

zeit.de Digitale Preise & Umfeld für Buchverlage



2026

zeit.de

Portfolioübersicht für Buchverlage

Inhalts-
verzeichnis
ist verlinkt

zeit.de

zeit.de Literaturumfelder

- [zeit.de](#)
- [Was wir lesen Newsletter](#)
- [Freunde der ZEIT Newsletter](#)
- [Buchtipps](#)
- [ZEIT für LITERATUR Podcast](#)
- [„Was liest du gerade?“ Podcast](#)

Kampagnen

- [Displaykampagne](#)
- [Zielgruppen-Marketing](#)

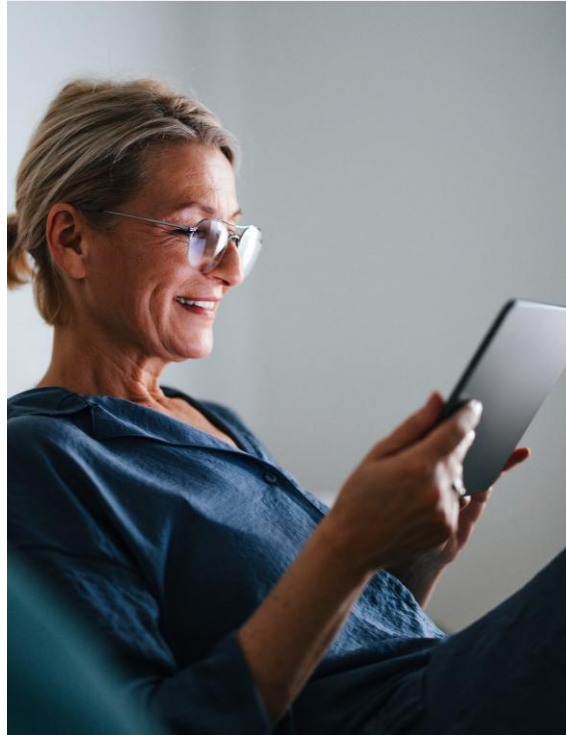
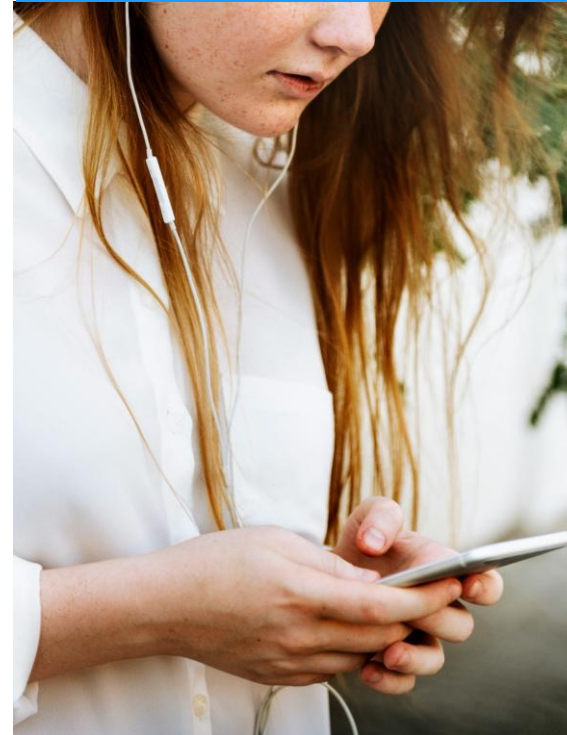
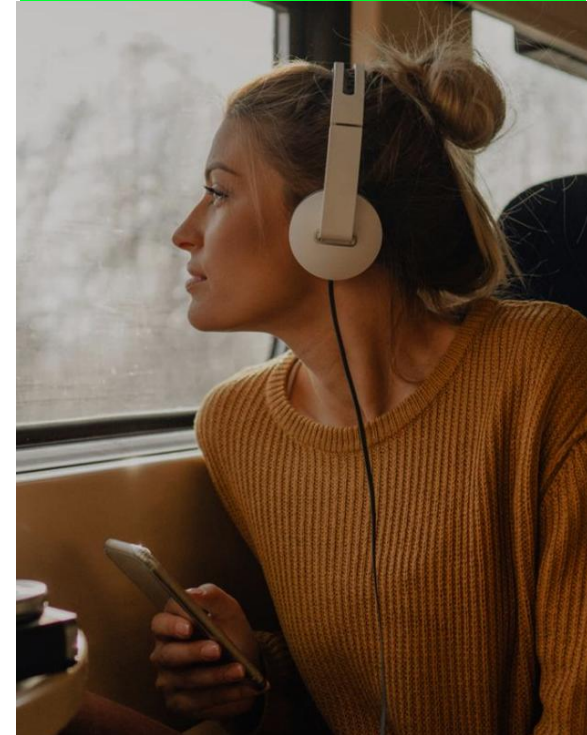
Contentformate

- [Content Cards](#)
- [Native Articles](#)
- [Traffic](#)

Digitale Umfelder

- [Rubriken auf zeit.de](#)
- [Newsletter](#)
- [Podcasts](#)
- [Podcasts Festplatzierung](#)
- [Podcasts Volumenbuchung](#)

/ Für jede Buchkampagne bietet zeit.de das passende Umfeld –
reichweitenstark, zielgenau und kanalübergreifend

DISPLAY**CONTENT****NEWSLETTER****PODCAST**

zeit.de erreicht 11 Millionen User:innen – mit klugem, unabhängigem Journalismus, der Orientierung bietet und Debatten anstößt**

10 Mio.

Unique User:innen /
Display**

120 Mio.

Contacts**

15 Mio.

Podcast Downloads***

Zielgruppe:

Junge Elite,
Entscheider:innen
Meinungsführer:innen

QUALITÄTSJOURNALISMUS

zeit.de steht für unabhängigen, sorgfältig recherchierten Journalismus auf höchstem Niveau. Das schafft Vertrauen und Glaubwürdigkeit.*

REICHWEITE

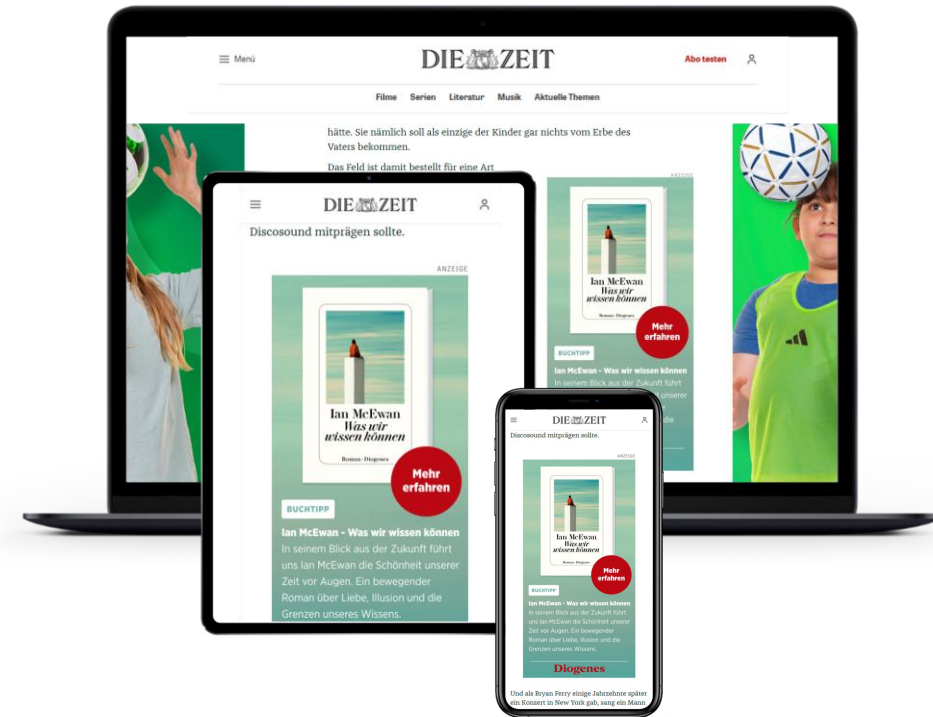
Mit über 11 Mio. Nutzer:innen monatlich gehört zeit.de zu den größten Nachrichtenangeboten Deutschlands.

EINZIGARTIGE INNOVATIONSKRAFT

zeit.de wird regelmäßig für seine Innovationskraft ausgezeichnet, wie beim European Digital Publishing Award 2024 als „Digital Publishing Platform of the Year“.

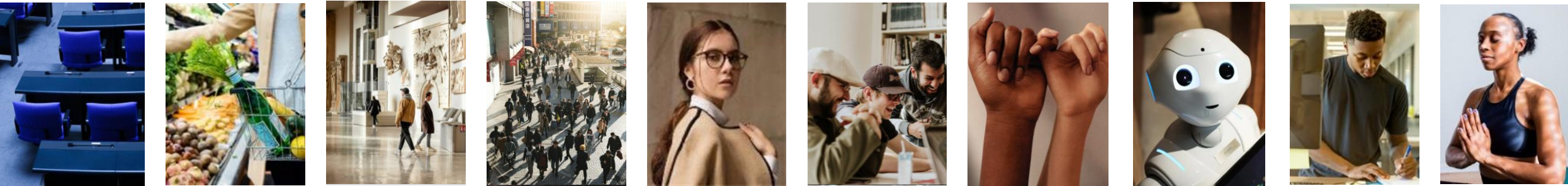
ORIENTIERUNG

zeit.de ordnet das Zeitgeschehen verständlich ein und bietet ein breites Themenspektrum von Politik und Wirtschaft bis zu Kultur und Lifestyle.





/ Buchbare Rubriken



zeit.de Politik	zeit.de Wirtschaft	zeit.de Feuilleton	zeit.de Gesellschaft	zeit.de ZEITmagazin	zeit.de ZEIT Campus	zeit.de ZE.TT	zeit.de Wissen	zeit.de Arbeit	zeit.de Gesundheit
Das Politik-Ressort von der ZEIT 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 auf zeit.de. 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 Rubriken



zeit.de Sport	zeit.de Digital	zeit.de Sinn	zeit.de Entdecken	zeit.de Hamburg	zeit.de Geld	zeit.de Familie	zeit.de Mobilität
Das Ressort bietet einen hintergründigen, kritischen Blick auf die Sportwelt.	Alles zum Internet, Schönes wie Kritisches zur Netzkultur, zu innovativen Technologien, zu neuen Gadgets und zu Games.	Wie komme ich klar? Was kann ich tun, um glücklich zu sein? Diese und weitere Fragen beantwortet das Sinn-Ressort auf zeit.de.	Von den neuesten Trends in Kultur, Wissenschaft und Technik bis hin zu ungewöhnlichen Reiseerlebnissen und sozialen Innovationen wird hier alles behandelt, was neugierig macht.	Das Ressort Hamburg auf zeit.de bietet detaillierte Artikel und Analysen zu sämtlichen Themen, die Hamburg betreffen.	Die Finanzthemen bieten den Leser:innen Hilfe und Rat für einen souveränen Umgang mit ihren Geld-Angelegenheiten. Auf tagesaktuelle Börsennews oder Aktienanalysen wird verzichtet.	Das Ressort Familie ist eine Plattform für Texte, die sich rund um Kinder und Kitas, Partnerschaft und Generationen, Schule und Bildung drehen.	Artikel und Analysen zu Themen wie öffentlichem Nahverkehr, der Automobilbranche und den politischen Auswirkungen auf die Mobilität.

Änderungen vorbehalten.

/ Displaykampagnen



/ Preise für Kontaktbuchungen auf zeit.de

Preismatrix

Grundpreis für Display Ads	
Preisklasse	TKP
PK I	36,- €
PK II	27,- €
Mindestbuchungsvolumen	
	1.575,- €

PK I = Run of Homepage, Rubrikrotation mit oder ohne Targeting (kein Aufschlag), Premium Targeting
PK II = Portalrotation (RoS), Portalrotation mit Basic-Targeting (zzgl. 15% Aufschlag)

Die Preise sind Tausenderkontaktpreise (TKP) und gelten für Buchverlage.
Die Ausspielung der Werbemittel erfolgt mobil und stationär.

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.

Änderungen der Preise und Formate unterjährig möglich. Stand: September 2025.
Weitere Bannerformate finden Sie auf der nächsten Seite oder im [Showroom](#) der iq digital.

3:1

2:1

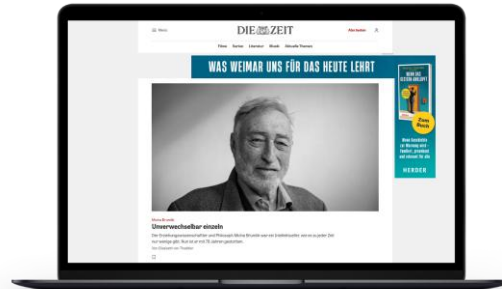
1:2

Starke Aufmerksamkeit für Ihre Buchempfehlungen Eine Auswahl unserer Homepage Werbemittel

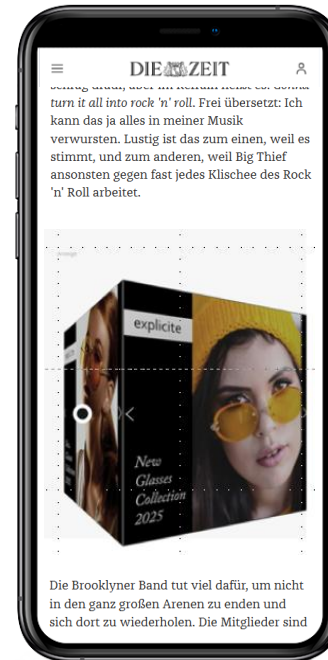
BRAND VALUE AD



WALLPAPER AD



MOBILE CUBE AD



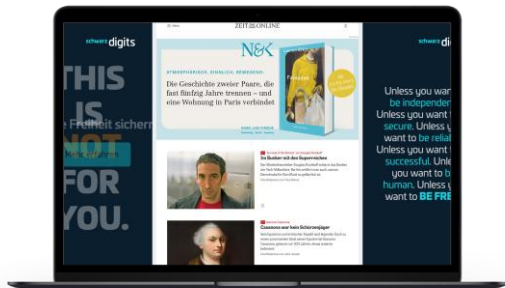
MOBILE HALFPAGE AD



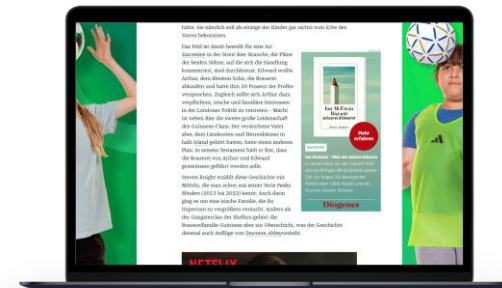
MOBILE PREMIUM RECTANGLE



2:1



HALFPAGE AD



Für weitere Informationen oder individuelle Werbemittel melden Sie sich gerne bei uns.



/ Unsere Umfelder Ihre Buchungsmöglichkeiten

Portal-Buchung

Ihr Werbemittel wird als Run of Site (RoS) über die gesamte Website von zeit.de ausgespielt.

Eine RoS-Buchung ist je nach Preisklasse mit einem Basic- oder Premium-Targeting kombinierbar.*

Run of Homepage

Ihr Werbemittel wird nach Verfügbarkeit ausschließlich auf der Homepage von zeit.de ausgespielt.

Rubriken-Buchung

Ihr Werbemittel wird in Rotation in einer bestimmten Rubrik ausgespielt.

Rubriken von zeit.de sind z.B.:

- Politik
- Gesellschaft
- ZEITmagazin
- u.v.m.

Eine Rubrikrotation ist gegen einen Aufschlag von 15% mit einem Basic-Targeting kombinierbar.

Targeting

Basic Targeting*

Geografisches Targeting sowie soziodemographische Merkmale und Interessen.

Premium Targeting*

Kontextuelles Targeting, User Involvement Targeting oder Entscheider:innen-Targeting.

Technisches Targeting

Umfasst zum Beispiel Endgerät, Browser und viele weitere Kriterien.

Maximal 3 Targeting-Kriterien kombinierbar

/ 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 auf zeit.de ermöglicht uns die Erstellung von einzigartigen Targeting-Segmenten für exklusive Kommunikationslösungen.



/ Targeting-Möglichkeiten im Vergleich

/ 1. Technisches Targeting

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

Große Auswahl an kombinierbaren Kriterien:

Geotargeting (IP-basiert)
Datum/Uhrzeit
Browser
Betriebssystem
Endgerät
Festnetz/Mobiles Netz
Service Provider

Beispielzielgruppe

User:innen in 20079 Hamburg und 20 km Umkreis

/ 2. Basic Targeting

2.1. Soziodemografisches Targeting

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

Beispielzielgruppe

Frauen + Alter 30+ Jahre + Literatur

/ 3. Premium Targeting

3.1. User Involvement Targeting

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

3.2. Kontextuelles Targeting

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

3.3. Entscheider:innen Targeting

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

Beispielzielgruppe

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

/ Regionale Zielgruppen durch Geotargeting erreichen

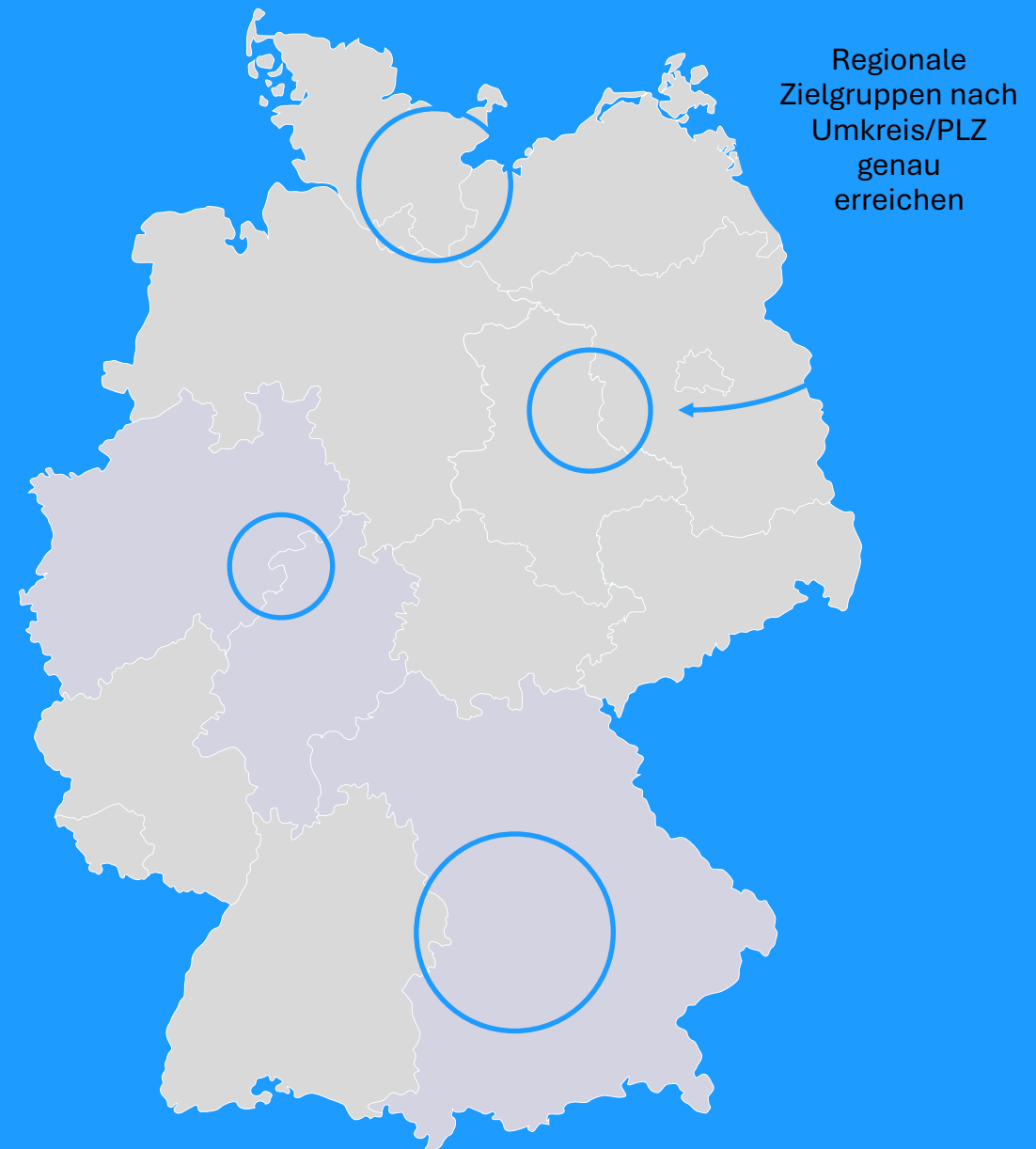
Vermeiden Sie Streuverluste!

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

Das Targeting lässt sich beispielsweise auf den Umkreis von 50 Kilometer um eine bestimmte Filiale herum ausweisen. Oder Kund:innen, die bspw. in Bergedorf situiert sind, könnten ihre 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

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

/ 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
- Ausspielung der Kampagne an Nutzer:innen, die der definierten Zielgruppe entsprechen – unabhängig von Website oder Rubrik
- Technisches Aussteuerung über ein Targeting-Tool
- Auswahl eines Themenspeichers ohne Limitierung oder mit 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

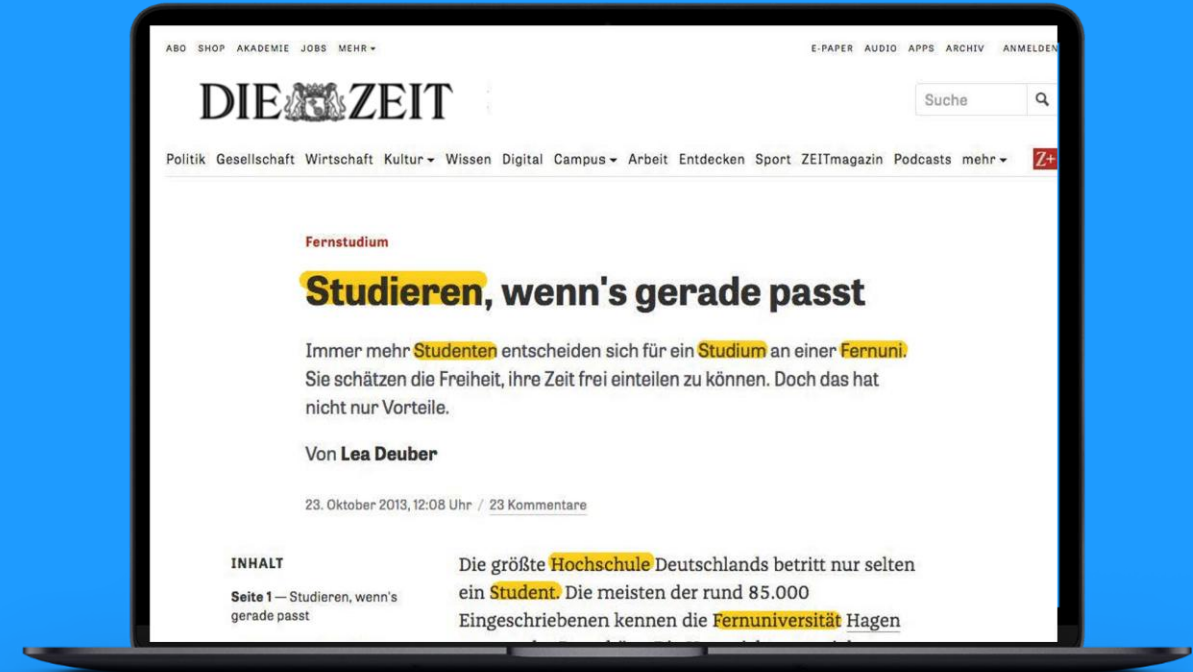
Es können maximal drei Kriterien kombiniert werden. Bei der Buchung von Targeting-Optionen fällt ein Aufschlag in Höhe von 15% an.

/ 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.de.



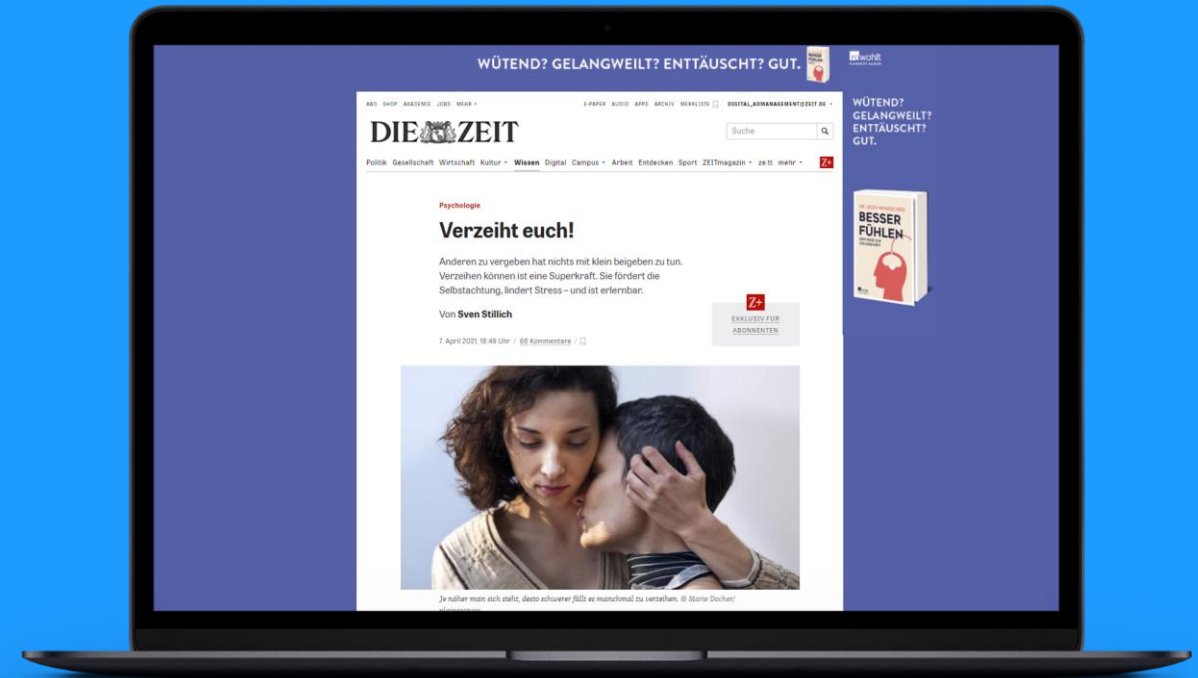
/ 3.2. Kontextuelles Targeting

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.



/ 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.de.

Verweildauer

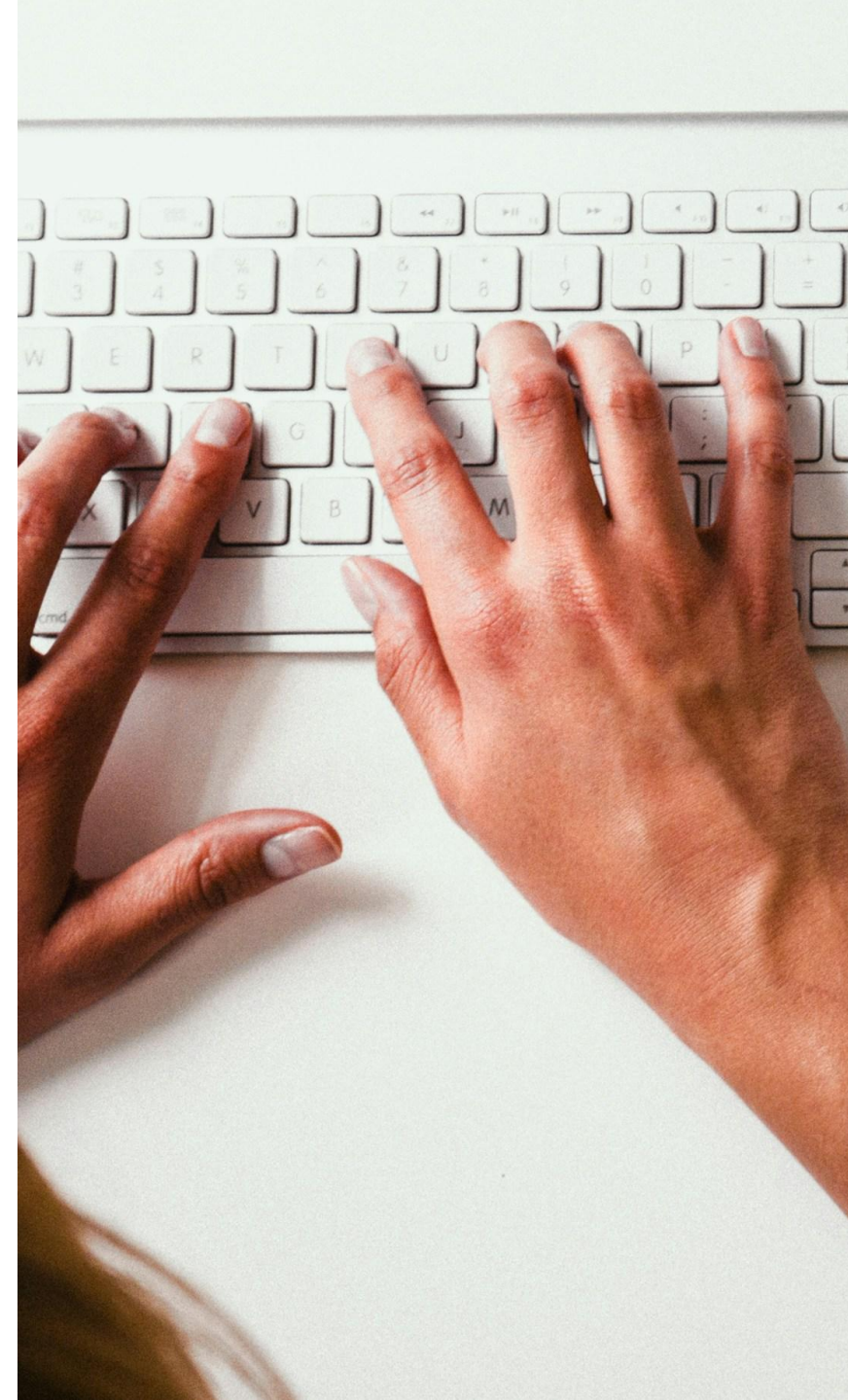
Kommunikation zielgruppenrelevanter Inhalte mit einem hohen Informationsgehalt und Identifikation für die Nutzer:innen sorgen für eine lange Verweildauer.

Viralität

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

Glaubwürdigkeit

zeit.de sorgt für hohe Sympathiewerte für Produkt und Marke. Der in diesem Umfeld integrierte Kund:innen-Content zählt auf das Image Ihrer Marke ein und schafft gleichzeitig Vertrauen.



/ Buchtipp

Große Wirkung – kleiner Preis.

Der 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 der ZEIT für Sie.

Ressort

Feuilleton, Laufzeit 1 Woche je nach Verfügbarkeit

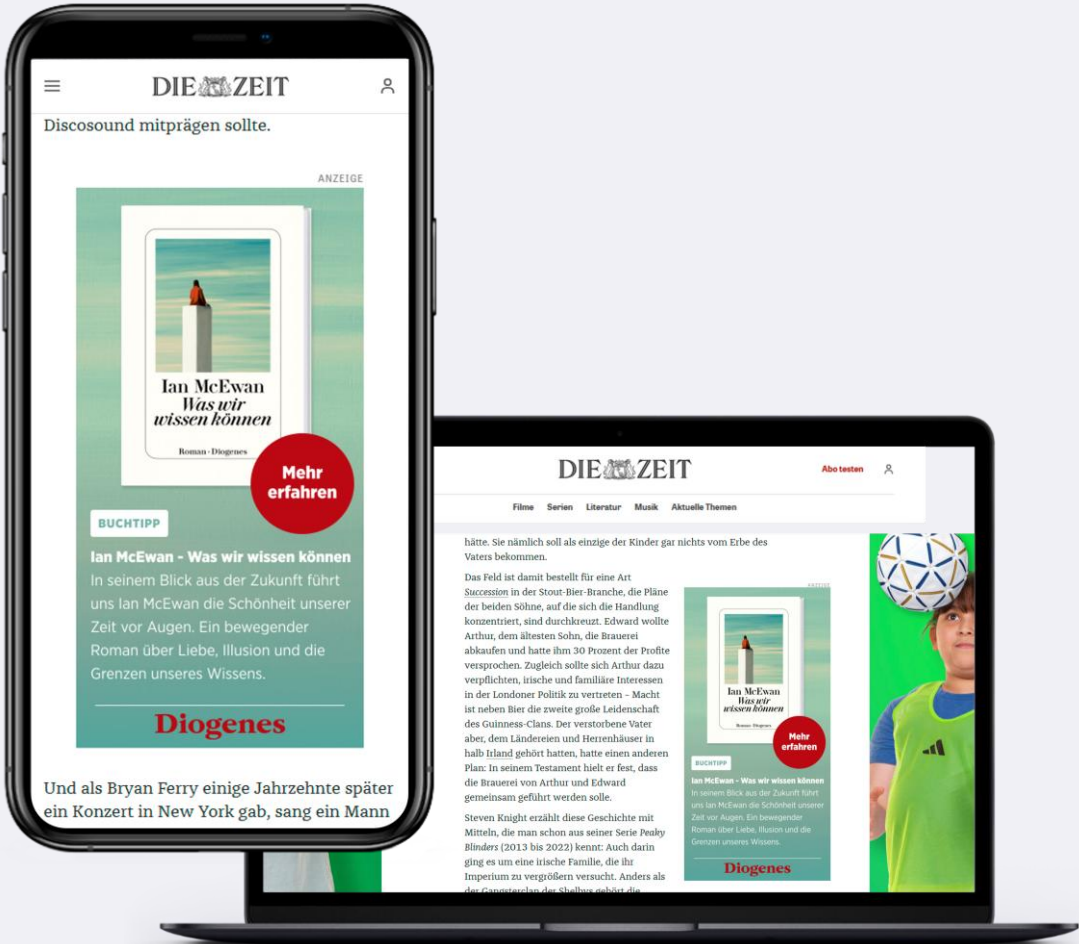
Preise und Formate

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



Content Cards

Ihre Inhalte im Mittelpunkt, interaktiv & redaktionell inszeniert

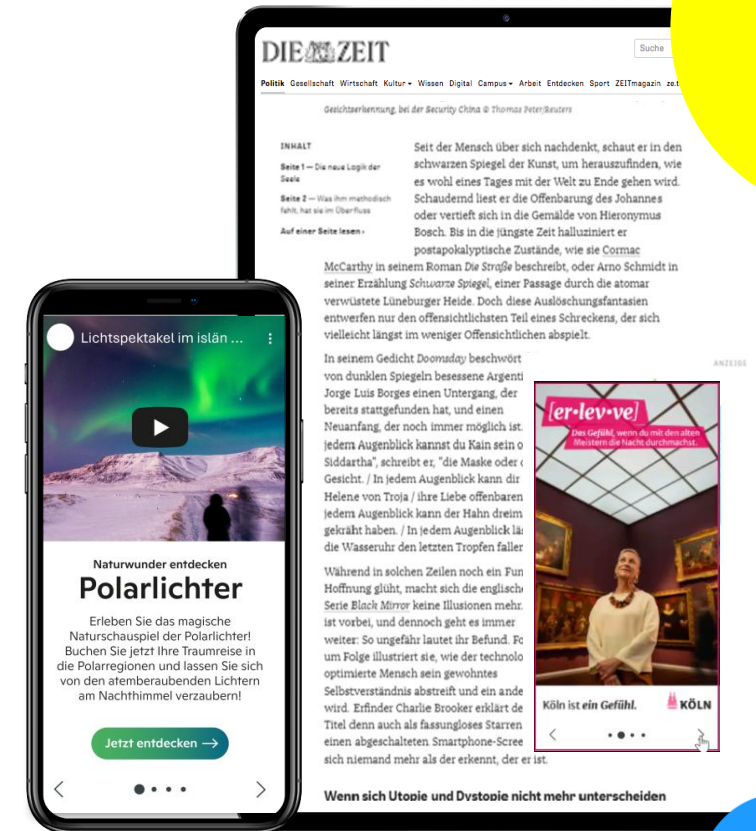
Viel Inhalt, kompakte Darstellung

- Digitales Halfpage Ad mit Slide-Effekt (stationär & mobile buchbar)
- Bis zu 5 Slides bieten viel Raum für Ihre Inhalte
- Wählen Sie aus 6 verschiedene Grunddesigns: Intro, Text, Image, Video, Choice, Quote (jede Karte neues Design wählbar)

Buchbar als Basic oder Premium-Variante

- Mindestens 17 Tage Vorlaufzeit
- Produktionskosten*:
 - Basic: 1.500,- € – Sie liefern uns alle Bestandteile an
 - Premium: 2.800,- € – Wir produzieren die Slides für Sie
- Mindestbuchungsvolumen: 1.575,- €**
- Social Media Verlängerung in der Premium-Variante zubuchbar

**Content Cards
Premium**
Insta Story als
Verlängerung
buchbar



Weitere Beispiele in unserem Showroom



Content Cards

Für jede Botschaft das passende Design

Intro Card



Text Card



Image Card



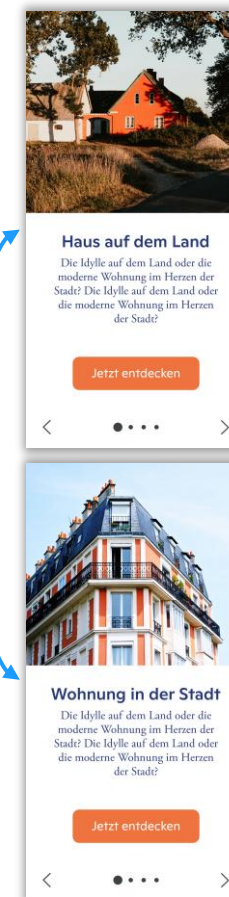
Video Card



Quote Card



Choice Card



Wählen Sie aus 6 verschiedenen Grunddesigns. Für jeden der 5 Slider einer Karte können Sie ein neues Grunddesign auswählen.

/ Cube Ad

Interaktiv und drehbar, unser Storytelling Format für hohes Engagement

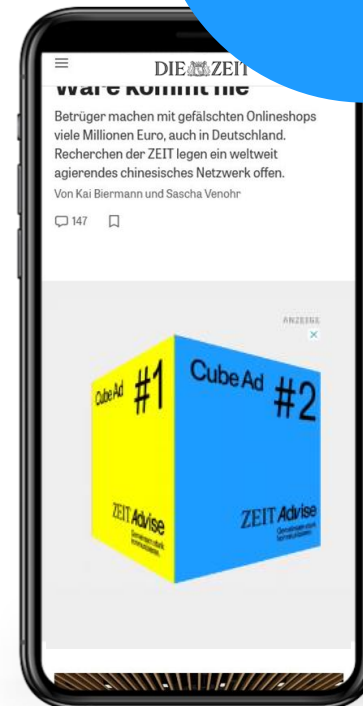
Spielerisch wirksam kommunizieren

- Interaktive Cube Ad (stationär & mobile)
- Durch Klick und Touch lädt die Cube Ad zur Interaktion ein
- Horizontales oder vertikales Drehen möglich
- Jede Seite zeigt ein eigenes Bild für kreatives Storytelling
- Jedes Bild kann mit einem individuellen Click-Through-Link hinterlegt werden

Buchungsmöglichkeiten

- Buchung erfolgt auf TKP-Basis
- Mindestbuchungsvolumen: 1.575,- €*
- Anlieferung von vier Bildern
- Targeting möglich

Perfekt für
Markeninszenierung
Produktvorstellung
Storytelling



/ Native Article und Native Hub

Native Article

- Content-Erstellung: bei *Basic* durch Sie, bei *Plus* durch uns (nach Briefing, passend zur zeit.de Zielgruppe); Aktualisierung möglich
- Gestaltung im gewünschten Native Content Layout
- **Eine Artikelseite** mit max. 6.000 Zeichen
- **Traffic-Paket:**
Bild-Text Teaser auf Ressortebene für die gesamte Laufzeit*

Display Ads zur Traffic-Generierung können kund:innenindividuell zusammengestellt werden
(inkl. 50 % internem Verlinkungsrabatt)



Preis: Basic ab 6.000,- € (4 Wochen; inkl. 1.500,- € Produktionskosten)**,
Plus ab 10.000,- € (4 Wochen; inkl. 3.500,- € Produktionskosten)**

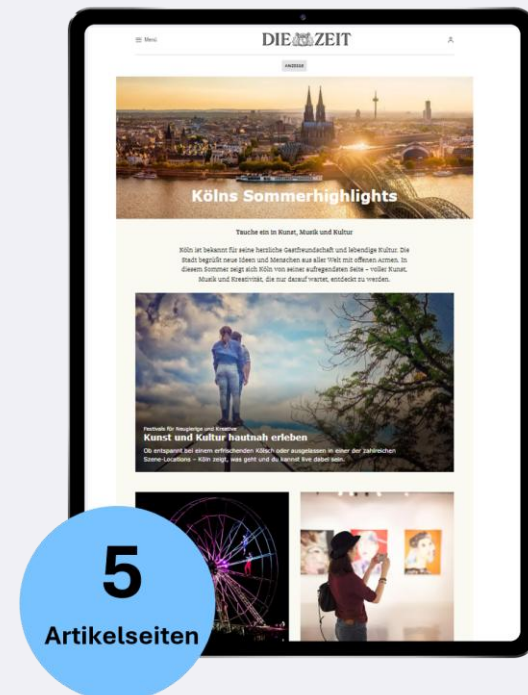
* Nach Verfügbarkeit.

** 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. Gezeigte Beispiele in Zusammenarbeit mit iq digital media marketing gmbh.

Native Hub

- Content-Erstellung: bei *Basic* durch Sie, bei *Plus* durch uns (nach Briefing, passend zur zeit.de Zielgruppe); Aktualisierung möglich
- Gestaltung im gewünschten Native Content Layout
- **Centerpage zzgl. fünf Artikelseiten** (bis zu 6.000 Zeichen pro Artikel)
- **Traffic-Paket:**
Bild-Text Teaser auf Ressortebene für die gesamte Laufzeit*

Display Ads zur Traffic-Generierung können kund:innenindividuell zusammengestellt werden
(inkl. 50 % internem Verlinkungsrabatt)



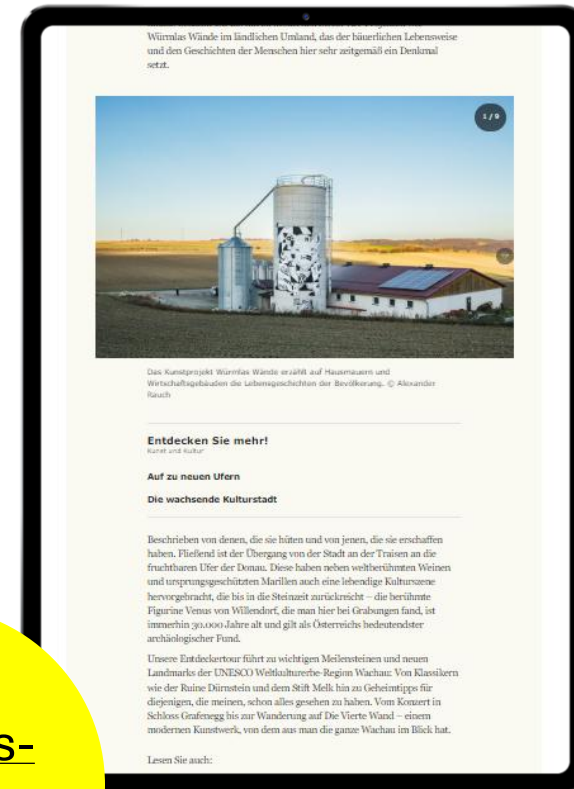
Preis: Basic ab 12.500,- € (4 Wochen; inkl. 4.500,- € Produktionskosten)**,
Plus ab 21.000,- € (4 Wochen; inkl. 9.500,- € Produktionskosten)**

Der Blick auf die Details

Ihr Artikel wird unter dem ZEIT-Header mit dem Wort „ANZEIGE“ und über den Font gekennzeichnet.

Dachzeile und Titel ziehen die Leser:innen wie bei zeit.de Artikeln gewohnt in das Thema

Opulentes Titelbild

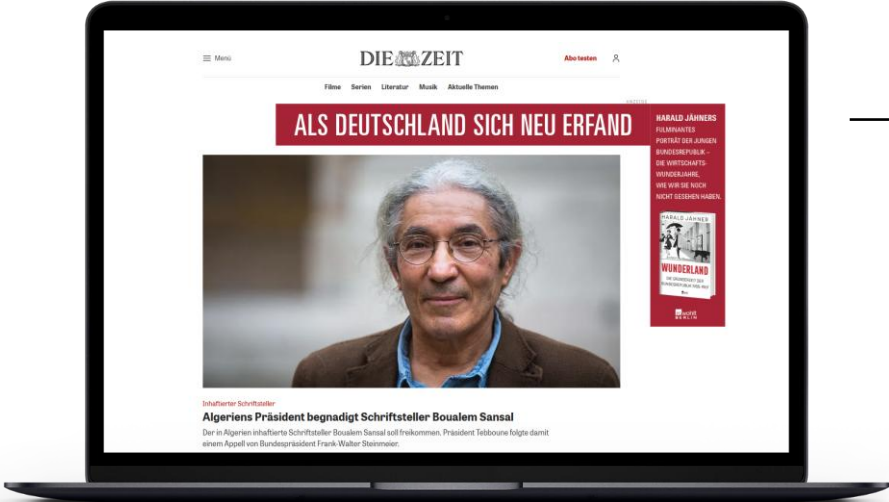


Optional: Bildergalerie

Über In-Text Links können Sie die User auf Ihr Content- oder Produkt-Angebot leiten

Ansichts-
Beispiel

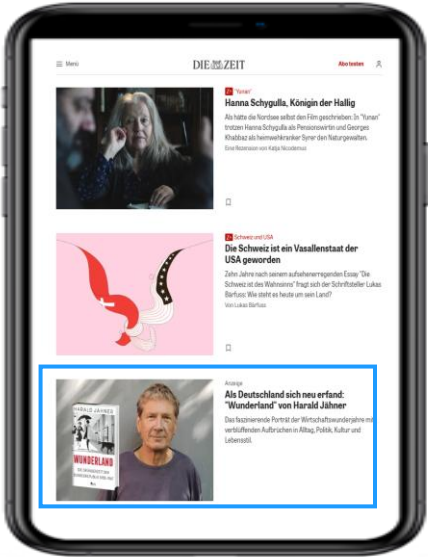
/ User Journey



Display stationär / Wallpaper



Display mobil 1:2



Ressort Teaser



Centerpage
Native Artikel

/ So begeistern wir die User:innen von Ihrer Buchempfehlung



CONTENT (ARTIKELSEITE)	AKTIVE BEWERBUNG (MEDIA)	REPORTING
<p>Die Artikel sind im zeit.de Layout gestaltet, sodass Sie hier vom Branding-Effekt und der Glaubwürdigkeit der Marke profitieren.</p> <p>Header in 960 x 200 und 400 x 255 px; mehrere Bilder mit Zwischentexten (Sie liefern mind. 10 Bilder)</p> <ul style="list-style-type: none">• Mögliche Platzierung von: Videos (mp4), In-Text Links (bspw. „Weitere Informationen“, „Downloads“)• Podcast/Audiodatei (mp3)	<p>Unsere Empfehlung: nutzen Sie Banner, die das Layout und das Thema des Native Article aufgreifen, um eine runde User-Führung zu gewährleisten.</p> <p>Um ein optimales Resultat zu erzielen, sollten die Werbemittel in Portalrotation mit Zielgruppen-Targeting ausgespielt werden. Ergänzend können Native Werbemittel oder auch Newsletter Ads eingesetzt werden.</p>	<p>Nach Abschluss der Kampagne erhalten Sie ein Reporting, um den Erfolg Ihrer Kampagne zu analysieren.</p>

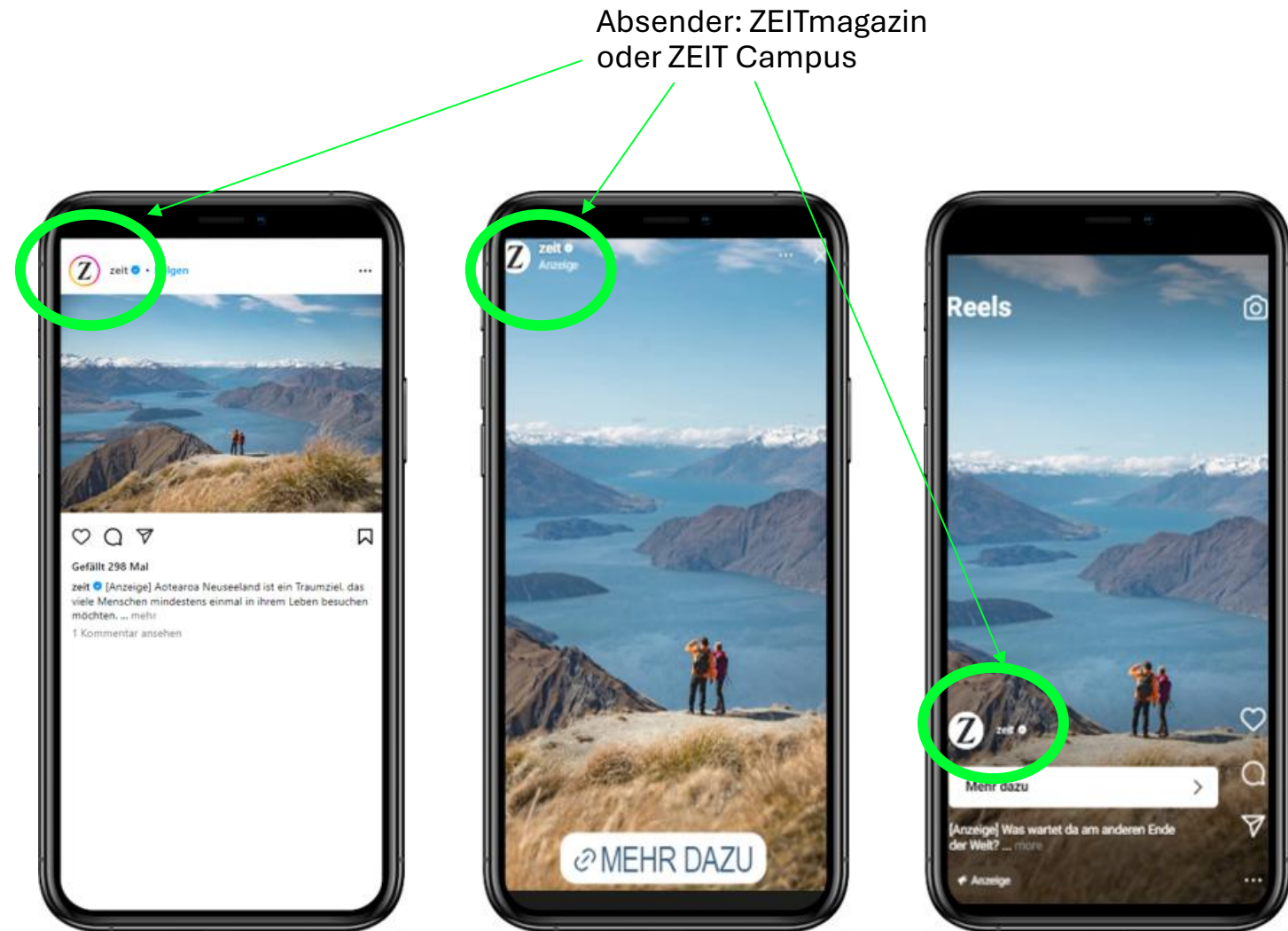
/ Buchen Sie zusätzliche Traffic Zuführung: Instagram Dark Post

Was ist ein Dark Post?

Ein Dark Post ist ein Beitrag auf einem Social Media Account, der direkt an eine ausgewählte Zielgruppe ausgespielt wird, aber nicht in der Timeline des Absenderaccounts erscheint. Der Empfänger muss der Seite nicht folgen, um den Beitrag zu sehen, sondern lediglich der ausgewählten Zielgruppe entsprechen.

Ihre Vorteile

- Die **Strahlkraft und das Vertrauen** in die Marke kann so von Ihnen genutzt werden
- Sie erreichen **die gewünschte Zielgruppe ohne Streuverluste**
- Ihre **Zielgruppe** wird mit Blick auf die Content Integration und die Mediamassnahmen **ganzheitlich** über mehrere Kanäle **angesprochen**
- Kosten: 2.500,- €*



Beispielhafte Abbildungen. Umsetzung kann abweichen. Vorbehaltlich Änderungen.

ZEIT.DE

/ Newsletter

advise.zeit.de



Was wir lesen

Der ZEIT-Literaturnewsletter

Im Literaturnewsletter erzählen ZEIT-Journalist:innen, Schauspieler:innen, Politiker:innen und andere Leser:innen über die Bücher, die sie gerade begeistern.

Erscheinungsweise: wöchentlich, donnerstags

Reichweite: 166.000 Abonnent:innen


Anzeigenschluss: bis Donnerstag, 12 Uhr der Vorwoche

Anzeigenart	Preis
Breaking Ad	2.700,00 €
Buchverlosung	4.000,00 €
Bild-Text Ad	4.000,00 €

ANZEIGE

Winterzeit ist Lesezeit mit Büchern von C.H.Beck

C.H.BECK




ANZEIGE

Zu gewinnen: »Schwanentage« von Zhang Yueran

Das Kindermädchen Yu Ling arbeitet für ein wohlhabendes Ehepaar der chinesischen Elite und kümmert sich hingebungsvoll um deren siebenjährigen Sohn. Yu Ling kennt die Geheimnisse der Familie, ihre Arbeitgeber hingegen ahnen nicht, dass auch sie einiges verbirgt. Eines Tages plant Yu Ling in der Hoffnung auf Lösegeld und ein besseres Leben, den Jungen zu entführen. Doch es kommt ganz anders ...

Gemeinsam mit Ecco verlosen wir 30 Exemplare von »Schwanentage«. Teilnahmeschluss ist der 15. Oktober 2025.


JETZT TEILNEHMEN



DIE ZEIT

WAS WIR LESEN

UNSERE VOM LITERATUR-COMMUNITY




Liebe Leserin, lieber Leser,

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

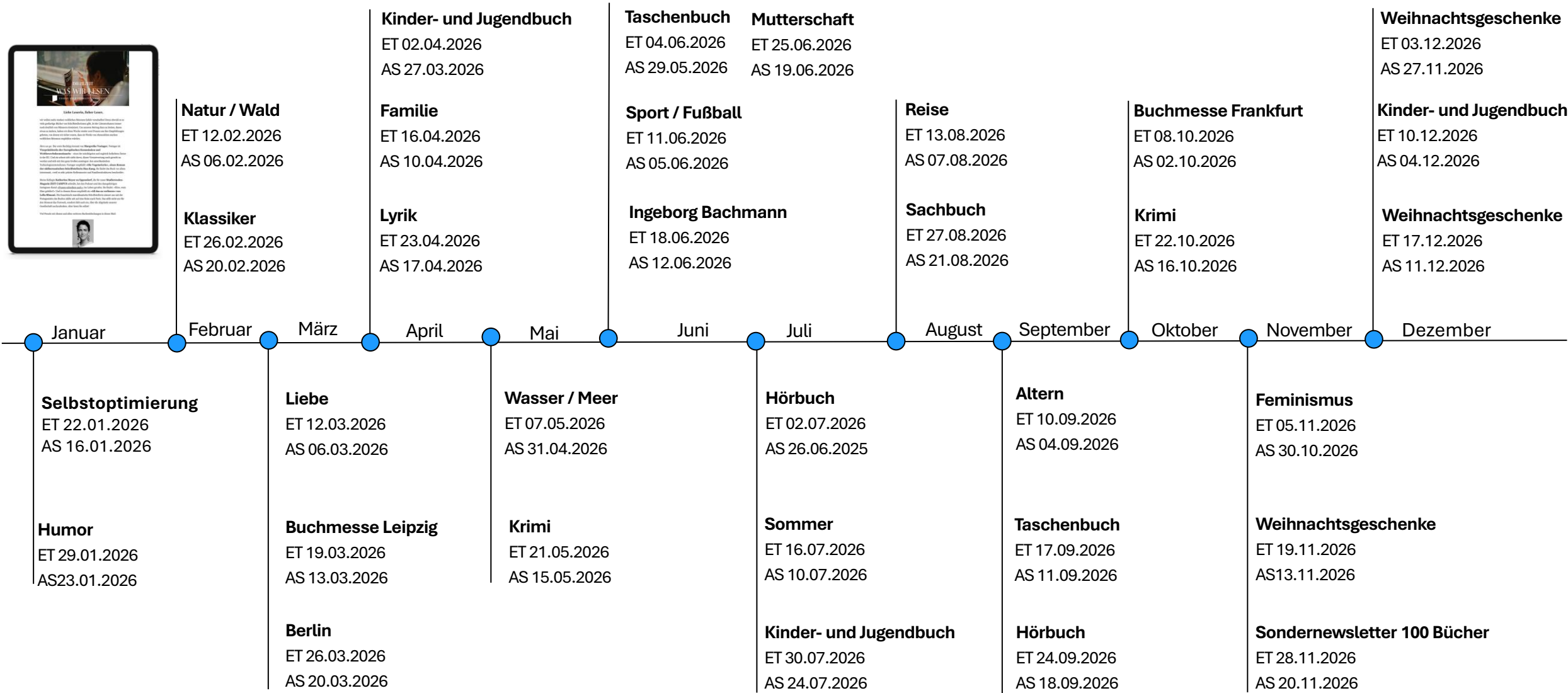
ge go: Der erste Buchtipps kommt von Margrethe Vestager. Vestager ist
äsidentin der Europäischen Kommission und
ewerbskommissarin – eines der mächtigsten und zugleich heikelsten Ämter
EU. Und sie scheut sich nicht davor, dieser Verantwortung auch gerecht zu
und sich mit den ganz Großen anzulegen: den amerikanischen
logieunternehmen. Vestager empfiehlt »Die Vegetarierin«, einen Roman
dkoreanischen Schriftstellerin Han Kang. Sie findet das Buch vor allem
sant, »weil es sehr präzise Rollenmuster und Familienstrukturen beschreibt«.

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

ude mit diesen und allen weiteren Buchentdeckungen in dieser Mail.



Was wir lesen-Themenschwerpunkte im Überblick



Freunde der ZEIT

Der Newsletter für Abonnent:innen

Der wöchentliche „Freunde der ZEIT“-Newsletter lädt zum direkten Austausch ein und vertieft Themen aus Politik, Wirtschaft, Wissen und Kultur gemeinsam mit Leser:innen und den Journalist:innen der ZEIT.

Erscheinungsweise: wöchentlich, sonntags

Reichweite: 283.000 Abonnent:innen

Anzeigenschluss: bis Montag, 12 Uhr vor Erscheinen

Anzeigenart	Preis
Breaking Ad	3.125,00 €
Buchverlosung	4.700,00 €
Bild-Text Ad	4.700,00 €

Superreiche kapern unsere Welt



ANZEIGE




Buchverlosung
Gewinnen Sie »Wohnen« von Doris Dorrie

Doris Dörrie ist eine Wohnende wider Willen. Nie wollte sie sich niederlassen, Wurzeln schlagen, aber wie andere wohnen, hat sie immer fasziniert. Auf ihren unzähligen Reisen sieht sie, wie eng das Wohnen an die jeweilige Kultur geknüpft ist. Und bei ihrer Arbeit als Filmemacherin wird sie zur Experte für das Erschaffen künstlicher Wohnwelten. In ihrem neuen Buch erzählt sie ihr Leben als Wohnende und fragt, wie und mit wem wir wohnen wollen – eine unendliche Vielfalt des Wohnens tut sich auf.

In Kooperation mit Hanser Berlin verlosen wir 50 Exemplare von »Wohnen«. Teilnahmeschluss ist der 15. Mai 2025.

JETZT MITMACHEN



Das Programm für Abonnent:innen

Liebe Leserin, lieber Leser,

es!« Nach einem Ausflug zum Bauernhof, auf dem ich aufgewachsen bin, eine Kinder und ich betroffen an dem Graben, in den ich damals immer ge- bin, als ich das Radfahren lernte. Die Brennnesseln sind immer noch da, ich fast noch auf der Haut spüren, und die tröstenden Worte meiner Oma hab sofort wieder im Ohr. Meine Kinder hingegen sind ein bisschen enttäuscht, e sich doch einen tiefen, steilen Abgrund vorgestellt nach meinen drama- schilderungen. Sie wollen wissen, welche Farbe mein Fahrrad damals hatte? nung.

r Newsletterausgabe geht es um Erinnerungen. Um die, die über- n unseren Köpfen bleiben, und die, die unser Gedächtnis einfach nicht mehr n kann. Im Text »Wie war das noch mal?« möchte Michael Allmaier n dem behalten, was sein Leben bereichert hat, und befragt Wissen- die da Bescheid wissen. Jetzt lesen → Mit einem Augenzwinkern schildert tesco Giammarco, warum es auch sein Gutes hat, wenn man sich ehr an sein früheres Leben erinnert. Zudem haben wir 3 Tipps für entale Zeitreise« versammelt, mit denen Sie sich sogar an Situationen dem zweiten und dritten Geburtstag wieder erinnern können. Jetzt lesen

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

Reichweite: 118.000 Abonnent:innen

Anzeigenschluss: bis Freitag, 12 Uhr der Vorwoche

¹Branchenpreis II: Preise für Buch- & Musikverlage.
Für alle anderen Kund:innen gelten die Grundpreise.

ZEIT Advise

/ Kommst Du mit?

Die Reisecommunity der ZEIT

Im Newsletter der Reisecommunity empfehlen ZEIT-Journalist:innen, Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens und Reisende aus aller Welt ihre Lieblingsorte abseits ausgetretener Pfade. Im Reisenewsletter der ZEIT finden Sie jede Woche kleine Ausflugsideen vor der Haustür und große Reisegeschichten aus der Ferne.

Erscheinungsweise: wöchentlich, mittwochs

Reichweite: 128.000 Abonnent:innen

Anzeigenschluss: bis Mittwoch, 12 Uhr der Vorwoche

Anzeigenart	Preis
Breaking Ad	1.600,00 €
Breaking Ad Premium	2.150,00 €
Bild-Text Ad	2.650,00 €
Spezial Bild-Text Ad	4.825,00 €

ANZEIGE

»SIE MÜSSEN GAR NICHT IN DEN SÜDEN, UM IHR LEBEN ZU ÄNDERN«

DAS NEUE BUCH DES BESTSELLERAUTORS ALEXANDER OETIKER

AR JETZT ERHÄLTlich - AUCH ALS E-BOOK

ES KANN SO SCHON ZEIN, DAS LEBEN

ALEXANDER OETIKER

ANZEIGE

Mallorca – Sonne und Vergnügen. Wo andere Ferien machen, lauert das Verbrechen.

Isabel Flores ermittelt in ihrem ersten Fall auf Mallorca.

Diogenes

Blaues Meer, versteckte Buchten, mediterranes Lebensgefühl. Isabel Flores ermittelt auf Mallorca.

Isabel Flores genießt ihren Cortado in der Bar Castell im malerischen Dorf Sant Martí, als der friedliche Sommertag jäh durch eine Schreckensnachricht verdunkelt wird: Ein kleines Mädchen ist verschwunden, am Strand entführt, und Polizeichef Tolo Cabot bittet seine ehemalige Kollegin Isabel um Hilfe. Als Ermittlerin war sie berühmt für ihren scharfen Verstand und ihre beinahe unheimliche Intuition, doch nun beginnt ein Wettlauf gegen die Zeit.

JETZT ENTDECKEN

Liebe Leserin, lieber Leser,

in Monaten damit beginnen, diese Reisecommunity mit den rundgeschichten, Empfehlungen und Sprachangeboten aus mos für Sie zu planen, schickte der Sommer gerade seine ersten ge waren warm und lang, die Terrassen unserer Lieblingsrestaurants auch das Reisen schien, zumindest im Kleinen, wieder problemlos Allerbeste Voraussetzungen also für Neues, mit dem wir Sie in der Jahreszeit auf Reisen schicken können. Heute, etwa fünf Monate uation eine andere. Aber der Wunsch, Sie zu inspirieren und mit ebern, ZEIT-Kolleginnen und Leute aus aller Welt zu verknüpfen, uren allerliebsten Orten erzählen, zu denen wir hoffentlich er aufbrechen können, ist ungebrochen. Kommen Sie mit?

den wir Sie aufs Herzlichste ein, ab sofort jeden Mittwoch uns kleine und große Entdeckungen zu machen und die Sehnsucht eschen, fremden Ländern und Kulturen, aber auch nach kulinarischen und Ausflügen in die Region zu stillen. Oder, um es in den Worten des en Andreas Öhler zu sagen: Entdecken Sie mit uns die »Schönheit

Ausgabe erzählt Ihnen unser Kollege Bernd Loppow, Gründer und

Erfahren Sie in diesem wöchentlichen Newsletter, was die Musik-, Kunst- und Literaturszene bewegt.

Erscheinungsweise: wöchentlich, donnerstags

Reichweite: 18.900 Abonnent:innen

Anzeigenschluss: bis Montag, 12 Uhr vor Erscheinen

Anzeigenart	Grundpreis	Kultur & Buchverlage
Breaking Ad	850,00 €	540,00 €



DIE ZEIT Kultur
*Das Neueste aus der Kulturszene für die 34. Kalenderwoche.
Viel Spaß beim Lesen!*



"Mein Vater brachte mir bei, dass Lachen den Schmerz durchdringt"

Anzeige



Das neue Buch von
Arlie Russell Hochschild
Verlust, Scham und der Aufstieg der Rechten
»» Zur Leseprobe

Hamburger Edition
Verlag des Hamburger Instituts für Sozialforschung

Der WELTKUNST-Newsletter von Lisa Zeitz

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 Abonnent:innen

Anzeigenschluss: Dienstag, 12 Uhr der Vorwoche

Anzeigenart	Preis
Breaking Ad	775,00 €
Bild-Text Ad	870,00 €

Willkommen zum WELTKUNST-Newsletter! | [Im Browser öffnen](#)



WELTKUNST

von Lisa Zeitz, 25. April 2025

Während ich Ihnen heute schreibe, schwankt der Boden unter meinen Füßen, denn ich bin auf der „MS Europa 2“ an der nordamerikanischen Pazifikküste unterwegs. Nach ein paar Tagen auf See schwankt man auch an Land ein bisschen. Es ist eine Reise voller Kunsterlebnisse. An Bord zeigt die Galeristin Carola Persiehl verschiedene Zeitgenossen in der Galerie, und überall sind Werke der schiffseigenen Sammlung zu sehen. Bei den Landausflügen etwa in Los Angeles, San Francisco, Vancouver oder San Diego steuern Thole Rotermond und ich im Rahmen des Programms „Weltkunst artzsea“ ganz besondere Orte an. So waren wir vor ein paar Tagen im Donum Estate, einem Weingut in Sonoma County, das Allan und Mei Warburg seit 2011 zu einem beeindruckenden Skulpturengarten gemacht haben: Hier sehen Sie eine Bonsai-Bronze von Marc Quinn, im Hintergrund einen Kürbis von Yayoi Kusama, Olafur Eliasson ist auch leicht zu erkennen, und das riesige

Ort für monumentale e Spinne von anford Biggers ern durch die



KRIMI TRIFFT AUF KUNSTGESCHICHTE

Die neue Krimireihe um den Bonner Kunstexperten und Ermittler Lennard Lomberg

MEHR ERFAHREN



ZEIT Advise

/ ZEIT Verbrechen – Newsletter

Alle zwei Wochen exklusive Akteneinsicht zum Podcast, Hintergrundgeschichten und Neuigkeiten aus der Redaktion im ZEIT-Verbrechen-Newsletter.

Erscheinungsweise: zweiwöchentlich, freitags

Reichweite: 40.000 Abonnent:innen

Anzeigenschluss: bis Freitag, 12 Uhr der Vorwoche

Anzeigenart	Preis
Breaking Ad	2.000,00 €



**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 uns geschlossen. Wir hoffen, dass Sie uns treffen, die wir uns sehr freuen, Sie in Telefon zu sprechen. Sie haben uns sehr vieles erzählt. Ich habe Ihnen zwar ihr Leben erzählt, aber ich bin noch Richter in Hamburg. Und die...
ZEIT – und auch...



**RAFFINIERTER
NERVENKITZEL**
AUS SCHWEDEN

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

**LÄCKBERG
FEYERUS
FINSTER
NEBEL**

**JETZT
ENTDECKEN**

KNAUR

/ Wofür leben wir?

Der Sinn-Newsletter


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 Abonnent:innen


Anzeigenschluss: bis Freitag, 12 Uhr der Vorwoche

Anzeigenart	Preis
Breaking Ad	1.250,00 €
Bild-Text Ad	1.750,00 €



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 Sand, die Wellen weht die Füße. Hach, Urlaub. Denke ich an ein Büro, das ich mit einem Kollegen teile, das ich gar nicht verstehen kann. Fragt man mich, was Urlaub macht, sagt er: "Urlaub? Ich hasse"

dem Text beschrieben, der –
ag und lustig ist. Öhler erklärt darin, warum
s Wegfahren nicht versteht: "Mich bringt die
n Auszeit eher auf die Palme statt darunter",
ich weder für ein dry-aged Rindersteak, das
uss ich abschalten oder aufladen, als wäre
r. Wie Sie Lust auf mehr haben, Güt

Anzeige

Guten Schlaf kann man lernen.

Das 6-Minuten-Schlafstagebuch:
Endlich gut schlafen!



ACHTSAMKEIT HAT VIELE NUTZEN

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 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.

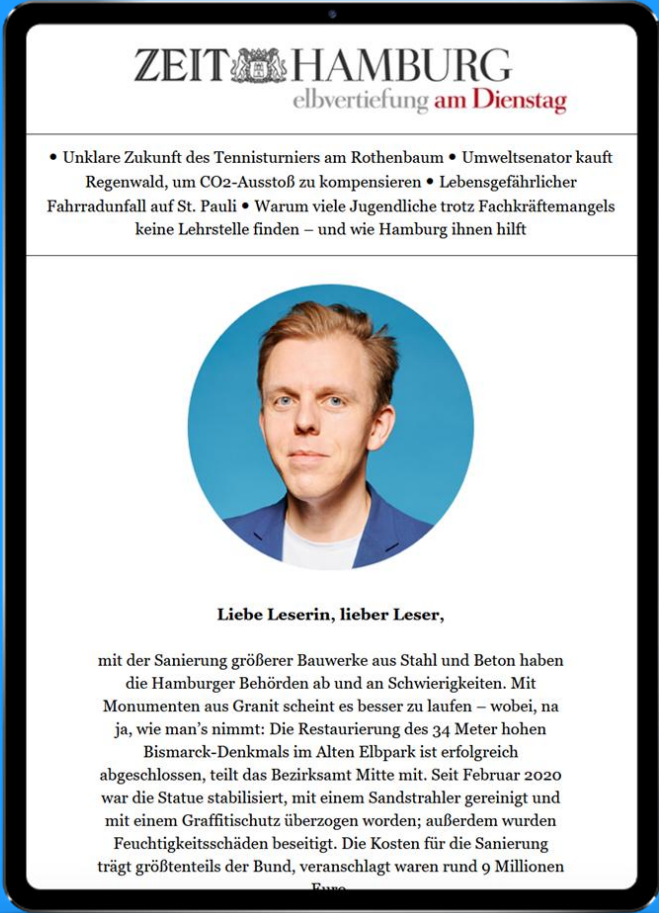
Erscheinungsweise: werktäglich, montags-freitags

Reichweite: 107.000 Abonnent:innen

Anzeigenschluss: bis Montag, 12 Uhr der Vorwoche

Anzeigenart	Preis pro Woche
Breaking Ad	2.700,00 €
Bild-Text Ad	2.950,00 €

Die Preise beinhalten die Buchung einer gesamten Kalenderwoche.
1x Motivwechsel kostenlos. Ein weiterer Motivwechsel ist gegen Aufpreis von 180 € möglich.




Jeden Mittwoch teilt die Redaktion des Familienressorts lesenswerten Stücken für und über Familien, Praktisches aus dem Elternalltag und ein Rezept, das alle am Tisch glücklich macht.

Erscheinungsweise: wöchentlich, mittwochs

Reichweite: 38.000 Abonnent:innen


Anzeigenschluss: bis Freitag, 12 Uhr vor Erscheinen

Anzeigenart	Preis
Breaking Ad	1.900,00 €



Familienzeit

Geschichten, die in der Familie bleiben




von Wlada Kolosowa
Redakteurin ZEITmagazin Online

Liebe Leserinnen, liebe Leser,


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

Anzeige



wie man lernt, richtig zu lernen.

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



Wochenmarkt-Newsletter

Rezepte, Genussgeschichten und kulinarische Inspiration aus aller Welt. Im Wochenmarkt-Newsletter empfehlen wir wöchentlich die besten Rezepte und Genussgeschichten der ZEIT.

Erscheinungsweise: wöchentlich, freitags

Reichweite: 40.000 Abonnent:innen

Anzeigenschluss: bis Montag, 12 Uhr vor Erscheinen

Anzeigenart	Preis
Breaking Ad	1.900,00 €



WOCHENMARKT

Rezepte und Genussgeschichten – exklusiv für
Abonnentinnen und Abonnenten



von Jakob Pontius
Redakteur ZEITmagazin

Liebe Leserinnen und Leser,

wenn die Sommerhitze die Glieder schwer macht, wird man auch in der Küche träge. So geht es mir zumindest. Dann will ich keine neuen, elaborierten Gerichte ausprobieren, sondern nur Vertrautes oder Schnelles kochen. Am besten etwas, das (auch) kalt schmeckt – wie die drei Rezeptempfehlungen der Woche.

Damit bin ich nicht allein. Der britische Koch und Autor Nigel Slater, dessen Rezepte wir auf Deutsch exklusiv veröffentlichen, sieht das ganz ähnlich: "Es zieht mich zu Gerichten, die schon früher am Tag zum Teil zubereitet werden können, sodass später nur noch ein wenig Last-Minute-Kochen nötig ist", schreibt Slater zu seinem Rezept für Kartoffeln mit Curryjoghurt.

Wenigstens ein Teil der Woche ist es also nicht nur für mich, sondern auch für Sie. Nur wenn Sie die Rezepte ausprobieren, können Sie die kulinarischen Köstlichkeiten der Region Périgord erleben. Nur wenn Sie die Rezepte ausprobieren, können Sie die kulinarischen Köstlichkeiten der Region Périgord erleben.



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

/ Beziehungsweise

Jeden Mittwoch spüren wir in unserem Beziehungsnewsletter den wohl aufregendsten zwischenmenschlichen Verbindungen nach.

Erscheinungsweise: wöchentlich, mittwochs

Reichweite zum Start: 19.300 Abonnent:innen

Anzeigenschluss: bis Mittwoch, 12 Uhr der Vorwoche

Anzeigenart	Preis
Breaking Ad	965,00 €

B

Beziehungsweise

Hier geht's ums Gefühl

von Cora Wucherer

Redakteurin ZEITmagazin

Liebe Leserin, lieber Leser,

es gibt Dinge, die ich an meinem Job nicht so gern mag (Konferenzen, die länger als 2,5 Stunden dauern) und Dinge, die ich gern mag (Menschen Fragen stellen, die ich mich privat nie trauen würde zu fragen; unerwartete Einblicke bekommen; etwas lernen). Und dann gibt es Dinge, die ich an meinem Job liebe. Wie die Recherche für einen Artikel, den ich Ihnen heute sehr empfehlen möchte.

Wir haben unsere Leserinnen und Leser gefragt, in welchen Momenten sie wussten, dass der oder die Andere die große Liebe ist, der "Richtige", wenn man so will. Mehr als 100 von Ihnen haben sich bei uns gemeldet. Gemeinsam mit meinem Kollegen Jarnail Sekhon

Schatzsuche
m Lachen
bei vielen
as Ihren
die Liebe

Meine liebste
Sie stammt

Anzeige

FACHZEITUNG ZEIT
PSYCHOLOGIE
HEUTE

Die Farben von früher
Wie die Kindheit uns prägt

DAN DONNER
PSYCHOLOGIE
HEUTE

Kindheitsmuster

Jetzt bestellen

ZEIT Advise

/ Was jetzt? – Der tägliche Morgenüberblick

Starten Sie mit unserem kurzen Nachrichten-Newsletter in den Tag. Im "Was jetzt?"-Newsletter fasst die ZEIT Redaktion für Sie jeden Morgen in Kürze zusammen, was in den vergangenen 24 Stunden passiert ist.

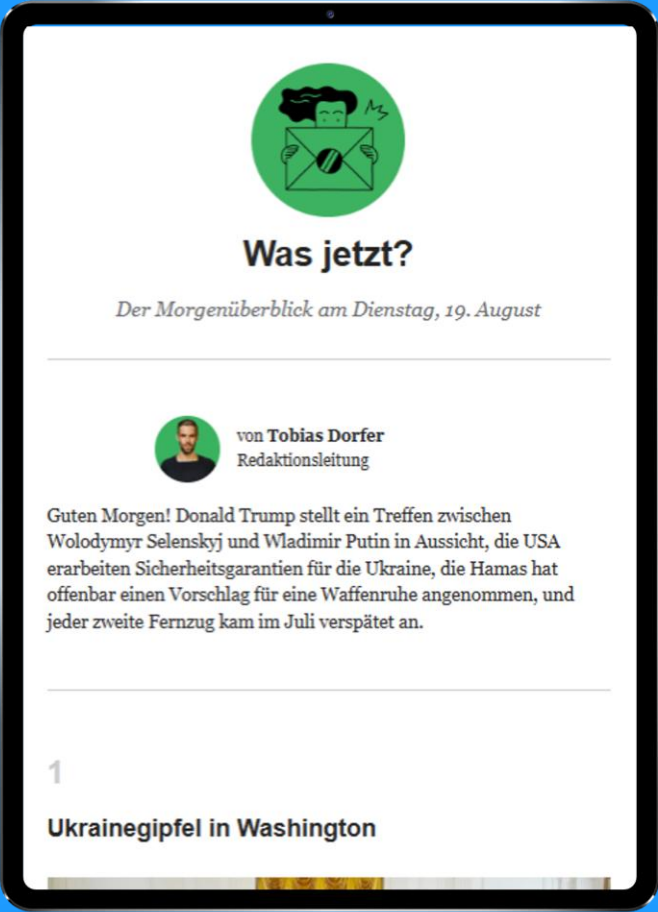
Erscheinungsweise: täglich, montags-sonntags

Reichweite: 244.000 Abonnent:innen

Anzeigenschluss: bis Montag, 12 Uhr der Vorwoche

Anzeigenart	Preis pro Woche
Breaking Ad	19.600,00 €

Der Preis beinhaltet die Buchung einer gesamten Kalenderwoche.




Früher informiert: Mit dem ZEIT-Brief erhalten Sie wöchentlich exklusive Leseempfehlungen zur neuen ZEIT-Ausgabe von Chefredakteur Giovanni di Lorenzo!

Erscheinungsweise: wöchentlich, mittwochs


Reichweite: 575.000 Abonnent:innen

Anzeigenschluss: bis Montag, 12 Uhr der Vorwoche

Anzeigenart	Preis
Bild-Text Ad	4.600,00 €



Exklusiv für Sie
Ein Blick in die
interaktive Titel-
geschichte






DIE ZEIT
WOCHENZEITUNG FÜR POLITIK, WIRTSCHAFT, WISSEN UND KULTUR
Wunderbar unordentlich
Was heute alles Familie sein kann
Viemlich glücklich

Liebe Frau Kraatz,

lesen Sie in der neuen Ausgabe der ZEIT:

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

DIE ZEIT – jetzt die Inhalte der neuen Ausgabe entdecken!



Ihr
Giovanni di Lorenzo
Chefredakteur

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

DIE ZEIT 4x kostenlos lesen

ZEIT Campus 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.

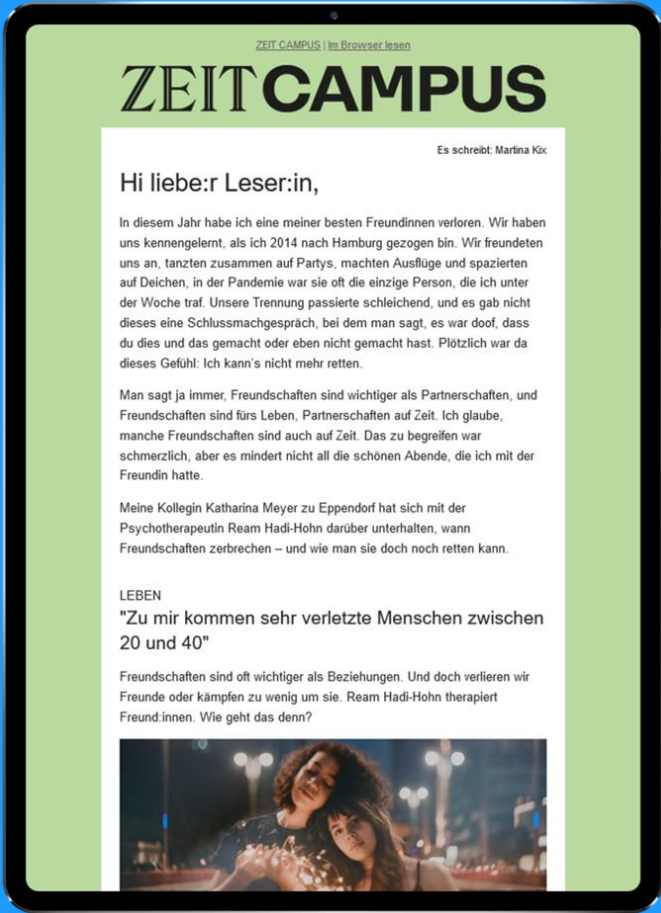
Erscheinungsweise: wöchentlich, dienstags

Reichweite: 76.000 Abonnent:innen

Anzeigenschluss: bis Donnerstag, 12 Uhr der Vorwoche

Anzeigenart	Grundpreis	Branchenpreis II ¹
Breaking Ad	3.800,00 €	1.710,00 €

¹Branchenpreis II: Preise für Buch- & Musikverlage.
Für alle anderen Kund:innen gelten die Grundpreise.



/ ZEIT für die SCHULE | Lehrernewsletter

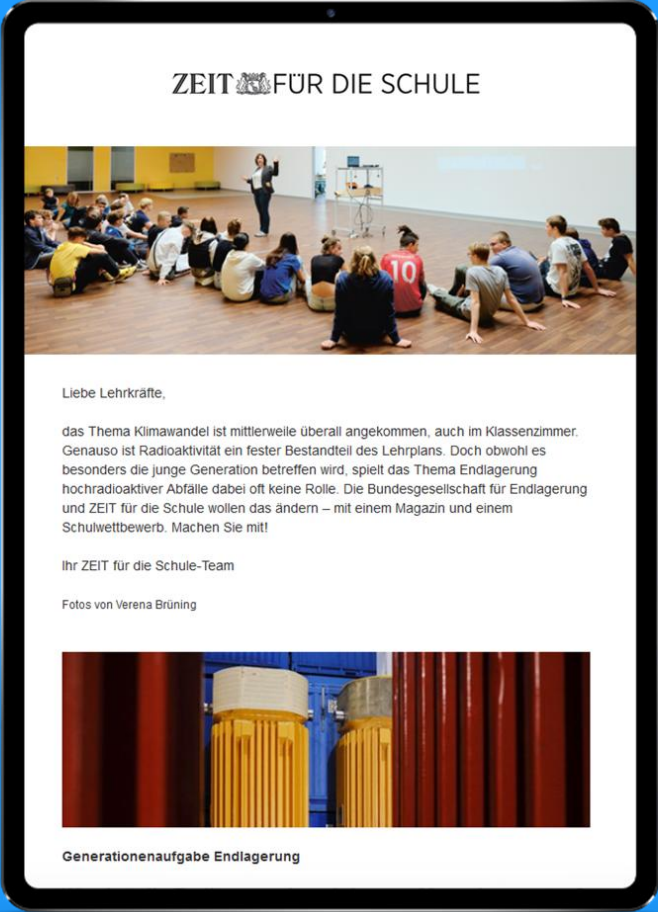
Dieser nutzwertige Newsletter liefert Lehrer:innen aktuelle Informationen rund um das Projekt „ZEIT für die Schule“ und enthält kostenlose Arbeitsblätter zu aktuellen Themen aus der ZEIT.

ZEIT für die SCHULE Lehrernewsletter – Sek I
Erscheinungsweise: Am 3. Donnerstag im Monat
Reichweite: 32.000 Abonnent:innen

ZEIT für die SCHULE Lehrernewsletter – Sek II
Erscheinungsweise: Am 1. Donnerstag im Monat
Reichweite: 42.000 Abonnent:innen

Anzeigenschluss: bis Donnerstag, 12 Uhr der Vorwoche

Anzeigenart	Preis
Sek I Breaking Ad	1.600,00 €
Sek II Breaking Ad	2.100,00 €



/ Grüezi! – der Newsletter der ZEIT Schweiz

In diesem Newsletter blicken wir wöchentlich auf die Schweiz – aus der Ferne und von innen. Kolleg:innen aus Hamburg, Brüssel, London oder Washington D.C. schildern ihre Sicht, ebenso wie Expats, die das Land seit Jahrzehnten prägen.

Damit auch Neuankömmlinge mitlesen können, erscheint der Newsletter zusätzlich auf Englisch.

Erscheinungsweise: wöchentlich, freitags

Reichweite zum Start: 22.000 Abonnent:innen

Anzeigenschluss: bis Freitag, 12 Uhr der Vorwoche

Anzeigenart	Preis
Breaking Ad	800,00 €
Bild-Text Ad	800,00 €



/ Natürlich intelligent

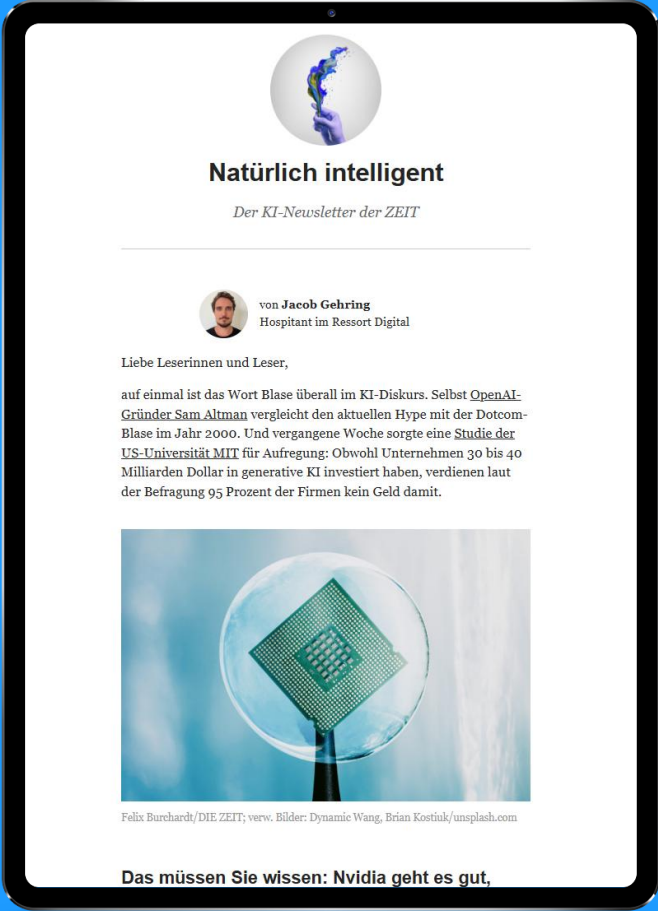
Künstliche Intelligenz ist die wichtigste Technologie unserer Zeit. Aber auch ein riesiger Hype. Wie man echte Durchbrüche von hohlen Versprechungen unterscheidet, lesen Sie in unserem KI-Newsletter.

Erscheinungsweise: wöchentlich, donnerstags

Reichweite: 33.000 Abonnent:innen

Anzeigenschluss: Montag vor Erscheinen, 12 Uhr

Anzeigenart	Preis
Breaking Ad	1.650,- €



/ ZEIT FÜR UNTERNEHMER

Jeden ersten Donnerstag im Monat erhalten Sie hier das Update der Redaktion rund um die Themen die Unternehmer:innen im Mittelstand bewegen.

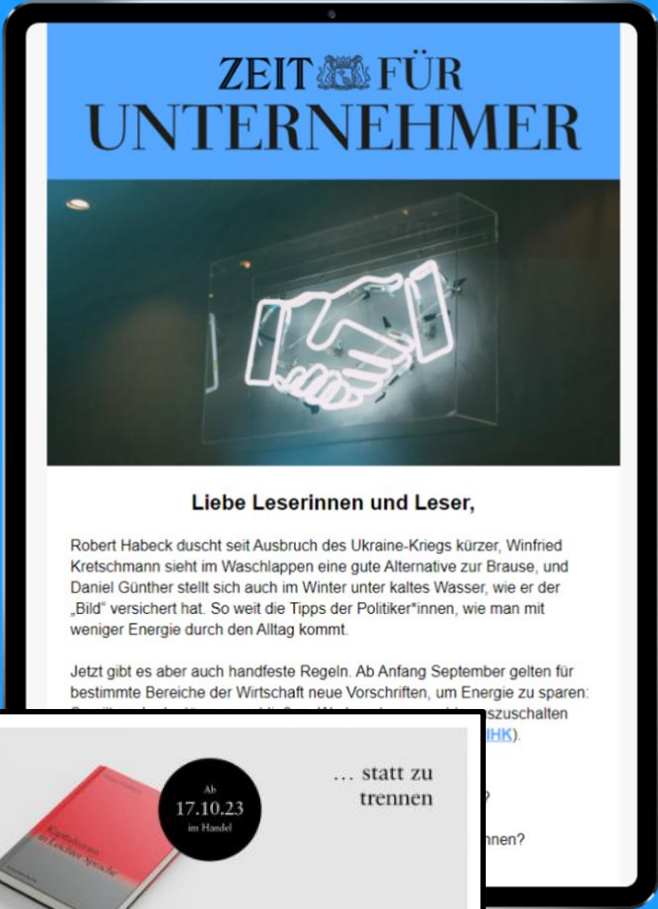
Erscheinungsweise: monatlich, donnerstags

Reichweite: 40.000 Abonnent:innen

Anzeigenschluss Streifenanzeige: bis Donnerstag, 12 Uhr der Vorwoche

Anzeigenschluss Bild-Text-Anzeige: bis Montag, 12 Uhr der Vorwoche

Anzeigenart	Preis
Bild-Text Ad	4.000,00 €
Breaking Ad	7.500,00 €



/ Was für ein Tag!

Der ZEIT-Newsletter

Christoph Amend wirft einen Blick auf die wichtigsten Momente des Tages und gibt persönliche Empfehlungen für den Feierabend – von Büchern über Podcasts, Ausstellungen, Reisen, Rezepte bis zu Restaurants, Kino und TV.

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

Reichweite: 53.000 Abonnent:innen

Anzeigenschluss: bis Mittwoch, 12 Uhr der Vorwoche

Anzeigenart	Grundpreis	Branchenpreis II ¹
Breaking Ad	5.200,00 €	2.340,00 €

¹Branchenpreis II: Preise für Buch- & Musikverlage.
Für alle anderen Kund:innen gelten die Grundpreise.



/ Der Geld-Newsletter

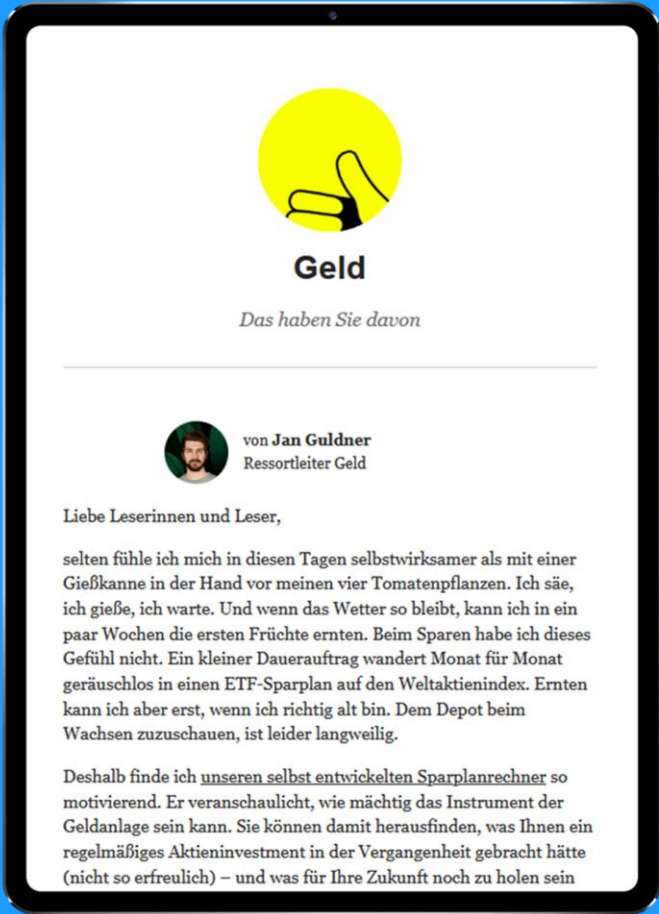
Geld oder Leben? Warum nicht beides! Jeden Dienstag bringt unser Newsletter Finanzwelt und Familie, Börse und Beziehung in Ihrem Postfach zusammen.

Erscheinungsweise: wöchentlich, dienstags

Reichweite: 42.000 Abonnent:innen

Anzeigenschluss: bis Dienstag, 12 Uhr der Vorwoche

Anzeigenart	Preis
Breaking Ad	4.800,00 €



/ Gemischter Satz – der Newsletter der ZEIT Österreich

Aktuelles, Bemerkenswertes oder Beiläufiges über die Kultur, die Politik, den Alltag und die Absurditäten des kleinen Landes da im Süden mit seinen Bergen und Weinhängen.

Erscheinungsweise: wöchentlich, freitags

Reichweite: 48.000 Abonnent:innen

Anzeigenschluss: bis Freitag, 12 Uhr der Vorwoche

Anzeigenart	Preis
Breaking Ad	690,00 €
Bild-Text Ad	890,00 €



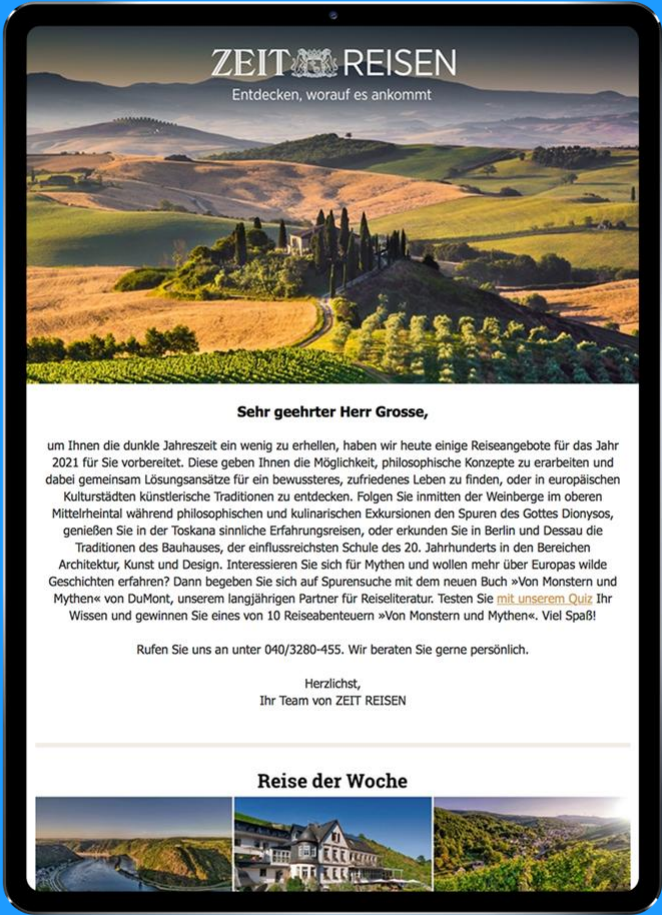
Der Newsletter von ZEIT REISEN präsentiert ein vielfältiges Reiseangebot und saisonale Sonderreisen. Spannende Reiseberichte der Gäste sowie ReiseleiterInnen ergänzen den inspirierenden Content und faszinieren regelmäßig eine kulturinteressierte und wissbegierige Leserschaft.

Erscheinungsweise: wöchentlich, sonntags

Reichweite: 90.000 Abonnent:innen

Anzeigenschluss: bis Dienstag, 12 Uhr vor Erscheinen

Anzeigenart	Preis
Breaking Ad	850,00 €
Bild-Text Ad	1.200,00 €
Bild-Text Ad Premium	2.250,00 €



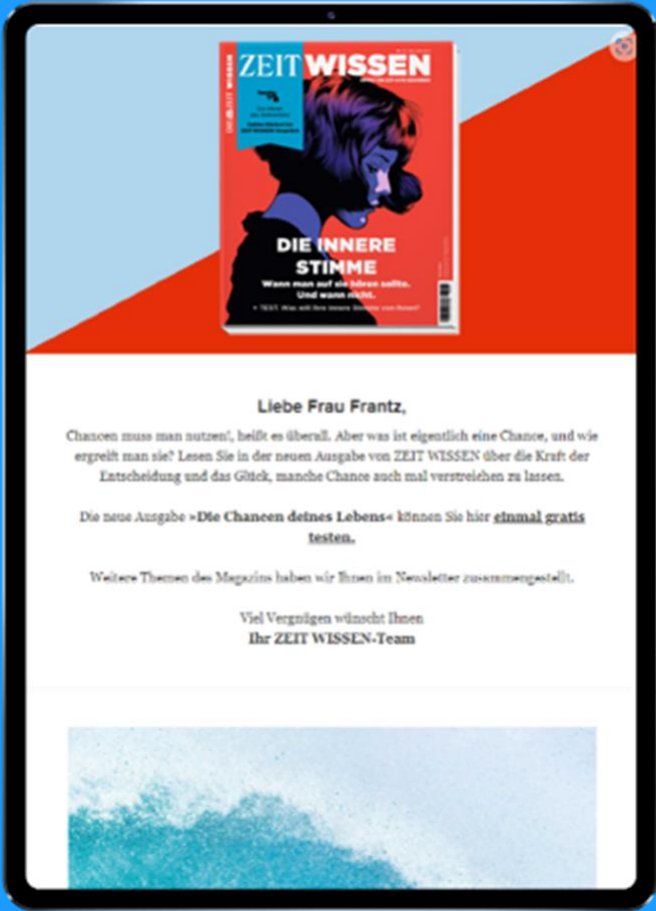
Erkenntnisse aus Wissenschaft und Forschung unterhaltsam aufbereitet. 6 x im Jahr, pünktlich zur neuen Ausgabe von ZEIT WISSEN.

Erscheinungsweise: dienstags nach Erscheinen des ZEIT WISSEN-Magazins

Reichweite: 49.000 Abonnent:innen

Anzeigenschluss: bis Mittwoch, 12 Uhr der Vorwoche

Anzeigenart	Preis
Breaking Ad	2.250,00 €





Die ZEIT ist der größte Podcast Publisher Deutschlands!
Journalistische Qualität und echte Glaubwürdigkeit –
das perfekte Podcast-Umfeld für Ihre Markenbotschaft.



**15,2 Mio.
Downloads
pro Monat**

Unsere Podcasts sind regelmäßig unter den Top 20 der reichweitenstärksten Podcasts vertreten!*



Was jetzt?

Platz 1

6,6 Mio. Downloads**



Alles gesagt

Platz 13

2,6 Mio. Downloads**



Verbrechen

Platz 14

2,4 Mio. Downloads**



Die Themenbereiche der ZEIT Podcasts

Spannende Themen für Sie praktisch in Channel gebündelt

Arbeit & Karriere



Crime



Digitalisierung



Lifestyle & Kultur



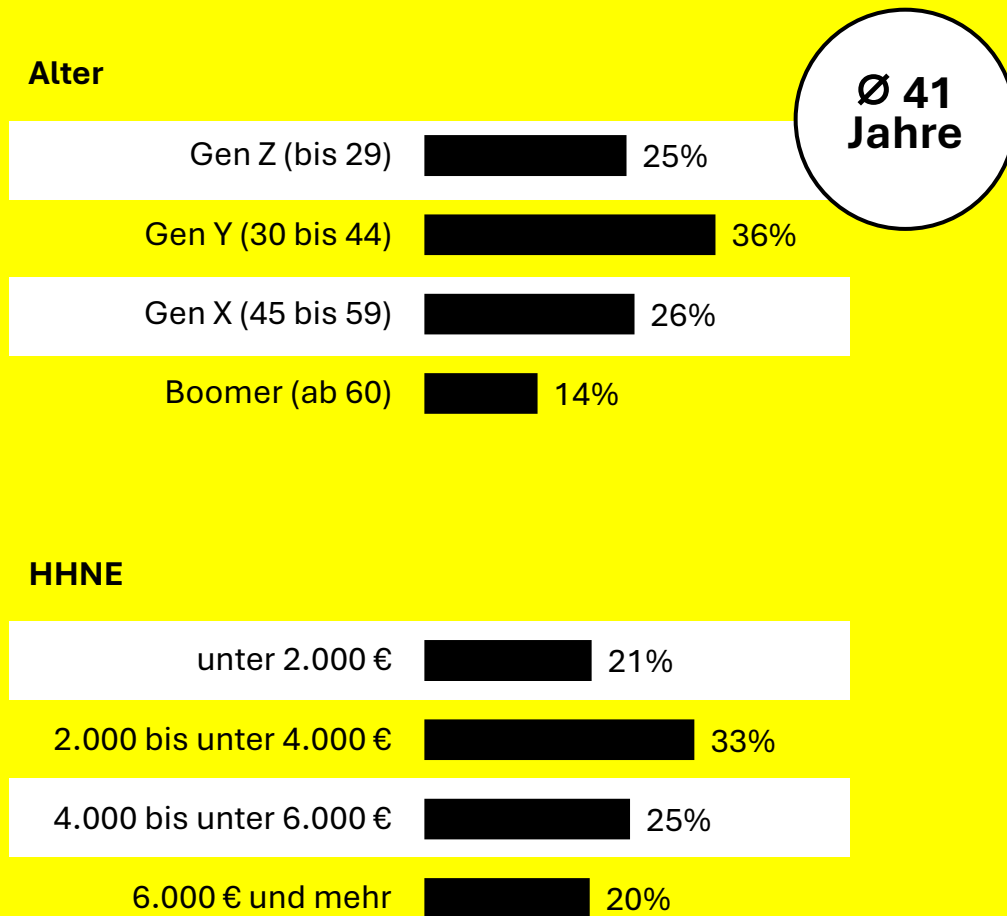
Politik



Wissen



/ Mit ZEIT Podcasts erreichen Sie eine exklusive Zielgruppe in einem vertrauensvollen Umfeld



55%

sind Heavy User:innen und hören mehrmals täglich Podcasts

68%

hören ZEIT Podcasts, um das aktuelle Geschehen besser zu verstehen

86%

hören ihre Podcasts ganz konzentriert

/ Hohe Aufmerksamkeit, starke Glaubwürdigkeit und journalistische Qualität – ZEIT Podcasts schaffen ein Umfeld, in dem Werbung wirkt.

97 %

hören die Folgen bis zum Ende
durch

80 %

Empfinden Werbung in ZEIT
Podcasts als glaubwürdig

65 %

nehmen die Kund:innenspot
bewusst wahr

Dank hochwertiger Podcasts,
präziser Werbeintegration und einer
Community, die aufmerksam zuhört
und interagiert, schaffen wir
Hörerlebnisse, die bewegen,
überzeugen und ins Ohr gehen.

Nur 1 Spot
pro Werbe-
unterbrechung

/ ZEIT für Literatur Podcast

Mit dem von Studio ZX, der Kreativeinheit 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.de 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

ZEIT  FÜR
[LITERATUR]



/ 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 (Mindestbuchungsvolumen 1.575,- €)
und Festplatzierung möglich**

»ZEIT für Literatur«

Ihr Podcast mit der Serviceredaktion

- Mit Studio ZX, der Kreativeinheit 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
- Host 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.de und im ZEIT Literaturnewsletter „Was wir lesen“

Podcastpaket „ZEIT für Literatur“ → Preise ab: 9.128,80 €*






ZEIT.DE

Podcast Festplatzierungen

advise.zeit.de



Podcast Festplatzierung

	Podcast	Erscheinungsweise	Downloads	Belegung	Grundpreis	Branchenpreis II*
	»Elbvertiefung«	wöchentlich, samstags	Ø 20.000 Downloads pro Episode	PreRoll	4.800,00 €	2.160,00 €
				Storytelling	7.200,00 €	3.240,00 €
	»Und was machst Du am Wochenende?«	wöchentlich, donnerstags	Ø 25.000 Downloads pro Episode	PreRoll	4.500,00 €	2.025,00 €
				Storytelling	6.750,00 €	3.037,50 €
	»Was jetzt – Der tägliche Nachrichtenüberblick«	Montag bis Freitag, jeweils 2 Episoden	Ø 160.000 Downloads pro Tag	PreRoll	16.000,00 €	7.200,00 €
				Storytelling	20.000,00 €	9.000,00 €
	»Was liest Du gerade?«	14-tägig, samstags	Ø 12.000 Downloads pro Episode	PreRoll	3.780,00 €	1.701,00 €
				Storytelling	5.670,00 €	2.551,50 €
	»Und was macht die Uni?«	monatlich, dienstags	Ø 12.500 Downloads pro Episode	PreRoll	2.250,00 €	1.012,50 €
				Storytelling	3.375,00 €	1.518,75 €

*Branchenpreis II gilt nur für Buch- & Musikverlage.

Podcast Volumenbuchungen



/ »Alles gesagt?«

In »Alles gesagt?« interviewen Christoph Amend und Jochen Wegner außergewöhnliche Menschen – so lange, bis die Gäste selbst erklären, dass »alles gesagt« sei. Die Gespräche dauern zwischen wenigen Minuten und mehreren Stunden.

Erscheinungsweise:

monatlich, letzter Freitag

Reichweite:

Ø 918.000 Downloads pro Monat*

**DIE ZEIT****Alles gesagt?**

/ »Auch das noch?«

In jeder Folge dieses Podcast sprechen ZEIT-Politikredakteurin Petra Pinzler und Wissenschaftsredakteur Stefan Schmitt mit einem Experten oder einer Expertin über eine Krise der Gegenwart: Es geht um den Klimawandel, das Artensterben, die Energiekrise und Kriege.

Erscheinungsweise:

14-tägig, mittwochs

Reichweite:

Ø 93.000 Downloads pro Monat*



/ »Augen zu«

Im Podcast »Augen zu« sprechen Florian Illies und Giovanni di Lorenzo über die Welt der Kunst. Jede Folge widmet sich einem Künstler oder einer Künstlerin, ihren biografischen Wendungen, ihren besten Werken und ihren seltsamsten Ansichten.

Erscheinungsweise:
monatlich, mittwochs

Reichweite:
Ø 133.000 Downloads pro Monat*



DIE ZEIT



Augen zu

/ »Das Politikteil«

Kann die Zeitenwende gelingen? Wie weit geht der Aufstieg der Populisten? Und welche Macht gewinnt KI über unser Leben? Am Ende der Woche sprechen die Hosts über Politik – was sie antreibt, was sie anrichtet, was sie erreichen kann. Jeden Freitag zwei Moderatoren, ein Gast und ein Geräusch.

Erscheinungsweise:
wöchentlich, freitags

Reichweite:
Ø 824.000 Downloads pro Monat*

**DIE ZEIT****Das Politikteil**

/ »Der Ostcast«

Alice Bota und Michael Thumann bringen zusammen über 50 Jahre Osteuropa-Erfahrung mit. Beide schreiben für DIE ZEIT – und sprechen in diesem Podcast über Krieg und Alltag, über Macht und Exil, über Freude und Abscheu beim Berichten aus der Region.

Erscheinungsweise:

3-wöchentlich, donnerstags

Reichweite:

Ø 100.000 Downloads pro Monat*

**DIE ZEIT****Der Ostcast**

/ »Die sogenannte Gegenwart«

In „Die sogenannte Gegenwart“ diskutieren die ZEIT-Feuilleton-Redakteure Nina Pauer, Ijoma Mangold und Lars Weisbrod über Phänomene, die unsere Zeit prägen – von Katholizismus über KI bis hin zu Ingwershots.

Erscheinungsweise:

14-tägig, montags

Reichweite:

Ø 188.000 Downloads pro Monat*



DIE ZEIT



Die sogenannte Gegenwart

/ »Elbvertiefung«

Jeden Samstag sprechen Maria Rossbauer und Florian Zinnecker mit ihrem Team über Themen, die Hamburg gerade beschäftigen: Von Elbtower bis Kultur, mal ernst, mal locker, immer prägnant und persönlich

Erscheinungsweise:
wöchentlich, samstags

advise.zeit.de



DIE ZEIT



Elbvertiefung

/ »Und was machst Du am Wochenende?«

Jede Woche fragen Ubin Eoh und Christoph Amend einen Gast: »Und was machst du am Wochenende?« Eine Stunde lang geht es um Rituale, Erholung und Tipps für Bücher, Filme, Serien, Snacks – und die große Frage: Sonntagabend oder Montagmorgen?

Erscheinungsweise:
wöchentlich, donnerstags

Reichweite:
Ø 241.000 Downloads pro Monat*



DIE ZEIT



Und was machst du
am Wochenende?

/ »English, please!«

Jeden zweiten Sonntag bringen Inez Sharp und das Spotlight-Team in 15 Minuten Englisch auf den Punkt – von Erklärungen zu Redewendungen, Diskussionen über Themen rund um die englischsprachige Welt bis hin zu einem Buchtipp am Ende jeder Folge.

Erscheinungsweise:

14-tägig, sonntags

Reichweite:

Ø 25.000 Downloads pro Monat*

ZEIT  SPRACHEN**English, please!**

/ »Frisch an die Arbeit«

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

Erscheinungsweise:

14-tägig, dienstags

Reichweite:

Ø 74.000 Downloads pro Monat*



/ »Geht da noch was?«

Alle zwei Wochen sprechen Lisa Hegemann und Rose Tremlett über die kleinen und großen Alltagsprobleme – und teilen, was ihnen beim Aufräumen, Laufen oder Organisieren wirklich hilft.

Erscheinungsweise:

14-tägig, montags

Reichweite:

Ø 113.000 Downloads pro Monat*

**DIE ZEIT****Geht da noch was?**

/ »Ist das eine Blase?«

Alle 14 Tage beleuchten Carla Neuhaus, Zacharias Zacharakis und Jens Tönnesmann ein wirtschaftliches Phänomen – immer mit einem Gast, einem Tier und der Frage: Blase oder bleibt das?

Erscheinungsweise:

14-tägig, montags

Reichweite:

Ø 88.000 Downloads pro Monat*

**DIE ZEIT****Ist das eine Blase?**

/ »Ist das normal?«

Was ist guter Sex? Und was brauchen glückliche Beziehungen? In diesem Podcast klären Sexualtherapeutin Melanie Büttner und Wissen-Ressortleiter Sven Stockrahm über diese Fragen auf – und sprechen darüber, was uns guttut und was uns verbindet.

Erscheinungsweise:

14-tägig, montags

Reichweite:

Ø 130.000 Downloads pro Monat*



DIE ZEIT



Ist das normal?

/ »OK, America?«

Klaus Brinkbäumer und Rieke Havertz sprechen über US-Politik und Wahlkampf – und darüber, was Amerika sonst bewegt: von Supreme Court bis Silicon Valley, von Burgern bis Basketball.

Erscheinungsweise:

wöchentlich, donnerstags

Reichweite:

Ø1 Mio. Downloads pro Monat*

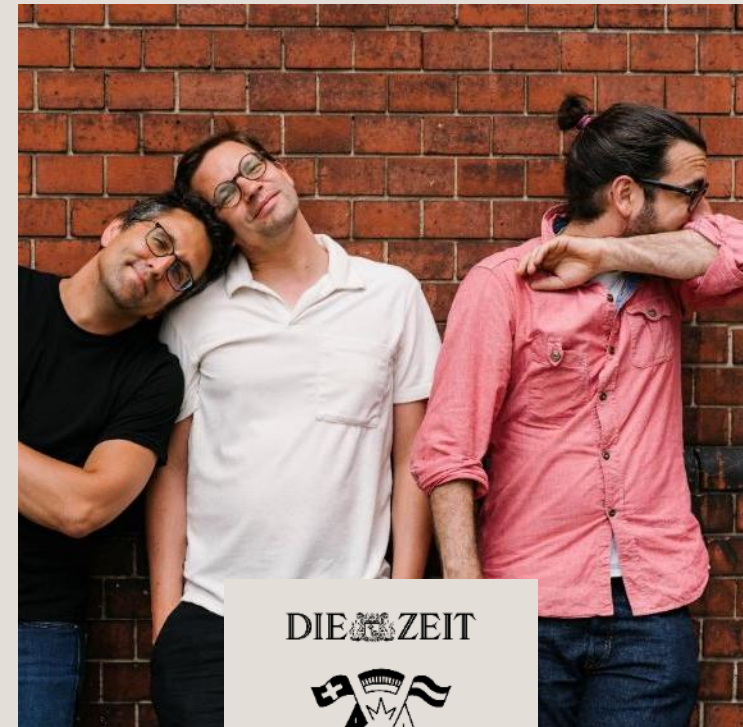
**DIE ZEIT****OK, America?**

/ »SERVUS. GRÜEZI. HALLO.«

Einmal pro Woche sprechen Matthias Daum, Lenz Jacobsen und Florian Gasser in dem transalpinen Podcast über die aktuellen Debatten der Schweiz, Österreichs und Deutschlands – und darüber, was die drei Länder voneinander lernen können.

Erscheinungsweise:
wöchentlich, mittwochs

Reichweite:
Ø 385.000 Downloads pro Monat*



DIE ZEIT



Servus Grüezi Hallo

/ »Und was macht die Uni?«

Einmal im Monat sprechen Charlotte Köhler und Christoph Farkas mit Gästen über alles, was Studierende bewegt – von Studium und Job bis zum WG-Leben, Freundschaften und Freizeit.

Erscheinungsweise:
monatlich, dienstags

Reichweite:
Ø 50.600 Downloads pro Monat*



Und was macht die Uni?

/ »Unter Pfarrerstöchtern«

Die Schwestern Sabine Rückert und Johanna Haberer sprechen über die Bibel – Geschichten aus ihrer Kindheit, alte Mythen und ihre heutige Bedeutung, ganz ohne Kitsch und Klischees.

Erscheinungsweise:

14-tägig, freitags

Reichweite:

Ø 264.000 Downloads pro Monat*



DIE ZEIT



Unter Pfarrerstöchtern

/ „Verbrechen“ – einer der erfolgreichsten Podcasts Deutschlands

Alle 14 Tage tauchen die Hosts Sabine Rückert, Andreas Sentker, Anne Kunze und Daniel Müller tief in wahre Kriminalgeschichten aus Deutschland und der Welt ein, beleuchten deren Hintergründe – und fesseln damit ein Millionenpublikum.

Erscheinungsweise:

14-tägig, dienstags

Reichweite:

Ø 2,8 Mio. Downloads pro Monat*

**DIE ZEIT****Verbrechen**

/ Was jetzt – Der tägliche Nachrichtenüberblick

»Was jetzt?« ist der Nachrichtenpodcast der ZEIT. Hier besprechen Redakteur:innen der ZEIT montags bis freitags morgens um 6 Uhr und nachmittags um 17 Uhr die Themen des Tages.

Erscheinungsweise:

Montag bis Freitag, jeweils 2 Episoden pro Tag

Reichweite:

Ø 6,1Mio. Downloads pro Monat*



/ »Was liest du gerade?«

Der Literaturpodcast »Was liest du gerade?« bespricht alle zwei Wochen zwei aktuelle Bücher – abwechselnd Sachbücher mit Maja Beckers und Alexander Cammann oder Belletristik mit Iris Radisch und Adam Soboczynski.

Erscheinungsweise:

14-tägig, samstags

Reichweite:

Ø 77.000 Downloads pro Monat*



/ »Wie war das nochmal?«

Wo fand die Varusschlacht statt? Und wie ist der globale Dschihad entstanden? Im Podcast von ZEIT Geschichte sprechen Markus Flohr und Judith Scholter über historische Ereignisse und ihre Folgen.

Erscheinungsweise:
monatlich, samstags

Reichweite:
Ø 330.000 Downloads pro Monat*



ZEIT Geschichte



Wie war das noch mal?

/ »Woher weißt Du das?«

»Woher weißt Du das?« liefert Reportagen, Hintergrundrecherchen und Gespräche über Wissenschaft, Alltag und Gesellschaft – von erstaunlichen Fakten bis hin zu überraschenden Zusammenhängen.

Erscheinungsweise:

14-tägig, sonntags

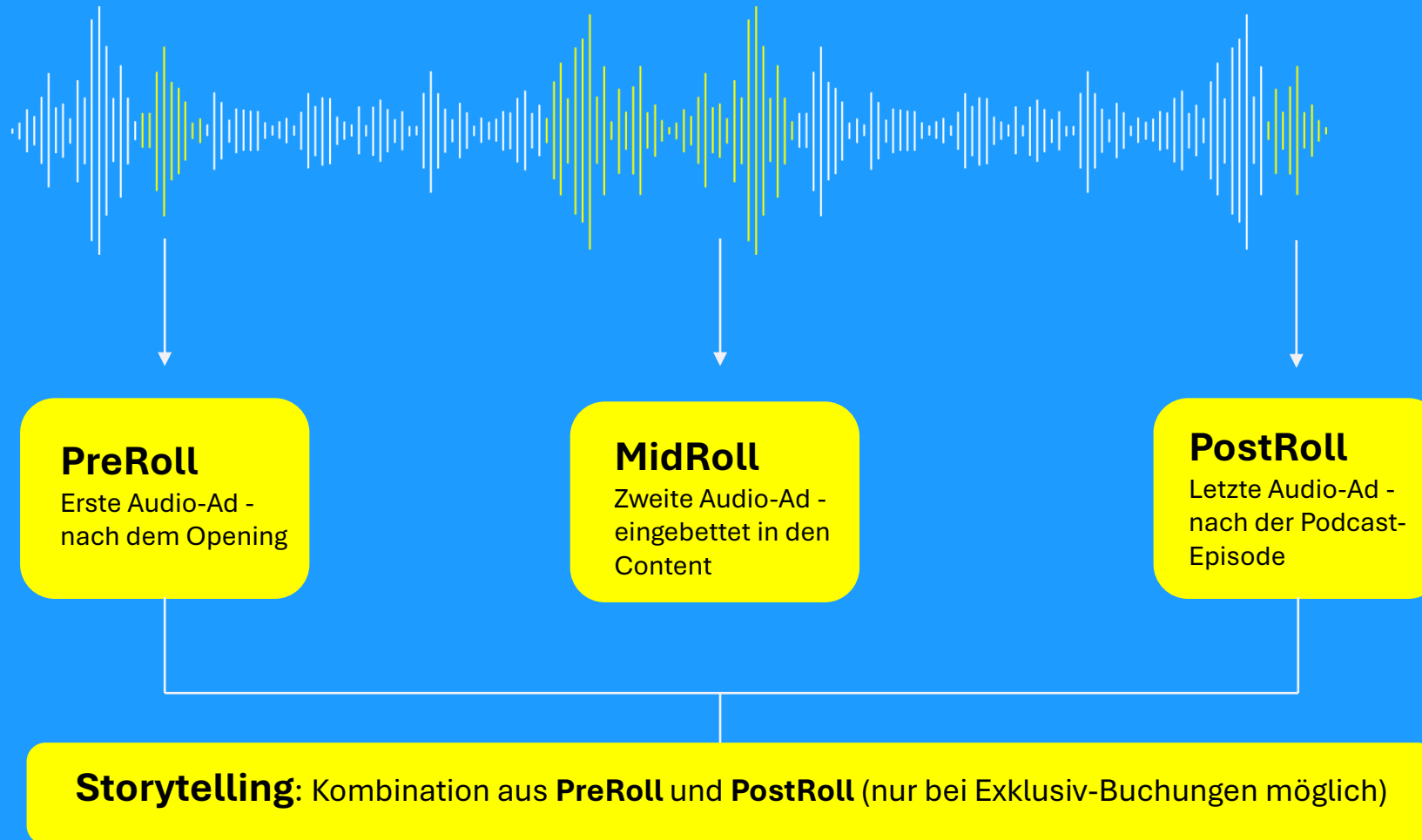
Reichweite:

Ø 425.000 Downloads pro Monat*



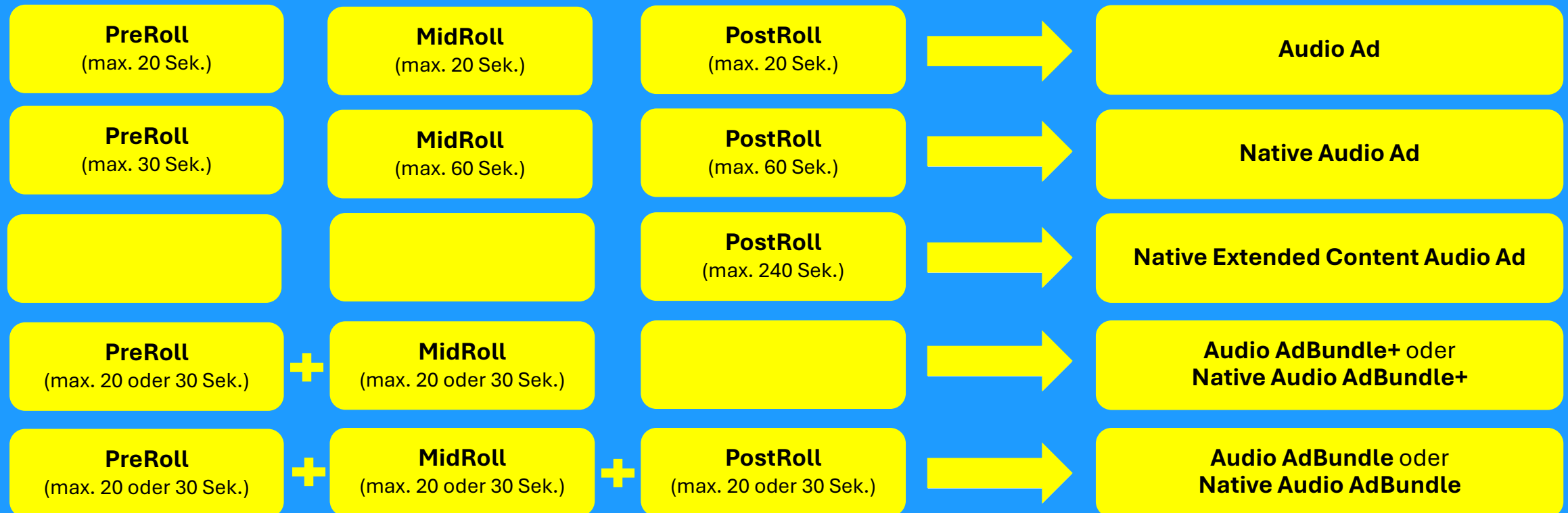
Wahl der Platzierung

Die passende Position für Ihre Audio-Ad



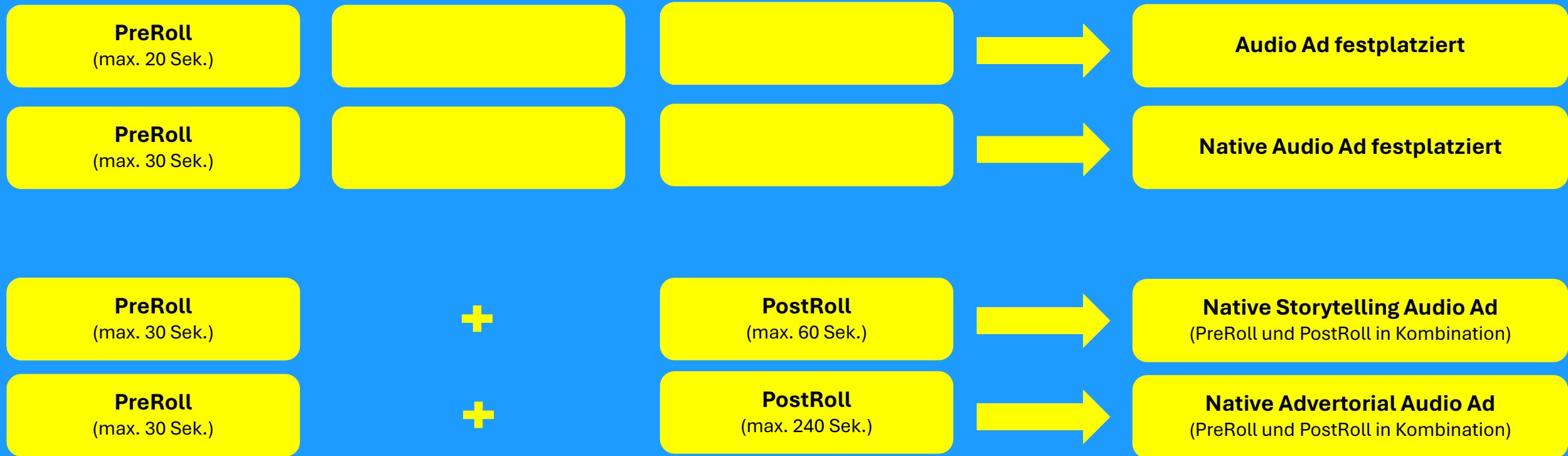
TKP Volumenbuchung –

Ihr Audio Impression-Volumen skalierbar bei flexiblem Kampagnenzeitraum



Garantierte Festplatzierung

Ihre Audio Ad in einer spezifischen Podcast-Episode festplatziert



/ Podcast TKP-Preisliste

Ihre Podcast-Buchung auf Volumenbasis

Format	Preiskategorie	PreRoll/ MidRoll***	Ad Bundle Plus****	Ad Bundle**** ODER PostRoll
Native Audio Ad (bis 30 Sekunden)	PK1	49,50 €	45 €	40,50 €
	PK2	40,50 €	36 €	31,50 €
Format	Preiskategorie	PreRoll/ MidRoll	Ad Bundle Plus	PostRoll
Native Audio Ad (bis 60 Sekunden)	PK1	58,50 €		49,50 €
	PK2	49,50 €		40,50 €
Format	Preiskategorie	PreRoll/ MidRoll	Ad Bundle Plus	PostRoll
Native Audio Ad (bis 240 Sekunden)	PK1			58,50 €
	PK2			49,50 €

Erläuterung Preisklassen

PK1 = Podcast Show & Premium Targeting, Bsp. TKP-Buchung einer einzelnen Show, z.B. „ZEIT Verbrechen“

PK2 = Podcast Brand = TKP-Buchung aller ZEIT Podcasts

Podcast Channel = TKP-Buchung einer Themenrubrik, Bsp. Alle Podcasts zum Thema „Politik“

Mindestbuchungsvolumen 1.575,- € n/n

Alle angegebenen Preise sind gültig für Buchverlage

Hinweise

*** keine MidRoll in „ZEIT Verbrechen“ und in „Was jetzt?“ möglich

**** Storytelling = PreRoll UND PostRoll

AdBundle Plus = PreRoll UND PostRoll (jeweils max. 30"). Ausspielung erfolgt nach Verfügbarkeit! Keine garantierte Platzierung.

AdBundle = PreRoll UND MidRoll UND PostRoll (jeweils max. 30"). Ausspielung erfolgt nach Verfügbarkeit! Keine garantierte Platzierung.

/ Audio Ad

Reichweiten-Boost Dank Verlängerung im Podcast-Umfeld

Neu ab 2026
im ZEIT Audio
Ad Portfolio

Verlängern Sie Ihre Audio-Kampagne mit der Audio Ad
– unserem neuen 20 Sekunden Spot ab 2026.

- Einfache Spot-Anlieferung: Nutzen Sie Ihre bestehenden Audio-Spots*
- Nur 5 Werktage Vorlauf



/ Native Audio Ad

Ihr Spot authentisch in den
Podcast-Content eingebettet

Best Seller
im ZEIT Audio
Ad Portfolio

Ihre Werbebotschaft erhält, natürlich eingebettet im Podcast und als einziger Werbebeitrag pro Slot, die volle Aufmerksamkeit der Hörer:innen.

- Nativ eingesprochen durch professionelle Sprecher:innen
- Fügt sich so natürlich in den Podcast ein.
- Voice only: Keine Hintergrundgeräusche, keine Musik oder Jingles – Ihre Werbebotschaft steht im Mittelpunkt.
- Buchbar als PreRoll (max. 30 Sek.), MidRoll (max. 60 Sek.) oder PostRoll (max. 60 Sek.)



/ Native Dialogue Audio Ad

Werbung, die klingt wie eine echte Empfehlung – und hängen bleibt.

- Viele Podcasts sind ein Dialog. Warum nicht auch Ihr Native Audio Spot?
- In Rahmen eines natürlichen Gesprächs transportieren zwei ausgewählte Sprecher:innen Ihre Werbebotschaft.
- Wir leiten authentisch und alltagsnah auf Ihre Werbebotschaft hin.
- Buchbar als PreRoll (max. 30 Sek.), MidRoll (max. 60 Sek.) oder PostRoll (max. 60 Sek.)



/ Native Extended Content Audio Ad

Nutzen Sie das Potenzial von Audio
Storytelling für nachhaltige Markenbindung

- Viel Raum für Ihren individuellen Content Deep Dive am Ende der Podcast Episoden
- Präsentieren Sie Ihre Werbebotschaft als Kurzinterview, Hörprobe oder verlängertes Native Audio Ad
- Anzeigenkennzeichnung durch Einleitung „Es folgt ein Werbebeitrag...“
- Buchbar als PostRoll (max. 240 Sek.)



/ Native Storytelling / Advertorial Ad

Ihre Marke als Story: Inspirierende Geschichten, die im Ohr bleiben.

- Erzählen Sie in diesem Storytelling-Format Ihre Geschichte über die gesamte Laufzeit des Podcast hinweg.
- Machen Sie in der PreRoll (max. 30 Sek.) neugierig auf Ihren ausführlichen Content in Ihrem zweiten Spot in der PostRoll (max. 240 Sek.)
- Anzeigenkennzeichnung vor der PostRoll durch Einleitung „Es folgt ein Werbebeitrag...“



/ Individuelle Zielgruppenansprache und Minimierung von Streuverlusten – unsere Targeting-Lösungen sind so individuell wie Ihre Zielgruppe.

**Wer ist
Ihre Zielgruppe?**



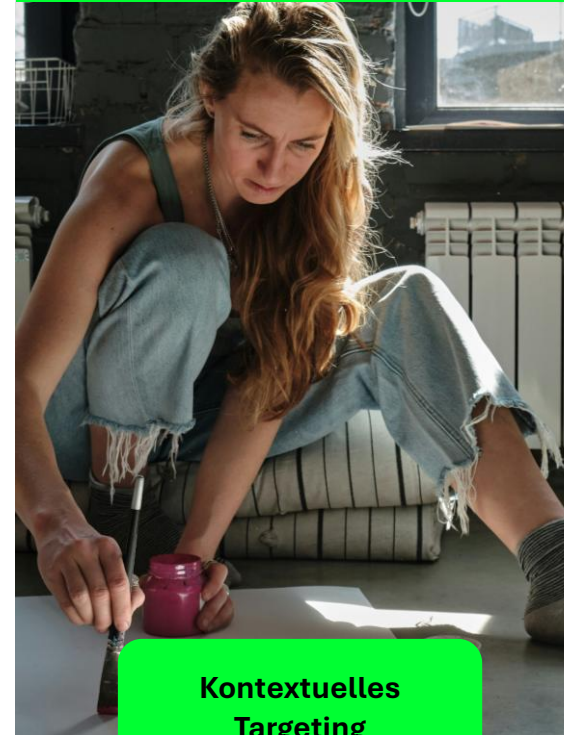
**Demografisches
Targeting**

**Wo befindet sich
Ihre Zielgruppe?**



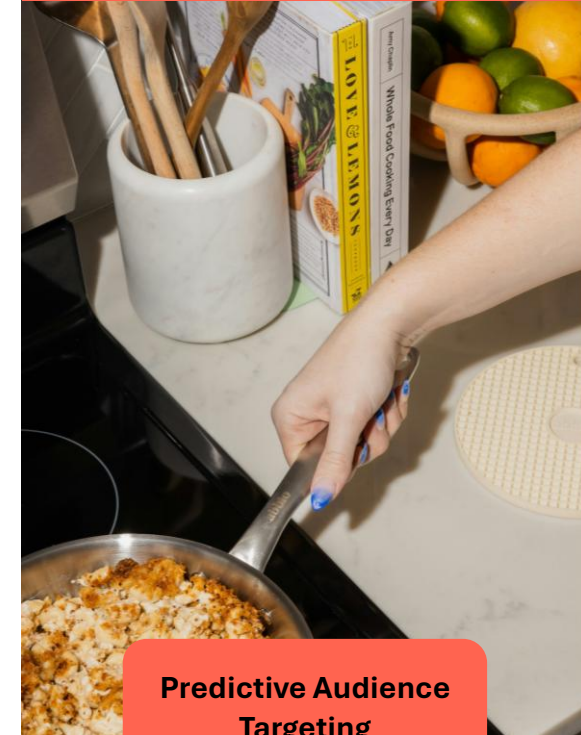
**Geo-
Targeting**

**Mit welchen Inhalten
beschäftigt sie sich?**



**Kontextuelles
Targeting**

**Für welche Themen
interessiert sie sich?**



**Predictive Audience
Targeting**

/ Podcast Basic-Targeting

Demografisches Targeting

Geschlecht:
männlich/ weiblich

Alter:
18-24 Jahre
21-24 Jahre
25-34 Jahre
35-44 Jahre
45-54 Jahre
55- 64 Jahre
65+ Jahre

Geo-Targeting

Deutschland,
max. Bundesländer-Ebene

/ Podcast Premium-Targeting

Geo-Targeting

PLZ-Targeting

Kontextuelles Targeting

Literatur / Automobil / Beauty / Bildung / Business Entscheider / E-Mobility / Energie & Ressourcen / Entertainment / Essen & Trinken / Event / Familie / Fashion & Luxury / Film & Kino / Finanzen / Health Care / IT / IT Entscheider / Kultur / Logistic & Transport / Musik / Nachhaltigkeit / Reise / Small Business Owner / Wirtschaft / Wissenschaft & Technik

Predictive Audience Targeting

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

Lebensphasen: Eltern von: Säuglingen (0-1) / Kleinkindern (1-3) / Vorschulkindern (3-5) / jungen Kindern (4-7) / Grundschulkindern (6-11) / (Pre-)Teens (9-12)

Weitere Lebensphasen: Ruhestand / Neuer Autokauf / Neuer Wohnort bzw. Hauskauf

/ Gerne beraten wir euch persönlich!

Hier geht es zu
unseren
Printumfeldern



Christine Kühl
Head of Sales NPO & Publishing
+49-40/32 80-297
Christine.Kuehl@zeit.de



Christian Eils
Senior Media Consultant
+49-40/ 32 80-296
Christian.Eils@zeit.de



Jule Frick
Media Consultant
+49-40/32 80-158
Jule.Frick@zeit.de

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

advise.zeit.de

Druckunterlagen-Anlieferung
per Web-Upload unter www.anzeigeneingang.de
per E-Mail an zeit@anzeigeneingang.de
Es gelten die AGB der ZEIT Preisliste Nr. 71

publishing@zeit.de