

# ZEIT ONLINE Preise & Umfeld für Buchverlage

2024



# ZEIT ONLINE

## Portfolioübersicht

Inhalts-  
verzeichnis  
ist verlinkt

### ZEIT ONLINE

#### ZEIT ONLINE Literaturumfelder

- [ZEIT ONLINE Kultur](#)
- [WAS WIR LESEN Newsletter](#)
- [Freunde der ZEIT Newsletter](#)
- [Handverlesen](#)
- [Buchtipps](#)
- [ZEIT für LITERATUR Podcast](#)
- [„Was liest du gerade?“ Podcast](#)

### Digitale Umfelder

- [Rubriken auf ZEIT ONLINE](#)
- [Newsletter](#)
- [Podcasts](#)
- [ZEIT APP](#)
- [Digitale Beilage](#)

### Kampagnen

- [Displaykampagne](#)
- [Targeting](#)

### Contentformate

- [Advertorials](#)
- [Content Cards](#)
- [Sponsored Post](#)
- [Sponsored Video](#)
- [Sponsored Products](#)

# Portfolio



## Newsletter

Die digitalen Newsletter der ZEIT-Familie sprechen unterschiedliche Zielgruppen mit hochwertigen Inhalten an.

ZEIT ONLINE bietet Newsletter unter anderem aus den Bereichen Nachrichten, Lifestyle, Kultur, Bildung, Wissenschaft, Reisen, Job und Karriere an.

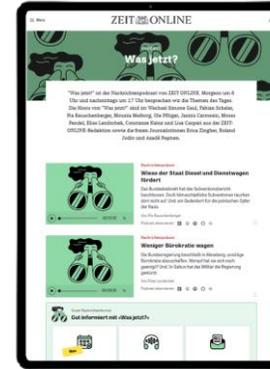
Ein Umfeld mit hoher Nutzungsintensität und hohen Öffnungsraten der treuen ZEIT-Newsletter Abonnent:innen.



## Display

Mit Display Ads erzielen Werbetreibende eine hohe Reichweite im Rahmen ihrer Branding Kampagne.

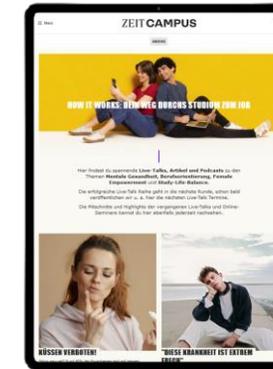
Für die Vermeidung von Streuverlusten bietet ZEIT ONLINE nicht nur ein breites Spektrum an verschiedenen Werbemittelformaten an, sondern auch zielgruppenspezifische Targetings. Den Kunden wird ein passendes und hochwertiges Umfeld für ihre Werbebotschaft geboten.



## Podcast

ZEIT ONLINE produziert die reichweiten-stärksten Qualitätspodcasts in Deutschland. Die ZEIT ONLINE-Podcast-Familie bietet ein breites Themenspektrum mit unterschiedlichen Zielgruppen. Aktuelle Nachrichten, Kriminalfälle, Politik, Wissenschaft und vieles mehr. Es werden prominente Gäste interviewt und Live-Events aufgenommen.

Ein hochwertiges Umfeld für zielführende Natives Audio Ads.



## Content-Lösungen

Content-Lösungen auf ZEIT ONLINE bieten die Möglichkeit aufregende Geschichten im passenden Layout zu erzählen.

Werbetreibende können die Inhalte selbst liefern oder im Auftrag von einer Service-Redaktion erstellen lassen. Die Content-Lösung wird auf ZEIT ONLINE mit einem Mediapaket beworben und an passender Stelle eingebunden.

Für eine umfassende Inszenierung der Werbebotschaft bietet ZEIT ONLINE mit Advertorials, Sponsored Posts, Branded Podcasts und Videos das passende Umfeld.

**Unique User:innen\***

10,10 Mio.

**Visits:\*\***

75,03 Mio.

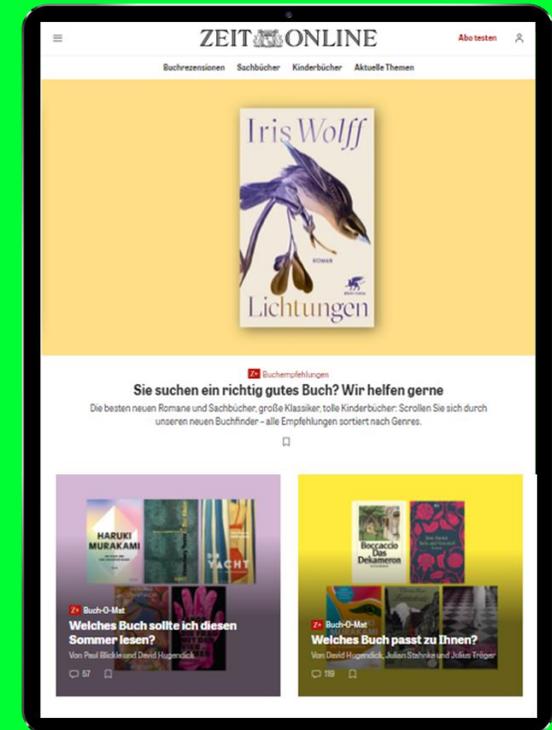
**Page Impressions:\*\*\***

174,03 Mio.

**Zielgruppe:**

Junge Elite,  
Entscheider:innen und  
Meinungsführer:innen

- ... 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 besseren Verständigung der Welt leistet.



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



# / Rubriken: Übersicht (1/2)

Plattform	Beschreibung	Unique User:innen*	Visits*	Page Impressions**
ZEIT Online	Aktuelle Nachrichten, Kommentare, Analysen und Hintergrundberichte aus Politik, Wirtschaft, Gesellschaft, Wissen, Kultur, Sport und Gesundheit.	10,10 Mio.	75,03 Mio.	201,45 Mio.

Rubriken	Beschreibung	Unique User:innen*	Visits***	Page Impressions***
ZEIT Online Kultur	Das Ressort bietet ein Umfeld für das Schöne in Literatur, Film, Serien, Musik und Kunst.	1,99 Mio.	4,15 Mio.	6,10 Mio.
ZEIT Online Gesellschaft	Aktuelle Nachrichten und Hintergründe aus Gesellschaft und Zeitgeschehen zu vielfältigen sozialen und bildungspolitischen Veränderungen.	2,29 Mio.	6,00 Mio.	10,28 Mio.
ZEITmagazin Online	Tagesaktueller Magazinjournalismus zu Gesellschaft, Kultur, Design, Politik, Lifestyle und Trends mit opulenten Bildergalerien und emotionalen Texten.	1,26 Mio.	3,00 Mio.	4,38 Mio.
ZEIT CAMPUS Online	Das junge Magazin der ZEIT bietet in den Rubriken Leben, Studieren und Arbeiten Orientierungshilfe für Studierende.	0,72 Mio.	0,87 Mio.	1,15 Mio.
ze.tt	Das junge Ressort von ZEIT ONLINE. Hier geht es um Antirassismus, queeres Leben, Feminismus und Inklusion.	0,69 Mio.	1,04 Mio.	1,25 Mio.
ZEIT Online Wissen	Das Ressort interessiert, was die Welt bis ins letzte Atom zusammenhält, voranbringt und ausmacht – für die Gesellschaft und jede:n Einzelne:n	1,71 Mio.	2,61 Mio.	3,56 Mio.
ZEIT Online Arbeit	Themen rund um das moderne Arbeitsleben: Work-Life-Balance, Digitalisierung, Automatisierung, Vereinbarkeit von Beruf & Familie und Geschlechter-Gleichstellung.	1,39 Mio.	2,41 Mio.	3,37 Mio.

Quelle: \*AGOF daily digital facts ø pro Monat Jan – Mär 2023; \*\*IWW ø pro Monat Jan – Mär 2023, \*\*\*Quelle Page Impressions und Visits ZEIT ONLINE: Mapp Ø pro Monat Jan – Mär 2023

# / Rubriken: Übersicht (2/2)

Rubriken	Beschreibung	Unique User:innen*	Visits***	Page Impressions***
ZEIT Online Gesundheit	Informiert über neueste Erkenntnisse aus Wissenschaft und Medizin und ordnet aktuelle Daten in einen Kontext.	0,96 Mio.	1,53 Mio.	2,13 Mio.
ZEIT GREEN	ZEIT GREEN richtet sich an Menschen, „die nach Lösungen suchen“. Es handelt von grünen Ideen aus allen Bereichen in Deutschland und der Welt.	0,37 Mio.	0,51 Mio.	0,71 Mio.
ZEIT Online Sport	Das Ressort bietet einen hintergründigen, kritischen Blick auf die Sportwelt.	0,77 Mio.	1,52 Mio.	2,37 Mio.
ZEIT Online Digital	Alles zum Internet, Schönes wie Kritisches zur Netzkultur, zu innovativen Technologien, zu neuen Gadgets und zu Games.	0,57 Mio.	0,93 Mio.	1,28 Mio.
ZEIT Online Sinn	Wie komme ich klar? Was kann ich tun, um glücklich zu sein? Diese und weitere Fragen beantwortet ZEIT ONLINE Sinn.	0,43 Mio.	0,63 Mio.	0,85 Mio.

Quelle: \*AGOF daily digital facts ø pro Monat Jan – Mär 2023; \*\*IVW ø pro Monat Jan – Mär 2023, \*\*\*Quelle Page Impressions und Visits ZEIT ONLINE: Mapp Ø pro Monat Jan – Mär 2023

# ／ Eine Auswahl an buchbaren Ressorts



ZEIT ONLINE Kultur	ZEIT ONLINE Gesellschaft	ZEIT ONLINE ZEITmagazin	ZEIT ONLINE Campus	ZEIT ONLINE ZE.TT	ZEIT ONLINE Arbeit	ZEIT ONLINE Gesundheit	ZEIT GREEN	ZEIT GELD
Umfeld für Schönes, Hintergründiges und manchmal auch Abseitiges aus Literatur, Film, Musik und Kunst.	Aktuelle Nachrichten und Hintergründe aus Gesellschaft und Zeitgeschehen zu vielfältigen sozialen und bildungs-politischen Veränderungen.	Tagesaktueller Magazinjournalismus zu Gesellschaft, Kultur, Design, Politik, Lifestyle und Trends mit opulenten Bildergalerien und emotionalen Texten.	Das junge Magazin der ZEIT bietet in den Rubriken Leben, Studieren und Arbeiten Orientierungshilfe für Studierende.	Das junge Ressort von ZEIT ONLINE. Hier geht es um Antirassismus, queeres Leben, Feminismus und Inklusion.	Themen rund um das moderne Arbeitsleben: Work-Life-Balance, Digitalisierung, Automatisierung, Vereinbarkeit von Beruf & Familie und Geschlechter-Gleichstellung.	Informiert über neueste Erkenntnisse aus Wissenschaft und Medizin und ordnet aktuelle Daten in einen Kontext.	ZEIT GREEN richtet sich an Menschen, „die nach Lösungen suchen“. Es handelt von grünen Ideen aus allen Bereichen in Deutschland und der Welt.	Die Finanzthemen bieten den Leser:innen Hilfe und Rat für einen souveränen Umgang mit ihren Geld-Angelegenheiten. Auf tagesaktuelle Börsennews oder Aktienanalysen wird verzichtet.

Änderungen vorbehalten.

ZEIT ONLINE Kultur ist eine Plattform für Texte, die zum Nachdenken anregen, den Horizont erweitern, die Spaß machen.

Die Analyse des kulturell, gesellschaftlich und politisch Bedeutsamen steht gleichberechtigt neben der Beschreibung des Schönen in Literatur, Film, Serien, Musik und Kunst. Nicht alles ist Kultur, aber fast alles lässt sich mit dem Blick der Kultur betrachten.

### Das Ressort lebt unter anderem von Serien wie:

10 nach 8: Ein Autorinnen-Kollektiv für mehr weibliche Stimmen in der Öffentlichkeit, dem Feminismus wichtig ist und das in diesem Sinne für ZEIT ONLINE schreibt – politisch, poetisch, polemisch.

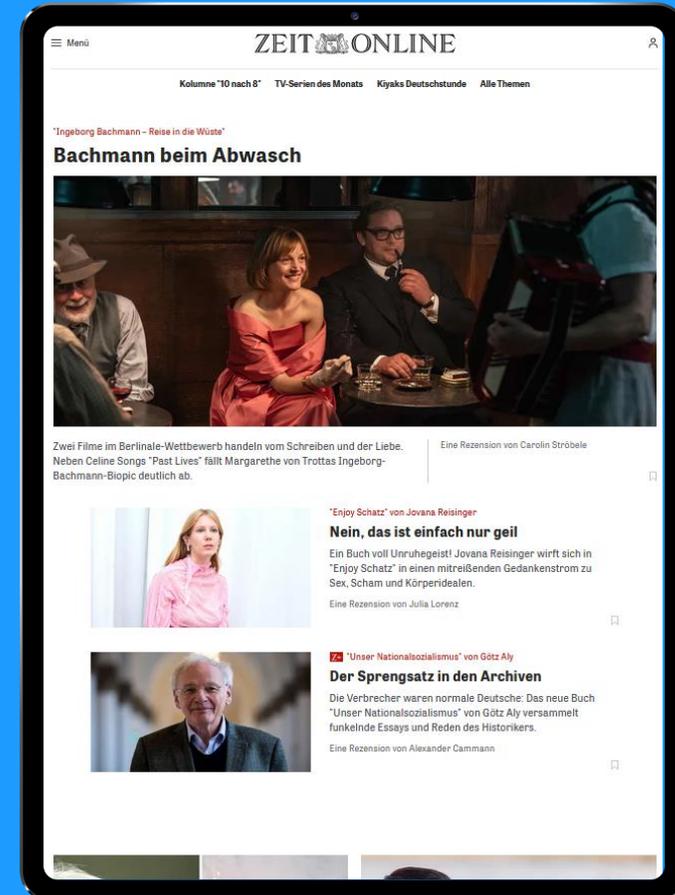
### Stärken

1,99 Mio. Unique User:innen monatlich

6,10 Mio. Page Impressions\*

4,15 Mio. Visits\*

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



# / ZEIT ONLINE Gesellschaft

ZEIT ONLINE Gesellschaft bietet aktuelle Nachrichten und Hintergründe aus Gesellschaft und Zeitgeschehen. Das Ressort ist ein kompetenter Wegweiser durch die vielfältigen gesellschaftlichen, sozialen und bildungspolitischen Veränderungen.

Behandelt werden unter anderem aktuelle Informationen zu den Themen Zeitgeschehen, Schule und Familie. ZEIT ONLINE Gesellschaft bietet unter anderem mit dem Blog „Störungsmelder“ investigative Recherchen und Analysen über die extreme Rechte.

## Stärken

2,29 Mio. Unique User:innen monatlich

10,28 Mio. Page Impressions\*

6,00 Mio. Visits\*

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



MODERN. EMOTIONAL. OPULENT.

# / ZEITmagazin Online

ZEITmagazin ONLINE ist die emotionale Seite von ZEIT ONLINE: tagesaktueller Magazinjournalismus zu Gesellschaft, Kultur, Design, Politik und Lifestyle begeistert die treue Leserschaft.

Die luxus- und qualitätsorientierten UserInnen verfügen über ein breites Interessenspektrum und setzen Trends.

Bissige Kolumnen, exklusive Interviews, spannende Artikel, opulente Bildergalerien, emotionale Videos und neue Erzählformate liefern Unterhaltung auf höchstem Niveau.

## Stärken

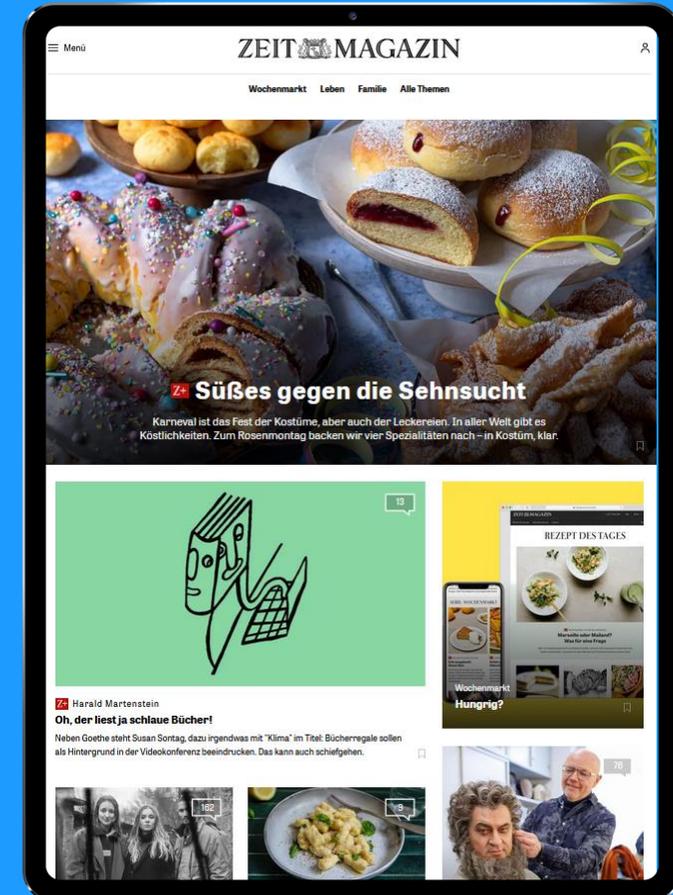
1,26 Mio. Unique User:innen monatlich

4,38 Mio. Page Impressions\*

3,00 Mio. Visits\*

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

advise.zeit.de



ZEIT CAMPUS ist das junge Gesellschaftsmagazin der Wochenzeitung DIE ZEIT und ZEIT ONLINE. Wir erzählen, was Studierende und Berufseinsteiger:innen bewegt, woran sie zweifeln, wofür sie kämpfen und wovon sie träumen.

Wir schreiben Geschichten über die wichtigen Fragen der Gegenwart: In was für einer Welt und was für einem Land wollen wir leben? Wie werden wir in Zukunft arbeiten? Und die Fragen, die Studierende im Alltag umtreiben: Will ich noch einen Master machen? Wie läuft das Praktikum im Homeoffice? Wie finde ich einen Job, der zu mir passt?

ZEIT CAMPUS ONLINE wird mobil optimiert für das Smartphone oder Tablet jederzeit und überall gelesen und ist durch die Social Media Auftritte auf Instagram, Facebook und Twitter mit seiner Community verbunden.

### Stärken

0,72 Mio. Unique User:innen monatlich

1,15 Mio. Page Impressions\*

0,87 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



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

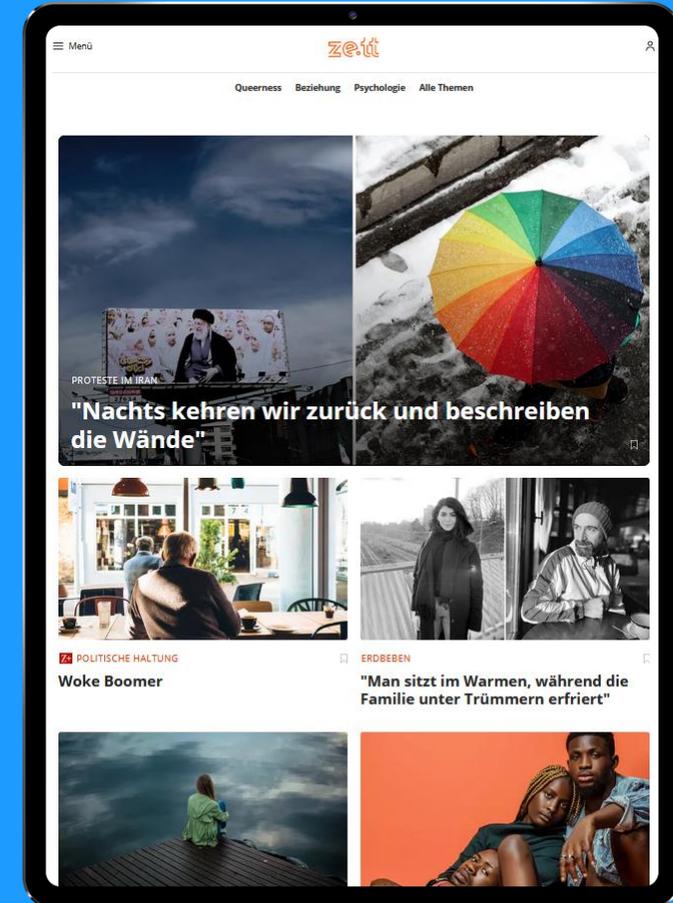
### Stärken

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



EVIDENZBASIERT, ÜBERRASCHEND UND AUCH MAL NERDIG.

# / ZEIT ONLINE Wissen

Ob Klimakrise oder Alltagsphänomene, vom Blick ins All bis hin zu den Lehren aus der Geschichte: ZEIT ONLINE Wissen interessiert, was die Welt bis ins letzte Atom zusammenhält, voranbringt und ausmacht – für die Gesellschaft und jede:n Einzelne:n

Das Ressort lebt von Datenvisualisierungen (beisp. Corona-Pandemie und Klimawandel) sowie Analysen zu Umweltthemen, Technik und Nachhaltigkeit.

Wir blicken kritisch auf diesen Planeten, seine Grenzen und Widerstandsfähigkeit. Und wir hinterfragen, wie der Mensch Forschung und Innovation nutzt.

Bei uns sind der erfolgreiche Wissen-Podcast “Woher weißt du das?” und der neu Geschichte-Podcast “Wie war das nochmal?” zuhause.

Von Pandemie, dem Einsatz gegen rassistische Polizeigewalt bis hin zum Littering-Verhalten der Großstädter.

## Stärken

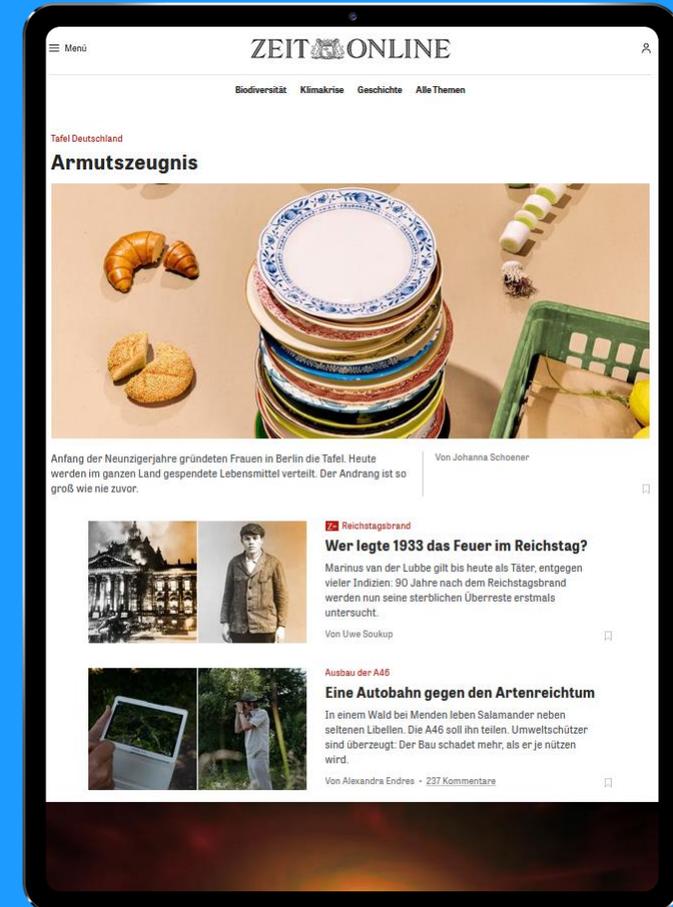
1,71 Mio. Unique User:innen monatlich

3,56 Mio. Page Impressions\*

2,61 Mio. Visits\*

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

advise.zeit.de



# / ZEIT ONLINE Arbeit

ZEIT ONLINE Arbeit ist eine Plattform für originelle und investigative Texte aus der heutigen Arbeitswelt. Fragen, mit denen sich das Ressort beschäftigt, sind: Was treibt Menschen an? Wie viel wollen sie leisten? Und wann steigen sie aus?

Das Ressort lebt von großen Magazingeschichten, aber auch von Serien wie:

**Kontoauszug:** Hier erzählen Menschen mit unterschiedlichen Berufen und Positionen, wie viel sie verdienen und für was sie ihr Geld ausgeben.

**Frisch an die Arbeit:** ein Podcast, der im Zweiwochentakt Menschen aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft zu Gast hat – und ihren Arbeitsalltag vorstellt.

## Stärken

1,39 Mio. Unique User:innen monatlich

3,37 Mio. Page Impressions\*

2,41 Mio. Visits\*

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



Was hilft, wenn man krank ist? Und wie bleibt man gesund? ZEIT ONLINE Gesundheit ist ein verlässlicher Begleiter für alle, die sich über psychische und körperliche Gesundheit informieren wollen.

Das Ressort steht für Evidenz-basierten Journalismus, der empathisch ist und lebensnahe Orientierung bietet: Dazu gehören Service-Stücke ebenso wie Reportagen und tiefgreifende Analysen über die Bedingungen, die Menschen gesund oder krank machen.

ZEIT ONLINE Gesundheit berichtet über Aktuelles wie die Corona-Pandemie, ebenso wie über zeitlose Themen, die Menschen bewegen – sei es die Geburt eines Kindes oder die Widerstandskraft der Psyche.

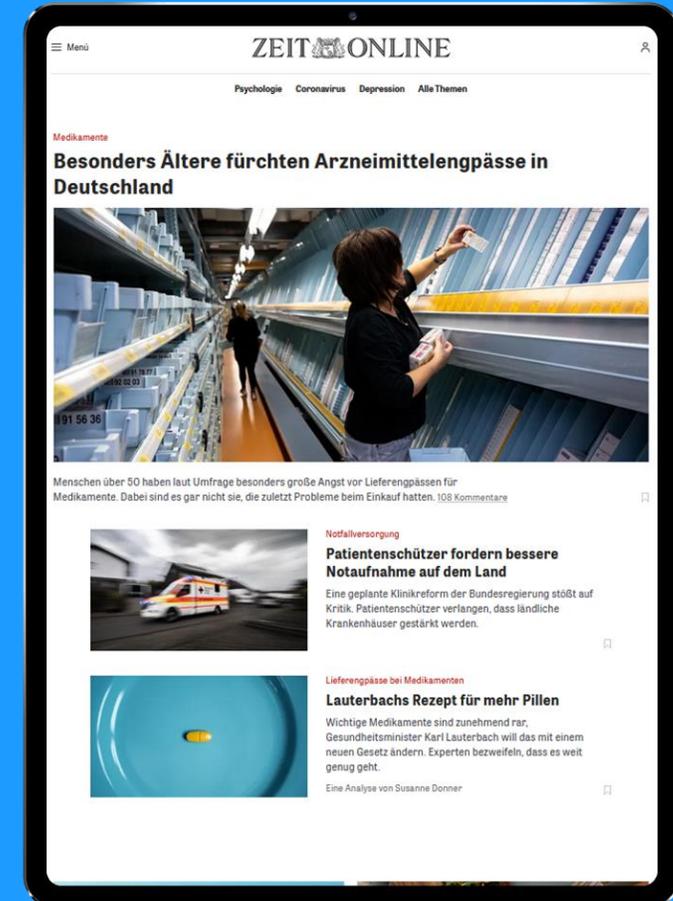
### Stärken

0,96 Mio. Unique User:innen monatlich

2,13 Mio. Page Impressions\*

1,53 Mio. Visits\*

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



# / ZEIT ONLINE Green

ZEIT ONLINE Green ist das Ressort für „Menschen, die nach Lösungen suchen“.

## GREEN:

- sucht nach Lösungen und Wegen, wie die Klimawende noch zu schaffen ist
- hinterfragt nachhaltige Trends, Gesetze und Geschäfte
- begleitet Leserinnen und Leser in ihrem Alltagsverhalten: Wie kann ich meinen CO<sub>2</sub>-Abdruck verringern? Was sind die ethischen Folgen meines Konsums?
- guckt besonders dorthin, wo sich das gute und das nachhaltige Leben verbinden

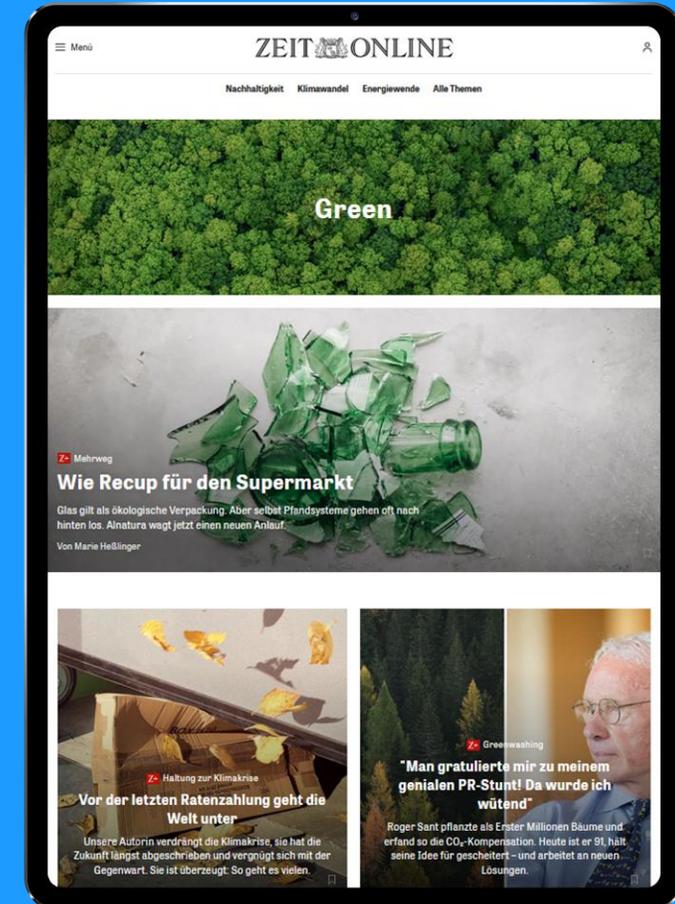
## Stärken

0,37 Mio. Unique User:innen monatlich

0,71 Mio. Page Impressions\*

0,51 Mio. Visits\*

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



KRITISCH. STAUNEND. UNTERHALTSAM.

# / ZEIT ONLINE Sport

ZEIT ONLINE Sport bietet einen hintergründigen, kritischen Blick auf die Sportwelt. Weil Sport eben mehr ist als nur Sport und sich mit seiner Hilfe, Menschen für Themen begeistern lassen, über die sie vorher nie nachgedacht hatten. Gestaut und gelacht darf dabei auch werden

## Unsere Highlights:

„Ansichten eines Fußballers“ – die regelmäßige Kolumne von Philipp Lahm, dem Kapitän der Weltmeister-Elf von 2014

„Mein schlimmster Tag“ – Serie, in der uns Profisportlerinnen und -sportler wie Thomas Müller, Britta Steffen oder Regina Halmich erzählen, was sie von Misserfolgen gelernt haben

## Stärken

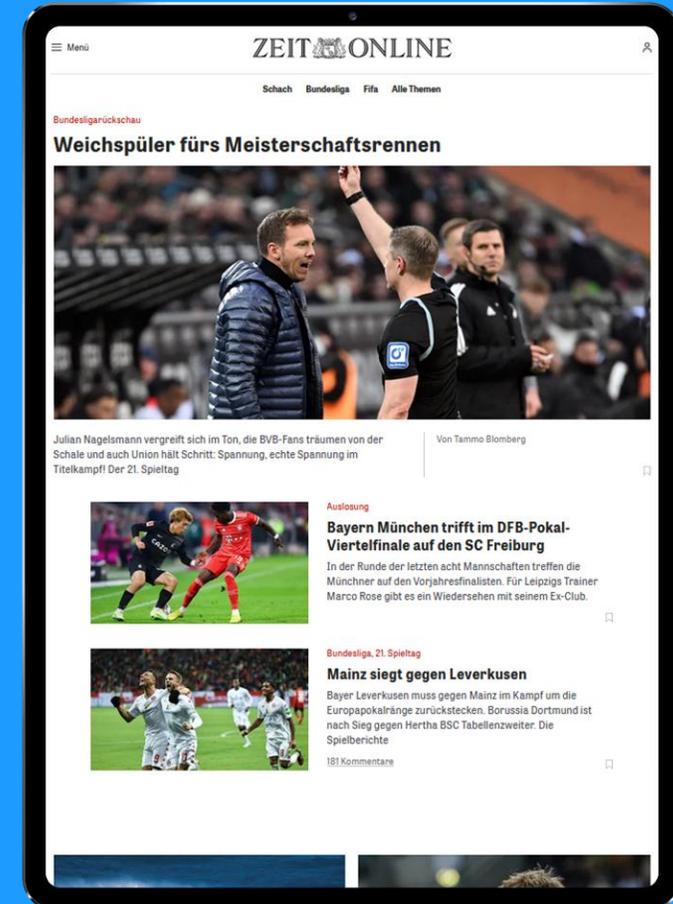
0,77 Mio. Unique User:innen monatlich

2,37 Mio. Page Impressions\*

1,52 Mio. Visits\*

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

advise.zeit.de



Auf ZEIT ONLINE Digital bündeln wir alles zum Internet, Schönes wie Kritisches zur Netzkultur, zu innovativen Technologien, zu neuen Gadgets und zu Games.

### Unsere Schwerpunkte:

**Gadgets:** Das Ressort testet regelmäßig die neuesten Geräte, von iPhone bis Galaxy, von Smart Speaker bis Kopfhörer.

**IT-Sicherheit:** Ob Hackerangriff, Sicherheitslücke oder Datenschutz – das Team schreibt fachkundig über die Fragen, wie angreifbar uns das Netz macht und wie wir uns schützen können.

**Netzkultur:** Das Team schreibt über neue Formen der Kommunikation und der Wissensvermittlung, die das Internet ermöglicht – ob Selbstdarstellung auf LinkedIn, Seemannslieder auf TikTok oder Lernen per Apps.

**Technologien:** Ob künstliche Intelligenz die Welt verändern kann oder die Blockchain bald überall steckt, sind Fragen, die das Digital-Ressort beschäftigen.

### Stärken

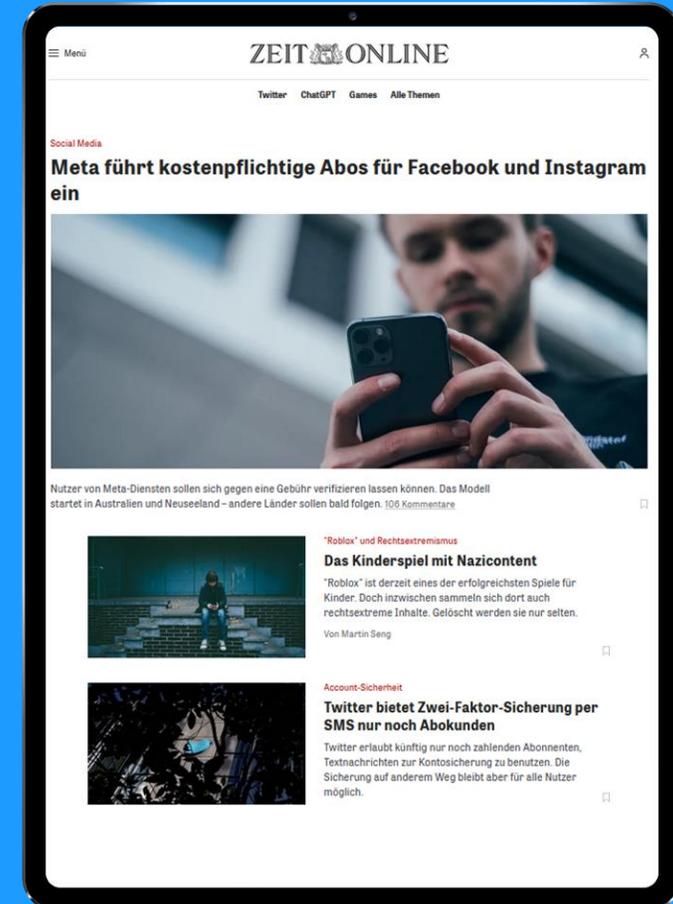
0,57 Mio. Unique User:innen monatlich

1,28 Mio. Page Impressions\*

0,93 Mio. Visits\*

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

advise.zeit.de



WOFÜR LEBEN WIR?

# / ZEIT ONLINE Sinn

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

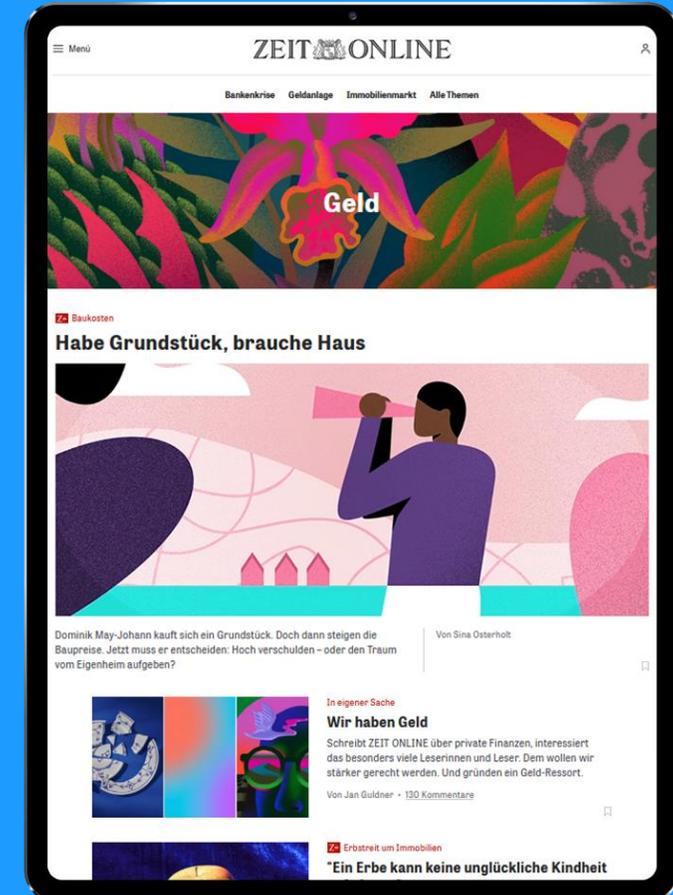
advise.zeit.de



Im Mai 2023 wurde das neue Ressort ZEIT ONLINE Geld gelauncht

Das Ressort möchte sich dem Thema Geld mit einer positiven Grundhaltung nähern und Leser:innen helfen, einen souveränen Umgang mit ihren Geld-Angelegenheiten zu finden.

Es wird daher keine tagesaktuellen Börsennews oder Aktienanalysen geben, sondern Geld-Themen nah am Alltag erzählen und unseren Leser:innen Hilfe, Rat und Verständnis in konkreten Entscheidungen oder Lebenssituationen bieten.



ALLTAGSNAH. VIELFÄLTIG. AUTHENTISCH.

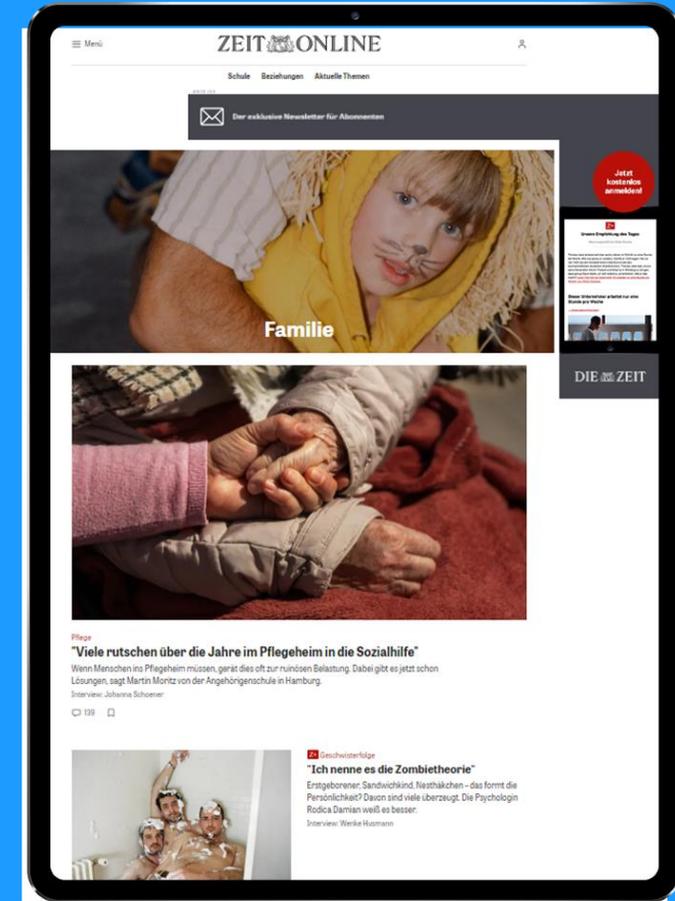
# / ZEIT ONLINE Familie

ZEIT ONLINE Familie ist eine Plattform für Texte, die sich rund um Kinder und Kitas, Partnerschaft und Generationen, Schule und Bildung drehen.

**Das Ressort lebt unter anderem von Serien wie:**

**Familienrat:** Fünf Expertinnen und Experten geben Rat zu Themen aus den Bereichen Erziehung, Entwicklung, Verwandtschaftsbeziehungen und Gesundheit.

**Prüfers Töchter:** Der Ressort-Leiter Tillmann Prüfer gibt Einblicke in sein Familienleben mit vier Töchtern und beschäftigt sich dabei mit Themen von Ernährung über soziale Medien bis hin zu Verantwortung.



# / Displaykampagnen



# / Unsere Umfelder – Ihre Buchungsmöglichkeiten

## Rubrikenbuchung

Eine Rubrik ist die thematische Kategorie einer Website.

Rubriken von ZEIT ONLINE sind z.B.:

- ze.tt
- ZEIT CAMPUS ONLINE
- ZEIT ONLINE Kultur
- u.v.m.

Über die Rubriken können Sie gezielt bestimmte Zielgruppen und User:innen wie beispielsweise Student:innen oder Kulturinteressierte ansprechen.

## Run on Site

Run on Site bedeutet, dass Ihr Werbemittel auf ZEIT ONLINE ausgespielt wird. Über die Targetingmöglichkeiten können sie Ihre Zielgruppe genau ansteuern, egal wo sich diese auf der Website befindet, wie z.B. Schüler:innen.

## Basic Targeting

Soziodemographische Merkmale wie Geschlecht, Alter aber auch Merkmale wie Ausbildungsstatus und Beruflicher Status.

## Premium Targeting

Hierzu gehören Kriterien wie Branche und Abteilung, Special Targets wie Ingenieure aber auch Kontextuelles Targeting (nach Themen und Keywords).

## Geotargeting

Ihre Werbemittel werden gezielt an User einzelner Regionen wie Bundesländer oder Städte ausgespielt.

# Ausgewählte Display Formate



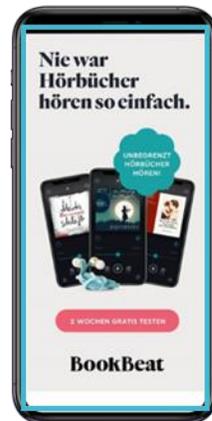
## Wallpaper



### Kombination für mehr potenzielle Reichweite:

Schaltung eines stationären Wallpapers in Kombination mit einem Mobile Halfpage Ad.

## Halfpage Ad



## Stationär und mobil

Format	Stationär (B x H in Pixel)	Mobile (B x H in Pixel)
2:1 Banner	1.000 x 500	320 x 160
3:1 Banner	1.000 x 333	320 x 106
4:1 Banner	1.000 x 250	320 x 80
1:2 Halfpage Ad	300 x 600	300 x 600
Wallpaper**	800 x 90 und 160/200 x 600	

\* Die Formate sind responsiv und im Verhältnis Breite zur Höhe angegeben, \*\* Das Wallpaper wird nur stationär ausgespielt. Weitere Formate auf Anfrage

## Preismatrix

	Stationär Innenfläche u.a. Banner 2:1   3:1   4:1, Medium Rectangle, Superbanner, Native Ad Click-out, Billboard, Halfpage Ad, Outstream, Ad Bundle	Stationär Außen/Sticky u.a. Sitebar Ad, Content Sidebar Ad, Doppel-Sitebar Ad, Sticky Billboard, Sticky Skyscraper, Fireplace
Mobile Ads	PK1: 33,75 €	PK1: 36,00 €
Alle mobilen	PK2: 24,75 €	PK2: 27,00 €
Werbeformate, die auf ZEIT ONLINE möglich sind		

PK I = Grundpreis für Rubrikenrotation, für Run of Homepage, für Basic-Targeting in Rubrikenrotation, für Entscheider-, Data- und Kontextuelles-Targeting in Portalrotation;

PK II = Grundpreis für Portalrotation und für Basic-Targeting in Portalrotation

Bei Buchung des Basic-Targetings sind 15% Targetingzuschlag auf den jeweiligen Grundpreis zu berechnen.

Technisches Targeting (Geo-Targeting, Uhrzeiten oder Endgeräte) ist zuschlagsfrei. Es handelt sich um TKP Preise (TKP = Tausenderkontaktpreis)

Änderungen der Preise und Formate unterjährig möglich. Stand: Januar 2024. Die angegebenen Preise sind Tausenderkontaktpreise (TKP).

Der Digitalpreis lässt sich mit der jeweiligen Werbemittelkombination, dem dazugehörigen TKP und den gewünschten Ad Impressions errechnen.

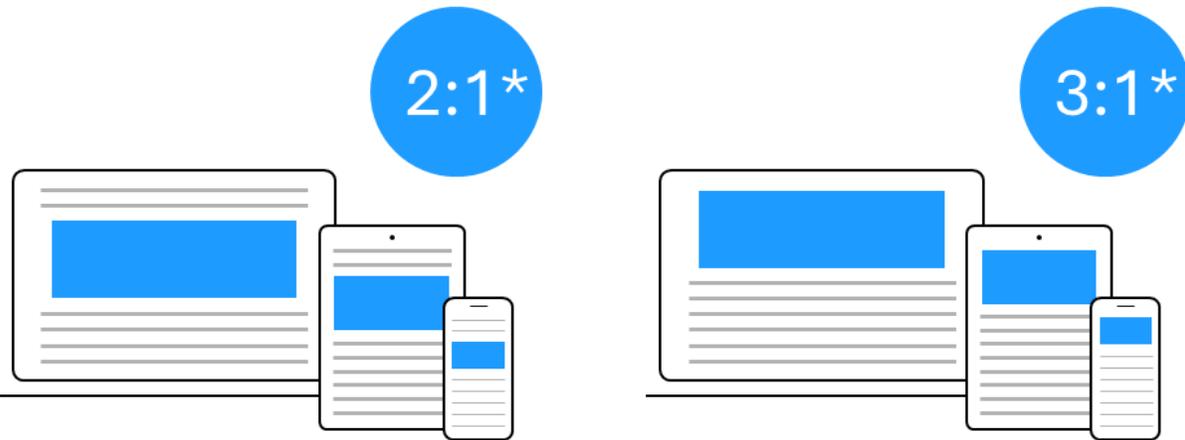
Die Ausspielung der Werbemittel erfolgt mobil und stationär. Für Bannerkampagnen gilt ein Mindestbuchungsvolumen von Allgemein 1.575,00 €;

Branchenrabatte möglich. Motivwechsel: Die Einbuchung einer Bannerkampagne enthält max. einen Motivwechsel innerhalb der Laufzeit.

Sollten weitere Motivwechsel gewünscht sein, ist dies möglich. Der Preis beträgt 180 € je Motivwechsel und ist nicht rabattfähig.

\*Alle Preise zzgl. MwSt.: Änderungen vorbehalten. Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen, siehe advise.zeit.de

# Preise für Kontaktbuchungen



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

## Lesebeispiel 1:

Sie möchten mit einem 2:1 Banner auf ZEIT CAMPUS ONLINE (Rubrik von ZEIT ONLINE) werben

Rubrikenpreis PK 1 auswählen = 75 € Tausenderkontaktpreis  
80.000 Ad Impressions kosten Sie 80 x 75 € = 6.000 €

## Preismatrix

	<b>Stationär Innenfläche</b> u.a. Banner 2:1   3:1   4:1, Medium Rectangle, Superbanner, Native Ad Click-out, Billboard, Halfpage Ad, Outstream, Ad Bundle	<b>Stationär Außen/Sticky</b> u.a. Sitebar Ad, Content Sidebar Ad, Doppel-Sitebar Ad, Sticky Billboard, Sticky Skyscraper, Fireplace
Mobile Ads	PK1: 33,75 €	PK1: 36,00 €
Alle mobilen Werbeformate, die auf ZEIT ONLINE möglich sind	PK2: 24,75 €	PK2: 27,00 €

PK I = Grundpreis für Rubrikenrotation, für Run of Homepage, für Basic-Targeting in Rubrikenrotation, für Entscheider-, Data- und Kontextuelles-Targeting in Portalrotation;

PK II = Grundpreis für Portalrotation und für Basic-Targeting in Portalrotation

Bei Buchung des Basic-Targetings sind 15% Targetingzuschlag auf den jeweiligen Grundpreis zu berechnen.

Technisches Targeting (Geo-Targeting, Uhrzeiten oder Endgeräte) ist zuschlagsfrei. Es handelt sich um TKP Preise (TKP = Tausenderkontaktpreis)

Änderungen der Preise und Formate unterjährig möglich. Stand: Januar 2024. Die angegebenen Preise sind Tausenderkontaktpreise (TKP). Der Digitalpreis lässt sich mit der jeweiligen Werbemittelkombination, dem dazugehörigen TKP und den gewünschten Ad Impressions errechnen. Die Ausspielung der Werbemittel erfolgt mobil und stationär. Für Bannerkampagnen gilt ein Mindestbuchungsvolumen von Allgemein 1.575,00 €; Branchenrabatte möglich. Motivwechsel: Die Einbuchung einer Bannerkampagne enthält max. einen Motivwechsel innerhalb der Laufzeit. Sollten weitere Motivwechsel gewünscht sein, ist dies möglich. Der Preis beträgt 180 € je Motivwechsel und ist nicht rabattfähig.

- Basic Targeting: 15% Aufschlag auf den Brutto-Preis
- Die aufgeführten Digitalpreise sind TKP-Preise (TKP= Tausenderkontaktpreis)
- Digitalpreis: Ihre Werbemittel werden stationär und mobile ausgespielt
- Mindestbuchungsvolumen je nach Branche ab 1.400,- € (netto/netto)
- Hier finden Sie die Technischen Daten für die Bannerformate
- Alle Preise zzgl. ges. MwSt.

Alle Preise zzgl. MwSt.: Änderungen vorbehalten. Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen, siehe [advise.zeit.de](#)

# / Zielgruppen-Marketing



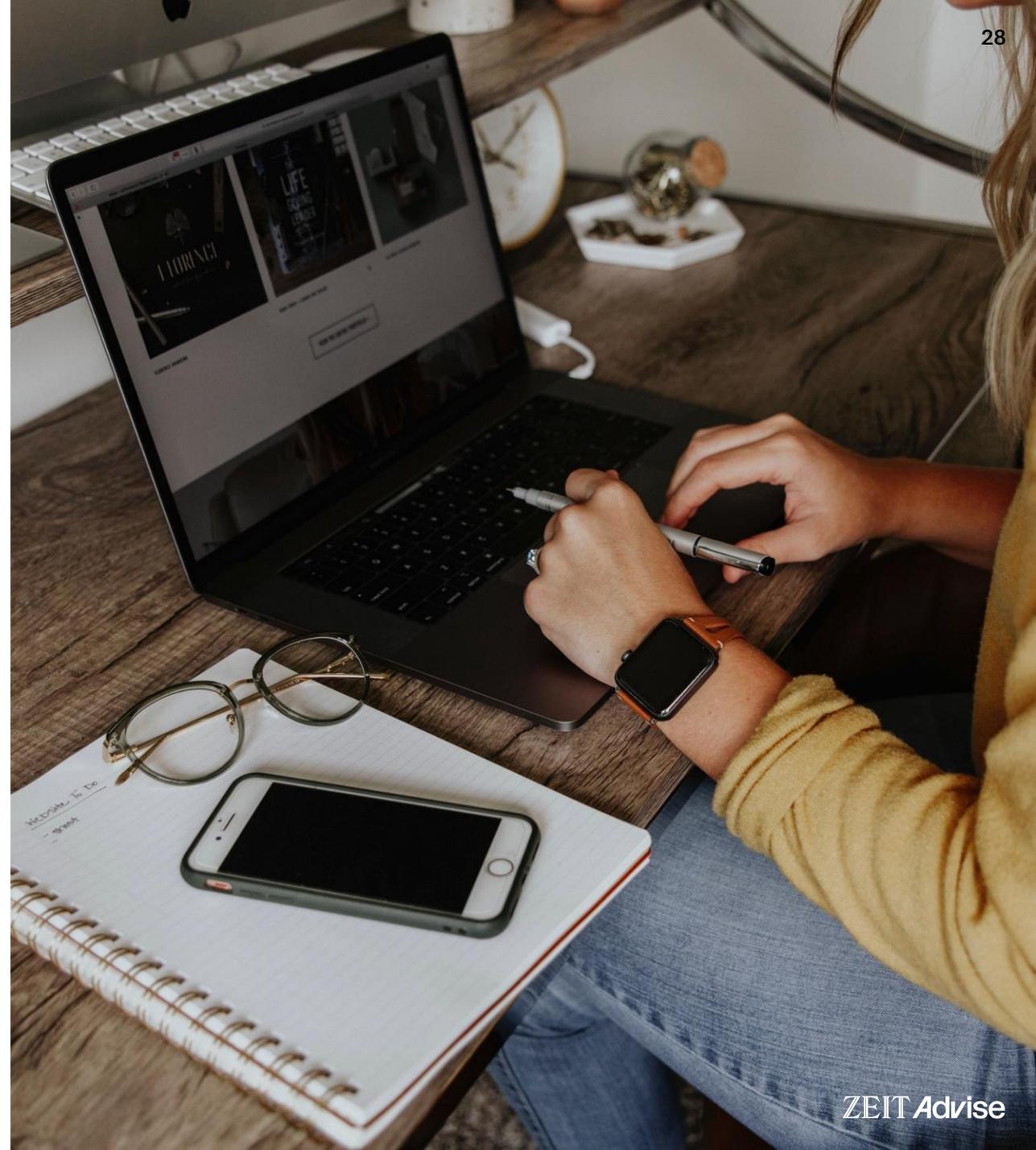
# / Zielgruppengenaue Kommunikation

## 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.



# / 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 Werbeeinhalte angezeigt werden können.



## Soziodemografisches Targeting

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



## Regionales Targeting

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



## Kontextuelles Targeting

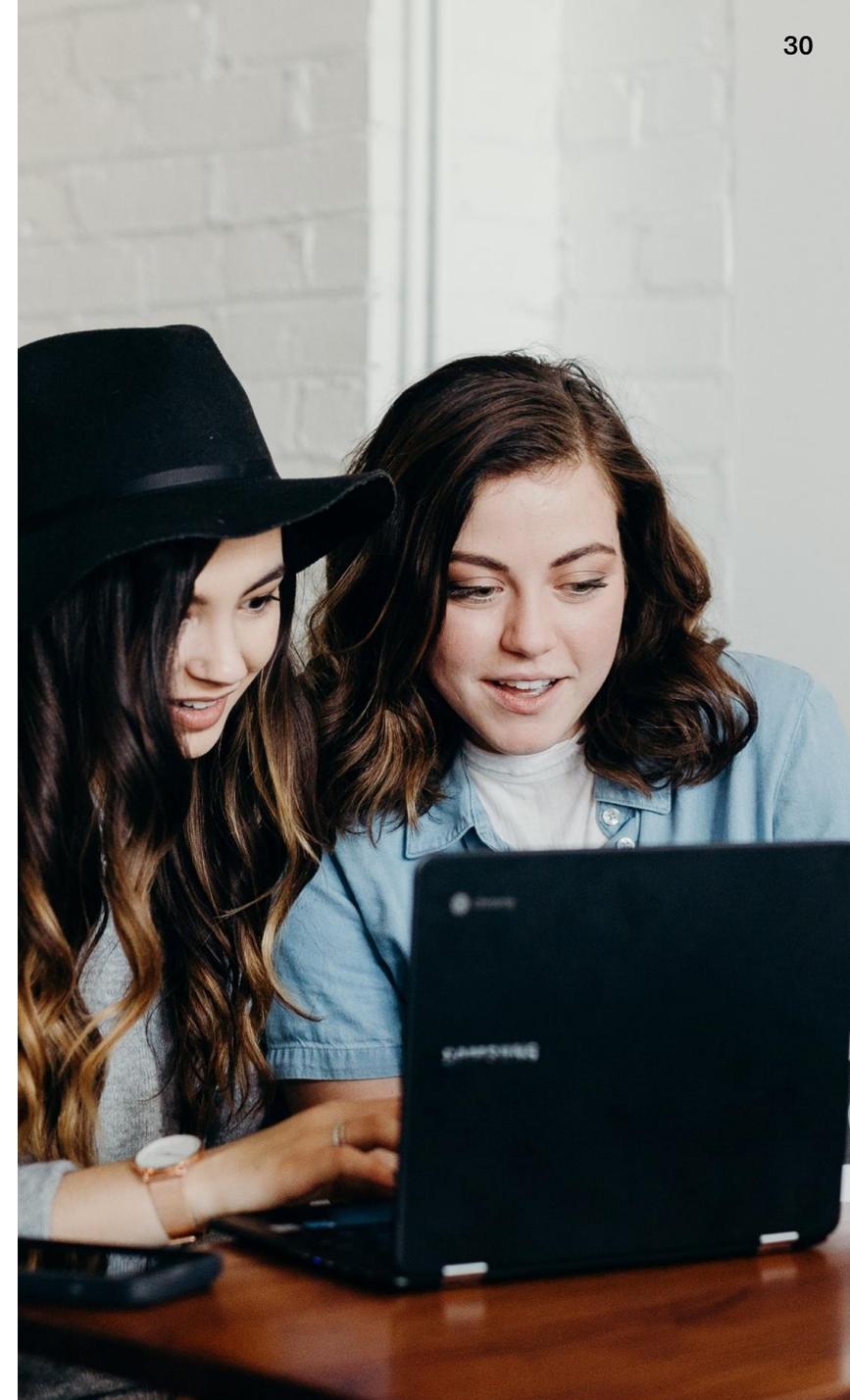
- Besteht aus mehreren eigens definierten Themen.
- Analyse der redaktionellen Ebene, um passende Artikel zu den Keywords zu finden, in denen die Werbebotschaft ausgespielt werden kann.



# / Kontextuelles Targeting

## 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-Möglichkeiten 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)

# Regionale Zielgruppen durch Geotargeting erreichen

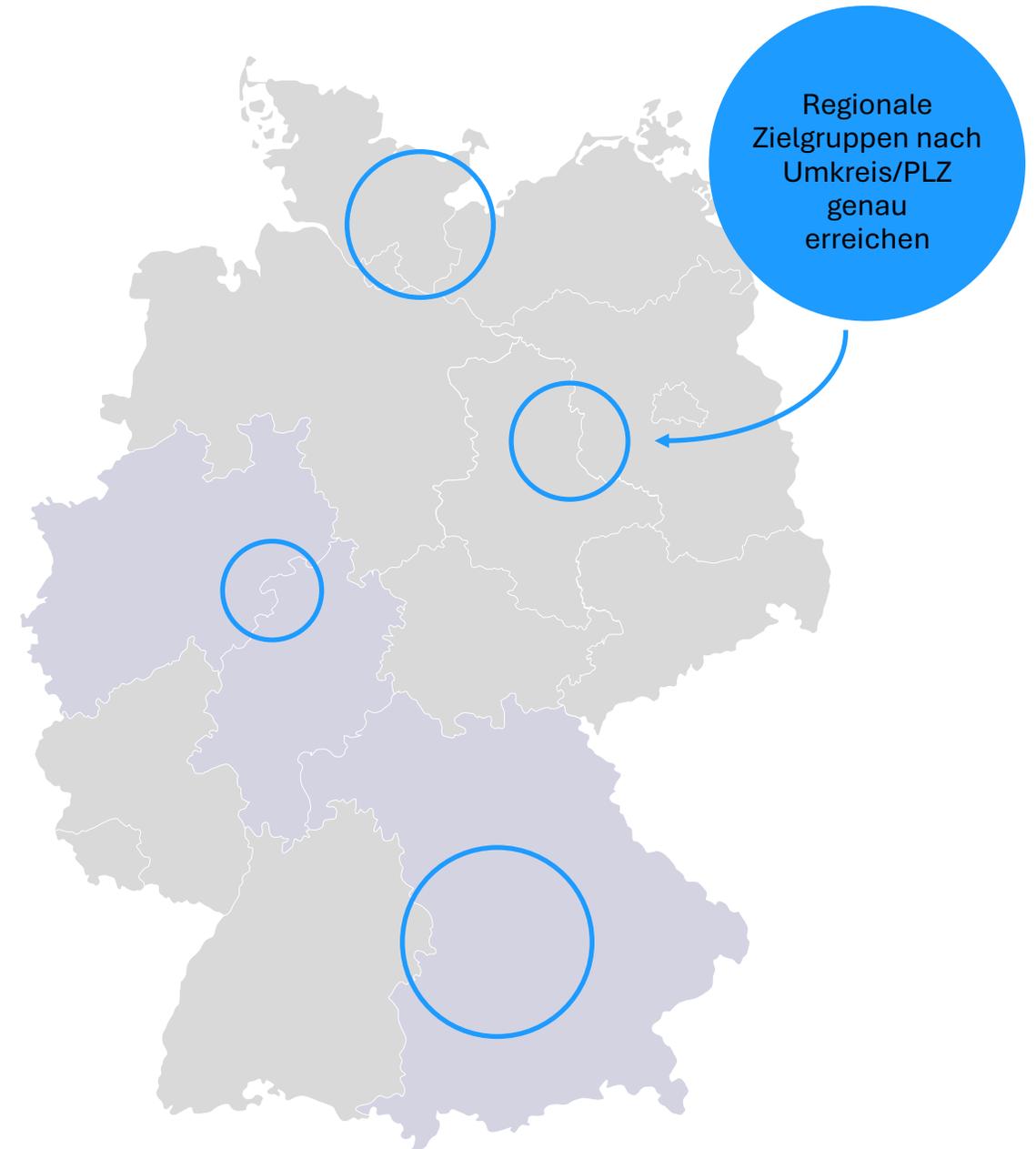
## Vermeiden Sie Streuverluste!

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.



# / 2.1. Soziodemografisches Targeting

<b>Geschlecht</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Frau</li><li>• Mann</li></ul>	<b>Altersgruppen (Abstand 10 Jahre)</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• 16 – 19 Jahre</li><li>• 20 – 29 Jahre</li><li>• 30 – 39 Jahre</li><li>• 40 – 49 Jahre</li><li>• 50 – 59 Jahre</li><li>• 60+ Jahre</li></ul>	<b>Haushaltsgröße</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• 1 Person</li><li>• 2 Personen</li><li>• 3 Personen</li><li>• 4 + Personen</li></ul>	<b>Bildungsgrad</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Schulabschluss</li><li>• Ausbildung</li><li>• Hochschule/Fachhochschule</li><li>• Ohne Schulabschluss</li></ul>
<b>Altersgruppen (Abstand 5 Jahre)</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• 16 – 20 Jahre</li><li>• 20 – 24 Jahre</li><li>• 25 – 29 Jahre</li><li>• 30 – 34 Jahre</li><li>• 35 – 39 Jahre</li><li>• 40 – 44 Jahre</li><li>• 45 – 49 Jahre</li><li>• 50 – 54 Jahre</li><li>• 55 – 59 Jahre</li><li>• 60 – 64 Jahre</li><li>• 65+ Jahre</li></ul>	<b>Einkommen</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Haushaltsführer</li><li>• Haupteinkommensbezieher</li></ul>	<b>Immobilienbesitzer</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Eigenheimbesitzer</li><li>• Wohnungsbesitzer</li></ul>	<b>Ausbildungsstatus</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Studenten</li><li>• Auszubildende</li><li>• Schüler</li></ul>
	<b>Haushaltsnettoeinkommen</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• &lt; 500,- €</li><li>• 500,- bis 1.500,- €</li><li>• 1.500,- € bis 2.500,- €</li><li>• 2.500,- € bis 4.000,- €</li><li>• 4.000,- € und mehr</li></ul>	<b>Familienstand</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Single</li><li>• In Partnerschaft / Verheiratet</li><li>• Eltern</li><li>• Eltern mit<ul style="list-style-type: none"><li>- Kleinkindern unter 3 Jahren</li><li>- Kindern unter 6 Jahren</li><li>- Kindern unter 14 Jahren</li></ul></li></ul>	<b>Beruflicher Status</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Nicht berufstätig</li><li>• Arbeitssuchend</li><li>• Vollzeit berufstätig</li><li>• Beamte</li><li>• Angestellte</li><li>• Selbstständig</li><li>• Rentner</li></ul>

## / 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

# / 3.1. User Involvement Targeting

## Was ist User Involvement Targeting?

- Nutzer:innen werden gezielt angesteuert auf Basis ihres bisherigen Leseverhaltens
- Auspielung 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 präziserer 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
- Millennials
- Politik
- Erneuerbare Energien
- und viele weitere Segmente

## Segmentübersicht B2C

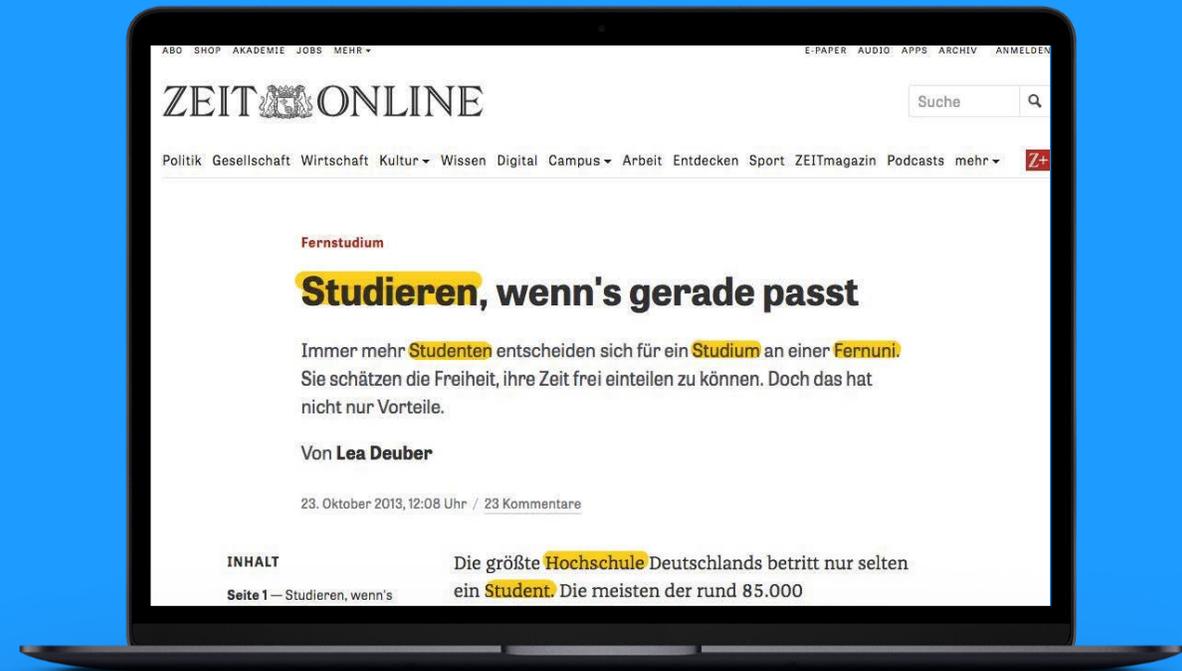
- Gaming/E-Sports
- Kochen & Backen
- Ernährung/Food/Rezepte
- Kultur
- Lifestyle
- Sport
- Anti Aging
- Urlaub
- Fotografie
- Filme / Kino
- Designaffine User
- Nachhaltigkeit und Bio
- Online Shopping
- Gastronomie und Hotellerie
- und viele weitere Segmente

## / 3.2. Kontextuelles Targeting

Durch die optimale Auswahl und Kombination von Keywords können Werbetreibende Kernthemen zielgerichtet mit Ihrer Kampagne belegen. Die Leserschaft wird **genau dann mit Ihrer Kommunikation erreicht, wenn sie sich mit dem jeweiligen Thema beschäftigt** – unabhängig vom redaktionellen Ressort.

### 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.



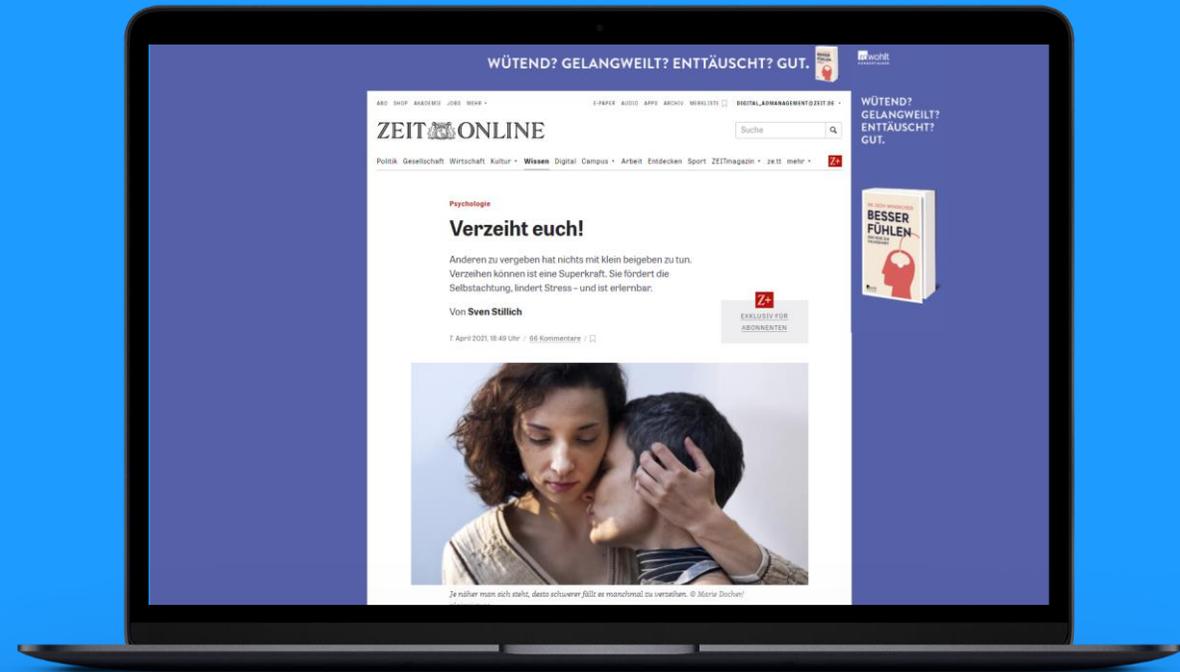
## / 3.2. Kontextuelles Targeting

### 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.



## / 3.3. 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 u. 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

# / Contentformate



# / Contentbasierte Lösungen - Vorteile

## **Relevanz**

Content Marketing kombiniert die Glaubwürdigkeit und Relevanz von redaktionellem Inhalt mit passenden Werbebotschaften und schafft zusätzlichen Nutzen für die Zielgruppe.

## **Imagetransfer**

Positiver Imagetransfer durch die Präsentation Ihrer Marke im redaktionellen Umfeld von ZEIT ONLINE.

## **Verweildauer**

Kommunikation zielgruppenrelevanter Inhalte mit einem hohen Informationsgehalt und Identifikation für die Nutzer:innen sorgen für eine lange Verweildauer.

## **Viralität**

Aufgrund seiner inhaltlichen Relevanz für eine bestimmte Zielgruppe bringt Content Marketing virale Effekte und vergrößert somit Ihre organische Reichweite.

## **Glaubwürdigkeit**

ZEIT ONLINE sorgt für hohe Sympathiewerte für Produkt und Marke. Der in diesem Umfeld integrierte Kunden-Content zahlt auf das Image Ihrer Marke ein und schafft gleichzeitig Vertrauen.



# ／ Mehrkundenadvertorial Handverlesen

Stellen Sie Ihre ausgewählten Neuerscheinungen und Buchempfehlungen unserer literaturaffinen Leserschaft auf ZEIT ONLINE vor – parallel zur Frankfurter oder Leipziger Buchmesse und als digitale Ergänzung der ZEIT LITERATUR Printausgabe.

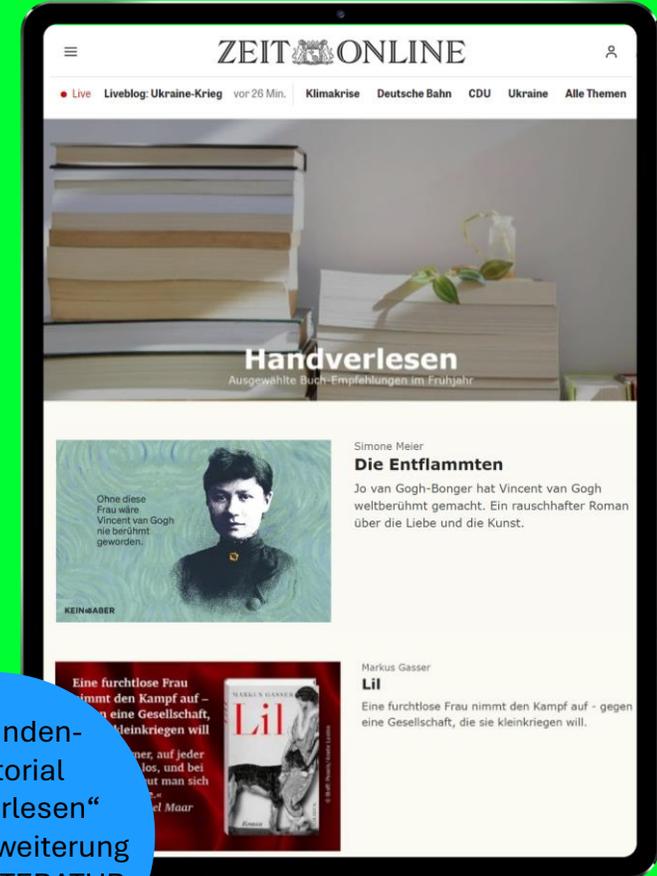
Handverlesen sammelt die Buch- und Leseempfehlungen verschiedener Verlage, sorgt durch umfangreiche Vorstellungen Ihrer Titel für Inspiration und macht Lust aufs Lesen!

Der gemeinsame Erscheinungstermin mit ZEIT LITERATUR garantiert eine hohe Aufmerksamkeit. Das vorgefertigte Reichweitenpaket sorgt außerdem dafür, dass die ZEIT ONLINE-User:innen über die gesamte vierwöchige Laufzeit zu Ihrem Advertorial geführt werden.

## Termine

Digital	Erscheinungstermin	Laufzeit	Buchungsschluss
<b>MKA Handverlesen</b> in ZEIT LITERATUR Leipzig*	14.03.2024	14.03.2024 - 10.04.2024	12.02.2024
<b>MKA Handverlesen</b> in ZEIT LITERATUR Frankfurt*	10.10.2024	10.10.2024 - 06.11.2024	09.09.2024

\*Der Mehrkundenadvertorial „Handverlesen“ ist als einzelnes als Digitalformat oder in Kombination mit dem ZEIT LITERATUR Leipzig/ Frankfurt im Nordischen Format buchbar.



Mehrkunden-  
advertorial  
„Handverlesen“  
Digitale Erweiterung  
von ZEIT LITERATUR  
auf ZEIT ONLINE

# / Handverlesen

## HANDVERLESEN

### Stärken

- **Glaubwürdig und persönlich**
- **Geringer Aufwand:** Sie liefern die Inhalte und wir erstellen das Profil für Sie
- **Synergien nutzen:** Sie sind Teil eines Advertorials und stehen im Kollektiv mit weiteren Buchverlagen
- **Maximale Aufmerksamkeit** Ihrer Zielgruppe mit geringen Streu-verlusten: Eine Bannerkampagne verlinkt auf die Startseite
- **Langlebigkeit** durch Laufzeit von 4 Wochen

### Basisprofil

- Überschrift (70 Zeichen inkl. Leerzeichen),
- Teasertext (170 Zeichen inkl. Leerzeichen)
- Bilder: Headerbild plus 5 weitere Bilder (16:9, mind. 600 px breit, kleiner als 1 MB)
- Text (begrenzt auf 2.000 Zeichen inkl. Leerzeichen)
- Website, Kontaktdaten, Logo

**Die Entflammten**  
Ohne diese Frau wäre Vincent van Gogh nie berühmt geworden. Jo van Gogh-Bonger: Ein rauschhafter Roman über die Liebe und die Kunst.



KEINWABER

Frankreich und Holland um 1900. Die junge Jo van Gogh-Bonger verliert ihrem geliebten Mann Théo an der Typhus. Kurz zuvor hat sich Théo Bruder Vincent van Gogh erschossen. Jo hätte nichts als ein Baby und handliche Hände des noch unbekannteren Malers. Sie beschließt, Vincent weiterleben zu machen, und setzt durch eine eigenhändige Entzündung in Gung. Über handelt. Aber später stellt die Kunsthistorikerin Cécile auf den Geschmack. Und Jo weiß, dass in einer schicksalhaften Welt zwischen Liebe, Obsession und Kunst ein Mann Vater ist. Sie beschließt, und versucht mit wenig Erfolg, ein neues Buch zu schreiben. An seiner Seite wird Cécile Frustration für Jo selbst zu einem unerschütterlichen Kern über eine Kunst, aber eigenartige Liebe. Und über zwei Frontalgeschichten im Zeichen der Kunst.

Zum Buch



Das Geschickel ruft von die energische und unerschütterliche Jo van Gogh-Bonger hat weniger die Autorin gefunden. "Ich frage mich, wie Vincent van Gogh, der ein Leben lang im einzigen Bild verhaftet hat, der wirklich und großartig gemacht hat, plötzlich so einem der besten und besten Künstler der Welt werden konnte. Ich dachte: Mit einem Stück rocke eine Frau. Aber, am nächsten Tag ging ich in die Werkstatt Vincent van Gogh. Am Ende? Und nicht auf wie Schokolade. Ja."



KEINWABER

»Simone Meier schreibt wie eine rückwärts malende Künstlerin: Farbschicht um Farbschicht legt sie die Geschichte hinter der Geschichte frei – glänzender, elegant und auch ein bisschen magisch.«  
—Ulrich Schöler

»Eine Frau, verwickelt in drei Lektüre einer anderen, eine Tochter, die von ihrem Vater aus dem Leben an sich über gestirnt wird. Und eine Autorin, die von der Geschichte einer berühmten Fotokünstlerin schreibt: Dieses Buch ist eine Ode, und das ist mir sehr gerecht haben, eine Erzählung voller Zurückhaltung und Empfindlichkeit.«  
—Caroline Bruns

»Die Entflammten entfaltet ein psychologisches Panorama, mal in zarten Impressionen, mal in kraftvollen Strichen.«  
—Katharina Wenzel

Hier können Sie das Buch direkt bestellen.  
Stiefel mit Elmsicht

Achse @amazon @book

ZEIT ONLINE

• Live Liveblog: Ukraine-Krieg vor 26 Min. Klimakrise Deutsche Bahn CDU Ukraine Alle Themen

Handverlesen  
Ausgewählte Buch-Empfehlungen im Frühjahr



KEINWABER

Simone Meier  
**Die Entflammten**  
Jo van Gogh-Bonger hat Vincent van Gogh weltberühmt gemacht. Ein rauschhafter Roman über die Liebe und die Kunst.



KEINWABER

Markus Gasser  
**Lil**  
Eine furchtlose Frau nimmt den Kampf auf - gegen eine Gesellschaft, die sie kleinkriegen will.

»Eine furchtlose Frau nimmt den Kampf auf - gegen eine Gesellschaft, die sie kleinkriegen will.«  
—Michael Maar

C.H. BECK

# / Unser Angebot für Handverlesen

Handverlesen-  
Mediapaket  
flexibel anpassbar

Kommunikationsmittel	Info	Platzierung	Nettopreis (zzgl. MwSt.)	Bruttokontakte	TKP	Interner Verlinkungs- rabatt	AE*	Net/Net (zzgl. MwSt.)
<b>Produktion</b>								
Profil	1 Artikelseite innerhalb des Mehrkundenadvertorials, Laufzeit 4 Wochen	ZEIT ONLINE	1.200,- €					1.200,- €
<b>Media</b>								
Werbemittel	Digital mobile Halfpage Ad, stationär 2:1, PK 2 mit Targeting Literaturinteresse	ZEIT ONLINE	3.557,81 €	125.000 AI	28,46 €	50%	15%	1.512,06 €
<b>Summe</b>			<b>4.757,81 €</b>					<b>2.712,06 €</b>

\*AE-Rabattierung nur bei Buchung über Agenturen.

Der Preis gilt je Advertorial und ist AE- aber nicht abschlussrabattfähig. Die Produktionskosten sind nicht rabatt- oder AE-fähig. Das Mehrkundenadvertorial wird nur bei einem Mindestbuchungsvolumen von 12.500 € realisiert. Das MKA bekommt einen Navigationslink im Menü und einen Bild-Text-Teaser in einem ausgewählten Ressort (nach Verfügbarkeit, z. B. Kultur). Traffic-Zuführung über verlagsseitiges Werbemittel auf die Startseite „Handverlesen“. Jeder Teilnehmer übernimmt mit seinem Budget einen Anteil an den Traffic-Maßnahmen. Diese verlinken auf die Startseite des Kollektivs.

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

**Große Wirkung – kleiner Preis.**

Der neue BUCHTIPP ist die ideale Möglichkeit, User:innen digital über Ihre Novitäten aus den unterschiedlichsten Genres zu informieren. Ob Belletristik, Kunstbände, Kriminalliteratur, Kinder- oder Sachbücher – durch dieses Werbemittel erreichen Sie höchste Aufmerksamkeit und sprechen eine vielseitig interessierte und lesefreudige Zielgruppe an. Die Gestaltung übernimmt die Verlagsgrafik von ZEIT ONLINE für Sie.

**Ressort**

Kultur, Laufzeit 1 Woche je nach Verfügbarkeit

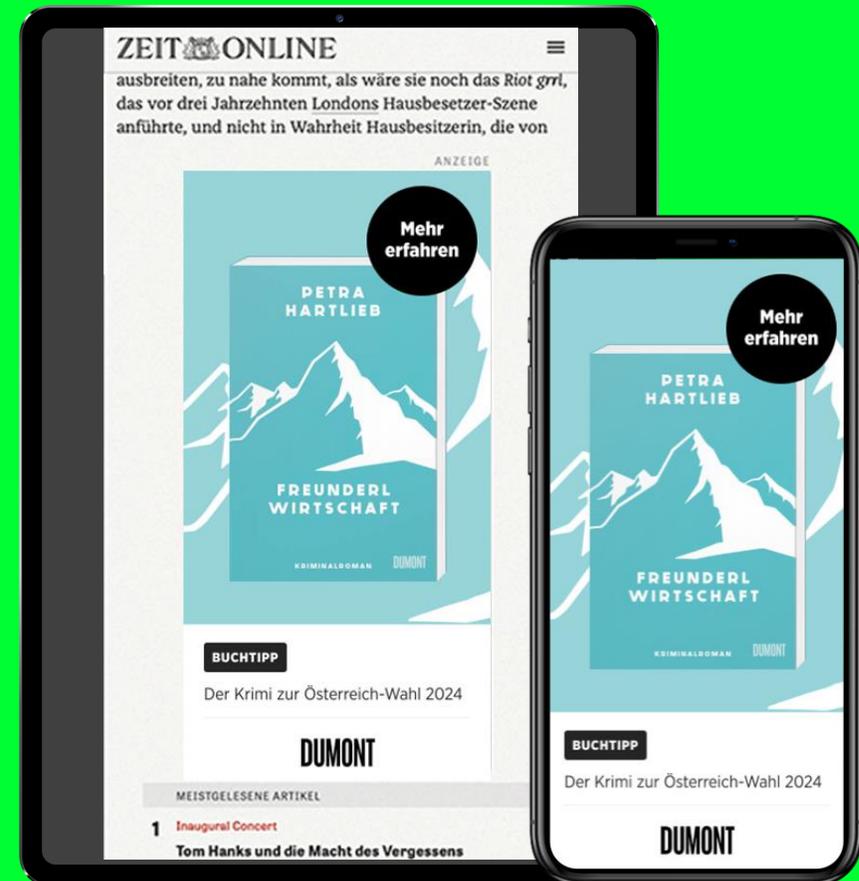
**Preise und Formate**

Format	Details	Als	Preis
Halfpage Ad 300 x 600 px stationär und mobil	Text max. 200 Zeichen für Headline und Text (inklusive Leerzeichen) Bildformat 600 x 1200 px (bestenfalls Hochkant) JPEG, PNG, TIFF	60.000	2.425,- €* 2.425,- €*

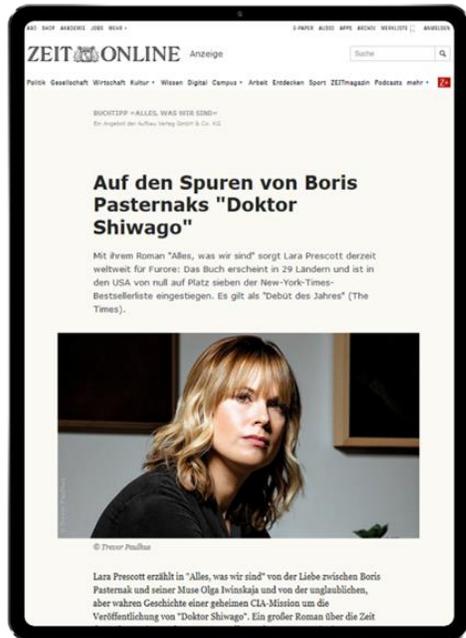
\*Die Erstellungskosten liegen bei 400,- €, sind in diesem Preis bereits inkludiert und nicht AE- und rabattfähig. Der Mediapreis von 2.025,- € ist nicht rabatt- aber AE-fähig.

**Materialanlieferung**

13 Werkstage vor Erscheinen an [digital\\_admanagement@zeit.de](mailto:digital_admanagement@zeit.de)



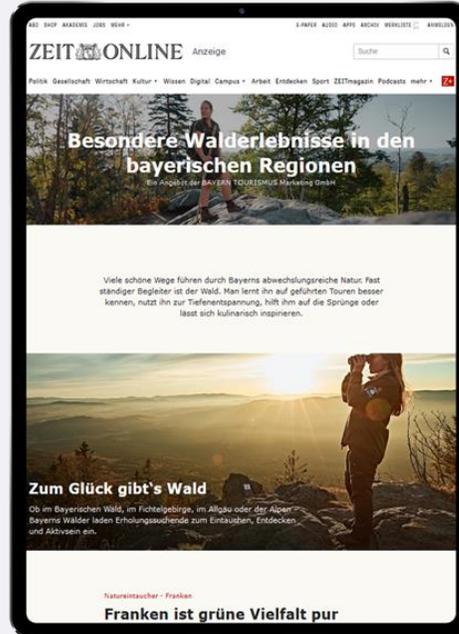
# / Contentbasierte Lösungen



## / Basic Advertorial

ab 8.000 € (4 Wochen)\*

\*Das Mindestbuchungsvolumen inkl. Produktionskosten. Nur in Kombination mit Traffic-Maßnahmen/Medialeistungen buchbar. Alle Preise zzgl. MwSt., Änderungen vorbehalten. Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen, siehe advise.zeit.de



## / Advertorial Plus

ab 12.500,- € (4 Wochen)\*



## / Premium Advertorial

ab 17.000,- € (4 Wochen)\*

# Contentbasierte Lösungen – Bestandteile

## Basic Advertorial

- Sie liefern den Content an
- Gestaltung im redaktionell anmutenden Layout (Branded Content) von ZEIT ONLINE, ZEIT CAMPUS, ZEIT Arbeit oder ZEITmagazin
- Aktualisierung möglich
- inklusive Bildgalerie, Video- und Audiofile
- bis zu zwei Artikelseiten
- nativer Bild-Teaser im Wunschressort für die Hälfte der Laufzeit\*

## Advertorial Plus

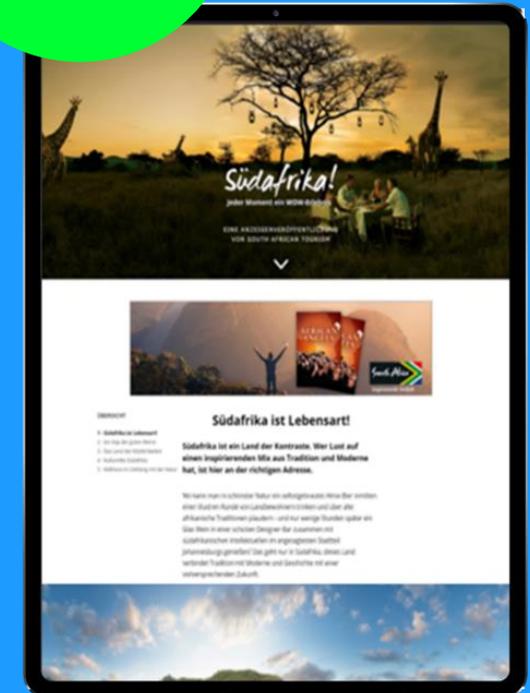
- Sie liefern den Content an
- Gestaltung im redaktionell anmutenden Layout (Branded Content) von ZEIT ONLINE, ZEIT CAMPUS, ZEIT Arbeit oder ZEITmagazin
- Aktualisierung möglich
- inklusive Bildgalerie, Video- und Audiofile
- **Startseite zzgl. fünf Artikelseiten**
- **Integration in der Navigationsleiste**
- **nativer Bild-Teaser im Wunschressort für die gesamte Laufzeit\***

## Premium Advertorial

- **Contenterstellung über unsere Servicedredaktion**
- Gestaltung im redaktionell anmutenden Layout (Branded Content) von ZEIT ONLINE, ZEIT CAMPUS, ZEIT Arbeit oder ZEITmagazin
- Aktualisierung möglich
- inklusive Bildgalerie, Video- und Audiofile
- **Startseite zzgl. fünf Artikelseiten**
- **Integration in der Navigationsleiste**
- **nativer Bild-Teaser im Wunschressort für die gesamte Laufzeit\***

\* Nach Verfügbarkeit

Wählen Sie  
das passende  
Advertorial  
für Ihre  
Kommunikation



# / Gestaltung im redaktionell anmutenden Layout von ZEIT ONLINE, ZEIT CAMPUS oder ZEIT ONLINE Arbeit

## Basic Advertorial

**Artikelanzahl:** zwei Artikelseiten, die untereinander verlinken

### CONTENT

- Sie liefern den Content an, wir gestalten diesen im redaktionell anmutenden Layout (Branded Content) von ZEIT ONLINE, ZEITmagazin, ZEIT CAMPUS oder ZEIT ARBEIT
- Aktualisierung möglich
- Inklusive Bildgalerie, Video- und Audiofile

### TRAFFIC-MABNAHMEN

- Nativer Bild-Teaser im Wunschressort für die Hälfte der Laufzeit
- Weitere Medialeistung muss dazu gebucht werden (50 % interner Verlinkungsrabatt)



**Preis: ab 8.000 € (4 Wochen)\***

## Advertorial Plus

**Artikelanzahl:** max. fünf Artikelseiten, die auf einer Centerpage angeteasert werden

### CONTENT

- Sie liefern den Content an, wir gestalten diesen im redaktionell anmutenden Layout (Branded Content) von ZEIT ONLINE, ZEITmagazin, ZEIT CAMPUS oder ZEIT ARBEIT
- Aktualisierung möglich
- inklusive Bildgalerie, Video- und Audiofile

### TRAFFIC-MABNAHMEN

- Integration in der Navigationsleiste
- Nativer Bild-Teaser im Wunschressort für die gesamte Laufzeit
- Weitere Medialeistung muss dazu gebucht werden (50 % interner Verlinkungsrabatt)



**Preis: ab 12.500 € (4 Wochen)\***

# / Gestaltung im redaktionell anmutenden Layout von ZEIT ONLINE, ZEIT CAMPUS oder ZEIT ONLINE Arbeit

## Das Advertorial im Ad:

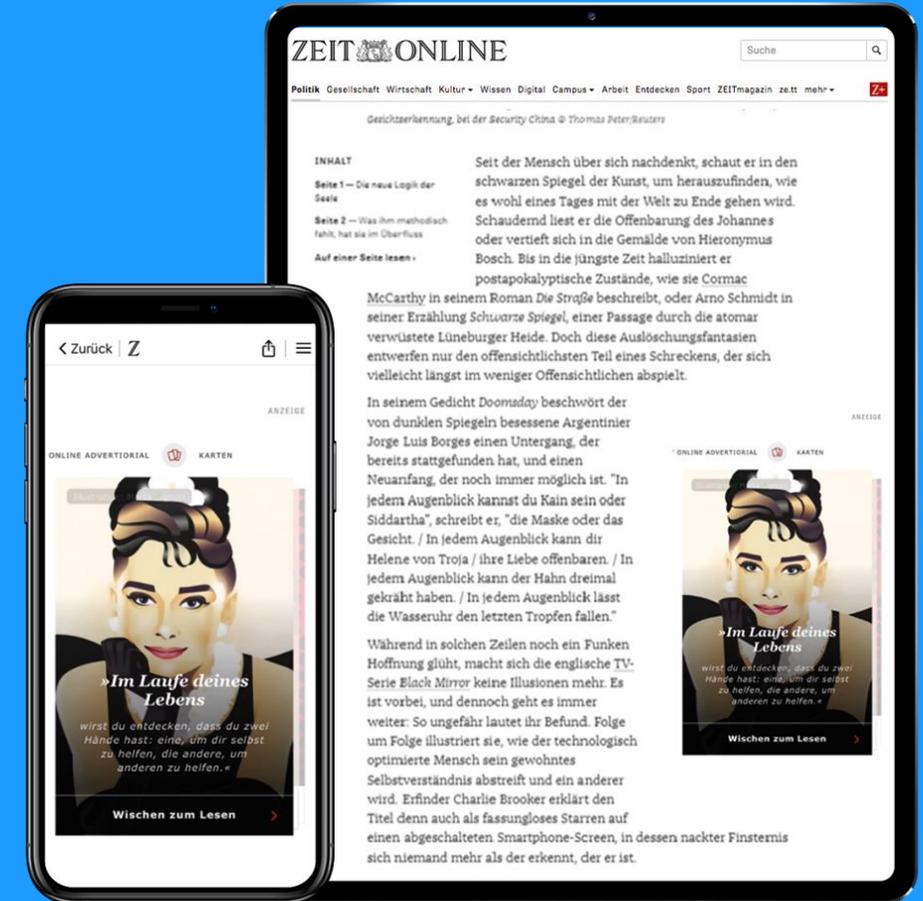
- Platzierung: ausspielbar auf allen Portalen und Umfeldern
- Targeting zubuchbar
- Max. 5 Sites pro Card
- EyeCatcher – Erklärung – Call 2 Action
- Möglich sind Video, Image/Bild und Text
- Inkl. 1 Schulterblick und 1 Korrekturschleife
- Die Buchung muss mindestens 10 Tage vor dem Kampagnenstart erfolgen

## Sie liefern:

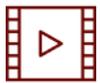
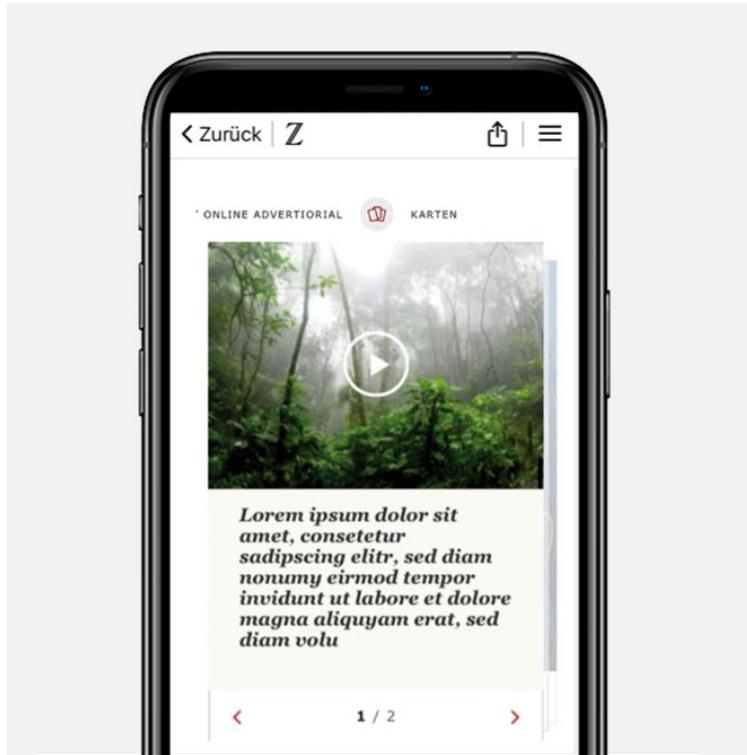
- Informationen/PR-Meldung
- Bilder im Hochformat und / oder Video-Link
- Logo und
- Ziel URL

## Preis:

ab 5.000 € (inkl. Produktions- und Mediakosten)\*

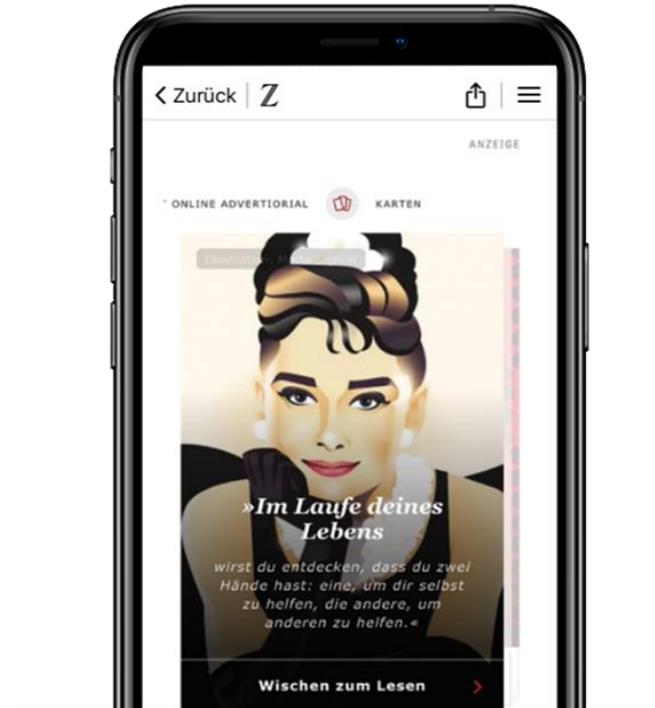


# / Viel Content in einer Werbeform – eine Kombination ist möglich



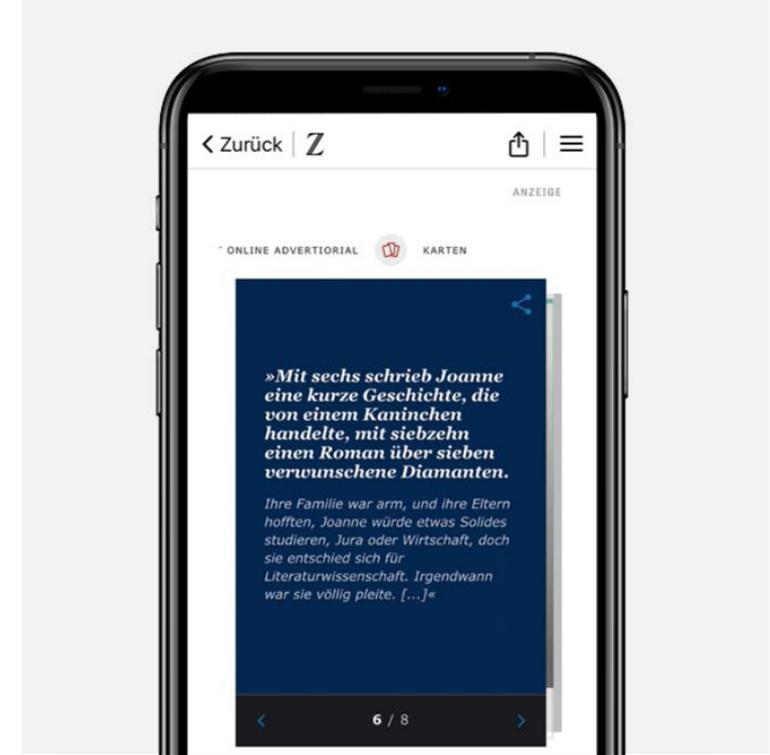
## Video Card

- Media URL (Vimeo, YouTube)
- Headline und Description insgesamt max. 160 Zeichen



## Image Card

- Bild
- Headline max. 100 Zeichen
- Description max. 140 Zeichen



## Text Card

- Headline max. 25 Zeichen
- Subline max. 220 Zeichen
- Description max. 160 Zeichen



Wir bieten Ihnen ein Portfolio von 27 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 II <sup>6</sup>	Branchenpreis III <sup>7</sup>
Das tut mir gut (Gesundheits-Community Newsletter)	101.000	Wöchentlich, mittwochs	Breaking Ad	7.055,-€	4.585,75€	3.174,75€	2.822,-€
			Bild-Text Ad	7.575,-€	4.923,75€	3.408,75€	3.030,-€
DIE ZEIT:Hamburg Elbvertiefung <sup>1</sup>	107.000	Werktäglich, montags – freitags	Standard Ad	2.700,-€ pro Woche	2.700,-€ pro Woche	2.700,-€ pro Woche	2.700,-€ pro Woche <sup>9</sup>
			Bild-Text Ad	2.950,-€ pro Woche	2.950,-€ pro Woche	2.950,-€ pro Woche	2.950,-€ pro Woche <sup>9</sup>
DIE ZEIT:Hamburg Elbvertiefung <sup>11</sup>	107.000	Wöchentlich, samstags	Standard Ad	-	2.900,-€	2.900,-€	2.900,-€
			Bild-Text Ad	-	2.900,-€	2.900,-€	2.900,-€
DIE ZEIT: Kommst du mit? (Reise Community Newsletter)	119.000	Wöchentlich, mittwochs	Text Ad	1.000,-€	1.000,-€	1.000,-€	1.000,-€
			Breaking Ad	1.500,-€	1.500,-€	1.500,-€	1.500,-€
			Breaking Ad Premium	2.000,-€	2.000,-€	2.000,-€	2.000,-€
			Bild-Text Ad	2.500,-€	2.500,-€	2.500,-€	2.500,-€
DIE ZEIT: Was wir lesen (Literatur Community Newsletter)	166.000	Wöchentlich, donnerstags	Breaking Ad	2.700,-€	2.700,-€	2.700,-€	2.700,-€
			Buchverlosung	-	-	4.000,-€	-
			Bild-Text Ad	4.000,-€	4.000,-€	4.000,-€	4.000,-€
DIE ZEIT: WISSEN Drei	34.000	Wöchentlich, montags und donnerstags	Breaking Ad	1.700,-€ pro Ausgabe <sup>8</sup>	1.105,-€ pro Ausgabe	765,-€ pro Ausgabe	680,-€ pro Ausgabe
Freunde der ZEIT	270.000	Wöchentlich, sonntags	Breaking Ad	3.000,-€	3.000,-€	3.000,-€	3.150,-€
			Buchverlosung	-	-	4.500,-€	-
			Bild-Text Ad	4.500,-€	4.500,-€	4.500,-€	4.725,-€
GREEN von ZEIT ONLINE	31.000	Wöchentlich, donnerstags	Breaking Ad	1.496,-€	1.496,-€	1.496,-€	1.496,-€
Was jetzt? – Der tägliche Morgenüberblick <sup>2</sup>	225.000	Täglich, montags – sonntags	Breaking Ad	18.900,-€ pro Woche	18.900,-€ pro Woche	18.900,-€ pro Woche	18.900,-€ pro Woche
Was läuft - Newsletter	19.000	Wöchentlich, freitags	Advertorial	440,-€	440,-€	440,-€	440,-€
			Breaking Ad	395,-€	395,-€	395,-€	395,-€
WELTKUNST	36.000	Wöchentlich, freitags	Advertorial	840,-€	840,-€	840,-€	840,-€
			Breaking Ad	750,-€	750,-€	750,-€	750,-€
ZEIT BRIEF	575.000	Wöchentlich, mittwochs	Bild-Text Ad	4.600,-€	4.600,-€	4.600,-€	4.600,-€
ZEIT CAMPUS	50.000	Wöchentlich, dienstags	Breaking Ad	2.500,-€	1.625,-€	1.125,-€	1.000,-€
DIE ZEIT: Was für ein Tag <sup>3</sup>	55.000	Werktäglich, mittwochs – dienstags (inkl. samstags)	Breaking Ad	9.800,-€ pro Woche	5.362,50 € pro Woche	3.712,50 € pro Woche	3.300,-€ pro Woche

# / Newsletter (2/2)

Newsletter	Abonent:innen	Erscheinungsweise	Anzeigenart	Grundpreis <sup>4</sup>	Branchenpreis I <sup>5</sup>	Branchenpreis II <sup>6</sup>	Branchenpreis III <sup>7</sup>
ZEIT für die Schule (LEHRER) – Sek I	32.000	Monatlich, jeden 03. Donnerstag	Breaking Ad	1.600,-€	1.600,-€	1.600,-€	1.600,-€
ZEIT für die Schule (LEHRER) – Sek II	42.000	Monatlich, jeden 01. Donnerstag	Breaking Ad	2.100,-€	2.100,-€	2.100,-€	2.100,-€
ZEIT für Unternehmer	40.000	Monatlich, donnerstags	Breaking Ad Bild-Text Ad	4.000,-€ 7.500,-€	4.000,-€ 7.500,-€	4.000,-€ 7.500,-€	4.000,-€ 7.500,-€
ZEIT Job Newsletter	348.000	Wöchentlich, donnerstags	Breaking Ad Bild-Text Ad	1.495,-€ 1.495,-€	1.495,-€ 1.495,-€	1.495,-€ 1.495,-€	1.495,-€ 1.495,-€
ZEITmagazin Wochenmarkt	38.000	Wöchentlich, freitags	Breaking Ad	1.900,-€	1.900,-€	1.900,-€	1.900,-€
ZEIT ONLINE Familienzeit	38.000	Wöchentlich, mittwochs	Breaking Ad	1.900,-€	1.900,-€	1.900,-€	1.900,-€
ZEIT ONLINE Geld	20.000	Wöchentlich, dienstags	Breaking Ad	1.870,-€	1.870,-€	1.870,-€	1.870,-€
ZEIT ONLINE Kultur	18.900	Wöchentlich, donnerstags	Breaking Ad	850,-€	850,-€	540,-€	850,-€ <sup>10</sup>
ZEIT Österreich – Gemischter Satz	48.000	Wöchentlich, freitags	Breaking Ad Bild-Text Ad	690,-€ 890,-€	690,-€ 890,-€	690,-€ 890,-€	690,-€ 890,-€
ZEIT REISEN	90.000	Wöchentlich, sonntags	Bild-Text Ad	850,-€	850,-€	850,-€	850,-€
ZEIT Sinn: Wofür leben wir?	38.000	Wöchentlich, freitags	Breaking Ad Bild-Text Ad	1.250,-€ 1.750,-€	1.250,-€ 1.750,-€	1.250,-€ 1.750,-€	1.250,-€ 1.750,-€
ZEIT VERBRECHEN	40.000	zweiwöchentlich, freitags	Breaking Ad	2.000,-€	2.000,-€	1.750,-€	2.000,-€
ZEIT WISSEN	49.000	Dienstags (zum EVT von ZEIT WISSEN)	Breaking Ad	2.250,-€	2.250,-€	2.250,-€	2.250,-€

Alle Preise zzgl. MwSt.; Änderungen der Preise, Reichweiten und Erscheinungsweisen unterjährig möglich. Stand: September 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 werktätlich. 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> Branchenpreis II: Preise für Buch- & Musikverlage

<sup>7</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.

<sup>8</sup> Für Employer Branding von Wirtschaftskunden gilt der reduzierte Preis von 1.875,-€

<sup>9</sup> Für Kulturkunden gilt der reduzierte Preis von 1.600,-€ (Standard Ad) bzw. 1.850,-€ (Bild-Text Ad)

<sup>10</sup> Für Kulturkunden gilt der reduzierte Preis von 540,-€

<sup>11</sup> Samstagsbelegung gegen einen Aufpreis von 600,- € (2.900,- € ab 1.4.) nur zusätzlich buchbar in Kombination mit der Werktags-Ausgabe der Elbvertiefung in der entsprechenden Woche (Belegung mind. 2 Werktagen).

# / 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:** 101.000 Newsletter-Empfänger:innen

**Anzeigenplätze:** vier Anzeigenplätze pro Newsletter

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

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



**DIE ZEIT**  
Das tut mir gut  
Die ZEIT-Community  
für ein gesünderes Leben

© Francesco Cicoletta Studio

**Liebe Leserin, lieber Leser,**

was wissen Sie über die Geschichte Ihrer Familie? Bei mir ist es so: Meine Urgroßeltern sind während des Zweiten Weltkriegs aus Ostpreußen nach Hamburg ausgewandert. Die Eltern meines Vaters stammen aus Ingolstadt und Stendal. Mehr weiß ich über den Stammbaum meiner Vorfahren nicht. Irgendwie ist die ältere Familiengeschichte im Alltag jenseits von Familienfesten auch wenig relevant. Warum also dieses Thema in einem Gesundheitsnewsletter, fragen Sie sich?

Die Relevanz entsteht dadurch, dass in Bezug auf immer mehr Krankheiten die Erkenntnisse wachsen, dass erbliche Bedingungen die Wahrscheinlichkeit für Erkrankungen stark beeinflussen. Dies ist nicht nur bei Krankheiten wie Alzheimer und Krebs bekannt, sondern gilt auch immer mehr bei der Herzgesundheit – unserem heutigen Schwerpunktthema. Wie wichtig das Wissen über unsere Vorfahren für die eigene Gesundheit werden kann, schildert Ulrich Bahnsen in seinem Artikel »Die Abschaffung des Infarkts«. Darin geht es um eine Familie, in der drei junge Menschen ganz plötzlich aus dem Leben gerissen werden. Die ganze Geschichte über die verschiedenen Ursachen für Herzkrankheiten und über die beeindruckenden Fortschritte in Forschung und Medizin führt schließlich bis nach Neufundland und zu einem Verfahren um das Jahr 500. Hier weiterlegen

# / ZEIT Hamburg | 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:** 107.000 Newsletter-Empfänger:innen

**Anzeigenplätze:** sieben Anzeigenplätze pro Newsletter

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

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

**ZEIT HAMBURG**  
elbvertiefung am **Dienstag**

---

- Unklare Zukunft des Tennisturniers am Rothenbaum • Umweltsenator kauft Regenwald, um CO<sub>2</sub>-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 Granit scheint es besser zu laufen – wobei, na ja, wie man's nimmt: Die Restaurierung des 34 Meter hohen Bismarck-Denkmal im Alten Elbpark ist erfolgreich abgeschlossen, teilt das Bezirksamt Mitte mit. Seit Februar 2020 war die Statue stabilisiert, mit einem Sandstrahler gereinigt und mit einem Graffitienschutz überzogen worden; außerdem wurden Feuchtigkeitsschäden beseitigt. Die Kosten für die Sanierung trägt größtenteils der Bund, veranschlagt waren rund 9 Millionen Euro.

# / ZEIT Hamburg | Elbvertiefung am Wochenende

Von Kultur bis hin zu Politik und Wirtschaft, von Stadtleben bis hin zu Veranstaltungen: Auch am Wochenende wissen, was in Hamburg wichtig ist. Neben dem etablierten Elbvertiefung-Newsletter von Montag bis Freitag erscheint nun am Samstagmorgen um 6 Uhr eine Wochenend-Ausgabe begleitend zum Elbvertiefungs-Podcast. Profitieren Sie in der aufmerksamkeitsstarken Samstags-Ausgabe von der Branchenexklusivität Ihrer Anzeige und den wenigen weiteren Werbeplätzen.

**Erscheinungsweise:** wöchentlich, samstags

**Reichweite:** 107.000 Newsletter-Empfänger:innen

**Anzeigenplätze:** drei Anzeigenplätze pro Newsletter

**Anzeigenschluss:** Montag der Vorwoche, 12 Uhr (Materialanlieferung)

**Platzierungsmöglichkeit:** Standardanzeige (Format: B 300 x H 250 Pixel) oder Bild-Text-Anzeige (Format: B 300 x H 250 Pixel, Text: max. 350 Z.)

**Preis: Standardanzeige/ Bild-Text-Anzeige:** 2.900 €

Der Preis ist AE- aber nicht rabattfähig.  
Alle Preise zzgl. MwSt.: Änderungen vorbehalten. Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen, siehe [advise.zeit.de](https://advise.zeit.de)

**ZEIT HAMBURG**  
elbvertiefung am Wochenende

---

• Podcast: Alle lieben Caspar – [hier anhören](#)

---



**Liebe Leserin, lieber Leser,**

Sie haben sich nicht im Tag geirrt, heute ist Samstag. Dass Sie trotzdem eine »Elbvertiefung« bekommen, ist pure Absicht – und wird jetzt immer so sein. Denn – tadaaa! – dieser Newsletter erscheint von heute an auch am Wochenende. Seit dieser Woche nämlich machen wir einen Podcast. Jeden Samstag erscheint eine neue Folge, den Link dorthin schicken wir Ihnen immer zu: in diesem Newsletter.

**Hier ist er.** Sie können auch einfach auf das Podcast-Logo unter diesem Text drücken oder auf den Link über meinem Foto.

Den Podcast moderieren mein Kollege Florian Zinnecker und ich im Wechsel. In der Folge, die heute erscheint, unterhalte ich mich mit Oskar Piegsa darüber, warum die Bilder des Malers Caspar David Friedrich in der Hamburger Kunsthalle zurzeit einen regelrechten Besuchersturm auslösen. In der allerersten Folge, die gestern schon erschienen ist, spricht Florian mit Christoph Twickel über das Debakel um den Elbtower.

# / 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:** 119.000 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



**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 Öhler zu sagen: Entdecken Sie mit uns die [„Schönheit des Fernwehs“](#).

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

# Was wir lesen

Wöchentliche Buchempfehlungen von Prominenten, Journalisten und Leserinnen und Lesern.

**Erscheinungsweise:** wöchentlich, donnerstags

**Reichweite:** 166.000 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



**Liebe Leserin, lieber Leser,**

wir wollen mehr starken weiblichen Stimmen Gehör verschaffen! Denn obwohl es so viele großartige Bücher von Schriftstellerinnen gibt, ist der Literaturkanon immer noch deutlich von Männern dominiert. Um unseren Beitrag dazu zu leisten, daran etwas zu ändern, haben wir diese Woche wieder zwei Frauen um ihre Empfehlungen gebeten, von denen wir sicher waren, dass sie Werke von ebensolchen starken weiblichen Stimmen empfehlen würden.

*Here we go:* Der erste Buchtipp kommt von **Margrethe Vestager**. Vestager ist **Vizepräsidentin der Europäischen Kommission und Wettbewerbskommissarin** - eines der mächtigsten und zugleich heikelsten Ämter in der EU. Und sie scheut sich nicht davor, dieser Verantwortung auch gerecht zu werden und sich mit den ganz Großen anzulegen: den amerikanischen Technologieunternehmen. Vestager empfiehlt »**Die Vegetarierin**«, einen Roman der **südkoreanischen Schriftstellerin Han Kang**. Sie findet das Buch vor allem interessant, »weil es sehr präzise Rollenmuster und Familienstrukturen beschreibt«.

Meine Kollegin **Katharina Meyer zu Eppendorf**, die für unser **Studierenden-Magazin ZEIT CAMPUS** schreibt, hat den Podcast und den dazugehörigen Instagram-Kanal »**Frauen schreiben auch**« ins Leben gerufen. Sie findet: »Ehre, wenn Ehre gebührt!« Und in diesem Sinne empfiehlt sie »**All das zu verlieren**« von **Leïla Slimani**. Die französisch-marokkanische Schriftstellerin nimmt uns mit der Protagonistin des Buches Adèle mit auf eine Reise nach Paris. Das stillt nicht nur für den Moment das Fernweh, sondern lädt auch ein, über die Abgründe unserer Gesellschaft nachzudenken. Aber lesen Sie selbst!

Viel Freude mit diesen und allen weiteren Buchentdeckungen in dieser Mail.



# / 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.

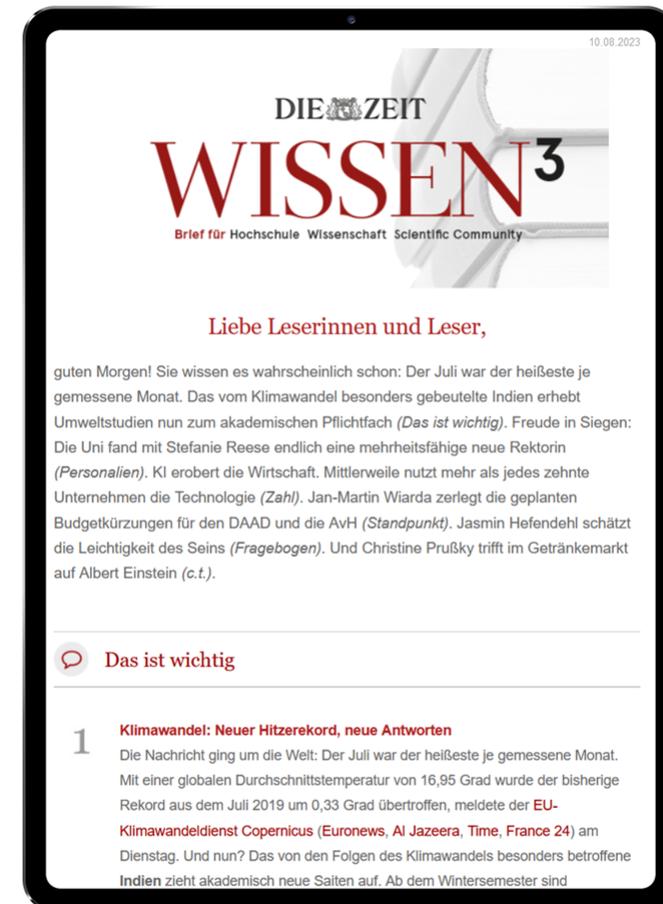
**Erscheinungsweise:** wöchentlich, montags und donnerstags

**Reichweite:** 34.000 Newsletter-Empfänger:innen

**Anzeigenplätze:** zwei Anzeigenplätze pro Newsletter

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

**Platzierungsmöglichkeit:** Breaking Ad



# / 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.

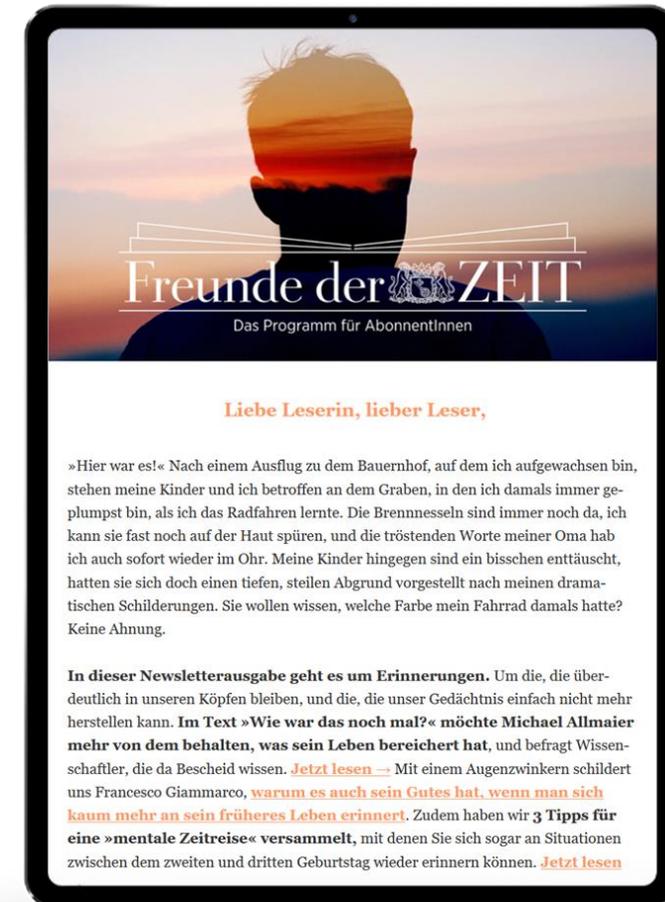
**Erscheinungsweise:** wöchentlich, sonntags

**Reichweite:** 270.000 Newsletter-Empfänger:innen aus dem Kreise der ZEIT-Abonnent: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



# / 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:** 31.000 Newsletter-Empfänger:innen

**Anzeigenplätze:** zwei Anzeigenplätze pro Newsletter

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

**Platzierungsmöglichkeit:** Breaking Ad



# 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:** 225.000 Newsletter-Empfänger:innen

**Anzeigenplätze:** zwei Anzeigenplätze pro Newsletter

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

**Platzierungsmöglichkeit:** Breaking Ad



# Was läuft?

## 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 Werkstage vor Erscheinen

**Platzierungsmöglichkeit:** Advertorial, Streifenanzeige



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?

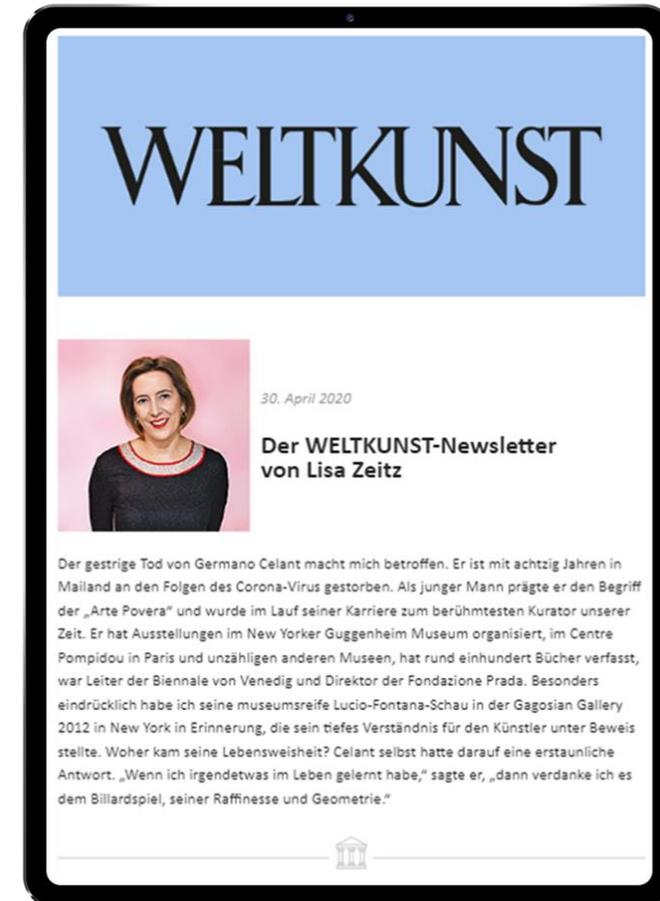
**Erscheinungsweise:** wöchentlich, freitags

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

**Anzeigenplätze:** zwei Anzeigenplätze pro Newsletter

**Anzeigenschluss:** vier Werkstage vor Erscheinen

**Platzierungsmöglichkeit:** Advertorial, Streifenanzeige



# / 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:** 575.000 Newsletter-Empfänger:innen

**Anzeigenplätze:** zwei Anzeigenplätze pro Newsletter

**Anzeigenschluss:** bis Freitag der Vorwoche

**Platzierungsmöglichkeit:** Bild-Text Ad

**Exklusiv für Sie**  
Ein Blick in die interaktive Titelseite

**DIE ZEIT**  
WOCHENZEITUNG FÜR POLITIK WIRTSCHAFT WISSEN UND KULTUR

**Wunderbar unordentlich**  
Was heute alles Familie sein kann

**Liebe Frau Kraatz,**

lesen Sie in der neuen Ausgabe der ZEIT:

Was heute alles Familie sein kann: Warum das klassische Modell für viele Menschen kein Vorbild mehr ist – und was Eltern und Kinder brauchen, wenn sie anders zusammenleben.

DIE ZEIT – jetzt die Inhalte der neuen Ausgabe entdecken!

**Ihr**  
**Giovanni di Lorenzo**  
Chefredakteur

PS: Wenn Ihnen der ZEIT-Brief gefällt, empfehlen Sie ihn gerne weiter.

**DIE ZEIT 4x kostenlos lesen**

# / 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.

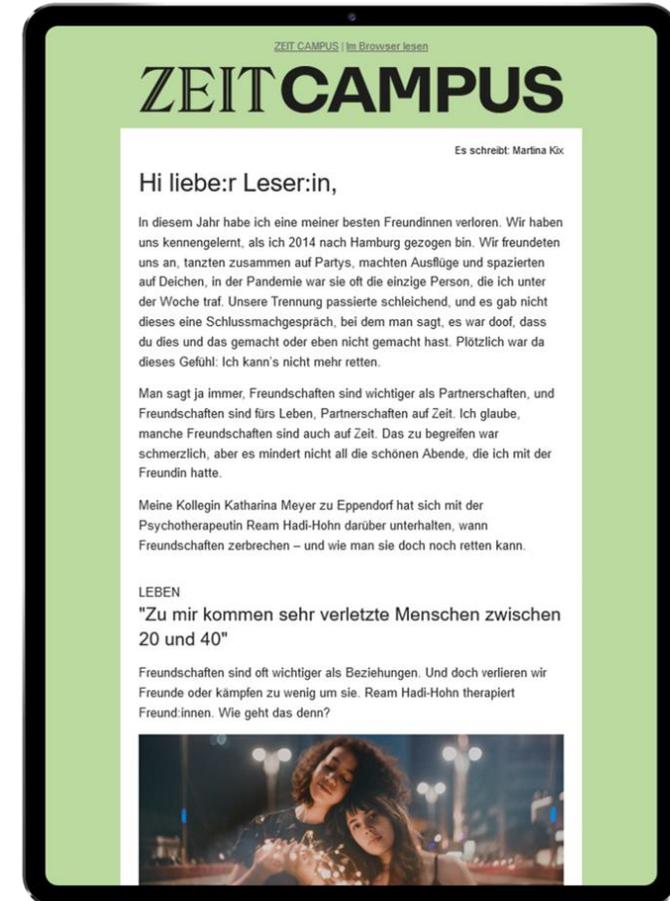
**Erscheinungsweise:** wöchentlich, dienstags

**Reichweite:** 50.000 Newsletter-Empfänger:innen

**Anzeigenplätze:** zwei Anzeigenplätze pro Newsletter

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

**Platzierungsmöglichkeit:** Breaking Ad



# / Was für ein Tag

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.

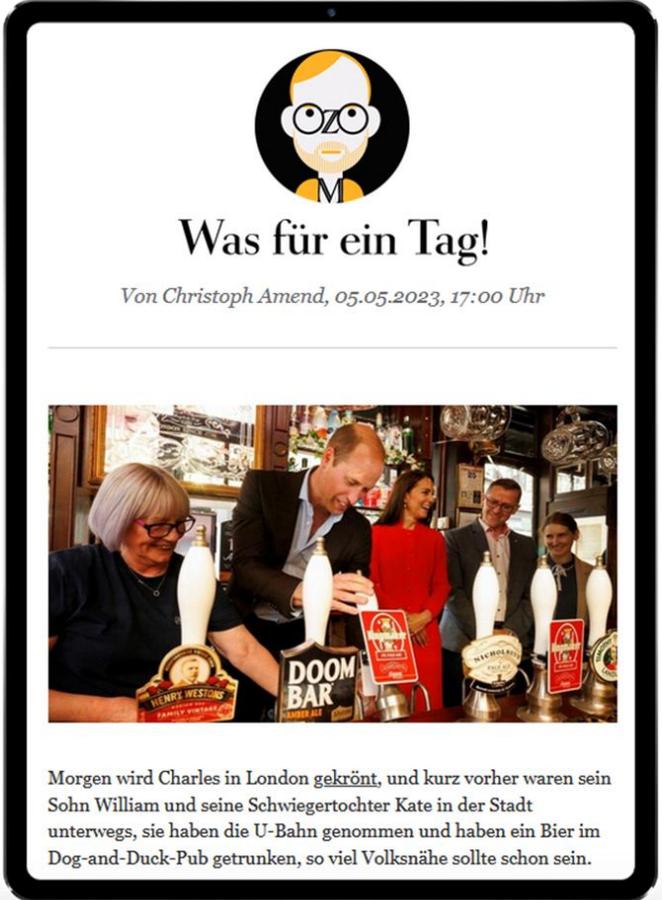
**Erscheinungsweise:** werktäglich, mittwochs-dienstags (inkl. samstags)

**Reichweite:** 55.000 Newsletter-Empfänger:innen

**Anzeigenplätze:** zwei Anzeigenplätze pro Newsletter

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

**Platzierungsmöglichkeit:** Breaking 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 für die SCHULE | Lehrernewsletter

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

## ZEIT für die SCHULE Lehrernewsletter – Sek I

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

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

## ZEIT für die SCHULE Lehrernewsletter – Sek II

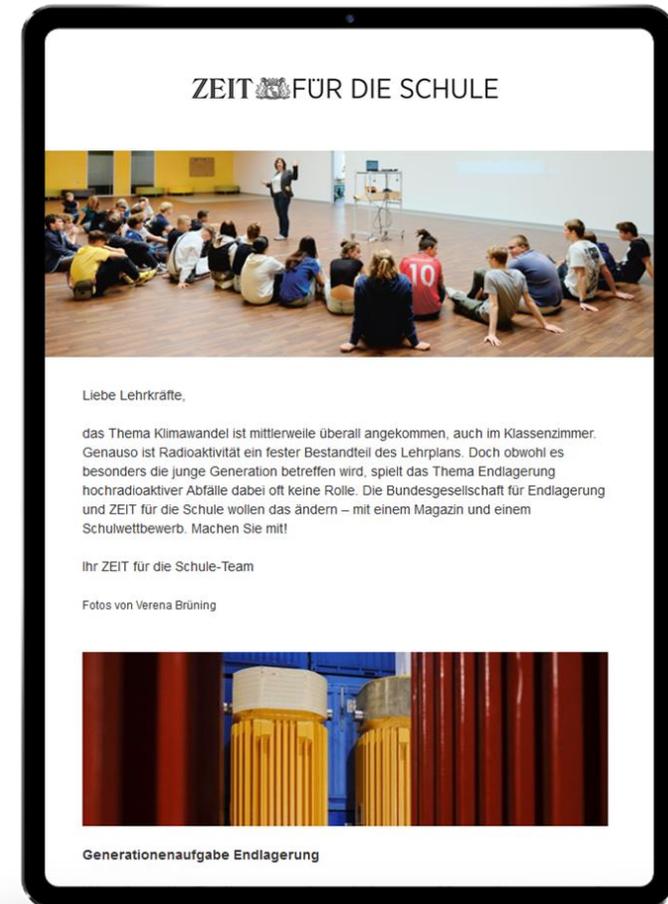
**Erscheinungsweise:** Am 1. Donnerstag im Monat

**Reichweite:** 42.000 Newsletter-Empfänger:innen

**Anzeigenplätze:** vier Anzeigenplätze pro Newsletter

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

**Platzierungsmöglichkeit:** Breaking Ad



# / 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 Werktage vor Erscheinen

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

## ZEIT FÜR UNTERNEHMER



**Liebe Leserinnen und Leser,**

Robert Habeck duscht seit Ausbruch des Ukraine-Kriegs kürzer, Winfried Kretschmann sieht im Waschlappen eine gute Alternative zur Brause, und Daniel Günther stellt sich auch im Winter unter kaltes Wasser, wie er der „Bild“ versichert hat. So weit die Tipps der Politiker\*innen, wie man mit weniger Energie durch den Alltag kommt.

Jetzt gibt es aber auch handfeste Regeln. Ab Anfang September gelten für bestimmte Bereiche der Wirtschaft neue Vorschriften, um Energie zu sparen: So gilt es, Ladentüren zu schließen, Werbeanlagen nachts auszuschalten und Heizungen runterzuregeln (eine Übersicht bietet der → [DIHK](#)).

Was halten Sie davon, wie sparen Sie Energie?  
 Wie gehen Sie mit den hohen Preisen für Gas und Strom um?  
 Was denken Sie über die Gasumlage?  
 Und, mal ehrlich, was halten Sie von den Tipps der Politiker\*innen?  
 Schreiben Sie mir: [unternehmer-magazin@zeit.de](mailto:unternehmer-magazin@zeit.de).

advise.zeit.de

ZEIT Advise

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

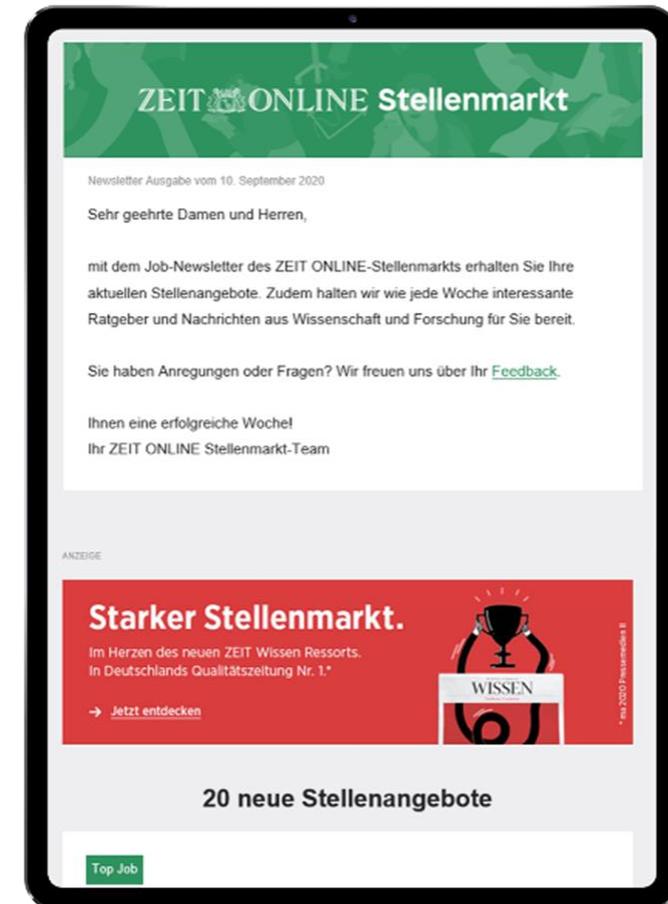
**Erscheinungsweise:** werktäglich, donnerstags

**Reichweite:** 348.000 Newsletter-Empfänger:innen

**Anzeigenplätze:** zwei Anzeigenplätze pro Newsletter

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

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



# / Wochenmarkt

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

**Erscheinungsweise:** wöchentlich, freitags

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

**Anzeigenplätze:** ein Anzeigenplatz pro Newsletter

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

**Platzierungsmöglichkeit:** Breaking Ad



# / 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



**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

## / 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.

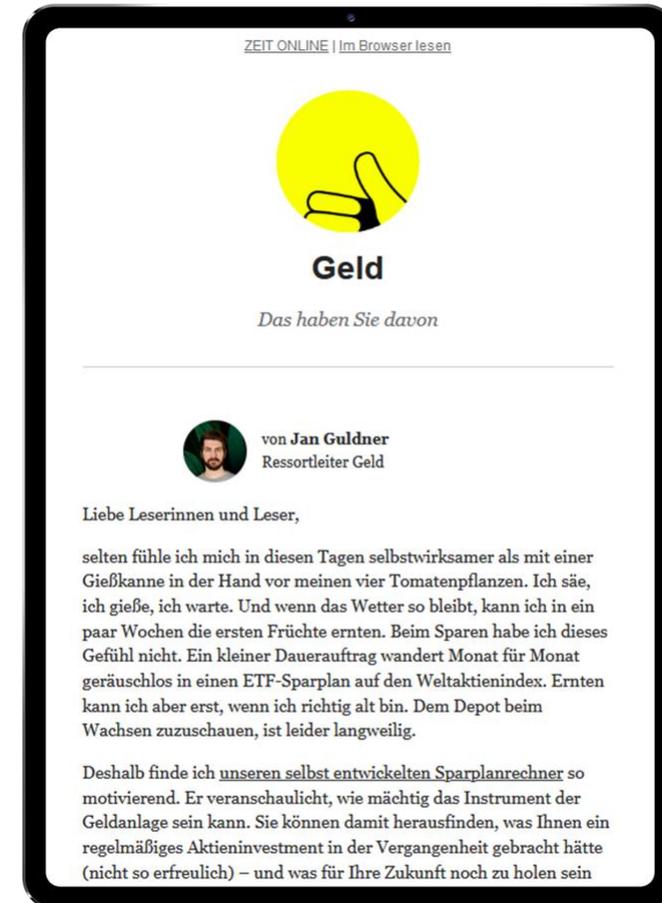
**Erscheinungsweise:** wöchentlich, dienstags

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

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

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

**Platzierungsmöglichkeit:** Breaking Ad



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

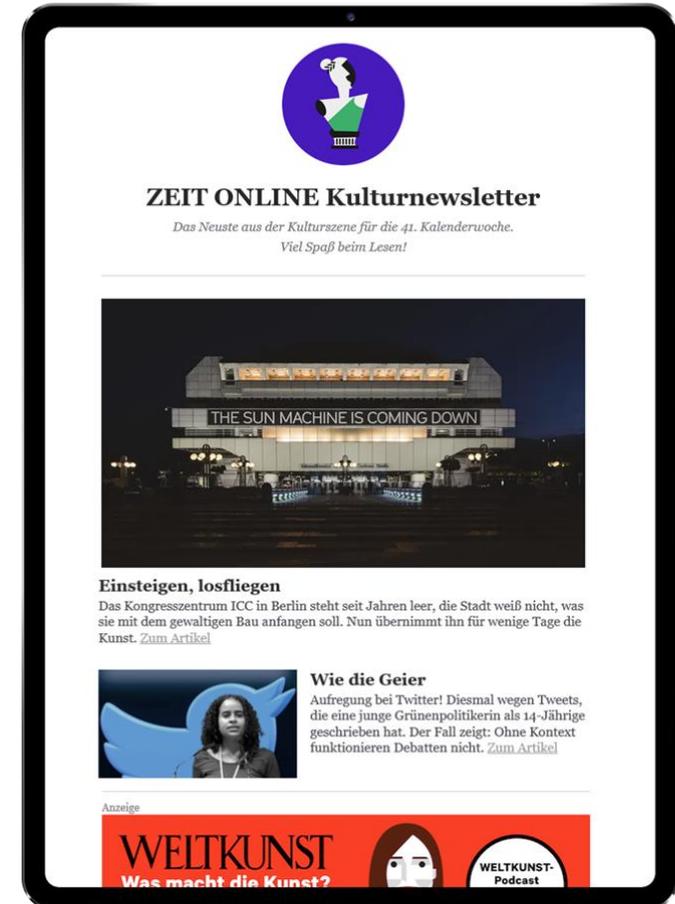
**Erscheinungsweise:** wöchentlich, donnerstags

**Reichweite:** 18.900 Newsletter-Empfänger:innen

**Anzeigenplätze:** vier Anzeigenplätze pro Newsletter

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

**Platzierungsmöglichkeit:** Breaking Ad





**ZEIT ONLINE Kulturnewsletter**  
*Das Neuste aus der Kulturszene für die 41. Kalenderwoche.  
 Viel Spaß beim Lesen!*

---



**Einsteigen, losfliegen**  
 Das Kongresszentrum ICC in Berlin steht seit Jahren leer, die Stadt weiß nicht, was sie mit dem gewaltigen Bau anfangen soll. Nun übernimmt ihn für wenige Tage die Kunst. [Zum Artikel](#)



**Wie die Geier**  
 Aufregung bei Twitter! Diesmal wegen Tweets, die eine junge Grünenpolitikerin als 14-Jährige geschrieben hat. Der Fall zeigt: Ohne Kontext funktionieren Debatten nicht. [Zum Artikel](#)

---

Anzeige

**WELTKUNST**  
 Was macht die Kunst?



# / 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:** 48.000 Newsletter-Empfänger:innen

**Anzeigenplätze:** drei Anzeigenplätze pro Newsletter

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

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



# / 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.

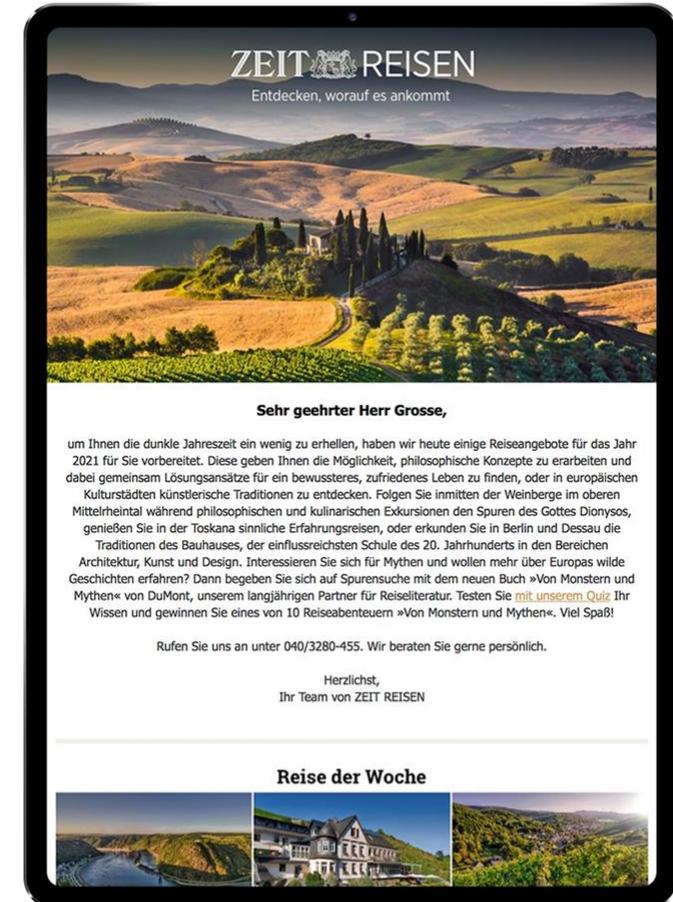
**Erscheinungsweise:** wöchentlich, sonntags

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

**Anzeigenplätze:** sechs Anzeigenplätze pro Newsletter

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

**Platzierungsmöglichkeit:** Bild-Text Ad



**ZEIT REISEN**  
Entdecken, worauf es ankommt

**Sehr geehrter Herr Grosse,**

um Ihnen die dunkle Jahreszeit ein wenig zu erhellen, haben wir heute einige Reiseangebote für das Jahr 2021 für Sie vorbereitet. Diese geben Ihnen die Möglichkeit, philosophische Konzepte zu erarbeiten und dabei gemeinsam Lösungsansätze für ein bewussteres, zufriedenes Leben zu finden, oder in europäischen Kulturstädten künstlerische Traditionen zu entdecken. Folgen Sie inmitten der Weinberge im oberen Mittelrheintal während philosophischen und kulinarischen Exkursionen den Spuren des Gottes Dionysos, genießen Sie in der Toskana sinnliche Erfahrungsreisen, oder erkunden Sie in Berlin und Dessau die Traditionen des Bauhauses, der einflussreichsten Schule des 20. Jahrhunderts in den Bereichen Architektur, Kunst und Design. Interessieren Sie sich für Mythen und wollen mehr über Europas wilde Geschichten erfahren? Dann begeben Sie sich auf Spurensuche mit dem neuen Buch »Von Monstern und Mythen« von DuMont, unserem langjährigen Partner für Reiseliteratur. Testen Sie [mit unserem Quiz](#) Ihr Wissen und gewinnen Sie eines von 10 Reiseabenteuern »Von Monstern und Mythen«. Viel Spaß!

Rufen Sie uns an unter 040/3280-455. Wir beraten Sie gerne persönlich.

Herzlichst,  
Ihr Team von ZEIT REISEN

**Reise der Woche**



# / 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.

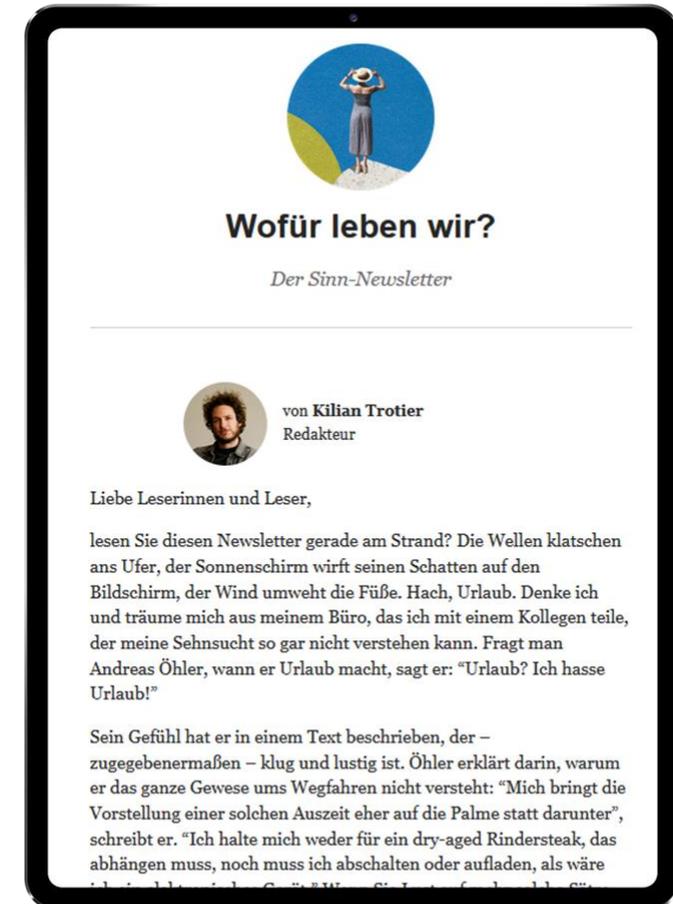
**Erscheinungsweise:** wöchentlich, freitags

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

**Anzeigenplätze:** drei Anzeigenplätze pro Newsletter

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

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



# / ZEIT VERBRECHEN

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

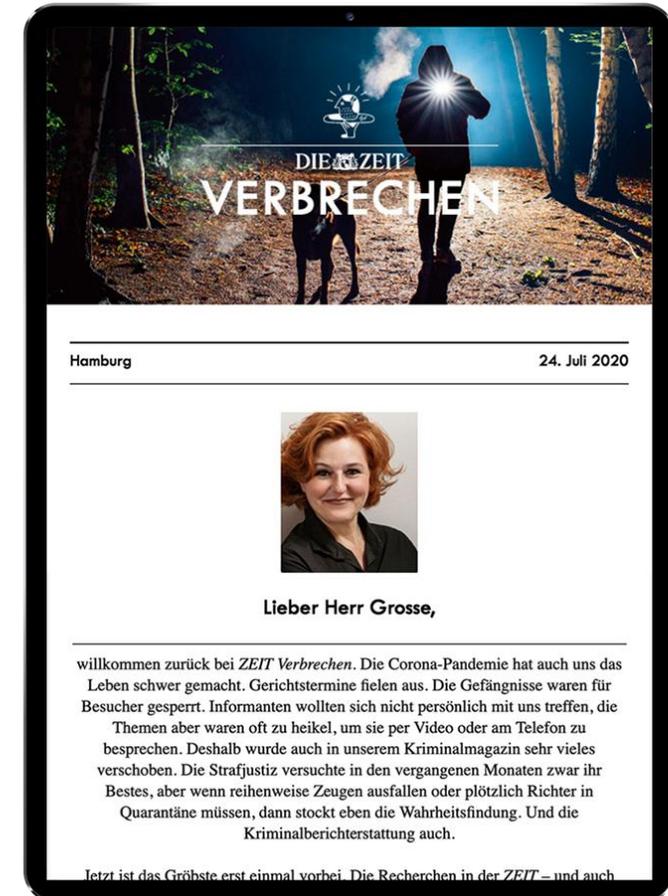
**Erscheinungsweise:** 2-wöchentlich, freitags

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

**Anzeigenplätze:** zwei Anzeigenplätze pro Newsletter

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

**Platzierungsmöglichkeit:** Breaking Ad



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

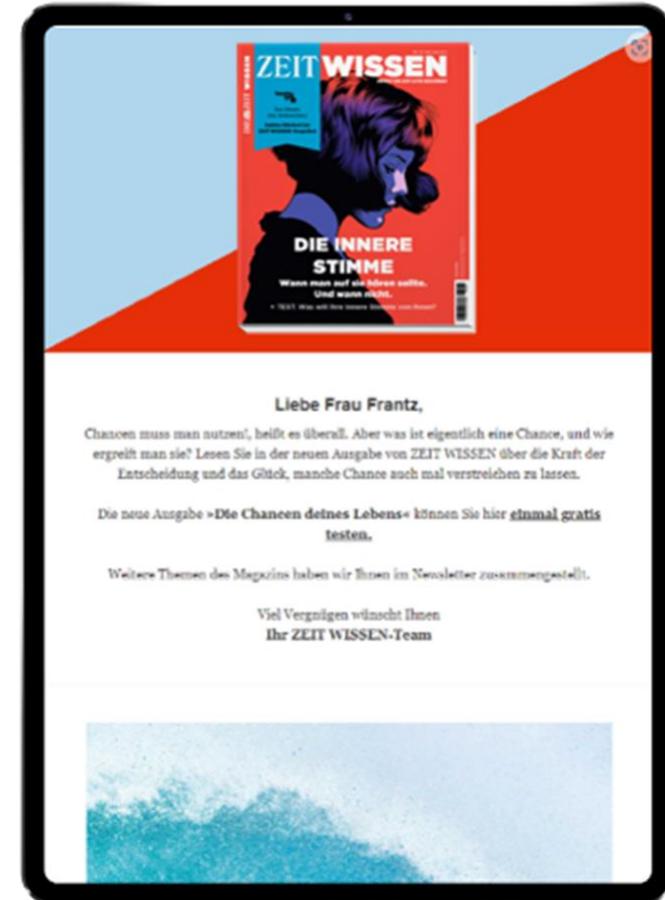
**Erscheinungsweise:** dienstags, zum EVT des ZEIT WISSEN-Magazins

**Reichweite:** 49.000 Newsletter-Empfänger:innen

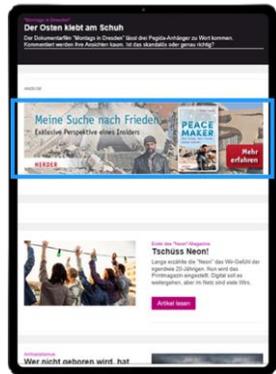
**Anzeigenplätze:** zwei Anzeigenplätze pro Newsletter

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

**Platzierungsmöglichkeit:** Breaking Ad



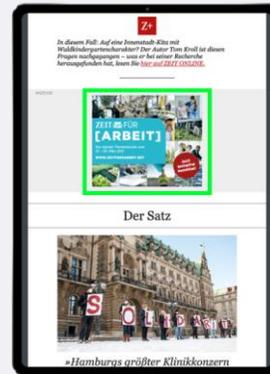
# ／ Ausgewählte Anzeigenformate



## ／ Breaking Ad (Premium)

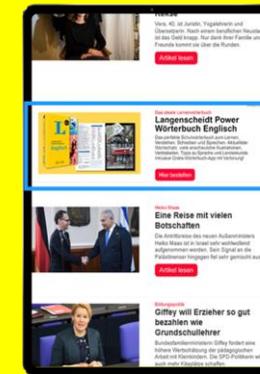
- Die Breaking Ad erscheint zwischen den Inhalten des Newsletters.
- Die Anlieferung erfolgt im jpg- oder png-Format.
- Format: B 600 x H 200 Pixel, max. 60kb.\*
- Format Premium: B 600 x H 400 Pixel, max. 60kb + URL
- Nutzen Sie alternativ für eine einfache und schnelle Gestaltung unsere Vorlage.
- [digital\\_admanagement@zeit.de](mailto:digital_admanagement@zeit.de)

\* Format Breaking Ad im ZEIT Job Newsletter: B 1.200 x H 400 Pixel, max. 170kb



## ／ Standard Ad

- Gestalten Sie eine Anzeige in Ihrem Corporate Design und überzeugen Sie die Leser:innen der ZEIT ONLINE Newsletter mit Ihrem eigenen Look.
- Die Anlieferung erfolgt im jpg- oder png-Format.
- Format: B 300 x H 250 Pixel, max 60kb + URL
- [digital\\_admanagement@zeit.de](mailto:digital_admanagement@zeit.de)



## ／ Bild-Text Ad

- Gestalten Sie einen Bild-Text-Anzeige und lassen Sie Ihre Anzeige in redaktioneller Anmutung neben den Inhalten des Newsletters erscheinen.
- Die Anlieferung erfolgt als jpg, pg oder gif (ohne Animation)
- Die Bild- & Textformate variieren je nach Newsletter
- [digital\\_admanagement@zeit.de](mailto:digital_admanagement@zeit.de)



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

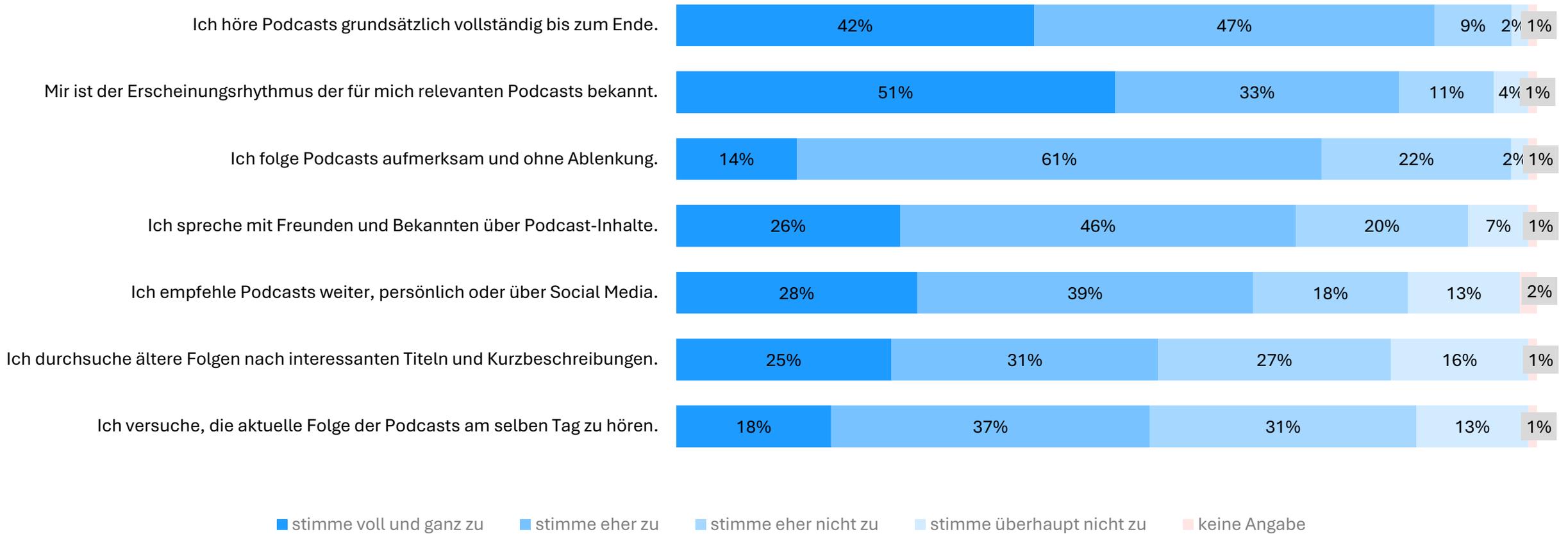
## Allgemeine Informationen

- 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. Bei Preroll und Postroll, 60 Sek. bei alleiniger Midroll-Buchung
- 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!

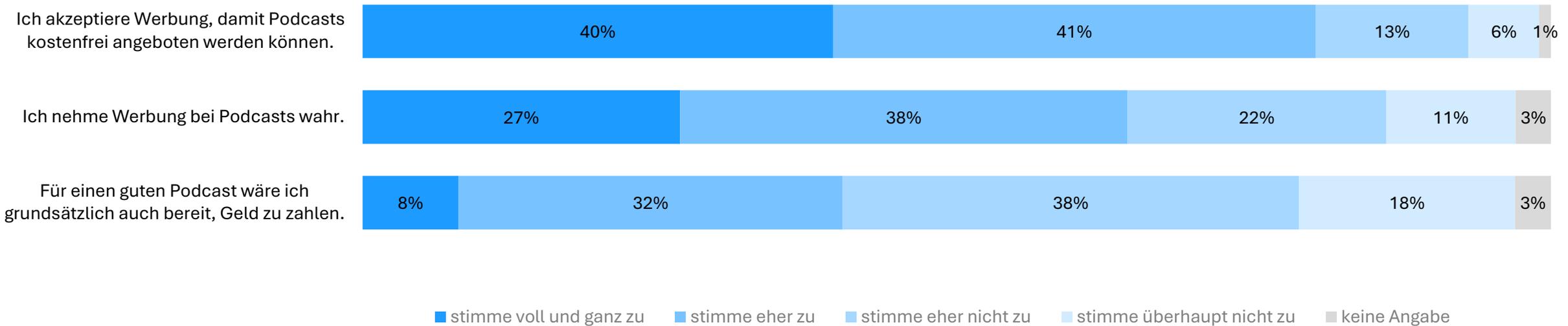


# / Hohe Aufmerksamkeitspanne beim Hören von Podcasts: 89% hören Podcasts bis zum Ende



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

# Podcasts Statistik 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

# / ZEIT für Literatur Podcast

Mit dem von Studio ZX, der Kreativereinheit der ZEIT Verlagsgruppe, produzierten Podcast „ZEIT für Literatur“ können Sie **Lesungen Ihrer Spitzentitel und Autor:innen als Podcast-Folgen** in Szene setzen.

Im Herzen der Zielgruppe: Erreichen Sie mit dem „ZEIT für Literatur“ Podcast **35.000** leseaffine Hörer:innen.

Wir unterstützen Sie bei der **Aufnahme der 10-20-minütigen Lesung** und kümmern uns hinterher um die **Produktion der Folge**.

Durch die **passende Bewerbung** auf ZEIT ONLINE und im ZEIT Literaturnewsletter „Was wir lesen“ erreicht Ihre Podcast-Folge die buchaffine Zielgruppe der ZEIT. Die **Erstellung der Werbemittel** übernehmen wir inklusive einem Co-Branding mit den Marken „ZEIT für Literatur“ und Studio ZX.

Ihre Folge wird **12 Monate auf Podigee** gehostet und auf allen Podcast-Plattformen wie Spotify, Apple Podcast, Amazon, Google etc. eingebunden.

## Kund:innenfeedback zum Podcast:

„Der Podcast ‚ZEIT für Literatur‘ ist das perfekte Format, um nicht nur unsere Bücher, sondern auch unsere Autorinnen und Autoren (die dort selbst vorlesen) bekannt zu machen. Und das alles auch noch ohne Streuverlust direkt bei den Hardcore-Literatur-Leserinnen und -Lesern.“ *(Sabine Lohmüller, Carl Hanser Verlag)*

„Danke euch für die fantastische und professionelle Organisation. Hat sehr viel Spaß gemacht.“ *(Sabina Ciechowski, Marketing Director Rowohlt)*

→ [Jetzt hier in die Folgen Reinhören!](#)

**Old but gold:**  
Ihr Literaturpodcast  
mit der  
Serviceredaktion  
von Studio ZX



# Was liest du gerade?

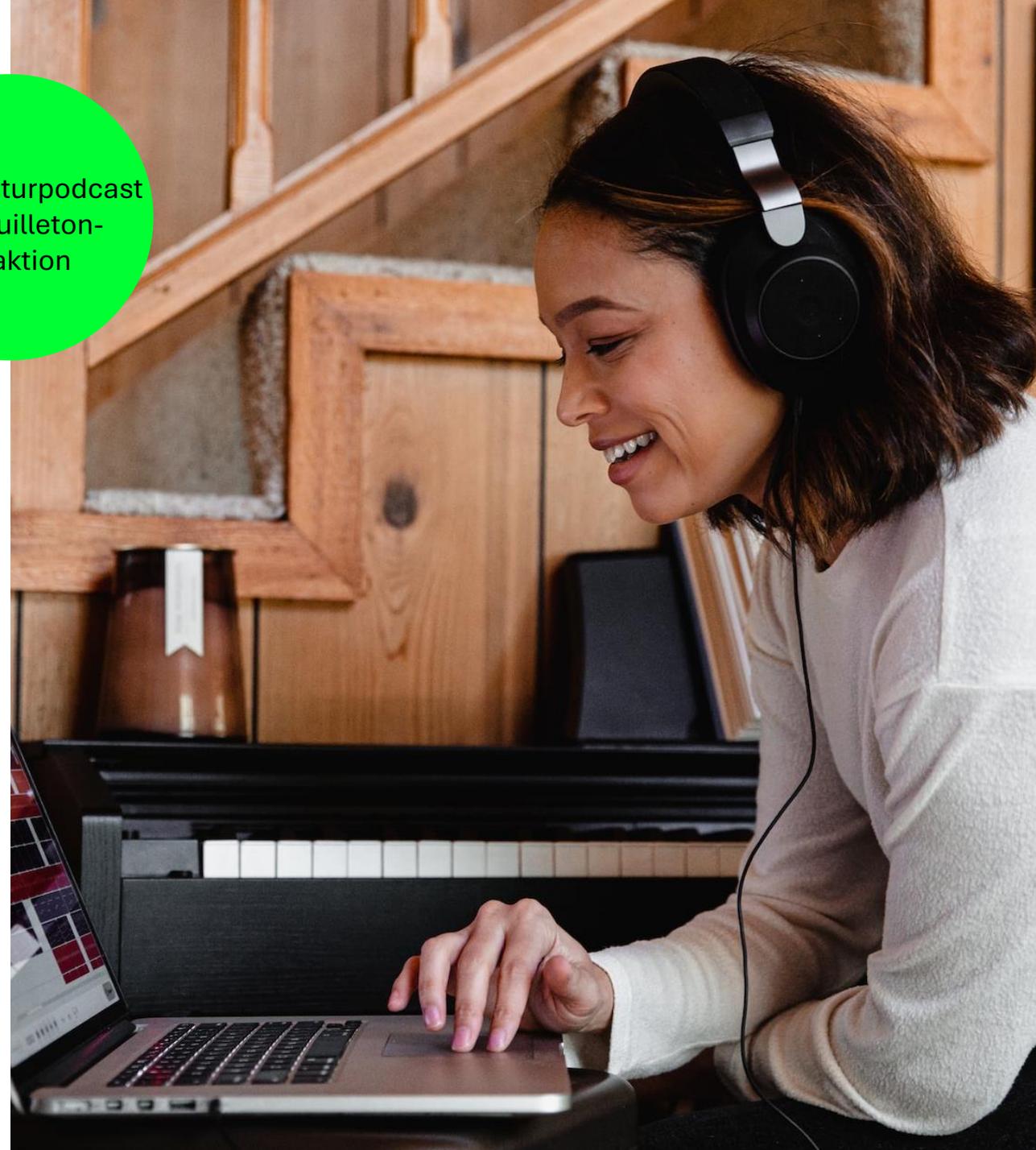
Der Literaturpodcast  
der Feuilleton-  
redaktion

Die Feuilletonredaktion launchte am 10. Oktober 2023, 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 12.000 Netto-Downloads\* pro Folge
- 2 Wochen/1 Folge
- TKP-Buchung und Festplatzierung möglich
- Mindestbuchungsvolumen von zwei Folgen

Audio Impressions*	Festplatzierung PreRoll	Festplatzierung Storytelling**	TKP *** PreRoll	TKP *** Storytelling**
15.000	1.215,00 €	1.822,50 €	81,00 €	121,50 €



# Die Literaturpodcasts im Überblick

## „Was liest du gerade?“

### Redaktioneller ZEIT-Podcast

- Podcast der ZEIT Feuilletonredaktion – schalten Sie hier einen Spot von bis zu 30 Sekunden Länge
- In jeder Folge Besprechung zweier aktueller Bücher – im Wechsel Sachbücher und Belletristik im Fokus
- Hosts ZEIT Feuilletonredaktion: Maja Beckers, Alexander Cammann, Iris Radisch & Adam Soboczynski
- erscheint 2-wöchentlich, samstags (2 Wochen/1 Folge)

TKP-Buchung sowie Festplatzierung möglich

## »ZEIT für Literatur«

### Ihr Podcast mit der Servicedredaktion

- Mit Studio ZX, der Kreativereinheit der ZEIT Verlagsgruppe, können Sie Lesungen Ihrer Spitzentitel und Autor:innen als Podcastfolgen in Szene setzen und nutzen so eine komplette Folge zur Bewerbung Ihrer Titel
- Hauptbestandteil der Folge: einleitender Interviewteil sowie eine ca. 10- bis 20-minütigen Lesung Ihre:r Autor:in aus dem Buch
- Hosts Studio ZX: Felix Jung, Julia Loibl & Stella Pfeiffer
- Die produzierte Folge wird 12 Monate auf Podigee gehostet (Spotify, Apple Podcast, Amazon, Google etc.)
- Die Erstellung der Werbemittel sowie passende Bewerbung auf ZEIT ONLINE und im ZEIT Literaturnewsletter „Was wir lesen“

**Podcastpaket „ZEIT für Literatur“ → Preis: 12.013,59 €\***

# Podcasts (1/3)

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

Podcast	Erscheinungsweise	MBV (Anzahl der Folgen)	Laufzeit	Netto-Downloads pro Folge <sup>1</sup>	Belegung	Grundpreis <sup>2</sup>	Branchenrabatt I <sup>3</sup>	Branchenrabatt II <sup>4</sup>	Branchenrabatt III <sup>5</sup>
Auch das noch?	14-täglich, mittwochs	1	2 Wochen	12.500	PreRoll PreRoll + PostRoll	2.250,- € 3.375,- €	1.462,50 € 2.193,75 €	1.012,50 € 1.518,75,- €	900,- € 1.350,- €
Augen zu	4-wöchentlich, mittwochs	1	4 Wochen	65.000	PreRoll PreRoll + PostRoll	11.700,- € 17.550,- €	7.605,- € 11.407,50 €	5.265,- € 7.897,50 €	4.680,- € 7.020,- €
Das Politikteil	wöchentlich, freitags	1	1 Woche	100.000	PreRoll PreRoll + PostRoll	18.000,- € 27.000,- €	11.700,- € 17.550,- €	8.100,- € 12.150,- €	7.200,- € 10.800,- €
Der Ostcast	3-wöchentlich, donnerstags	1	3 Wochen	30.000	PreRoll PreRoll + PostRoll	5.400,- € 8.100,- €	3.510,- € 5.265,- €	2.430,- € 3.645,- €	2.160,- € 3.240,- €
Die sogenannte Gegenwart	14-täglich, montags	1	2 Wochen	40.000	PreRoll PreRoll + PostRoll	7.200,- € 10.800,- €	4.680,- € 7.020,- €	3.240,- € 4.860,- €	2.880,- € 4.320,- €
Elbvertiefung	wöchentlich, samstags	1	1 Woche	-	PreRoll oder MidRoll oder PostRoll	-	2.750,- €	2.750,- €	2.750,- €
Frisch an die Arbeit	14-täglich, dienstags	1	2 Wochen	15.000	PreRoll PreRoll + PostRoll	3.600,- € 5.400,- €	2.340,- € 3.510,- €	1.620,- € 2.430,- €	1.440,- € 2.160,- €
Geht da noch was?	14-täglich, montags	1	2 Wochen	20.000	PreRoll PreRoll + PostRoll	3.600,- € 5.400,- €	2.340,- € 3.510,- €	1.620,- € 2.430,- €	1.440,- € 2.160,- €
Ist das eine Blase?	14-täglich, montags	1	2 Wochen	20.000	PreRoll PreRoll + PostRoll	6.400,- € 9.600,- €	4.160,- € 6.240,- €	2.880,- € 4.320,- €	2.560,- € 3.840,- €
Ist das normal?	2-wöchentlich, montags	1	2 Wochen	25.000	PreRoll PreRoll + PostRoll	6.000,- € 9.000,- €	3.900,- € 5.850,- €	2.700,- € 4.050,- €	2.400,- € 3.600,- €
Kicken kann er	14-täglich, mittwochs	1	2 Wochen	14.000	PreRoll PreRoll + PostRoll	3.600,- € 5.400,- €	2.340,- € 3.510,- €	1.620,- € 2.430,- €	1.440,- € 2.160,- €
Ok, America?	14-täglich, donnerstags	1	2 Wochen	60.000	PreRoll PreRoll + PostRoll	10.800,- € 16.200,- €	7.020,- € 10.530,- €	4.860,- € 7.290,- €	4.320,- € 6.480,- €
Servus.Grüezi.Hallo.	wöchentlich, mittwochs	1	1 Woche	55.000	PreRoll PreRoll + PostRoll	9.900,- € 14.850,- €	6.435,- € 9.652,50 €	4.455,- € 6.682,50 €	3.960,- € 5.940,- €

# Podcasts (2/3)

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

Podcast	Erscheinungsweise	MBV (Anzahl der Folgen)	Laufzeit	Netto-Downloads pro Folge <sup>1</sup>	Belegung	Grundpreis <sup>2</sup>	Branchenrabatt I <sup>3</sup>	Branchenrabatt II <sup>4</sup>	Branchenrabatt III <sup>5</sup>
Und was macht die Uni?	monatlich, mittwochs	1	1 Monat	12.500	PreRoll	2.250,- €	1.462,50 €	1.012,50 €	900,- €
					PreRoll + PostRoll	3.375,- €	2.193,75 €	1.518,75 €	1.350,- €
Und was machst Du am Wochenende?	wöchentlich, donnerstags	1	1 Woche	20.000	PreRoll	3.600,- €	2.340,- €	1.620,- €	1.440,- €
					PreRoll + PostRoll	5.400,- €	3.510,- €	2.430,- €	2.160,- €
Unter Pfarrerstöchtern	14-täglich, freitags	1	2 Wochen	40.000	PreRoll	7.200,- €	4.680,- €	3.240,- €	2.880,- €
					PreRoll + PostRoll	10.800,- €	7.020,- €	4.860,- €	4.320,- €
Verbrechen	14-täglich, dienstags	1	2 Wochen	500.000	PreRoll	65.000,- €	42.250,- €	29.250,- €	26.000,- €
					PreRoll + PostRoll	97.500,- €	63.375,- €	43.875,- €	39.000,- €
Was jetzt?	montags-freitags, jeweils zwei Folgen	2	1 Tag	150.000	PreRoll	27.000,- €	17.550,- €	12.150,- €	10.800,- €
					PreRoll + PostRoll	40.500,- €	26.325,- €	18.225,- €	16.200,- €
Was jetzt? Am Wochenende	samstags (zwei Folgen) und sonntags (eine Folge)	3	2 Tage	135.000	PreRoll	24.300,- €	15.795,- €	10.935,- €	9.720,- €
					PreRoll + PostRoll	36.450,- €	23.692,50 €	16.402,50 €	14.580,- €
Was liest Du gerade?	14-täglich, samstags	1	2 Wochen	12.000	PreRoll	2.160,- €	1.404,- €	972,- €	864,- €
					PreRoll + PostRoll	3.240,- €	2.106,- €	1.458,- €	1.296,- €
Wie war das nochmal?	Monatlich, samstags	1	1 Monat	85.000	PreRoll	20.400,- €	13.260,- €	9.180,- €	8.160,- €
					PreRoll + PostRoll	30.600,- €	19.890,- €	13.770,- €	12.240,- €
Woher weißt Du das?	14-täglich, sonntags	1	2 Wochen	75.000	PreRoll	18.000,- €	11.700,- €	8.100,- €	7.200,- €
					PreRoll + PostRoll	27.000,- €	17.550,- €	12.150,- €	10.800,- €

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

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

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

1 Downloads bezeichnet die Summe aus abgeschlossenen Downloads und abgeschlossenen Streams.

2 Grundpreis gilt für alle Nicht-Branchenkunden.

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

4 Branchenpreis II: Preise für Buch- & Musikverlage

5 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.

6 MidRoll im »Verbrechen« Podcast nicht belegbar.

Alle Preise zzgl. MwSt.

# Podcasts (3/3)

## Volumenbuchung auf TKP-Basis: Flexible Reichweite nach Tausenderkontaktpreis

Podcast	Erscheinungsweise	Belegung	Grundpreis <sup>2</sup>	Branchenrabatt I <sup>3</sup>	Branchenrabatt II <sup>4</sup>	Branchenrabatt III <sup>5</sup>
Podcast Show	Auslieferung in einer Podcast-Serie	PreRoll	130,- €	84,50 €	58,50 €	52,- €
		MidRoll <sup>6</sup>	110,- €	71,50 €	49,50 €	44,- €
		PostRoll	90,- €	58,50 €	40,50 €	36,- €
Podcast Brand	Auslieferung im ZEIT ONLINE Podcast-Portfolio (mit Targeting gegen Aufschlag in Höhe von 15% möglich)	PreRoll	100,- €	65,- €	45,- €	40,- €
		MidRoll <sup>6</sup>	80,- €	52,- €	36,- €	32,- €
		PostRoll	60,- €	39,- €	27,- €	24,- €

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

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

Alle Preise zzgl. 1.000 € Produktionskosten pro Spot. Produktionskosten sind nicht rabatt- und AE-fähig. Die Spottlänge beträgt für Preroll / Postroll max. 30 Sekunden, für Midroll max. 60 Sekunden (in Bundlebuchung max. 30 Sekunden).

1 Downloads bezeichnet die Summe aus abgeschlossenen Downloads und abgeschlossenen Streams.

2 Grundpreis gilt für alle Nicht-Branchenkunden.

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

4 Branchenpreis II: Preise für Buch- & Musikverlage

5 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.

6 MidRoll im »Verbrechen« Podcast und im »Was jetzt?« Podcast nicht belegbar.

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 500.000 Netto-Downloads\* pro Folge
- 2 Wochen/1 Folge

\* Downloads bezeichnet die Summe aus abgeschlossenen Downloads und abgeschlossenen Streams. Alle Podcasts sind auch verfügbar auf Spotify, iTunes, Deezer, Amazon Echo und Google Home.



Ø 500.000  
Netto-  
Downloads\*

# ／ „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

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



Nur als  
Volumenbuchung  
auf TKP-Basis  
möglich

# / „Auch das noch?“

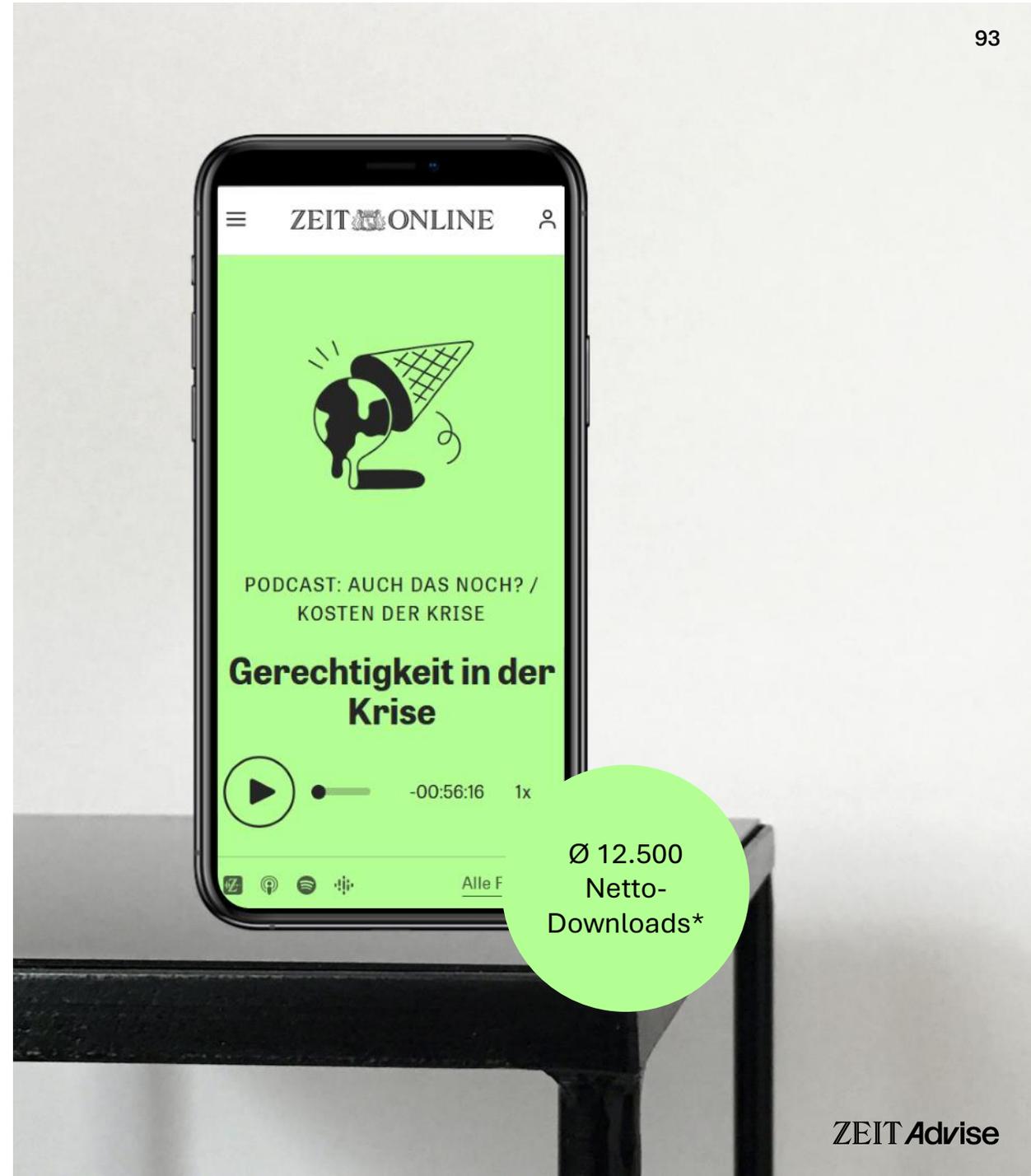
In jeder Folge dieses Podcasts sprechen ZEIT-Politikredakteurin Petra Pinzler und Wissenschaftsredakteur Stefan Schmitt über eine Krise der Gegenwart: Es geht um die Klimakrise, das Artensterben, die Energiekrise und die Kriege.

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 12.500 Netto-Downloads\* pro Folge
- 2 Wochen/1 Folge

\* Downloads bezeichnet die Summe aus abgeschlossenen Downloads und abgeschlossenen Streams. Alle Podcasts sind auch verfügbar auf Spotify, iTunes, Deezer, Amazon Echo und Google Home.



## / „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 65.000 Netto-Downloads\* pro Folge
- 4 Wochen/1 Folge

\* Downloads bezeichnet die Summe aus abgeschlossenen Downloads und abgeschlossenen Streams.  
Alle Podcasts sind auch verfügbar auf Spotify, iTunes, Deezer, Amazon Echo und Google Home.



Ø 65.000  
Netto-  
Downloads\*

# 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 100.000 Netto-Downloads\* pro Folge
- 1 Woche/1 Folge

\* Downloads bezeichnet die Summe aus abgeschlossenen Downloads und abgeschlossenen Streams. Alle Podcasts sind auch verfügbar auf Spotify, iTunes, Deezer, Amazon Echo und Google Home.



# / 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 30.000 Netto-Downloads\* pro Folge
- 3 Wochen/1 Folge

\* Downloads bezeichnet die Summe aus abgeschlossenen Downloads und abgeschlossenen Streams. Alle Podcasts sind auch verfügbar auf Spotify, iTunes, Deezer, Amazon Echo und Google Home.



Ø 30.000  
Netto-  
Downloads\*

# Die sogenannte 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\* pro Folge
- 2 Wochen/1 Folge

\* Downloads bezeichnet die Summe aus abgeschlossenen Downloads und abgeschlossenen Streams. Alle Podcasts sind auch verfügbar auf Spotify, iTunes, Deezer, Amazon Echo und Google Home.



Ø 40.000  
Netto-  
Downloads\*

# ／ „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

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



Nur als  
Volumenbuchung  
auf TKP-Basis  
möglich

# / 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-täglich, dienstags
- Ø 15.000 Netto-Downloads\* pro Folge
- 2 Wochen/1 Folge

\* Downloads bezeichnet die Summe aus abgeschlossenen Downloads und abgeschlossenen Streams.  
Alle Podcasts sind auch verfügbar auf Spotify, iTunes, Deezer, Amazon Echo und Google Home.



Ø 15.000  
Netto-  
Downloads\*

# / „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\* pro Folge
- 2 Wochen/1 Folge

\* Downloads bezeichnet die Summe aus abgeschlossenen Downloads und abgeschlossenen Streams. Alle Podcasts sind auch verfügbar auf Spotify, iTunes, Deezer, Amazon Echo und Google Home.



Ø 20.000  
Netto-  
Downloads\*

# ／ „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\* pro Folge
- 2 Wochen/1 Folge

\* Downloads bezeichnet die Summe aus abgeschlossenen Downloads und abgeschlossenen Streams. Alle Podcasts sind auch verfügbar auf Spotify, iTunes, Deezer, Amazon Echo und Google Home.



Ø 20.000  
Netto-  
Downloads\*

# / „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 25.000 Netto-Downloads\* pro Folge
- 2 Wochen/1 Folge

\* Downloads bezeichnet die Summe aus abgeschlossenen Downloads und abgeschlossenen Streams. Alle Podcasts sind auch verfügbar auf Spotify, iTunes, Deezer, Amazon Echo und Google Home.



Ø 25.000  
Netto-  
Downloads\*

# / 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\* pro Folge
- 2 Wochen/1 Folge

\* Downloads bezeichnet die Summe aus abgeschlossenen Downloads und abgeschlossenen Streams. Alle Podcasts sind auch verfügbar auf Spotify, iTunes, Deezer, Amazon Echo und Google Home.



Ø 14.000  
Netto-  
Downloads\*

## / „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\* pro Folge
- 2 Woche/1 Folge

\* Downloads bezeichnet die Summe aus abgeschlossenen Downloads und abgeschlossenen Streams. Alle Podcasts sind auch verfügbar auf Spotify, iTunes, Deezer, Amazon Echo und Google Home.



Ø 60.000  
Netto-  
Downloads\*

# „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\* pro Folge
- 1 Woche/1 Folge

\* Downloads bezeichnet die Summe aus abgeschlossenen Downloads und abgeschlossenen Streams. Alle Podcasts sind auch verfügbar auf Spotify, iTunes, Deezer, Amazon Echo und Google Home.



Ø 55.000  
Netto-  
Downloads\*

# / „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 20.000 Netto-Downloads\* pro Folge
- 1 Woche/1 Folge

\* Downloads bezeichnet die Summe aus abgeschlossenen Downloads und abgeschlossenen Streams. Alle Podcasts sind auch verfügbar auf Spotify, iTunes, Deezer, Amazon Echo und Google Home.



Ø 20.000  
Netto-  
Downloads\*

# ／ „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, dienstags
- Ø 12.500 Netto-Downloads\* pro Folge
- 1 Monat /1 Folge

\* Downloads bezeichnet die Summe aus abgeschlossenen Downloads und abgeschlossenen Streams. Alle Podcasts sind auch verfügbar auf Spotify, iTunes, Deezer, Amazon Echo und Google Home.



Ø 12.500  
Netto-  
Downloads\*

# / Unter Pfarrerstöchtern

Die Schwestern Sabine Rückert, 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 40.000 Netto-Downloads\* pro Folge
- 2 Wochen/1 Folge

\* Downloads bezeichnet die Summe aus abgeschlossenen Downloads und abgeschlossenen Streams. Alle Podcasts sind auch verfügbar auf Spotify, iTunes, Deezer, Amazon Echo und Google Home.



Ø 40.000  
Netto-  
Downloads\*

# / „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.

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



Nur als  
Volumenbuchung  
auf TKP-Basis  
möglich

# „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 150.000 Netto-Downloads\* pro Folge (jeweils morgens + abends)
- 1 Woche/10 Folgen

\* Downloads bezeichnet die Summe aus abgeschlossenen Downloads und abgeschlossenen Streams. Alle Podcasts sind auch verfügbar auf Spotify, iTunes, Deezer, Amazon Echo und Google Home.



Ø 150.000  
Netto-  
Downloads\*

# / „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 135.000 Netto-Downloads\* pro Folge
- 2 Tage/3 Folgen

\* Downloads bezeichnet die Summe aus abgeschlossenen Downloads und abgeschlossenen Streams. Alle Podcasts sind auch verfügbar auf Spotify, iTunes, Deezer, Amazon Echo und Google Home.



Ø 135.000  
Netto-  
Downloads\*

# / „Was liest Du gerade?“

Die Feuilletonredaktion launchte am 17. Oktober 2023, 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 12.000 Netto-Downloads\* pro Folge
- 2 Wochen/1 Folge

\* Downloads bezeichnet die Summe aus abgeschlossenen Downloads und abgeschlossenen Streams. Alle Podcasts sind auch verfügbar auf Spotify, iTunes, Deezer, Amazon Echo und Google Home.



Ø 12.000  
Netto-  
Downloads\*

# ／ „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 85.000 Netto-Downloads\* pro Folge
- 1 Monat/1 Folge

\* Downloads bezeichnet die Summe aus abgeschlossenen Downloads und abgeschlossenen Streams. Alle Podcasts sind auch verfügbar auf Spotify, iTunes, Deezer, Amazon Echo und Google Home.



Ø 85.000  
Netto-  
Downloads\*

# / 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

- Ø 10.000 Netto-Downloads\* pro Folge (pausiert)

\* Downloads bezeichnet die Summe aus abgeschlossenen Downloads und abgeschlossenen Streams. Alle Podcasts sind auch verfügbar auf Spotify, iTunes, Deezer, Amazon Echo und Google Home.



Nur als  
Volumenbuchung  
auf TKP-Basis  
möglich

# „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 75.000 Netto-Downloads\* pro Folge
- 2 Wochen/1 Folge

\* Downloads bezeichnet die Summe aus abgeschlossenen Downloads und abgeschlossenen Streams. Alle Podcasts sind auch verfügbar auf Spotify, iTunes, Deezer, Amazon Echo und Google Home.



Ø 75.000  
Netto-  
Downloads\*

# ／ „English, please!“

Jeden zweiten Sonntag laden die Chefredakteurin Inez Sharp und das Spotlight-Team ein, das Englisch der Zuhörer:innen auf kurzweilige Art aufzufrischen. So klärt der Word-Nerd Owen Connors beispielsweise darüber auf, was Begriffe wie „bite the bullet“ und „nitty-gritty“ bedeuten. Anschließend diskutiert das Spotlight-Team über bunt gemischte Themen aus der englischsprachigen Welt. Zum Abschluss gibt es einen Buchtipp – mal Krimi aus Irland, mal Gesellschaftsroman aus den USA. In diesen 15 Minuten kann jeder sein Englisch verbessern.

## Facts

- erscheint 14-täglich, sonntags
- 2 Wochen/1 Folge

Alle Podcasts sind auch verfügbar auf Spotify, iTunes, Deezer, Amazon Echo und Google Home.  
TKP-Buchungen sind nur auf der Pre- oder PostRoll möglich (die Platzierung MidRoll ist in diesem Podcast nicht vorgesehen)



Nur als  
Volumenbuchung  
auf TKP-Basis  
möglich

# / Zwei Buchungsmöglichkeiten

## Festplatzierung

- Das Audio Ad ist im Buchungszeitraum bei garantierter Reichweite in einer Podcast-Folge festplatziert (keine Ausspielung anderer Audio Ads)
- AdSlot: PreRoll oder PreRoll + PostRoll
- Reichweite:  $\emptyset$  Streams & Downloads der Episode
- Abrechnungsmodell: Festpreis
- Laufzeit: festgelegt

## TKP-basierte Buchung

- Das Audio Ad ist im Buchungszeitraum nicht festplatziert und wird je nach Verfügbarkeit entweder in einem Umfeld (Podcast-Serie) oder rotierend im gesamten ZEIT ONLINE Podcast-Portfolio ausgespielt
- AdSlot: PreRoll, MidRoll oder PostRoll
- Reichweite: AI-Volumen frei wählbar
- Abrechnungsmodell: TKP-basiert
- Laufzeit: frei wählbar
- Targeting-Möglichkeiten: Basic Targeting (Demografisches Targeting) und Premium Targeting (Kontextuelles Targeting)\*



\* Nur bei TKP-Belegung in RoS möglich. Max. 3 Kriterien wählbar.

# / Targeting-Optionen für TKP-Basierte Kampagnen

## Umfeld oder das gesamte ZEIT ONLINE Podcast-Portfolio



- Je nach Verfügbarkeit wird das Audio Ad entweder in einem Umfeld (d.h. in einer Podcast-Serie wie beispielsweise „Das Politikteil“) oder rotierend im gesamten ZEIT ONLINE Podcast-Portfolio ausgespielt
- Die Ausspielung des Audio Ads im gesamten ZEIT ONLINE Podcast-Portfolio kann um ein Basic- oder Premium-Targeting ergänzt werden

## Soziodemographisches Targeting (Basic-Targeting)\*



- Anhand der Kriterien Alter und Geschlecht des Hörers werden die Audio Ads passgenau ausgespielt
- Geschlecht: männlich / weiblich
- Alter: 18-24 / 21-24 / 25-34 / 35-44 / 45-54 / 55-64 / 65+

## Premium Targeting\*



- Die Audio Ads werden anhand von vordefinierten Themen ausgespielt
- Kontextuelles Targeting und Predictive Audience Targeting

\*maximal 3 Kriterien wählbar. Nur im gesamten ZEIT ONLINE Umfeld buchbar. Nicht möglich bei Belegung einzelner Serien und Folgen. Bei der Buchung von Targeting-Optionen fällt ein Aufschlag in Höhe von 15% an.

# / Kontextuelles Targeting und Predictive Audience Targeting

## Kontextuelles Targeting

- Automobil
- Business Entscheider
- E-Mobility
- Energie & Ressourcen
- Essen & Trinken
- Finanzen
- HealthCare
- Nachhaltigkeit
- Wirtschaft
- Wissenschaft & Technik
- Bildung
- Reise
- IT
- Musik
- Event
- Logistic & Transport
- Film & Kino

## Predictive Audience Targeting

- Investoren & Aktionäre
- Health & Fitness Fans
- Foodies
- Coffee-Addicts
- Social Media User
- Sport Fans
- Film- & Serienjunkies
- Heimwerker:innen
- Beauty Queens & Kings
- Electronic Nerds
- Neuwagen Interessierte



# / Native Audio Ad, Sponsored Podcast und zusätzliche Werbemittelformate

## / Native Audio Ad

Ein nativer Spot mit Ihrer Message (von einem unserer professionellen Sprecher gesprochen) wird wahlweise in einem oder mehreren von uns vermarkteten Podcasts via Adserver ausgespielt.

### **Reichweite und Awareness**

Die Anzahl der erreichten Hörer steht im Fokus der Kampagne.

Die Hörer sollen aufmerksam werden auf ein Produkt, eine Marke oder ein Unternehmen.

Ziel ist es, die Message möglichst weit zu verbreiten und von den Umfeldern der etablierten Podcasts zu profitieren.

## / Sponsored Podcast

Sie können als Sponsor gemeinsam mit uns ein Podcast-Format entwickeln. Der Podcast wird eigens für Sie produziert und Sie haben als Kunde die Möglichkeit, durch Interviews o.Ä. eingebunden zu werden.

### **Branding und Expertenpositionierung**

Die Positionierung als Experte zu einem bestimmten Thema oder Bereich steht im Vordergrund.

Die Hörer sollen eine Verbindung zwischen dem Inhalt und der Marke knüpfen.

Ziel ist es, einen relevanten Mehrwert für die Hörer über die Expertise der Marke zur Thematik zu schaffen. Nutzen Sie das Know-how und die Infrastruktur unserer Qualitätsumfelder!

## / Add Ons

### **Co-Branded Podcast-Ad**

Ihr Logo wird in ein Co-Branded Podcast-Ad integriert, sodass der Podcast direkt im Werbemittel abspielbar ist. Eine externe Verlinkung führt zu Ihrer Wunsch-URL.

### **Festplatzierung auf der Podcast-Seite**

Während der vollen Laufzeit der gebuchten Podcast-Episode ist Ihr Werbemittel auf der Podcast-Seite sowie auf den Einzel-Podcast-Seiten des gebuchten Podcasts zu sehen.

# / Native Audio Ad

## Alles aus einer Hand

Mit der Werbeform Native Audio Ad wird Ihr Spot exklusiv oder im Rahmen einer TKP-Kampagne als Audio Ad über einen Adserver im Podcast ausgespielt.

Dabei wird der redaktionelle Teil vom werblichen Inhalt mit einem Jingle getrennt.

Ab dem gemeinsamem Kick-off-Call und dem Briefingformular beträgt die Vorlaufzeit mindestens 4 Wochen.

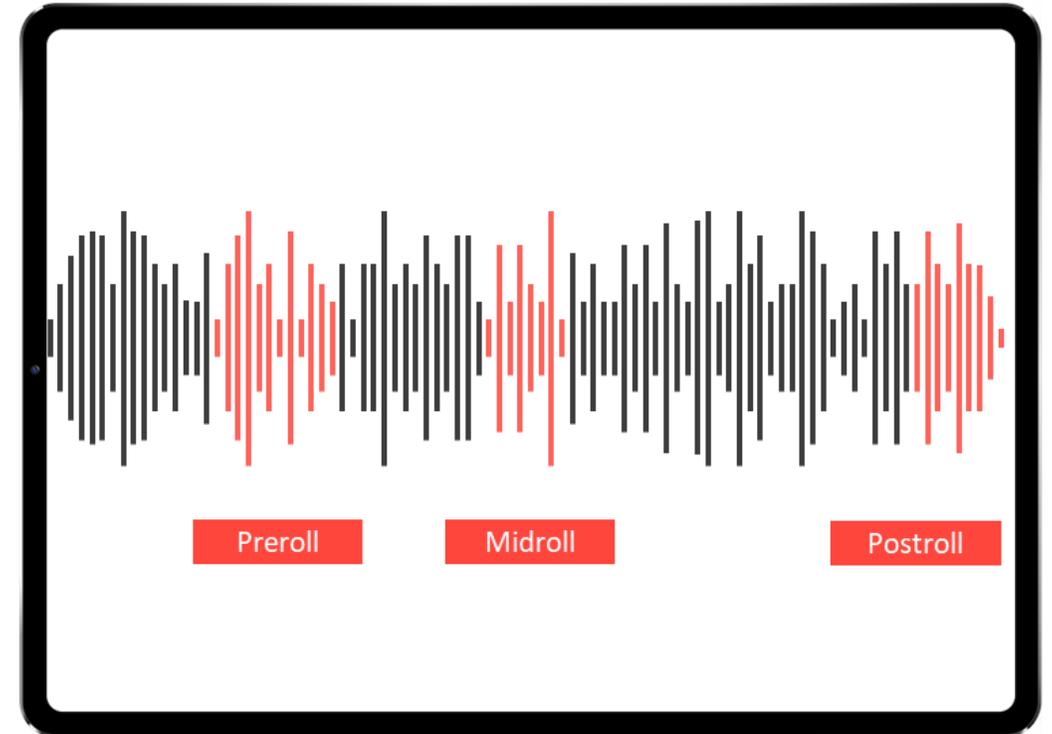
Pro Spot erhalten Sie drei native Textvorschläge zur Auswahl.

Die Dauer des nativen Spots umfasst maximal 30 Sekunden bei Preroll/Postroll, 60 Sekunden bei alleiniger Midroll-Buchung.

Nach Kampagnenende stellen wir Ihnen einen Ad-Server-Reporting über die Downloads\* pro Folge zur Verfügung.

## Mögliche Native Audio Ad Platzierungen

- Festplatzierung: PreRoll oder PreRoll + PostRoll
- Volumenbuchung (TKP-basierte Belegung): PreRoll, MidRoll oder PostRoll



# / Genau das richtige Angebot für Sie

## / Festplatzierung

Das Audio Ad ist im **Buchungszeitraum bei garantierter Reichweite festplatziert.**

Ihre Buchungsmöglichkeit:

- **Podcast Episoden** – z.B. zwei Folgen des ZEIT ONLINE Podcasts „Frisch an die Arbeit“

Bei einer Festplatzierung sind Sie im Buchungszeitraum festplatziert.

## / Volumenbuchung

Das Audio Ad ist im Buchungszeitraum **nicht** festplatziert und wird je nach Verfügbarkeit ausgespielt.

Ihre Buchungsmöglichkeit:

- **Podcast Show** – z.B. der ZEIT ONLINE Podcast „Frisch an die Arbeit“

Die Volumenbuchung bietet die Möglichkeit eine flexible Reichweite und Auspielungslogik zu wählen. Der Preis richtet sich nach der TKP-Staffelung.



# / Produktionskosten – wir sprechen für Sie

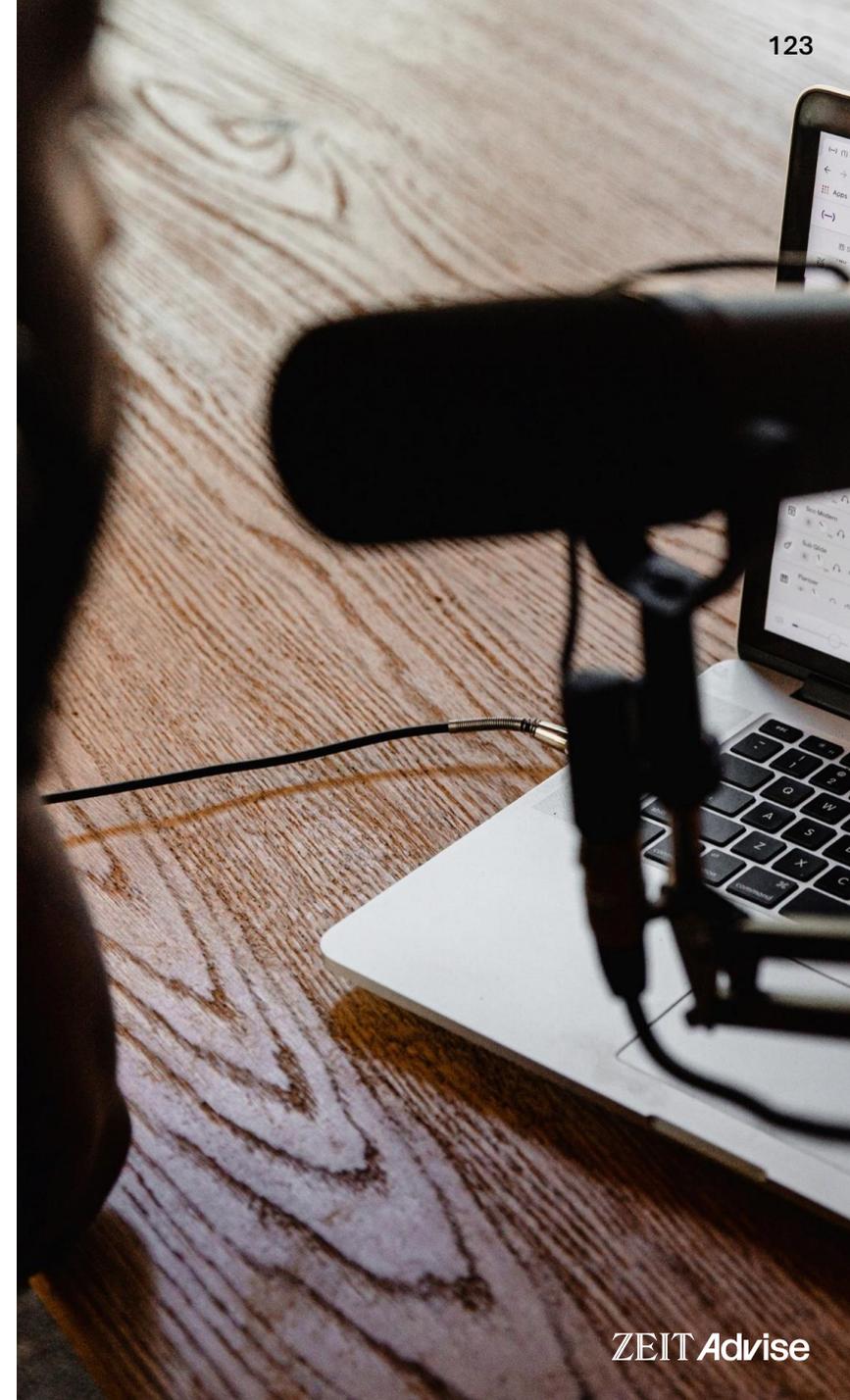
## Format

Native Audio Ad (PreRoll, MidRoll oder PostRoll)	1.000,- €* <hr/>
Jedes weitere Audio Ad	700,- €* <hr/>

\* Keine Rabatte und keine AE möglich.

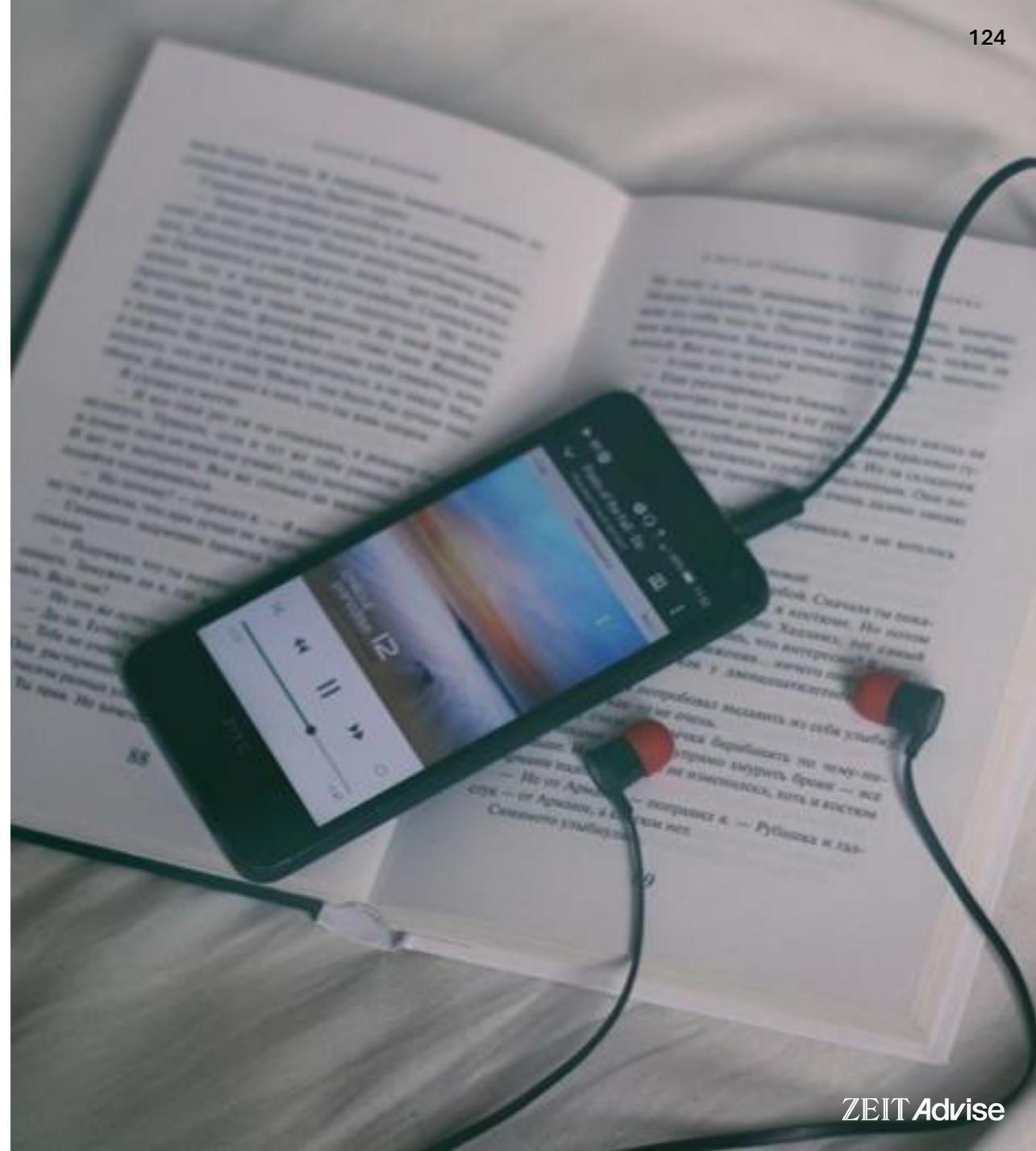
Alle Preise zzgl. MwSt.

[advise.zeit.de](https://advise.zeit.de)



# / Prozess

- 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 Werkzeuge 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.





# ／ DIE ZEIT und ZEITmagazin als digitale Ausgabe

## • Die neue 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 Bilderstreifen, 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
- Platzierungen sind nur noch bis Dezember 2024 möglich

## Aktuelle Reichweite

- 31.000 wöchentliche Downloads



# ／ DIE ZEIT und ZEITmagazin als digitale Ausgabe

## Technische Spezifikationen

### Für interaktive Werbung

- Das Werbemittel besteht aus einem kompletten HTML5-Projekt inklusive HTML, CSS, Javascript und Bildern. Alle Bestandteile müssen in einer Zip-Datei übermittelt werden. Im Hauptverzeichnis muss die Datei „index.html“ liegen. Diese kann alle anderen Inhalte aus beliebigen Unterverzeichnissen nachladen.
- Die HTML-Anzeige muss sich an die verschiedenen Bildschirmgrößen von Smartphones und Tablets anpassen.
- Die HTML-Anzeige muss selbst auf eine Änderung der Ausrichtung des Gerätes reagieren.

### Für statische Werbung

- Es werden drei Bilddateien in den Formaten jpg oder png angeliefert.
- Die notwendigen Bildgrößen sind:
  - Tablet: Portrait: 1536 x 2048 px und Landscape: 2048 x 1536 px
  - Smartphone: 750 x 1334 px

### Für eine gif-Werbung

- Gif-Dateien sind im Idealfall bereits in eine MP4-Datei umgewandelt.
- Die maximale Auflösung für Videos in der ZEIT App beträgt 1920x1080px.

Keine Messung von Klicks möglich, daher ist die Anlieferung von Tracking-Links empfohlen. Bildschirmaufrufe der Anzeige i.d.R. eine Woche nach dem ET möglich.  
Frist für Werbemittelanlieferung: 7 Werktage vor ET

## Interstitials

Anzeigenplatzierung	Branchenpreis I <sup>1</sup>	Branchenpreis II <sup>2</sup>	Branchenpreis III <sup>3</sup>
Opening Page (1. Anzeige in der Ausgabe)	3.250,- €	2.250,- €	2.000,- €
Full Screen-Anzeige im Ressort	2.600,- €	1.800,- €	1.600,- €

Änderungen der Preise und Formate unterjährig möglich. Stand: Januar 2024.

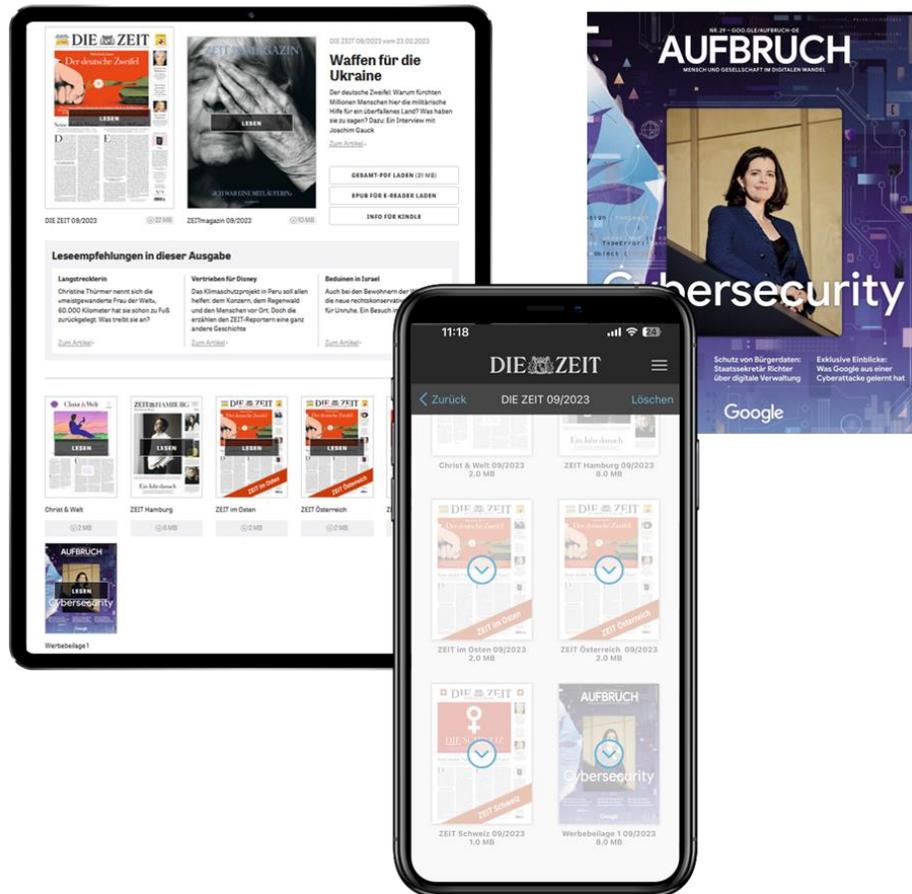
<sup>1</sup> Branchenpreis I: Preise für Hochschulen, Forschungseinrichtungen, Employer Branding, Gemeinnützig & Soziales. Ministerien, Hilfsorganisationen und wirtschaftlich geprägte Verbände zahlen den Grundpreis

<sup>2</sup> Branchenpreis II: Preise für Buch- & Musikverlage

<sup>3</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.

# 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 Teilbelegung 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 €

Alle Preise zzgl. MwSt.

# / 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**
- **Native Homepage-Teaser**
- **Fester Ressort-Teaser**



# / Sponsored Post



## 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 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.

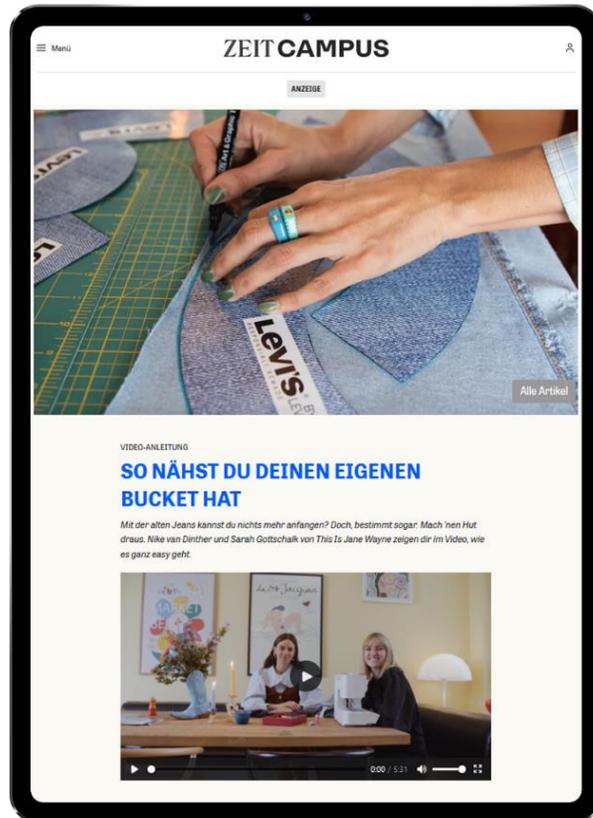
## Wählen Sie Ihr Umfeld

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

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. MwSt.; nicht AE-fähig, keine weiteren Rabatte möglich. Das Angebot ist freibleibend.

# / Sponsored Video



## 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 stellen wir Ihnen das Video lizenzfrei zur Verfügung.

## Traffic-Maßnahmen

- Bild-Text-Teaser auf der Startseite von 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.

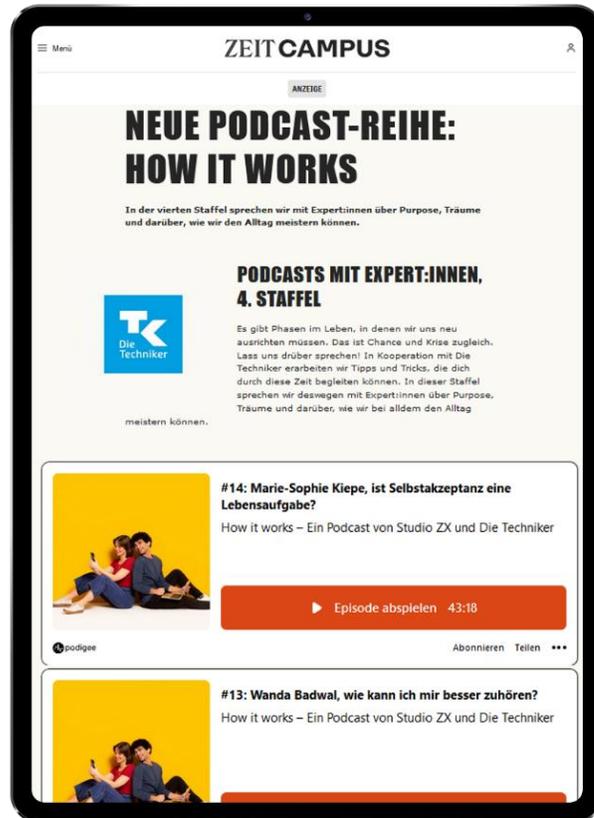
## Wählen Sie Ihr Umfeld

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

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. MwSt.; nicht AE-fähig, keine weiteren Rabatte möglich. Das Angebot ist freibleibend.

# / Sponsored Podcast



## 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 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.

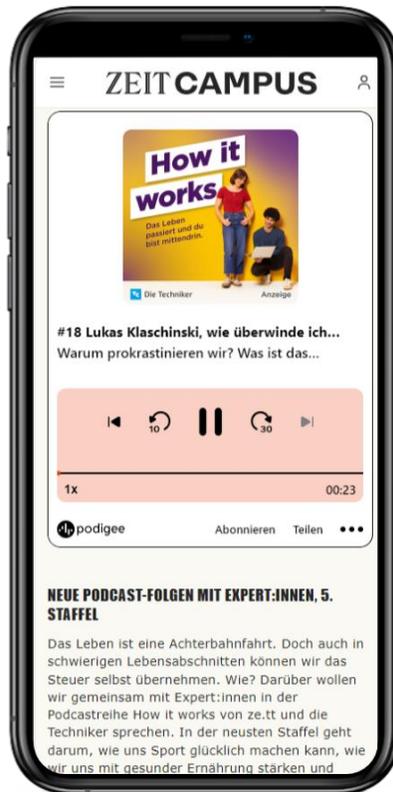
## Wählen Sie Ihr Umfeld

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

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. MwSt.; nicht AE-fähig, keine weiteren Rabatte möglich. Das Angebot ist freibleibend.

# / Sponsored Podcast



- 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**

# Traffic-Zuführung

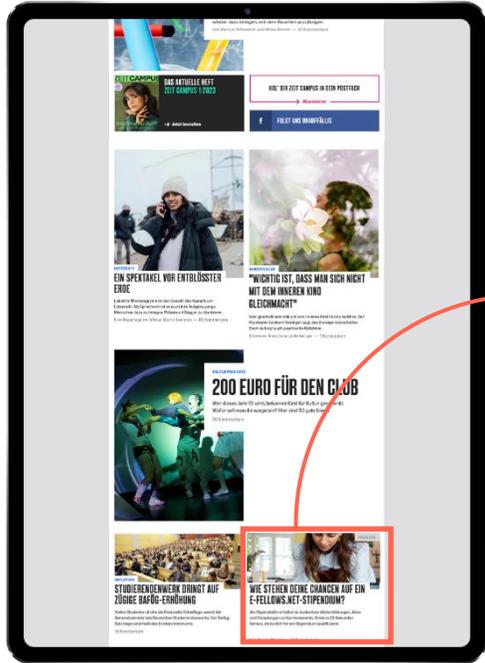
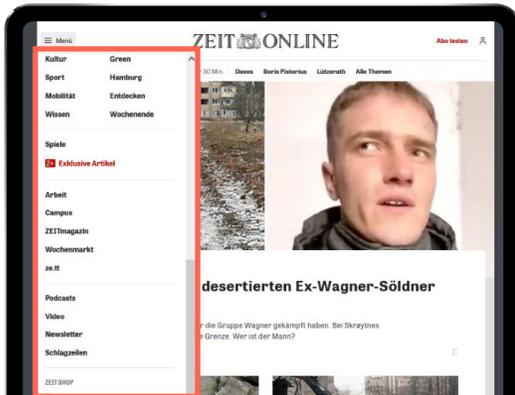
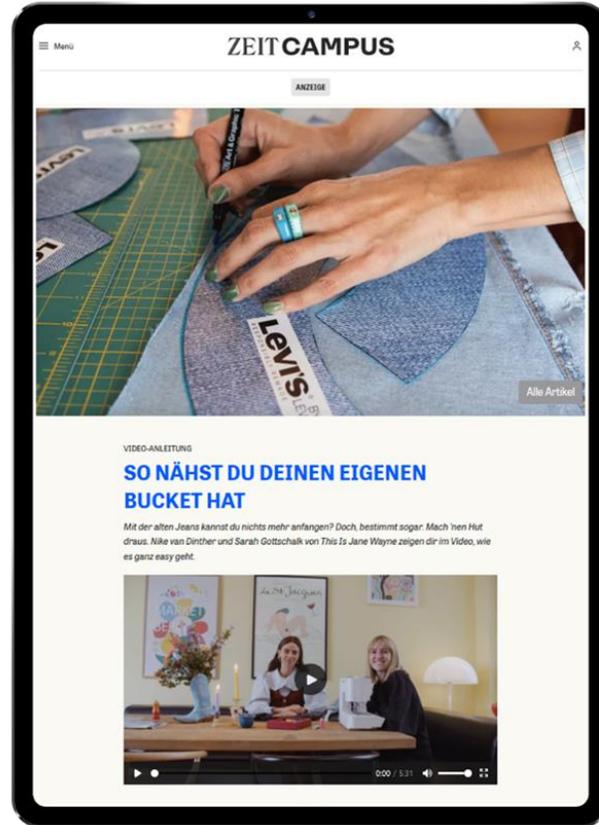


Bild-Text-Teaser auf der Ressort-Startseite von ZEIT Campus



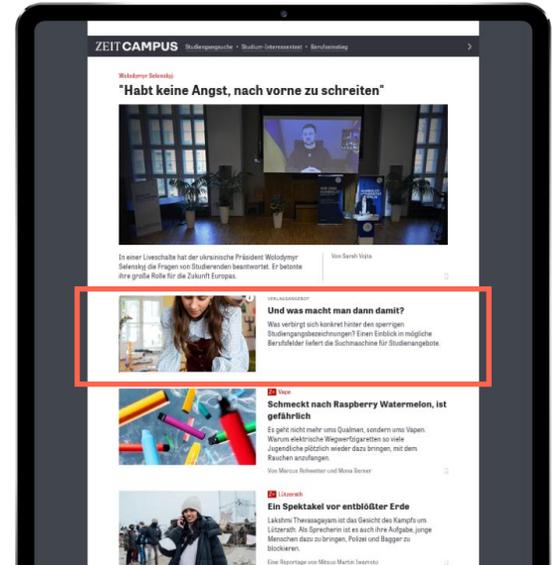
Einbindung im ZEIT ONLINE Menü



Social Media Teaser Insta-Story (3 Slides)



Bild-Text-Teaser auf der ZEIT ONLINE Homepage im Magazinparket von ZEIT Campus



Social Media Teaser Facebook

Beispielhafte Abbildungen. Umsetzung kann abweichen. Vorbehaltlich Änderungen.

# 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	Mediakosten
ZEIT CAMPUS ONLINE	700,- €
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)

# / Gerne beraten wir Sie persönlich!



**Christine Kühl**  
Head of Sales NPO & Publishing  
+49-40/32 80-297  
[Christine.Kuehl@zeit.de](mailto:Christine.Kuehl@zeit.de)



**Christian Eils**  
Senior Media Consultant  
+49-40/ 32 80-296  
[Christian.Eils@zeit.de](mailto:Christian.Eils@zeit.de)



**Jule Frick**  
Media Consultant  
+49-40/32 80-158  
[Jule.Frick@zeit.de](mailto:Jule.Frick@zeit.de)

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

[advise.zeit.de](http://advise.zeit.de)

**Druckunterlagen-Anlieferung**  
per Web-Upload unter [www.anzeigeneingang.de](http://www.anzeigeneingang.de)  
per E-Mail an [zeit@anzeigeneingang.de](mailto:zeit@anzeigeneingang.de)  
Es gelten die AGB der ZEIT Preisliste Nr. 69

[salespublishing@zeit.de](mailto:salespublishing@zeit.de)