



zeit.de

# Digitale Preise & Umfelder für Buchverlage

2026

# zeit.de

# Portfolioübersicht für Buchverlage

Inhaltsverzeichnis ist verlinkt

zeit.de

zeit.de Literaturumfelder

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

## Kampagnen

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

## Contentformate

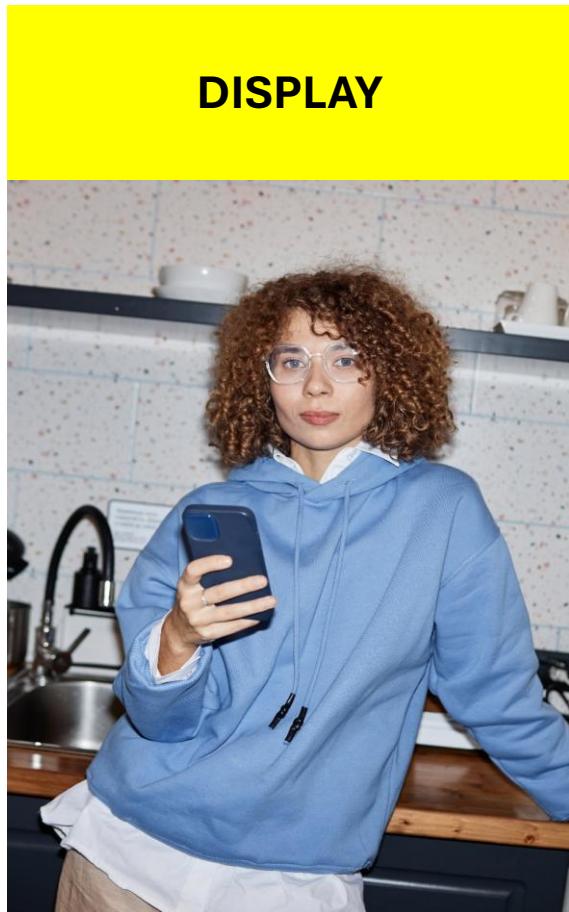
- [Content Cards](#)
- [Native Articles](#)
- [Traffic](#)

## Digitale Umfelder

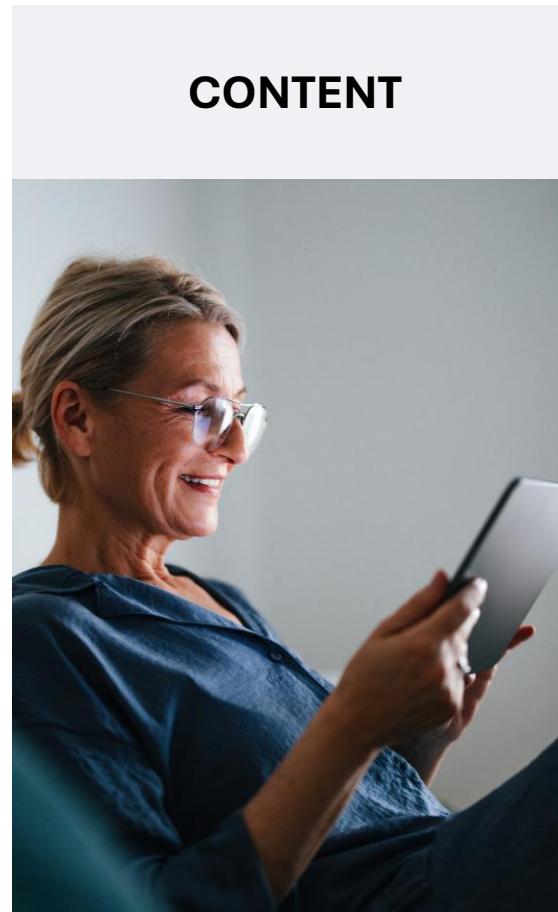
- [Rubriken auf zeit.de](#)
- [Newsletter](#)
- [Podcasts](#)
- [Podcasts Festplatzierung](#)
- [Podcasts Volumenbuchung](#)

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

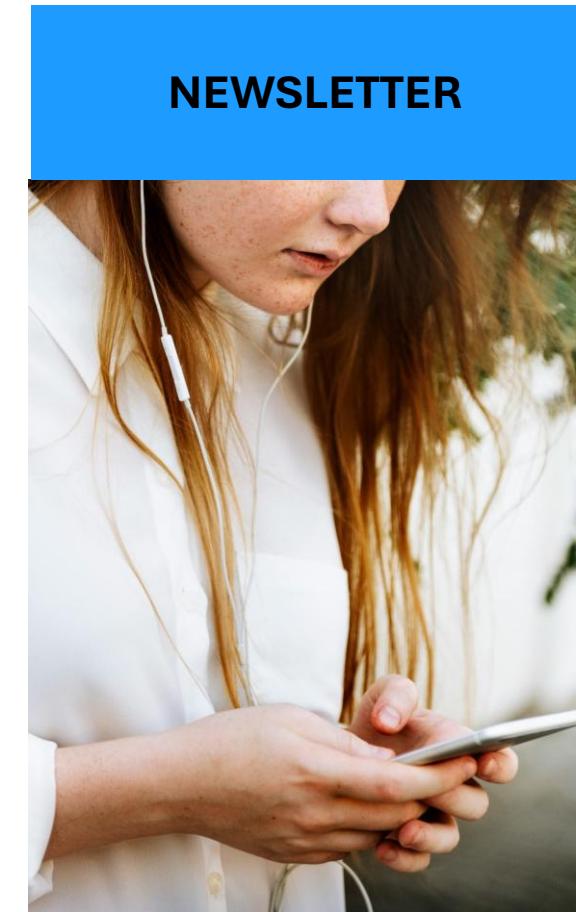
DISPLAY



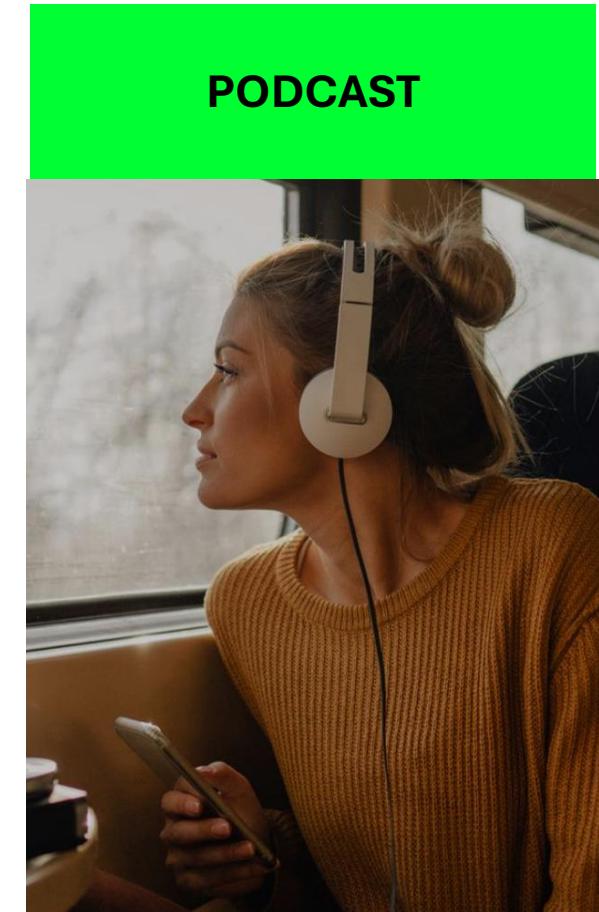
CONTENT



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

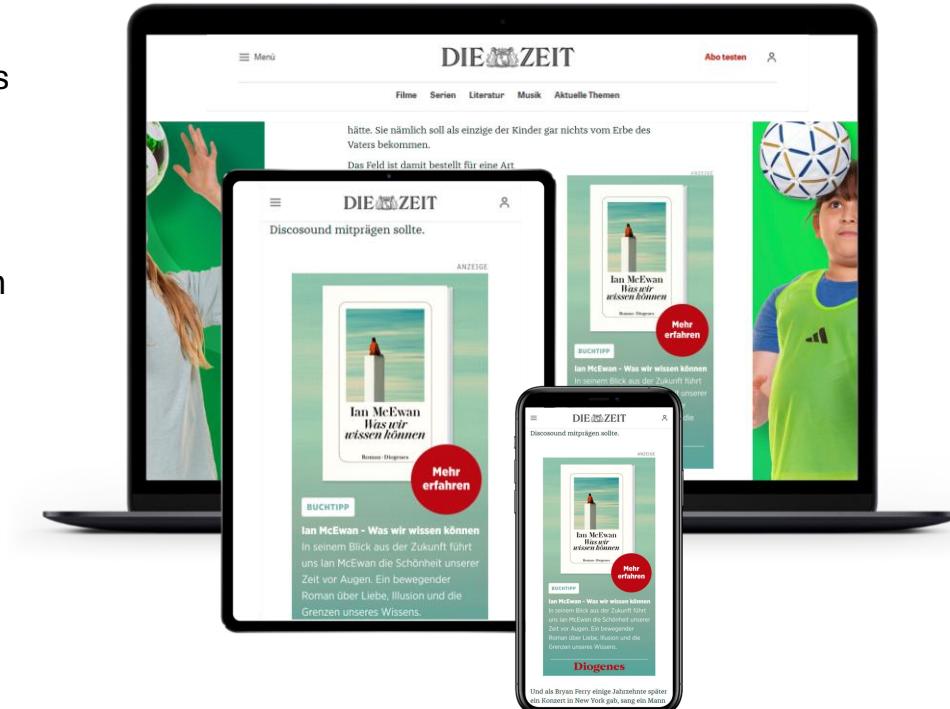
Mit über 11 Mio. Nutzer:innen monatlich gehört zeit.de zu den größten Nachrichtenangeboten Deutschlands.

## 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, Hintergrundiges 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



<b>zeit.de Sport</b>	<b>zeit.de Digital</b>	<b>zeit.de Sinn</b>	<b>zeit.de Entdecken</b>	<b>zeit.de Hamburg</b>	<b>zeit.de Geld</b>	<b>zeit.de Familie</b>	<b>zeit.de Mobilität</b>
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.

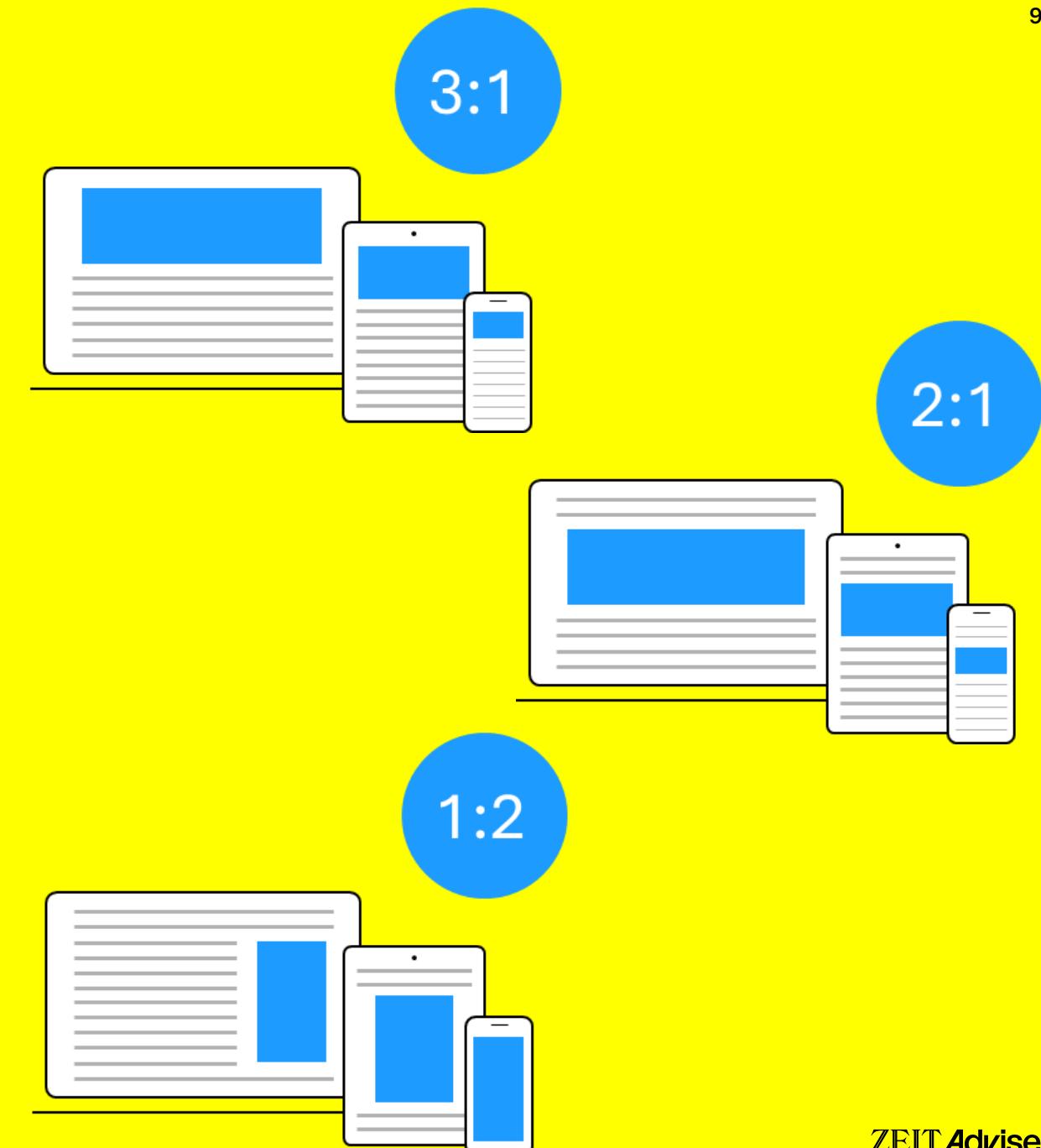
Motivwechsel: Die Einbuchtung einer Bannerkampagne enthält max. einen Motivwechsel innerhalb der Laufzeit.

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.

advise.zeit.de



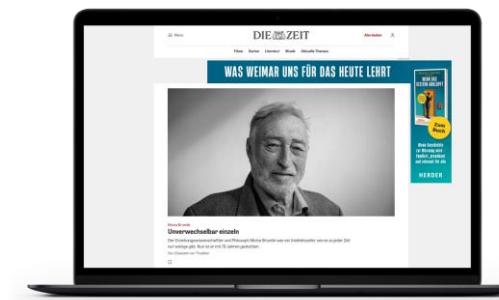
# / Starke Aufmerksamkeit für Ihre Buchempfehlungen

## Eine Auswahl unserer Homepage Werbemittel

BRAND VALUE AD



WALLPAPER AD



MOBILE CUBE AD



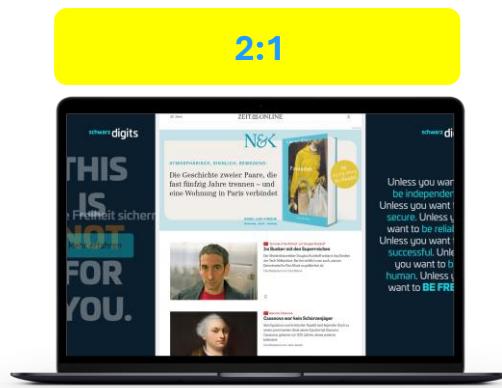
MOBILE HALFPAGE AD



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.

Maximal 3 Targeting-Kriterien 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.

# / 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). Werbeinhalte können dadurch gezielt für einzelne Regionen wie Bundesländer oder Städte ausgespielt werden.

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

Geotargeting (IP-basiert)

Datum/Uhrzeit

Browser

Betriebssystem

Endgerät

Festnetz/Mobiles Netz

Service Provider

### **Beispielzielgruppe**

User:innen in 20079 Hamburg und 20 km Umkreis

## / 2. Basic Targeting

### 2.1. Soziodemografisches Targeting

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

### 2.2. Interessen Targeting

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

### **Beispielzielgruppe**

Frauen + Alter 30+ Jahre + Literatur

## / 3. Premium Targeting

### 3.1. User Involvement Targeting

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

### 3.2. Kontextuelles Targeting

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

### 3.3. Entscheider:innen Targeting

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

### **Beispielzielgruppe**

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

# / Regionale Zielgruppen durch Geotargeting erreichen

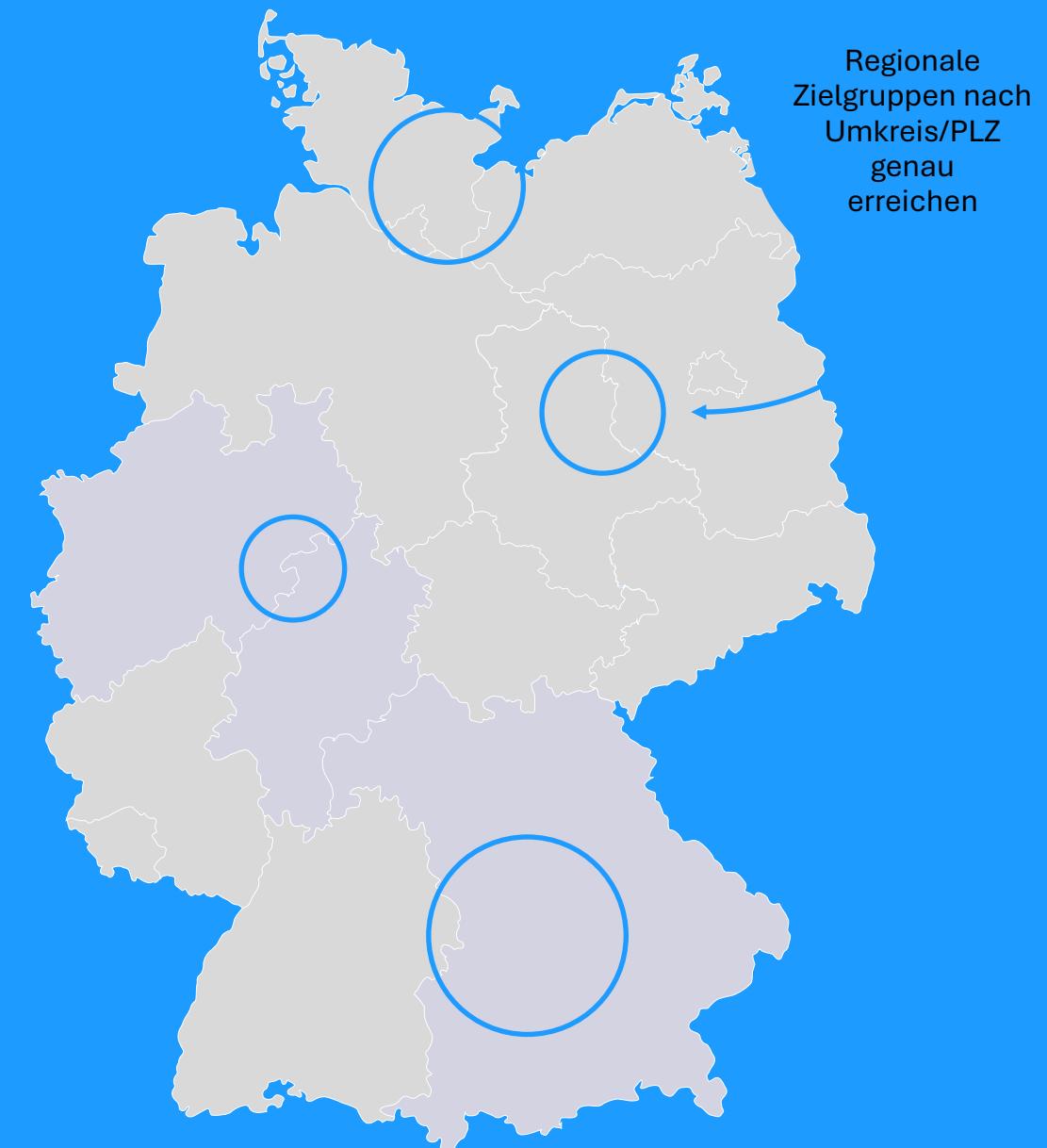
## Vermeiden Sie Streuverluste!

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

Das Targeting lässt sich beispielsweise auf den Umkreis von 50 Kilometer um eine bestimmte Filiale herum ausweisen. Oder 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

- Frau
- Mann

## Altersgruppen (Abstand 5 Jahre)

- 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

## Altersgruppen (Abstand 10 Jahre)

- 16 – 19 Jahre
- 20 – 29 Jahre
- 30 – 39 Jahre
- 40 – 49 Jahre
- 50 – 59 Jahre
- 60+ Jahre

## Einkommen

- Haushaltsführer
- Haupteinkommensbezieher
- 
- < 500,- €
- 500,- bis 1.500,- €
- 1.500,- € bis 2.500,- €
- 2.500,- € bis 4.000,- €
- 4.000,- € und mehr

## Haushaltsnettoeinkommen

## Haushaltsgröße

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

## Immobilienbesitzer

- Eigenheimbesitzer
- Wohnungsbesitzer

## Familienstand

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

## Bildungsgrad

- Schulabschluss
- Ausbildung
- Hochschule/Fachhochschule
- Ohne Schulabschluss

## Ausbildungsstatus

- Studenten
- Auszubildende
- Schüler

## Beruflicher Status

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

## / 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
- Millenials
- Politik
- Erneuerbare Energien
- und viele weitere Segmente

## Segmentübersicht B2C

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

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:

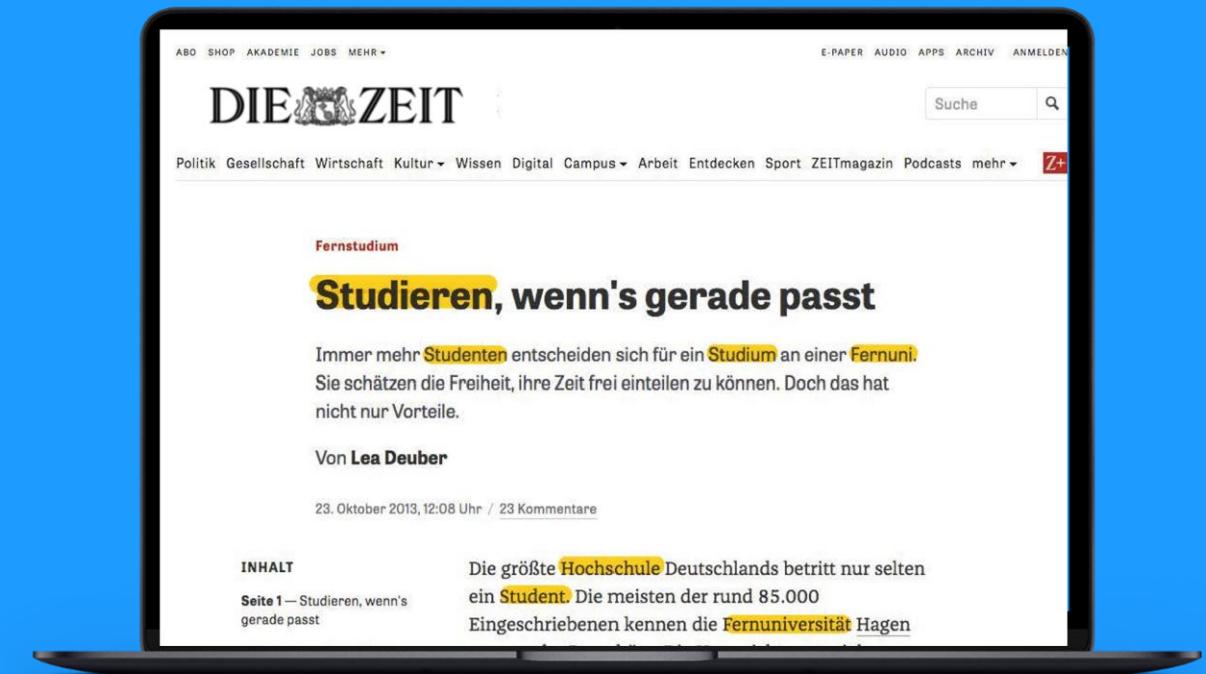
Dabei wird der gesamte Text einer Seite analysiert. Es werden alle Artikelseiten im Portfolio in regelmäßigen Abständen gescannt.

#### 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.



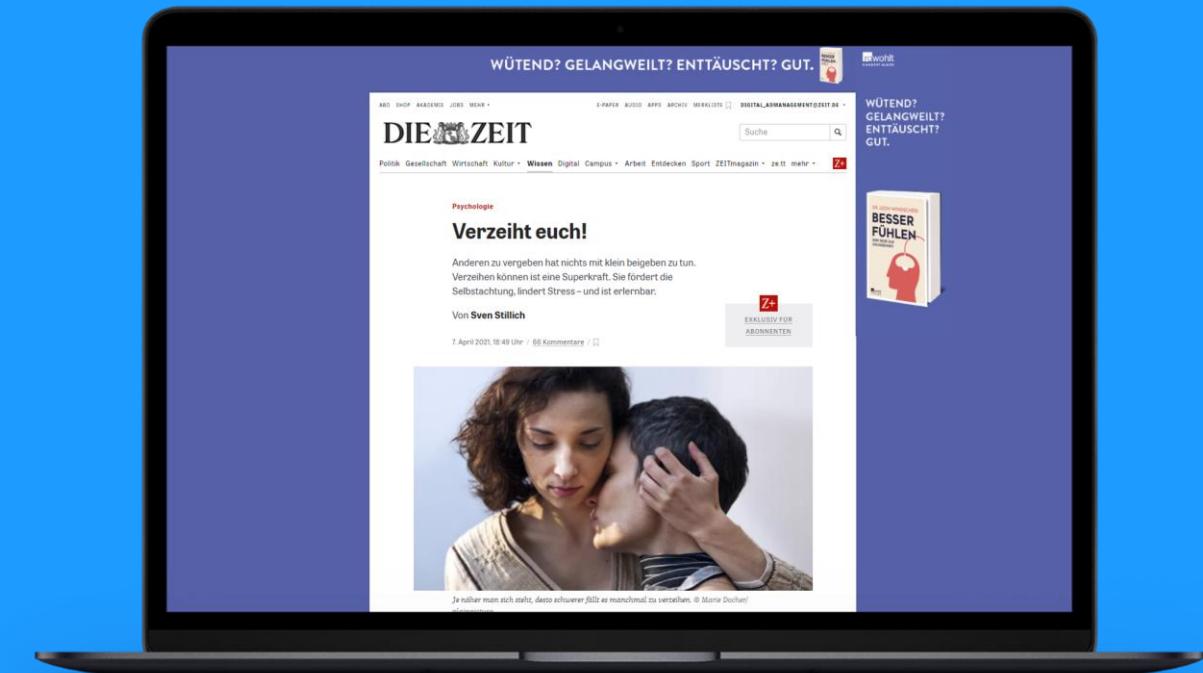
## / 3.2. Kontextuelles Targeting

### 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.

# / 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.de.

## **Verweildauer**

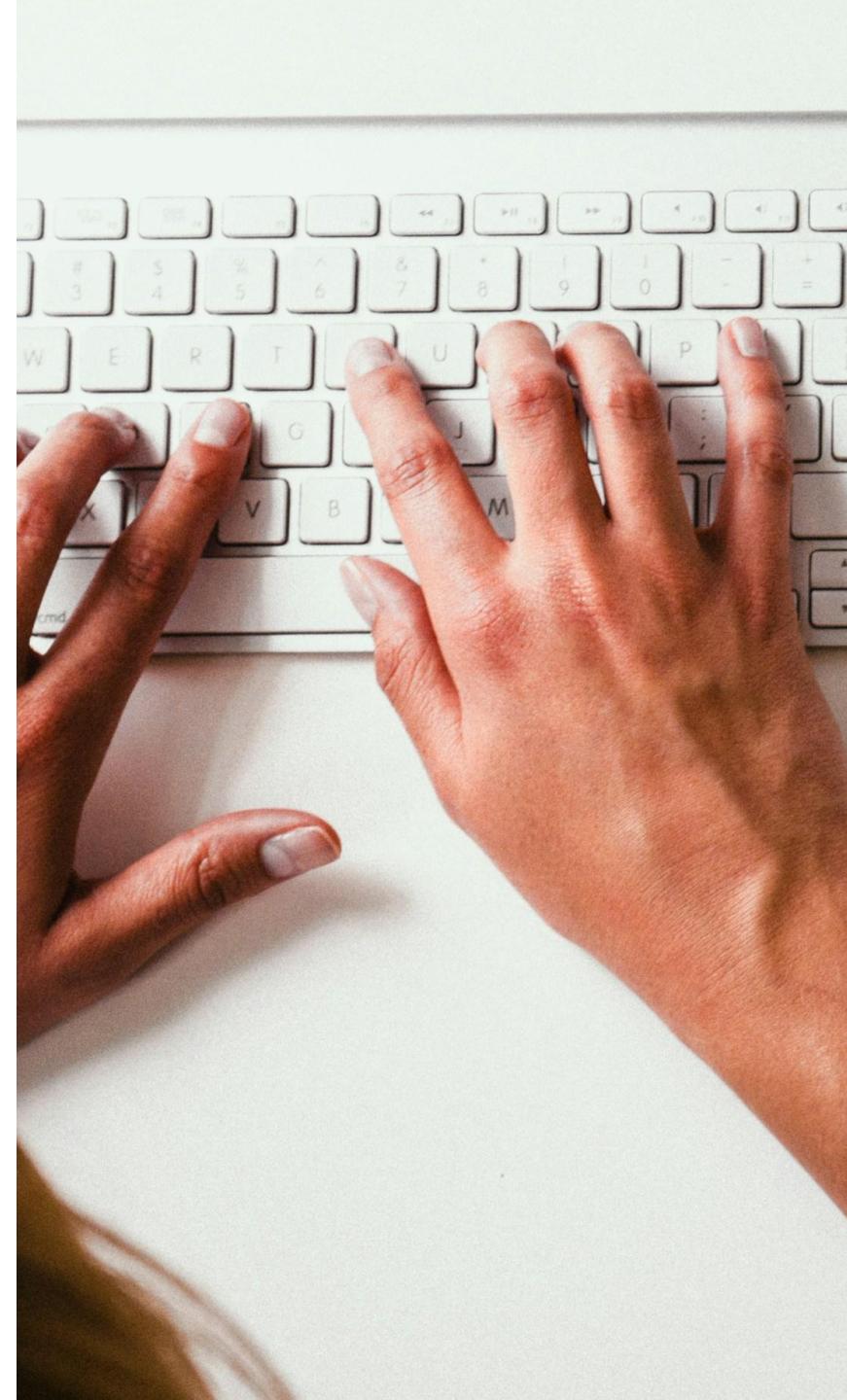
Kommunikation zielgruppenrelevanter Inhalte mit einem hohen Informationsgehalt und Identifikation für die Nutzer:innen sorgen für eine lange Verweildauer.

## **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 zahlt 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.

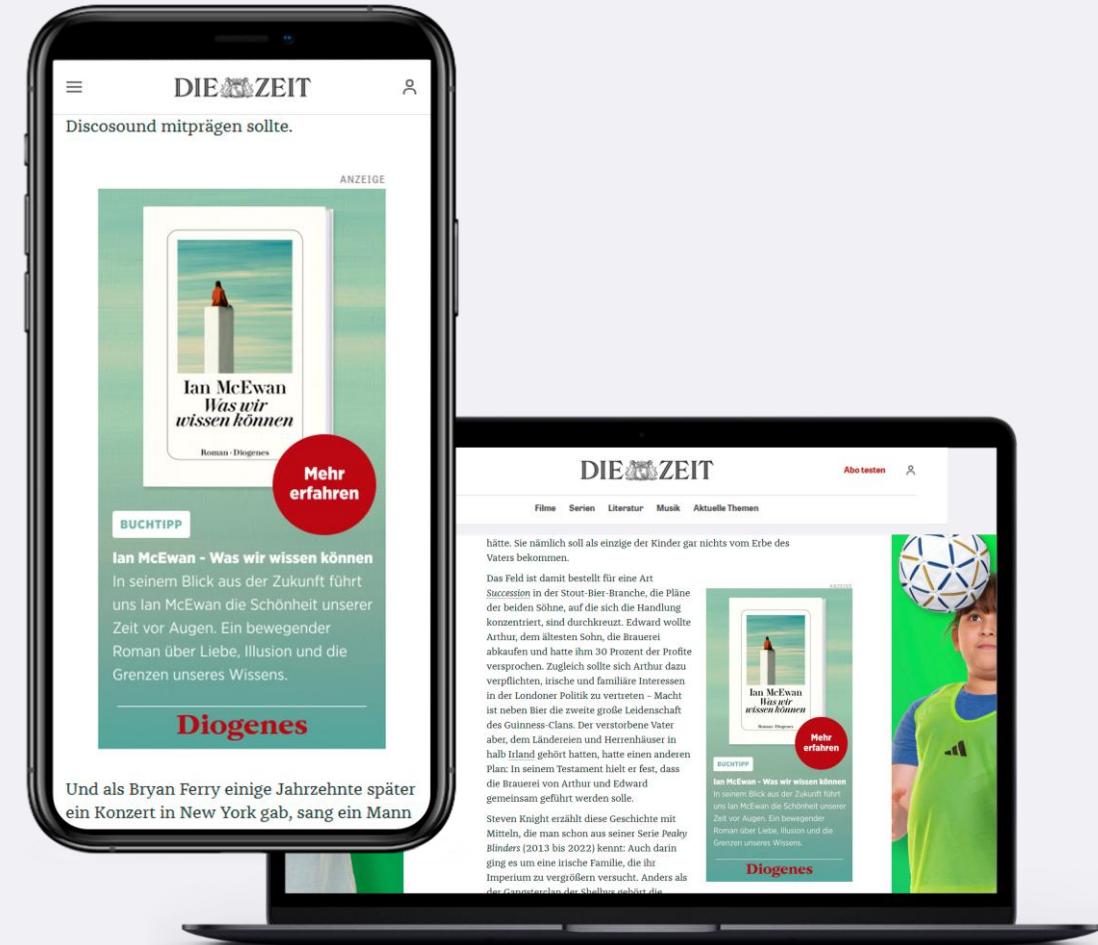
## Ressort

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

# / Content Cards

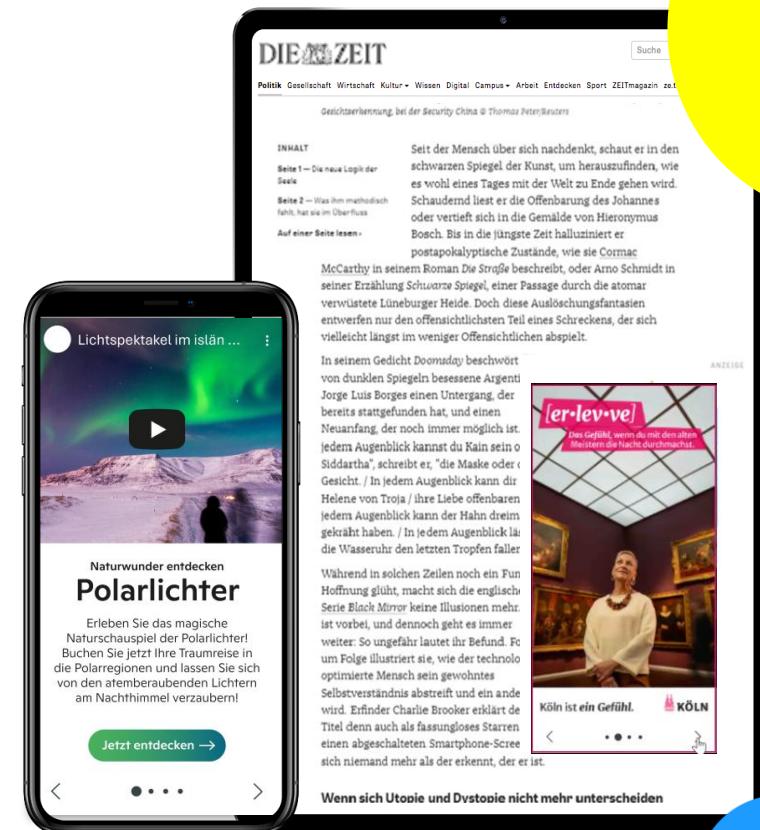
## Ihre Inhalte im Mittelpunkt, interaktiv & redaktionell inszeniert

### 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 verschiedenen 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



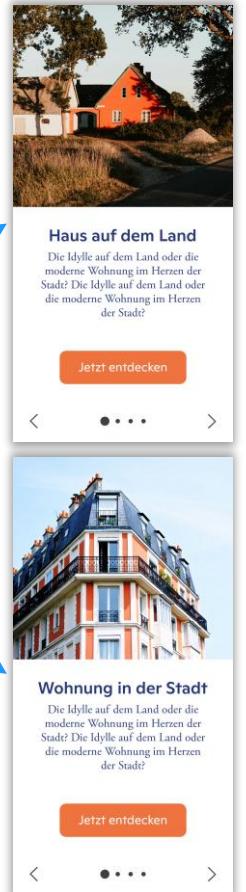
Video Card



Quote Card



Choice Card



Wählen Sie aus 6 verschiedenen Grunddesigns. Für jeden der 5 Slides 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



# / 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)\*\*

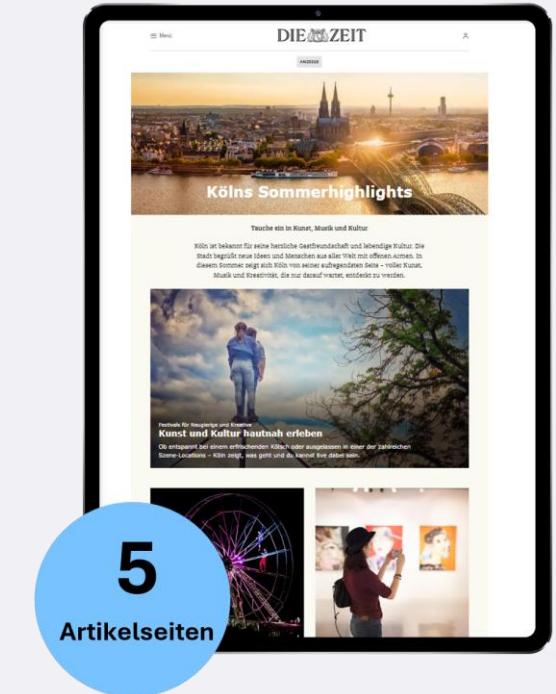
\* Nach Verfügbarkeit.

\*\* 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

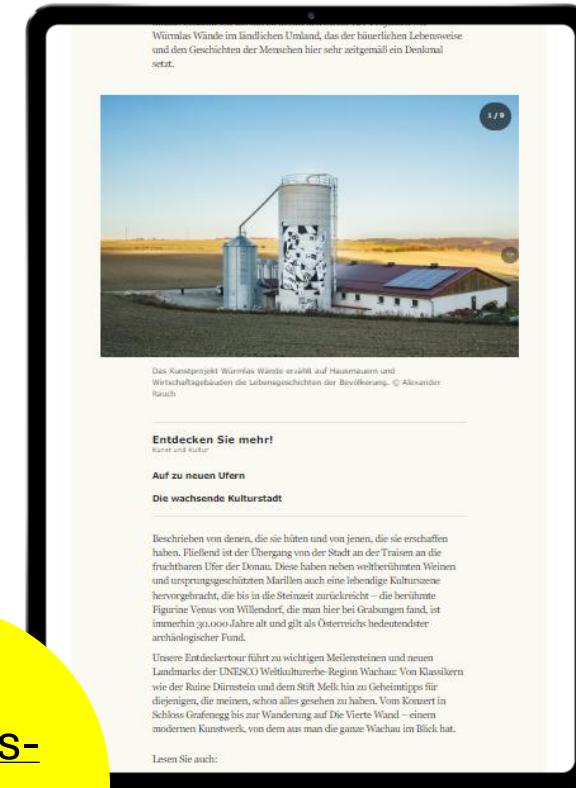
Ihr Artikel wird unter dem ZEIT-Header mit dem Wort „ANZEIGE“ und über den Font gekennzeichnet.

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

Opulentes Titelbild



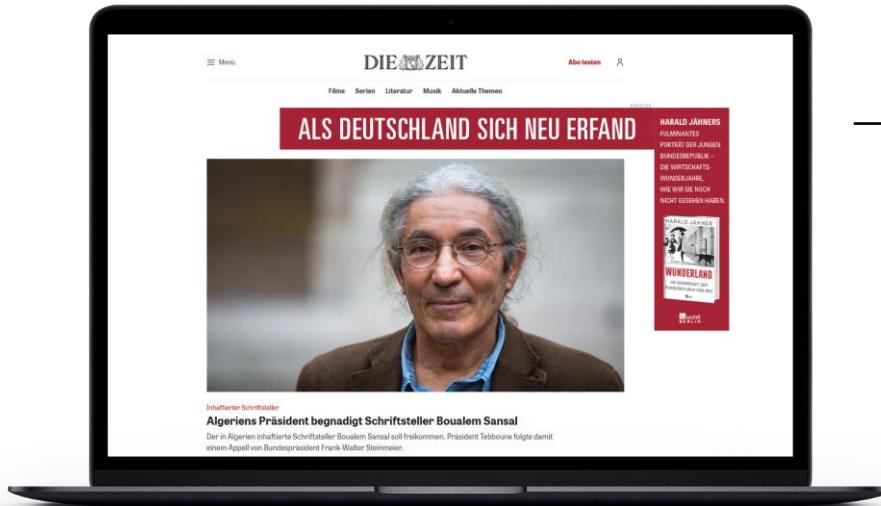
Ansichts-  
Beispiel



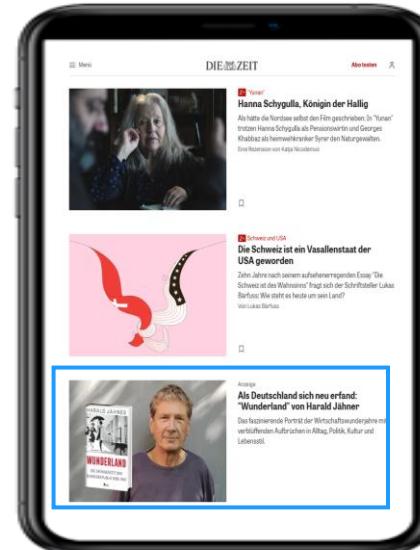
Optional: Bildergalerie

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

# / User Journey



Display stationär / Wallpaper



Ressort Teaser



Display mobil 1:2

Centerpage  
Native Artikel

# / So begeistern wir die User:innen von Ihrer Buchempfehlung



## CONTENT (ARTIKELSEITE)

Die Artikel sind im zeit.de Layout gestaltet, sodass Sie hier vom Branding-Effekt und der Glaubwürdigkeit der Marke profitieren.

Header in 960 x 200 und 400 x 255 px; mehrere Bilder mit Zwischentexten (Sie liefern mind. 10 Bilder)

- Mögliche Platzierung von: Videos (mp4), In-Text Links (bspw. „Weitere Informationen“, „Downloads“)
- Podcast/Audiodatei (mp3)

## AKTIVE BEWERBUNG (MEDIA)

Unsere Empfehlung: nutzen Sie Banner, die das Layout und das Thema des Native Article aufgreifen, um eine runde User-Führung zu gewährleisten.

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.

## REPORTING

Nach Abschluss der Kampagne erhalten Sie ein Reporting, um den Erfolg Ihrer Kampagne zu analysieren.

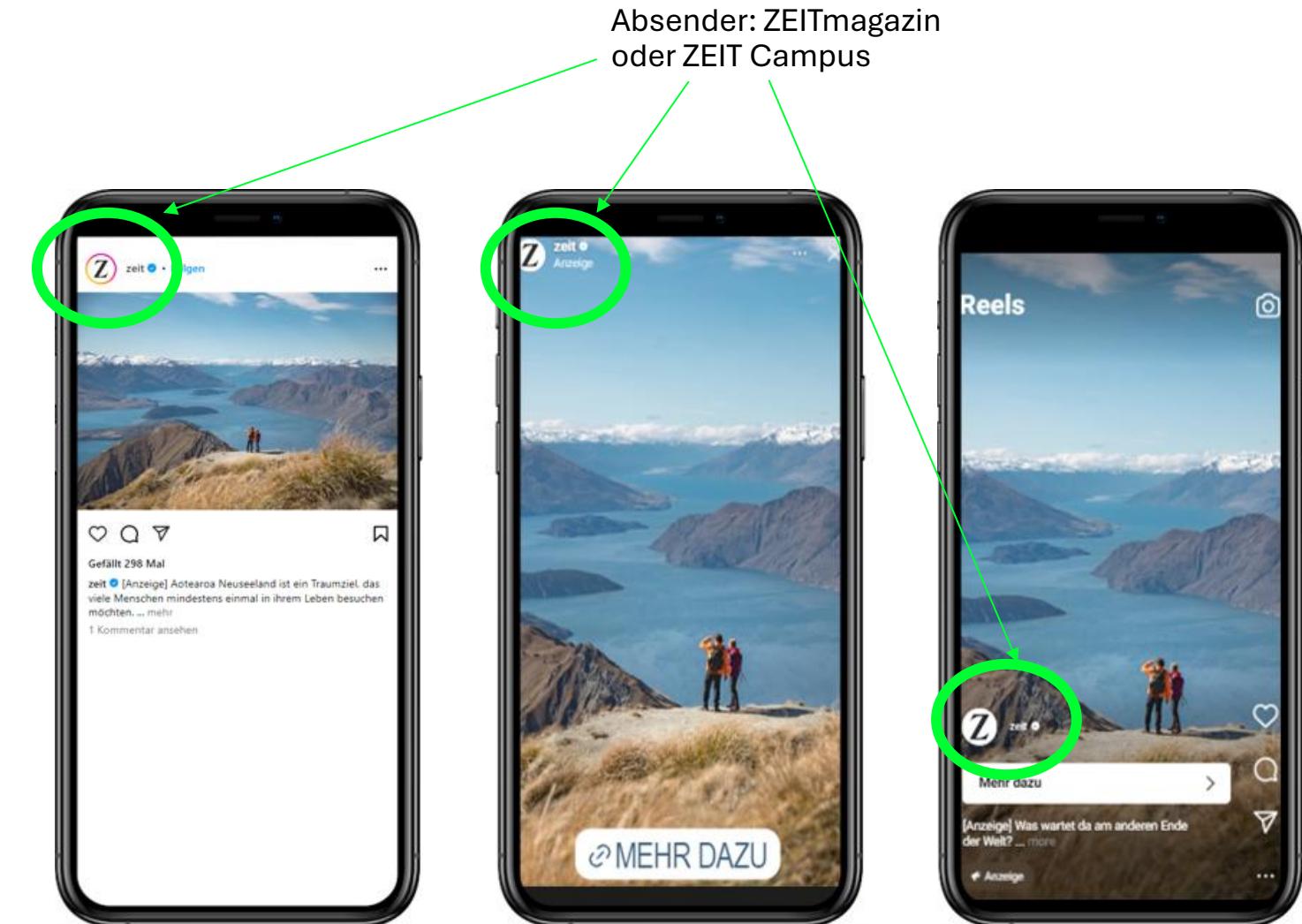
# / Buchen Sie zusätzliche Traffic Zuführung: Instagram Dark Post

## 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.

# / Newsletter



# 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 €

The image displays a tablet screen showing the ZEIT 'Was wir lesen' newsletter. The screen shows a woman reading a book, with the text 'DIE ZEIT WAß WIR LESEN' and 'UNSERE NEUE LITERATURCOMMUNITY'. Below the tablet are three separate sections: 1) An advertisement for C.H. Beck books titled 'Winterzeit ist Lesezeit mit Büchern von C.H. Beck' featuring four book covers. 2) A review for 'Schwanentage' by Zhang Yueran, showing a portrait of the author and the book cover. 3) A review for 'All das zu verlieren' by Margrethe Vestager, also showing a portrait of the author and the book cover.

# Was wir lesen-Themenschwerpunkte im Überblick

	<b>Natur / Wald</b> ET 12.02.2026 AS 06.02.2026	<b>Kinder- und Jugendbuch</b> ET 02.04.2026 AS 27.03.2026	<b>Taschenbuch</b> ET 04.06.2026 AS 29.05.2026	<b>Mutterschaft</b> ET 25.06.2026 AS 19.06.2026								
		<b>Familie</b> ET 16.04.2026 AS 10.04.2026	<b>Sport / Fußball</b> ET 11.06.2026 AS 05.06.2026	<b>Reise</b> ET 13.08.2026 AS 07.08.2026	<b>Buchmesse Frankfurt</b> ET 08.10.2026 AS 02.10.2026							
	<b>Klassiker</b> ET 26.02.2026 AS 20.02.2026	<b>Lyrik</b> ET 23.04.2026 AS 17.04.2026	<b>Ingeborg Bachmann</b> ET 18.06.2026 AS 12.06.2026	<b>Sachbuch</b> ET 27.08.2026 AS 21.08.2026	<b>Krimi</b> ET 22.10.2026 AS 16.10.2026							
	<b>Selbstoptimierung</b> ET 22.01.2026 AS 16.01.2026	<b>Liebe</b> ET 12.03.2026 AS 06.03.2026	<b>Wasser / Meer</b> ET 07.05.2026 AS 31.04.2026	<b>Hörbuch</b> ET 02.07.2026 AS 26.06.2025	<b>Altern</b> ET 10.09.2026 AS 04.09.2026							
	<b>Humor</b> ET 29.01.2026 AS 23.01.2026	<b>Buchmesse Leipzig</b> ET 19.03.2026 AS 13.03.2026	<b>Krimi</b> ET 21.05.2026 AS 15.05.2026	<b>Sommer</b> ET 16.07.2026 AS 10.07.2026	<b>Taschenbuch</b> ET 17.09.2026 AS 11.09.2026							
	<b>Berlin</b> ET 26.03.2026 AS 20.03.2026			<b>Kinder- und Jugendbuch</b> ET 30.07.2026 AS 24.07.2026	<b>Hörbuch</b> ET 24.09.2026 AS 18.09.2026							

# / 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 €



# / DIE ZEIT: Das tut mir gut

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.

**Erscheinungsweise:** wöchentlich, freitags

**Reichweite:** 118.000 Abonnent:innen

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

Anzeigenart	Grundpreis	Branchenpreis II <sup>1</sup>
Breaking Ad	5.900,00 €	2.655,00 €
Bild-Text Ad	8.850,00 €	3.982,50 €

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

© Francesco Ciccolella Studio

Liebe Leserin, lieber Leser,

die Geschichte Ihrer Familie? Bei mir ist es so: Meine Urgroßeltern sind während des Zweiten Weltkriegs aus Ostpreußen nach Hamburg emigriert. Mein Vater stammt aus Ingolstadt und Stendal. Mehr über den Lebensbaum meiner Vorfahren nicht. Irgendwie ist die ältere Generation jenseits von Familienfesten auch wenig relevant. Warum in einem Gesundheitsnewsletter, fragen Sie sich?

Es liegt daran, dass in Bezug auf immer mehr Krankheiten die erblichen Bedingungen die Wahrscheinlichkeit für eine Beeinflussung erhöhen. Dies ist nicht nur bei Krankheiten wie Alzheimer oder Migräne der Fall, sondern gilt auch immer mehr bei der Herzgesundheit – unser wichtigstes Thema. Wie wichtig das Wissen über unsere Vorfahren für die Zukunft kann, schildert Ulrich Bahnsen in seinem Artikel »Die Vorfahren-Karte«. Darin geht es um eine Familie, in der drei junge Menschen in Leben gerissen werden. Die ganze Geschichte über die Vorfahren für Herzkrankheiten und über die beeindruckenden Fortschritte in Medizin führt schließlich bis nach Neufundland und zu dem Jahr 1500. [Hier weiterlesen](#)

ANZEIGE

VERFÜGEN SIE ÜBER DIE GABE DES NICHTSTUNS?

»ZUM GEWINNSPIEL«

HANSER

ROBERT PAUL SMITH  
HOW TO DO NOTHING WITH NOBODY ALL ALONE BY YOURSELF

Buchverlosung  
»Jedes Kind sollte dieses Buch haben. Auch alle Erwachsenen. Also wirklich alle. Ich meine es ernst. Alle.« – Axel Hacke

Eine Entdeckung für unsere erschöpfte Gegenwart: Natürlich kann man ohne Smartphone oder Hetze leben. Das weiß, wer jemals ein Kind spielen sah – tagelang fantasievoll versunken mit einer einzelnen Kastanie oder einem selbstgemachten Bumerang. Robert Paul Smiths legendärer US-Bestseller ist über ein halbes Jahrhundert alt und wie für heute geschrieben. Er ist eine warmherzige wie heilsame Einladung, anders mit der eigenen Lebenszeit umzugehen.

Zusammen mit dem Hanser Verlag verlosen wir 30 Bücher.

[HIER MITMACHEN](#)

# 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 €

Liebe Leserin, lieber Leser,

en Monaten damit begonnen, 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 Ahrzeit auf Reisen schicken können. Heute, etwa fünf Monate nahmen eine andere. Aber der Wunsch, Sie zu inspirieren und mit ebern, ZEIT-Kolleginnen und Leute aus aller Welt zu verknüpfen, waren 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 ischen, fremden Ländern und Kulturen, aber auch nach kulinarischen und Ausflügen in die Region zu stillen. Oder, um es in den Worten des gen Andreas Öhler zu sagen: Entdecken Sie mit uns die »Schönheit«

Ausgabe erzählt Ihnen unser Kollege Bernd Loppow, Gründer

JETZT ENTDECKEN

# / DIE ZEIT – Kultur

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

Breaking Ad

## Grundpreis

850,00 €

## Kultur & Buchverlage

540,00 €

DIE ZEIT Kultur  
Das Neuste 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

# / 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 €





**KRIMI TRIFFT AUF KUNSTGESCHICHTE**  
Die neue Krimireihe um den Bonner Kunstexperten und Ermittler Lennard Lomberg

[MEHR ERFAHREN](#)



ANDREAS STORM  
**DAS NEUNTE GEMÄLDE**

Kiepenheuer & Witsch

# / ZEIT Verbrechen – Newsletter

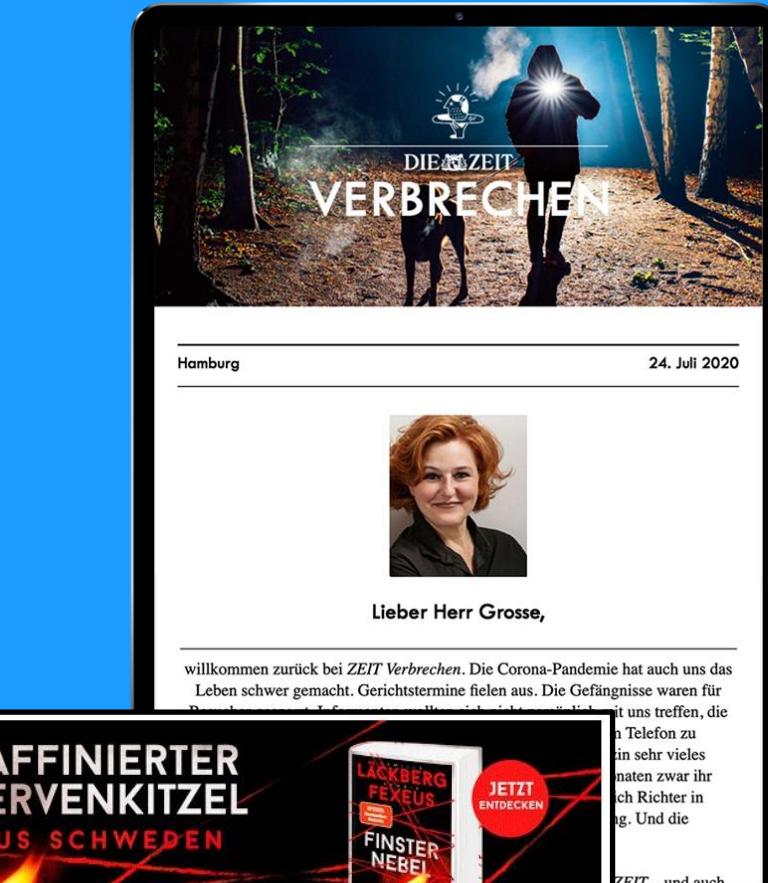
Alle zwei Wochen exklusive Akteneinsicht zum Podcast, Hintergrundgeschichten und Neuigkeiten aus der Redaktion im ZEIT-Verbrechen-Newsletter.

**Erscheinungsweise:** zweiwöchentlich, freitags

**Reichweite:** 40.000 Abonnent:innen

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

Anzeigenart	Preis
Breaking Ad	2.000,00 €



# Wofür leben wir?

## Der Sinn-Newsletter

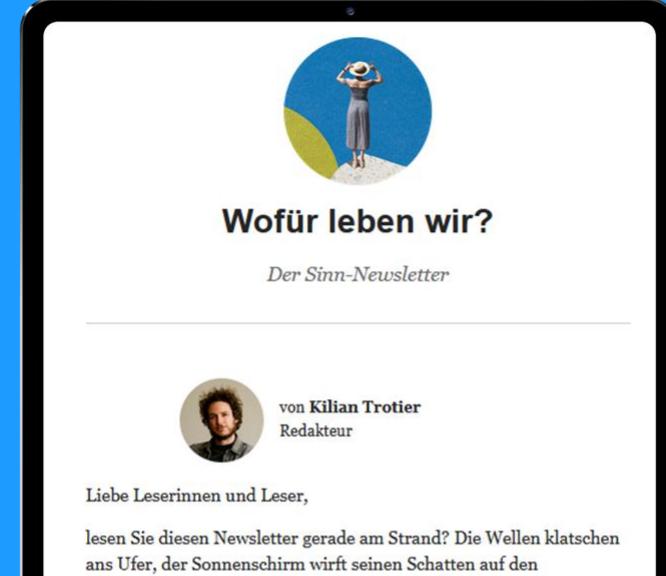
Als Teil des Projekts ZEIT Sinn schreiben Merle Schmalenbach und Kilian Trotier im Wofür leben wir?-Newsletter Texte rund um Sinnfragen, Lebensentscheidungen und Wendepunkte für alle Sinsucher und Sinnstifter.

**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 Rücken. Der Wind weht die Füße. Hach, Urlaub. Denke ich in einem Büro, das ich mit einem Kollegen teile, gar nicht verstehen kann. Fragt man Urlaub macht, sagt er: "Urlaub? Ich hasse

Anzeige



Guten Schlaf kann man lernen.  
Das 6-Minuten-Schlafbuch: 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.

Das 6-Minuten-Schlafbuch: 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

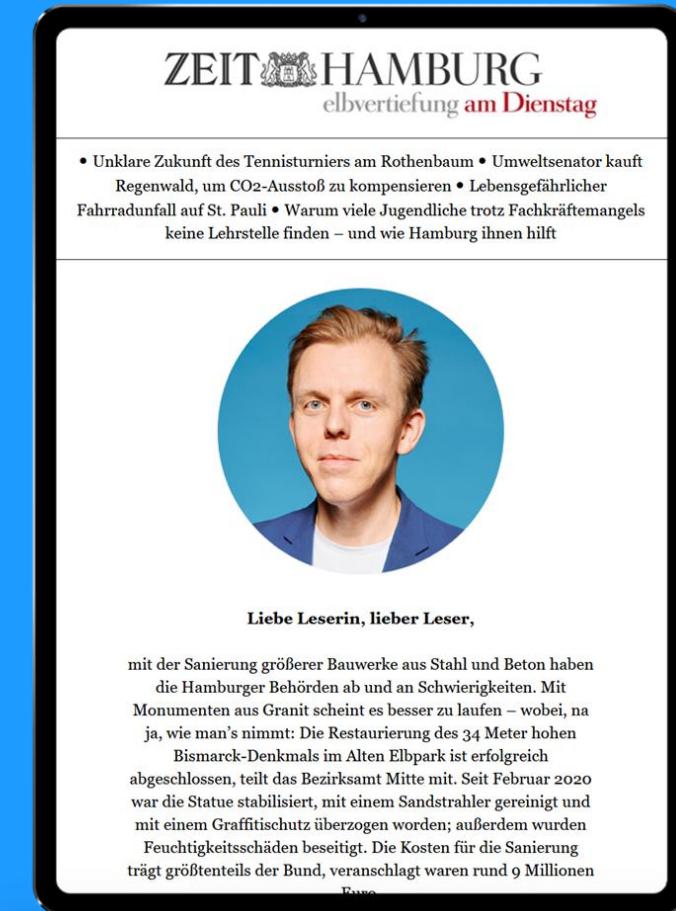
2.700,00 €

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.



# / Familienzeit

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 €

The screenshot shows the header of the ZEIT Familienzeit newsletter. It features a large stylized letter 'F' in the top right corner, followed by the title 'Familienzeit' and the subtitle 'Geschichten, die in der Familie bleiben'. Below this is a photo of a woman, identified as Wlada Kolosowa, with the text 'von Wlada Kolosowa' and 'Redakteurin ZEITmagazin Online'. The main article begins with a greeting: 'Liebe Leserinnen, liebe Leser,' followed by a paragraph about summer drama at an ice cream shop.

The screenshot shows an advertisement for 'Wie man lernt, richtig zu lernen.' (How to learn, correctly). It features a photo of Caroline von St. Ange and text about the book being a guide for families to re-ignite their children's love of learning. The ad includes images of the book cover and a pencil.

# 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

Breaking Ad

## Preis

1.900,00 €

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](#).

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

Der unvergleichliche 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 €

**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 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. Cora Wucherer mit meinem Kollegen Jarnail Sekhon

Schatzsuche  
n Lachen  
, bei vielen  
Ihren  
die Liebe

Meine liebste  
Sie stammt

**Anzeige**

FACHWISSEN SEIT 1974  
**PSYCHOLOGIE HEUTE**

**Die Farben von früher**  
Wie die Kindheit uns prägt

DAS DOSSIER  
**PSYCHOLOGIE HEUTE**

Kindheitsmuster

Jetzt bestellen

# 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

Breaking Ad

## Preis pro Woche

19.600,00 €

Der Preis beinhaltet die Buchung einer gesamten Kalenderwoche.



# / ZEIT-Brief

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

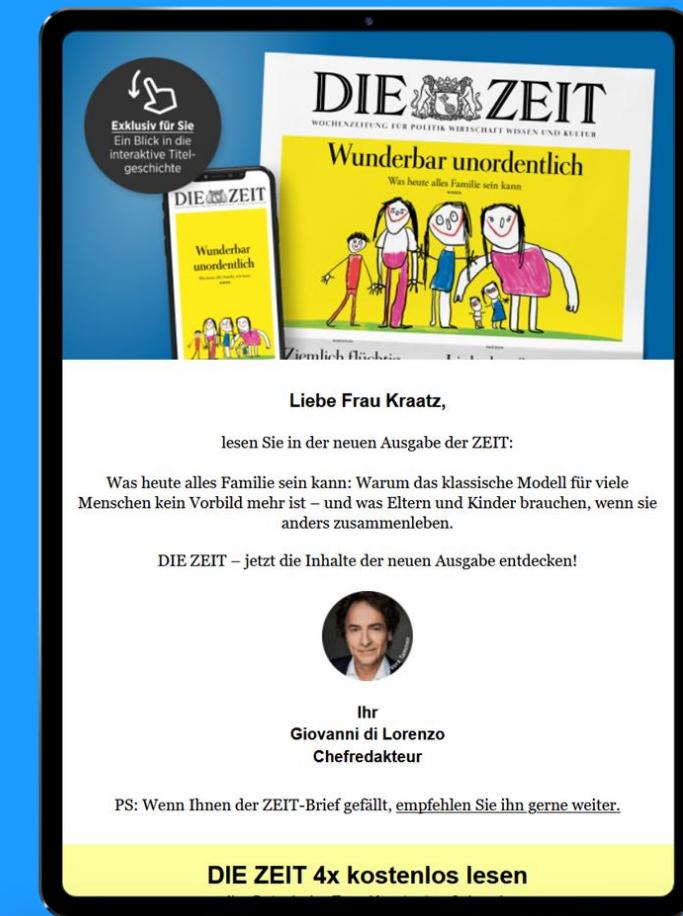
---

**Anzeigenart**

**Preis**

Bild-Text Ad

4.600,00 €



# / ZEIT CAMPUS-Newsletter

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.

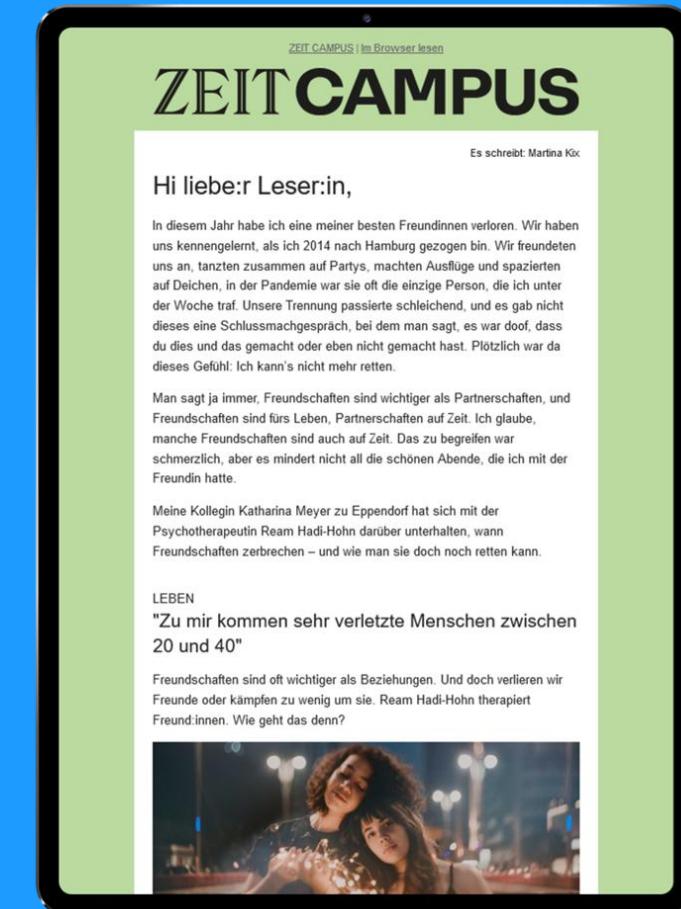
**Erscheinungsweise:** wöchentlich, dienstags

**Reichweite:** 76.000 Abonnent:innen

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

Anzeigenart	Grundpreis	Branchenpreis II <sup>1</sup>
Breaking Ad	3.800,00 €	1.710,00 €

<sup>1</sup>Branchenpreis 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

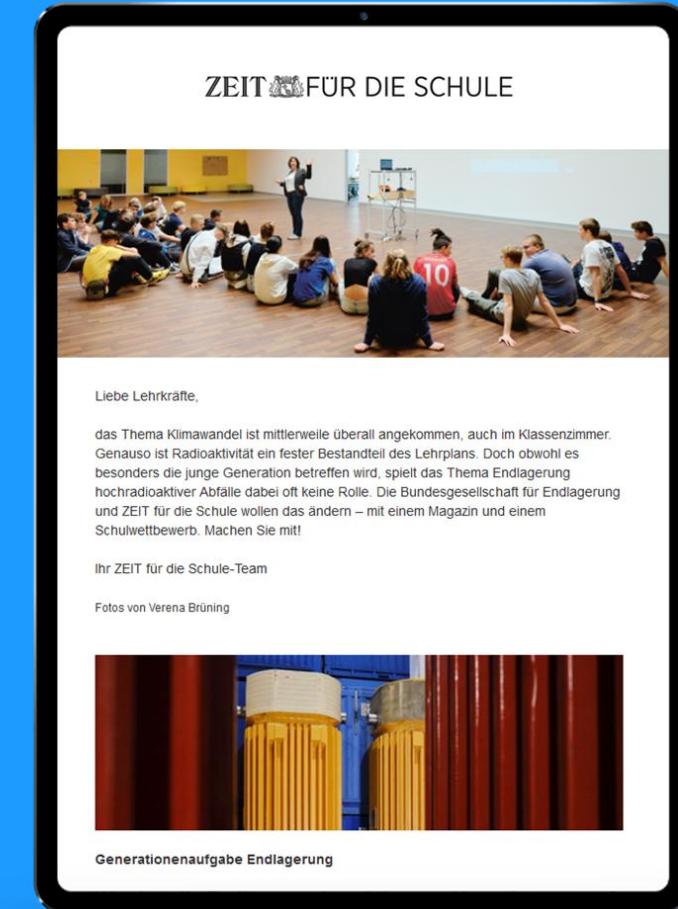
## **ZEIT für die SCHULE Lehrernewsletter – Sek II**

**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.

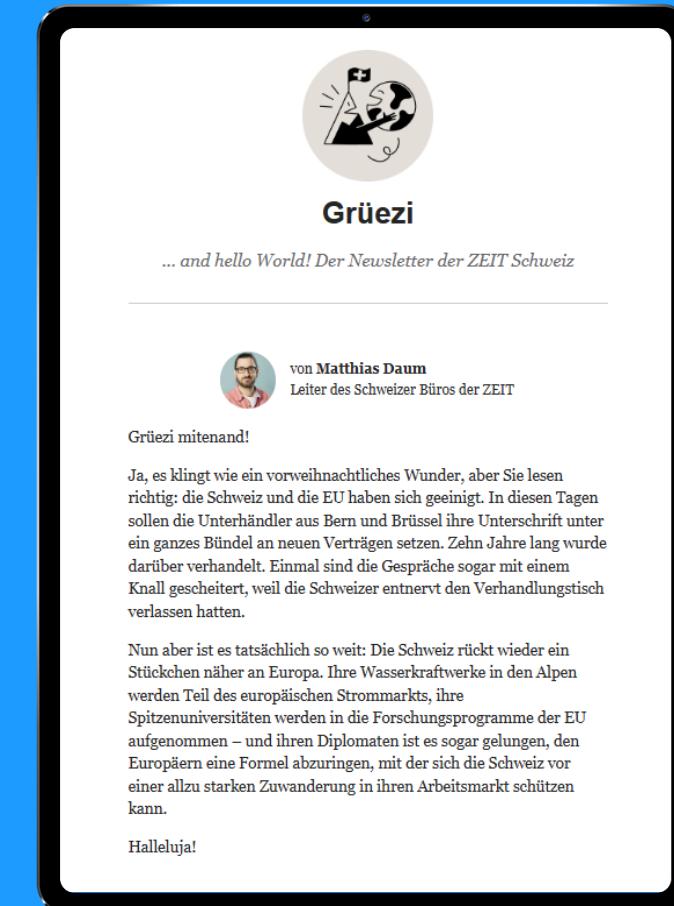
Damit auch Neuankömmlinge mitlesen können, erscheint der Newsletter zusätzlich auf Englisch.

**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 €



The screenshot shows the header of the Grüezi newsletter. It features a circular logo with a stylized illustration of a person or animal. Below the logo is the word "Grüezi". Underneath that is the subtitle "... and hello World! Der Newsletter der ZEIT Schweiz". A small portrait of Matthias Daum, the author, is shown next to his name and title: "von Matthias Daum Leiter des Schweizer Büros der ZEIT". The main text begins with "Grüezi miteinander!" followed by two columns of text discussing political developments and the EU.

Grüezi miteinander!

Ja, es klingt wie ein vorweihnachtliches Wunder, aber Sie lesen richtig: die Schweiz und die EU haben sich geeinigt. In diesen Tagen sollen die Unterhändler aus Bern und Brüssel ihre Unterschrift unter ein ganzes Bündel an neuen Verträgen setzen. Zehn Jahre lang wurde darüber verhandelt. Einmal sind die Gespräche sogar mit einem Knall gescheitert, weil die Schweizer entnervt den Verhandlungstisch verlassen hatten.

Nun aber ist es tatsächlich so weit: Die Schweiz rückt wieder ein Stückchen näher an Europa. Ihre Wasserkraftwerke in den Alpen werden Teil des europäischen Strommarkts, ihre Spitzenuniversitäten werden in die Forschungsprogramme der EU aufgenommen – und ihren Diplomaten ist es sogar gelungen, den Europäern eine Formel abzuringen, mit der sich die Schweiz vor einer allzu starken Zuwanderung in ihren Arbeitsmarkt schützen kann.

Halleluja!

# / Natürlich intelligent

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

**Erscheinungsweise:** wöchentlich, donnerstags

**Reichweite:** 33.000 Abonnent:innen

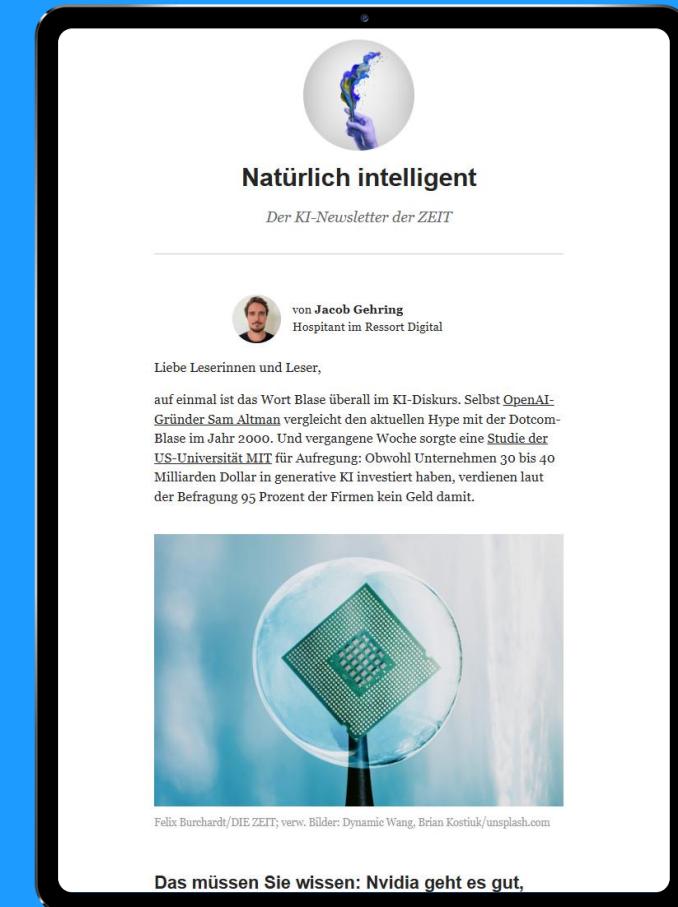
**Anzeigenschluss:** Montag vor Erscheinen, 12 Uhr

## Anzeigenart

Breaking Ad

## Preis

1.650,- €



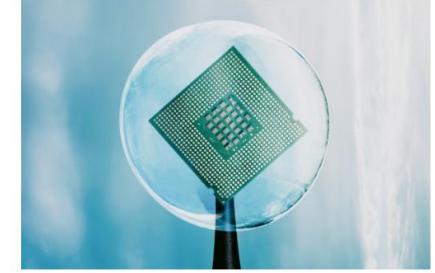
The screenshot shows the first issue of the 'Natürlich intelligent' newsletter. At the top is a circular logo featuring a stylized blue and green brain or neural network. Below it, the title 'Natürlich intelligent' is displayed in a bold, sans-serif font, followed by the subtitle 'Der KI-Newsletter der ZEIT'. A horizontal line separates this from the author information. Below the line, there's a small circular profile picture of Jacob Gehring, with his name and title: 'von Jacob Gehring Hospitant im Ressort Digital'. Another horizontal line follows. The main content begins with a short introduction: 'Liebe Leserinnen und Leser,' followed by a paragraph about AI hype and investment. An image of a green microchip on a stand is shown below the text. At the bottom of the newsletter area, there's a footer note: 'Felix Burchardt/DIE ZEIT; verw. Bilder: Dynamic Wang, Brian Kostuk.unsplash.com'. The entire newsletter is framed by a thick black border.

**Natürlich intelligent**  
Der KI-Newsletter der ZEIT

von Jacob Gehring  
Hospitant im Ressort Digital

Liebe Leserinnen und Leser,

auf einmal ist das Wort Blase überall im KI-Diskurs. Selbst OpenAI-Gründer Sam Altman vergleicht den aktuellen Hype mit der Dotcom-Blase im Jahr 2000. Und vergangene Woche sorgte eine Studie der US-Universität MIT für Aufregung: Obwohl Unternehmen 30 bis 40 Milliarden Dollar in generative KI investiert haben, verdienen laut der Befragung 95 Prozent der Firmen kein Geld damit.



Felix Burchardt/DIE ZEIT; verw. Bilder: Dynamic Wang, Brian Kostuk.unsplash.com

Das müssen Sie wissen: Nvidia geht es gut,

# / 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.

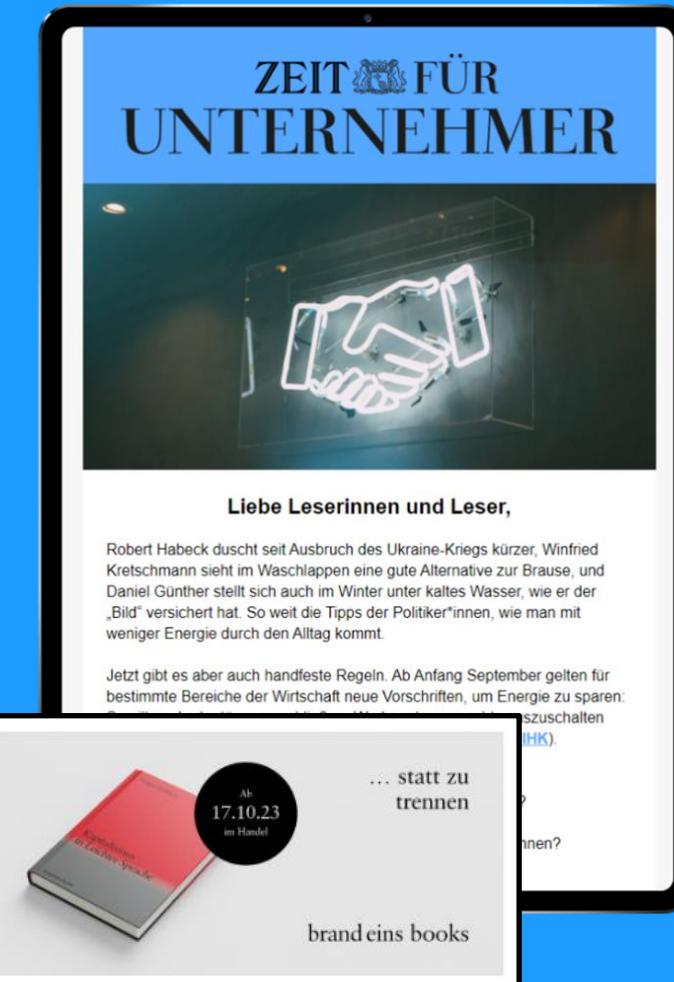
**Erscheinungsweise:** monatlich, donnerstags

**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 <sup>1</sup>
Breaking Ad	5.200,00 €	2.340,00 €

<sup>1</sup>Branchenpreis 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 €

The screenshot shows a digital newsletter layout. At the top is a yellow circular icon containing a black silhouette of a hand holding a pen or pencil. Below it, the word "Geld" is written in a bold, sans-serif font. Underneath "Geld" is the text "Das haben Sie davon". A thin horizontal line separates this from the next section. In the middle of the page is a portrait of a man with a beard, identified as "von Jan Guldner Ressortleiter Geld". To the right of the portrait, the author's name and title are listed. Below the author information is a block of text addressed to "Liebe Leserinnen und Leser," followed by a paragraph of text. The entire newsletter is framed by a thick black border.

# / 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

Breaking Ad

## Preis

690,00 €

Bild-Text Ad

890,00 €

# 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 erwarten (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 Wuchteln 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**

Um [10€ für Ihnen zwei Newsletter erhalten Sie jeden Freitag einen Zusatzauszug](#)

# / ZEIT REISEN

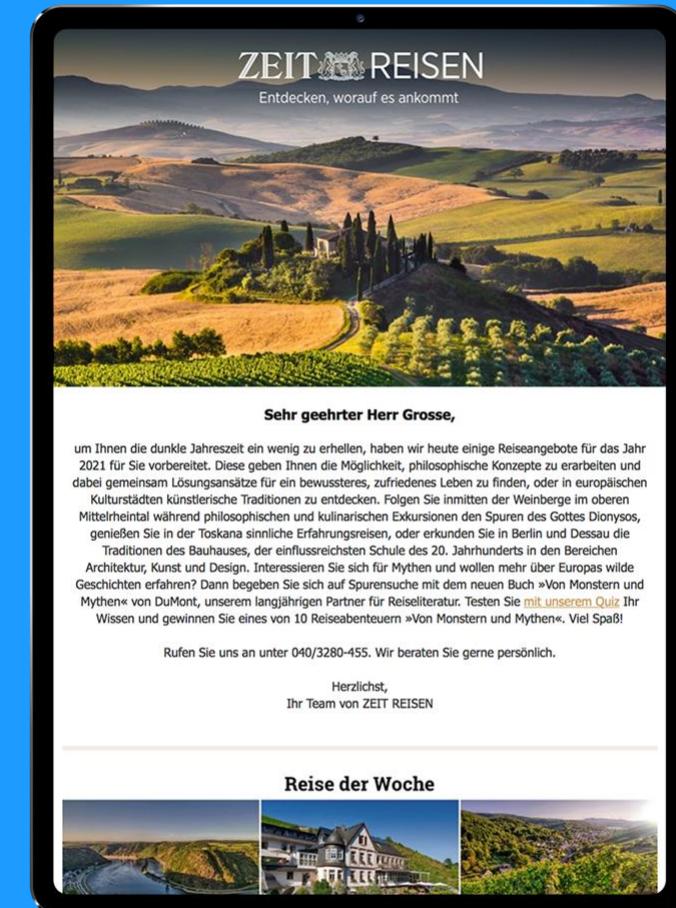
Der Newsletter von ZEIT REISEN präsentiert ein vielfältiges Reiseangebot und saisonale Sonderreisen. Spannende Reiseberichte der Gäste sowie ReiseleiterInnen ergänzen den inspirierenden Content und faszinieren regelmäßig eine kulturinteressierte und wissbegierige Leserschaft.

**Erscheinungsweise:** wöchentlich, sonntags

**Reichweite:** 90.000 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 €



# / ZEIT WISSEN

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

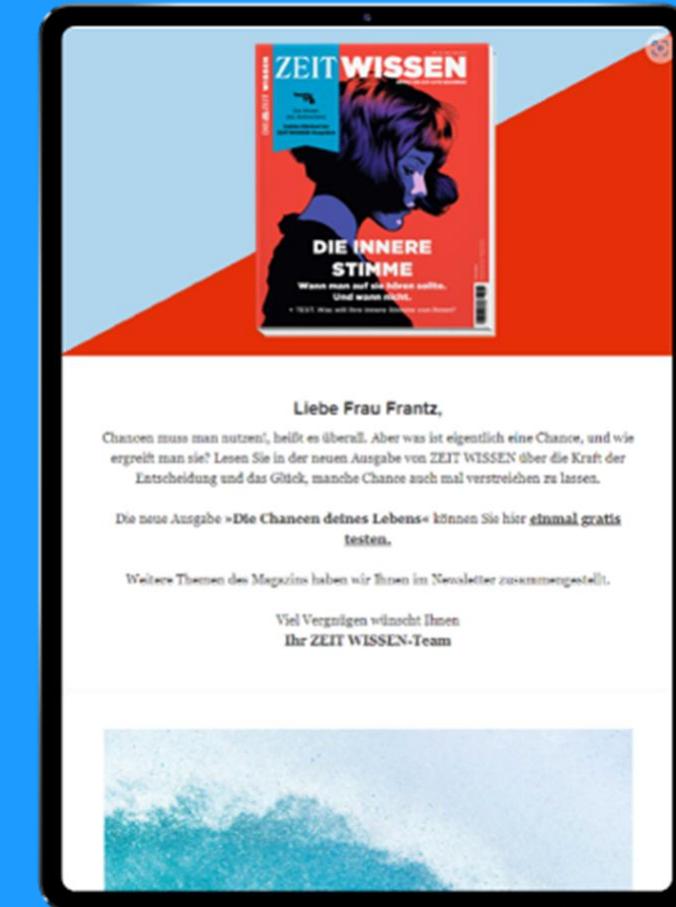
---

**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

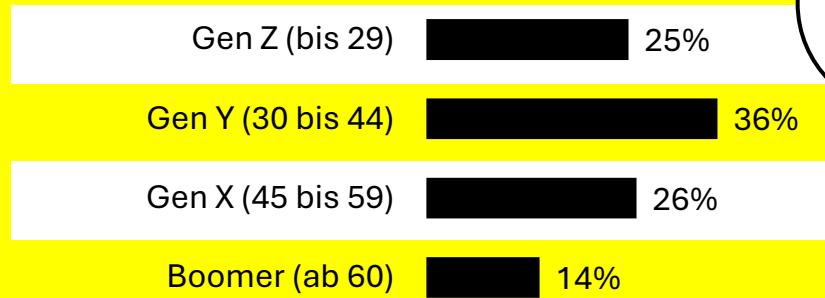


### Wissen



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

## Alter



Ø 41  
Jahre

## HHNE



**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:innenspots  
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!



# / 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 €\***

\*Mediapaket flexibel. Mindestbelegung 85.000 AI. Alle Preise zzgl. MwSt. Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen.

# / Podcast Festplatzierungen



# Podcast Festplatzierung

Podcast	Erscheinungsweise	Downloads	Belegung	Grundpreis	Branchenpreis II*
 DIE ZEIT Elbvertiefung	wöchentlich, samstags	Ø 20.000 Downloads pro Episode	PreRoll	4.800,00 €	2.160,00 €
			Storytelling	7.200,00 €	3.240,00 €
 DIE ZEIT 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 €
 DIE ZEIT Was jetzt?	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 €
 DIE ZEIT 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 €
 ZEIT CAMPUS 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 Guest und ein Geräusch.

**Erscheinungsweise:**  
wöchentlich, freitags

**Reichweite:**  
Ø 824.000 Downloads pro Monat\*



# / »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 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](http://advise.zeit.de)



# / »Und was machst Du am Wochenende?«

Jede Woche fragen Ubin Eoh und Christoph Amend einen Guest:  
»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\*



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



# / »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\*



Frisch an die Arbeit

# / »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\*

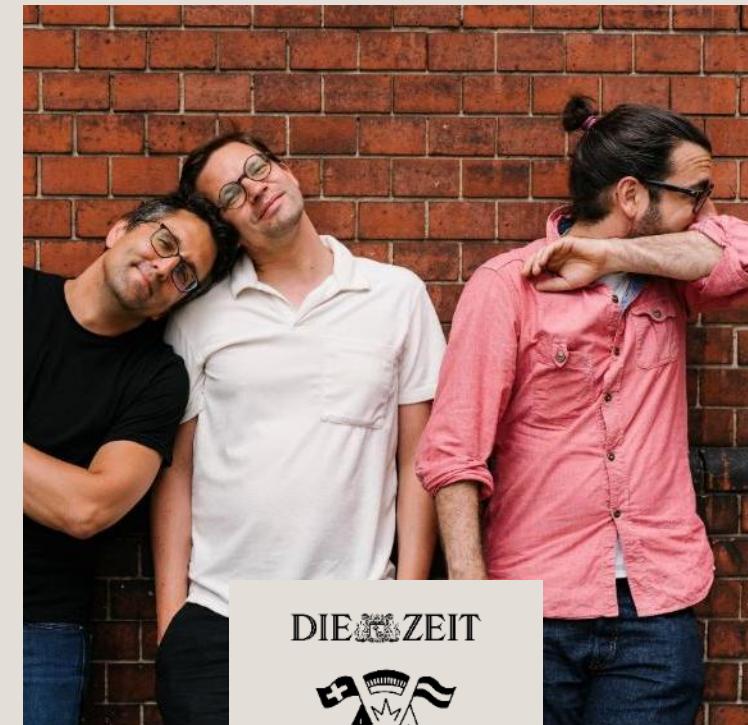


# / »SERVUS. GRÜEZI. HALLO.«

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\*



# / »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\*



# / 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 6,1 Mio. Downloads pro Monat\*



DIE  
ZEIT



Was jetzt?

# / »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

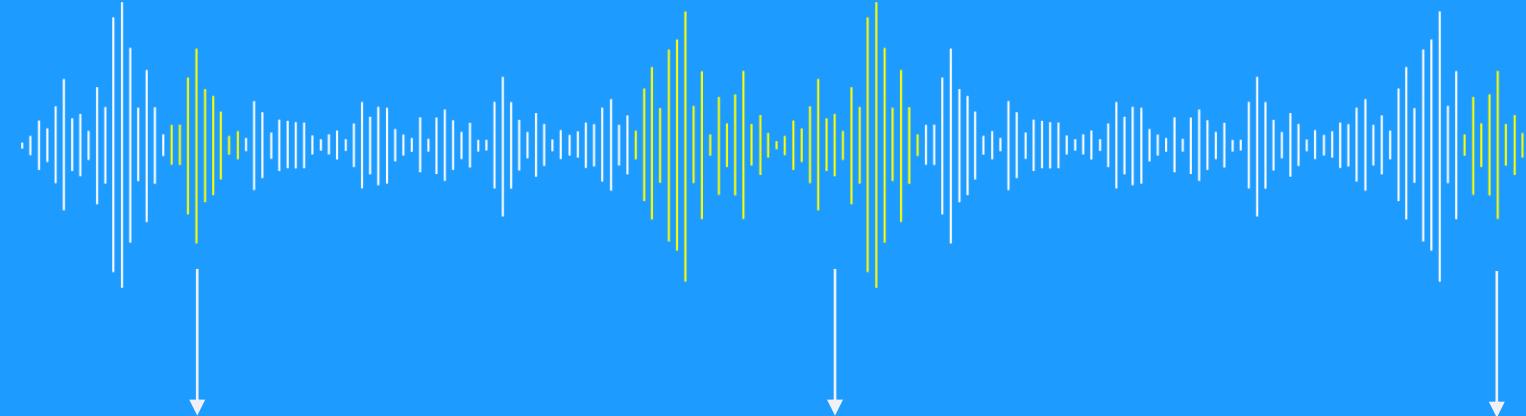
**Reichweite:**  
Ø 425.000 Downloads pro Monat\*



Woher weißt du das?

# Wahl der Platzierung

## Die passende Position für Ihre Audio-Ad



### PreRoll

Erste Audio-Ad -  
nach dem Opening

### MidRoll

Zweite Audio-Ad -  
eingebettet in den  
Content

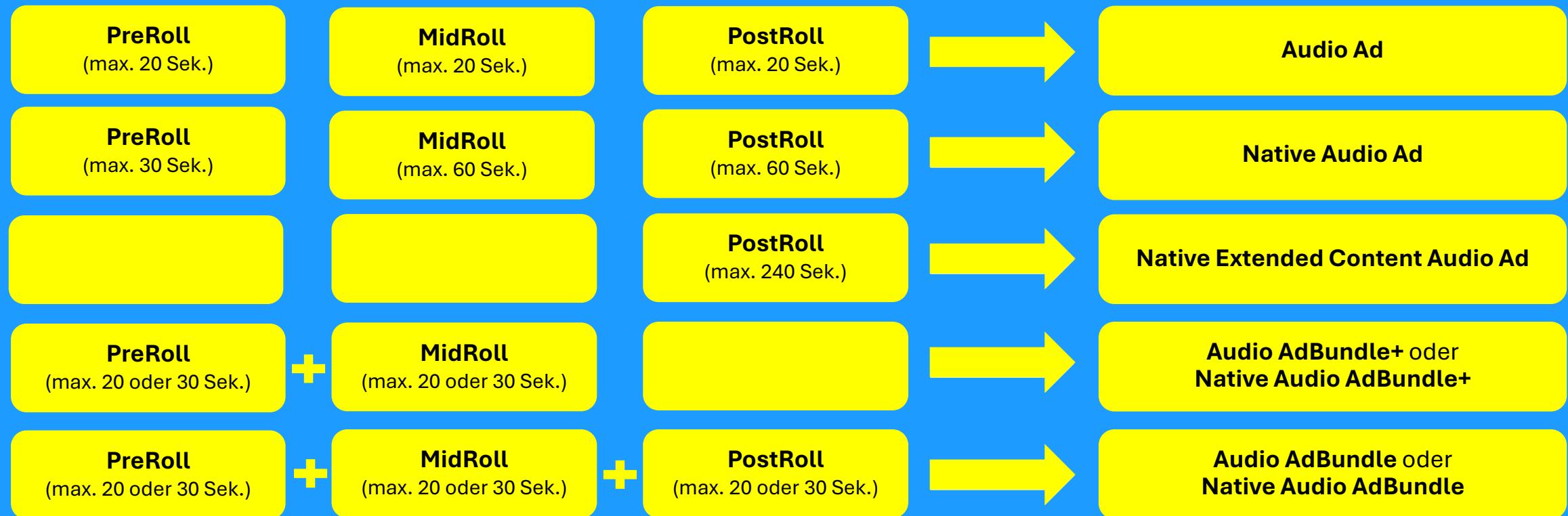
### PostRoll

Letzte Audio-Ad -  
nach der Podcast-  
Episode

**Storytelling:** Kombination aus **PreRoll** und **PostRoll** (nur bei Exklusiv-Buchungen möglich)

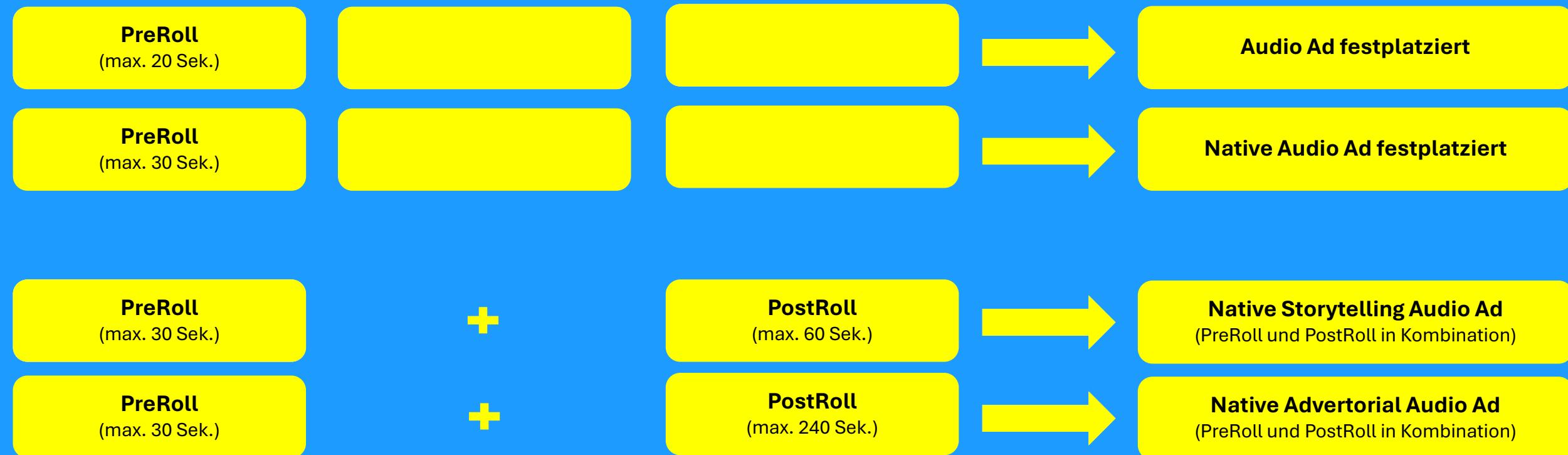
# / TKP Volumenbuchung –

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 Verbrachen“ 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

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 Werkstage Vorlauf



# / Native Audio Ad

Ihr Spot authentisch in den Podcast-Content eingebettet

Ihr 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.)



**Best Seller**  
im ZEIT Audio  
Ad Portfolio

# / 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.

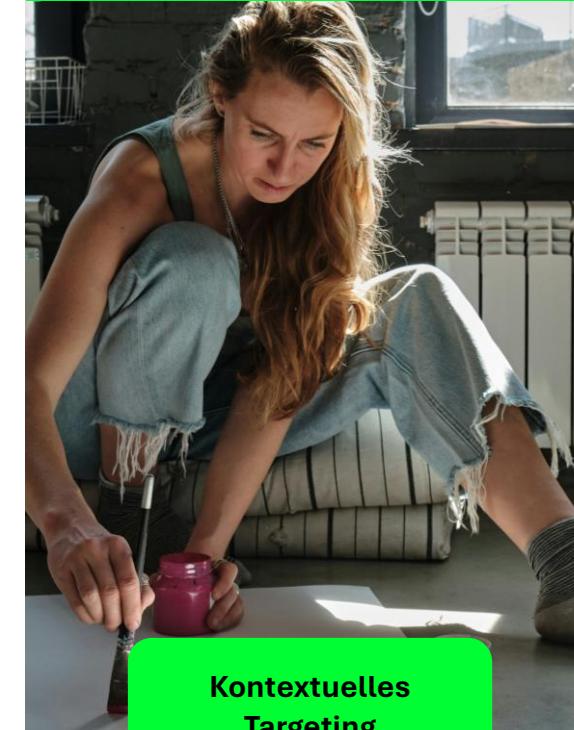
Wer ist  
Ihre Zielgruppe?



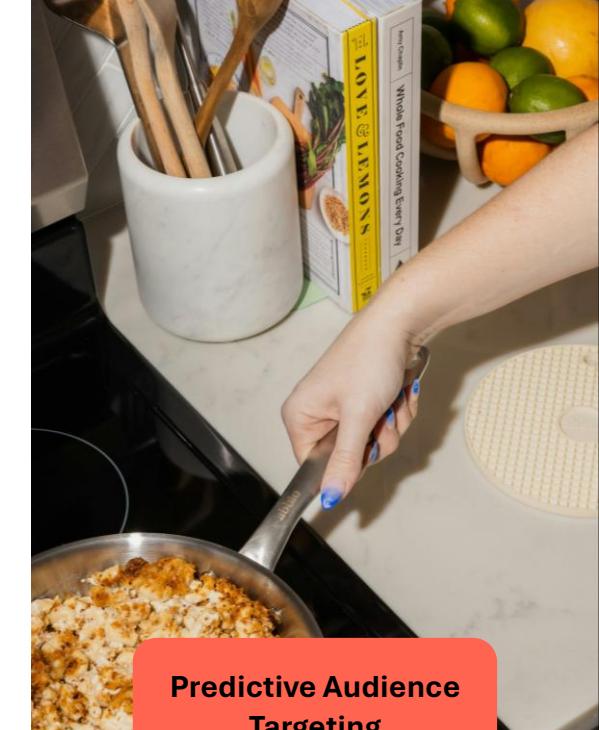
Wo befindet sich  
Ihre Zielgruppe?



Mit welchen Inhalten  
beschäftigt sie sich?



Für welche Themen  
interessiert sie sich?



# / 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](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. 71

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