

# WAS TUN! für...

# Das Engagement-Themenspezial

Erscheint in  
DIE ZEIT,  
ZEIT Christ & Welt,  
ZEIT im Osten &  
ZEIT Hamburg

# WAS TUN! für...

Maßgeschneidert für Ihre Projekte erscheint das Engagement-Themenspezial WAS TUN! für... in DIE ZEIT, ZEIT Christ & Welt, ZEIT im Osten sowie ZEIT Hamburg. Es legt inhaltlich den Fokus auf verschiedene Schwerpunkte wie Gleichberechtigung, Erbschaften, Bildung, Klima & Nachhaltigkeit, Menschenrechte...

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



# / Die ZEIT Leser:innen auf einen Blick

## REICHWEITE

**1,92 MIO.**

Menschen erreicht DIE ZEIT wöchentlich.  
Die verkaufte Auflage der Zeit liegt bei **601.000** Exemplaren.

## EINSATZ FÜR VERÄNDERUNG

**55 %**

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

## FOKUS AUF NACHHALTIGKEIT

**62 %**

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

Quellen: AWA 2024, IVW Ø Q2/2024, best for planning 2024

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

## ENGAGEMENT

**73 %**

der ZEIT-Leser:innen schätzen soziales Engagement als wichtig ein.

## SPENDEN

**59 %**

der ZEIT-Leser:innen spenden einmal oder mehrfach im Jahr.

## EHRENAMT

**603 TSD.**

der ZEIT-Leser:innen gehen einer ehrenamtlichen Tätigkeit nach.



# Das Themenspezial für Engagierte

## Stärken

- Advertorials, die die Kommunikation im redaktionellen Rahmen für eine glaubwürdige Positionierung ermöglichen
- Sie profitieren vom Markentransfer der ZEIT
- prägnante Kurzform der Advertorials mit starkem, vielseitig gestaltbarem Fokus
- Ideales Umfeld, um Freiwillige zu werben, zum Spenden aufzurufen oder andere, direkte Kommunikationsziele zu erreichen
- Themenschwerpunkte (z. B. Bildung, Klima und Kinder) als maßgeschneidertes Umfeld für Ihr Storytelling

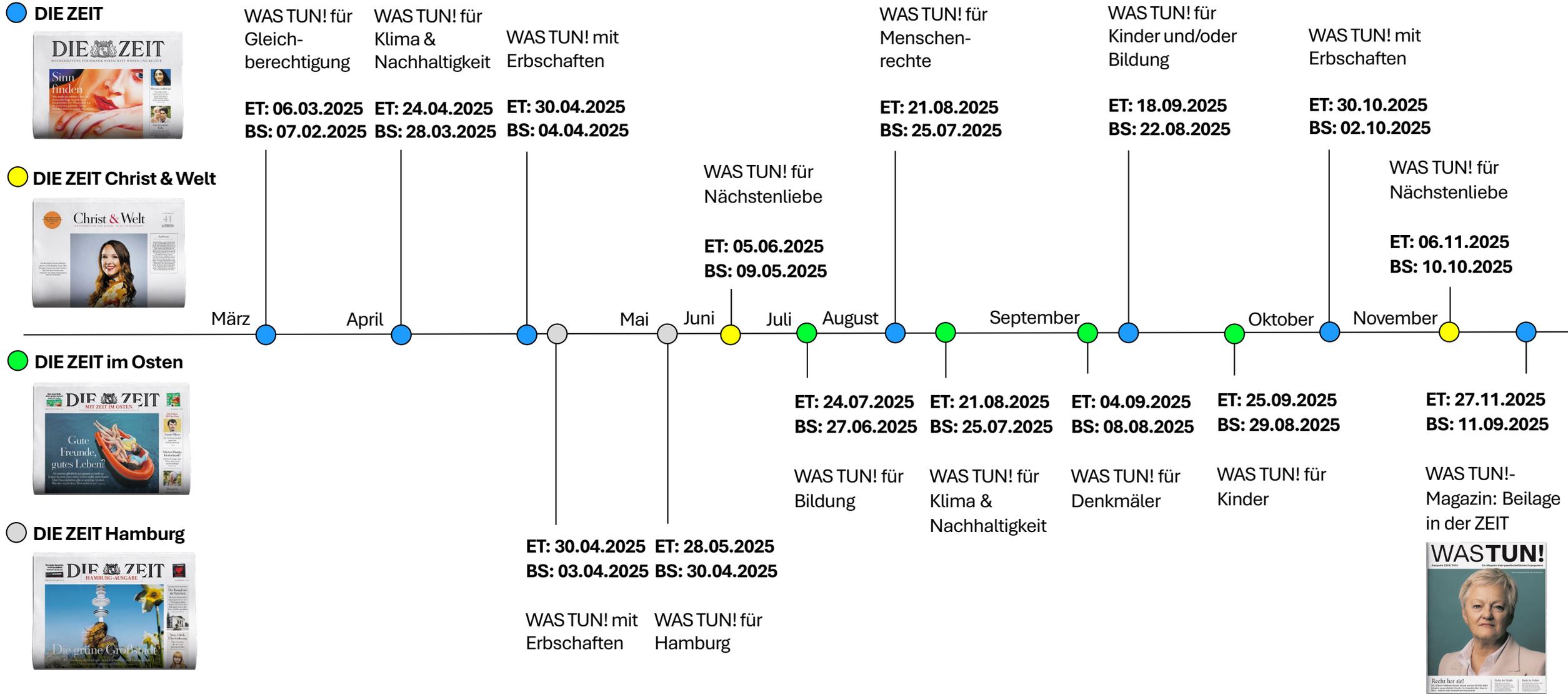
## Produktdetails

- Jeder Beitrag enthält ein Bild und ein übersichtliches Infokästchen, in dem ebenfalls Ihr Logo Platz findet
- Erstellung Ihres Formats über die Servicedredaktion
- Die Advertorials erscheinen im thematisch zugeschnittenen Umfeld von WAS TUN! für... zu den verschiedenen Schwerpunkten



# Termine & Themen im Überblick

ET = Erscheinungstermin; BS = Buchungsschluss





# / WAS TUN! für... in DIE ZEIT

## Advertorials

Format	Satzspiegel	Media	Kreativkosten	Gesamtpreis
1 1/8 Seite Serviceredaktion	179 x 116 mm ca. 1.550 Zeichen	4.276,80 €	325,00 €	4.601,80 €
2 1/4 Seite Serviceredaktion	179 x 244 mm ca. 2.600 – 3.500 Zeichen	8.553,60 €	650,00 €	9.203,60 €
1/2 Seite Serviceredaktion	371 x 244 mm ca. 3.500 Zeichen	17.107,20 €	1.100,00 €	18.207,20 €

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

## Anzeigen

Format	Satzspiegel in mm (B x H)	Anzulieferndes Anzeigenformat (B x H)	Preis
1/4 Seite hoch	132 x 371 mm	179 x 244 mm	8.553,60 €
1/2 Seite quer	371 x 264 mm	371 x 244 mm	17.107,20 €





# WAS TUN! für... in ZEIT Christ & Welt

## Advertorials

Format	Satzspiegel	Media	Kreativkosten	Gesamtpreis
1 1/8 Seite Serviceredaktion	179 x 116 mm ca. 1.550 Zeichen	1.188,00 €	325,00 €	1.513,00 €
2 1/4 Seite Serviceredaktion	179 x 244 mm ca. 2.600 – 3.500 Zeichen	2.376,00 €	650,00 €	3.026,00 €
1/2 Seite Serviceredaktion	371 x 244 mm ca. 3.500 Zeichen	4.752,00 €	1.100,00 €	5.852,00 €

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

## Anzeigen

Format	Satzspiegel in mm (B x H)	Anzulieferndes Anzeigenformat (B x H)	Preis
1/4 Seite hoch	132 x 371 mm	179 x 244 mm	2.376,00 €
1/2 Seite quer	371 x 264 mm	371 x 244 mm	4.752,00 €

**Christ & Welt**  
WOCHENZEITUNG FÜR GLAUBE, GEIST, GESELLSCHAFT

1. OKTOBER 2021  
41  
MÄRKUR

Zur Person  
Ich bin Christin, sagt Carole Kebek, 41, über sich. Sie lebt in der Schweiz und ist die Tochter eines Schweizer Mannes und einer Deutschen. Sie ist Mutter von drei Kindern. Sie ist auch eine Aktivistin für Menschenrechte. Sie ist die Autorin des Buches 'WOFÜR LEBE'.

Die Komikerin Carole Kebek arbeitet mit belustigendem Spot. Aber hier geht es jetzt um etwas Ernstes – das. Teil ihrer Confidence-Interviews von HELE SCHNEIDERBRACH UND KILIAN TROTTER

**WOFÜR LEBE**  
Frau Kebek

„Einoter Mensch sieht sehr toll aus, Irgendwann bin ich ihn und habe O“

**WAS TUN! FÜR MENSCHENRECHTE**  
Solidarität kennt keine Grenzen

Die Grundrechte und Menschenrechte sind weltweit in Gefahr. Wie sieht das Handeln jedes einzelnen Menschen aus, um wichtiger werden zu lassen.

**Fünf Tipps zur Verteidigung der Menschenrechte**

**Frei und Gleich**

# / ZEIT im Osten

**Erscheinungsart:**  
als eigenes Ressort in DIE ZEIT

**Erscheinungsweise:**  
wöchentlich

**Auflage (Print- & E-Paper)**  
40.670 Exemplare  
Quelle: Verlagsangabe

**Reichweite:**  
187.000 Leser:innen in  
Ostdeutschland  
Quelle: AWA 2024

- ... exklusive Berichterstattung von einem Redaktionsteam aus Ostdeutschland
- ... regionsspezifische Inhalte werden in Reportagen, Kolumnen und Kommentaren behandelt
- ... Redakteure und Redaktionsteam haben eine tiefe Innensicht der »ostdeutschen Seele«
- ... regelmäßige Leserevents ermöglichen den engen Austausch zwischen Leserschaft und Redaktion

## Termine WAS TUN! für...

WAS TUN! für Bildung: ET 24.07.2025 | AdvS 27.06.2025

WAS TUN! für Klima & Nachhaltigkeit: ET 21.08.2025 | AdvS 25.07.2025

WAS TUN! für Denkmäler: ET: 04.09.2025 | AdvS 08.08.2025

WAS TUN! für Kinder: ET 25.09.2025 | AdvS 29.08.2025



# WAS TUN! für... in ZEIT im Osten

## Advertorials

Format	Satzspiegel	Media	Kreativkosten	Gesamtpreis
1 1/8 Seite Serviceredaktion	179 x 116 mm ca. 1.550 Zeichen	1.346,40 €	325,00 €	1.671,40 €
2 1/4 Seite Serviceredaktion	179 x 244 mm ca. 2.600 – 3.500 Zeichen	2.692,80 €	650,00 €	3.342,80 €
1/2 Seite Serviceredaktion	371 x 244 mm ca. 3.500 Zeichen	5.385,60 €	1.100,00 €	6.485,60 €

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

## Anzeigen

Format	Satzspiegel in mm (B x H)	Anzulieferndes Anzeigenformat (B x H)	Preis
1/4 Seite hoch	132 x 371 mm	179 x 244 mm	2.692,80 €
1/2 Seite quer	371 x 264 mm	371 x 244 mm	5.385,60 €

The collage shows several pages from the newspaper 'DIE ZEIT'. The main article is titled 'WAS TUN! FÜR MENSCHENRECHTE' and includes a sub-headline 'Solidarität kennt keine Grenzen'. It features a large photo of a group of people and several columns of text. There are also smaller photos and QR codes on the page. The newspaper's masthead 'DIE ZEIT' is visible at the top, along with the tagline 'MIT ZEIT IM OSTEN'. Other visible headlines include 'Gute Freunde, gutes Leben?' and 'Pass aus dem Süden'.

# / ZEIT Hamburg

**Erscheinungsart:**  
als eigenes Ressort in DIE ZEIT

**Verkaufte Auflage:**  
46.826 Exemplare (Verlagsangabe)

**Reichweite:**  
98.000 Leser (b4p 2024)

**Zielgruppe:**  
Alle Hamburger:innen sowie  
die Bewohner:innen der  
Metropolregion

... bietet als Regionalausgabe Raum für Geschichten aus Hamburg und Umgebung und ist damit das größte Ressort der ZEIT.

... erscheint alle vier Wochen, immer am letzten Donnerstag des Monats, und liefert auf bis zu 24 Seiten ausführlich recherchierte Berichte, Nachrichten, Reportagen und Analysen zu den bewegenden Themen der Stadt Hamburg und ihrem Umland.

... umfasst im Verbreitungsgebiet die folgenden Städte/Kreise: Lübeck, Herzogtum Lauenburg, Ostholstein, Pinneberg, Segeberg, Steinburg, Stormarn, Hamburg, Harburg, Lüneburg, Rotenburg (Wümme), Soltau Fallingb., Sylt und Stade.

**Termine WAS TUN! für...**  
**WAS TUN! mit Erbschaften: ET 30.04.2025 | AdvS 03.04.2025**  
**WAS TUN! für Hamburg: ET 28.05.2025 | AdvS 30.04.2025**



# WAS TUN! für... in ZEIT Hamburg

## Advertorials

Format	Satzspiegel	Media	Kreativkosten	Gesamtpreis
1 1/8 Seite Serviceredaktion	179 x 116 mm ca. 1.550 Zeichen	2.722,00 €	325,00 €	3.047,00 €
2 1/4 Seite Serviceredaktion	179 x 244 mm ca. 2.600 – 3.500 Zeichen	5.544,00 €	650,00 €	6.194,00 €
1/2 Seite Serviceredaktion	371 x 244 mm ca. 3.500 Zeichen	11.088,00 €	1.100,00 €	12.188,00 €

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

## Anzeigen

Format	Satzspiegel in mm (B x H)	Anzulieferndes Anzeigenformat (B x H)	Preis
1/4 Seite hoch	132 x 371 mm	179 x 244 mm	5.544,00 €
1/2 Seite quer	371 x 264 mm	371 x 244 mm	11.088,00 €



# Individuelles Advertorial: WAS TUN! für...

**NEU:**  
Ihr individuelles  
Advertorial im  
WAS TUN!-Look

Exklusiv, glaubwürdig und im redaktionell-anmutenden WAS TUN!-Look: Für Ihre Projekte können Sie ab sofort unser individuelles Advertorial im Design der Themenspeziale WAS TUN! für... in der ZEIT buchen. Ihr Advertorial ist eingebettet in einen redaktionellen Rahmen, den die Serviceredaktion zugeschnitten auf Ihr gewünschtes Schwerpunktthema gestaltet. So gewinnen Sie mehr Raum, um Ihre Themen zu vertiefen und die engagierte ZEIT-Leserschaft für Ihre Anliegen zu begeistern.

**Termine:** individuell nach Verfügbarkeit

## Individuelles Advertorial: WAS TUN! für...

Format	Satzspiegel	Media	Kreativkosten	Gesamtpreis
1/4 Seite Advertorial + 1/4 Seite Serviceredaktion	371 x 528 mm	17.107,20 €	1.100,00 €	18.207,20 €
1/2 Seite Advertorial + 1/2 Seite Serviceredaktion	371 x 264 mm	34.214,40 €	1.650,00 €	35.864,40 €

Alle hier genannten Preise gelten nur für gemeinnützig tätige Stiftungen, Vereine, Unternehmen sowie Verbände. Die Kreativkosten sind nicht rabatt- oder AE-fähig. Alle Preise zzgl. MwSt. Es gelten die AGB des Zeitverlages, [advise.zeit.de](http://advise.zeit.de)

WISSEN
21. November 2024 DIE ZEIT Nr. 49

### Stimmt's?

## Mit zwei Nasenlöchern riechen wir besser als mit einem

Der Mensch hat zwei Augen und zwei Ohren. Aus gutem Grund: Mit zwei Augen können wir die Entfernung von Objekten abschätzen, wir sehen in 3D. Und das Nasen-Riechorgan ermöglicht uns, die Richtung zu bestimmen, aus der ein Geruch kommt. Aber was haben wir mit zwei Nasenlöchern? Schenke, es alle ein bisschen anders. In nur ein Loch der Nase. Aber es gibt einen kleinen Grund dafür, dass auch diese Kitzelformung passiv vorliegt.

Schon im Lager ist bekannt, dass die Luft nicht gleich durch die beiden Nasenlöcher einströmt (Schnitzerei in der Zeit Nr. 8/09). Tatsächlich ist immer eine Nasenmuschel ein wenig mehr geschlossen als die andere, sodass weniger Luft hindurchfließt. Und sie strömt dort langsamer. Mit zwei Nasenlöchern riecht sich die Nasenlöcher ab, die immer aus der Nase fließt.

Aber was ist das gut? Abschätzung! Im Jahr 1999 versenkte die Schweizerin Schifano Nani Sobel, dass in einem mit der Grenzschichtveränderung menschlicher Substanzen zu tun haben könnte. Sobel präsentierte damals die für fünf-fachen Standard-Universität, heute aber eher ein Wissenschaftler in der Art. Er war schon bekannt, dass menschliche Substanzen sich ungewöhnlich schnell an die chemischen Sensoren der Nasenmuschel binden.

Sobels Überlegung: Eine Substanz, die schnell absorbiert wird, nachdem wir sie bereits wahrgenommen haben, liefert die zu langsame, sondern die Muskeln schon ein Nasenlöcher abgeflügelt und einen weniger Substanz. Sobel hat aber ein Nasenlöcher abschließen. Schenke hat schließlich Luftstrom kann. Zu, sich an die Rezeptoren zu liefern, es profitiert von diesem langsamen Prozess.

Um das zu bestätigen, ließ Sobel mehrere Testpersonen immer durch ein Nasenloch eine Mischung aus dem noch nicht riechenden Osmo und dem aber auch nicht riechenden Carvon schlucken. Die Probanden sollten sagen, wie schnell die Substanz nach ihrer Wahrnehmung. Die Mischung war immer süßlich, aber die rechte Seite süßlich. Und tatsächlich riechen 17 Personen stärker durch das aktive Nasenloch schlucken, und rechte Osmo durch das Loch mit dem langsamen Luftstrom. Das war auch nach der Umkehrung der Nasenlöcher der Fall.

Und das bedeutet: Wir sind durch zwei Nasenlöcher mit zwei Nasenlöchern mit unterschiedlich verschiedenen Luftströmen, und wir für ein besseres Spektrum menschlicher Substanzen empfindlich, als wenn wir nur durch ein Loch einen bestimmten Prozess.

**Reinhold Meißner** ist ein Fotojournalist. Er hat über 30 Jahre Erfahrung in der Fotografie und ist Autor mehrerer Bücher über die Kunst der Fotografie. Er arbeitet für verschiedene Medienunternehmen und ist Mitglied in mehreren Fachverbänden.

**Die Woche** von Christina Gerlach von Ditzberg. Sie ist eine Journalistin und Autorin, die sich mit verschiedenen Themen auseinandersetzt. Ihre Artikel sind oft kritisch und analysierend.

**Einmal** von Christina Gerlach von Ditzberg. Ein Artikel über die Bedeutung von Reisen und die Erfahrungen, die man dabei machen kann.

**WAS TUN! MIT ERBSCHAFTEN**

Das Testament – ein Spiegel der Lebensgeschichte und Schlüssel der Zukunft

Ein Testament ist weit mehr als ein juristisches Dokument. Es ist ein Ausdruck der persönlichen Lebensgeschichte, eine Fortführung des eigenen Engagements und eine Möglichkeit, das zu tun, was man am liebsten möchte.

Das Testament ist ein Spiegel der Lebensgeschichte und Schlüssel der Zukunft. Es ist ein Dokument, das die Wünsche und Vorstellungen eines Menschen für die Zukunft festlegt. Es ist ein Dokument, das die Verantwortung für die Zukunft übernimmt.

Das Testament ist ein Spiegel der Lebensgeschichte und Schlüssel der Zukunft. Es ist ein Dokument, das die Wünsche und Vorstellungen eines Menschen für die Zukunft festlegt. Es ist ein Dokument, das die Verantwortung für die Zukunft übernimmt.

**WAS TUN! MIT ERBSCHAFTEN**

Das Testament – ein Spiegel der Lebensgeschichte und Schlüssel der Zukunft

Ein Testament ist weit mehr als ein juristisches Dokument. Es ist ein Ausdruck der persönlichen Lebensgeschichte, eine Fortführung des eigenen Engagements und eine Möglichkeit, das zu tun, was man am liebsten möchte.

Das Testament ist ein Spiegel der Lebensgeschichte und Schlüssel der Zukunft. Es ist ein Dokument, das die Wünsche und Vorstellungen eines Menschen für die Zukunft festlegt. Es ist ein Dokument, das die Verantwortung für die Zukunft übernimmt.

Das Testament ist ein Spiegel der Lebensgeschichte und Schlüssel der Zukunft. Es ist ein Dokument, das die Wünsche und Vorstellungen eines Menschen für die Zukunft festlegt. Es ist ein Dokument, das die Verantwortung für die Zukunft übernimmt.

advise.zeit.de

ZEIT Advise

# WAS TUN!-Advertorial im Freunde der ZEIT-Newsletter

## Erscheinungsweise:

wöchentlich, sonntags

## Reichweite:

270.000 Newsletter-  
Empfänger:innen aus  
dem Kreis 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,  
WAS TUN!-Advertorial,  
Bild-Text Ad

Der wöchentliche Freunde der ZEIT-Newsletter lädt zum Austausch ein und vertieft die Interessen an Politik, Wirtschaft, Wissen und Kultur gemeinsam mit Leser:innen und Journalist:innen der ZEIT.

## WAS TUN! Advertorial

Nutzen Sie unser WAS TUN!-Advertorial im Freunde der ZEIT Newsletter, um Ihre Hilfsprojekte der engagierten ZEIT Leserschaftscommunity vorzustellen und potenzielle Spender:innen zu erreichen. Profitieren Sie von einer hohen Reichweite und einem passgenauen Umfeld, das Ihre Botschaft optimal zur Geltung bringt.  
**Preis: ab 4.500,- €\***

\* Der Preis gilt für Gemeinnützig & Soziales sowie Hilfsorganisationen.

Engagement  
Speziale im Freunde  
der ZEIT-Newsletter:  
20.04.2025  
30.11.2025



# / Ihre Ansprechpartnerinnen



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



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



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



**Alexandra Hoins**  
Media Consultant  
+49 151 5500-4583  
[alexandra.hoins@zeit.de](mailto:alexandra.hoins@zeit.de)

Unser Portfolio  
im Überblick

**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

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