommunikation im redaktionellen Rahmen für eine glaubwürdige Positionierung ermöglichen und bei denen Sie vom Markentransfer der ZEIT profitieren
- › prägnante Kurzform mit starkem, vielseitig gestaltbarem Fokus
- › Thematische Schwerpunkte (Nächstenliebe, Erbe, Bildung, Kinder, Nächstenliebe) als maßgeschneidertes Umfeld für Ihr Storytelling
- › Jeder Beitrag enthält ein Bild und ein übersichtliches Infokästchen, in dem ebenfalls Ihr Logo Platz findet
- › Erstellung Ihres Formats über die Servicedredaktion



# WAS TUN?/! für...

## Termine & Preise – Die ZEIT

WAS TUN?/! für Erben: ET 02.05.2024 | AdvS 05.04.2024  
 WAS TUN?/! für Kinder/ Bildung: ET 19.09.2024 | AdvS 23.08.2024  
 WAS TUN?/! für Menschenrechte: ET 05.12.2024 | AdvS 08.11.2024

Formate	Satzspiegel	Media	Kreativkosten	Gesamtpreis
1 1/8 Seite Servicedredaktion	179,5 x 116 mm ca. 1.690 Zeichen	3.843,- €	325,- €	4.168,- €
2 1/4 Seite Servicedredaktion	179,5 x 244 mm ca. 2.400 Zeichen	7.562,- €	650,- €	8.212,- €
3 1/2 Seite Servicedredaktion	371 x 244 mm ca. 5.630 Zeichen	15.250,- €	1.100,- €	16.350,- €

Alle hier genannten Preise gelten nur für gemeinnützig tätige Stiftungen, Vereine, Unternehmen sowie Verbände. Die Kreativkosten sind nicht rabatt- oder AE-fähig. Alle Preise gelten zzgl. MwSt. Es gelten die AGB des Zeitverlages, media.zeit.de

## Termine & Preise – Die ZEIT Christ & Welt

WAS TUN?/! für Nächstenliebe: ET 04.04.2024 | AdvS 08.03.2024  
 WAS TUN?/! für Bildung: ET 27.06.2024 | AdvS 31.05.2024  
 WAS TUN?/! für Kinder: ET 30.10.2024 | AdvS 04.10.2024

Formate	Satzspiegel	Media	Kreativkosten	Gesamtpreis
1 1/8 Seite Servicedredaktion	179,5 x 116 mm ca. 1.690 Zeichen	1.300,- €	325,- €	1.625,- €
2 1/4 Seite Servicedredaktion	179,5 x 244 mm ca. 2.400 Zeichen	2.200,- €	650,- €	2.850,- €
3 1/2 Seite Servicedredaktion	371 x 244 mm ca. 5.630 Zeichen	3.900,- €	1.100,- €	5.000,- €

Alle hier genannten Preise gelten nur für gemeinnützig tätige Stiftungen, Vereine, Unternehmen sowie Verbände. Die Kreativkosten sind nicht rabatt- oder AE-fähig. Alle Preise gelten zzgl. MwSt. Es gelten die AGB des Zeitverlages, media.zeit.de

**WAS TUN?/! fürs Klima**

«Kids zu smoochen und jeden Tag in einem Skatepark skaten können, war der größte Traum meines Lebens»

**Mitreibende Projekte: Headline Engagement**

Hier stellen wir spannende Projekte vor, die statt des Themas kurz umsetzen. Applaus verdient, nicht qualitativ. Es ist ein ernstes Angebot.

**65 Z. Dafür mehr Lore ipsum dolor; Wortberge erschienen und wandelten**

1200 Z. stellen wir spannende Projekte vor, die statt des Themas kurz umsetzen.

**65 Z. Dafür mehr Lore ipsum dolor; Wortberge erschienen und wandelten**

1200 Z. stellen wir spannende Projekte vor, die statt des Themas kurz umsetzen.

**65 Z. Dafür mehr Lore ipsum dolor; Wortberge erschienen und wandelten**

1200 Z. stellen wir spannende Projekte vor, die statt des Themas kurz umsetzen.

**65 Z. Dafür mehr Lore ipsum dolor; Wortberge erschienen und wandelten**

1200 Z. stellen wir spannende Projekte vor, die statt des Themas kurz umsetzen.

**50 Z. Headline: Technik und Naturkundeunterricht**

1200 Z. stellen wir spannende Projekte vor, die statt des Themas kurz umsetzen.

**100 Z. Kids smoochen und jeden Tag in einem Skatepark skaten können, war der größte Traum meines Lebens»**

1200 Z. stellen wir spannende Projekte vor, die statt des Themas kurz umsetzen.



AUSTRALIAN

PRINT

ZEIT MAGAZINE



# ZEIT LEO (mit FAMILIENZEIT)

Das Kindermagazin der ZEIT.



- › **Erscheinungsart:**  
Magazin
- › **Copypreis:**  
4,95
- › **Erscheinungsweise:**  
8x im Jahr
- › **Verkaufte Auflage:**  
50.000 Ex. (Verlagsangabe)
- › **Reichweite:**  
242 Tsd. Leser (KMM 2020)
- › **Zielgruppe:**  
neugierige, aufgeweckte Kinder  
im Alter von 7 bis 13 Jahren und  
deren Eltern

Ergänzen Sie Ihre  
Kampagne auch digital  
mit unserem  
**Familienzeit-  
Newsletter**

## ZEIT LEO

... nimmt Kinder mit auf Abenteuer: alle Geschichten werden so erzählt, dass sie besonders spannend für Kinder sind und ihnen Spaß machen.

... bietet eine vielfältige Mischung aus faszinierenden Themen, die Kinder interessieren und beschäftigen z.B. Tiere, Freunde, Umwelt, Klima und Nachhaltigkeit, Kulturelles, Reisen, Digitales, Forschung und vieles mehr.

... erreicht nicht nur die Kinder sondern auch die Eltern: laut Kinder Medien Monitor 2020 lesen 86% der Eltern, die das Magazin zumindest manchmal mit.

## ALLEIN PLATZIERTE ANZEIGEN

Format	Anschnitt in mm	Grundpreis (4c)
1/1 Seite	215 x 262	9.400,- €
1/2 Seite hoch / quer	99 x 262 / 215 x 131	6.100,- €
1/3 Seite hoch / quer	66 x 262 / 215 x 89	4.800,- €
Eckfeld*	90 x 117	3.700,- €

\* Satzspiegelformat, keine Alleinplatzierung möglich. Beschnittzugabe bei Anschnittformaten an allen Seiten 5 mm.

Preise sind AE-provisions- und rabattfähig und verstehen sich zzgl. MwSt. Änderungen vorbehalten.  
Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen, [media.zeit.de](http://media.zeit.de)



# ZEIT Campus

Die wichtigste Medienmarke der Gen Z und Gen Y.



- › **Erscheinungsart:**  
Magazin
- › **Copypreis:**  
3,50 Euro
- › **Erscheinungsweise:**  
5x pro Jahr
- › **Verkaufte Auflage:**  
95.713 Ex. (Ø IVW Q1-4/2023)
- › **Reichweite:**  
479.000 Leser (AWA 2023)
- › **Zielgruppe:**  
Studierende, Absolvent:innen und Young Professionals

  
Ergänzen Sie Ihre Kampagne auch digital – mit dem **ZEIT Campus Podcast und Newsletter!**

## ZEIT Campus

... ist das junge Magazin der Wochenzeitung die ZEIT und die wichtigste, crossmediale Marke der Gen Z und Gen Y.

... bereichert und empowert seine Leser:innen und begleitet sie durch eine der aufregendsten Lebensphasen auf ihrem Weg durch das Studium und in den ersten Job.

... spürt die Themen auf, die gerade in der Luft liegen und erzählt, was Studierende und Berufseinsteiger:innen bewegt, woran sie zweifeln, wofür sie kämpfen und wovon sie träumen.

## ALLEINPLATZIERTE ANZEIGEN

Format	Anschnitt in mm (B x H)	Grundpreis (4c)
1/1 Seite	215 x 262	17.900,- €
1/2 Seite hoch/ quer	99 x 262/ 215 x 131	11.600,- €
1/3 Seite hoch/ quer	66 x 262/ 215 x 89	9.200,- €
1/4 Seite Magazinformat*	90 x 117	7.100,- €

\*Satzspiegelformat, keine Alleinplatzierung möglich.  
Preise sind AE-provisions- und rabattfähig und verstehen sich zzgl. MwSt. Änderungen vorbehalten.  
Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen, [media.zeit.de](http://media.zeit.de)

# ZEIT Studienführer

DER zentrale Wegweiser zur Studienwahl.



- › **Erscheinungsart:**  
Magazin
- › **Copypreis:**  
11,95 Euro
- › **Erscheinungsweise:**  
Einmal im Jahr
- › **Verkaufte Auflage:**  
90.000 Exemplare\*
- › **Zielgruppe:**  
Abiturient:innen,  
Studieneinsteiger:innen und  
Hochschulwechsler:innen

  
Ergänzen Sie  
Ihre Kampagne auch  
digital – mit dem  
**Und was macht die  
Uni?** Podcast und  
**ZEIT Campus  
Newsletter!**

## ZEIT Studienführer

... ist ein unverzichtbarer Wegweiser für Abiturient:innen, Studieneinsteiger:innen und Hochschulwechsler:innen

... bietet Orientierungs- und Entscheidungshilfe zu den Fragen: Was studieren? Wo studieren? Wie studieren?

... beantwortet alle wichtigen Fragen rund um den Start in den neuen Lebensabschnitt, gibt wertvolle Tipps zum Studienstart sowie zur Studienfinanzierung.

## ALLEIN PLATZIERTE ANZEIGEN

Format	Anschnitt in mm	Grundpreis (4c)
1/1 Seite	215 x 262	10.400,- €
1/2 Seite hoch / quer	99 x 262 / 215 x 131	6.800,- €
1/3 Seite hoch / quer	66 x 262 / 215 x 89	5.400,- €

\* Satzspiegelformat, keine Alleinplatzierung möglich. Beschnittzugabe bei Anschnittformaten an allen Seiten 5 mm.

Preise sind AE-provisions- und rabattfähig und verstehen sich zzgl. MwSt. Änderungen vorbehalten.  
Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen, [media.zeit.de](http://media.zeit.de)



# ZEIT WISSEN

Inspiration für kluge Menschen.



- › **Erscheinungsart:**  
Magazin
- › **Copypreis:**  
€ 7,95
- › **Erscheinungsweise:**  
6 x im Jahr
- › **Verkaufte Auflage:**  
98.374 (IVW Ø Q1-4/2023)
- › **Reichweite:**  
742.000 Leser:innen (AWA 2023)
- › **Zielgruppe:**  
innovationsinteressierte,  
nachhaltigkeitsorientierte und  
meinungsbildende Leser:innen im  
Alter von 20 bis 59 Jahren

  
Ergänzen Sie  
Ihre Kampagne auch  
digital – mit dem  
**Woher weißt du das?**  
Podcast und  
Newsletter!

**Zur Ausgabe 02/23**

Quelle: AWA 2023 Gesamtbevölkerung ab 14 Jahren

## ZEIT WISSEN

... ist Inspirationsquelle für kluge Menschen.

... animiert mit erzählerischem Charme zu Perspektivwechseln und eröffnet überraschende Erkenntnisse.

... taucht in alle Disziplinen der Wissenschaft ein und stellt neue Zusammenhänge her.

... eröffnet einen Zugang zu komplexen Themen.

## ALLEIN PLATZIERTE ANZEIGEN

Format	Anschnitt in mm	Grundpreis (4c)	Reduzierter Preis*
1/1 Seite	215 x 262	17.200,- €	11.180,- €
1/2 Seite hoch / quer	99 x 262 7 215 x 131	11.200,- €	7.280,- €
1/3 Seite hoch / quer	66 x 262 7 215 x 89	8.900,- €	5.785,- €

\* Die reduzierten Preise gelten für gemeinnützig tätige Stiftungen, Vereine, Unternehmen sowie Verbände. Beschnittzugabe bei Anschnittformaten an allen Seiten 5 mm.

Preise sind AE-provisions- und rabattfähig und verstehen sich zzgl. MwSt. Änderungen vorbehalten. Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen, [media.zeit.de](http://media.zeit.de)

# ZEIT GESCHICHTE

Wissen um Geschichte, Orientierung im Hier und Jetzt.



- › **Erscheinungsart:**  
Magazin
- › **Erscheinungsweise:**  
6x im Jahr
- › **Verkaufte Auflage:**  
55.000 Ex. (Verlagsangabe)
- › **Zielgruppe:**  
gebildete und interessierte  
Leser:innen im besten Alter

  
Ergänzen Sie  
Ihre Kampagne auch  
digital – mit  
unserem Podcast  
**Wie war das  
nochmal?**

## ZEIT GESCHICHTE

... bietet facettenreiches historisches Wissen zur Unterhaltung, zur Information und zur Orientierung im Hier und Jetzt.

... stellt große historische Figuren und bedeutende Epochen sowohl der jüngeren als auch der älteren Weltgeschichte vor – anschaulich, spannend und kontrovers.

... erreicht eine kaufkräftige, qualitätsbewusste und aufgeschlossene Leserschaft.

## ALLEIN PLATZIERTE ANZEIGEN

Format	Anschnitt in mm	Grundpreis (4c)
1/1 Seite	215 x 262	9.400,- €
1/2 Seite hoch / quer	99 x 262 / 215 x 131	6.100,- €
1/3 Seite hoch / quer	66 x 262 / 215 x 89	4.800,- €
1/4 Seite Magazinformat*	90 x 117	3.700,- €

\* Satzspiegelformat, keine Alleinplatzierung möglich. Beschnittzugabe bei Anschnittformaten an allen Seiten 5 mm.

Preise sind AE-provisions- und rabattfähig und verstehen sich zzgl. MwSt. Änderungen vorbehalten.  
Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen, [media.zeit.de](http://media.zeit.de)



# ZEIT VERBRECHEN

Das Kriminalmagazin der ZEIT.



- › **Erscheinungsart:**  
Magazin
- › **Copypreis:**  
€ 7,50
- › **Erscheinungsweise:**  
6x im Jahr
- › **Verkaufte Auflage:**  
55.000 Ex.
- › **Zielgruppe:**  
junge, reflektierte,  
gesellschaftspolitische und  
interessierte Leserschaft

  
Ergänzen Sie  
Ihre Kampagne auch  
digital – mit dem  
**ZEIT VERBRECHEN  
Podcast und  
Newsletter!**

## ZEIT VERBRECHEN

- ... berichtet über echte Kriminalfälle aus Deutschland, Österreich und der Schweiz und blickt auf die Menschen und ihre Motive hinter den Taten.
- ... zeichnet sich neben der journalistischen Qualität durch seine opulente und moderne Bildsprache aus.
- ... erreicht eine sehr junge, überwiegend weibliche Leserschaft mit einem Durchschnittsalter von 30 Jahren und einem Leser:innen-Anteil von 65 %. Über die Hälfte der Leser:innen sind zwischen 20 und 30 Jahren alt.
- ... wird intensiv gelesen: 80 % der Leser:innen lesen über die Hälfte oder sogar (fast) alle Artikel.

## ALLEIN PLATZIERTE ANZEIGEN

Format	Anschnitt in mm	Grundpreis (4c)
1/1 Seite	215 x 262	9.400,- €
1/2 Seite hoch / quer	99 x 262 / 215 x 131	6.100,- €
1/3 Seite hoch / quer	66 x 262 / 215 x 89	4.800,- €
1/4 Seite Magazinformat*	90 x 117	3.700,- €

\* Satzspiegelformat, keine Alleinplatzierung möglich. Beschnittzugabe bei Anschnittformaten an allen Seiten 5 mm.

Preise sind AE-provisions- und rabattfähig und verstehen sich zzgl. MwSt. Änderungen vorbehalten.  
Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen, [media.zeit.de](http://media.zeit.de)

Quelle: Verlagsangabe, Leserumfrage ZEIT VERBRECHEN 2022

# ZEIT für Unternehmer

Das Mittelstands-Magazin des Zeitverlags.



- › **Magazin im Direktversand**
- › **Erscheinungsweise:**  
4 x in 2023
- › **Verbreitete Auflage:**  
80.000 Expl., mit personalisierter Zustellung:  
postalischer Versand: 40.000 Ex.  
E-Paper: 40.000 Ex.  
weitere Verteilung über  
Veranstaltungen der ZEIT-Tochter  
Studio ZX
- › **Zielgruppe:**  
Mittelständische  
Unternehmer:innen und Top-  
Führungskräfte

  
Ergänzen Sie  
Ihre Kampagne auch  
digital – mit dem  
**ZEIT für Unternehmer**  
Newsletter und **Was  
Chef:innen wirklich  
denken** Podcast

Zur Ausgabe 03/23

Quelle: Verlagsangaben; Anzeigenpreis gültig ab 1. Januar 2024. Alle Preise zzgl. MwSt. Änderungen vorbehalten

## ZEIT für Unternehmer

... ist das große Wirtschaftsmedium für den Mittelstand und erreicht durch einen individualisierten Versand mittelständische Unternehmer:innen persönlich in allen Branchen bundesweit flächendeckend ohne Streuverluste.

... ist ein Produkt der ZEIT-Wirtschaftsredaktion und überzeugt durch seinen hohen publizistischen Anspruch – wie das Leitmedium DIE ZEIT.

... stellt Unternehmer:innen in den Mittelpunkt, die Rolle von Unternehmer:innen in der Gesellschaft und thematisiert Trends und aktuelle Entwicklungen im Mittelstand: Digitalisierung, New Work, Führung, Innovation, Nachhaltigkeit, Generationswechsel, Finanzierung, Mobilität u.v.m.

## ALLEIN PLATZIERTE ANZEIGEN

Format	Anschnitt in mm	Grundpreis (4c)
1/1 Seite	215 x 262	18.500,- €
1/2 Seite hoch / quer	99 x 262 / 215 x 131	12.000,- €
1/3 Seite hoch	66 x 262 / 215 x 89	9.600,- €

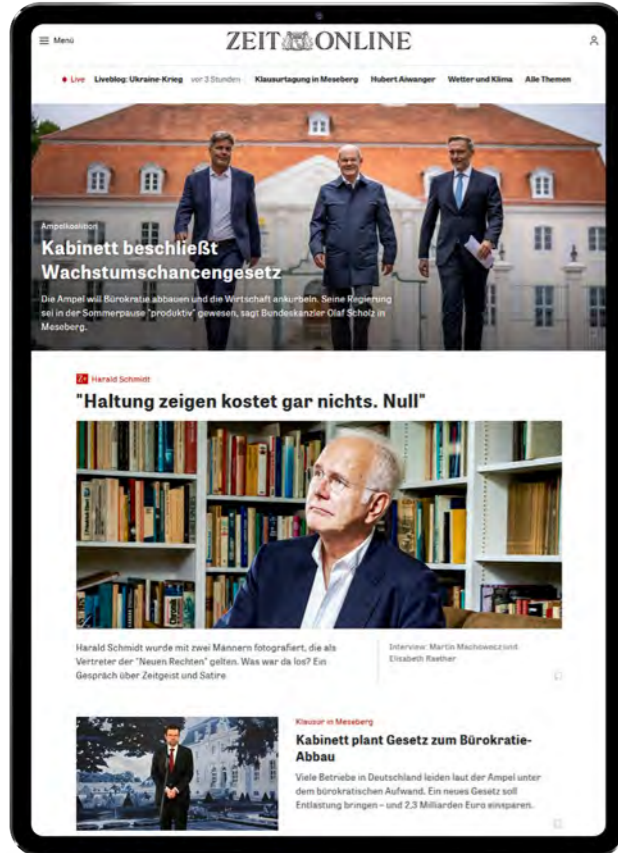
Beschnittzugabe bei Anschnittformaten an allen Seiten 5 mm.  
Preise sind AE-provisions- und rabattfähig und verstehen sich zzgl. MwSt. Änderungen vorbehalten.  
Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen, [media.zeit.de](http://media.zeit.de)





DIGITAL

**ZEIT ONLINE**



- › **Unique User:innen\***  
10,10 Mio.
- › **Visits\*\***  
75,03 Mio.
- › **Page Impressions\*\***  
174,03 Mio.
- › **Zielgruppe:**  
Junge Elite, Entscheider:innen und Meinungsführer:innen

## ZEIT ONLINE

... ist eines der größten Nachrichtenangebote Deutschlands und steht für einen einordnenden Qualitätsjournalismus mit höchstem Anspruch, für multimediales Storytelling und aufwendigen Datenjournalismus.

... bietet das breite Themenspektrum von Politik-News über Langzeitreportagen bis hin zu Kulturjournalismus.

... lebt von seinen aktiven User:innen: Mit Hilfe der Kommentarfunktion findet ein intensiver Austausch zwischen User:innen und Redaktion statt.

... Chefredakteur Jochen Wegner wurde von nextMedia.Hamburg und der Nachrichtenagentur dpa mit dem SCOOP AWARD 2018 ausgezeichnet.

... erhielt den international renommierten IPRA President's Award 2019 für die Debattenplattform „My Country Talks“, ein Werkzeug, das es Medienorganisationen überall auf der Welt ermöglicht, Gespräche in ihren Ländern zu organisieren und damit einen Beitrag zur besser Verständigung der Welt leistet.

Quelle: \*AGOF daily digital facts Ø pro Monat Jan – Mar 2023, \*\*IVW Ø pro Monat Jan – Mar 2023



# ZEIT APP

## DIE ZEIT und ZEITmagazin als digitale Ausgabe



### Die ZEIT App:

- › strahlt Ruhe, Tiefe und Schönheit aus, die unsere Marken ausmachen – auf vertraute, aber auch neue und sehr zeitgemäße Art.
- › zeigt Artikel der Print-ZEIT und des ZEITmagazins, erweitert um Audios, Leseproben, Animationen und Bilderstrecken, die wöchentlich von der Digital-Redaktion gestaltet werden.
- › spielt auf allen mobilen Endgeräten Werbung aus (Smartphones und Tablets).
- › präsentiert Leseempfehlungen der Redaktion, die jeden Tag neu auf der Startseite erscheinen.
- › hat eine individuelle Merkliste für favorisierte Ausgaben, die über alle Ausgaben hinweg funktioniert.
- › bietet Anpassungsmöglichkeiten für die Schriftgröße sowie die Möglichkeit, die App im „Darkmode“ zu nutzen.

### Anzeigenplatzierungen

Opening Page: 1. Anzeige in der Ausgabe

Full Screen-Anzeige: Anzeige zwischen den Artikeln

### Aktuelle Reichweite

31.000 wöchentliche Downloads



ZEIT ONLINE

# Zielgruppen-Marketing

Auf den  
Punkt



# Targeting

## Zielgruppengenaue Kommunikation

### Was ist Targeting?

Targeting ermöglicht eine zielgruppengenaue, automatisierte Aussteuerung digitaler Werbemittel mit dem Ziel, den/die einzelne/n User:innen jeweils besonders relevante Werbung einzublenden. So können Sie wirkungsvoll Streuverluste reduzieren und die Conversionrate Ihrer digitalen Werbekampagne erhöhen.

### Unser USP – Ihr Vorteil.

Die Kombination aus individuellen, nutzerzentrierten Analysen und Analysen des Surfverhaltens mit einem zielgerichteten Zugang zu ZEIT ONLINE ermöglicht uns die Erstellung von einzigartigen Targeting-Segmenten für exklusive Kommunikationslösungen.



# ZEIT ONLINE

## Displaykampagne



Weitere Bannerformate finden Sie im [Showroom](#) der iq digital.

### 1. Umfeld auf ZEIT ONLINE

- › **Portalrotation (RoS):** Ihre Anzeige erscheint in allen ZEIT ONLINE Ressorts nach Verfügbarkeit.
- › **Rubrikenrotation:** Ihre Anzeige erscheint in einer von Ihnen ausgewählten Ressorts (z.B. ZEITmagazin Online, ZEIT Campus etc.).

### 2. Targeting

- › **Technisches Targeting:** Die Zielgruppe kann durch technische Informationen (Standort, Uhrzeit oder Endgeräte) eingeschränkt werden (zuschlagsfrei).
- › **Basic Targeting:** Die Zielgruppe kann durch Soziodemografie und Interessen eingeschränkt werden (15 % Aufschlag).
- › **Premium Targeting:** Die Zielgruppe kann durch Entscheider-Targeting, User-Involvement-Targeting und Kontextuelles Targeting eingeschränkt werden (kein Aufschlag, dafür höhere Preiskategorie).
- › **Device Targeting:** Für eine reine mobile ODER stationäre Auspielung (10 % Aufschlag).
- › **Kein Targeting:** Ihre Anzeige erscheint beliebigen ZEIT ONLINE User:innen.

### 3. Platzierung des stationären Werbemittels

- › **Stationär Außen:** Platzierung Ihrer Anzeige außerhalb der redaktionellen Inhalte (z.B. Wallpaper-Anzeige).
- › **Stationär Innen:** Platzierung Ihrer Anzeige innerhalb der redaktionellen Inhalte (z.B. Halfpage Ad).

Nicht alle Werbeformen sind auf sämtlichen Werbeträgern buchbar. Genaueres auf Anfrage. Hier finden Sie die [Technischen Daten](#) für die Bannerformate.



# ZEIT ONLINE

## Ausgewählte Targeting-Optionen

### INTERESSEN-TARGETING

- › Basierend darauf, welche Seiten der Nutzer besucht, werden Interessen (z.B. Karriere, Weiterbildung, Essen u. Trinken, Umwelt, Kunst u. Kultur, Lifestyle) festgestellt, zu denen passende Werbeinhalte angezeigt werden können.



### SOZIODEMOGRAFISCHES TARGETING

- › Anhand von Kriterien wie Alter, Geschlecht, Ausbildungsstatus und Familienstand des Nutzers können passgenaue Werbeinhalte präsentiert werden.



### REGIONALES TARGETING

- › Werbeinhalte werden gezielt für einzelne Regionen wie Bundesländer oder Städte ausgespielt.



### KONTEXTUELLES TARGETING

- › Besteht aus mehreren eigens definierten Themen.
- › Analyse der redaktionellen Ebene, um passende Artikel zu den Keywords zu finden, in denen die Werbebotschaft ausgespielt werden kann.





### Wie funktioniert kontextuelles Targeting?

- › Der gesamte Content wird technisch mit linguistischen Mitteln gescannt und analysiert.
- › Relevante Keywords werden im Kontext erkannt, d.h. die Software erfasst, dass es sich beispielsweise um einen Artikel über Theateraufführungen handelt.
- › Es besteht die Möglichkeit, nach ausgewählten Themen und Stichwörtern zu clustern.
- › **Vorteil:** Durch die optimale Auswahl und Kombination von Keywords können Werbetreibende Kernthemen zielgerichtet mit ihrer Kampagne belegen.
- › **Ziel:** Die UserInnen werden genau dann mit Ihrer Kommunikation erreicht, wenn sie sich mit dem jeweiligen Thema beschäftigen – unabhängig vom redaktionellen Ressort.



# Targeting

## Targetingmöglichkeiten im Vergleich

### 1. TECHNISCHES TARGETING

Technisches Targeting stützt sich bei der Aussteuerung von Onlinewerbung auf technische Informationen (z. B. über den Browser, das Betriebssystem oder die DSL-Geschwindigkeit). Werbeinhalte können dadurch gezielt für einzelne Regionen wie Bundesländer oder Städte ausgespielt werden.

#### **Große Auswahl an kombinierbaren Kriterien:**

- › Geotargeting (IP-basiert)
  - › Datum/Uhrzeit
  - › Browser
  - › Betriebssystem
  - › Endgerät
  - › Festnetz/Mobiles Netz
  - › Service Provider
- 
- › Beispielzielgruppe  
User:innen in 20079 Hamburg und 20 km  
Umkreis

### 2. BASIC TARGETING

#### **2.1. Soziodemografisches Targeting**

Anhand von Kriterien wie Alter, Geschlecht, Ausbildungsstatus und Familienstand der Nutzer:innen werden passende Werbeinhalte angezeigt.

#### **2.2. Interessen Targeting**

Basierend darauf, welche Seiten die Nutzer:innen besuchen, werden Interessen (z.B. Karriere, Weiterbildung, Essen u. Trinken, Umwelt, Kunst u. Kultur, Lifestyle) festgestellt, zu denen passende Werbeinhalte angezeigt werden können.

- › Beispielzielgruppe  
Frauen + Alter 30+ Jahre + Literatur

### 3. PREMIUM TARGETING

#### **3.1. User Involvement Targeting**

Individuelle Bewegungsdatensegmente auf Basis unserer eigenen Daten (Affinitäten, Interessen).

#### **3.2. Kontextuelles Targeting**

Den Nutzer:innen genau dann mit der Kommunikation des Werbetreibenden zu erreichen, wenn er sich mit dem jeweiligen Thema beschäftigt –unabhängig vom Umfeld (Website, Rubrik).

#### **3.3. Entscheider:innen Targeting**

Mithilfe erweiterter Userbefragungen sowie einer intelligenten Vernetzung mit anderen Datenquellen ermöglicht dieses Targeting Entscheider:innen gezielt anzusprechen.

- › Beispielzielgruppe  
User:innen mit HHNE > 4.000,- € + Kultur (UIT)

# 1. Technisches Targeting

## Regionale Zielgruppen durch Geotargeting erreichen

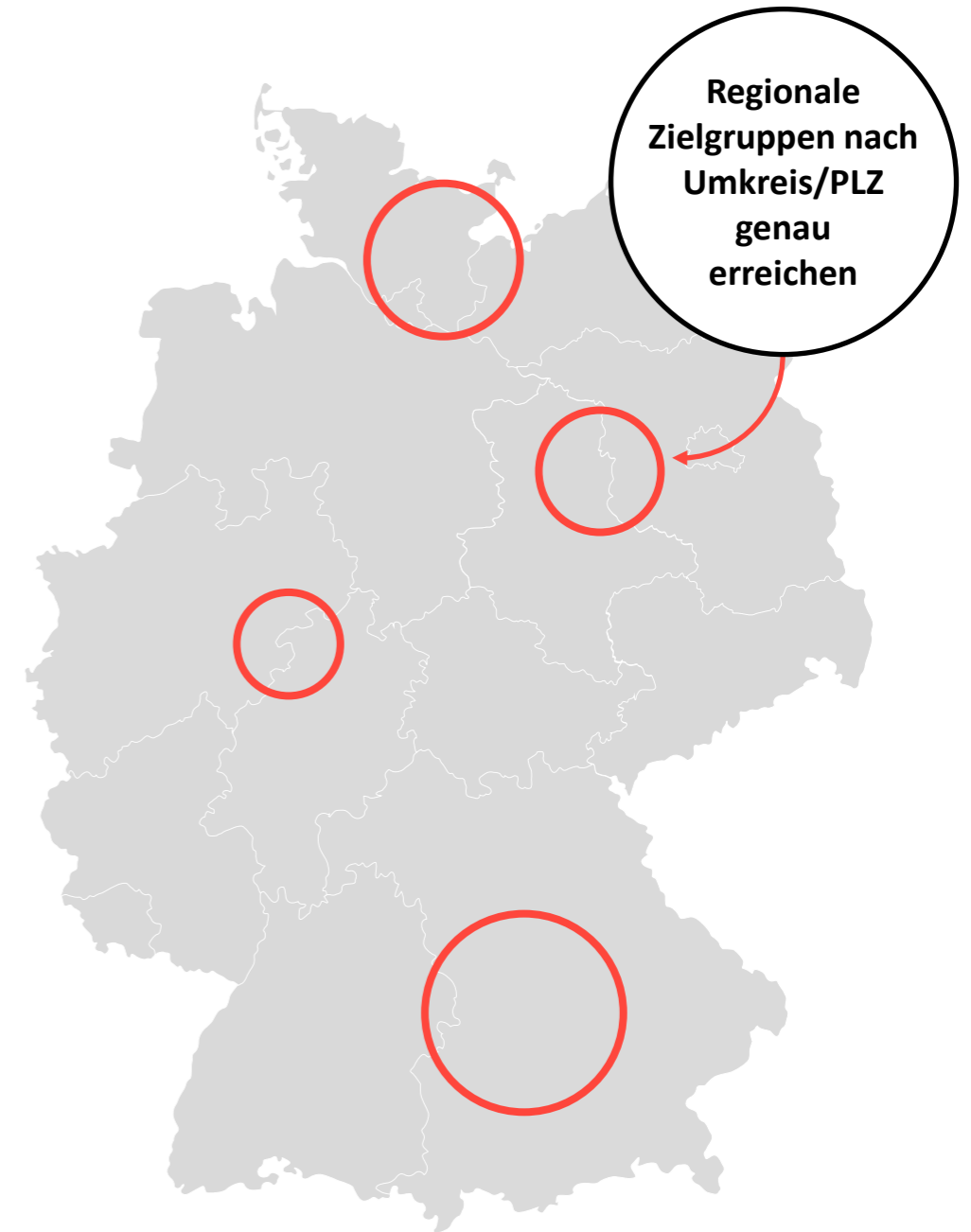
### Vermeiden Sie Streuverluste!

Mit Geotargeting erreichen Sie regional genau die Zielgruppe, die für Sie relevant und interessant ist. Mithilfe von Umkreisen oder PLZ-Bereichen können Sie so das adressierte Gebiet individuell und auf den Kilometer genau eingrenzen, unabhängig von Bundesländern oder Print-Verbreitungsgebieten.

Das Targeting lässt sich beispielsweise auf den Umkreis von 50 Kilometer um eine bestimmte Filiale herum ausweisen. Oder ein Kunde, der bspw. in Bergedorf situiert ist, könnte seine Kampagne mit Targeting auf den PLZ-Bereich von Hamburg, Lübeck, Schwerin und Lüneburg ausspielen lassen.

### Wie können Sie Geotargeting buchen?

- › Entscheiden Sie sich für einen **Umkreis** oder für **PLZ-Gebiete**, die Sie erreichen möchten (z. B. anhand Ihres CRM-Systems).
- › Zusätzlich könnten Sie mit soziodemografischen Merkmalen (Alter, Geschlecht, Einkommen etc.) Ihre Zielgruppe noch gezielter definieren, wenn Sie möchten.
- › Nach Ihren Wünschen erstellen wir Ihnen eine **Reichweitenprognose** und ein eigenes Angebot.





# 2. Basic Targeting

## 2.1. Soziodemografisches Targeting

---

### Geschlecht

- › Frau
- › Mann

### Altersgruppen

- › 14 – 19 Jahre
- › 18 – 19 Jahre
- › 20 – 29 Jahre
- › 30 – 39 Jahre
- › 40 – 49 Jahre
- › 50 – 59 Jahre
- › 60+ Jahre

### Einkommen

- › Haushaltsführer
- › Haupteinkommensbezieher

### Haushaltsnettoeinkommen

- › < 500,- €
- › 500,- bis 1.500,- €
- › 1.500,- € bis 2.500,- €
- › 2.500,- € bis 4.000,- €
- › 4.000,- € und mehr

### Haushaltsgröße

- › 1 Person
- › 2 Personen
- › 3 Personen
- › 4 + Personen

### Immobilienbesitzer

- › Eigenheimbesitzer
- › Wohnungsbesitzer

### Familienstand

- › Single
- › In Partnerschaft / Verheiratet
- › Eltern
- › Eltern mit
  - Kleinkindern unter 3 Jahren
  - Kindern unter 6 Jahren
  - Kindern unter 14 Jahren

### Bildungsgrad

- › Schulabschluss
- › Ausbildung
- › Hochschule/Fachhochschule
- › Ohne Schulabschluss

### Ausbildungsstatus

- › Studenten
- › Auszubildende
- › Schüler

### Beruflicher Status

- › Nicht berufstätig
- › Arbeitssuchend
- › Vollzeit berufstätig
- › Beamte
- › Angestellte
- › Selbstständig
- › Rentner

Maximal 3 Kriterien aus den Kategorien Soziodemografie, Interessen, Affinitäten

# 2. Basic Targeting

## 2.2. Interessen Targeting

---

### Home & Family

- › Bauen & Wohnen
- › Haus & Garten
  - Einrichten
  - Garten
  - Heimwerken
- › Familie
  - Schwangerschaft
  - Babys
  - Kinder

### Interests

- › Autos
  - Neuwagen
  - Gebrauchtwagen
- › Fashion & Beauty
  - Fashion
  - Beauty
- › Computer
- › Essen und Trinken
- › Unterhaltungselektronik
  - Foto
  - HiFi, TV
- › Nachrichten
- › Versicherungen

### Recreation

- › Entertainment
- › Filme
- › Fußball
- › Gaming
- › Literatur
- › Motorsport
- › Musik
- › Sport
- › Reise
  - Individual
  - Pauschal
  - Städte

### Business

- › Karriere
- › Lifestyle
  - Mobil, Aktiv
  - Kunst & Kultur
  - LOHAS
  - Luxus, Markenbewusst
- › Dating
- › Erotik
- › Gesundheit
- › Online Shopping
- › Sport/Aktiv
- › Umwelt

Maximal 3 Kriterien aus den Kategorien Soziodemografie, Interessen, Affinitäten



# 3. Premium Targeting

## 3.1. User Involvement Targeting

### Was ist User Involvement Targeting?

- › Nutzer:innen werden gezielt angesteuert auf Basis ihres bisherigen Leseverhaltens
- › Ausspielung der Kampagne an Nutzer:innen, die der definierten Zielgruppe entsprechen – unabhängig von Website oder Rubrik
- › Technisches Aussteuerung über ein Targeting-Tool
- › Auswahl eines Themenspeichers ohne Limitierung oder mit präzisere Eingrenzung zur Individualisierung

### Kriterien zur Segmentindividualisierung (vorrangig Themen):

- › Scrolltiefe in % (Wie weit wurde ein Artikel gelesen?)
- › Anzahl gelesener Artikel
- › Verweildauer
- › Zeitraum der Betrachtung (0-30 Tage)

### Segmentübersicht B2B

- › Change Management
- › Mobilität der Zukunft
- › E-Mobility
- › Firmenwagen
- › Nachhaltigkeit in der IT
- › Industrie 4.0
- › Internet of Things IoT
- › IT Security
- › Künstliche Intelligenz
- › Smart Home
- › Medizintechnik
- › Smart Factories
- › Smart Cities
- › Handel und Konsumgüter
- › Millenials
- › Politik
- › Erneuerbare Energien
- › und viele weitere Segmente

### Segmentübersicht B2C

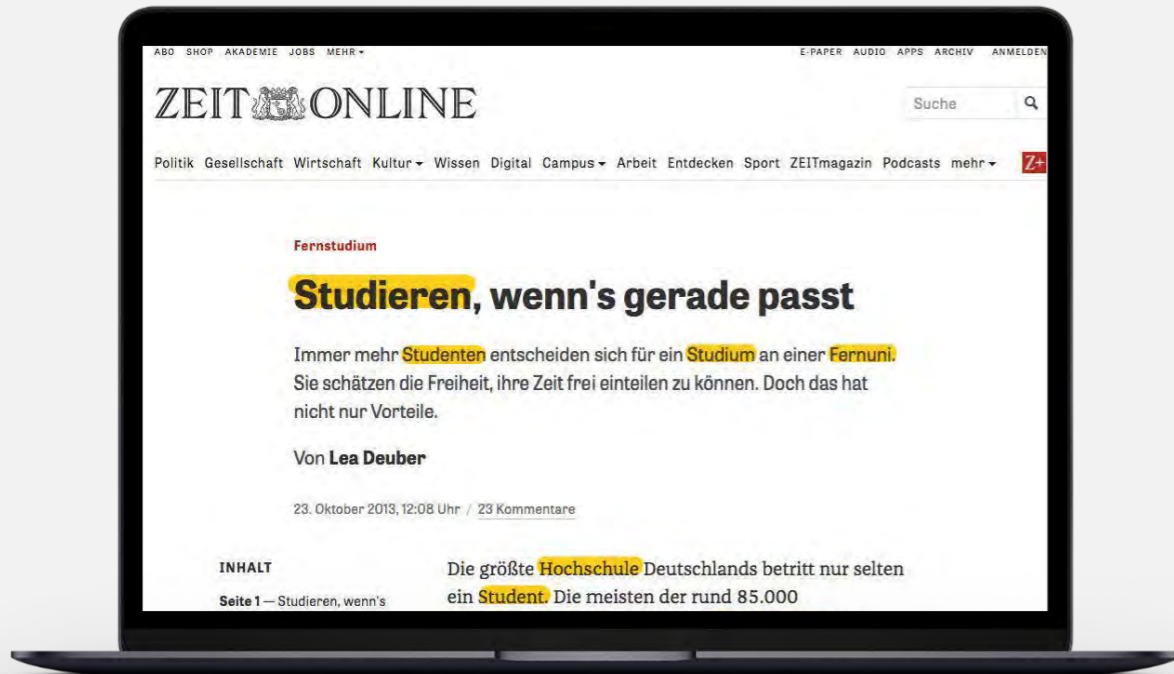
- › Gaming/E-Sports
- › Kochen & Backen
- › Ernährung/Food/Rezepte
- › Kultur
- › Lifestyle
- › Sport
- › Anti Aging
- › Urlaub
- › Fotografie
- › Filme / Kino
- › Designaffine User
- › Nachhaltigkeit und Bio
- › Online Shopping
- › Gastronomie und Hotellerie
- › und viele weitere Segmente

# 3. Premium Targeting

## 3.2. Kontextuelles Targeting

### Ziel des kontextuellen Targeting

Die Leserschaft wird genau dann mit Ihrer Kommunikation erreicht, wenn sie sich mit dem jeweiligen Thema beschäftigt – unabhängig vom redaktionellen Ressort.



### Vorteil

Durch die optimale Auswahl und Kombination von Keywords können Werbetreibende Kernthemen zielgerichtet mit Ihrer Kampagne belegen.

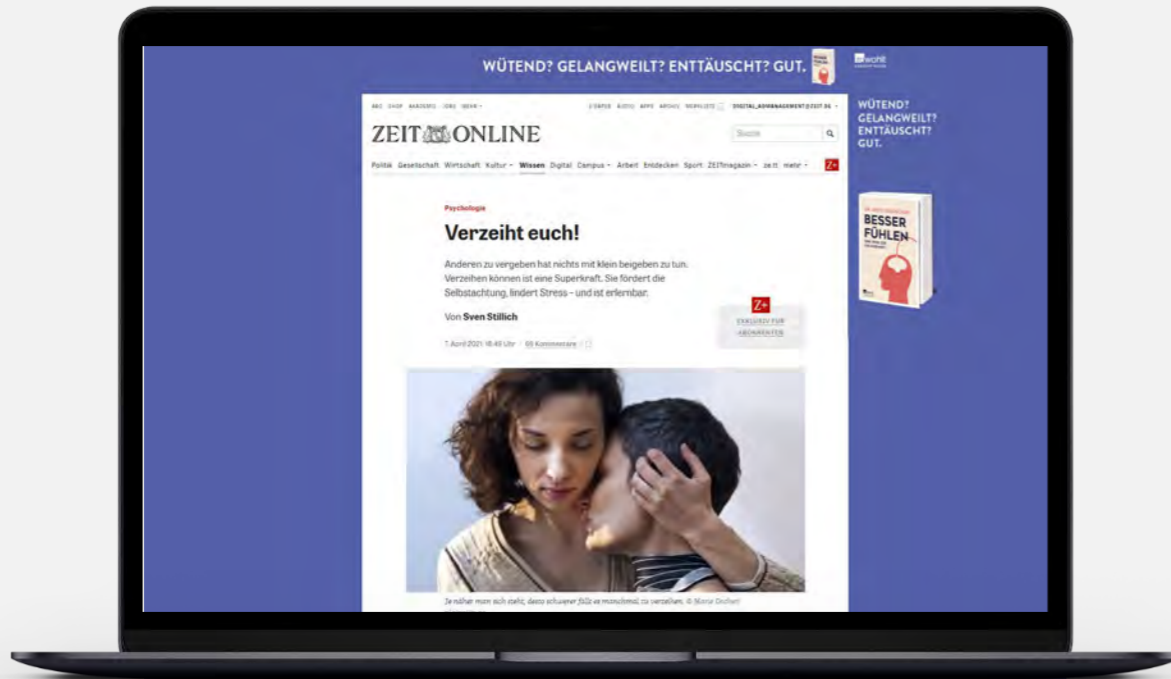
### Wie funktioniert das Kontextuelle Targeting?

- 1 Die Seite wird gescannt:**  
Dabei wird der gesamte Text einer Seite analysiert. Es werden alle Artikelseiten im Portfolio in regelmäßigen Abständen gescannt.
- 2 Relevante Keywords werden im Kontext erkannt:**  
Die Schwerpunktthemen des Artikels werden im Zusammenhang bestimmt. In diesem Beispiel erkennt die Software, dass es sich um einen Artikel über ein Fernstudium handelt.
- 3 Besetzen von Themen:**  
Präsentieren Sie Ihre Werbeform kontextuell im gesamten Umfeld von ZEIT ONLINE.



# 3. Premium Targeting

## 3.2. Kontextuelles Targeting



### Wie können Sie Kontextuelles Targeting buchen?

- › Für die Erstellung eines Kontextuellen Targeting benötigen wir eine Liste mit **mindestens 25 Schlüsselwörtern** passend zu Ihrer Kampagne.
- › Dabei können Sie uns auch **negative Keywords** nennen, zu denen Ihre Kampagne auf keinen Fall erscheinen soll.
- › Auf Grundlage der Keywords erstellen wir Ihnen eine **Reichweitenprognose** (Prognose nach 14 Tagen möglich) und ein eigenes **Angebot**.

# 3. Premium Targeting

## 3.3. Entscheider:innen Targeting

---

### Position im Unternehmen

- › Geschäftsführer / Vorstand
- › Selbstständig / Freiberufler / Inhaber
- › Leitender Angestellter / Leitender Beamter

### Abteilung im Unternehmen

- › EDV / IT
- › Marketing, Absatz, Vertrieb
- › Personalwesen, Verwaltung, Organisation
- › Produktion, Logistik, Fuhrpark, Einkauf, Materialwirtschaft
- › Forschung, Lehre und Entwicklung
- › Finanzen, Controlling oder Buchhaltung

### Unternehmensklasse

- › Kleinstunternehmen
- › Kleine Unternehmen
- › Mittlere Unternehmen
- › Großunternehmen

### Unternehmensgröße

- › 1 – 10 Mitarbeiter
- › 11 – 50 Mitarbeiter
- › 51 – 250 Mitarbeiter
- › 251 – 1.000 Mitarbeiter
- › über 1.000 Mitarbeiter

### Unternehmensumsatz

- › 0,25 - 1 Mio.€
- › 1 - 10 Mio.€
- › 10 - 50 Mio.€
- › 50 - 250 Mio.€
- › > 250 Mio.€

### Special Targets

- › IT Entscheider
- › Fuhrparkentscheider
- › Einkäufer
- › Ingenieure
- › Mitarbeiter Mittelstand
- › Finanzentscheider
- › Individuelle Content Segmente

### Unternehmensbranche

- › IT, EDV und Telekommunikation
- › Automobil- / Fahrzeugbau, Maschinenbau, Industrie
- › Banken, Finanzen und Versicherung
- › Transport, Logistik, Konsumgüter und Handel
- › Medizin, Pharma, Gesundheit und Soziales
- › Bauwesen, Architektur und Immobilien
- › Beratung, Dienstleistung und Personal
- › Handel und eCommerce
- › Industrie, Energie, Umwelt und Recycling
- › Öffentlicher Dienst, Verbände, Medien und Werbung
- › Tourismus und Gastronomie



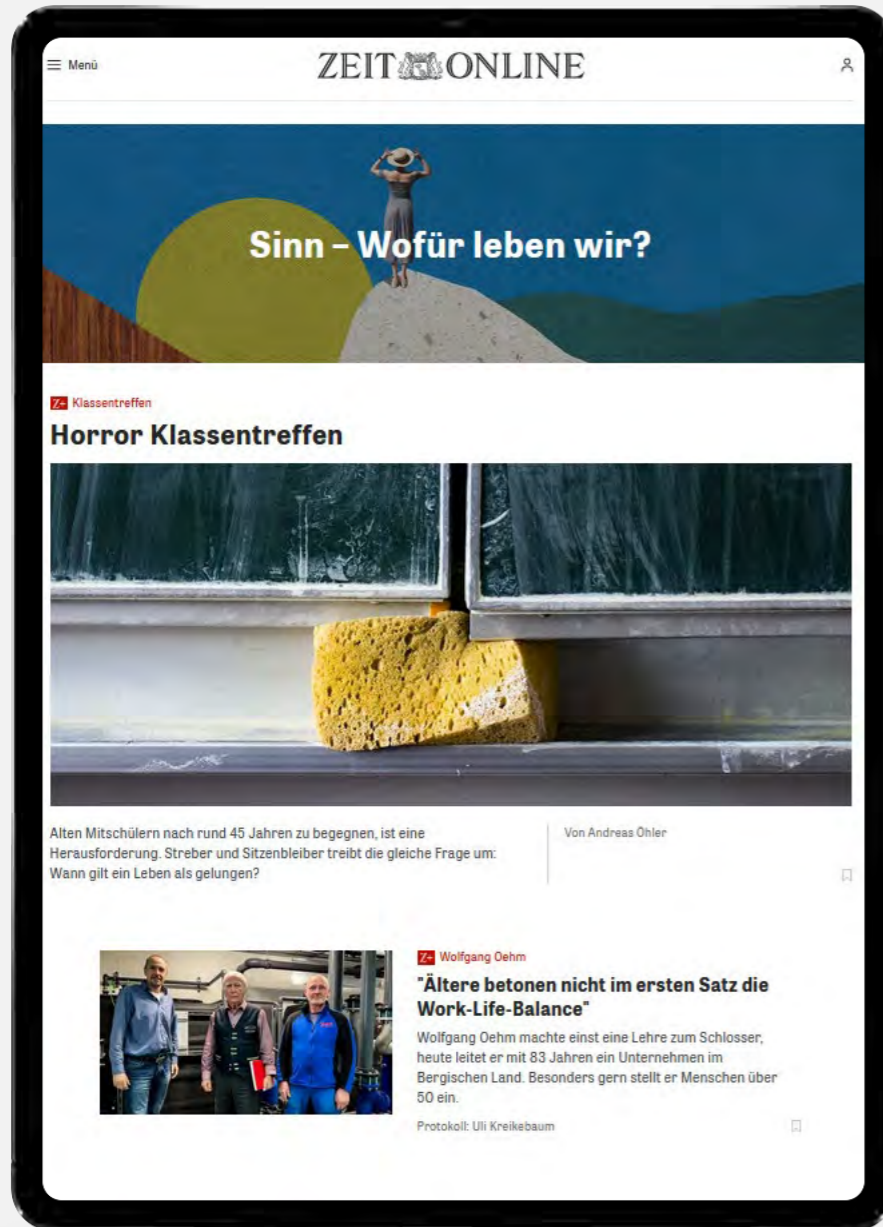


DIGITAL



**ZEIT SINN**

**ze.tt**



# ZEIT ONLINE Sinn

## Wofür leben wir?

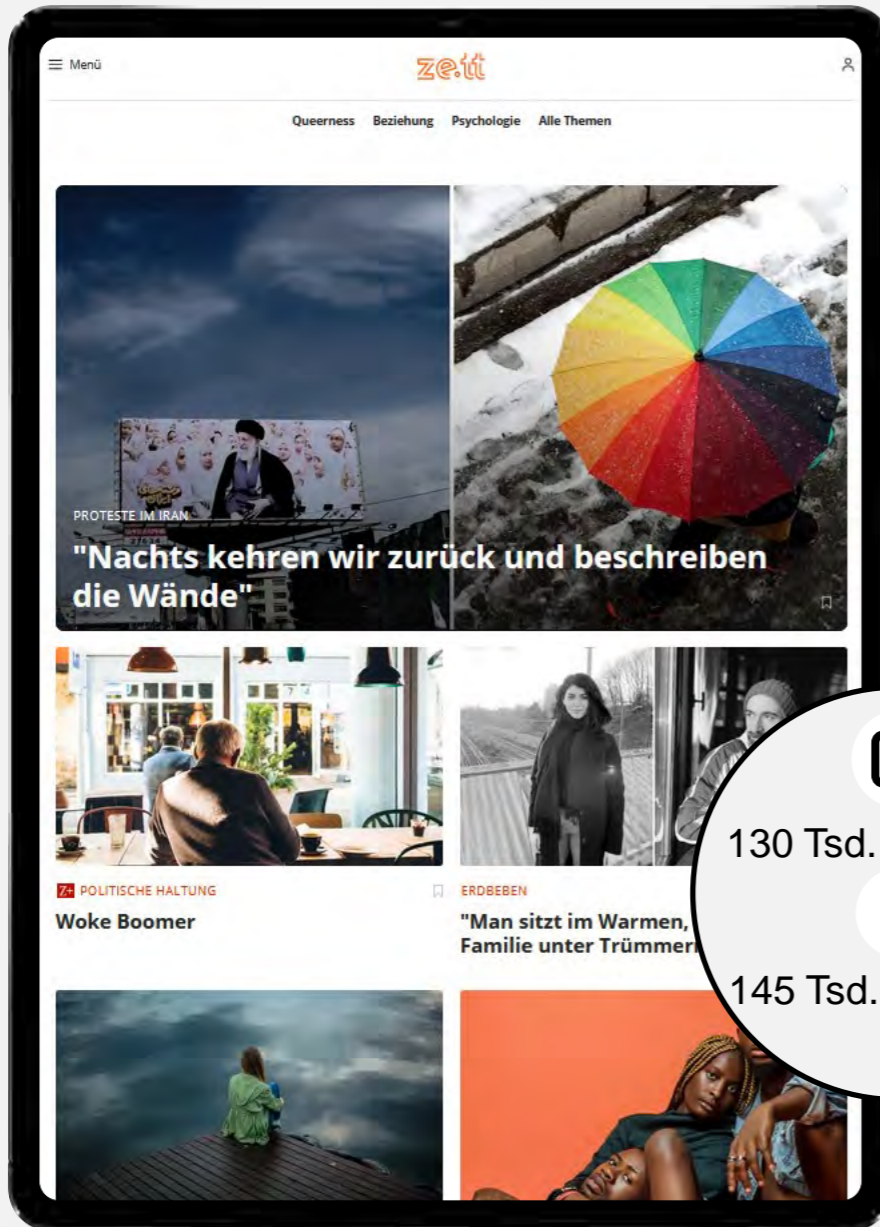
- › Unter der Fragestellung „Wofür leben wir?“ richtet sich das Ressort ZEIT ONLINE Sinn an Menschen, für die die Sinnfrage zentral ist – sowohl in ihrem persönlichen Leben als auch im Verständnis der Welt.
- › Wie komme ich klar? Was kann ich tun, um glücklich zu sein? Diese und weitere Fragen beantwortet ZEIT ONLINE Sinn.

### Stärken

- › **0,43 Mio.** Unique User:innen monatlich
- › **0,85 Mio.** Page Impressions\*
- › **0,63 Mio.** Visits\*

Quelle: AGOF daily digital facts ø pro Monat Jan – Mär 2023, \* Mapp Ø pro Monat Jan – Mär 2023





# ze.tt

## Jung. Divers. Politisch.

- › ze.tt ist eine Plattform für junge und marginalisierte Perspektiven. Wir erzählen queere, migrantische, feministische, inklusive Geschichten – nahbar und auf Augenhöhe.

### Was uns ausmacht:

- › Persönliche Geschichten, moderne Bildsprache, kreative Erzählideen
- › Eine große Instagram-Community, mit der wir im steten Austausch sind

### Stärken

- › **0,69 Mio.** Unique User:innen monatlich
- › **1,25 Mio.** Page Impressions\*
- › **1,04 Mio.** Visits\*

Quelle: AGOF daily digital facts Ø pro Monat Jan – Mär 2023, \* Mapp Ø pro Monat Jan – Mär 2023

\*\* Quelle: Instagram, Facebook: Stand Januar 2024



ZEIT ONLINE



# Newsletter



# Newsletter

## Ihre Vorteile

---

Wir bieten Ihnen ein Portfolio von 25 Newslettern, die Sie nutzen können, um Ihre Themen zielgruppenspezifisch zu verbreiten.

### IHRE VORTEILE AUF EINEN BLICK

- › Themenunabhängiges Zielgruppentargeting durch unser breites Portfolio
- › Wecken sie Interesse und generieren Sie so neue Kunden
- › Garantieren Sie Ihre Sichtbarkeit indem Sie einer von wenigen Beiträgen innerhalb Ihres gewählten Newsletters sind
- › Durch das regelmäßige Erscheinen unserer Newsletter haben Sie die Chance, stets aktuell zu berichten
- › Gewährleistung inhaltlicher Flexibilität – viel Spielraum für Sie und Ihre Themen



# Newsletter (1/2)

Newsletter	Abonent:innen	Erscheinungsweise	Anzeigenart	Grundpreis <sup>4</sup>	Branchenpreis I <sup>5</sup>	Branchenpreis III <sup>6</sup>
Das tut mir gut (Gesundheits Community Newsletter)	85.000	Wöchentlich, mittwochs	Breaking Ad	3.366,- €	2.762,50 €	1.700,- €
			Bild-Text Ad	6.375,- €	4.143,75 €	2.550,- €
DIE ZEIT:Hamburg Elbvertiefung <sup>1</sup>	109.000	Werktäglich, montags – freitags	Standard Ad	2.700,- € pro Woche	2.700,- € pro Woche	2.700,- € pro Woche
			Bild-Text Ad	2.950,- € pro Woche	2.950,- € pro Woche	2.950,- € pro Woche
DIE ZEIT: Kommst du mit? (Reise Community Newsletter)	100.000	Wöchentlich, mittwochs	Text Ad	1.000,- €	1.000,- €	1.000,- €
			Breaking Ad	1.500,- €	1.500,- €	1.500,- €
			Breaking Ad Premium	2.000,- €	2.000,- €	2.000,- €
			Bild-Text Ad	2.500,- €	2.500,- €	2.500,- €
DIE ZEIT: Was wir lesen (Literatur Community)	145.000	Wöchentlich, donnerstags	Breaking Ad	2.700,- €	2.700,- €	2.700,- €
			Buchverlosung	-	-	-
			Bild-Text Ad	4.000,- €	4.000,- €	4.000,- €
DIE ZEIT: WISSEN Drei	37.500	Wöchentlich, montags und donnerstags	Breaking Ad	1.875,- € pro Ausgabe <sup>8</sup>	995,- € pro Ausgabe	750,- € pro Ausgabe
Freunde der ZEIT	280.000	Wöchentlich, samstags	Breaking Ad	3.150,- €	3.150,- €	3.150,- €
			Buchverlosung	-	-	-
			Bild-Text Ad	4.725,- €	4.725,- €	4.725,- €
GREEN von ZEIT ONLINE	32.000	Wöchentlich, donnerstags	Breaking Ad	1.496,- €	1.496,- €	1.496,- €
Was jetzt? – Der tägliche Morgenüberblick <sup>2</sup>	190.000	Täglich, montags –sonntags	Breaking Ad	17.325,- € pro Woche	17.325,- € pro Woche	17.325,- € pro Woche
Was läuft - W+ Newsletter	19.000	Wöchentlich, freitags	Advertorial	440,- €	440,- €	440,- €
			Breaking Ad	395,- €	395,- €	395,- €
WELTKUNST	36.000	Wöchentlich, freitags	Advertorial	840,- €	840,- €	840,- €
			Breaking Ad	750,- €	750,- €	750,- €
ZEIT BRIEF	620.000	Wöchentlich, mittwochs	Bild-Text Ad	4.960,- €	4.960,- €	4.960,- €
ZEIT CAMPUS	40.000	Wöchentlich, dienstags	Breaking Ad	2.000,- €	1.300,- €	800,- €
ZEIT für die Schule (LEHRER) – Sek I oder II	32.000	Am 01. und 03. Donnerstag im Monat	Breaking Ad	1.600,- €	1.600,- €	1.600,- €
ZEIT für Unternehmer	40.000	Monatlich, donnerstags	Breaking Ad	4.000,- €	2.900,- €	2.900,- €
			Bild-Text Ad	7.500,- €	7.500,- €	7.500,- €

Alle Preise zzgl. MwSt.



# Newsletter (2/2)

Newsletter	Abonnt:innen	Erscheinungsweise	Anzeigenart	Grundpreis <sup>4</sup>	Branchenpreis I <sup>5</sup>	Branchenpreis III <sup>6</sup>
ZEIT Job Newsletter	300.000	Wöchentlich, donnerstags	Breaking Ad Bild-Text Ad	1.495,- € 1.495,- €	1.495,- € 1.495,- €	1.495,- € 1.495,- €
ZEITmagazin <sup>3</sup>	58.000	Werktäglich, mittwochs – dienstags (inkl. samstags)	Breaking Ad	8.595,- € pro Woche	5.655,- € pro Woche	3.480,- € pro Woche
ZEITmagazin Wochenmarkt	38.000	Wöchentlich, freitags	Breaking Ad	1.900,- €	1.900,- €	1.900,- €
ZEIT ONLINE Familienzeit	38.000	Wöchentlich, mittwochs	Breaking Ad	1.900,- €	1.900,- €	1.900,- €
ZEIT ONLINE Geld	20.000	Wöchentlich, dienstags	Breaking Ad	1.870,- €	1.870,- €	1.870,- €
ZEIT ONLINE Kultur	17.000	Wöchentlich, donnerstags	Breaking Ad	850,- €	850,- €	850,- €
ZEIT Österreich – Gemischter Satz	38.000	Wöchentlich, freitags	Breaking Ad Bild-Text Ad	1.140,- € 1.710,- €	1.140,- € 1.710,- €	1.140,- € 1.710,- €
ZEIT REISEN	90.000	Wöchentlich, sonntags	Bild-Text Ad	850,- €	850,- €	850,- €
ZEIT Sinn: Wofür leben wir?	35.000	Wöchentlich, freitags	Breaking Ad Bild-Text Ad	1.250,- € 1.750,- €	1.250,- € 1.750,- €	1.250,- € 1.750,- €
ZEIT VERBRECHEN	35.000	zweiwöchentlich, freitags	Breaking Ad	1.750,- €	1.750,- €	1.750,- €
ZEIT WISSEN	45.000	Dienstags (zum EVT von ZEIT WISSEN)	Breaking Ad	2.250,- €	2.250,- €	2.250,- €

Änderungen der Preise, Reichweiten und Erscheinungsweisen unterjährig möglich. Stand: Januar 2024

<sup>1</sup> Die Elbvertiefung erscheint von Mo-Fr. Die Preise beinhalten die Buchung einer gesamten Kalenderwoche. Ein Motivwechsel ist gegen Aufpreis von 180 € möglich. Bei der Buchung einer gesamten Kalenderwoche ist 1x Motivwechsel kostenlos.

<sup>2</sup> Erscheint Montag-Sonntag. Buchung nur wochenweise möglich. Preise gelten für die Woche

<sup>3</sup> Erscheint werktäglich. Buchung nur wochenweise möglich (Mittwoch-Dienstag).

<sup>4</sup> Grundpreis gilt für alle Nicht-Branchenkunden.

<sup>5</sup> Branchenpreis I: Preise für Hochschulen, Forschungseinrichtungen, Employer Branding, Gemeinnützig & Soziales. Ministerien, Hilfsorganisationen und wirtschaftlich geprägte Verbände zahlen den Grundpreis

<sup>6</sup> Branchenrabatt III: Preise für die Branchen Stiftungen, Reise (Fremdenverkehrsämter in der DACH-Region, Bundesländer, Kantone, Tourismusmarketing in der DACH-Region und Einzelhotels), Immobilien (Objektanzeigen und Fertighäuser), Marktplatz, Schulen, Theater, Kultur und Hamburg. Für alle anderen Kunden gelten die Grundpreise.

Alle Preise zzgl. MwSt.



# ZEIT ONLINE NEWSLETTER

## Das tut mir gut

### **Newsletter: Das tut mir gut**

Einmal die Woche sammeln wir für Sie die spannendsten Texte zu allem, was guttut. Darunter Tipps aus Psychologie und Medizin, Sport und Ernährung.

**Erscheinungsweise:** wöchentlich, freitags

**Reichweite:** 85.000 Newsletter-Empfänger:innen

**Anzeigenplätze:** vier Anzeigenplätze pro Newsletter


**Anzeigenschluss:** bis Montag 12 Uhr vor Erscheinen

**Platzierungsmöglichkeit:** Breaking Ad, Bild-Text Ad



**ZEIT HAMBURG**  
elbvertiefung am Dienstag


- Unklare Zukunft des Tennisturniers am Rothenbaum • Umweltsenator kauft Regenwald, um CO2-Ausstoß zu kompensieren • Lebensgefährlicher Fahrradunfall auf St. Pauli • Warum viele Jugendliche trotz Fachkräftemangels keine Lehrstelle finden – und wie Hamburg ihnen hilft



**Liebe Leserin, lieber Leser,**

mit der Sanierung größerer Bauwerke aus Stahl und Beton haben die Hamburger Behörden ab und an Schwierigkeiten. Mit Monumenten aus ja, wie man's nin Bismarck-De abgeschlossen, teil war die Statue stab mit einem Graffiti Feuchtigkeitssch trägt größtenteils d

**ANZEIGE**



**09. Mai 2023, 18.00 bis 22.00 Uhr:**  
**Lange Nacht der Konsulate**  
Konsulate, ausländische Kulturinstitutionen und internationale Organisationen in Hamburg öffnen ihre Türen.

Programm unter dem Link: [Lange Nacht der Konsulate 2023 \(Programm und Karte\)](#) - Europawoche 2023 - hamburg.de

# ZEIT ONLINE NEWSLETTER

## ZEIT Hamburg | Elbvertiefung

### Newsletter: Elbvertiefung

Jeden Tag wissen, was in Hamburg wichtig ist. Relevant und prägnant. Persönlich und pointiert. Elbvertiefung ist der etablierte tägliche Newsletter der ZEIT für Hamburg. Schwerpunktthemen: Aktuelles, Kultur, Politik, Wirtschaft, Stadtleben und Veranstaltungen.


**Erscheinungsweise:** werktäglich, montags-freitags

**Reichweite:** 109.000 Newsletter-Empfänger:innen

**Anzeigenplätze:** sieben Anzeigenplätze pro Newsletter

**Anzeigenschluss:** bis Montag 12 Uhr der Vorwoche

**Platzierungsmöglichkeit:** Standard Ad, Bild-Text Ad



**Liebe Leserin, lieber Leser,**

als wir vor einigen Monaten damit begannen, **diese Reisecommunity** mit den besten **Hintergrundgeschichten, Empfehlungen und Sprachangeboten aus dem ZEIT-Kosmos** für Sie zu planen, schickte der Sommer gerade seine ersten Vorboten: Die Tage waren warm und lang, die Terrassen unserer Lieblingsrestaurants gut gefüllt, und auch das Reisen schien, zumindest im Kleinen, wieder problemlos möglich zu sein. Allerbeste Voraussetzungen also für Neues, mit dem wir Sie in der jetzigen kalten Jahreszeit auf Reisen schicken können. Heute, etwa fünf Monate später, ist die Situation eine andere. Aber der **Wunsch, Sie zu inspirieren** und mit Kreativen, Gastgebern, ZEIT-Kolleginnen und **Leute aus aller Welt** zu verknüpfen, die Ihnen **von ihren allerliebsten Orten erzählen**, zu denen wir hoffentlich schon bald wieder aufbrechen können, ist ungebrochen. Kommen Sie mit?

Wenn ja, dann laden wir Sie aufs Herzlichste ein, ab sofort jeden Mittwoch gemeinsam mit uns kleine und große Entdeckungen zu machen und die Sehnsucht nach Natur, Menschen, fremden Ländern und Kulturen, aber auch nach kulinarischen Besonderheiten und Ausflügen in die Region zu stillen. Oder, um es in den Worten des Literatursoziologen Andreas Ohler zu sagen: Entdecken Sie mit uns die **«Schönheit des Fernwehs»**.

In dieser ersten Ausgabe **erzählt Ihnen unser Kollege Bernd Loppow**, Gründer

# ZEIT ONLINE NEWSLETTER

## Kommst du mit?

### Newsletter: Kommst du mit?

Im Newsletter der Community empfehlen ZEIT-Journalistinnen und Journalisten, Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens und Reisende aus aller Welt ihre Lieblingsorte abseits ausgetretener Pfade. Hier bekommen Sie Tipps von Menschen, die dort zu Hause sind, wohin wir hoffentlich schon bald wieder reisen können.

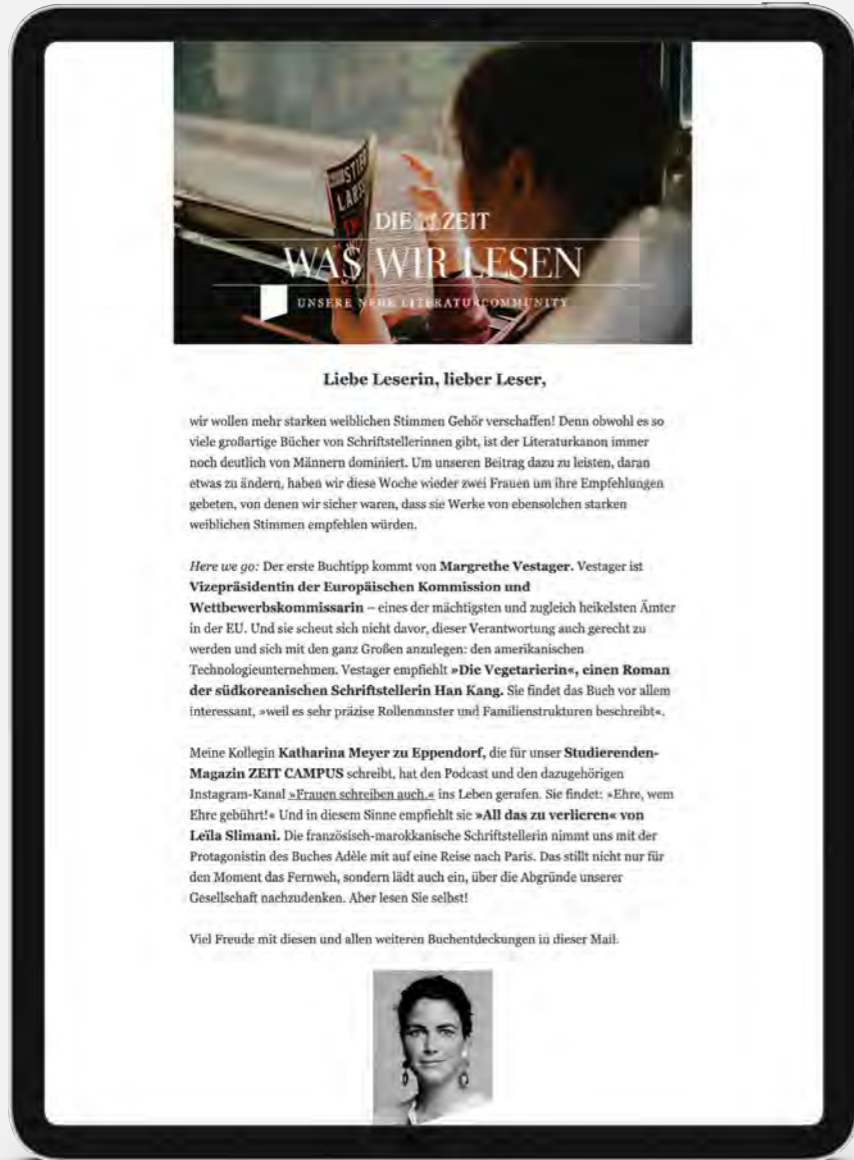
**Erscheinungsweise:** wöchentlich, mittwochs

**Reichweite:** 100.000 Newsletter-Empfänger:innen

**Anzeigenplätze:** acht Anzeigenplätze pro Newsletter, jeweils zwei von jeder Platzierungsmöglichkeit

**Anzeigenschluss:** bis Mittwoch 12 Uhr der Vorwoche

**Platzierungsmöglichkeit:** Breaking Ad, Breaking Ad Premium, Bild-Text Ad, Text Ad



# ZEIT ONLINE NEWSLETTER

## WAS WIR LESEN

### Der Newsletter: Was wir lesen

Wöchentliche Buchempfehlungen von Prominenten, Journalisten und Leserinnen und Lesern.

**Erscheinungsweise:** wöchentlich, donnerstags

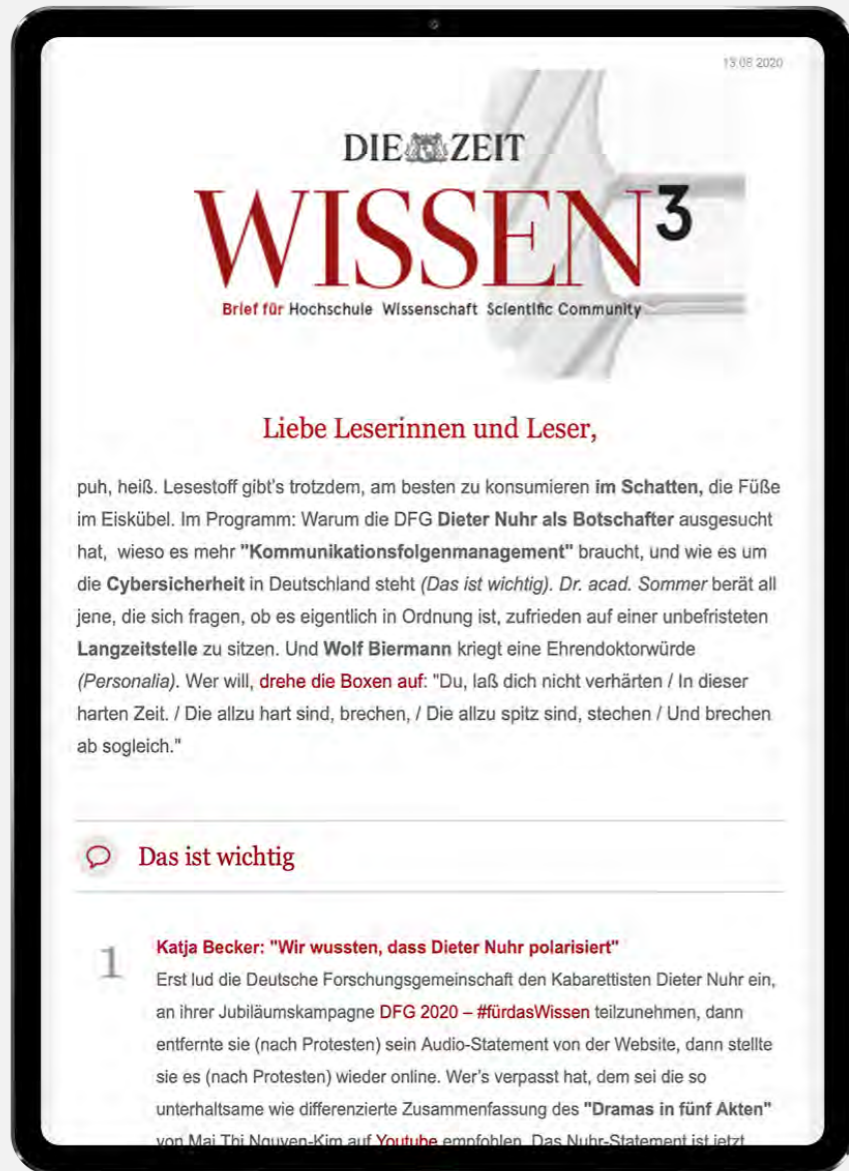
**Reichweite:** 145.000 Newsletter-Empfänger:innen

**Anzeigenplätze:** sieben Anzeigenplätze pro Newsletter, davon zwei Buchverlosungen und eine Bild-Text-Anzeige

**Anzeigenschluss:** bis Freitag 12 Uhr der Vorwoche

**Platzierungsmöglichkeit:** Breaking Ad, Buchverlosung, Bild-Text Ad





# ZEIT ONLINE NEWSLETTER

## WISSEN DREI

### Newsletter: WISSEN DREI

Der Newsletter WISSEN DREI präsentiert aktuelle Themen aus Wissenschaft und Universitätsleben. Die Inhalte reichen von einer internationalen Presseschau über Informationen zu Personalien und Zahlen aus dem akademischen Leben bis hin zu Gastkommentaren von HochschulexpertInnen.

**Erscheinungsweise:** wöchentlich, montags und donnerstags

**Reichweite:** 37.500 Newsletter-Empfänger:innen

**Anzeigenplätze:** zwei Anzeigenplätze pro Newsletter

**Anzeigenschluss:** bis Mittwoch 12 Uhr der Vorwoche / Montag 12 Uhr

**Platzierungsmöglichkeit:** Breaking Ad

# ZEIT ONLINE NEWSLETTER

## Freunde der ZEIT

### Newsletter: Freunde der ZEIT

Der wöchentliche „Freunde der ZEIT“-Newsletter lädt zum direkten Austausch ein und vertieft die Interessen an Politik, Wirtschaft, Wissen und Kultur gemeinsam mit Lesern und den Journalisten der ZEIT.

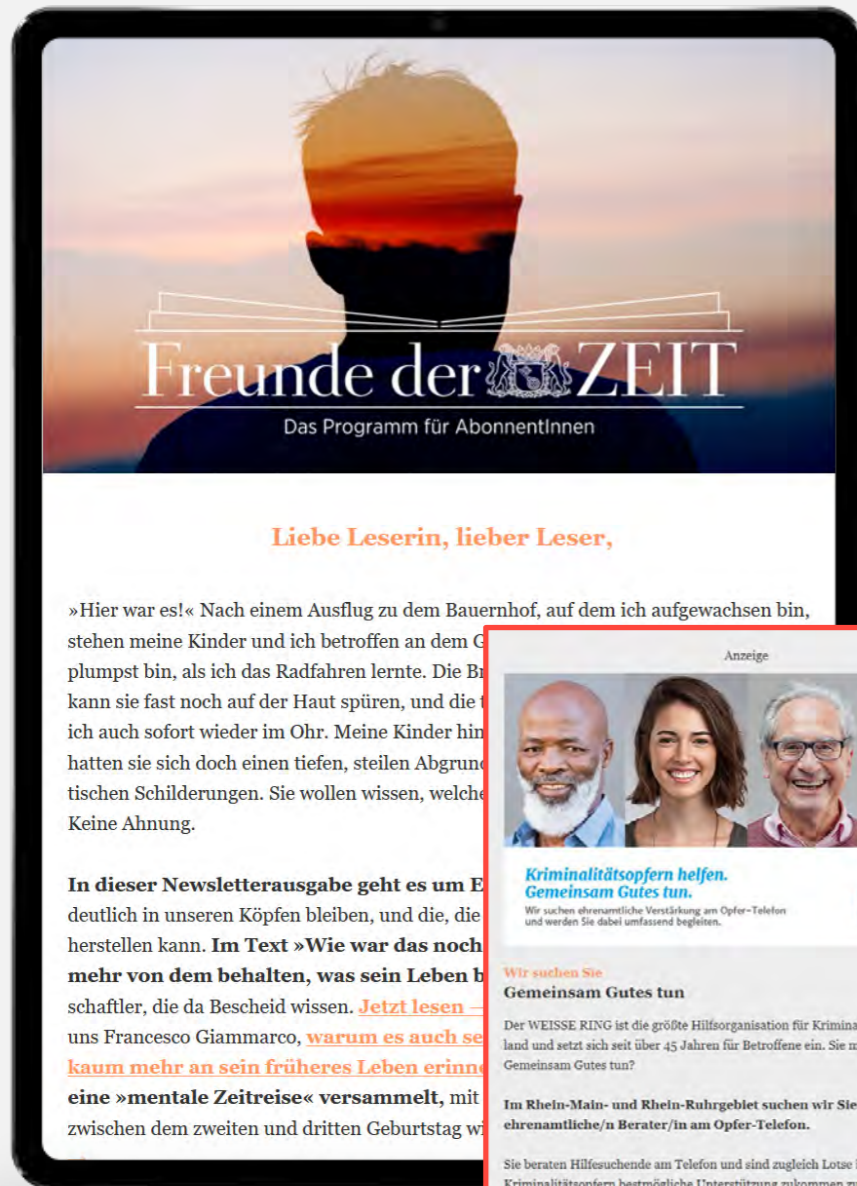
**Erscheinungsweise:** wöchentlich, samstags

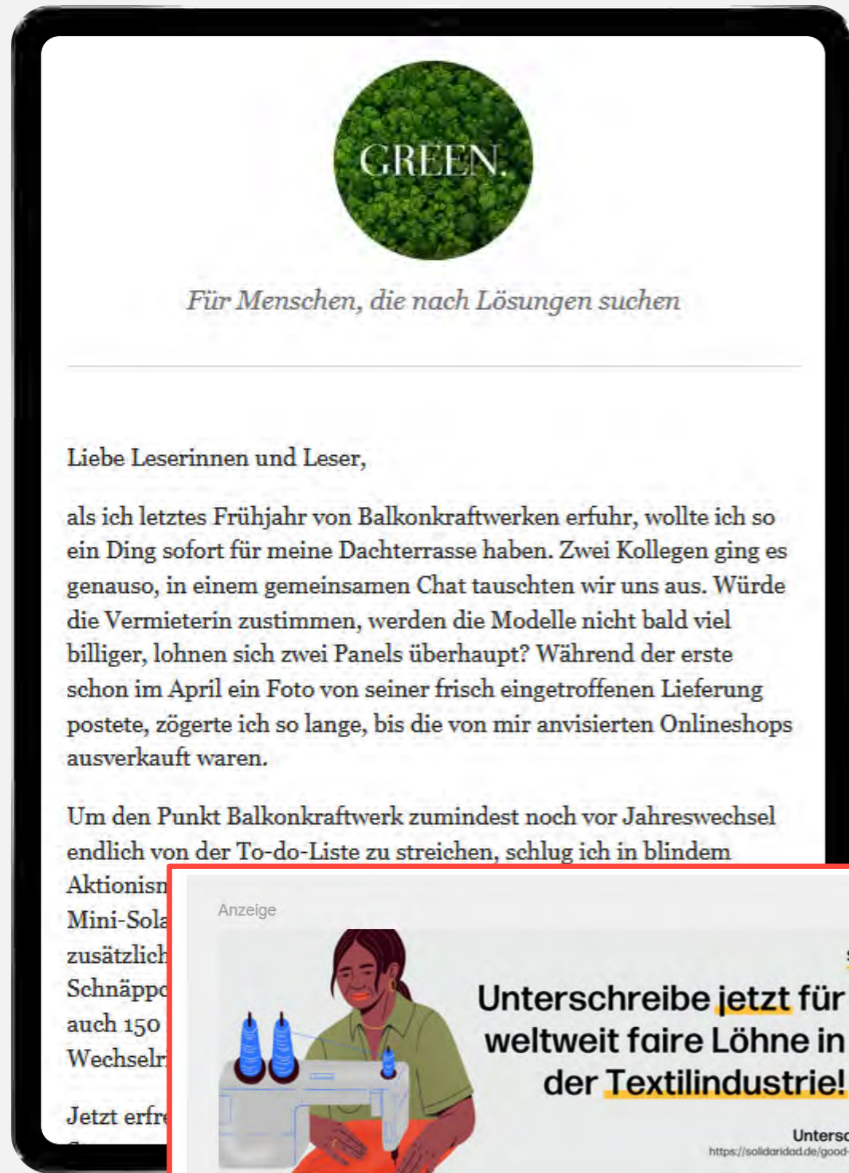
**Reichweite:** 280.000 Newsletter-Empfänger:innen aus dem Kreis der ZEIT-Abonent:innen

**Anzeigenplätze:** fünf Anzeigenplätze pro Newsletter, davon zwei Buchverlosungen / Bild-Text-Anzeigen

**Anzeigenschluss:** bis Dienstag 12 Uhr vor Erscheinen

**Platzierungsmöglichkeit:** Breaking Ad, Buchverlosung, Bild-Text Ad





# ZEIT ONLINE NEWSLETTER

## GREEN von ZEIT ONLINE

### Newsletter: GREEN von ZEIT ONLINE

Jeden Donnerstag schreiben die Green-AutorInnen Luisa Jacobs, Ricarda Richter und Uwe Jean Heuser Nachrichten, Lesestücke und Nachhaltigkeitstipps rund um das Ressort Green.

**Erscheinungsweise:** wöchentlich, donnerstags

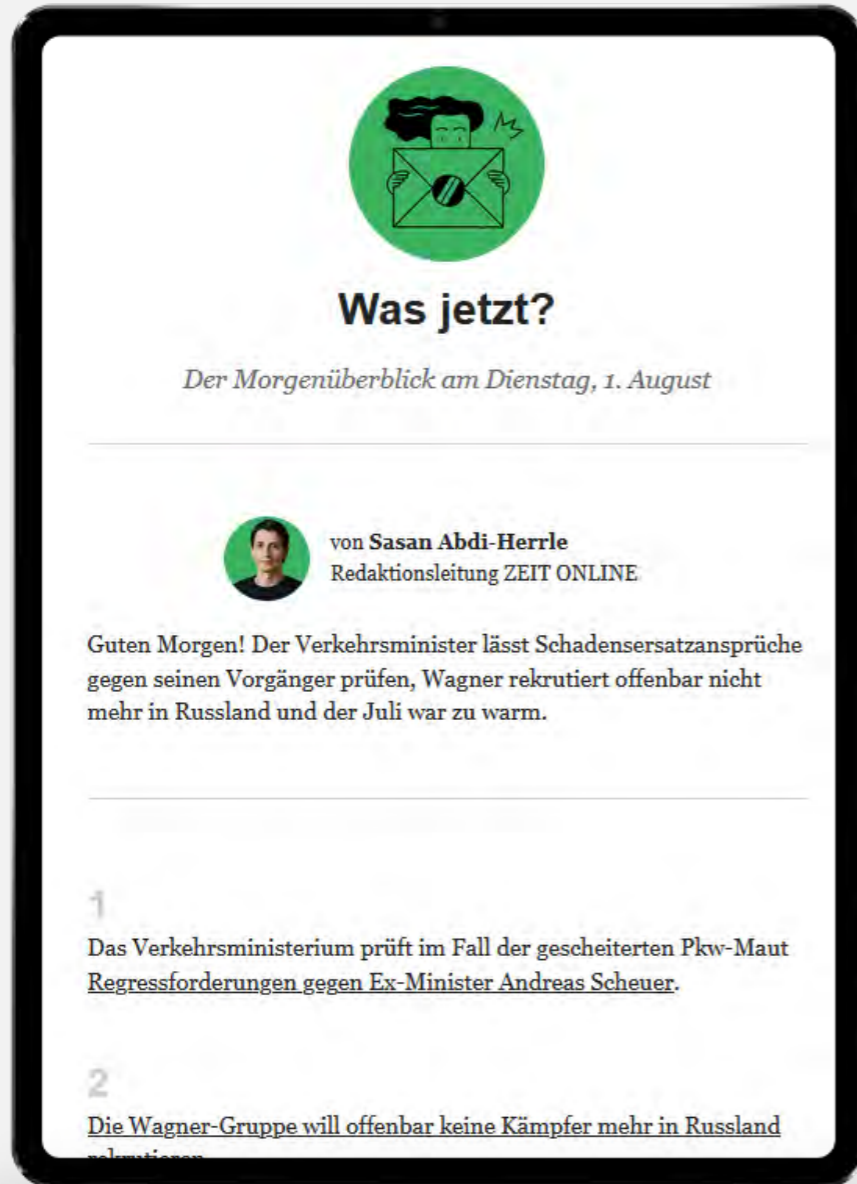
**Reichweite:** 32.000 Newsletter-Empfänger:innen

**Anzeigenplätze:** zwei Anzeigenplätze pro Newsletter

**Anzeigenschluss:** bis Montag 12 Uhr vor Erscheinen

**Platzierungsmöglichkeit:** Breaking Ad





# ZEIT ONLINE NEWSLETTER

## Was jetzt?

### **Newsletter: „ZEIT ONLINE – Was jetzt?“**

Im "Was jetzt?"-Newsletter informiert die die ZEIT ONLINE-Redaktion jeden Morgen in Kürze darüber, was in den vergangenen 24 Stunden passiert ist.

**Erscheinungsweise:** täglich, montags-sonntags

**Reichweite:** 190.000 Newsletter-Empfänger:innen

**Anzeigenplätze:** zwei Anzeigenplätze pro Newsletter

**Anzeigenschluss:** bis Mittwoch 12 Uhr der Vorwoche

**Platzierungsmöglichkeit:** Breaking Ad



WELTKUNST



# „WAS LÄUFT“ NEWSLETTER

## Die Kunstcommunity der ZEIT

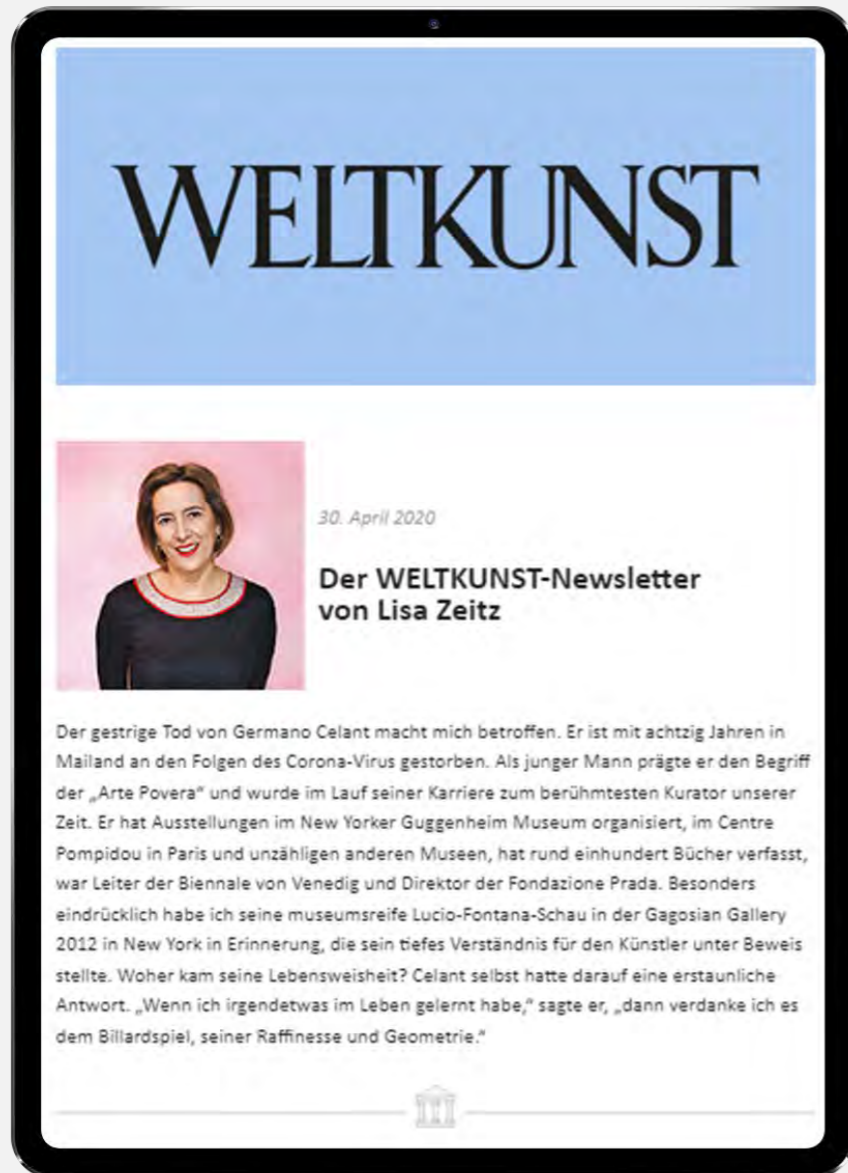
Der „Was läuft“-Newsletter informiert die Kunstcommunity wöchentlich über Kunstkauf Tipps, Ausstellungsempfehlungen und Wissenswertes aus dem Kunstmarkt. Um die Freude, sich mit Kunst zu umgeben, geht es in diesem Newsletter ebenso wie um die Trends und Debatten in der Kunstwelt und um die Frage, was die Community und die Redaktion persönlich mit Kunstwerken verbindet. Mit interaktiven Elementen tritt die Redaktion in den Dialog mit den Abonnent:innen und lässt so die Kunstcommunity wachsen.

**Erscheinungsweise:** wöchentlich, donnerstags

**Reichweite:** 19.000 Newsletter-Empfänger:innen

**Anzeigenschluss:** Montag der Vorwoche, acht Werktagen vor Erscheinen

**Platzierungsmöglichkeit:** Advertorial, Streifenanzeige



# ZEIT ONLINE NEWSLETTER

## WELTKUNST

### **Newsletter: WELTKUNST**

Chefredakteurin Dr. Lisa Zeitz gewährt mit diesem Newsletter Einblicke in ihr persönliches Erleben und ihren Alltag mit der Kunst: Welche Bücher lohnen die Lektüre, welches Museum sollte unbedingt besucht werden, welche Fundstücke sind ihr ansonsten ins Netz gegangen oder welche Auktion behält sie in dieser Woche im Blick?

**Erscheinungsweise:** wöchentlich, freitags

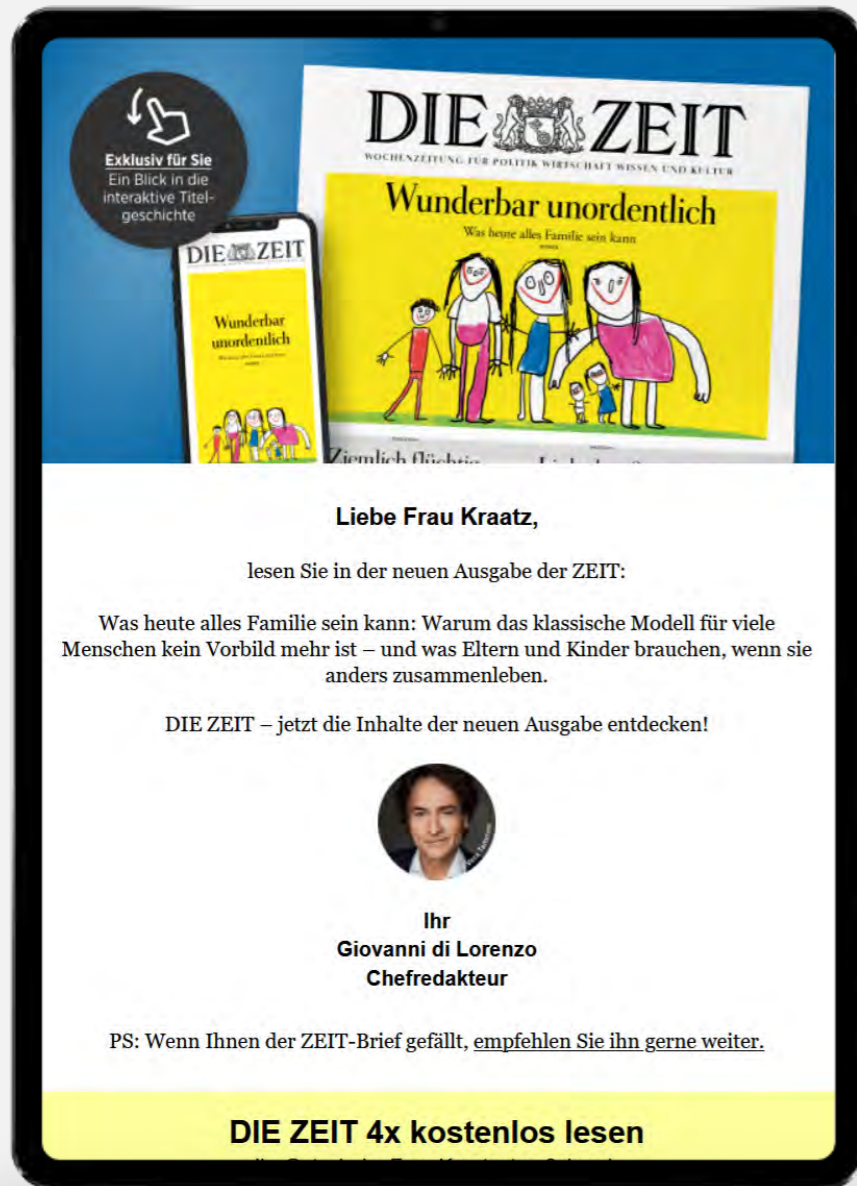
**Reichweite:** 21.000 Newsletter-Empfänger:innen

**Anzeigenplätze:** zwei Anzeigenplätze pro Newsletter

**Anzeigenschluss:** vier Werktage vor Erscheinen

**Platzierungsmöglichkeit:** Advertorial, Streifenanzeige





# ZEIT ONLINE NEWSLETTER

## ZEIT-Brief

### Newsletter: ZEIT-Brief

Der ZEIT-Brief informiert bereits am Mittwoch über die Themen und Inhalte der nächsten ZEIT-Ausgabe sowie über Wissenswertes auf ZEIT ONLINE.

**Erscheinungsweise:** wöchentlich, mittwochs

**Reichweite:** 620.000 Newsletter-Empfänger:innen

**Anzeigenplätze:** zwei Anzeigenplätze pro Newsletter

**Anzeigenschluss:** bis Freitag der Vorwoche

**Platzierungsmöglichkeit:** Bild-Text Ad



# ZEIT ONLINE NEWSLETTER

## ZEIT CAMPUS

### **Newsletter: ZEIT CAMPUS**

ZEIT Campus ist ganz nah dran: am Studium, am Leben, am Berufseinstieg. Der wöchentliche Newsletter für Studierende enthält alle Neuigkeiten rund ums Studium mit Tipps von der Redaktion.

**Erscheinungsweise:** wöchentlich, dienstags

**Reichweite:** 40.000 Newsletter-Empfänger:innen

**Anzeigenplätze:** zwei Anzeigenplätze pro Newsletter

**Anzeigenschluss:** bis Donnerstag 12 Uhr der Vorwoche

**Platzierungsmöglichkeit:** Breaking Ad

## ZEIT FÜR DIE SCHULE



Liebe Lehrkräfte,

das Thema Klimawandel ist mittlerweile überall angekommen, auch im Klassenzimmer. Genauso ist Radioaktivität ein fester Bestandteil des Lehrplans. Doch obwohl es besonders die junge Generation betreffen wird, spielt das Thema Endlagerung hochradioaktiver Abfälle dabei oft keine Rolle. Die Bundesgesellschaft für Endlagerung und ZEIT für die Schule wollen das ändern – mit einem Magazin und einem Schulwettbewerb. Machen Sie mit!

Ihr ZEIT für die Schule-Team

Fotos von Verena Brüning



Generationenaufgabe Endlagerung

# ZEIT ONLINE NEWSLETTER

## ZEIT für die SCHULE | Lehrernewsletter

### **Newsletter: ZEIT Lehrer**

Dieser nützlicher Newsletter liefert LehrerInnen aktuelle Informationen rund um das Projekt „ZEIT für die Schule“ und enthält kostenlose Arbeitsblätter zu aktuellen Themen aus der ZEIT.

**Erscheinungsweise:** Am 1. + 3. Donnerstag im Monat

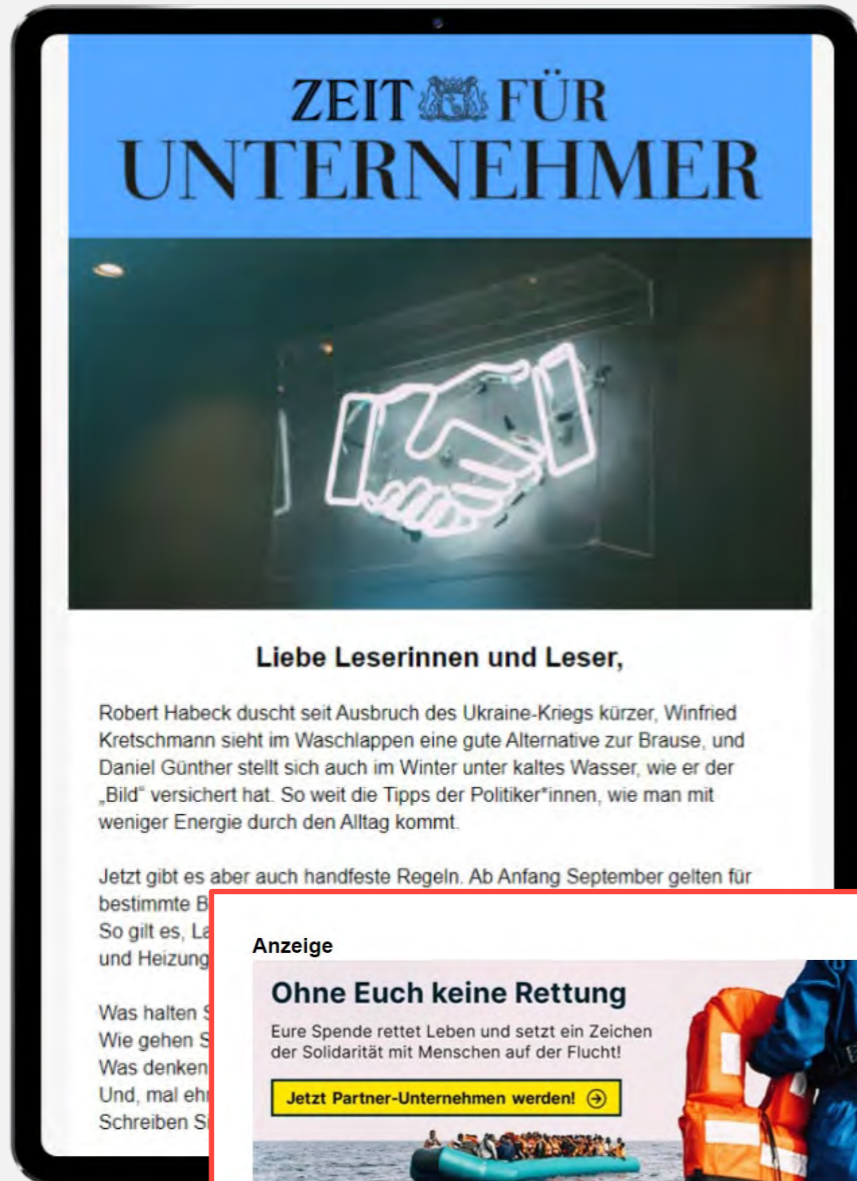
**Reichweite:** 32.000 Newsletter-Empfänger:innen

**Anzeigenplätze:** vier Anzeigenplätze pro Newsletter

**Anzeigenschluss:** bis Donnerstag 12 Uhr der Vorwoche

**Platzierungsmöglichkeit:** Breaking Ad





# ZEIT ONLINE NEWSLETTER

## ZEIT für Unternehmer

### Newsletter: ZEIT für Unternehmer

Der ab Juli 2021 monatlich erscheinende Newsletter bildet zusammen mit dem Magazin den redaktionellen Kern und trägt zur Stärkung der Marke ZEIT FÜR UNTERNEHMER bei, indem aktuelle Interessen und Hintergründe des Mittelstands thematisiert und aufgegriffen werden.

**Erscheinungsweise:** monatlich, donnerstags

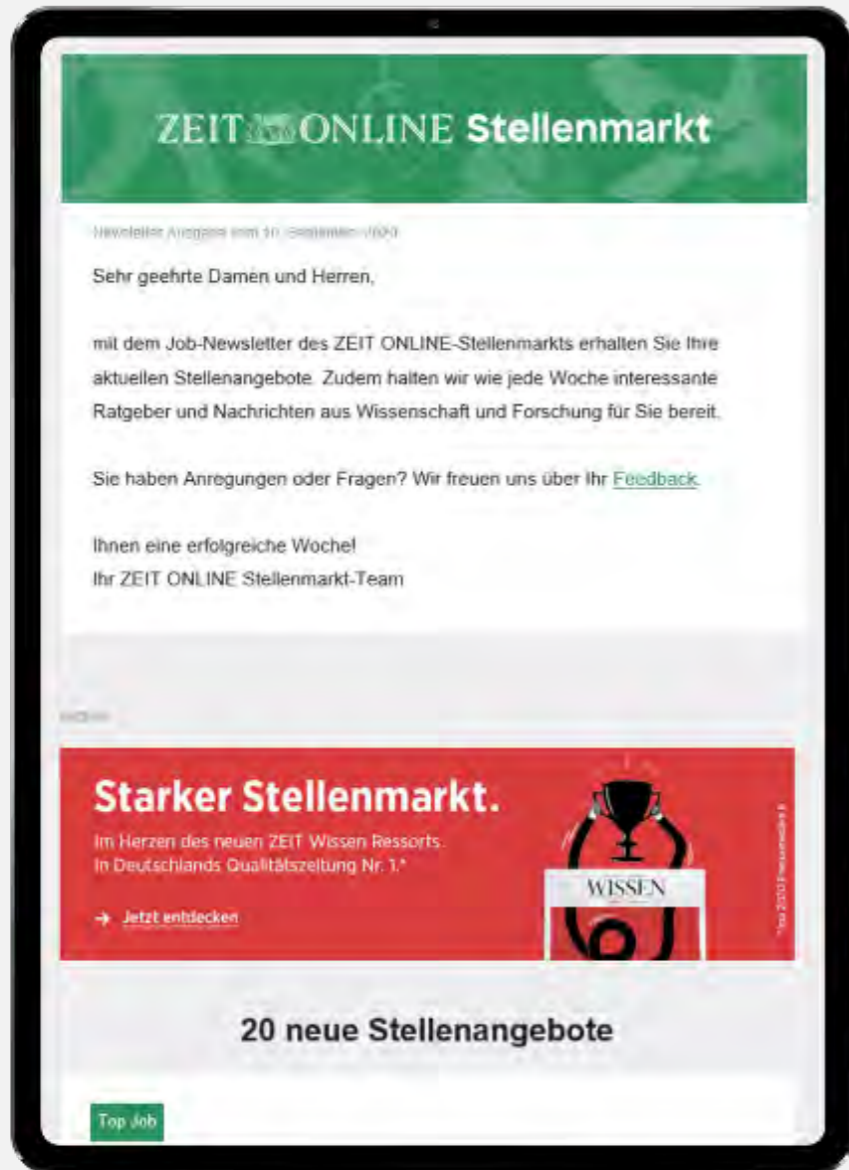
**Reichweite:** 40.000 Newsletter-Empfänger:innen

**Anzeigenplätze:** vier Anzeigenplätze pro Newsletter

**Anzeigenschluss Streifenanzeige:** bis Donnerstag 12 Uhr der Vorwoche

**Anzeigenschluss Bild-Text-Anzeige:** 10 Werkzeuge vor Erscheinen

**Platzierungsmöglichkeit:** Breaking Ad, Bild-Text Ad



# ZEIT ONLINE NEWSLETTER

## ZEIT Job Newsletter

### **Newsletter: ZEIT Job Newsletter**

Der Newsletter enthält die aktuellen und individuellen Suchergebnisse des ZEIT ONLINE Stellenmarktes und des academics.de Stellenmarktes.

**Erscheinungsweise:** werktäglich, donnerstags

**Reichweite:** 300.000 Newsletter-Empfänger:innen

**Anzeigenplätze:** zwei Anzeigenplätze pro Newsletter

**Anzeigenschluss:** bis Donnerstag 12 Uhr der Vorwoche

**Platzierungsmöglichkeit:** Breaking Ad, Bild-Text Ad



## Was für ein Tag!

Von Christoph Amend, 05.05.2023, 17:00 Uhr



Morgen wird Charles in London gekrönt, und kurz vorher waren sein Sohn William und seine Schwiegertochter Kate in der Stadt unterwegs, sie haben die U-Bahn genommen und haben ein Bier im Dog-and-Duck-Pub getrunken, so viel Volksnähe sollte schon sein.

# ZEIT ONLINE NEWSLETTER

## ZEITmagazin

### Newsletter: ZEITmagazin

Christoph Amend wirft einen Blick auf die wichtigsten Momente des Tages und gibt persönliche Empfehlungen aus Büchern, Podcasts, Ausstellungen, Reisen, Rezepte sowie Restaurants, Kino und TV.

**Erscheinungsweise:** werktäglich, mittwochs-dienstags (inkl. samstags)

**Reichweite:** 58.000 Newsletter-Empfänger:innen

**Anzeigenplätze:** zwei Anzeigenplätze pro Newsletter

**Anzeigenschluss:** bis Freitag 12 Uhr der Vorwoche

**Platzierungsmöglichkeit:** Breaking Ad





# ZEIT ONLINE NEWSLETTER

## WOCHENMARKT

### **Newsletter: ZEITmagazin – „Wochenmarkt“**

Köstlich! Der wöchentliche Wochenmarkt-Newsletter empfiehlt immer freitags drei bis vier Rezepte zum Nachkochen für ein genussvolles Wochenende.

**Erscheinungsweise:** wöchentlich, freitags

**Reichweite:** 38.000 Newsletter-Empfänger:innen

**Anzeigenplätze:** ein Anzeigenplatz pro Newsletter

**Anzeigenschluss:** bis Montag 12 Uhr vor Erscheinen

**Platzierungsmöglichkeit:** Breaking Ad



## Familienzeit

*Geschichten, die in der Familie bleiben*



von **Wlada Kolosowa**  
Redakteurin ZEITmagazin Online

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

es ist Sommer und somit die Jahreszeit der großen Dramen in der Eisdiele. Neulich, an einem heißen Sonntagnachmittag im Juni: Ein Zweijähriger darf sich eine Eissorte aussuchen, verzweifelt an der Entscheidung zwischen Schlumpf, Cookie oder Erdbeere, will am Ende alle drei, schmeißt sich auf den Boden und vergießt Tränen der Wut. Auch in der 20-köpfigen Warteschlange macht sich Verzweiflung breit.

Wie viel Entscheidungshoheit im Alltag sollten Eltern ihren Kindern einräumen? Mit dieser Frage [hat sich meine Kollegin Lisa Seelig beschäftigt](#).

Und wenn es zu spät ist und der Systemcrash nicht mehr abzuwenden ist? Mein Kollege Johannes Ehrmann hat [einen Text darüber geschrieben, welche wichtigen Funktionen kindliche](#)

# ZEIT ONLINE NEWSLETTER

## Familienzeit

### **Newsletter: Familienzeit**

Jeden Mittwoch erhalten die Empfänger Empfehlungen zu lesenswerten Stücken für und über Familien, Praktisches aus dem Elternalltag und ein Rezept, das alle am Tisch glücklich macht – ausgewählt von den Redakteurinnen und Redakteuren des Familienressorts.

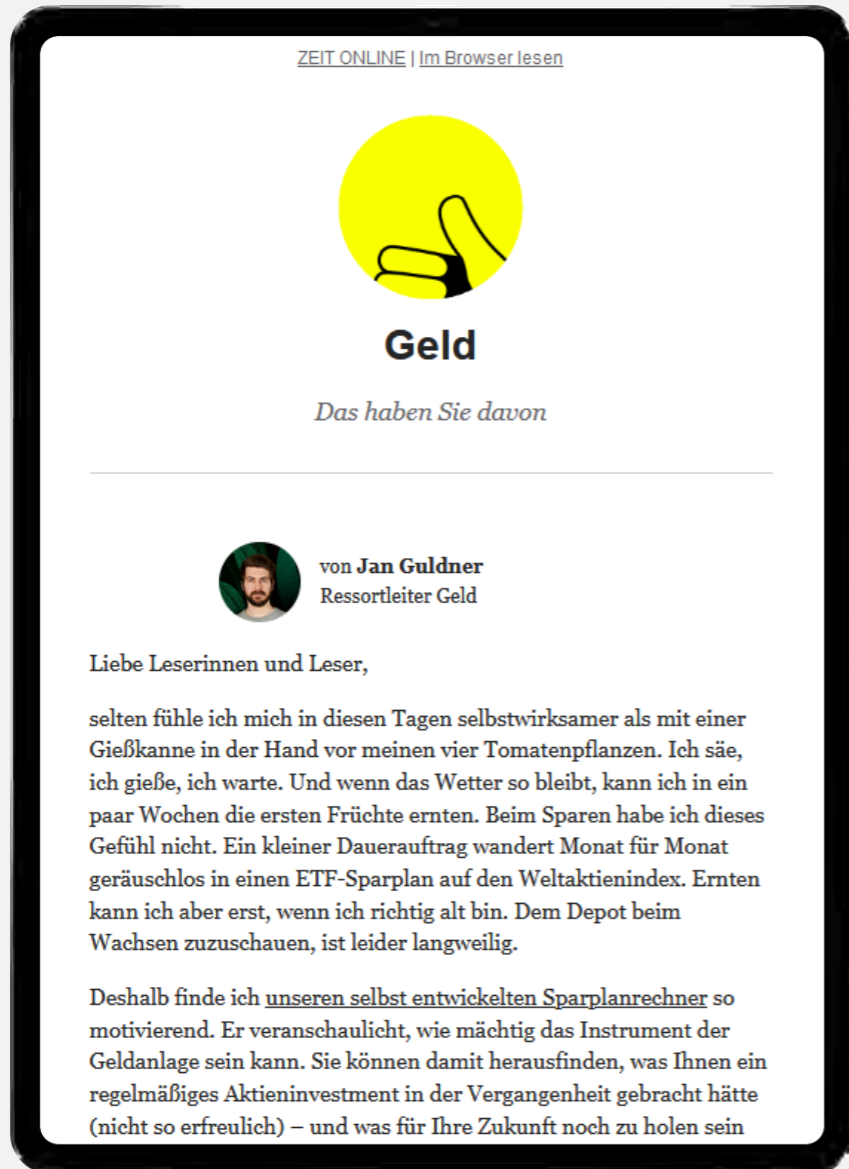
**Erscheinungsweise:** wöchentlich, mittwochs

**Reichweite:** 38.000 Newsletter-Empfänger:innen

**Anzeigenplätze:** zwei Anzeigenplätze pro Newsletter

**Anzeigenschluss:** bis Freitag 12 Uhr vor Erscheinen

**Platzierungsmöglichkeit:** Breaking Ad



# ZEIT ONLINE NEWSLETTER

## Geld

### Newsletter: Geld

Jeden Dienstag empfiehlt der Newsletter interessante Artikel, welche den Empfänger:innen helfen, einen klugen Umgang mit ihrem Geld zu finden – egal ob an der Börse oder in ihrer Beziehung.

**Erscheinungsweise:** wöchentlich, dienstags

**Reichweite:** 20.000 Newsletter-Empfänger:innen

**Anzeigenplätze:** drei Anzeigenplätze pro Newsletter\*

**Anzeigenschluss:** bis Donnerstag 12 Uhr der Vorwoche

**Platzierungsmöglichkeit:** Breaking Ad

\*Der dritte Anzeigenplatz ist nur für Branchenkunden buchbar





# ZEIT ONLINE NEWSLETTER

## Kultur

### Newsletter: Kultur

Dieser Newsletter hält seine Leser:innen auf dem neuesten kulturellen Stand und liefert alle interessanten Informationen aus den Bereichen Kultur, Musik, Kunst und Literatur.

**Erscheinungsweise:** wöchentlich, donnerstags

**Reichweite:** 17.000 Newsletter-Empfänger:innen

**Anzeigenplätze:** vier Anzeigenplätze pro Newsletter

**Anzeigenschluss:** bis Montag 12 Uhr vor Erscheinen

**Platzierungsmöglichkeit:** Breaking Ad

ZEIT ONLINE

# GEMISCHTER SATZ

*Willkommen im Newsletter der ZEIT Österreich*

Liebe Leserin, lieber Leser,

herzlich willkommen zu *Gemischter Satz*, dem Newsletter der ZEIT Österreich. Fein, dass Sie dabei sind.

Den Titel haben wir uns aus der Welt des Weinbaus geliehen, denn er beschreibt anschaulich, was Sie erwartet (beziehungsweise was wir Ihnen zu liefern versuchen): österreichspezifische Themen ganz unterschiedlicher Provenienz und Aktualität, gemischt zu einem (hoffentlich) vielschichtigen Ganzen. Sortenreinheit werden Sie hier vergeblich suchen, da wir uns erlauben, zwischen Kultur, Politik, Essen & Trinken, Wirtschaft und Wuchtern zu oszillieren.

Sie erhalten unseren Newsletter einmal die Woche, und zwar jeden Freitag, mittags beziehungsweise am frühen Nachmittag, je nachdem.

Sollten Sie Anregungen haben oder uns mitteilen wollen, wie Sie uns finden – schreiben Sie uns ein paar Zeilen. Herzlichen Dank dafür.

Mit den besten Grüßen

**Diese Newsletter könnten Sie auch interessieren**

Im *Wie für Leben, wie?* Newsletter erhalten Sie jeden Freitag am Mittwoch

# ZEIT ONLINE NEWSLETTER

## ZEIT Österreich – Gemischter Satz

### **Newsletter: ZEIT Österreich – Gemischter Satz**

In diesem Newsletter wird sich den aktuellen Aspekten der österreichischen Politik, Gesellschaft, Wirtschaft und Kultur ebenso gewidmet wie den kleinen Meditationen über Land, Leute und der Tatsache, dass es in dem kleinen, schnitzelförmigen Land jede Menge herzerwärmender Dinge zu entdecken gibt.

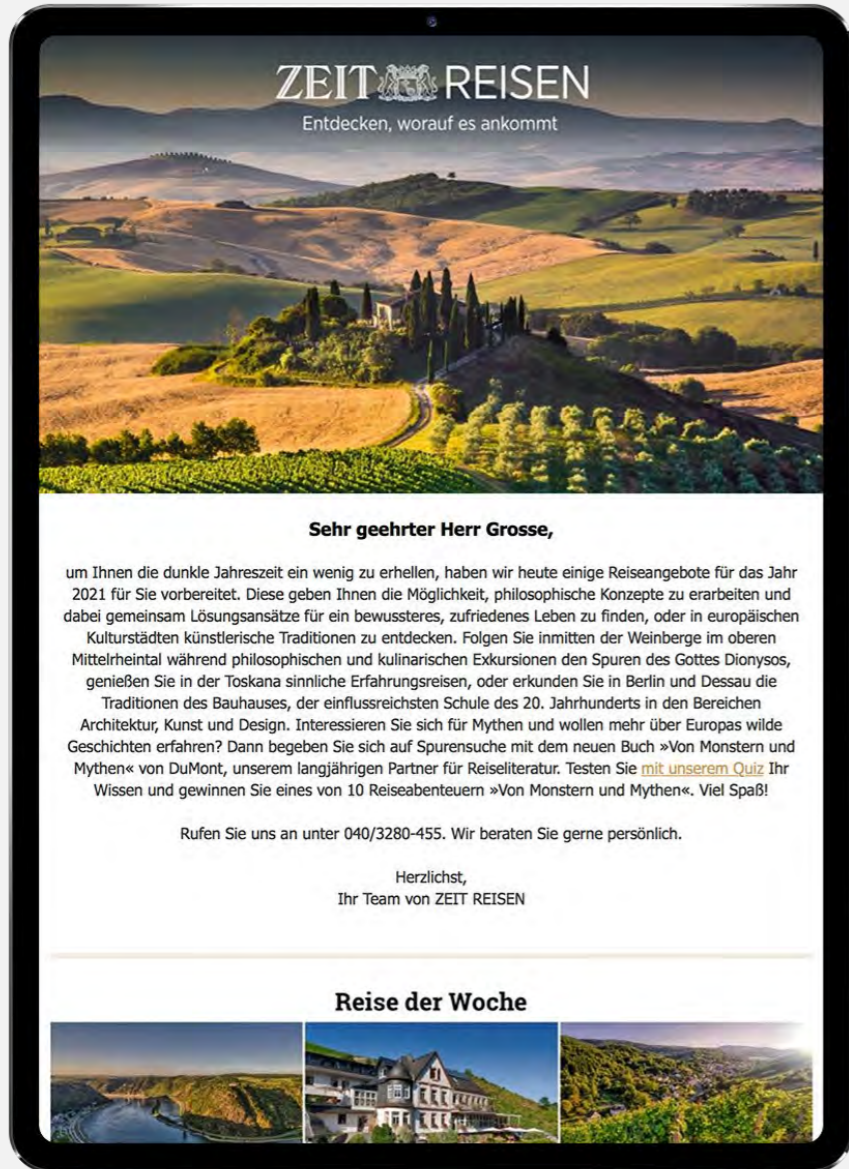
**Erscheinungsweise:** wöchentlich, mittwochs

**Reichweite:** 38.000 Newsletter-Empfänger:innen

**Anzeigenplätze:** drei Anzeigenplätze pro Newsletter

**Anzeigenschluss:** bis Freitag 12 Uhr vor Erscheinen

**Platzierungsmöglichkeit:** Breaking Ad, Bild-Text Ad



# ZEIT ONLINE NEWSLETTER

## ZEIT REISEN

### **Newsletter: ZEIT REISEN**

Der Newsletter von ZEIT REISEN präsentiert ein vielfältiges Reiseangebot und saisonale Sonderreisen. Spannende Reiseberichte der Gäste sowie ReiseleiterInnen ergänzen den inspirierenden Content und faszinieren regelmäßig eine kulturinteressierte und wissbegierige Leserschaft.

**Erscheinungsweise:** wöchentlich, sonntags

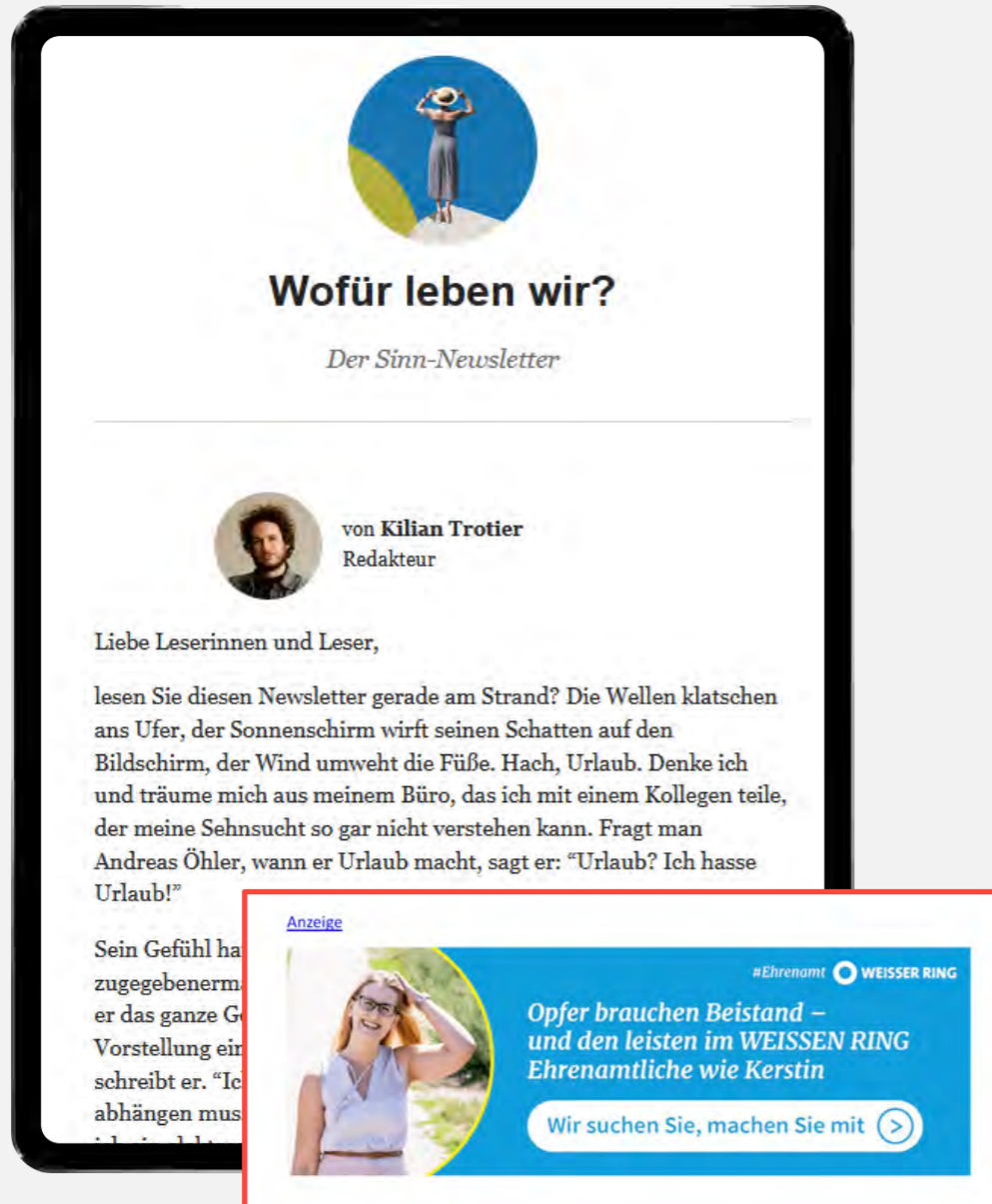
**Reichweite:** 90.000 Newsletter-Empfänger:innen

**Anzeigenplätze:** sechs Anzeigenplätze pro Newsletter

**Anzeigenschluss:** bis Dienstag 12 Uhr vor Erscheinen

**Platzierungsmöglichkeit:** Bild-Text Ad





# ZEIT ONLINE NEWSLETTER

## ZEIT SINN: Wofür leben wir?

### Newsletter: ZEIT SINN: Wofür leben wir?

Als Teil des Projekts ZEIT Sinn schreiben Merle Schmalenbach und Kilian Trotier im Wofür leben wir?-Newsletter Texte rund um Sinnfragen, Lebensentscheidungen und Wendepunkte für alle Sinnsucher und Sinnstifter.

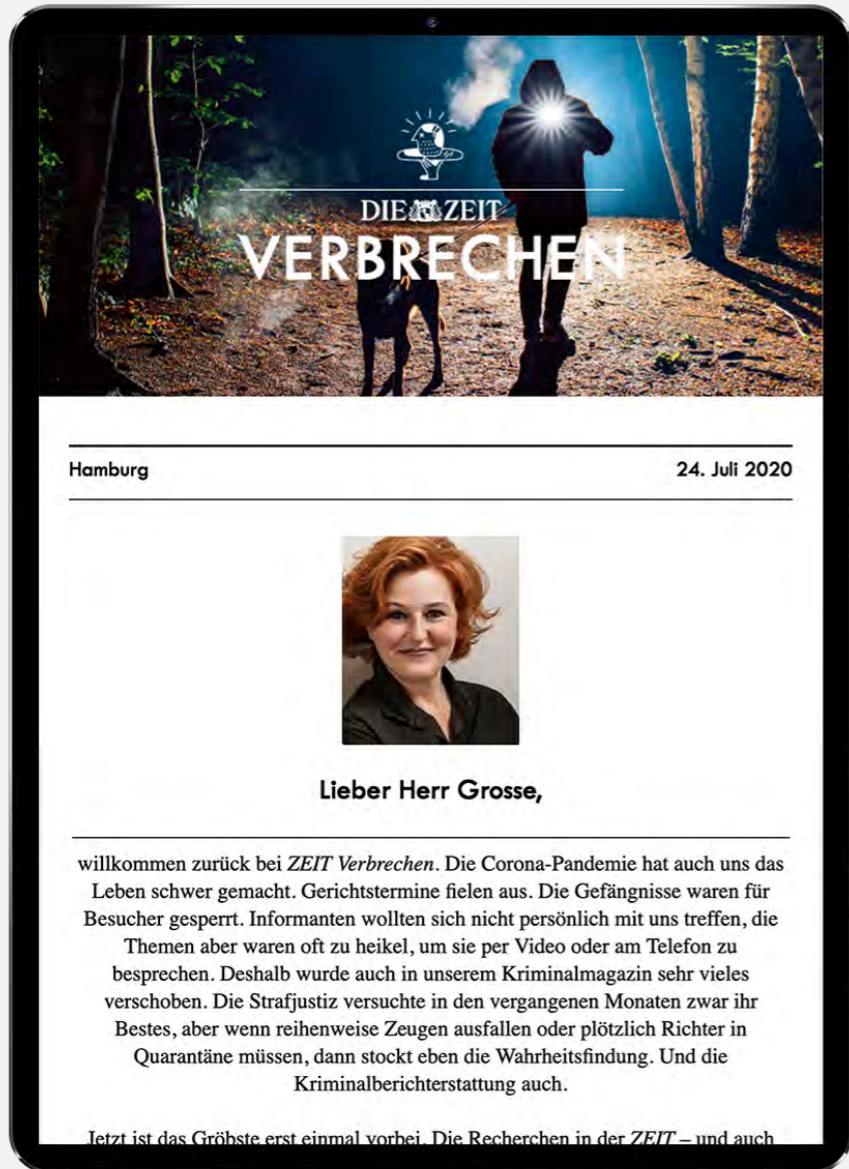
**Erscheinungsweise:** wöchentlich, freitags

**Reichweite:** 35.000 Newsletter-Empfänger:innen

**Anzeigenplätze:** drei Anzeigenplätze pro Newsletter

**Anzeigenschluss:** bis Dienstag 12 Uhr vor Erscheinen

**Platzierungsmöglichkeit:** Breaking Ad, Bild-Text Ad



# ZEIT ONLINE NEWSLETTER

## ZEIT VERBRECHEN

### **Newsletter: ZEIT VERBRECHEN**

Der monatliche Newsletter umfasst zusätzliche Informationen, Hintergründen und News aus der Redaktion. Die Leser:innen erhalten u.a. eine kurze Podcast-Vorschau, Serien- und Buchtipps und erfahren Unterhaltsames aus der Magazin-Community.

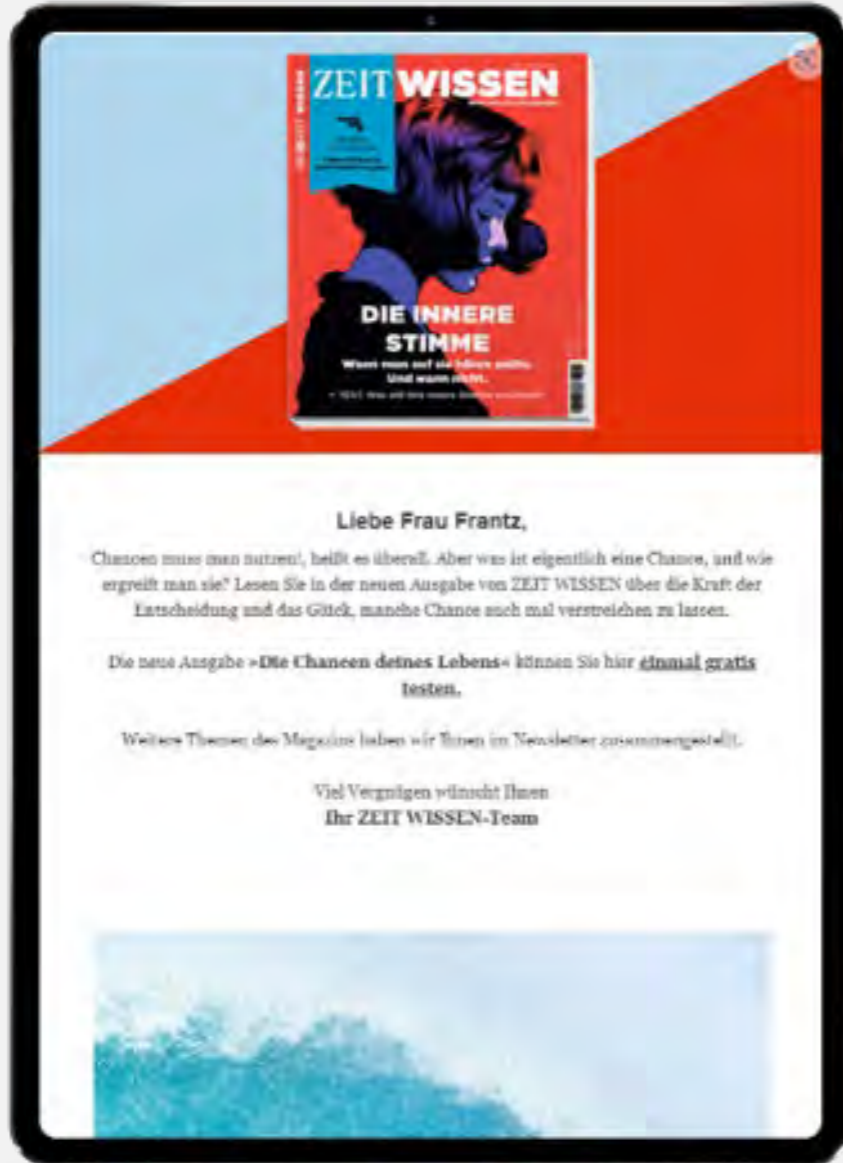
**Erscheinungsweise:** 2wöchentlich, freitags

**Reichweite:** 35.000 Newsletter-Empfänger:innen

**Anzeigenplätze:** zwei Anzeigenplätze pro Newsletter

**Anzeigenschluss:** bis Freitag 12 Uhr der Vorwoche

**Platzierungsmöglichkeit:** Breaking Ad



# ZEIT ONLINE NEWSLETTER

## ZEIT WISSEN

### **Newsletter: ZEIT WISSEN**

Der ZEIT WISSEN Newsletter wirft einen Blick hinter die Kulissen der Redaktion. Diskutiert werden die Themen, die die Redaktion beschäftigt und was die AutorInnen bei ihren Recherchen erleben.

**Erscheinungsweise:** dienstags, zum EVT des ZEIT WISSEN-Magazins

**Reichweite:** 45.000 Newsletter-Empfänger:innen

**Anzeigenplätze:** zwei Anzeigenplätze pro Newsletter

**Anzeigenschluss:** bis Freitag 12 Uhr der Vorwoche

**Platzierungsmöglichkeit:** Breaking Ad





ZEIT ONLINE

---

# Podcasts

# Podcasts

## Ein Medium in aller Ohren.

---

Podcasts erfreuen sich nach wie vor großer Beliebtheit; seriös-unterhaltsame Interviewformate werden gern und viel genutzt und prägen sich besonders gut ein.

Eine aktuelle Studie zeigt, dass sich mit Podcasts insbesondere jüngere Hörer:innen im Alter von 21 bis 35 Jahre (67%) ansprechen und erreichen lassen. Außerdem sind Podcast-Hörer:innen überdurchschnittlich gebildet: Über 85% haben mindestens Abitur, über 55% einen akademischen Abschluss. Dementsprechend ist das Einkommen vergleichsweise hoch: Fast 50 % der Umfrage-Teilnehmenden verdienen über 2.500 Euro netto im Monat.

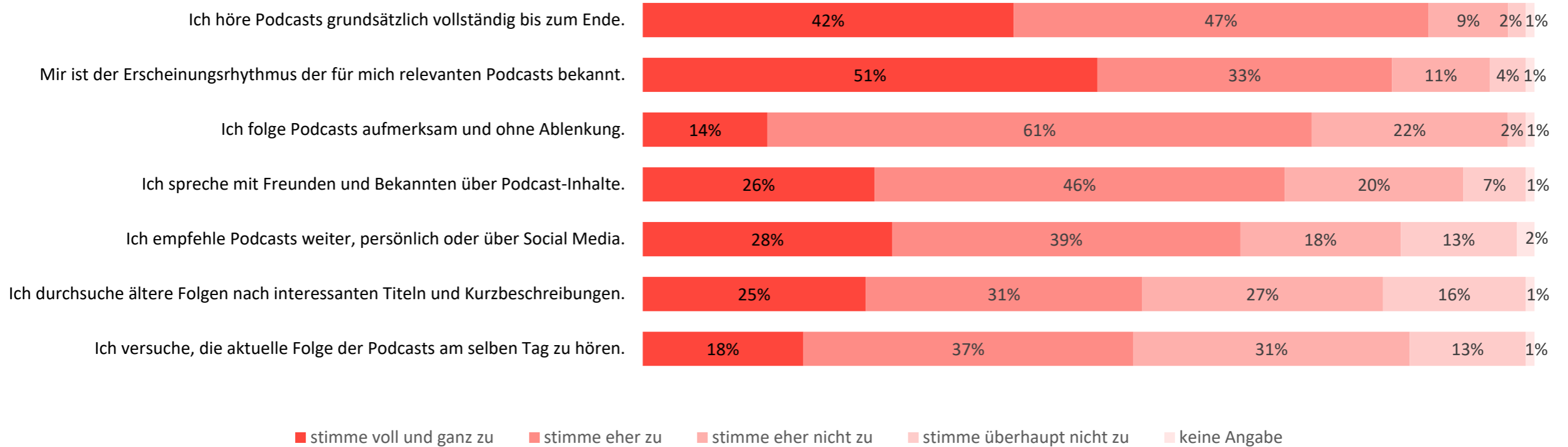
Nutzen auch Sie dieses Medium, um für Ihr Projekt zu begeistern oder über Ihr Anliegen zu informieren. Entweder belegen Sie dafür einen der zahlreichen Podcasts von ZEIT ONLINE, um mit einem Spot oder Einspieler reichweitenstark zu kommunizieren. Oder erzählen Sie Ihre eigenen Geschichten im Rahmen eines individuellen Podcasts – dabei unterstützen wir Sie gern und tatkräftig.

Quelle: OMR Podstars: Podcast-Umfrage 2021



# Hohe Aufmerksamkeitspanne beim Hören von Podcasts

## 89% hören Podcasts bis zum Ende

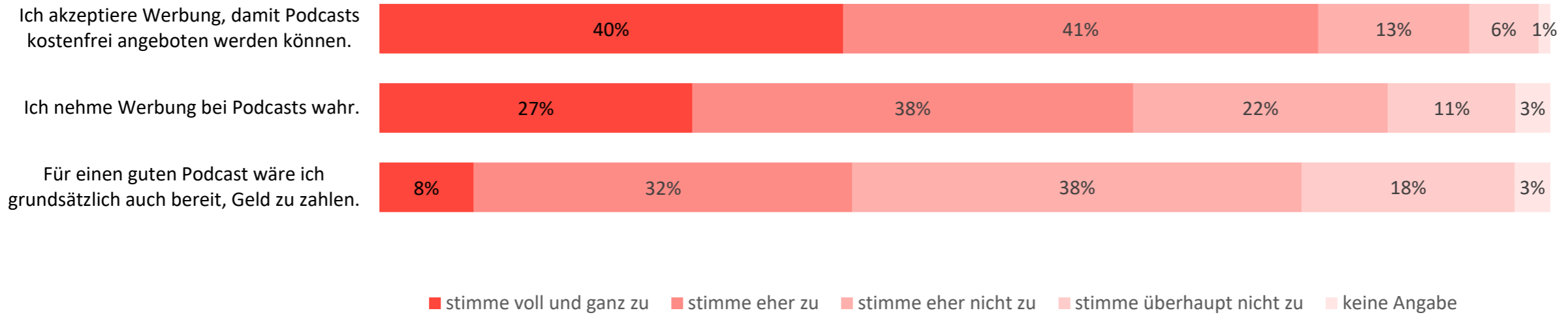


Frage: Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?  
Podcast Grundlagenstudie 2020, Fallzahlen: n=2596, Befragungszeitraum: 25.05. – 29.06.2020



# Hohe Akzeptanz für Werbung

## 81% akzeptieren Werbung für kostenlose Nutzung



Frage: Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?  
Podcast Grundlagenstudie 2020, Fallzahlen: n=2596, Befragungszeitraum: 25.05. – 29.06.2020

# Podcasts (1/3)

**FESTPLATZIERUNG:** Feste Belegung einer Podcast-Folge innerhalb der angegebenen Laufzeit.

Podcast	Erscheinungsweise	Netto-Downloads pro Folge <sup>1</sup>	Belegung	Grundpreis <sup>2</sup>	Branchenrabatt I <sup>3</sup>	Branchenrabatt III <sup>5</sup>
<a href="#">Alles gesagt?</a>	Monatlich, letzter Freitag	—	TKP-Buchung <sup>5</sup>	—	—	—
<a href="#">Auch das noch?</a>	14-täglich, mittwochs	20.000	PreRoll PreRoll + PostRoll	3.600,-€ 5.400,-€	2.340,-€ 3.510,-€	1.440,-€ 2.160,-€
<a href="#">Augen zu</a>	4-wöchentlich, mittwochs	50.000	PreRoll PreRoll + PostRoll	9.000,-€ 13.500,-€	5.850,-€ 8.775,-€	3.600,-€ 5.400,-€
<a href="#">Das Politikteil</a>	wöchentlich, freitags	80.000	PreRoll PreRoll + PostRoll	14.400,-€ 21.600,-€	9.360,-€ 14.040,-€	5.760,-€ 8.640,-€
<a href="#">Der Ostcast</a>	3-wöchentlich, donnerstags	25.000	PreRoll PreRoll + PostRoll	4.500,-€ 6.750,-€	2.925,-€ 4.387,50€	1.800,-€ 2.700,-€
<a href="#">Die sogenannte Gegenwart</a>	14-täglich, montags	40.000	PreRoll PreRoll + PostRoll	7.200,-€ 10.800,-€	4.680,-€ 7.020,-€	2.880,-€ 4.320,-€
<a href="#">Ehrlich jetzt?</a>	14-täglich, dienstags	—	TKP-Buchung <sup>5</sup>	—	—	—
<a href="#">Frisch an die Arbeit</a>	14-täglich, dienstags	20.000	PreRoll PreRoll + PostRoll	4.800,-€ 7.200,-€	3.120,-€ 4.680,-€	1.920,-€ 2.880,-€
<a href="#">Geht da noch was?</a>	14-täglich, montags	20.000	PreRoll PreRoll + PostRoll	3.600,-€ 5.400,-€	2.340,-€ 3.510,-€	1.440,-€ 2.160,-€
<a href="#">Ist das eine Blase?</a>	14-täglich, montags	20.000	PreRoll PreRoll + PostRoll	6.400,-€ 9.600,-€	4.160,-€ 6.240,-€	1.440,-€ 2.160,-€
<a href="#">Ist das normal?</a>	14-täglich, montags	40.000	PreRoll PreRoll + PostRoll	9.600,-€ 14.400,-€	6.240,-€ 9.360,-€	3.840,-€ 5.760,-€
<a href="#">Kicken kann er</a>	14-täglich, mittwochs	14.000	PreRoll PreRoll + PostRoll	3.360,-€ 5.040,-€	2.184,-€ 3.276,-€	1.344,-€ 2.016,-€
<a href="#">Ok, America?</a>	14-täglich, donnerstags	60.000	PreRoll PreRoll + PostRoll	10.800,-€ 16.200,-€	7.020,-€ 10.530,-€	4.320,-€ 6.480,-€
<a href="#">Servus.Grüezi.Hallo.</a>	wöchentlich, mittwochs	55.000	PreRoll PreRoll + PostRoll	9.900,-€ 14.850,-€	6.435,-€ 9.652,50€	3.960,-€ 5.940,-€

# Podcasts (2/3)

**FESTPLATZIERUNG:** Feste Belegung einer Podcast-Folge innerhalb der angegebenen Laufzeit.

Podcast	Erscheinungsweise	Netto-Downloads pro Folge <sup>1</sup>	Belegung	Grundpreis <sup>2</sup>	Branchenrabatt I <sup>3</sup>	Branchenrabatt III <sup>4</sup>
<a href="#">Und was macht die Uni?</a>	monatlich, mittwochs	12.500	PreRoll	2.250,-€	1.462,50€	900,-€
			PreRoll + PostRoll	3.375,-€	2.193,75€	1.350,-€
<a href="#">Und was machst du am Wochenende?</a>	wöchentlich, donnerstags	25.000	PreRoll	4.500,-€	2.925,-€	1.800,-€
			PreRoll + PostRoll	6.750,-€	4.387,50,-€	2.700,-€
<a href="#">Unter Pfarrerstöchtern</a>	14-täglich, freitags	50.000	PreRoll	9.000,-€	5.850,-€	3.600,-€
			PreRoll + PostRoll	13.500,-€	8.775,-€	5.400,-€
<a href="#">Verbrechen</a>	14-täglich, dienstags	550.000	PreRoll	71.500,-€	46.475,-€	28.600,-€
			PreRoll + PostRoll	107.250,-€	69.712,50€	42.900,-€
<a href="#">Was jetzt?</a>	montags-freitags, jeweils zwei Folgen	60.000	PreRoll	21.600,-€	14.040,-€	8.640,-€
			PreRoll + PostRoll	32.400,-€	21.060,-€	12.960,-€
<a href="#">Was jetzt? Am Wochenende</a>	samstags (zwei Folgen) und sonntags (eine Folge)	50.000	PreRoll	27.000,-€	17.550,-€	10.800,-€
			PreRoll + PostRoll	40.500,-€	26.325,-€	16.200,-€
<a href="#">Warum denken Sie das?</a>	es erscheinen keine weiteren Folgen	—	—	—	—	—
<a href="#">Was liest du gerade?</a>	14-täglich, samstags	15.000	PreRoll	2.700,-€	1.755,-€	1.080,-€
			PreRoll + PostRoll	4.050,-€	2.632,50€	1.620,-€
<a href="#">Wie war das noch mal?</a>	monatlich, samstags	115.000	PreRoll	27.600,-€	17.940,-€	11.040,-€
			PreRoll + PostRoll	41.400,-€	26.910,-€	16.560,-€
<a href="#">Wochenmarkt</a>	monatlich	14.000	PreRoll	2.520,-€	1.638,-€	1.008,-€
			PreRoll + PostRoll	3.780,-€	2.457,-€	1.512,-€
<a href="#">Woher weißt Du das?</a>	14-täglich, sonntags	120.000	PreRoll	28.800,-€	18.720,-€	11.520,-€
			PreRoll + PostRoll	43.200,-€	28.080,-€	17.280,-€

Änderungen der Preise, Reichweiten und Erscheinungsweisen unterjährig möglich. Stand: Januar 2024

Für Podcastbuchungen gilt ein Mindestbuchungsvolumen exklusive Produktionskosten (Allgemein: 3.500 €; Kategorie I<sup>3</sup>: 2.275 €; Kategorie II<sup>4</sup>: 1.575 €; Kategorie III<sup>5</sup>: 1.400 €).

Alle Preise zzgl. 1.000 € Produktionskosten pro Spot. Produktionskosten sind nicht rabatt- und AE-fähig. Die Spotlänge beträgt max. 30 Sekunden.

<sup>1</sup> Downloads bezeichnet die Summe aus abgeschlossenen Downloads und abgeschlossenen Streams.

<sup>2</sup> Grundpreis gilt für alle Nicht-Branchenkunden.

<sup>3</sup> Branchenrabatt I: Preise für Hochschulen, Forschungseinrichtungen, Öffentlicher Dienst (Employer Branding), Gemeinnützig & Soziales. Ministerien, Hilfsorganisationen und wirtschaftlich geprägte Verbände zahlen den Grundpreis.

<sup>4</sup> Branchenpreis III: Preise für die Branchen Stiftungen, Reise (Fremdenverkehrsämter in der DACH-Region, Bundesländer, Kantone, Tourismusmarketing in der DACH-Region und Einzelhotels), Immobilien (Objektanzeigen und Fertighäuser), Marktplatz, Schulen, Theater, Kultur und Hamburg. Für alle anderen Kunden gelten die Grundpreise.

<sup>5</sup> Nur über TKP-Belegung buchbar, keine Festplatzierung möglich

Alle Preise zzgl. MwSt.



# Podcasts (3/3)

**VOLUMENBUCHUNG AUF TKP-BASIS:** Flexible Reichweite nach Tausenderkontaktpreis

Platzierung	Erscheinungsweise	Belegung	Grundpreis <sup>1</sup>	Branchenrabatt I <sup>2</sup>	Branchenrabatt III <sup>3</sup>
Podcast-Show	Auslieferung in einer Podcast-Serie	PreRoll	130,- €	84,50 €	52,- €
		MidRoll <sup>4</sup>	110,- €	71,50 €	44,- €
		PostRoll	90,- €	58,50 €	36,- €
Podcast-Brand	Auslieferung im ZEIT ONLINE Podcast-Portfolio (mit Targeting gegen Aufschlag in Höhe von 15% möglich)	PreRoll	100,- €	65,- €	40,- €
		MidRoll <sup>4</sup>	80,- €	52,- €	32,- €
		PostRoll	60,- €	39,- €	24,- €

Änderungen der Preise, Reichweiten und Erscheinungsweisen unterjährig möglich. Stand: Januar 2024

Für Podcastbuchungen gilt ein Mindestbuchungsvolumen exklusive Produktionskosten (Allgemein: 3.500 €; Kategorie I<sup>3</sup>: 2.275 €; Kategorie II<sup>4</sup>: 1.575 €; Kategorie III<sup>5</sup>: 1.400 €).

Alle Preise zzgl. 1.000 € Produktionskosten pro Spot. Produktionskosten sind nicht rabatt- und AE-fähig. Die Spotlänge beträgt max. 30 Sekunden.

<sup>1</sup> Grundpreis gilt für alle Nicht-Branchenkunden.

<sup>2</sup> Branchenrabatt I: Preise für Hochschulen, Forschungseinrichtungen, Öffentlicher Dienst (Employer Branding), Gemeinnützig & Soziales. Ministerien, Hilfsorganisationen und wirtschaftlich geprägte Verbände zahlen den Grundpreis

<sup>3</sup> Branchenpreis III: Preise für die Branchen Stiftungen, Reise (Fremdenverkehrsämter in der DACH-Region, Bundesländer, Kantone, Tourismusmarketing in der DACH-Region und Einzelhotels), Immobilien (Objektanzeigen und Fertighäuser), Marktplatz, Schulen, Theater, Kultur und Hamburg. Für alle anderen Kunden gelten die Grundpreise.

<sup>4</sup> MidRoll im »Verbrechen« Podcast nicht belegbar.

<sup>5</sup> Nur über TKP-Belegung buchbar, keine Festplatzierung möglich



# ZEIT ONLINE PODCASTS

## »ALLES GESAGT?«

Der unendliche Interviewpodcast.

In „Alles gesagt?“ befragen ZEITmagazin-Chefredakteur Christoph Amend und ZEIT-ONLINE-Chefredakteur Jochen Wegner außergewöhnliche Menschen - so lange, bis die Gäste selbst erklären, dass jetzt "alles gesagt" sei. Ein Gespräch kann also zwölf Minuten oder acht Stunden dauern.

### Facts

- › erscheint monatlich, letzter Freitag
- › 1 Monat/1 Folge

Nur als  
Volumen-  
buchung auf  
TKP-Basis  
möglich

Alle Podcasts sind auch verfügbar auf Spotify, iTunes, Deezer, Amazon Echo und Google Home.



# ZEIT ONLINE PODCASTS

## »AUCH DAS NOCH«

In jeder Folge dieses Podcasts sprechen ZEIT-Politikredakteurin Petra Pinzler und Wissenschaftsredakteur Stefan Schmitt über eine Krise der Gegenwart: Es geht um die Klimakrise, das Artensterben, die Energiekrise und die Kriege. Jedes Mal hilft eine Expertin oder ein Experte dabei zu verstehen, wie alles zusammenhängt. Nicht um zu verzweifeln, sondern weil Verstehen ja der erste Schritt zur Lösung ist. Und um Lösungen geht es natürlich auch.

### Facts

- › erscheint 14-täglich, mittwochs
- › Ø 20.000 Netto-Downloads<sup>1</sup> pro Folge
- › 2 Wochen/1 Folge

Ø 20.000  
Netto-  
Downloads<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Downloads bezeichnet die Summe aus abgeschlossenen Downloads und abgeschlossenen Streams. Alle Podcasts sind auch verfügbar auf Spotify, iTunes, Deezer, Amazon Echo und Google Home.





# ZEIT ONLINE PODCASTS

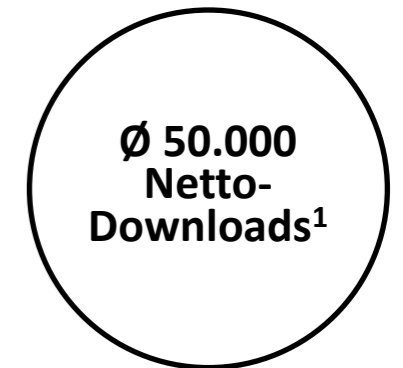
## »AUGEN ZU«

Im Podcast »Augen zu« sprechen Florian Illies und Giovanni di Lorenzo alle 14 Tage über die Welt der Kunst.

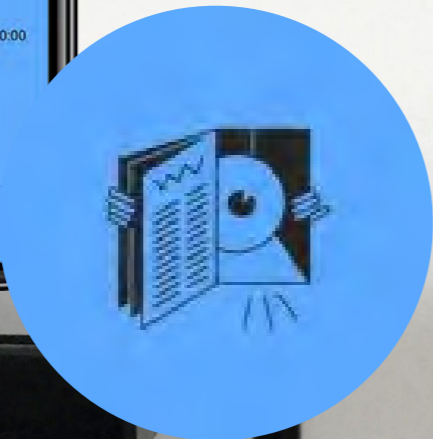
Was macht große Kunst aus? Darf man Beuys einen Scharlatan nennen? Muss man Botticelli lieben? Jede Folge widmet sich einem Künstler oder einer Künstlerin, ihren biografischen Wendungen, ihren besten Werken und ihren seltsamsten Ansichten.

### Facts

- › erscheint 4-wöchentlich, mittwochs
- › Ø 50.000 Netto-Downloads<sup>1</sup> pro Folge
- › 4 Wochen/1 Folge



<sup>1</sup> Downloads bezeichnet die Summe aus abgeschlossenen Downloads und abgeschlossenen Streams. Alle Podcasts sind auch verfügbar auf Spotify, iTunes, Deezer, Amazon Echo und Google Home.



# ZEIT ONLINE PODCASTS

## »DAS POLITIKTEIL«

Warum kostet ein Kalb in Deutschland nur ein paar Euro? Kann Joe Biden die USA versöhnen? Und sind die Volksparteien noch zu retten?

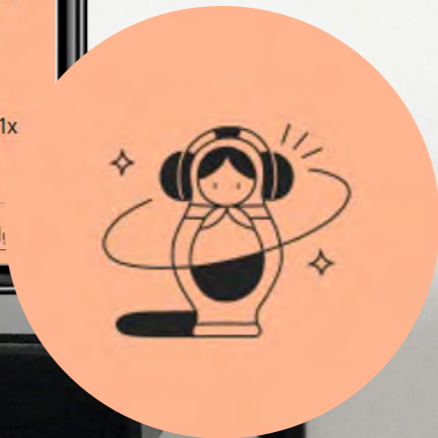
Im Wechsel hören Sie hier Ileana Grabitz und Marc Brost sowie Tina Hildebrandt und Heinrich Wefing mit Themen über Politik – was sie antreibt, was sie anrichtet, was sie erreichen kann.

### Facts

- › erscheint wöchentlich, freitags
- › Ø 80.000 Netto-Downloads<sup>1</sup> pro Folge
- › 1 Woche/1 Folge

Ø 80.000  
Netto-  
Downloads<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Downloads bezeichnet die Summe aus abgeschlossenen Downloads und abgeschlossenen Streams. Alle Podcasts sind auch verfügbar auf Spotify, iTunes, Deezer, Amazon Echo und Google Home.



# ZEIT ONLINE PODCASTS

## »DER OSTCAST«

Verspielt Putin seine Macht? Ist der Krieg gegen die Ukraine wirklich nur Putins Krieg? Darf man noch Puschkin lesen? Und wie korrupt ist die Ukraine heute noch? Alice Bota und Michael Thumann bringen zusammen mehr als 50 Jahre Osteuropa-Erfahrung mit.

Beide schreiben für DIE ZEIT und ZEIT ONLINE über Osteuropa – und in diesem Podcast sprechen sie darüber. Über Freude und Abscheu beim Berichten über die Region. Über den Krieg, aber auch über das Leben, die kleinen Freiheiten und die großen russischen Gefängnisse – und über Berlin als neue Hauptstadt des Exils.

### Facts

- › erscheint 3-wöchentlich, donnerstags
- › Ø 25.000 Netto-Downloads<sup>1</sup> pro Folge
- › 3 Wochen/1 Folge

Ø 25.000  
Netto-  
Downloads<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Downloads bezeichnet die Summe aus abgeschlossenen Downloads und abgeschlossenen Streams. Alle Podcasts sind auch verfügbar auf Spotify, iTunes, Deezer, Amazon Echo und Google Home.





# ZEIT ONLINE PODCASTS

## »DIE SOGENANNTA GEGENWART«

Was verraten Netflix-Kochshows über unsere Gesellschaft und aktuelle Buchtitel über den Puls der Zeit? Ist woke das neue narzisstisch? Und warum trinken jetzt eigentlich alle Ingwershots?

In „Die sogenannte Gegenwart“ streiten die ZEIT-Feuilleton-Redakteure Nina Pauer, Ijoma Mangold und Lars Weisbrod über Phänomene, die unsere Zeit ausmachen - immer dabei: Apple Sprachassistentin Siri.

### Facts

- › erscheint 14-täglich, montags
- › Ø 40.000 Netto-Downloads<sup>1</sup> pro Folge
- › 2 Wochen/1 Folge

Ø 40.000  
Netto-  
Downloads<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Downloads bezeichnet die Summe aus abgeschlossenen Downloads und abgeschlossenen Streams. Alle Podcasts sind auch verfügbar auf Spotify, iTunes, Deezer, Amazon Echo und Google Home.



# ZEIT ONLINE PODCASTS

## »EHRlich JETZT?«

Wie verändert ihre Karriere Politikerinnen und Politiker? Warum etwa ändern manche Regierende ihren Kurs, sobald sie an der Macht sind? Wie sieht die Gefühlswelt von politischen Entscheiderinnen aus?

Im neuen ZEIT-ONLINE-Podcast „Ehrlich jetzt?“ will Moderatorin Yasmine M'Barek Politikerinnen und Politikern Einblicke entlocken, „von denen Talkshow-Hosts nur träumen können“, so M'Barek.

### Facts

- › erscheint 14-täglich, dienstags
- › 2 Wochen/1 Folge

Nur als  
Volumen-  
buchung auf  
TKP-Basis  
möglich

Alle Podcasts sind auch verfügbar auf Spotify, iTunes, Deezer, Amazon Echo und Google Home.



# ZEIT ONLINE PODCASTS

## »FRISCH AN DIE ARBEIT«

„Frisch an die Arbeit“ ist ein 14-tägiger Podcast von Leonie Seifert und Daniel Erk, in dem sie spannenden Persönlichkeiten aus Kultur, Politik, Gesellschaft und Wirtschaft Fragen über ihr persönliches Verhältnis zu ihrer Arbeit stellen.

### Facts

- › erscheint 14-tägig, dienstags
- › Ø 20.000 Netto-Downloads<sup>1</sup> pro Folge
- › 2 Wochen/1 Folge

Ø 20.000  
Netto-  
Downloads<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Downloads bezeichnet die Summe aus abgeschlossenen Downloads und abgeschlossenen Streams. Alle Podcasts sind auch verfügbar auf Spotify, iTunes, Deezer, Amazon Echo und Google Home.





# ZEIT ONLINE PODCASTS

## »GEHT DA NOCH WAS?«

Alle zwei Wochen widmen sich Lisa Hegemann und Sebastian Horn den kleinen und großen Qualen des Alltags. Wie schafft man es, besser aufzuräumen, häufiger Laufen zu gehen und sinnvolle To-Do-Listen zu pflegen? In jeder Folge erzählen die Beiden, wie sie die Herausforderungen angegangen sind und welche Tipps ihnen wirklich geholfen haben.

### Facts

- › erscheint 14-täglich, montags
- › Ø 20.000 Netto-Downloads<sup>1</sup> pro Folge
- › 2 Wochen/1 Folge

Ø 20.000  
Netto-  
Downloads<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Downloads bezeichnet die Summe aus abgeschlossenen Downloads und abgeschlossenen Streams. Alle Podcasts sind auch verfügbar auf Spotify, iTunes, Deezer, Amazon Echo und Google Home.



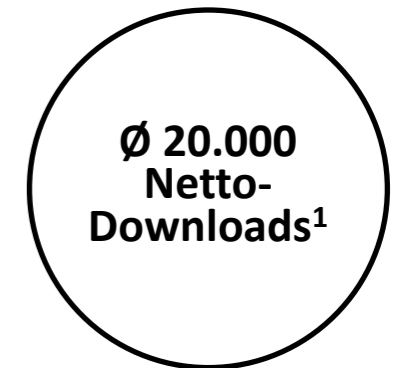
# ZEIT ONLINE PODCASTS

## »IST DAS EINE BLASE?«

Warum kann ich mir kein Haus leisten? Wie wird eine Stadt klimaneutral? Kann ich Cannabis bald im Laden kaufen? Und muss die Wirtschaft wirklich ständig wachsen? Alle 14 Tage untersuchen Lisa Nienhaus, Lisa Hegemann und Jens Tönnemann ein wirtschaftliches Phänomen und fragen sich: Ist das eine Blase? Oder bleibt das? Immer mit einem Gast – und einem Tier.

### Facts

- › erscheint 14-täglich, montags
- › Ø 20.000 Netto-Downloads<sup>1</sup> pro Folge
- › 2 Wochen/1 Folge



<sup>1</sup> Downloads bezeichnet die Summe aus abgeschlossenen Downloads und abgeschlossenen Streams. Alle Podcasts sind auch verfügbar auf Spotify, iTunes, Deezer, Amazon Echo und Google Home.



# ZEIT ONLINE PODCASTS

## »IST DAS NORMAL?«

Zusammen mit der Sexualtherapeutin Melanie Büttner sprechen die ZEIT ONLINE-Wissenschaftsredakteure Alina Schadwinkel und Sven Stockrahm regelmäßig über Sex.

Gehört der Orgasmus zum Sex? Was ist Pornosucht? Und ist das, was ich mir beim Sex wünsche, normal? „Ist das normal?“ klärt auf – über Mythen, Ängste und Fragen rund um Sex.

### Facts

- › erscheint 14-täglich, montags
- › Ø 40.000 Netto-Downloads<sup>1</sup> pro Folge
- › 2 Wochen/1 Folge

Ø 40.000  
Netto-  
Downloads<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Downloads bezeichnet die Summe aus abgeschlossenen Downloads und abgeschlossenen Streams. Alle Podcasts sind auch verfügbar auf Spotify, iTunes, Deezer, Amazon Echo und Google Home.





# ZEIT ONLINE PODCASTS

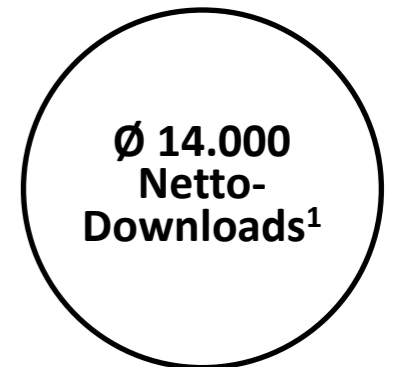
## »KICKEN KANN ER«

Ist Robert Lewandowski wirklich der beste Spieler der Welt? Was macht die Pässe von Toni Kroos so unvergleichlich präzise? Warum sind Thomas Müllers Qualitäten erst auf den dritten Blick erkennbar? Wir reden weniger über Taktik als über das, worauf es im Fußball wirklich ankommt: die Individualität der Spieler und Spielerinnen.

Die ZEIT-ONLINE-Sportredakteure Oliver Fritsch und Fabian Scheler besprechen in jeder Folge einen Fußballer in all seinen Facetten und lassen dabei auch Scouts, Trainerinnen und Berater zu Wort kommen.

### Facts

- › erscheint 14-täglich, mittwochs
- › Ø 14.000 Netto-Downloads<sup>1</sup> pro Folge
- › 2 Wochen/1 Folge



<sup>1</sup> Downloads bezeichnet die Summe aus abgeschlossenen Downloads und abgeschlossenen Streams. Alle Podcasts sind auch verfügbar auf Spotify, iTunes, Deezer, Amazon Echo und Google Home.



# ZEIT ONLINE PODCASTS

## »OK, AMERICA«

Das transatlantische Bündnis steckt in der Krise. Donald Trumps Präsidentschaft hat Spuren hinterlassen. Das Coronavirus verheert die USA. Und Demokraten und Republikaner sind zerstritten wie noch nie.

In diesem Podcast sprechen Klaus Brinkbäumer und Rieke Havertz über aktuelle Debatten aus den USA und den Wahlkampf. Aber auch über Burger und Basketball, über das Silicon Valley und den Supreme Court, über Drogen und TV. Denn um US-Politik zu verstehen, muss man die Amerikaner verstehen – mit ihren Leidenschaften, Nöten und Eigenarten.

### Facts

- › erscheint 14-täglich, donnerstags
- › Ø 60.000 Netto-Downloads<sup>1</sup> pro Folge
- › 2 Woche/1 Folge

Ø 60.000  
Netto-  
Downloads<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Downloads bezeichnet die Summe aus abgeschlossenen Downloads und abgeschlossenen Streams. Alle Podcasts sind auch verfügbar auf Spotify, iTunes, Deezer, Amazon Echo und Google Home.



# ZEIT ONLINE PODCASTS

»SERVUS. GRÜEZI. HALLO.«

Vieles von dem, was in Deutschland politisch neu und brisant scheint, ist in Österreich und der Schweiz längst normal.

Der ZEIT ONLINE-Politikredakteur Lenz Jacobsen will wissen, wie die Österreicher und die Schweizer Politik erleben und Gesellschaft gestalten. Dafür spricht er einmal pro Woche mit Matthias Daum und Florian Gasser, den ZEIT-Korrespondenten aus Zürich und Wien. „Servus. Grüezi. Hallo.“

## Facts

- › erscheint wöchentlich, mittwochs
- › Ø 55.000 Netto-Downloads<sup>1</sup> pro Folge
- › 1 Woche/1 Folge

Ø 55.000  
Netto-  
Downloads<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Downloads bezeichnet die Summe aus abgeschlossenen Downloads und abgeschlossenen Streams. Alle Podcasts sind auch verfügbar auf Spotify, iTunes, Deezer, Amazon Echo und Google Home.





# ZEIT ONLINE PODCASTS

## »UND WAS MACHST DU AM WOCHENENDE?«

Jede Woche fragen ZEITmagazin Autorin Ubin Eoh und ZEITmagazin Editorial Director Christoph Amend eine Gästin oder einem Gast "Und was machst du am Wochenende?". Eine Stunde lang geht es um die zwei kürzesten Tage der Woche – um Rituale, Erinnerungen, Erholungsversuche und um jede Menge Empfehlungen für ein gelungenes Wochenende: Bücher und Spiele, Serien und Filme, Getränke und Snacks, der nächste große Hit und Produkte aller Qualität und Art. Bleibt zum Schluss noch zu klären, was eigentlich schlimmer ist: der Sonntagabend oder der Montagmorgen?

### Facts

- › erscheint wöchentlich, donnerstags
- › Ø 25.000 Netto-Downloads<sup>1</sup> pro Folge
- › 1 Woche/1 Folge

Ø 25.000  
Netto-  
Downloads<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Downloads bezeichnet die Summe aus abgeschlossenen Downloads und abgeschlossenen Streams. Alle Podcasts sind auch verfügbar auf Spotify, iTunes, Deezer, Amazon Echo und Google Home.



# ZEIT ONLINE PODCASTS

## »UND WAS MACHT DIE UNI?«

In diesem Podcast geht es um alles, was Studierende beschäftigt: Von Profs und Hausarbeiten, über Praktika, Nebenjobs und Berufseinstieg, WG-Leben, Eltern und Freundschaften bis zu Serien, Social Media und Entschleunigung.

Einmal im Monat sprechen die Hosts Martina Kix, Chefredakteurin von ZEIT CAMPUS, und ihr Kollege, Redakteur Christoph Farkas, auf lehrreiche, nahbare und unterhaltsame Weise mit spannenden Persönlichkeiten über ein Thema aus einem der Ressorts des ZEIT Campus-Magazins: Leben, Studieren, Arbeiten.

### Facts

- › erscheint monatlich, mittwochs
- › Ø 12.500 Netto-Downloads<sup>1</sup> pro Folge
- › 1 Monat /1 Folge

Ø 12.500  
Netto-  
Downloads<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Downloads bezeichnet die Summe aus abgeschlossenen Downloads und abgeschlossenen Streams. Alle Podcasts sind auch verfügbar auf Spotify, iTunes, Deezer, Amazon Echo und Google Home.



# ZEIT ONLINE PODCASTS

## »UNTER PFARRERSTÖCHTERN«

Die Schwestern Sabine Rückert, ehemalige stellvertretende Chefredakteurin der ZEIT, und Johanna Haberer, Theologieprofessorin, sprechen über die Bibel. Sie erzählen all jene Geschichten, mit denen sie als Pfarrerstöchter aufgewachsen sind und räumen dabei auf mit Kitsch und Klischees.

Und sie fragen: Was sagen uns die uralten Mythen der Bibel heute? „Unter Pfarrerstöchtern“ will niemanden bekehren, sondern erzählen und zum Nachdenken anregen: Was steht eigentlich drin im Buch der Bücher, das seit Jahrtausenden die Weltgeschichte prägt?

### Facts

- › erscheint 14-täglich, freitags
- › Ø 50.000 Netto-Downloads<sup>1</sup> pro Folge
- › 2 Wochen/1 Folge

Ø 50.000  
Netto-  
Downloads<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Downloads bezeichnet die Summe aus abgeschlossenen Downloads und abgeschlossenen Streams. Alle Podcasts sind auch verfügbar auf Spotify, iTunes, Deezer, Amazon Echo und Google Home.





# ZEIT ONLINE PODCASTS

## »VERBRECHEN«

Im ZEIT Verbrechen Podcast geht es alle 14 Tage um wahre Verbrechen und die Geschichten dahinter: Abwechselnd sprechen Sabine Rückert, stellvertretende Chefredakteurin der ZEIT, und Andreas Sentker, Leiter des Wissensressorts der ZEIT, sowie Anne Kunze, Kriminalreporterin der ZEIT, und Daniel Müller, Chefredakteur des Magazins ZEIT Verbrechen, über echte Kriminalfälle aus Deutschland und der Welt.

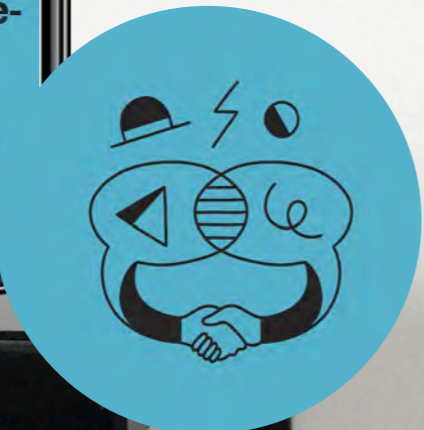
ZEIT VERBRECHEN gehört zu den erfolgreichsten Podcasts in Deutschland und belegt seit Erscheinen in der monatlichen ma-Podcast einen der Top 5-Plätze.

### Facts

- › erscheint 14-täglich, dienstags
- › Ø 550.000 Netto-Downloads<sup>1</sup> pro Folge
- › 2 Wochen/1 Folge

Ø 550.000  
Netto-  
Downloads<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Downloads bezeichnet die Summe aus abgeschlossenen Downloads und abgeschlossenen Streams. Alle Podcasts sind auch verfügbar auf Spotify, iTunes, Deezer, Amazon Echo und Google Home.



# ZEIT ONLINE PODCASTS

## »WARUM DENKEN SIE DAS?«

In jeder Folge sprechen Jana Simon und Philip Faigle mit zwei Menschen, die in einer politischen Frage grundsätzlich anders denken – und die nur schwer begreifen können, wie die andere Seite zu ihren Ansichten gelangt ist. Es geht um die großen Streitfragen unserer Zeit: Impfungen, das Verhältnis zu Russland oder das Gendern.

### Facts

- › Es erscheinen keine neuen Folgen

Nur als  
Volumen-  
buchung auf  
TKP-Basis  
möglich

Alle Podcasts sind auch verfügbar auf Spotify, iTunes, Deezer, Amazon Echo und Google Home.



# ZEIT ONLINE PODCASTS

## »WAS JETZT?«

„Was jetzt?“ ist der werktägliche Nachrichtenpodcast von ZEIT ONLINE. Morgens um 6 Uhr und nachmittags um 17 Uhr werden die Themen des Tages besprochen.

Die Hosts von „Was jetzt?“ sind im Wechsel Rita Lauter, Simone Gaul, Fabian Scheler, Pia Rauschenberger und Ole Pflüger aus der ZEIT ONLINE-Redaktion sowie die freien Journalistinnen Erica Zingher, Susan Djahangard, Elise Landschek und der freie Journalist Moses Fendel.

### Facts

- › erscheint werktäglich
- › Ø 60.000 Netto-Downloads<sup>1</sup> pro Folge (jeweils morgens + abends)
- › 1 Woche/10 Folgen

Ø 60.000  
Netto-  
Downloads<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Downloads bezeichnet die Summe aus abgeschlossenen Downloads und abgeschlossenen Streams. Alle Podcasts sind auch verfügbar auf Spotify, iTunes, Deezer, Amazon Echo und Google Home.





# ZEIT ONLINE PODCASTS

## »WAS JETZT?« am Wochenende

Der Nachrichtenpodcast „Was jetzt?“ erscheint nicht nur von Montag – Freitag, sondern auch am Samstag und Sonntag um 6 Uhr. Zusätzlich erscheint jeden Samstag eine längere Spezialfolge, die ein Thema vertieft.

### Facts

- › erscheint wöchentlich, samstags und sonntags
- › Ø 50.000 Netto-Downloads<sup>1</sup> pro Folge
- › 1 Woche/3 Folgen

Ø 50.000  
Netto-  
Downloads<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Downloads bezeichnet die Summe aus abgeschlossenen Downloads und abgeschlossenen Streams. Alle Podcasts sind auch verfügbar auf Spotify, iTunes, Deezer, Amazon Echo und Google Home.



# ZEIT ONLINE PODCASTS

## »WAS LIEST DU GERADE?«

Die Feuilletonredaktion launcht am 17. Oktober, im Vorfeld der Frankfurter Buchmesse, den Literaturpodcast »Was liest du gerade?«. Darin besprechen die Hosts in jeder Folge zwei aktuelle Bücher. Im zweiwöchentlichen Wechsel geht es entweder um Sachbücher – mit Maja Beckers und Alexander Cammann – oder um Literatur – mit Iris Radisch und Adam Soboczynski.

### Facts

- › erscheint 14-täglich, samstags
- › Ø 15.000 Netto-Downloads<sup>1</sup> pro Folge
- › 2 Wochen/1 Folge

Ø 15.000  
Netto-  
Downloads<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Downloads bezeichnet die Summe aus abgeschlossenen Downloads und abgeschlossenen Streams. Alle Podcasts sind auch verfügbar auf Spotify, iTunes, Deezer, Amazon Echo und Google Home.



# ZEIT ONLINE PODCASTS

## »WIE WAR DAS NOCHMAL?«

Einmal monatlich begeben sich Markus Flohr und Judith Scholter auf die Spur der Vergangenheit, ihrer Geheimnisse und Mythen. Sie sprechen über geschichtliche Ereignisse und diskutieren, was sie für unsere Gegenwart bedeuten. Was und wo war die Varusschlacht? Was steckt hinter dem Mythos der Hanse? War Helmut Kohl ein großer Kanzler?

### Facts

- › erscheint monatlich, samstags
- › Ø 115.000 Netto-Downloads<sup>1</sup> pro Folge
- › 1 Monat/1 Folge

Ø 115.000  
Netto-  
Downloads<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Downloads bezeichnet die Summe aus abgeschlossenen Downloads und abgeschlossenen Streams. Alle Podcasts sind auch verfügbar auf Spotify, iTunes, Deezer, Amazon Echo und Google Home.





# ZEIT ONLINE PODCASTS

## »WOCHENMARKT«

Es brutzelt, schmurgelt und klappert in diesem Podcast. Jede Woche erscheint im ZEITmagazin die Kochkolumne „Wochenmarkt“ von Elisabeth Raether: einfache, aber trotzdem immer besondere Rezepte, die Spaß machen. Im Podcast lädt Elisabeth Raether Gäste ein, um mit ihnen gemeinsam zu kochen, und zwar Leute, die sonst eigentlich nicht mit Kochen auffallen, sondern beispielsweise mit Politik.

### Facts

- › monatlich
- › Ø 14.000 Netto-Downloads<sup>1</sup> pro Folge
- › 1 Monat/1 Folge

Ø 14.000  
Netto-  
Downloads<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Downloads bezeichnet die Summe aus abgeschlossenen Downloads und abgeschlossenen Streams. Alle Podcasts sind auch verfügbar auf Spotify, iTunes, Deezer, Amazon Echo und Google Home.



# ZEIT ONLINE PODCASTS

## »WOHER WEISST DU DAS?«

Kraniche verpassen manchmal den Zug nach Süden, weil sie das Wetter falsch einschätzen. Menschen treffen täglich rund 200 Entscheidungen über ihr Essen. Japan ist pro Kopf höher verschuldet als Griechenland.

„Woher weißt Du das?“ bietet Reportagen, Recherchehintergrund und Gespräche über Wissenschaft, Alltag und Gesellschaft.

### Facts

- › erscheint 14-täglich, sonntags
- › Ø 120.000 Netto-Downloads<sup>1</sup> pro Folge
- › 2 Wochen/1 Folge

Ø 120.000  
Netto-  
Downloads<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Downloads bezeichnet die Summe aus abgeschlossenen Downloads und abgeschlossenen Streams. Alle Podcasts sind auch verfügbar auf Spotify, iTunes, Deezer, Amazon Echo und Google Home.



# ZEIT ONLINE PODCASTS

## Flexible Buchungsmöglichkeiten

---

Die in Podcasts gebuchten Spots über einen Audio-AdServer ausgeliefert. Dadurch ergeben sich individuelle Lösungen für Ihre Podcastwerbung:

### IHRE VORTEILE AUF EINEN BLICK

- › Mehr Flexibilität...
  - ... in Ihrem Buchungsvolumen
  - ... bei der Laufzeit
  - ... bei den Umfeldern (Folge, Serie, ZEIT ONLINE-Portfolio)
- › Neues Storytelling-Format bei Festplatzierungen
- › Individuellere Platzierung möglich
- › Größere Werbemittelvielfalt
- › Einheitliche KPIs

### ALLGEMEINE INFORMATIONEN

- › Auslieferung des Spots über einen Audio-Adserver
- › Spots werden über einen AdSlot innerhalb des gebuchten Zeitraums im gebuchten Umfeld ausgeliefert
- › Bis zu 3 AdSlots je Podcast möglich (PreRoll, MidRoll, PostRoll)\*
- › Vorlaufzeit für die Spot-Produktion 28 Werktage
- › Spotlänge max. 30 Sek.
- › Zwei verschiedene Belegungsmöglichkeiten: Festplatzierung oder TKP-basiert

\*MidRoll im „Verbrechen“- und „Was jetzt“-Podcast nicht belegbar. PreRoll ist der erste Werbeplatz in der Podcast-Folge. Läuft NICHT vor dem Inhalt!



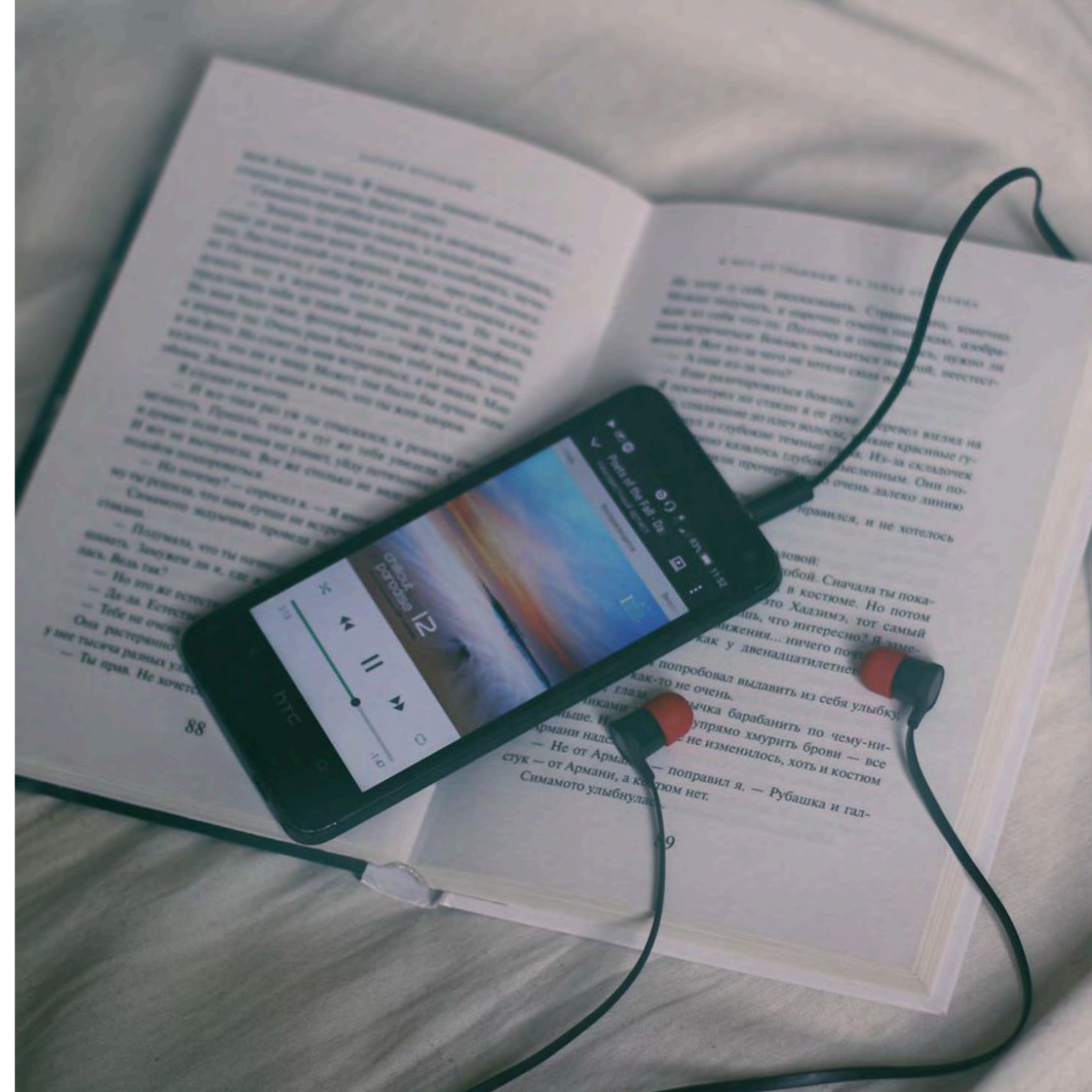


# ZEIT ONLINE PODCASTS

## Prozess

### Podcast

- › Vor jeder Buchung müssen die Verfügbarkeiten abgefragt werden.
- › Nach der Buchung erhält der Kunde eine Übersicht über alle relevanten Informationen, die für die Erstellung des Podcasts geliefert werden müssen, z.B. Werbebotschaft, Inhalt der Kommunikation, Kernaussage, Zielgruppe.
- › Abgabe der Kundeninformationen mind. 28 Werktage vor dem Erscheinungstermin.
- › Auf Basis der Kundeninformationen werden zwei Textvorschläge zur Auswahl erstellt. Zusätzlich entscheidet der Kunde über eine männliche oder weibliche Sprecherstimme.
- › Ein Korrekturlauf für marginale Anpassungen.
- › Produktion eines nativen Branding Spots.
- › Der Spot wird nativ in den Podcast eingebunden.
- › Zudem können ergänzende Werbemittel bei ZEIT ONLINE geschaltet werden.



WAS TUN?/!

          
**Podcast**

**WAS ?/! TUN**



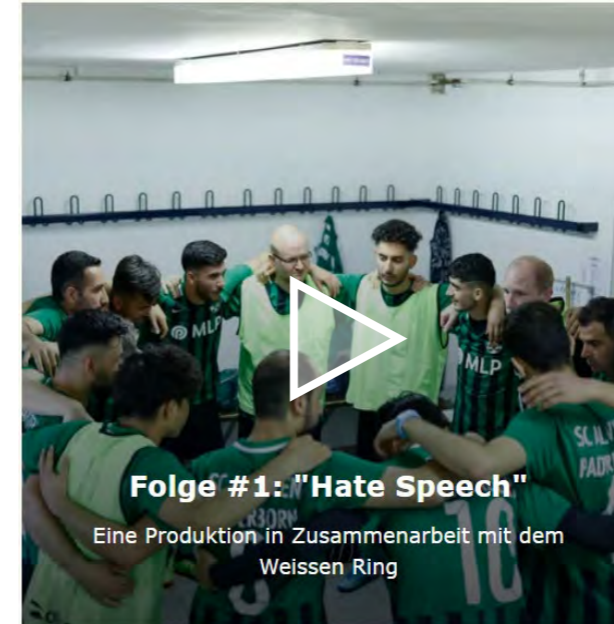
# WAS TUN?/! Podcast

## Unsere Folgen

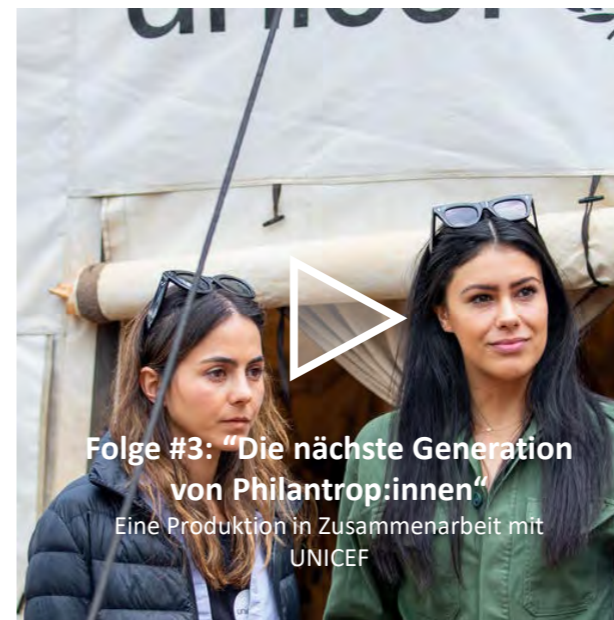
Mit dem WAS TUN?/! Podcast legen wir das Ohr direkt aufs Herz bzw. auf Herzensprojekte.

Zum Auftakt hörten wir, wie Jugendliche mit internationaler Geschichte lernen, mit »Hate Speech« umzugehen. Die zweite Folge widmete sich einer Arbeitsgruppe, die sich der Aufklärungsarbeit und dem Abbau von Antisemitismus in Sachsen verschrieben hat. In Folge drei stellt sich das NextGen Netzwerk von UNICEF vor – das sind junge Führungspersönlichkeiten und Philanthrop:innen, die sich für UNICEF-Projekte engagieren.

In unserer aktuellen Folge „Gegen Krisen und Vergessen“ sprechen Corinna Pfitzner, Geschäftsführerin des International Rescue Committee Deutschland, und Abdul Khaliq Sediqi, Kommunikationskoordinator des IRC in Afghanistan, über die täglichen Herausforderungen mit denen Afghan:innen konfrontiert sind. Sie bieten Einblicke in die aktuelle Lage vor Ort und zeigen Wege auf, wie Hilfe geleistet und Unterstützung angeboten werden kann.



Hier klicken und aktuelle Folgen anhören





# Ihr WAS TUN ?/! Podcast

## Auch Sie können Podcast!

Der WAS TUN?/!-Podcast eröffnet einen unmittelbaren Zugang zu Projekten und vermittelt sehr lebendig, wie Engagierte arbeiten. So lässt sich Engagiert-Sein noch einmal auf eine ganz andere Weise erzählen.

### Sie brauchen weder Know-How noch Equipment – darum kümmern wir uns!

Anhand Ihres Briefings recherchiert die WAS TUN?/!-Redaktion die Kernaspekte Ihres Themas bzw. Projektes und bereitet diese journalistisch auf.

Nach einem einordnenden Einstieg in den Podcast sind die Hörer:innen „mit beiden Ohren“ bei Ihrem Projekt. Sofern möglich werden wir vom Ort des Geschehens berichten. Die Podcast-Redaktion wird hierzu an einem Tag hinter die Kulissen des Projekts akustisch eintauchen und Stimmen und Stimmungen einfangen.

Der Schnitt, die Abstimmung mit Ihnen und die Finalisierung erfolgen ebenfalls durch unsere Redaktion. Die Tonalität des Podcasts ist locker und dynamisch; seine Dauer beträgt 20 bis 30 Minuten. Zum Abschluss wird Ihre fertige Podcast-Folge auf den bekannten Plattformen veröffentlicht und ist ab sofort dort abrufbar.

Sie können diese Produktion dann auch über Ihre Kommunikationskanäle beliebig oft und lange nutzen und verbreiten.



# Ein Blick in den Maschinenraum

## Beispiel für redaktionelle Elemente und den Produktionsablauf



# Ihr eigener Podcast

Tue Gutes und rede darüber.

Geschichten, Hintergrundberichte oder Herzensangelegenheiten lassen sich beispielsweise in einem gut aufbereiteten Interviewformat informativ und gleichzeitig emotional aufbereiten.

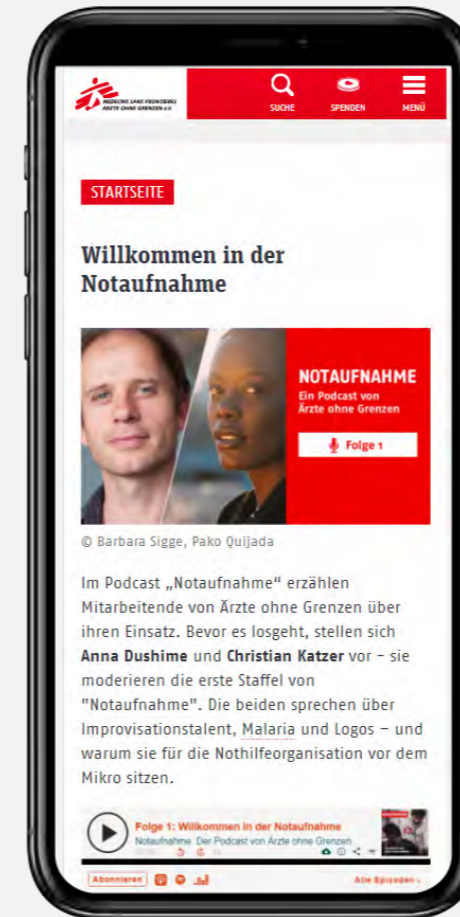
Wollen Sie einen eigenen Podcast produzieren? Bei der Konzeption, Produktion und Verbreitung unterstützen wir Sie gern.

## Akzeptanz von Branded-Podcasts

68%

der Podcast-Hörer:innen finden gebrandete bzw. gesponserte Podcasts, in denen für sie passende Inhalte interessant aufbereitet werden, ansprechend.

Quelle: OMR Podstars: Podcast-Umfrage 2021



Beispiele für individuell erstellte Podcasts für „Ärzte ohne Grenzen“ und die „UmweltBank“; beide Beispiele entstanden mit Unterstützung des Zeitverlags.





# Sponsored Content

ZEIT ONLINE



# Sponsored Content

## Nähe zur Marke – Nähe zum User

---

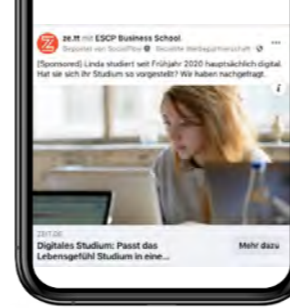
- › **Natives Layout:** Die Branded Content Redaktion setzt das Kundenthema im Stil der Medienmarke um
- › **Lesergerechte Bearbeitung des Themas:** Individuelle Beratung der ZEIT ONLINE Branded Content Redaktion über die optimale Ausgestaltung des Themas für die User
- › **SEO-Optimierung**
- › **Social Media Integration:** Instagram Story, Facebook Post
- › **Feste Navi-Integration:** Einbindung in die Navigation der Homepage
- › **Native Homepage-Teaser:** Bild-Text Teaser auf der Homepage etc.
- › **Fester Ressort-Teaser:** Bild-Teaser Text auf den Ressort Seiten



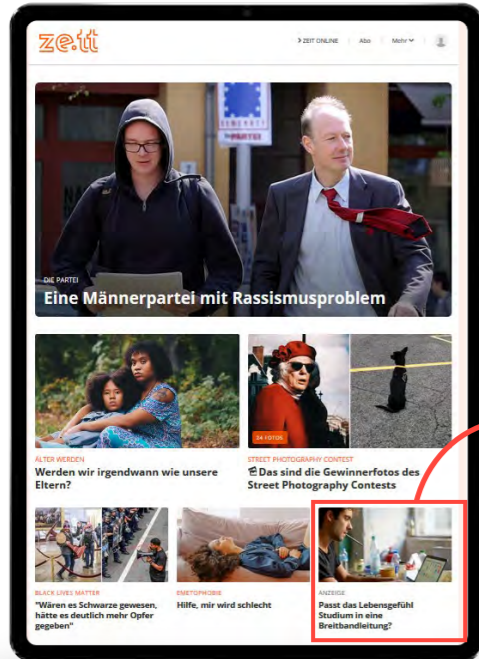


# Sponsored Products

## Traffic Zuführung



Social Media Teaser  
Facebook



ANZEIGE  
**Passt das Lebensgefühl  
Studium in eine  
Breitbandleitung?**

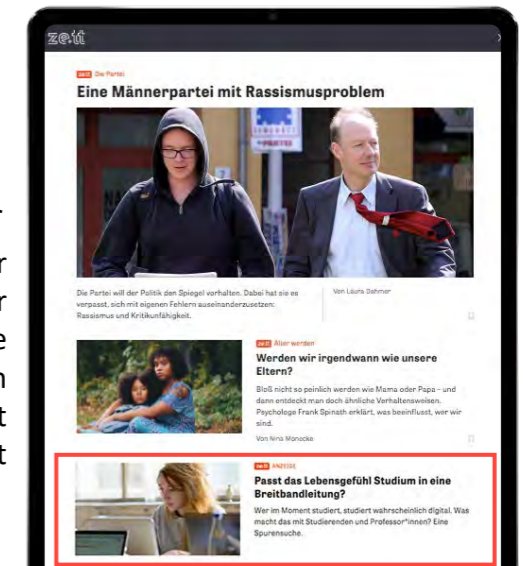
Bild-Text-Teaser auf der  
Ressort-Startseite von ze.tt



Social Media Teaser  
Insta-Story (3 Slides)



Bild-Text-Teaser  
auf der  
ZEIT Online  
Homepage im  
Magazinparkett  
von ze.tt



Einbindung in  
der ZEIT Online  
Navigation  
unter „mehr“



# Sponsored Post

## Ihre Buchungsmöglichkeiten



### Ihr eigener Artikel

Zusammen mit uns entwickeln Sie einen eigens für Sie produzierten Artikel mit einer Laufzeit von insgesamt 2 Wochen. Das Branded-Content-Team schlägt passende Themen vor und übersetzt Ihre Botschaft thematisch und sprachlich in die Lebenswelt der User

### Traffic-Maßnahmen

- › Bild-Text-Teaser auf der Startseite von ze.tt, ZEITmagazin oder ZEIT CAMPUS ONLINE (nach Verfügbarkeit)
- › Bild-Text-Teaser auf der ZEIT ONLINE Homepage im Magazinparkett (einmalig für 24 Std. innerhalb der Laufzeit)
- › Einbindung in der ZEIT Online-Navigation unter „Anzeige“
- › 1 Instagram Story (3 Slides) + 1 Facebook Post\*

Zusätzliche Formate wie weitere Social Media-Posts, native Teaser, Banner oder längere Einbindungsdauer auf der Website sind optional zubuchbar

### Wählen Sie ihr Umfeld

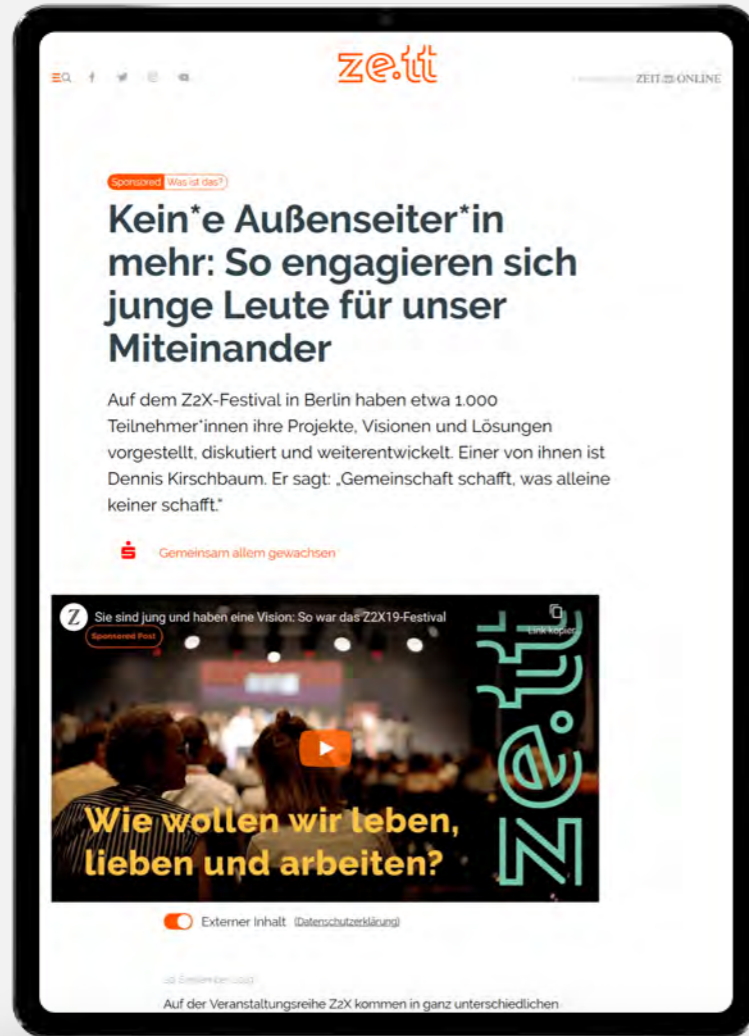
(Laufzeit: 2 Wochen, Paketpreise inkl. Produktionskosten und Traffic-Maßnahmen)

ze.tt	7.800,- €
ZEIT CAMPUS ONLINE	5.800,- €
ZEITmagazin	9.500,- €

\*Sponsored Post auf ZEITmagazin ausgenommen: Hier kann nur entweder 1 Instagram Story oder 1 Facebook Post veröffentlicht werden  
Preise zzgl. ges. MwSt. AE-fähig Keine weiteren Rabatte möglich Das Angebot ist freibleibend

# Sponsored Video

## Ihre Buchungsmöglichkeiten



### Ihr eigenes Video

Ein Regisseur und das Branded Content Team entwickeln in Abstimmung mit Ihnen Storyboards, die Ihr Thema in einer Bewegtbild-Geschichte erzählen. So erhalten Sie ein Video (max. 3:30 Minuten), eingebunden in einer extra erstellten Artikelseite, im Look und Feel des ausgewählten Umfelds. Nach Ende der Kampagne stehen wir Ihnen das Video lizenzfrei zur Verfügung.

### Traffic-Maßnahmen

- › Bild-Text-Teaser auf der Startseite von ze.tt, ZEITmagazin oder ZEIT CAMPUS ONLINE (nach Verfügbarkeit)
- › Bild-Text-Teaser auf der ZEIT ONLINE Homepage im Magazinparkett (einmalig für 24 Std. innerhalb der Laufzeit)
- › Einbindung in der ZEIT Online-Navigation unter „Anzeige“
- › 1 Instagram Story (3 Slides) + 1 Facebook Post\*

Zusätzliche Formate wie weitere Social Media-Posts, native Teaser, Banner oder längere Einbindungsdauer auf der Website sind optional zubuchbar

### Wählen Sie ihr Umfeld

(Laufzeit: 2 Wochen, Paketpreise inkl. Produktionskosten und Traffic-Maßnahmen)

ze.tt	13.300,- €
ZEIT CAMPUS ONLINE	11.300,- €
ZEITmagazin	15.000,- €

\*Sponsored Video auf ZEITmagazin ausgenommen: Hier kann nur entweder 1 Instagram Story oder 1 Facebook Post veröffentlicht werden

Preise zzgl. ges. MwSt. AE-fähig Keine weiteren Rabatte möglich Das Angebot ist freibleibend

# Sponsored Podcast

## Ihre Buchungsmöglichkeiten



### Ihr eigener Podcast

Zusammen entwickeln wir einen eigens für Sie produzierten Podcast mit drei Folgen à maximal 15 Minuten über eine Laufzeit von insgesamt 6 Wochen. Zu jeder Folge wird eine Artikelseite mit einer Kurzbeschreibung des Inhalts und Vorstellung der SprecherInnen erstellt. Nach Ende der Kampagne stehen Ihnen die Folgen lizenzfrei zur Verfügung.

### Traffic-Maßnahmen

- › 3 x Bild-Text-Teaser auf der Startseite von ze.tt, ZEITmagazin oder ZEIT CAMPUS ONLINE (nach Verfügbarkeit)
- › 3 x Bild-Text-Teaser auf der ZEIT Online Homepage im Magazinparkett (einmalig für 24 Std. innerhalb der Laufzeit)
- › Einbindung in der ZEIT Online-Navigation unter „Anzeige“
- › 3 Instagram Stories (à 3 Slides) + 3 Facebook Posts\*
- › Hosting via Podigee, Ausspielung auch auf Spotify und iTunes

Mehr Social Media Reichweite und Mediavolumen optional zubuchbar.

### Wählen Sie ihr Umfeld

(Laufzeit: 6 Wochen, Paketpreise inkl. Produktionskosten und Traffic-Maßnahmen)

ze.tt	30.400,- €
ZEIT CAMPUS ONLINE	24.400,- €
ZEITmagazin	35.500,- €

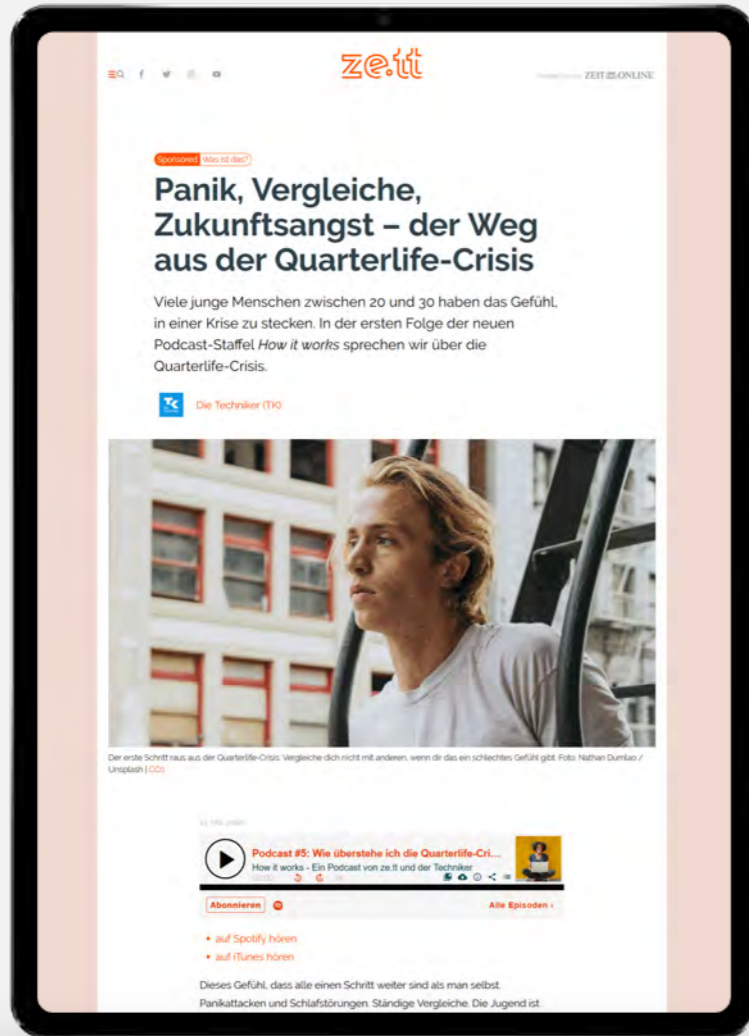
\*Sponsored Podcasts für ZEITmagazin ausgenommen: Hier können nur entweder 3 Instagram Storys oder 3 Facebook Posts veröffentlicht werden

Preise zzgl. ges. MwSt. AE-fähig Keine weiteren Rabatte möglich Das Angebot ist freibleibend



# Sponsored Podcast

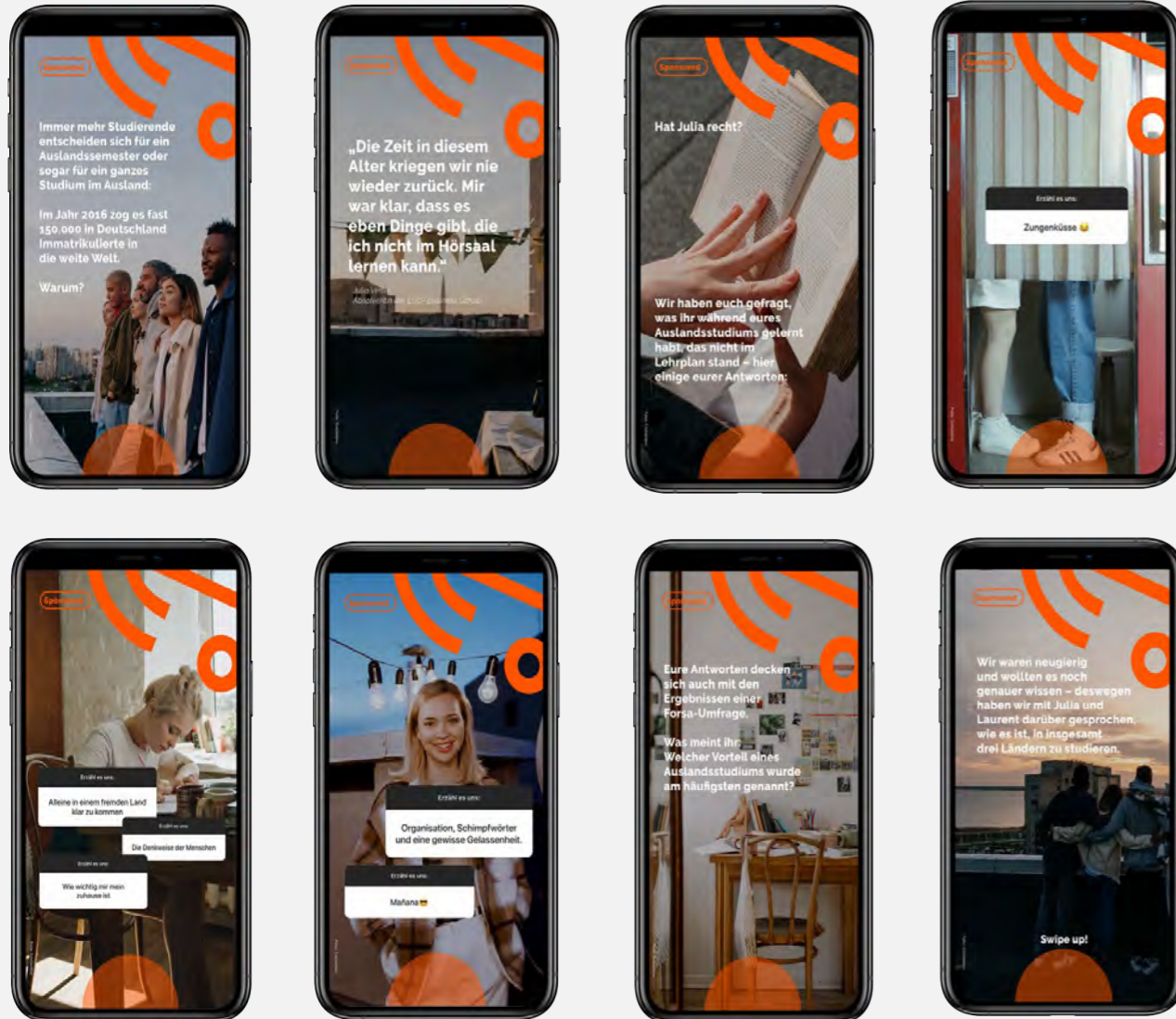
## Hören Sie Ihre Geschichte



- › In einem **Workshop** mit Ihnen und unserem Sprecher entwickeln wir gemeinsam ein Konzept für Ihre Geschichte
- › Wir produzieren an einem Tag **3 Podcast Episoden** (jeweils ca. 15 min) und stimmen sie nach dem Schnitt mit Ihnen ab
- › Eingebunden werden die Podcasts jeweils in einem **begleitenden Artikel**
- › Die Podcasts werden mit **nativen Teasern** auf der ZEIT ONLINE Homepage und innerhalb der Artikel beworben
- › Optional können die nativen Teaser durch ein aufmerksamkeitsstarkes Banner-Paket oder Podcasts Ads ergänzt werden
- › Zusätzliche Reichweite generieren wir über einen **Facebook Post** und eine **Instagram Story**. Auch hier sind zusätzliche Social Media Add-Ons optional zubuchbar
- › Upload bei **Spotify** und **iTunes**

# Sponsored Products

## Scripted Branded Insta-Story



### Scripted Branded Insta-Story

Scripted Branded Insta Stories sorgen für noch mehr Social Media Reichweite zu Ihrem Sponsored Product. Das Branded Content Team überlegt sich mit Ihnen eine Umsetzungsform und gestaltet Ihre Botschaft auf 7 Slides thematisch, bildlich und sprachlich im Look und Feel der jeweiligen Rubrik.

Scripted Branded Insta Stories sind buchbar:

- › entweder als Upgrade mit 7 Slides (statt mit 3 Slides im Basispaket) für 1.500,- € zusätzliche Produktionskosten oder
- › als Add On nur in Kombination mit anderen Sponsored Products und zusätzlichem Reichweitenbau plus Produktionskosten

### LEISTUNGEN

- › eine Scripted Branded Insta-Story (7 Slides) inkl. Konzepterstellung, Abstimmung und Produktion

### SCRIPTED BRANDED INSTA-STORY

Laufzeit	Produktionskosten n/n
24 Std. auf dem jeweiligen Instagram-Kanal	1.500,- €
Reichweitenaufbau auf den jeweiligen Portalen	
ZEIT CAMPUS	700,- €
ze.tt	3.000,- €
ZEITmagazin	11.500,- €

Die Produktionskosten sind weder AE- noch rabattfähig. Alle Preise zzgl. MwSt., Änderungen vorbehalten. Reichweitenaufbau abzüglich 50% interner Verlinkungsrabatt, AE-Provision möglich. Reisekosten und ggf. anfallende Honorarkosten werden extra berechnet. Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen, siehe [www.media.zeit.de](http://www.media.zeit.de)





# Interaktiv

ZEIT für X-Thementage

ZEIT LEO Weltretter-Mission

Z2X

MyCompany talks

Freunde der ZEIT



# ZEIT für X-Thementage

Themen, die die Zeit bewegen.

Im Rahmen unterschiedlicher Thementage widmen wir uns in regelmäßigen Abständen den drängenden und prägenden Fragen unserer Zeit.

Platzieren Sie hier die für Sie und Ihre Organisation relevanten Fragestellungen und Themen in Vorträgen und Diskussionsrunden, um sie so in den Fokus einer breiten Öffentlichkeit zu rücken.

## Folgende Thementage könnten von Interesse sein:

ZEIT für Klima: voraussichtlich April 2024

ZEIT für Arbeit: voraussichtlich Mai 2024 (Berlin)

ZEIT für Demokratie: voraussichtlich Mai 2024



# ZEIT LEO Weltretter-Mission

Deutschlands größte Schulmission für eine bessere Zukunft

---

Unter dem Motto „Macht die Welt mit guten Taten besser!“ ruft das Kindermagazin ZEIT LEO dieses Jahr zur Weltretter-Mission auf. Kinder werden hierbei Mitglied des ZEIT LEO Weltretter-Clubs, mit dem Ziel, die Welt besser zu machen.

Teilnehmen dürfen Kinder der Klassen 1 bis 6 sowie Kinder in Nachmittagsbetreuung und Vereinen. Die Schüler:innen sollen Herausforderungen im Themenspektrum Bildung für nachhaltige Entwicklung erkennen und für diese eigene Lösungen entwickeln.

Die besten Taten werden bei einer digitalen Preisverleihung ausgezeichnet. Für Sponsoring-Partner ist ein crossmediales Paket buchbar.





# Z2X

## Das Festival neuer Visionärinnen und Visionäre

Die Veranstaltungsreihe Z2X von ZEIT ONLINE für junge Menschen im Alter von 20 bis 29 hat das Bedürfnis einer Generation getroffen: die Welt besser zu machen. Sie ist innerhalb von fünf Jahren für Tausende „2X-Jährige“ zu einer festen Institution geworden, in deren Zentrum Begegnungen, Austausch und Weiterbildung stehen. Die Z2X-Community umfasst heute über 8.500 neue Visionär:innen.

Seit 2016 laden wir 1.000 junge Menschen nach Berlin ein, um in zwei Tagen und über 100 Sessions ihre Projekte und Ideen zu diskutieren und gemeinsam weiterzuentwickeln.

Für Festival-Partner sind crossmediale Sponsoring-Pakete in unterschiedlichen Größen buchbar.





# MyCompany Talks

## Das Dialog-Format für Unternehmen im Wandel

Globalisierung, Digitalisierung und Kulturwandel treiben Transformationen in Unternehmen voran. Das stellt Unternehmensführung, interne Kommunikation und Personalentwicklung vor die Herausforderung, diese Veränderungsprozesse intern zu managen und zu steuern. Hierbei kann Sie MyCompany Talks unterstützen.

MyCompany Talks ist ein strategisches Tool, um den Dialog zwischen Mitarbeitenden zu fördern und interne Innovations- und Veränderungsprozesse zu begleiten.

MyCompany Talks basiert auf der vielfach ausgezeichneten Dialogaktion „Deutschland spricht“ von ZEIT ONLINE

Ein MyCompany Talks-Projekt mit dem Zeitverlag umfasst die Beratung, Softwarenutzung und interne Inszenierung der Aktion.



# Freunde der ZEIT

Begegnungen mit den Leser:innen der ZEIT.

„Freunde der ZEIT“ ist das Programm für Abonnent:innen, das die Themen der ZEIT erlebbar macht, bspw. beim bekannten ZEIT-Leserparlament und in Live-Reportagen – digital und persönlich.

Die regelmäßigen Abendveranstaltungen erfreuen sich großer Beliebtheit. Für Partner stehen dabei unterschiedliche Kooperationspakete zur Verfügung, die wir Ihnen auf Wunsch gern vorstellen.







# Anhang

Ihre Ansprechpartner:innen



# Lassen Sie uns ins Gespräch kommen.

---

**Zeitverlag Gerd Bucerius GmbH & Co. KG**  
Buceriusstr., Eingang Speersort 1  
20095 Hamburg



**Felix Tiedemann**  
Head of NPO & Publishing  
+49-40/32 80-158  
[felix.tiedemann@zeit.de](mailto:felix.tiedemann@zeit.de)



**Duda Zeco**  
Senior Media Consultant  
NPO, Verbände & FR-Agenturen  
+49-40/32 80-1228  
[duda.zeco@zeit.de](mailto:duda.zeco@zeit.de)



**Alexandra Hoins**  
Media Consultant  
+49-40/32 80-5663  
[alexandra.hoins@zeit.de](mailto:alexandra.hoins@zeit.de)



**Rosanna Romano**  
Media Consultant  
Stiftungen & kirchliche Organisationen  
+49-40/32 80-1188  
+49 151 5534-3002  
[rosanna.romano@zeit.de](mailto:rosanna.romano@zeit.de)



Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen, siehe [www.media.zeit.de](http://www.media.zeit.de)