

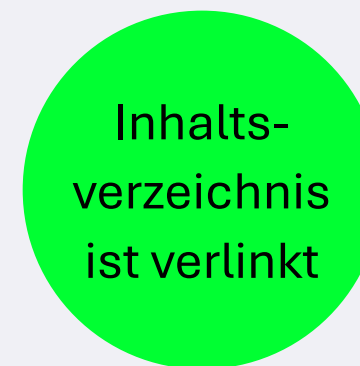
# ZEIT ONLINE Preise & Umfeld für Buchverlage



2025

# ZEIT ONLINE

## Portfolioübersicht



Inhalts-  
verzeichnis  
ist verlinkt

---

### ZEIT ONLINE

#### ZEIT ONLINE Literaturumfelder

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

---

### Digitale Umfelder

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

---

### Kampagnen

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

### Contentformate

- [Content Cards](#)
- [Native Articles](#)
- [Scripted Branded Insta-Story](#)

**Unique User:innen\***

8,74 Mio.

**Visits:\*\***

74,98 Mio.

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

164,18 Mio.

**Zielgruppe:**

Junge Elite,  
Entscheider:innen und  
Meinungsführer:innen

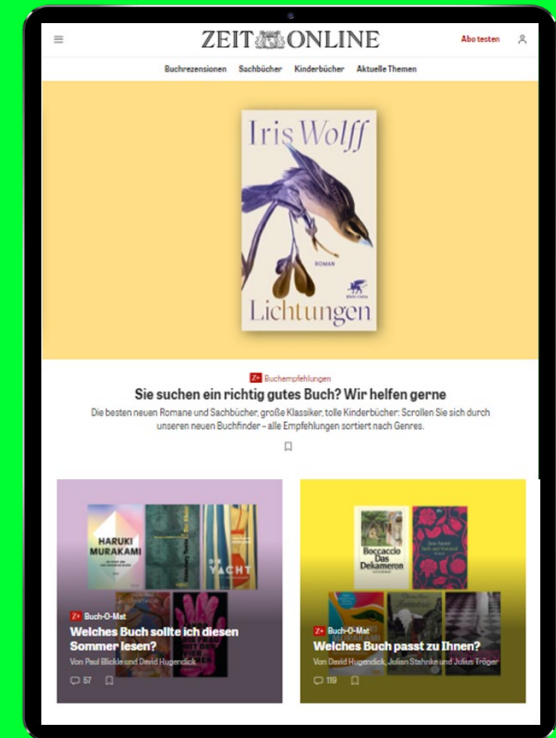
... ist eines der größten Nachrichtenangebote Deutschlands und steht für einen einordnenden Qualitätsjournalismus mit höchstem Anspruch, für multimediales Storytelling und aufwendigen Datenjournalismus.

... 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.





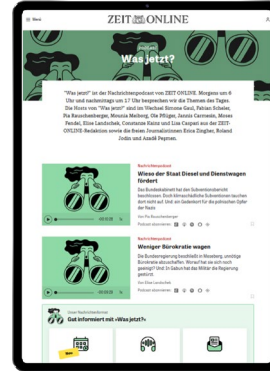
**Newsletter**

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.



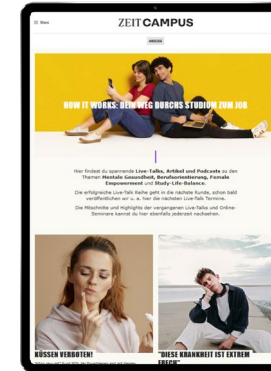
**Display**

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 Werbemittel-formaten an, sondern auch zielgruppenspezifische Targetings. Den Kunden wird ein passendes und hochwertiges Umfeld für ihre Werbebotschaft geboten.



**Podcast**

ZEIT ONLINE produziert die reichweitenstärksten 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.

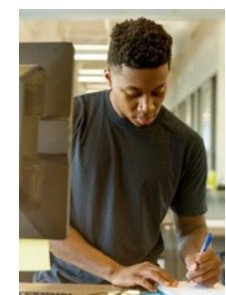
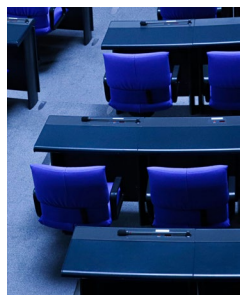


**Content-Lösungen**

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.



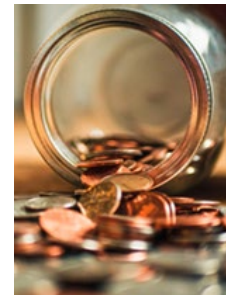
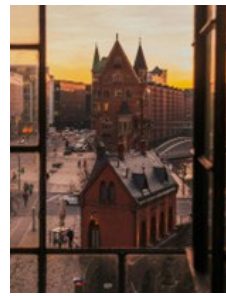
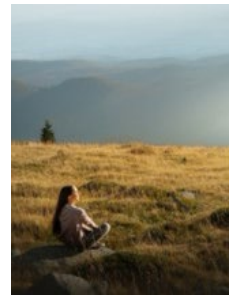
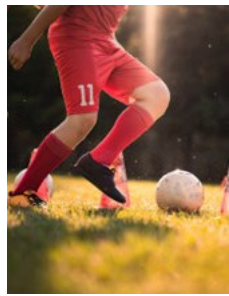
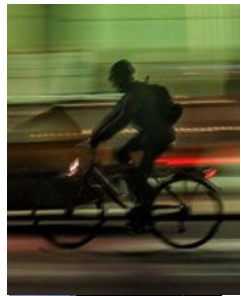
# ／ Buchbare Ressorts



| ZEIT ONLINE Politik   | ZEIT ONLINE Wirtschaft   | ZEIT ONLINE Kultur   | ZEIT ONLINE Gesellschaft  | ZEITmagazin ONLINE   | ZEIT Campus ONLINE  | ZEIT ONLINE ZE.TT   | ZEIT ONLINE Wissen  | ZEIT ONLINE Arbeit   | ZEIT ONLINE Gesundheit  |
|---|--|--|---|--|---|---|---|--|---|
| Das Politik-Ressort von ZEIT ONLINE bietet eine breite und tiefgehende Berichterstattung über politische und geopolitische Themen aus aller Welt. | Tiefgehende Einblicke in komplexe wirtschaftliche Zusammenhänge sowie Beiträge zu wirtschaftlichen Entwicklungen auf Gesellschaft und Unternehmen. | Das 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 neue Ressort von ZEIT ONLINE. Hier geht es um Antirassismus, queeres Leben, Feminismus und Inklusion. | Das Ressort interessiert, was die Welt bis ins letzte Atom zusammenhält, voranbringt und ausmacht – für die Gesellschaft und jede:n Einzelne:n. | 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. |

Änderungen vorbehalten.

# ／ Buchbare Ressorts



## ZEIT ONLINE Green

ZEIT GREEN richtet sich an Menschen, „die nach Lösungen suchen“. Es handelt von grünen Ideen aus allen Bereichen in Deutschland und der Welt.

## ZEIT ONLINE Sport

Das Ressort bietet einen hintergründigen, kritischen Blick auf die Sportwelt.

## ZEIT ONLINE Digital

Alles zum Internet, Schönes wie Kritisches zur Netzkultur, zu innovativen Technologien, zu neuen Gadgets und zu Games.

## ZEIT ONLINE Sinn

Wie komme ich klar? Was kann ich tun, um glücklich zu sein? Diese und weitere Fragen beantwortet ZEIT ONLINE Sinn.

## ZEIT ONLINE Entdecken

Von den neuesten Trends in Kultur, Wissenschaft und Technik bis hin zu ungewöhnlichen Reiseerlebnissen und sozialen Innovationen wird hier alles behandelt, was neugierig macht.

## ZEIT ONLINE Hamburg

Das ZEIT ONLINE Ressort Hamburg bietet detaillierte Artikel und Analysen zu sämtlichen Themen, die Hamburg betreffen.

## ZEIT ONLINE Geld

Die Finanzthemen bieten den Leser:innen Hilfe und Rat für einen souveränen Umgang mit ihren Geld-Angelegenheiten. Auf tagesaktuelle Börsennews oder Aktienanalysen wird verzichtet.

## 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.

## ZEIT ONLINE Mobilität

Artikel und Analysen zu Themen wie öffentlichem Nahverkehr, der Automobilbranche und den politischen Auswirkungen auf die Mobilität.

# / Rubriken: Übersicht (1/2)

| Plattform   | Beschreibung  | Unique User* | Visits**   | Page Impressions** |
|-------------|---|--------------|------------|--------------------|
| ZEIT Online | Aktuelle Nachrichten, Kommentare, Analysen und Hintergrundberichte aus Politik, Wirtschaft, Gesellschaft, Wissen, Kultur, Sport und Gesundheit. | 8,74 Mio.    | 74,98 Mio. | 164,18 Mio.        |

| Rubriken                 | Beschreibung   | Visits***  | Page Impressions*** |
|--------------------------|--|------------|---------------------|
| ZEIT Online Politik      | Das Politik-Ressort von ZEIT ONLINE bietet eine breite und tiefgehende Berichterstattung über politische und geopolitische Themen aus aller Welt.                | 16,38 Mio. | 22,60 Mio.          |
| ZEIT Online Wirtschaft   | Tiefgehende Einblicke in komplexe wirtschaftliche Zusammenhänge sowie Beiträge zu wirtschaftlichen Entwicklungen auf Gesellschaft und Unternehmen.               | 3,61 Mio.  | 4,41 Mio.           |
| ZEIT Online Kultur       | Das Ressort bietet ein Umfeld für das Schöne in Literatur, Film, Serien, Musik und Kunst.  | 4,65 Mio.  | 6,01 Mio.           |
| ZEIT Online Gesellschaft | Aktuelle Nachrichten und Hintergründe aus Gesellschaft und Zeitgeschehen zu vielfältigen sozialen und bildungspolitischen Veränderungen.                         | 6,16 Mio.  | 7,79 Mio.           |
| ZEITmagazin Online       | Tagesaktueller Magazinjournalismus zu Gesellschaft, Kultur, Design, Politik, Lifestyle und Trends mit opulenten Bildergalerien und emotionalen Texten.           | 4,03 Mio.  | 5,28 Mio.           |
| ZEIT CAMPUS Online       | Das junge Magazin der ZEIT bietet in den Rubriken Leben, Studieren und Arbeiten Orientierungshilfe für Studierende.  | 0,63 Mio.  | 0,79 Mio.           |
| ze.tt                    | Das neue Ressort von ZEIT ONLINE. Hier geht es um Antirassismus, queeres Leben, Feminismus und Inklusion.  | 0,68 Mio.  | 0,81 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                   | 2,87 Mio.  | 3,53 Mio.           |
| ZEIT Online Arbeit       | Themen rund um das moderne Arbeitsleben: Work-Life-Balance, Digitalisierung, Automatisierung, Vereinbarkeit von Beruf & Familie und Geschlechter-Gleichstellung. | 2,91 Mio.  | 3,51 Mio.           |

Quelle: \*agma DNA November 2024; \*\*IVW November 2024, \*\*\*Quelle Page Impressions und Visits ZEIT ONLINE: Mapp Ø pro Monat Nov. 2023-Okt.2024.



# / Rubriken: Übersicht (2/2)

| Rubriken               | Beschreibung   | Visits*** | Page Impressions*** |
|------------------------|--|-----------|---------------------|
| ZEIT Online Gesundheit | Informiert über neueste Erkenntnisse aus Wissenschaft und Medizin und ordnet aktuelle Daten in einen Kontext.  | 1,67 Mio. | 2,04 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.                                    | 0,02 Mio. | 0,02 Mio.           |
| ZEIT Online Sport      | Das Ressort bietet einen hintergründigen, kritischen Blick auf die Sportwelt.  | 2,62 Mio. | 3,46 Mio.           |
| ZEIT Online Digital    | Alles zum Internet, Schönes wie Kritisches zur Netzkultur, zu innovativen Technologien, zu neuen Gadgets und zu Games.   | 0,88 Mio. | 1,10 Mio.           |
| ZEIT Online Sinn       | Wie komme ich klar? Was kann ich tun, um glücklich zu sein? Diese und weitere Fragen beantwortet ZEIT ONLINE Sinn.   | 0,44 Mio. | 0,54 Mio.           |
| ZEIT Online Entdecken  | Von den neuesten Trends in Kultur, Wissenschaft und Technik bis hin zu ungewöhnlichen Reiseerlebnissen und sozialen Innovationen wird hier alles behandelt, was neugierig macht. | 0,97 Mio. | 1,23 Mio.           |
| ZEIT Online Hamburg    | Das ZEIT ONLINE Ressort Hamburg bietet detaillierte Artikel und Analysen zu sämtlichen Themen, die Hamburg betreffen.  | 0,53 Mio. | 0,67 Mio.           |
| ZEIT Online Geld       | Das Ressort hat sich zum Ziel gesetzt, das Thema Geld mit einer positiven Einstellung zu behandeln.  | 0,99 Mio. | 1,16 Mio.           |
| 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.                                  | 0,66 Mio. | 0,78 Mio.           |
| ZEIT Online Mobilität  | Artikel und Analysen zu Themen wie öffentlichem Nahverkehr, der Automobilbranche und den politischen Auswirkungen auf die Mobilität.   | 1,47 Mio. | 1,73 Mio.           |

Quelle: \*agma DNA November 2024; \*\*IVW November 2024, \*\*\*Quelle Page Impressions und Visits ZEIT ONLINE: Mapp Ø pro Monat Nov. 2023-Okt.2024.

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:

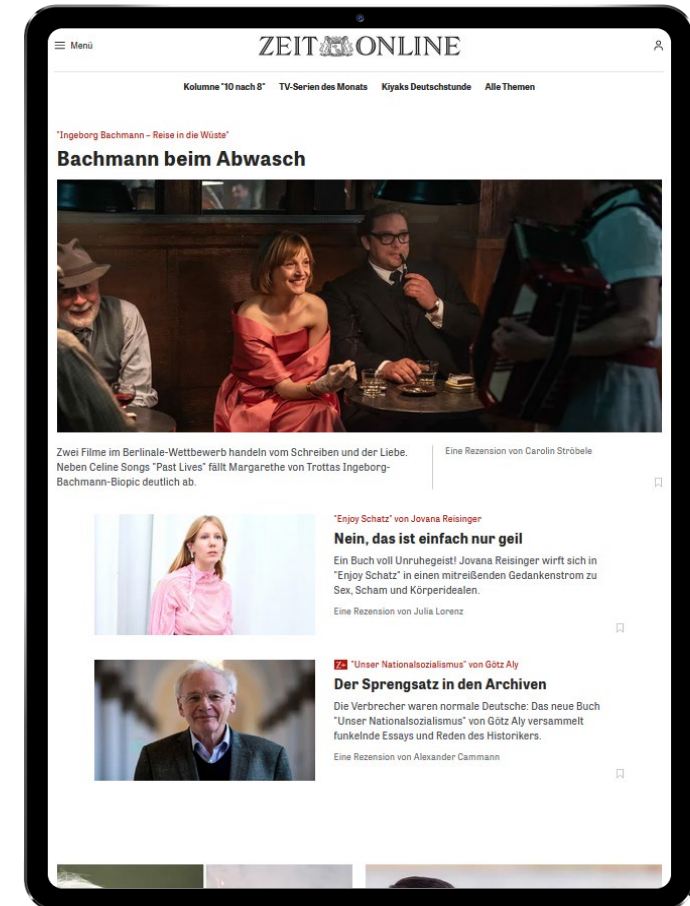
10 nach 8: Ein Autorinnen-Kollektiv für mehr weibliche Stimmen in der Öffentlichkeit, dem Feminismus wichtig ist und das in diesem Sinne für ZEIT ONLINE schreibt – politisch, poetisch, polemisch.

### Stärken

6,01 Mio. Page Impressions\*

4,65 Mio. Visits\*

\* Quelle: Mapp Ø pro Monat Nov. 2023-Okt. 2024



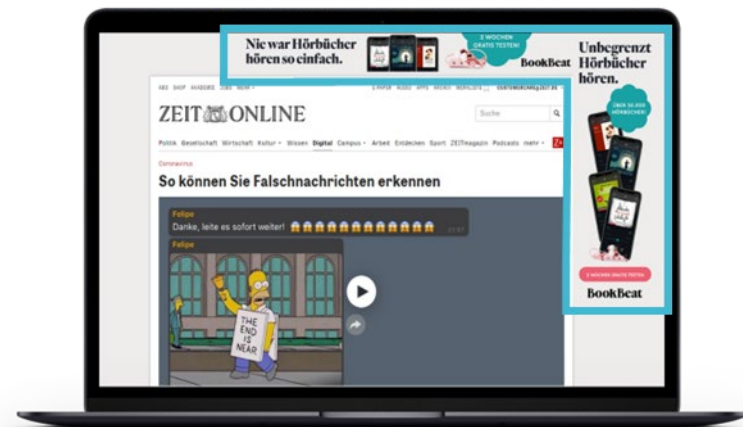
# / Displaykampagnen



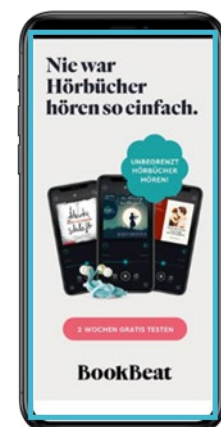
# Ausgewählte Display Formate



## Wallpaper



## Halfpage Ad



**Kombination für mehr potenzielle Reichweite:** Schaltung eines stationären Wallpapers in Kombination mit einem Mobile Halfpage Ad.  
 Weitere Bannerformate finden Sie im [Showroom](#) der iq digital.

## Preismatrix

### DIGITAL

|   |                            |
|---|----------------------------|
| Kombination von stationärem UND mobile Banner | PK1: 36,- €<br>PK2: 27,- € |
|---|----------------------------|

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 2025. 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 1.575,00 €. 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](#)

## Lesebeispiel:

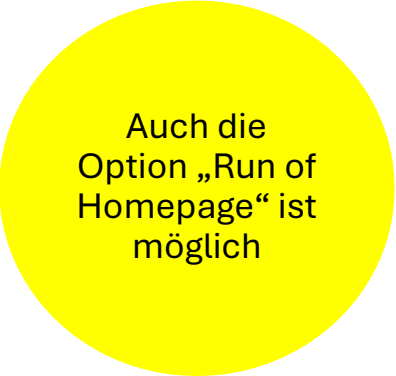
Sie möchten mit einem 2:1 Banner auf ZEIT CAMPUS ONLINE (Rubrik von ZEIT ONLINE) werben →

Rubrikenpreis PK 1 auswählen = 36,- € TKP  
 80.000 Ad Impressions kosten Sie  
 $80 \times 36,- \text{ €} = \underline{2.880,- \text{ €}}$

# / Unsere Umfelder – Ihre Buchungsmöglichkeiten

## 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.



Auch die Option „Run of Homepage“ ist möglich

## Rubrikenbuchung

Eine Rubrik ist die thematische Kategorie einer Website.

Rubriken von ZEIT ONLINE sind z.B.:

- ZEIT ONLINE Gesellschaft
- ZEIT ONLINE Kultur
- ZEIT CAMPUS ONLINE
- u.v.m.

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

## 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).

## Technisches Targeting\*

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

\*Es können maximal 3 Targetingkriterien kombiniert werden.

# / 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.



# / Targeting-Möglichkeiten im Vergleich

## / 1. Technisches Targeting / 2. Basic 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

### 2.1. 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)

Es können Mehrkosten für Targeting anfallen, die Kombination von Targetings ist lt. Preisliste zu klären.



# Regionale Zielgruppen durch Geotargeting erreichen

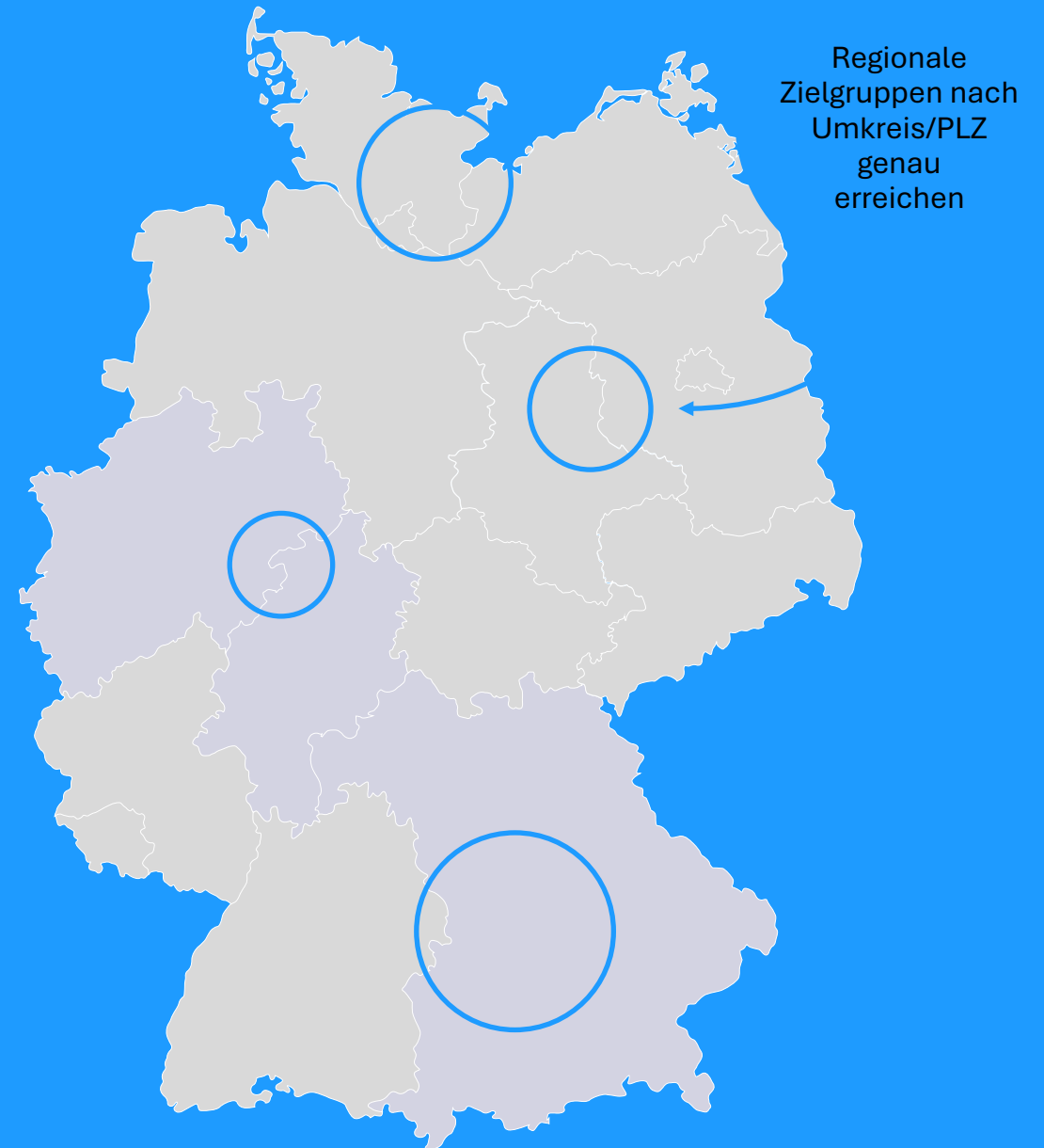
## Vermeiden Sie Streuverluste!

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

|   |   |  |   |
|---|---|--|---|
| <p><b>Geschlecht</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Frau</li> <li>• Mann</li> </ul>   | <p><b>Altersgruppen (Abstand 10 Jahre)</b></p> <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> | <p><b>Haushaltsgröße</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 Person</li> <li>• 2 Personen</li> <li>• 3 Personen</li> <li>• 4 + Personen</li> </ul>  | <p><b>Bildungsgrad</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Schulabschluss</li> <li>• Ausbildung</li> <li>• Hochschule/Fachhochschule</li> <li>• Ohne Schulabschluss</li> </ul>   |
| <p><b>Altersgruppen (Abstand 5 Jahre)</b></p> <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> | <p><b>Einkommen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Haushaltsführer</li> <li>• Haupteinkommensbezieher</li> </ul>  | <p><b>Immobilienbesitzer</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Eigenheimbesitzer</li> <li>• Wohnungsbesitzer</li> </ul>   | <p><b>Ausbildungsstatus</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Studenten</li> <li>• Auszubildende</li> <li>• Schüler</li> </ul>   |
|   | <p><b>Haushaltsnettoeinkommen</b></p> <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> | <p><b>Familienstand</b></p> <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> | <p><b>Beruflicher Status</b></p> <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

Es können maximal drei Kriterien kombiniert werden. Bei der Buchung von Targeting-Optionen fällt ein Aufschlag in Höhe von 15% an.

# / 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

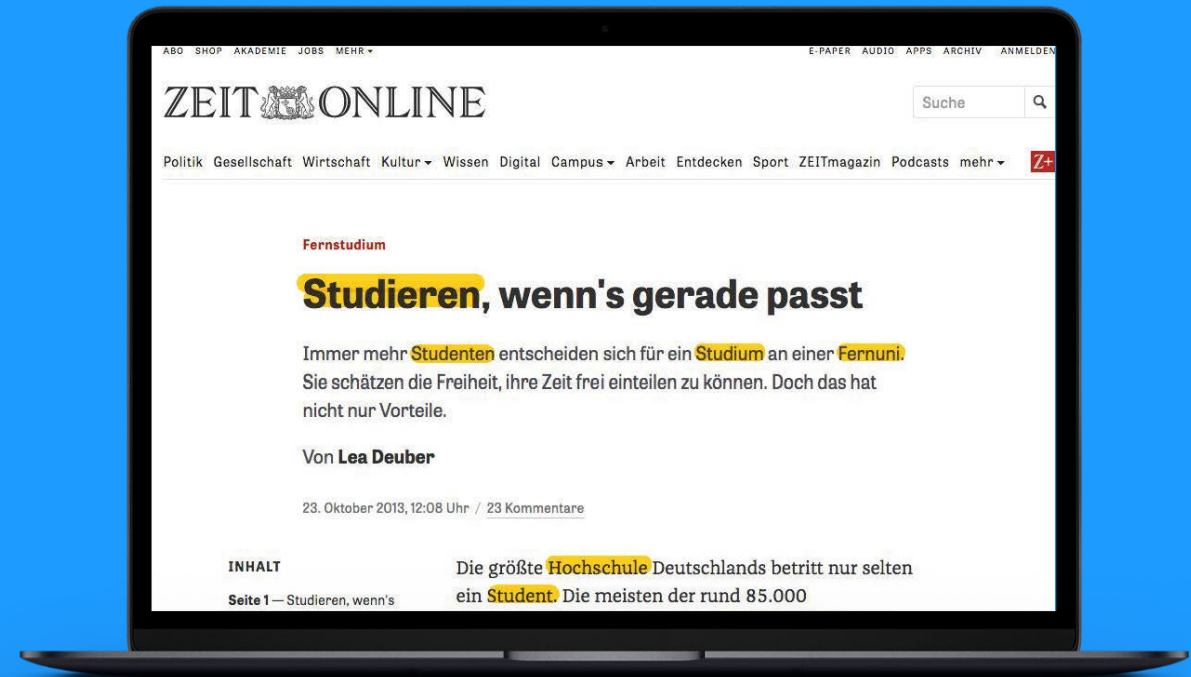
Es können maximal drei Kriterien kombiniert werden. Bei der Buchung von Targeting-Optionen fällt ein Aufschlag in Höhe von 15% an.

## / 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.



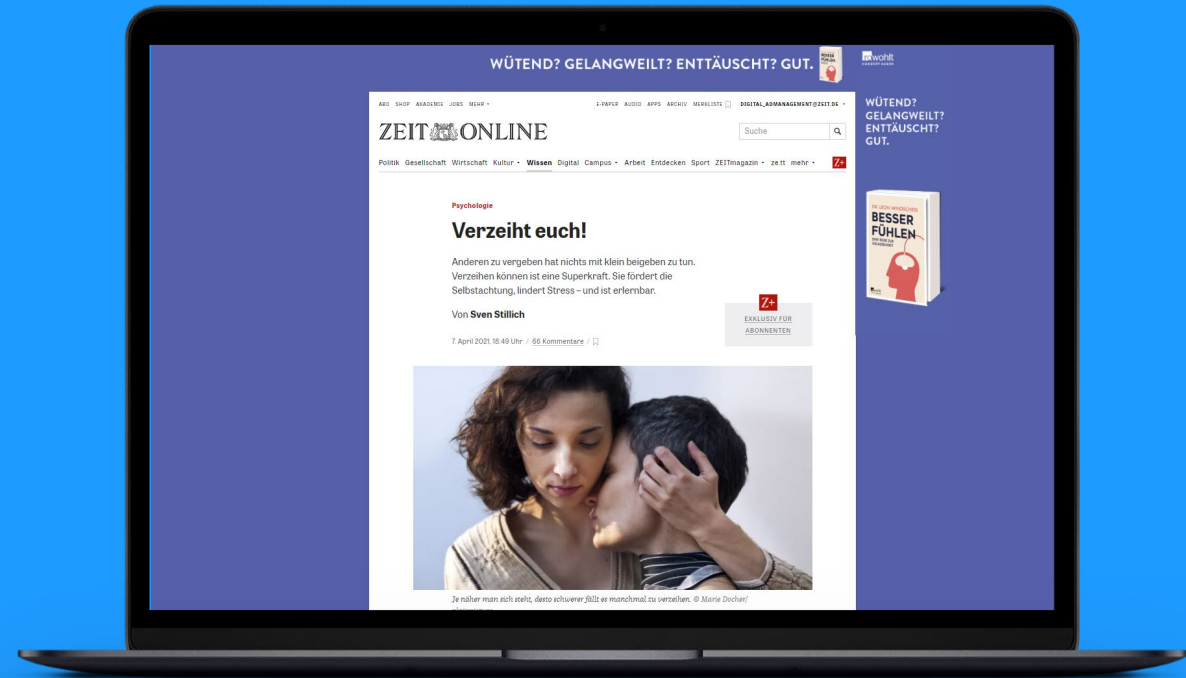
## / 3.2. Kontextuelles Targeting

### 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

Es können maximal drei Kriterien kombiniert werden. Bei der Buchung von Targeting-Optionen fällt ein Aufschlag in Höhe von 15% an.

# / 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.



# / Buchtipp

## 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<br>300 x 600 px | Text max. 200 Zeichen für Headline und Text (inklusive Leerzeichen)<br>Bildformat 600 x 1200 px<br>(bestenfalls Hochkant)<br>JPEG, PNG, TIFF | 60.000 | 2.560,- €*<br>2.560,- €* |

\*Die Erstellungskosten liegen bei 400,- €, sind in diesem Preis bereits inkludiert und nicht AE- und rabattfähig. Der Mediapreis von 2.160,- € ist nicht rabatt- aber AE-fähig.

## Materialanlieferung

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



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

## 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 18 Werktage vor dem Kampagnenstart erfolgen

## Sie liefern:

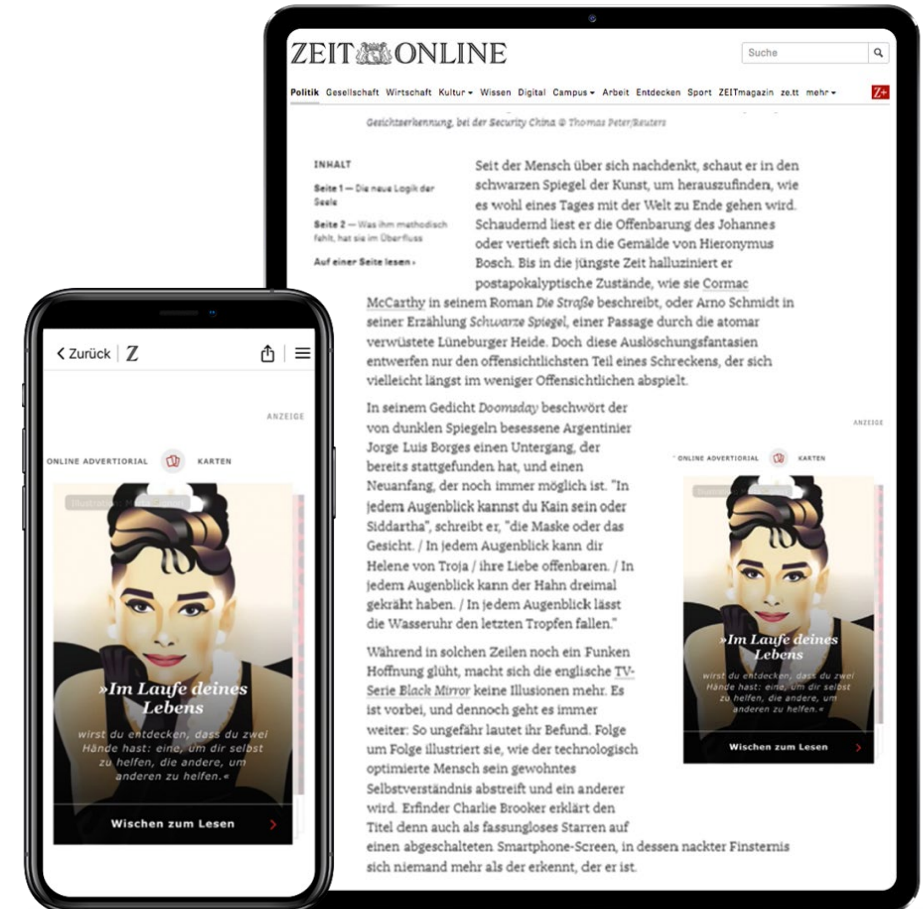
- Informationen/PR-Meldung
- Bilder im Hochformat und / oder Video-Link
- Logo und
- Ziel URL

## Preis:

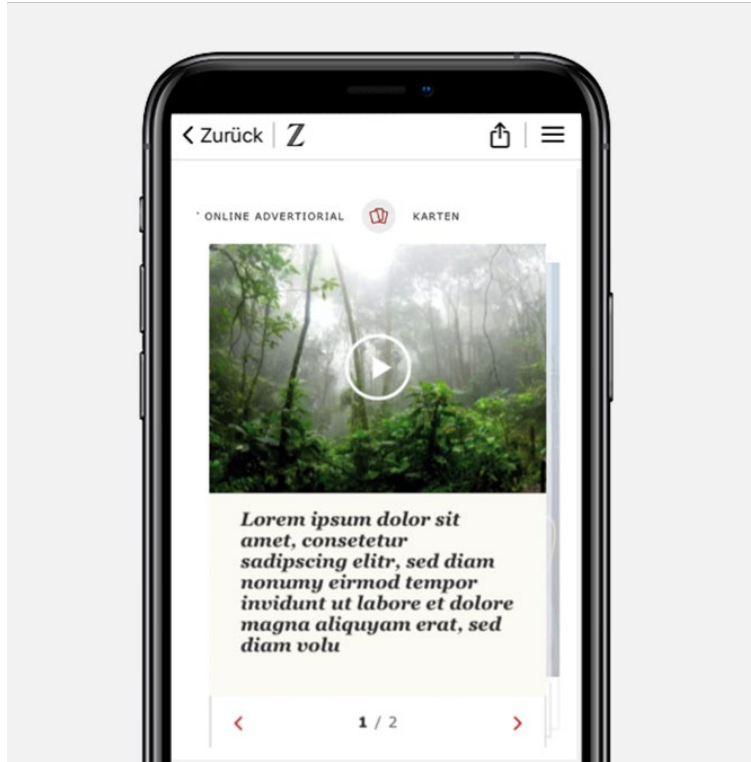
ab 5.000 € (inkl. Produktions- und Mediakosten)\*

\*Pakete auf Anfrage. Branchenrabatte möglich. Alle Preise zzgl. MwSt. Das Angebot ist freibleibend.

Tipp:  
Insta Story  
ZEIT CAMPUS  
/ ZEITmagazin  
zubuchbar

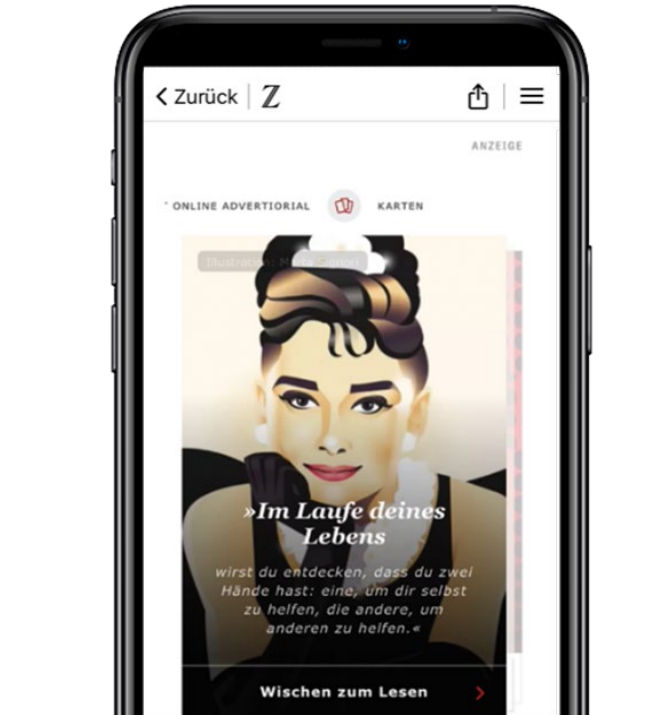


# / Viel Content in einer Werbeform – eine Kombination ist möglich



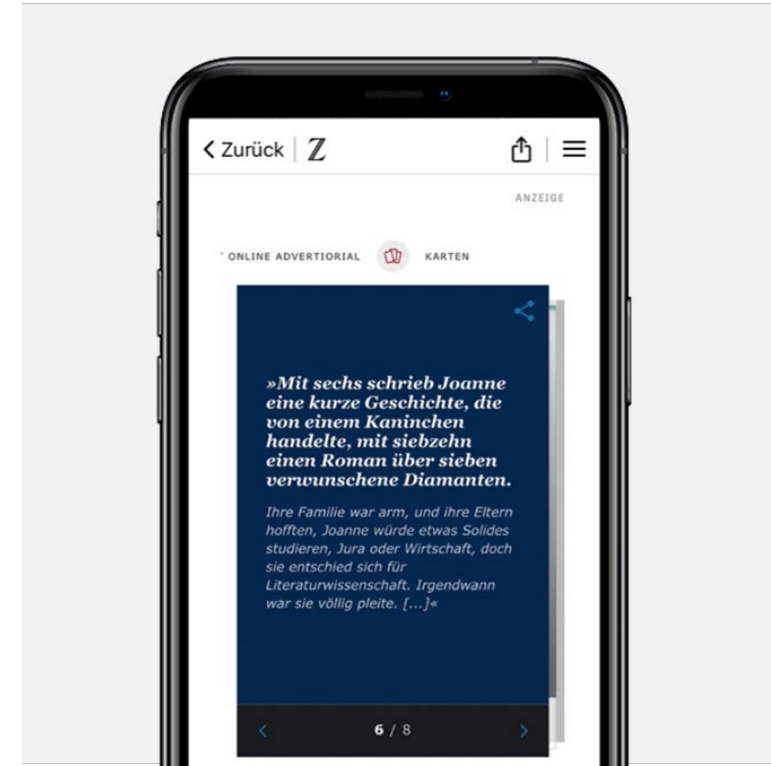
## Video Card

- 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

# ／ 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.

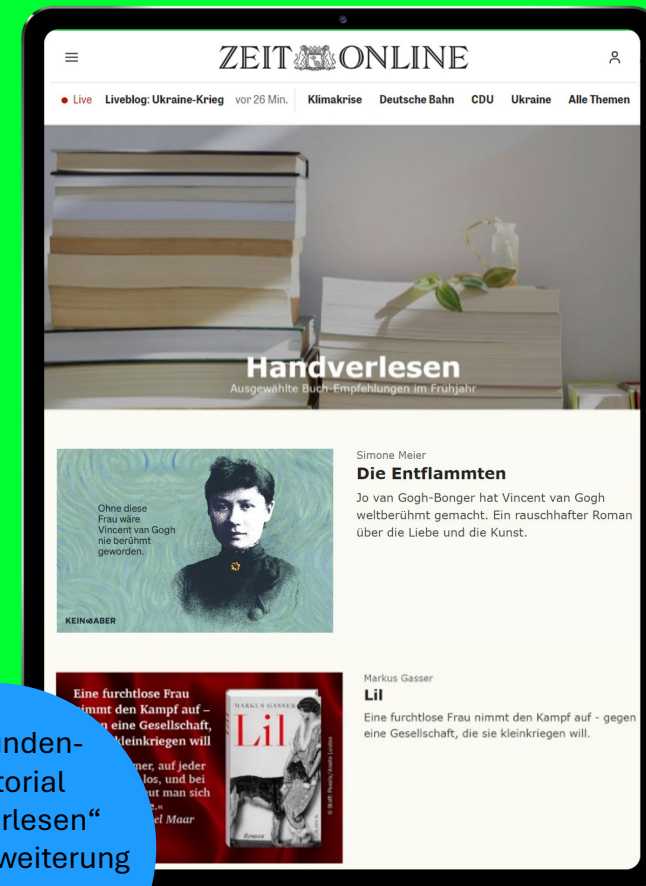
Handverlesen sammelt die Buch- und Leseempfehlungen verschiedener Verlage, sorgt durch umfangreiche Vorstellungen Ihrer Titel für Inspiration und macht Lust aufs Lesen!

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><br>in ZEIT LITERATUR<br>Leipzig*   | 20.03.2025         | 20.03.2025 –<br>17.04.2025 | 20.02.2025      |
| <b>MKA Handverlesen</b><br>in ZEIT LITERATUR<br>Frankfurt* | 09.10.2025         | 09.10.2025 –<br>06.11.2025 | 11.09.2025      |

\*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

Simone Meier

### 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.




Ohne diese Frau wäre Vincent van Gogh nie berühmt geworden.


KEIN@BER

Frankreich und Holland um 1900. Die junge Jo van Gogh-Bonger verliebt ihren geliebten Mann Theo an der Stykkie. Kurz zuvor hat sich Theos Bruder Vincent van Gogh erschossen. Jo liebt nichts als ein Baby und hässliche Bilder des noch unbekannteren Malers. Sie beschließt, Vincent wahrheitsfalsch zu machen, und setzt damit eine gigantische Erbschaft in Gang. Über hundert Jahre später stößt die Kunsthistorikerin Gina auf das Geschehen. Und Jo mittelt vor in eine schillernde Welt zwischen Liebe, Obsession und Kunst um 1900. Ginas Vater ist Schriftsteller und verweilt viel zuweilen in der Provinz, wo er seinen Briefen nachschreibt. An seiner Seite wird Ginas Frustration für Jo selbst zu einem rasch habenden Kommen über eine kurze, aber glänzende Liebe. Und über zwei Familiengeheimnisse im Zeichen der Kunst.

Diese Geschichte rund um die energische und einflussreiche Jo van Gogh-Bonger hat vorweggenommene die Autorin gefunden: "Ich fragte mich, wie Vincent van Gogh, der zu Lebzeiten kein richtiges Bild verkauft hat, der mittellos und gering verehrt gewesen ist, plötzlich zu einem der besten und beliebtesten Künstler der Welt werden konnte. Ich dachte: Mit etwas Glück noch eine Frau dahinter, am nächsten Tag googelte ich Who made Vincent van Gogh famous? Und stieß auf seine Schwägerin Jo."



Zum Buch



Simone Meier

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

–Steph Reinhold

Eine Frau, verwickelt in dem Leben einer anderen, eine Tochter, die von ihrem Vater von ihrem Leben an sich nicht getrennt wird. Das ist Autorin, die uns die Geschichte einer berühmten Folgekünstlerin schreibt: Dieses Buch ist eine Gabe, mit der wir nicht gerechnet haben, eine Erzählung voller Zärtlichkeit und Empathie, die uns verbindet.

–Caroline Bonhoeffer

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

–Karin Brodbeck, NZZ, 17. April 2023

Hier können Sie das Buch direkt bestellen.

Zurück zur Übersicht


📖 📧 📧 📧 📧 📧 📧

ZEIT ONLINE

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

## Handverlesen

Ausgewählte Buch-Empfehlungen im Frühjahr




Ohne diese Frau wäre Vincent van Gogh nie berühmt geworden.

KEIN@BER

Simone Meier

### Die Entflammten

Jo van Gogh-Bonger hat Vincent van Gogh weltberühmt gemacht. Ein rauschhafter Roman über die Liebe und die Kunst.



Eine furchtlose Frau nimmt den Kampf auf – gegen eine Gesellschaft, die sie kleinkriegen will

»Ein Pageturner, auf jeder Seite ist was los, und bei jeder Seite freut man sich auf die nächste.«

Michael Maar

C.H. BECK

Markus Gasser

### Lil

Eine furchtlose Frau nimmt den Kampf auf – gegen eine Gesellschaft, die sie kleinkriegen will.

# Unser Angebot für Handverlesen

Handverlesen-  
Mediapaket  
flexibel anpassbar

| Kommunikationsmittel | Info   | Platzierung | Bruttokontakte | TKP     | Nettopreis<br>(zzgl. MwSt.) |
|----------------------|--|-------------|----------------|---------|-----------------------------|
| <b>Produktion</b>    |  |             |                |         |                             |
| Profil               | 1 Artikelseite innerhalb des Mehrkundenadvertisements, Laufzeit 4 Wochen         | ZEIT ONLINE |                |         | 1.200,- €                   |
| <b>Media</b>         |  |             |                |         |                             |
| Werbemittel          | Digital mobile Halfpage Ad, stationär 2:1, PK 2 mit Targeting Literaturinteresse | ZEIT ONLINE | 125.000 AI     | 15,53 € | 1.940,63 €                  |
| <b>Summe</b>         |  |             |                |         | <b>3.140,63 €</b>           |

Der Preis gilt je Advertorial und ist AE- aber nicht abschlussrabattfähig. Die Produktionskosten sind nicht rabatt- oder AE-fähig. Das Mehrkundenadvertisment 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)

# / Native Article und Native Hub

## / Native Article

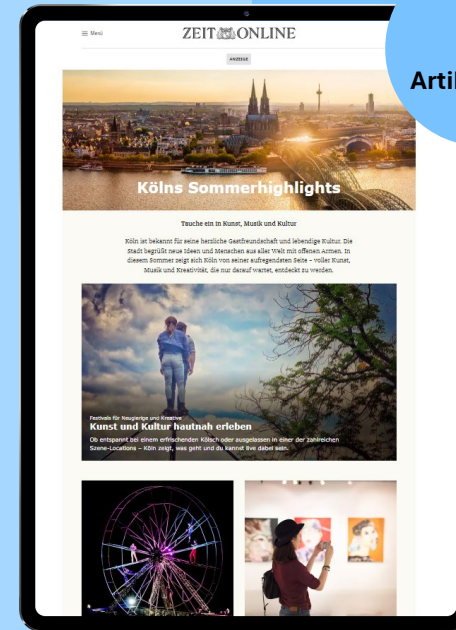


**1**  
Artikelseite

**BASIC:**  
CONTENT-ERSTELLUNG DURCH SIE  
PREIS AB 6.000€ (4 WOCHEN)\*

**PLUS:**  
CONTENT-ERSTELLUNG DURCH UNS  
PREIS AB 8.000€ (4 WOCHEN)\*

## / Native Hub



**5**  
Artikelseiten

**BASIC:**  
CONTENT-ERSTELLUNG DURCH SIE  
PREIS AB 12.500€ (4 WOCHEN)\*

**PLUS:**  
CONTENT-ERSTELLUNG DURCH UNS  
PREIS AB 17.500€ (4 WOCHEN)\*

\*Das Mindestbuchungsvolumen netto/netto besteht aus Produktions- und Mediakosten. Der Anteil für Produktionskosten ist nicht rabatt- und nicht AE-fähig. Nur in Kombination mit Traffic-Maßnahmen/Medialeistungen buchbar. Alle Preise zzgl. MwSt., Änderungen vorbehalten. Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen, siehe advise.zeit.de



# Welcher Umfang darf es sein? Sie entscheiden.

## Native Article

- Contenterstellung: bei *Basic* durch Sie, bei *Plus* durch uns (nach Briefing)
- Gestaltung im gewünschten Native Content Layout
- Aktualisierung möglich
- **Eine Artikelseite** mit max. 6.000 Zeichen
- **Bild-Text Teaser auf Ressortebene für die gesamte Laufzeit\***
- Medialeistung wie bspw. Display Ads zur Trafficgenerierung ist im Angebot enthalten und kann kundenindividuell zusammengestellt werden (50 % interner Verlinkungsrabatt)



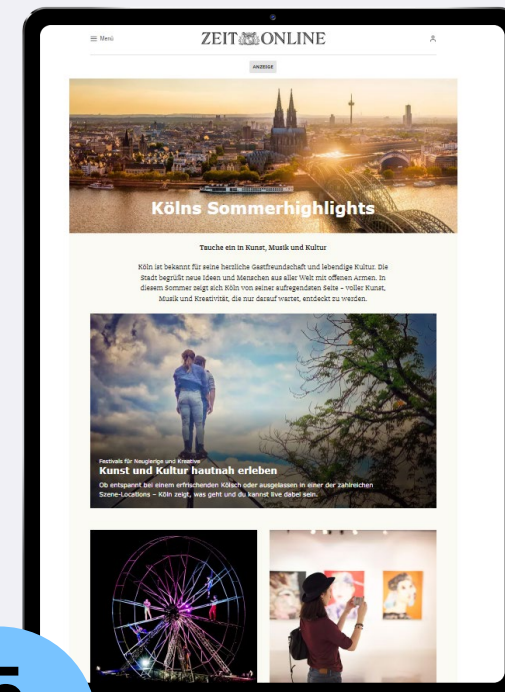
1

Artikelseite

Preis: **Basic** ab 6.000€ (4 Wochen)\*\*, **Plus** ab 8.000€ (4 Wochen)\*\*

## Native Hub

- Contenterstellung: bei *Basic* durch Sie, bei *Plus* durch uns (nach Briefing)
- Gestaltung im gewünschten Native Content Layout
- Aktualisierung möglich
- **Centerpage zzgl. fünf Artikelseiten** (bis zu 6.000 Zeichen pro Artikel)
- **Bild-Text Teaser auf Ressortebene für die gesamte Laufzeit\***
- Medialeistung wie bspw. Display Ads zur Trafficgenerierung ist im Angebot enthalten und kann kundenindividuell zusammengestellt werden (50 % interner Verlinkungsrabatt)



5

Artikelseiten

Preis: **Basic** ab 12.500€ (4 Wochen)\*\*, **Plus** ab 17.500€ (4 Wochen)\*\*

\* Nach Verfügbarkeit.

\*\* Preis versteht sich als Mindestbuchungsvolumen netto/netto bestehend aus Produktions- und Mediakosten. Der Anteil für Produktionskosten ist nicht rabatt- und nicht AE-fähig. Nur in Kombination mit Traffic-Maßnahmen/Medialeistungen buchbar. Alle Preise zzgl. MwSt. Änderungen vorbehalten.

# Native Gestaltung nah am Layout Ihrer Wunschmarke



Mögliche Layoutvarianten für eine native Anmutung:

ZEIT  ONLINE

ZEIT  MAGAZIN

ZEIT CAMPUS



# / Newsletter (1/2)

| Newsletter  | Abonent:innen | Erscheinungsweise                    | Anzeigenart         | Grundpreis <sup>4</sup> | Branchenpreis II <sup>5</sup> |
|---|---------------|--------------------------------------|---------------------|-------------------------|-------------------------------|
| Das tut mir gut<br>(Gesundheits Community Newsletter)     | 101.000       | Wöchentlich, freitags                | Breaking Ad         | 7.055,-€                | 3.174,75 €                    |
|   |               |                                      | Bild-Text Ad        | 7.575,-€                | 3.408,75 €                    |
| DIE ZEIT:Hamburg<br>Elbvertiefung <sup>1</sup>            | 107.000       | Werktäglich, montags – freitags      | Standard Ad         | 2.700,-€ pro Woche      | 2.700,-€ pro Woche            |
|   |               |                                      | Bild-Text Ad        | 2.950,-€ pro Woche      | 2.950,-€ pro Woche            |
| DIE ZEIT:Hamburg<br>Elbvertiefung                         | 107.000       | Wöchentlich, samstags                | Standard Ad         | -                       | 2.900,-€                      |
|   |               |                                      | Bild-Text Ad        | -                       | 2.900,-€                      |
| DIE ZEIT: Kommst du mit?<br>(Reise Community Newsletter)  | 119.000       | Wöchentlich, mittwochs               | Text Ad             | 1.000,-€                | 1.000,-€                      |
|   |               |                                      | Breaking Ad         | 1.500,-€                | 1.500,-€                      |
|   |               |                                      | Breaking Ad Premium | 2.000,-€                | 2.000,-€                      |
|   |               |                                      | Bild-Text Ad        | 2.500,-€                | 2.500,-€                      |
| DIE ZEIT: Was wir lesen<br>(Literatur Community)          | 166.000       | Wöchentlich, donnerstags             | Breaking Ad         | 2.700,-€                | 2.700,-€                      |
|   |               |                                      | Buchverlosung       | -                       | 4.000,-€                      |
|   |               |                                      | Bild-Text Ad        | 4.000,-€                | 4.000,-€                      |
| DIE ZEIT: WISSEN Drei                                     | 34.000        | Wöchentlich, montags und donnerstags | Breaking Ad         | 1.700,-€ pro Ausgabe    | 765,-€ pro Ausgabe            |
| Freunde der ZEIT  | 270.000       | Wöchentlich, sonntags                | Breaking Ad         | 3.000,-€                | 3.000,-€                      |
|   |               |                                      | Buchverlosung       | -                       | 4.500,-€                      |
|   |               |                                      | Bild-Text Ad        | 4.500,-€                | 4.500,-€                      |
| Was jetzt? – Der tägliche<br>Morgenüberblick <sup>2</sup> | 225.000       | Täglich, montags –sonntags           | Breaking Ad         | 18.900,-€ pro Woche     | 18.900,-€ pro Woche           |
| WELTKUNST   | 30.000        | Wöchentlich, freitags                | Advertorial         | 870,-€                  | 870,-€                        |
|   |               |                                      | Breaking Ad         | 775,-€                  | 775,-€                        |
| ZEIT BRIEF  | 575.000       | Wöchentlich, mittwochs               | Bild-Text Ad        | 4.600,-€                | 4.600,-€                      |
| ZEIT CAMPUS   | 50.000        | Wöchentlich, dienstags               | Breaking Ad         | 2.500,-€                | 1.125,-€                      |
| ZEIT für die Schule<br>(LEHRER) – Sek I                   | 32.000        | Monatlich, jeden 03. Donnerstag      | Breaking Ad         | 1.600,-€                | 1.600,-€                      |

# / Newsletter (2/2)

| Newsletter                               | Abonent:innen | Erscheinungsweise                                      | Anzeigenart                 | Grundpreis <sup>4</sup> | Branchenpreis II <sup>5</sup> |
|--|---------------|--|-----------------------------|-------------------------|-------------------------------|
| ZEIT für die Schule<br>(LEHRER) – Sek II | 42.000        | Monatlich, jeden 01. Donnerstag                        | Breaking Ad                 | 2.100,-€                | 2.100,-€                      |
| ZEIT für Unternehmer                     | 40.000        | Monatlich, donnerstags                                 | Breaking Ad<br>Bild-Text Ad | 4.000,-€<br>7.500,-€    | 4.000,-€<br>7.500,-€          |
| ZEIT Job Newsletter                      | 348.000       | Wöchentlich, donnerstags                               | Breaking Ad<br>Bild-Text Ad | 1.495,-€<br>1.495,-€    | 1.495,-€<br>1.495,-€          |
| DIE ZEIT: Was für ein Tag <sup>3</sup>   | 55.000        | Werktäglich, mittwochs – dienstags<br>(inkl. samstags) | Breaking Ad                 | 9.800,-€ pro Woche      | 3.712,50€ pro Woche           |
| ZEITmagazin Wochenmarkt                  | 38.000        | Wöchentlich, freitags                                  | Breaking Ad                 | 1.900,-€                | 1.900,-€                      |
| ZEIT ONLINE Familienzeit                 | 38.000        | Wöchentlich, mittwochs                                 | Breaking Ad                 | 1.900,-€                | 1.900,-€                      |
| ZEIT ONLINE Geld                         | 20.000        | Wöchentlich, dienstags                                 | Breaking Ad                 | 1.870,-€                | 1.870,-€                      |
| ZEIT ONLINE Kultur                       | 18.900        | Wöchentlich, donnerstags                               | Breaking Ad                 | 850,-€                  | 540,-€                        |
| ZEIT Österreich – Gemischter Satz        | 48.000        | Wöchentlich, freitags                                  | Breaking Ad<br>Bild-Text Ad | 690,-€<br>890,-€        | 690,-€<br>890,-€              |
| ZEIT REISEN                              | 90.000        | Wöchentlich, sonntags                                  | Bild-Text Ad                | 850,-€                  | 850,-€                        |
| ZEIT Sinn: Wofür leben wir?              | 38.000        | Wöchentlich, freitags                                  | Breaking Ad<br>Bild-Text Ad | 1.250,-€<br>1.750,-€    | 1.250,-€<br>1.750,-€          |
| ZEIT VERBRECHEN                          | 40.000        | zweiwöchentlich, freitags                              | Breaking Ad                 | 2.000,-€                | 1.750,-€                      |
| ZEIT WISSEN                              | 49.000        | Dienstags<br>(zum EVT von ZEIT WISSEN)                 | Breaking Ad                 | 2.250,-€                | 2.250,-€                      |

Alle Preise zzgl. MwSt.; Änderungen der Preise, Reichweiten und Erscheinungsweise 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 werktäglich. Buchung nur wochenweise möglich (Mittwoch-Dienstag).

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

<sup>5</sup> Branchenpreis II: Preise für Buch- & Musikverlage

# 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.

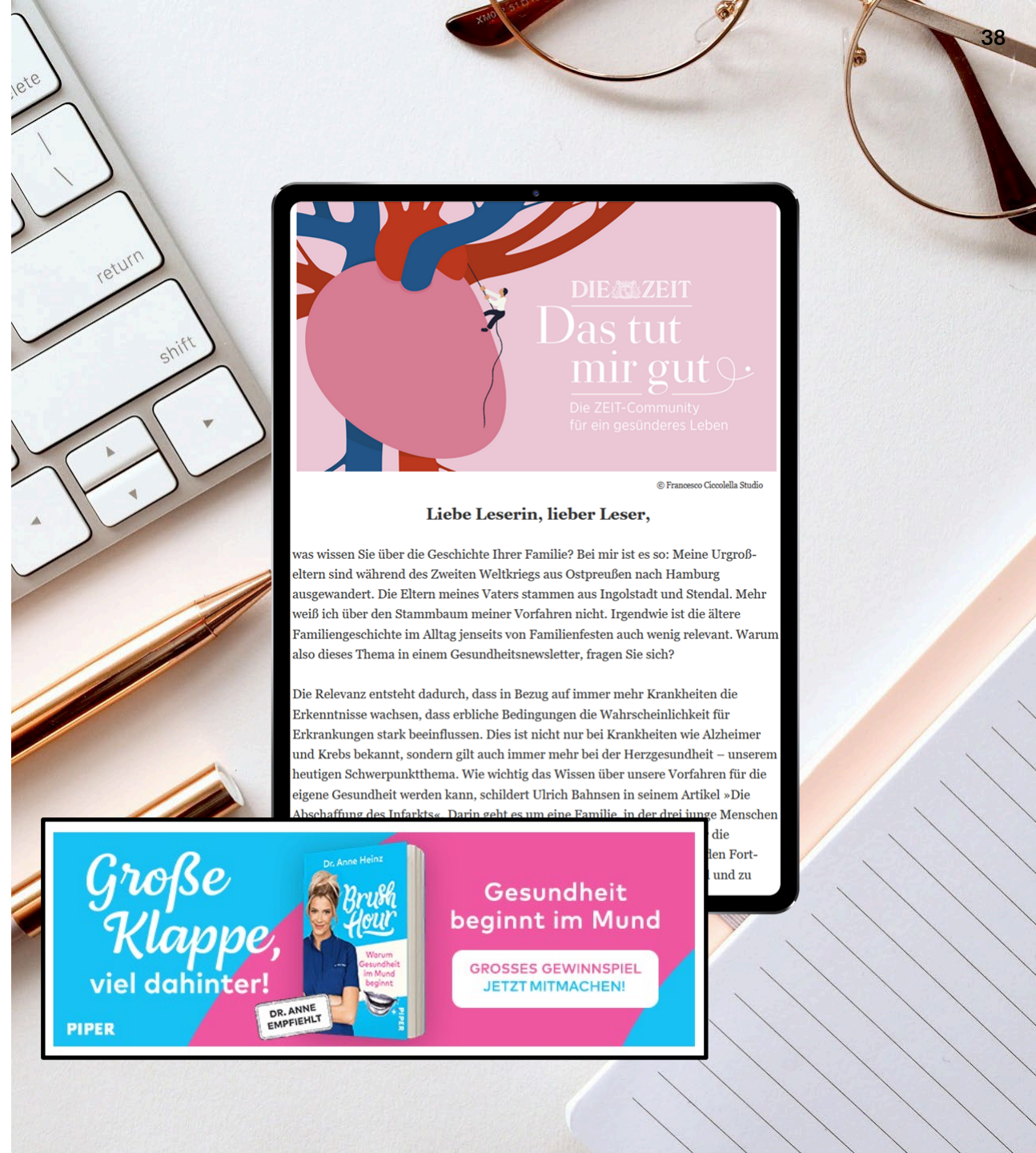
**Erscheinungsweise:** wöchentlich, freitags

**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 Cicoeella 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 Bahnen in seinem Artikel »Die Abschaffung des Infarkts«. Darin geht es um eine Familie, in der drei junge Menschen

die  
den Fort-  
und zu

**Große Klappe, viel dahinter!**

Dr. Anne Heinz  
**Brush Hour**  
Worum Gesundheit im Mund beginnt

DR. ANNE EMPFIEHLT

**Gesundheit beginnt im Mund**

**GROSSES GEWINNSPIEL JETZT MITMACHEN!**

PIPER

# / 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 CO2-Ausstoß zu kompensieren
- Lebensgefährlicher Fahrradunfall auf St. Pauli
- Warum viele Jugendliche trotz Fachkräftemangels keine Lehrstelle finden – und wie Hamburg ihnen hilft



Liebe Leserin, lieber Leser,

mit der Sanierung größerer Bauwerke aus Stahl und Beton haben die Hamburger Behörden ab und an Schwierigkeiten. Mit Monumenten aus Granit scheint es besser zu laufen – wobei, na ja, wie man's nimmt: Die Restaurierung des 34 Meter hohen

### Carmen Korn: ZWISCHEN HEUTE UND MORGEN

Eine bewegende Familiengeschichte in bewegten Zeiten. In der Fortsetzung ihres Bestsellers »Und die Welt war jung« lässt Carmen Korn einmal mehr Vergangenheit lebendig werden. Sie erzählt von den Menschen, von den kleinen Momenten im großen Weltgeschehen, von dem, was ein gelebtes Leben ausmacht.

[Jetzt reinlesen!](#)



folgreich  
Februar 2020  
gereinigt und  
rdem wurden  
ie Sanierung  
nd 9 Millionen

# 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.)



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:** 120.000 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 über auch nach kulinarischen, um es in den Worten des ... mit uns die »Schönheit

Bernd Loppow, Gründer

**DAS BESTE, WAS WIR MIT UNSERER ZEIT MACHEN KÖNNEN!**

Von den erfolgreichsten deutschsprachigen Reisepodcastern: »Reisen Reisen«

**JETZT ENTDECKEN!**

Über 4,3 Millionen Podcast Downloads

MALIK malik.de

# Was wir lesen

Wöchentliche Buchempfehlungen von Prominenten, Journalisten und Leserinnen und Lesern.

**Sachbuchbestenliste:** erscheint immer am ersten Donnerstag im Monat

**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.

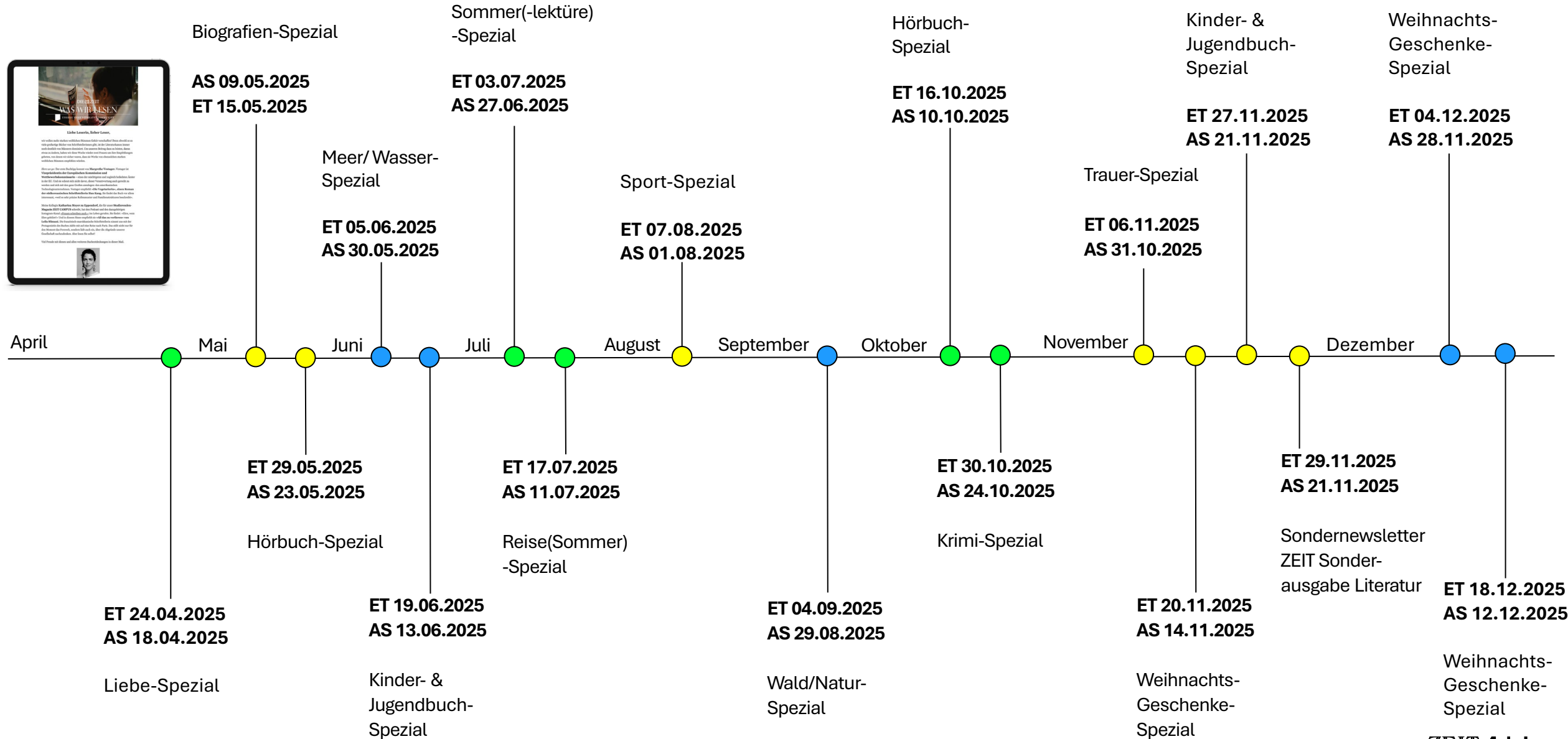
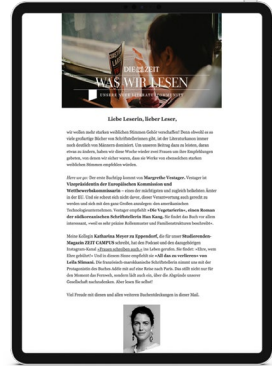
Here we go: Der erste Buchtipp kommt von **Margrethe Vestager**. Vestager ist **Vizepräsidentin der Europäischen Kommission** und **Wettbewerbskommissarin** – eines der mächtigsten und zugleich heißesten Ämter in der EU. Und sie scheut sich nicht davor, dieser Verantwortung auch gerecht zu werden und 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 ZETT 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 **Lella 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.



# Was wir lesen-Themenschwerpunkte im Überblick



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



Freunde der ZEIT  
Das Programm für AbonnentInnen

**Liebe Leserin, lieber Leser,**

»Hier war es!« Nach einem Ausflug zu dem Bauernhof, auf dem ich aufgewachsen bin, stehen meine Kinder und ich betroffen an dem Graben, in den ich damals immer geplumpst bin, als ich das Radfahren lernte. Die Brennnesseln sind immer noch da, ich kann sie fast noch auf der Haut spüren, und die tröstenden Worte meiner Oma hab ich auch sofort wieder im Ohr. Meine Kinder hingegen sind ein bisschen enttäuscht, hatten sie sich doch einen tiefen, steilen Abgrund vorgestellt nach meinen dramatischen Schilderungen. Sie wollen wissen, welche Farbe mein Fahrrad damals hatte? Keine Ahnung.

In dieser Newsletterausgabe geht es um Erinnerungen. Um die, die überdeutlich in unseren Köpfen bleiben, und die, die unser Gedächtnis einfach nicht mehr herstellen kann. Im Text »Wie war das noch mal?« möchte Michael Allmaier mehr von dem behalten, was sein Leben beeinflusst hat, und befragt Wissenzenzwinkern schildert

Wenn man sich  
wir 3 Tipps für  
gar an Situationen  
ennen. Jetzt lesen

Superreiche kapern unsere Welt

campus

JETZT LESEN!

HEIKE BUCHTER  
WER WIRD MILLIARDÄR?  
Von großen globalen Akteuren

campus

# 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.

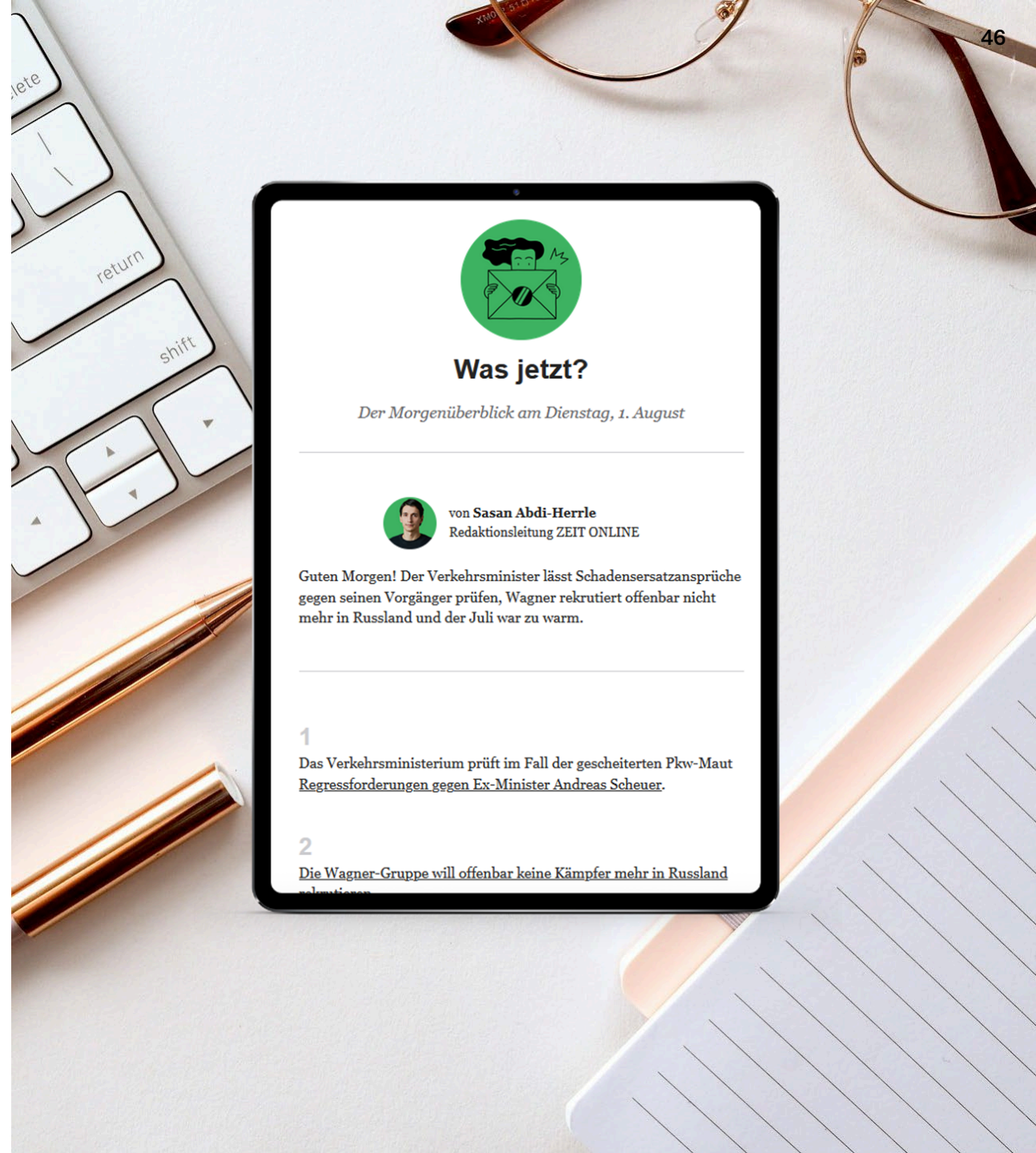
**Erscheinungsweise:** täglich, montags-sonntags

**Reichweite:** 490.000 Newsletter-Empfänger:innen

**Anzeigenplätze:** zwei Anzeigenplätze pro Newsletter

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

**Platzierungsmöglichkeit:** Breaking Ad



## Was jetzt?

*Der Morgenüberblick am Dienstag, 1. August*



von **Sasan Abdi-Herrle**  
Redaktionsleitung ZEIT ONLINE

Guten Morgen! Der Verkehrsminister lässt Schadensersatzansprüche gegen seinen Vorgänger prüfen, Wagner rekrutiert offenbar nicht mehr in Russland und der Juli war zu warm.

1

Das Verkehrsministerium prüft im Fall der gescheiterten Pkw-Maut Regressforderungen gegen Ex-Minister Andreas Scheuer.

2

Die Wagner-Gruppe will offenbar keine Kämpfer mehr in Russland rekrutieren.

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:** 30.000 Newsletter-Empfänger:innen

**Anzeigenplätze:** zwei Anzeigenplätze pro Newsletter

**Anzeigenschluss:** vier Werktage vor Erscheinen

**Platzierungsmöglichkeit:** Advertorial, Streifenanzeige



## WELTKUNST



30. April 2020

Der WELTKUNST-Newsletter  
von Lisa Zeitz

Der gestrige Tod von Germano Celant macht mich betroffen. Er ist mit achtzig Jahren in Mailand an den Folgen des Corona-Virus gestorben. Als junger Mann prägte er den Begriff der „Arte Povera“ und wurde im Lauf seiner Karriere zum berühmtesten Kurator unserer Zeit. Er hat Ausstellungen im New Yorker Guggenheim Museum organisiert, im Centre Pompidou in Paris und unzähligen anderen Museen, hat rund einhundert Bücher verfasst, war Leiter der Biennale von Venedig und Direktor der Fondazione Prada. Besonders eindrücklich habe ich seine museumsreife Lucio-Fontana-Schau in der Gagosian Gallery 2012 in New York in Erinnerung, die sein tiefes Verständnis für den Künstler unter Beweis stellte. Ich werde mich an diese Ausstellung und die Gespräche mit ihm erinnern. Ich werde mich an die

**KRIMI TRIFFT AUF KUNSTGESCHICHTE**

Die neue Krimireihe um den Bonner Kunstexperten und Ermittler Lennard Lomberg

**MEHR ERFAHREN**

ANDREAS STORM  
DAS NEUNTE GEMÄLDE

# / ZEIT Brief

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

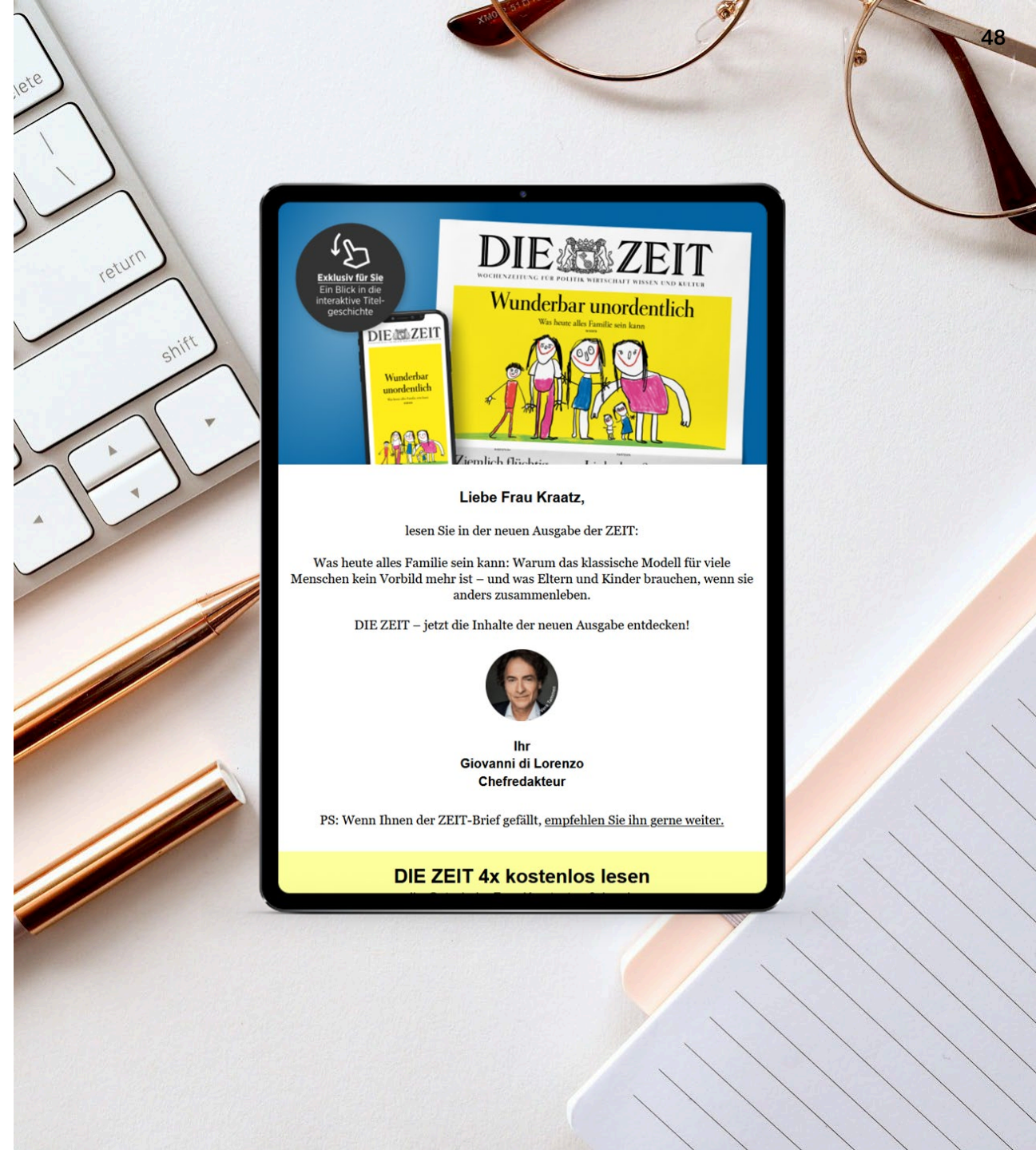
**Erscheinungsweise:** wöchentlich, mittwochs

**Reichweite:** 575.000 Newsletter-Empfänger:innen

**Anzeigenplätze:** zwei Anzeigenplätze pro Newsletter

**Anzeigenschluss:** bis Freitag der Vorwoche

**Platzierungsmöglichkeit:** Bild-Text Ad





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



# / ZEIT für die SCHULE

## Der Newsletter für Lehrkräfte

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**

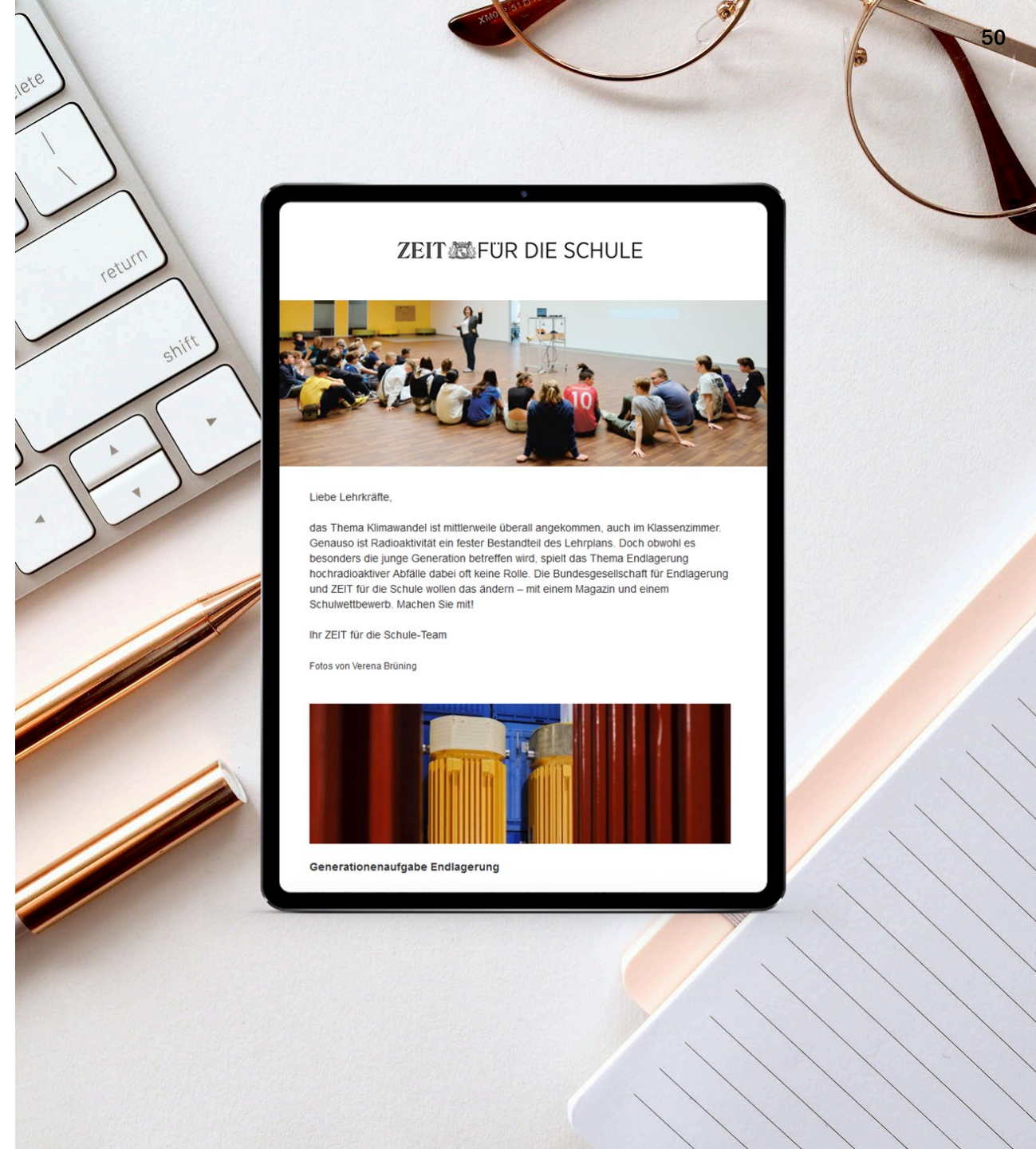
**Erscheinungsweise:** Am 1. Donnerstag im Monat

**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 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](#)).

Weil Sprache uns verbinden sollte ...

Holger Fröhlich  
*Kapitalismus in Leichter Sprache*

128 Seiten  
12,5 x 19,0 cm  
20,00 € (D) | 20,60 € (A)  
ISBN 978-3-98928-008-3



Ab  
17.10.23  
im Handel

... statt zu trennen

brand eins books

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



# / DIE ZEIT: 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:** 130.000 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.

# / ZEITmagazin 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






## WOCHENMARKT

*Rezepte und Genussgeschichten – exklusiv für  
Abonnentinnen und Abonnenten*

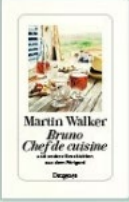
---

 von **Celina Plag**  
Redakteurin ZEITmagazin ONLINE

Liebe Leserinnen und Leser,

vor ein paar Jahren verschlug es mich beruflich nach Griechenland. Auf **Kreta** hatte ich den Auftrag, für ein Reisemagazin eine **Taverne** zu besuchen, das Essen und die Menschen dahinter zu porträtieren, die Gerichte probieren sollte ich auch – ich kann Ihnen versichern, es gibt schlimmere Aufträge. Gemeinsam mit einer Fotografin machte ich mich morgens auf den Weg. Wir erreichten die Taverne pünktlich, zauberhaft sah sie aus, gelegen direkt am Marktplatz eines

Anzeige



Auch wenn das Verbrechen im Périgord Pause macht, hat Bruno alle Hände voll zu tun.

Der unnachahmliche Charme einer ganzen Region und ihrer kulinarischen Köstlichkeiten.

**Diogenes**

# / 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.

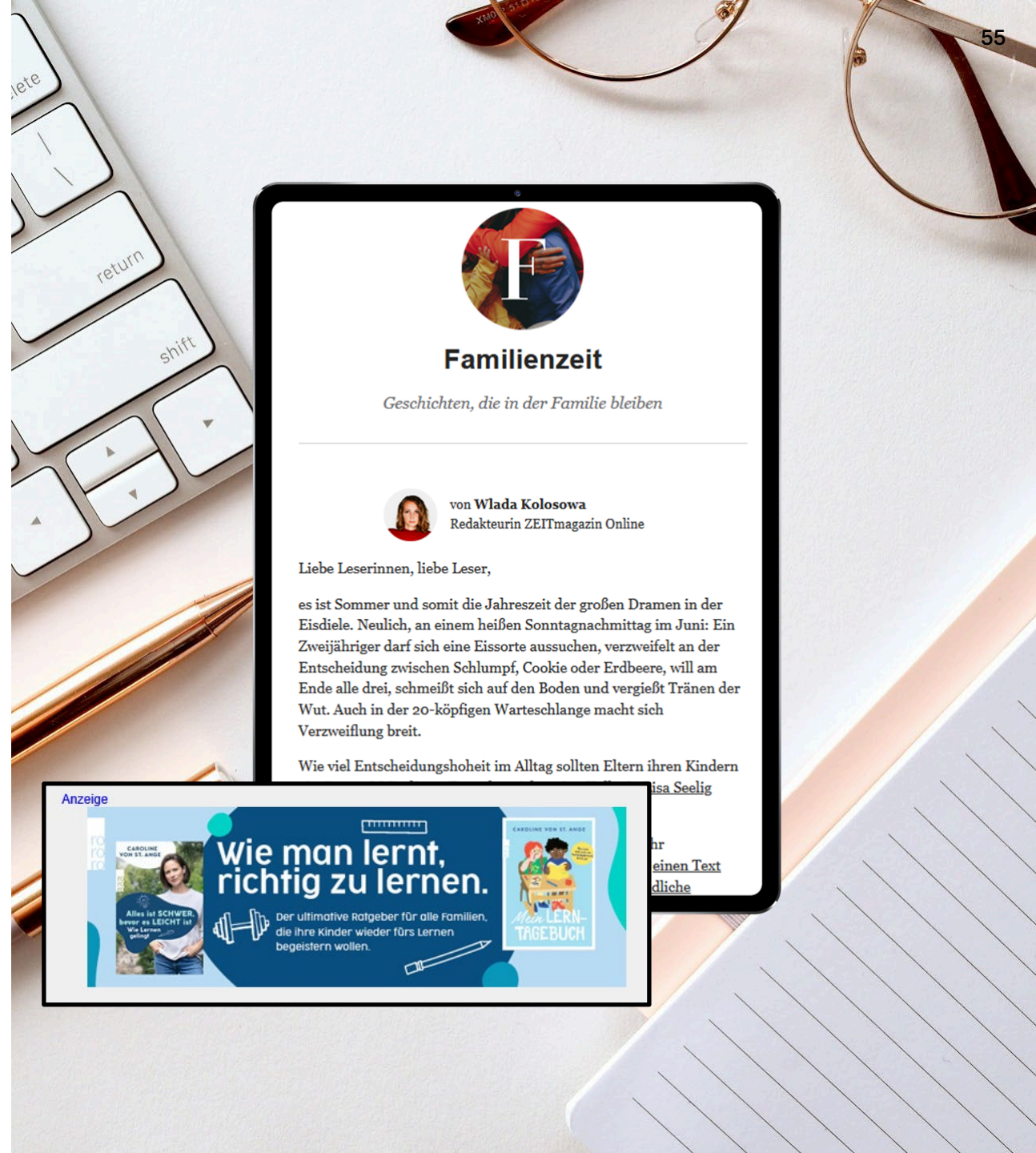
**Erscheinungsweise:** wöchentlich, mittwochs

**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 Eisdielen. 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 lassen? [Lies hier weiter](#) von [Lisa Seelig](#)

Anzeige

**Wie man lernt, richtig zu lernen.**

Der ultimative Ratgeber für alle Familien, die ihre Kinder wieder fürs Lernen begeistern wollen.

Alle ist SCHWER, immer es LEICHT ist. Wie Lernen gelingt?

Mein LERN-TAGEBUCH

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.

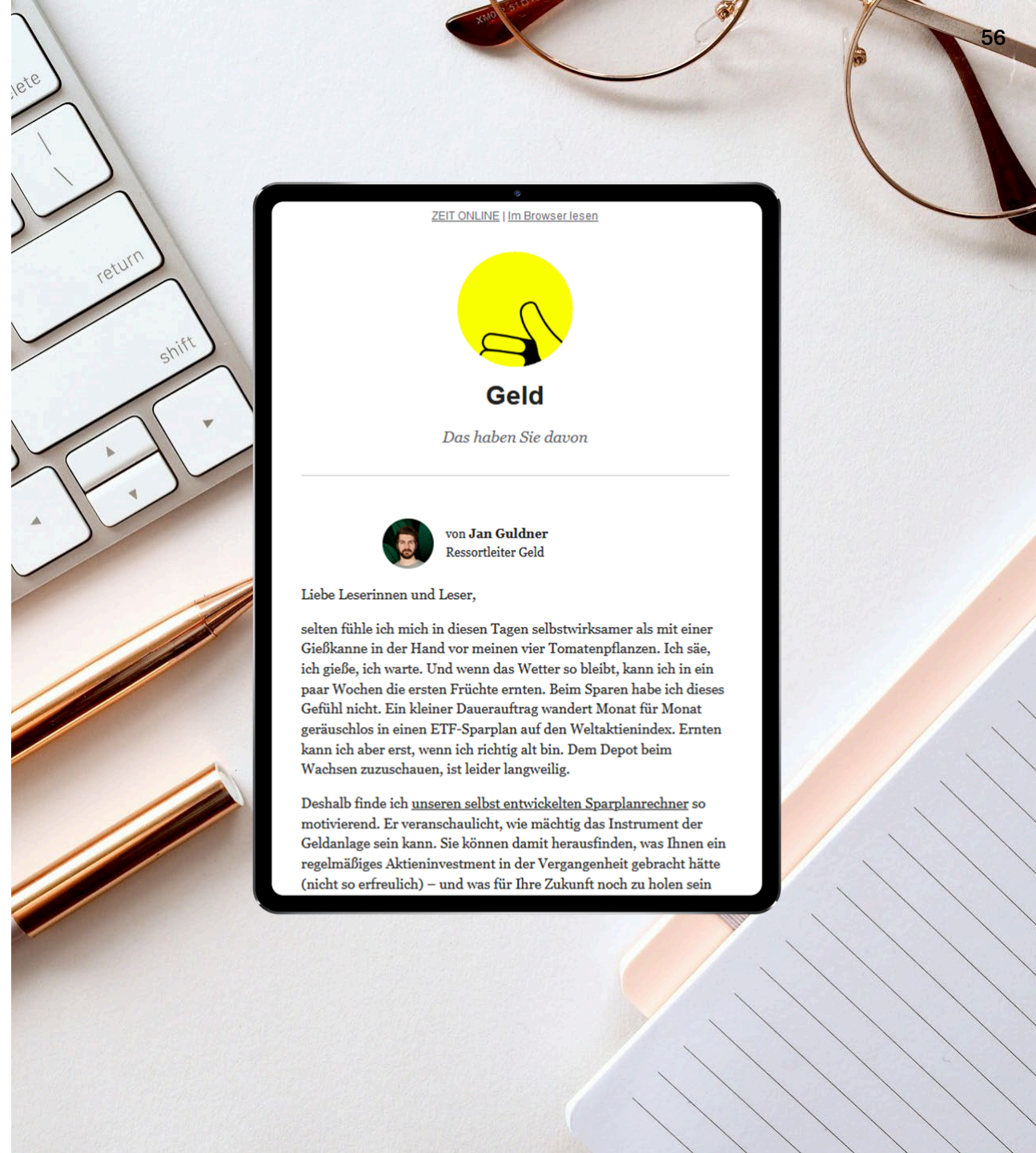
**Erscheinungsweise:** wöchentlich, dienstags

**Reichweite:** 13.500 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?



WELTKUNST-  
Podcast

# / 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 ONLINE

## GEMISCHTER SATZ

Willkommen im Newsletter der ZEIT Österreich

Liebe Leserin, lieber Leser,

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

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

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

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

Mit den besten Grüßen

**Diese Newsletter könnten Sie auch interessieren**

[Im W/ für Leben, wie? Newsletter erhalten Sie jeden Freitagmorgen](#)

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



  
**Wofür leben wir?**  
*Der Sinn-Newsletter*

---

 von Kilian Trotier  
Redakteur

Liebe Leserinnen und Leser,

lesen Sie diesen Newsletter gerade am Strand? Die Wellen klatschen ans Ufer, der Sonnenschirm wirft seinen Schatten auf den Bildschirm, der Wind umweht die Füße. Hach, Urlaub. Denke ich und träume mich aus meinem Büro, das ich mit einem Kollegen teile, nicht verstehen kann. Fragt man mich, was ich mache, sagt er: "Urlaub? Ich hasse

...xt beschrieben, der –  
...lustig ist. Öhler erklärt darin, warum  
...fahren nicht versteht: "Mich bringt die  
...zeit eher auf die Palme statt darunter",  
...der für ein dry-aged Rindersteak, das  
...abschalten oder aufladen, als wäre  
...für..."

Anzeige

**Guten Schlaf kann man lernen.**

Das 6-Minuten-Schlafstagebuch: Endlich gut schlafen!



ACHTSAMKEIT HAT VIELE SEITEN

**Das 6-Minuten-Schlafstagebuch: Endlich gut schlafen!**

Mit dem bewährten 6-Minuten-Prinzip® gestalten bereits Millionen Menschen ihre Tage glücklicher. Für erholsame Nächte sorgt nun dasselbe Erfolgsprinzip. Das Buch vereint aktuelle Erkenntnisse aus der Schlafforschung mit einem Journaling-Teil zum Ausfüllen und Reflektieren.

# / 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



**DIE ZEIT VERBRECHEN**

Hamburg 24. Juli 2020

---



**Lieber Herr Grosse,**

---

willkommen zurück bei *ZEIT Verbrechen*. Die Corona-Pandemie hat auch uns das Leben schwer gemacht. Gerichtstermine fielen aus. Die Gefängnisse waren für Besucher gesperrt. Informanten wollten sich nicht persönlich mit uns treffen, die Themen aber waren oft zu heikel, um sie per Video oder am Telefon zu besprechen. Deshalb haben wir uns entschieden, Sie heute hier in

es  
ihr  
in  
auch

**RAFFINIERTER NERVENKITZEL**  
AUS SCHWEDEN

EIN FASZINIERENDES ERMITTLER-DUO MIT ECKEN UND KANTEN TRIFFT AUF MENSCHLICHE ABGRÜNDE UND TRICKREICHE RÄTSEL

**LÄCKBERG FEXEUS**  
FINSTER NEBEL

**JETZT ENTDECKEN**

**KNAUR**

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.

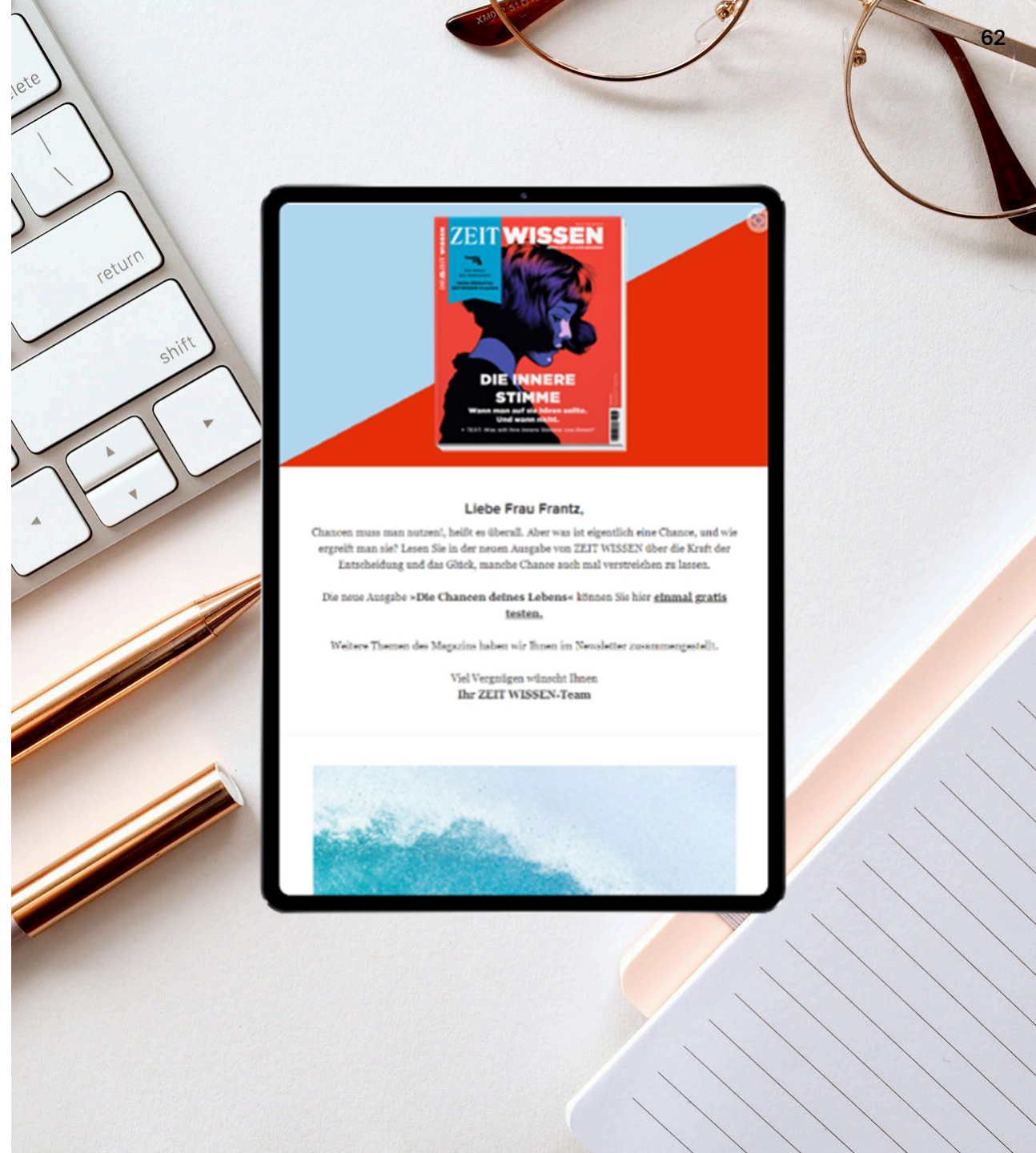
**Erscheinungsweise:** dienstags, zum EVT des ZEIT WISSEN-Magazins

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

**Anzeigenplätze:** zwei Anzeigenplätze pro Newsletter

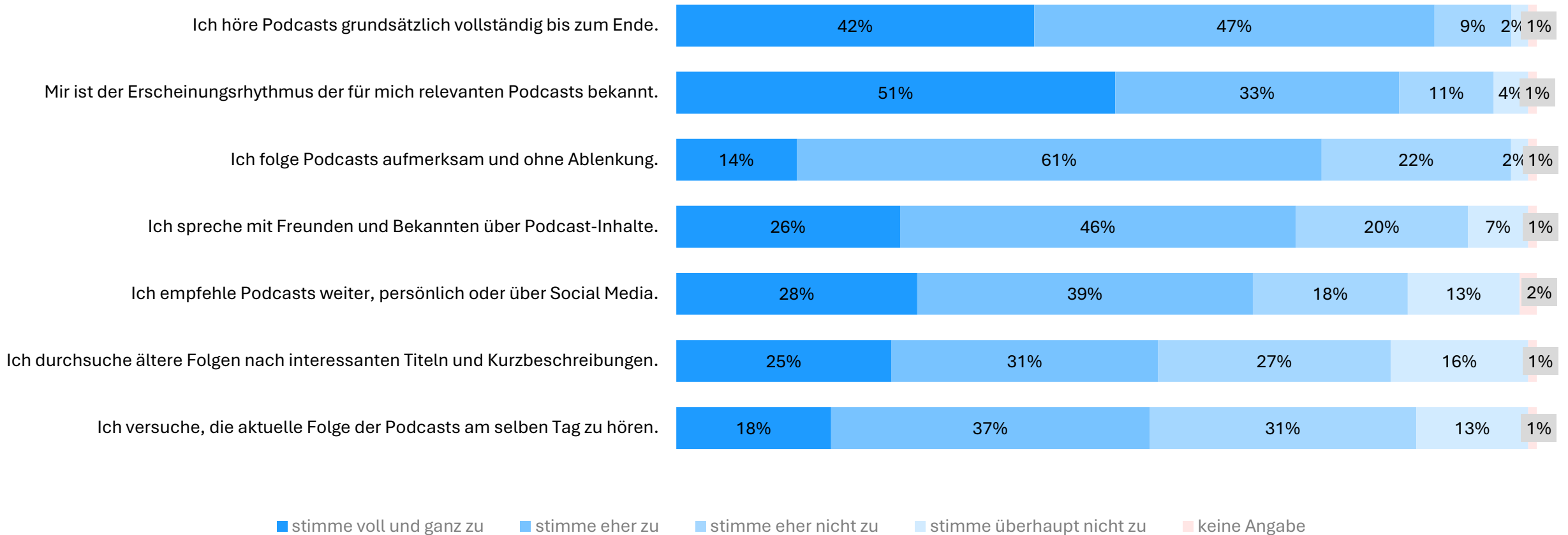
**Anzeigenschluss:** bis Freitag 12 Uhr der Vorwoche

**Platzierungsmöglichkeit:** Breaking Ad





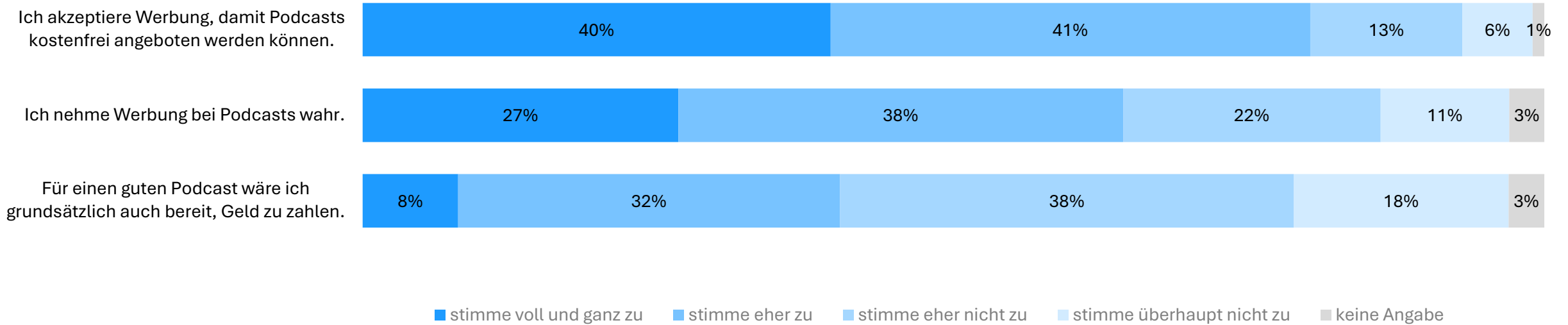
# / Hohe Aufmerksamkeitspanne beim Hören von Podcasts: 89% hören Podcasts bis zum Ende



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 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 buchbegeisterte 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.

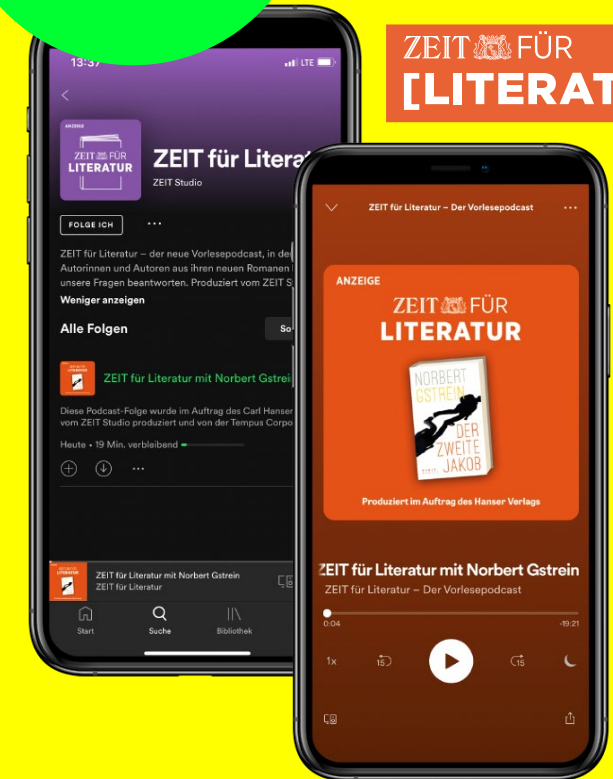
## Kund:innenfeedback zum Podcast:

„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, ehemals Marketing Director Rowohlt)*

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

**Geben Sie  
Ihren Autor:innen  
eine Stimme:**  
Ihr Literaturpodcast mit  
der Serviceredaktion  
von Studio ZX



# / 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: Stella Pfeiffer
- Die produzierte Folge wird 12 Monate auf Podigee gehostet (Spotify, Apple Podcast, Amazon, Google etc.)
- Erstellung der Werbemittel sowie passende Bewerbung auf ZEIT ONLINE und im ZEIT Literaturnewsletter „Was wir lesen“

**Podcastpaket „ZEIT für Literatur“ → Preise ab: 8.828,92 €\***

# 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 II <sup>3</sup> |
|--------------------------|----------------------------|-------------------------|----------|--|------------------------------------|--------------------------|--------------------------------|
| Auch das noch?           | 14-täglich, mittwochs      | 1                       | 2 Wochen | 12.500                                 | PreRoll<br>PreRoll + PostRoll      | 2.250,- €<br>3.375,- €   | 1.012,50 €<br>1.518,75,- €     |
| Augen zu                 | 4-wöchentlich, mittwochs   | 1                       | 4 Wochen | 65.000                                 | PreRoll<br>PreRoll + PostRoll      | 11.700,- €<br>17.550,- € | 5.265,- €<br>7.897,50 €        |
| Das Politikteil          | wöchentlich, freitags      | 1                       | 1 Woche  | 100.000                                | PreRoll<br>PreRoll + PostRoll      | 18.000,- €<br>27.000,- € | 8.100,- €<br>12.150,- €        |
| Der Ostcast              | 3-wöchentlich, donnerstags | 1                       | 3 Wochen | 30.000                                 | PreRoll<br>PreRoll + PostRoll      | 5.400,- €<br>8.100,- €   | 2.430,- €<br>3.645,- €         |
| Die sogenannte Gegenwart | 14-täglich, montags        | 1                       | 2 Wochen | 40.000                                 | PreRoll<br>PreRoll + PostRoll      | 7.200,- €<br>10.800,- €  | 3.240,- €<br>4.860,- €         |
| Elbvertiefung            | wöchentlich, samstags      | 1                       | 1 Woche  | 12.000                                 | PreRoll oder MidRoll oder PostRoll | -                        | 2.880,- €                      |
| Frisch an die Arbeit     | 14-täglich, dienstags      | 1                       | 2 Wochen | 15.000                                 | PreRoll<br>PreRoll + PostRoll      | 3.600,- €<br>5.400,- €   | 1.620,- €<br>2.430,- €         |
| Geht da noch was?        | 14-täglich, montags        | 1                       | 2 Wochen | 20.000                                 | PreRoll<br>PreRoll + PostRoll      | 3.600,- €<br>5.400,- €   | 1.620,- €<br>2.430,- €         |
| Ist das eine Blase?      | 14-täglich, montags        | 1                       | 2 Wochen | 20.000                                 | PreRoll<br>PreRoll + PostRoll      | 6.400,- €<br>9.600,- €   | 2.880,- €<br>4.320,- €         |
| Ist das normal?          | 2-wöchentlich, montags     | 1                       | 2 Wochen | 25.000                                 | PreRoll<br>PreRoll + PostRoll      | 6.000,- €<br>9.000,- €   | 2.700,- €<br>4.050,- €         |
| Kicken kann er           | 14-täglich, mittwochs      | 1                       | 2 Wochen | 14.000                                 | PreRoll<br>PreRoll + PostRoll      | 3.360,- €<br>5.040,- €   | 1.512,- €<br>2.268,- €         |
| Ok, America?             | 14-täglich, donnerstags    | 1                       | 2 Wochen | 60.000                                 | PreRoll<br>PreRoll + PostRoll      | 10.800,- €<br>16.200,- € | 4.860,- €<br>7.290,- €         |
| Servus.Grüezi.Hallo.     | wöchentlich, mittwochs     | 1                       | 1 Woche  | 55.000                                 | PreRoll<br>PreRoll + PostRoll      | 9.900,- €<br>14.850,- €  | 4.455,- €<br>6.682,50 €        |

# 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 II <sup>3</sup> |
|----------------------------------|--|-------------------------|----------|--|--------------------|-------------------------|--------------------------------|
| Und was macht die Uni?           | monatlich, mittwochs                             | 1                       | 1 Monat  | 12.500                                 | PreRoll            | 2.250,- €               | 1.012,50 €                     |
|                                  |  |                         |          |  | PreRoll + PostRoll | 3.375,- €               | 1.518,75 €                     |
| Und was machst Du am Wochenende? | wöchentlich, donnerstags                         | 1                       | 1 Woche  | 20.000                                 | PreRoll            | 3.600,- €               | 1.620,- €                      |
|                                  |  |                         |          |  | PreRoll + PostRoll | 5.400,- €               | 2.430,- €                      |
| Unter Pfarrerstöchtern           | 14-täglich, freitags                             | 1                       | 2 Wochen | 40.000                                 | PreRoll            | 7.200,- €               | 3.240,- €                      |
|                                  |  |                         |          |  | PreRoll + PostRoll | 10.800,- €              | 4.860,- €                      |
| Verbrechen                       | 14-täglich, dienstags                            | 1                       | 2 Wochen | 500.000                                | PreRoll            | 65.000,- €              | 29.250,- €                     |
|                                  |  |                         |          |  | PreRoll + PostRoll | 97.500,- €              | 43.875,- €                     |
| Was jetzt?                       | montags-freitags, jeweils zwei Folgen            | 2                       | 1 Tag    | 150.000                                | PreRoll            | 27.000,- €              | 12.150,- €                     |
|                                  |  |                         |          |  | PreRoll + PostRoll | 40.500,- €              | 18.225,- €                     |
| Was jetzt? Am Wochenende         | samstags (zwei Folgen) und sonntags (eine Folge) | 3                       | 2 Tage   | 135.000                                | PreRoll            | 24.300,- €              | 10.935,- €                     |
|                                  |  |                         |          |  | PreRoll + PostRoll | 36.450,- €              | 16.402,50,- €                  |
| Was liest Du gerade?             | 14-täglich, samstags                             | 1                       | 2 Wochen | 12.000                                 | PreRoll            | 2.160,- €               | 972,- €                        |
|                                  |  |                         |          |  | PreRoll + PostRoll | 3.240,- €               | 1.458,- €                      |
| Wie war das nochmal?             | Monatlich, samstags                              | 1                       | 1 Monat  | 85.000                                 | PreRoll            | 20.400,- €              | 9.180,- €                      |
|                                  |  |                         |          |  | PreRoll + PostRoll | 30.600,- €              | 13.770,- €                     |
| Woher weißt Du das?              | 14-täglich, sonntags                             | 1                       | 2 Wochen | 75.000                                 | PreRoll            | 18.000,- €              | 8.100,- €                      |
|                                  |  |                         |          |  | PreRoll + PostRoll | 27.000,- €              | 12.150,- €                     |

Änderungen der Preise, Reichweiten und Erscheinungsweise 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.

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

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

<sup>3</sup> Branchenpreis II: Preise für Buch- & Musikverlage

Alle Preise zzgl. MwSt.

# / Podcasts (3/3)

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

| Podcast       | Erscheinungsweise  | Belegung             | Grundpreis <sup>2</sup> | Branchenrabatt II <sup>3</sup> |
|---------------|--|----------------------|-------------------------|--------------------------------|
| Podcast Show  | Auslieferung in einer Podcast-Serie  | PreRoll              | 130,- €                 | 58,50 €                        |
|               |  | MidRoll <sup>4</sup> | 130,- €                 | 58,50 €                        |
|               |  | PostRoll             | 90,- €                  | 40,50 €                        |
| Podcast Brand | Auslieferung im ZEIT ONLINE Podcast-Portfolio<br>(mit Targeting gegen Aufschlag in Höhe von 15% möglich) | PreRoll              | 100,- €                 | 45,- €                         |
|               |  | MidRoll <sup>4</sup> | 100,- €                 | 45,- €                         |
|               |  | PostRoll             | 60,- €                  | 27,- €                         |

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).

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

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

<sup>3</sup> Branchenpreis II: Preise für Buch- & Musikverlage

<sup>4</sup> MidRoll im »Verbrechen« Podcast und im »Was jetzt?« Podcast nicht belegbar.

Alle Preise zzgl. MwSt.

# ／ „Auch das noch?“

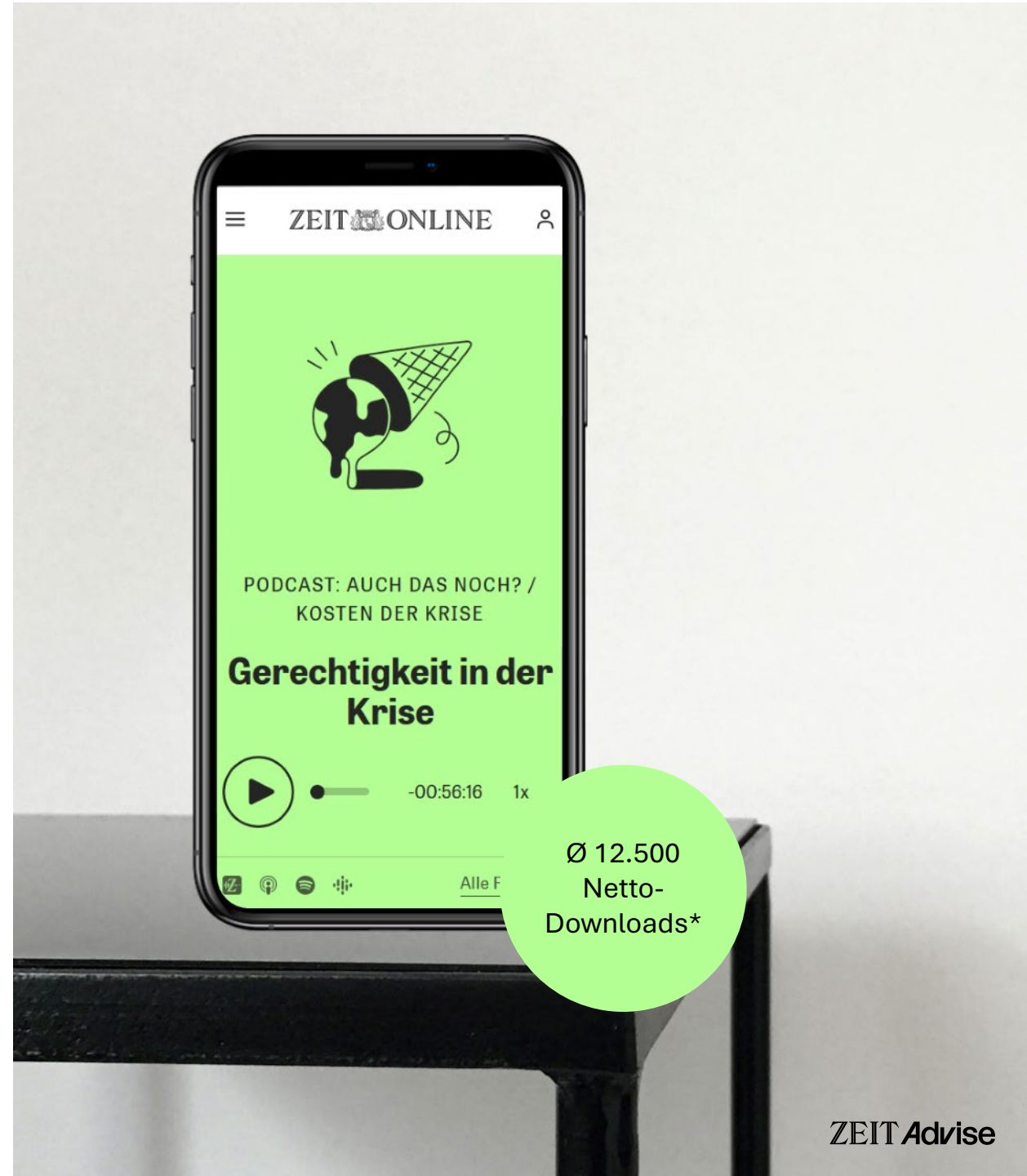
In jeder Folge dieses Podcasts sprechen ZEIT-Politikredakteurin Petra Pinzler und Wissenschaftsredakteur Stefan Schmitt über eine Krise der Gegenwart: Es geht um die Klimakrise, das Artensterben, die Energiekrise und die Kriege.

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.



Ø 100.000  
Netto-  
Downloads\*

# / 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\*

# / Elbvertiefung

Hamburg hat fast zwei Millionen Einwohner, einen Hafen, mehr Brücken und Baustellen als Venedig – und einen neuen Podcast.

Jeden Samstag sprechen Maria Rossbauer und Florian Zinnecker, die zusammen das Hamburg-Ressort der ZEIT leiten, mit einer Kollegin oder einem Kollegen aus ihrem Team über eine aktuelle Frage: Wird der Elbtower jemals fertig gebaut? Warum ist Hamburgs Innenstadt so öde? Wie geht's der Kultur? Und warum gibt es auf den Spielplätzen der Stadt keine Toiletten? Mal ernst, mal locker, immer prägnant und persönlich. Und nie länger als 30 Minuten.

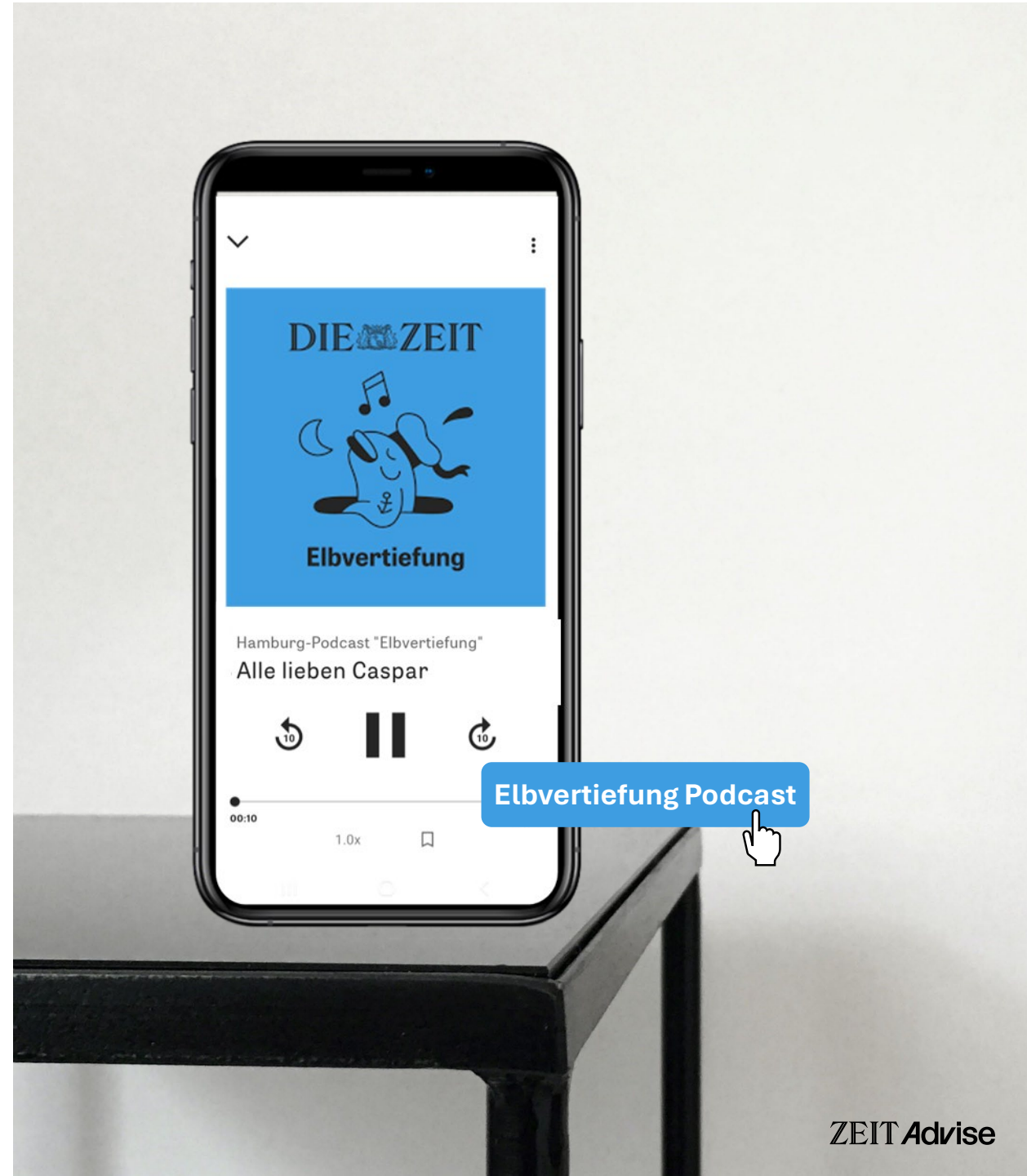
## Facts

- erscheint wöchentlich, samstags
- 1 Woche/1 Folge

## Buchungsmöglichkeit

- Native Audio Ad: 2.750,- €\*
- Branchenexklusive Festplatzierung: Pre-, Mid- oder PostRoll
- Laufzeit: 1 Woche
- Spottlänge: 30 Sekunden
- Vorlaufzeit Audio Ad: 28 Werktage

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



# / 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\*

# / Verbrechen

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

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

## Facts

- erscheint 14-täglich, dienstags
- Ø 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\*

# / „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\*

# ／ „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\*

# ／ „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

# ／ „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

# ／ „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

# ／ „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



# ／ „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\*

# / 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.

# Flexible Buchungsmöglichkeiten

Die in Podcasts gebuchten Spots werden 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

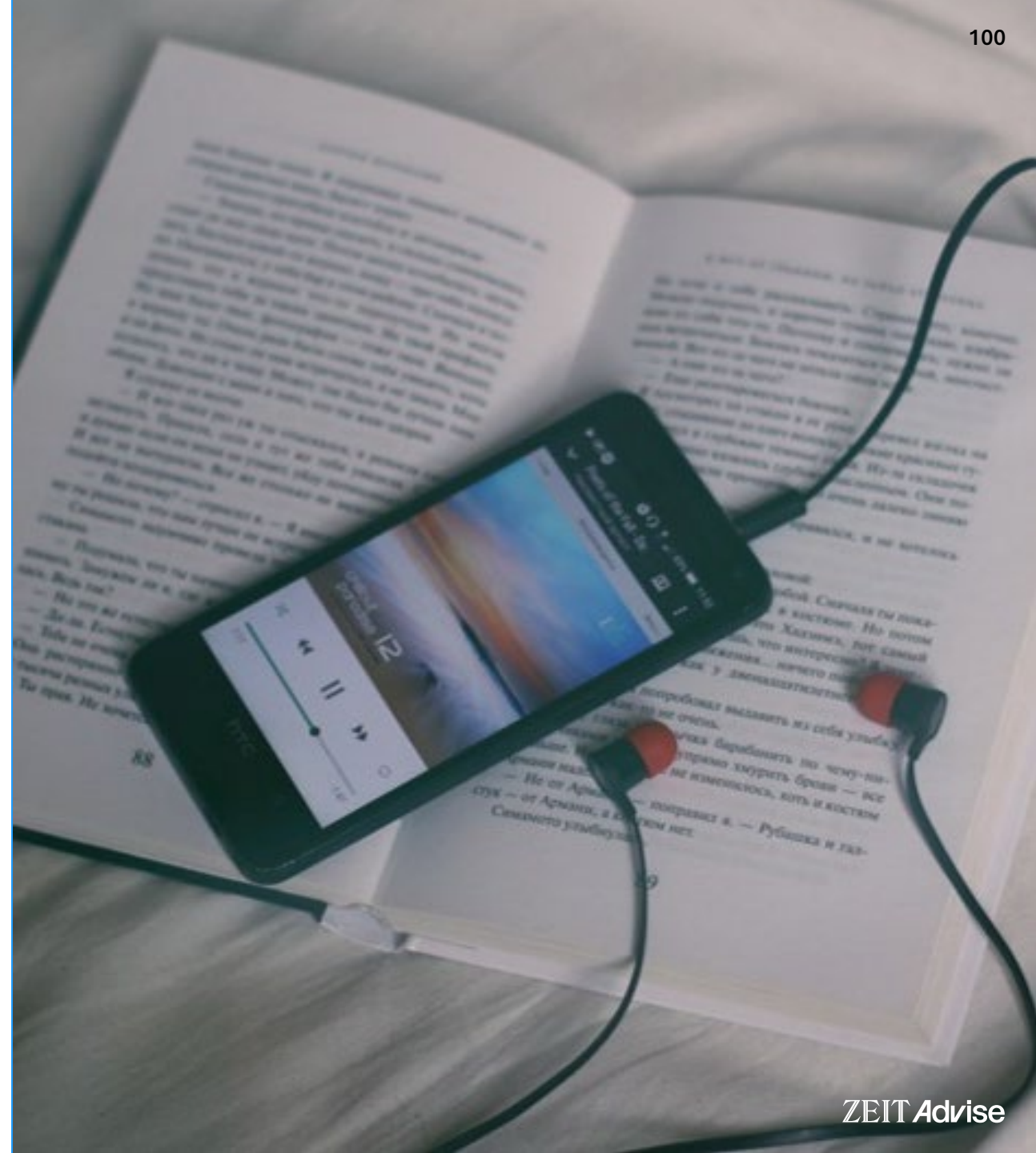
- Auslieferung des Spots über einen Audio-Adserver
- Spots werden über einen AdSlot innerhalb des gebuchten Zeitraums im gebuchten Umfeld ausgeliefert
- Bis zu 3 AdSlots je Podcast möglich (PreRoll, MidRoll, PostRoll)\*
- Vorlaufzeit für die Spot-Produktion 28 Werkstage
- Spotlänge max. 30 Sek. Bei Preroll 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 Werbepplatz in der Podcast-Folge. Läuft NICHT vor dem Inhalt!



# 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 Werktage vor dem Erscheinungstermin.
- Auf Basis der Kundeninformationen werden zwei Textvorschläge zur Auswahl erstellt. Zusätzlich entscheidet der Kunde über eine männliche oder weibliche Sprecherstimme.
- Ein Korrekturlauf für marginale Anpassungen.
- Produktion eines nativen Branding Spots.
- Der Spot wird nativ in den Podcast eingebunden.
- Zudem können ergänzende Werbemittel bei ZEIT ONLINE geschaltet werden.



# / 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
- Predictive Audience Targeting
- Kontextuelles Targeting – jetzt neu mit den Targetingoptionen „Literatur“ und „Kultur“ (nach Verfügbarkeit)

\*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.

# / 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.

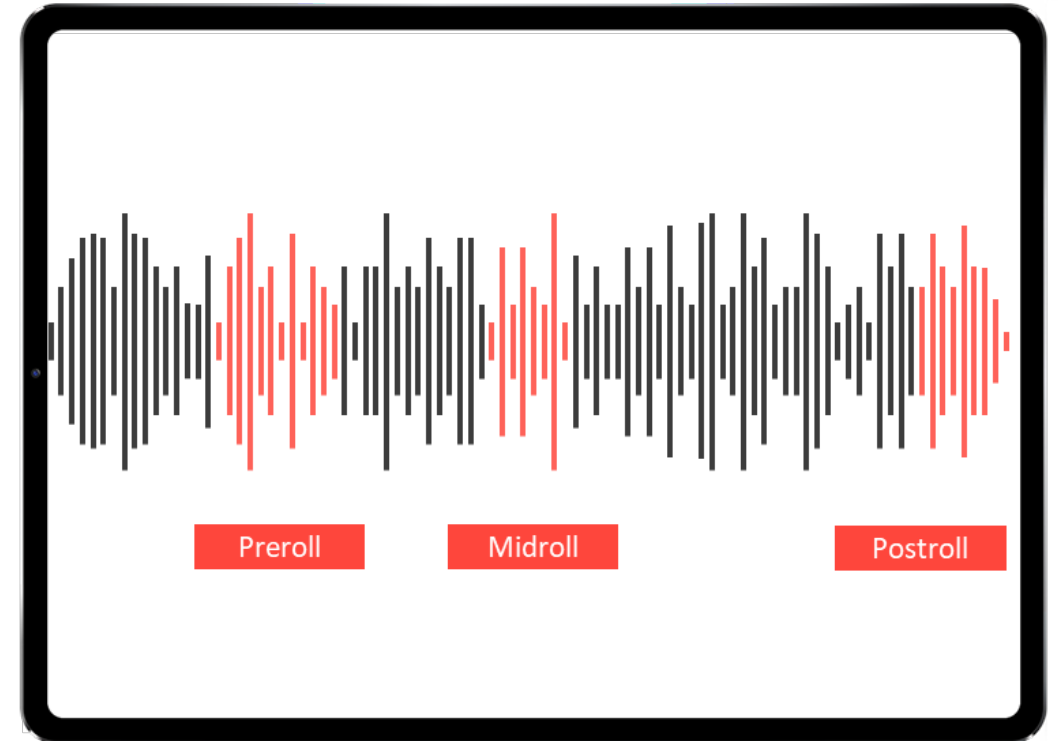
Pro Spot erhalten Sie drei native Textvorschläge zur Auswahl.

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



# / Produktionskosten – wir sprechen für Sie

## Format

|   |                  |
|---|------------------|
| Native Audio Ad<br>(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)



# / Gerne beraten wir 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

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