

/ ZEIT für die Schule

Format:

Unterrichtseinheit im PDF-
Format zum Download

Erscheinung:

2x monatlich / individuell bei
Kundenkooperation

Distribution:

ZfdS-Website, (Sonder-)
Newsletter

Reichweite:

Ø 75.000 Lehrkräfte via
Newsletter,
durchschnittlich 2.500
Downloads

Kooperationsmodell:

Design im Co-Branding,
gemeinsame
Themensetzung der UE,
Schwerpunkte und Fokus

... ist seit 30 Jahren das Schulprojekt des Zeitverlags.

... ist Deutschlands größtes Medienprojekt an Schulen mit seiner Community von über 115.000 Lehrkräften.

...ermöglicht es Klassen in Deutschland, Österreich und der Schweiz, über den Klassensatz kostenfrei Die ZEIT zu lesen und im Unterricht zu nutzen.

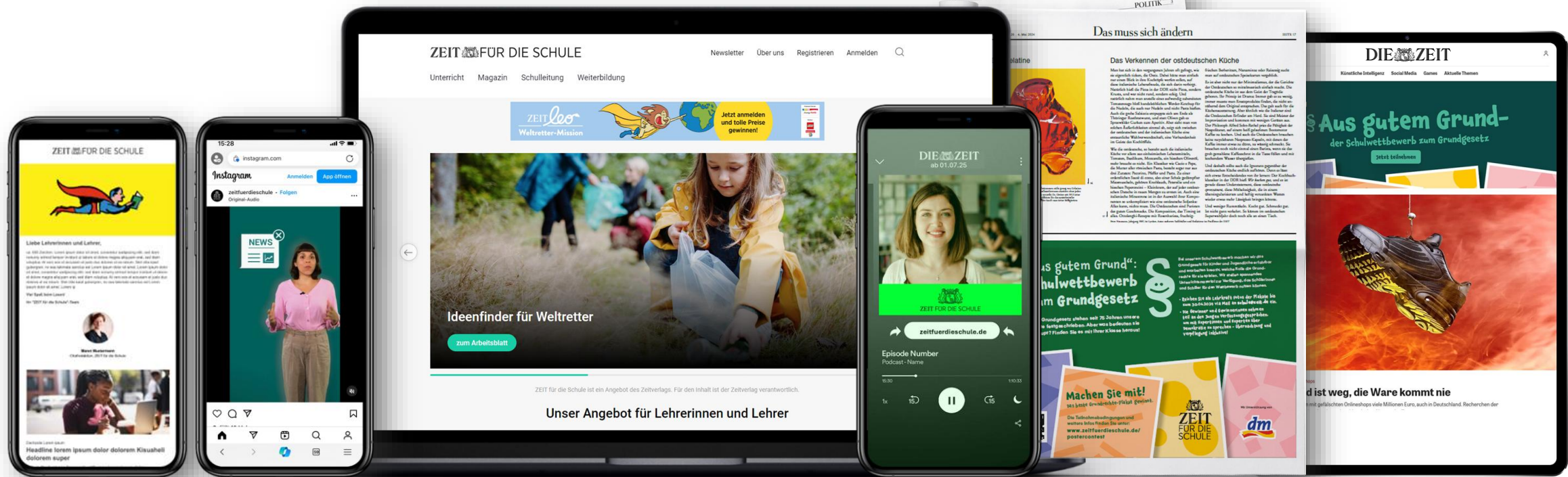
...ausgehend von der ZEIT als gesellschaftspolitisches Leitmedium bereit es relevante, aktuelle Themen für den Unterricht in unterschiedlichen Formaten (Unterrichtsmaterialien, Aktionstage etc.) auf.



ZEIT FÜR DIE SCHULE



Erreicht Lehrkräfte und Schulklassen in Deutschland, Österreich und der Schweiz



Newsletter

Social Media

ZEIT für die Schule Website

Audio

Print

Digital



ZEIT FÜR DIE SCHULE

Format:

Unterrichtseinheit im PDF-Format zum Download

Erscheinung:

2x monatlich / individuell bei Kundenkooperation

Distribution:

ZfdS-Website, (Sonder-) Newsletter

Reichweite:

Ø 75.000 Lehrkräfte via Newsletter, durchschnittlich 2.500 Downloads

Kooperationsmodell:

Design im Co-Branding, gemeinsame Themensetzung der UE, Schwerpunkte und Fokus

... bereiten gesellschaftlich relevante Themen zielgruppengerecht für den Unterricht auf - entwickelt mit Schulpädagoginnen und -pädagogen in Zusammenarbeit mit den Partnern.

... erscheinen regelmäßig und erreichen über die ZEIT für die Schule-Kanäle gezielt Lehrkräfte in der Unterrichtsvorbereitung.

...können optional über einen exklusiven Sondernewsletter gezielt distribuiert werden.



Format:

Aufmerksamkeitsstarker
Aktionstag zu einem
Unterrichtsthema
übergreifend für alle Schulen

Best Case:

„Stabile Sache“ mit dem
DFB im Oktober 2025:
Bewegung und Sport im
Unterricht

Distribution:

ZfdS-Website, Newsletter,
Anzeigen Print und Digital

Reichweite:

Mehrere hundert
Schulklassen
deutschlandweit

Kooperationsmodell:

Themensetzung und -
aufbereitung, gesamtes
Design im Co-Branding

...verwandeln einen Tag im Schuljahr zu einem Highlight für Klassen, der
Abwechslung in den Alltag bringt.

... bieten die Chance, an einem Tag möglichst viele Lehrkräfte, Schülerinnen
und Schüler zu einem konkreten Thema zu aktivieren.

... werden als Komplettpaket gestaltet, das Lehrkräfte vor Ort selbstständig mit
ihren Klassen umsetzen: praxisnah und niedrigschwellig.

... ermöglichen Partnern eine wirkungsvolle Ansprache in Schulen mit starker
inhaltlicher Verankerung.

... bieten Partnern ein Alleinstellungsmerkmal im Kontext hochwertiger
Bildung.



Format:

Smartphone-Spiel zur
Wissensüberprüfung

Best Case:

„Newsdetective im Einsatz“:
Medienkompetenz im
Kontext Fake News

Einbindung:

Verlinkt im dazugehörigen
Arbeitsblatt, browserbasiert,
kein App-Download
notwendig

Distribution:

Über die Website und das
Arbeitsblatt, außerdem im
Newsletter

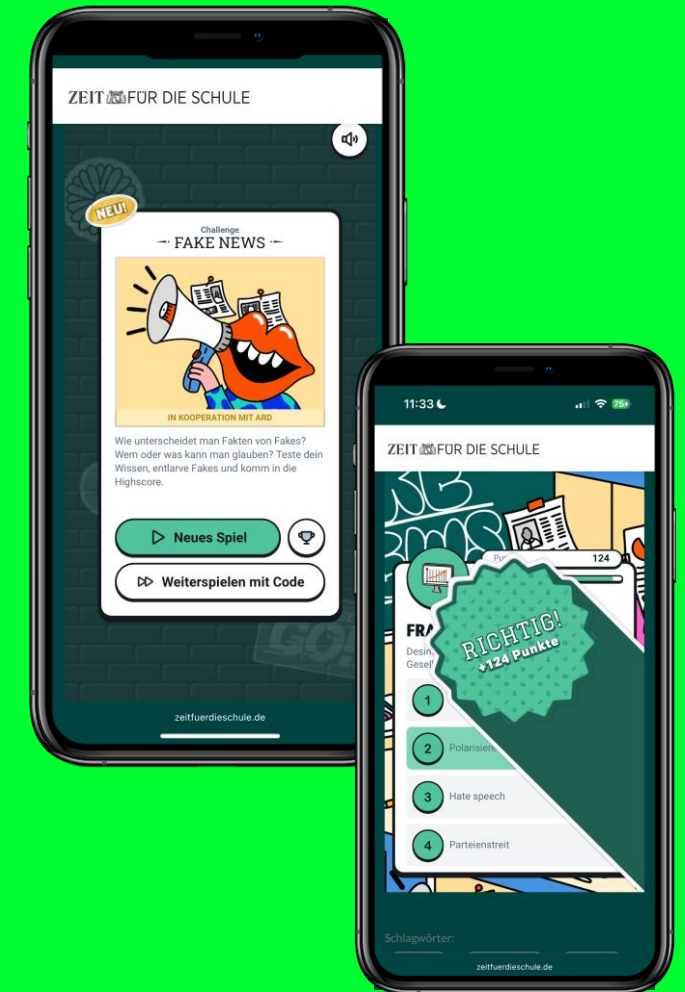
Kooperationsmodell:

Themensetzung und Co-
Branding im dazugehörigen
Arbeitsblatt

... ergänzt die gemeinsame Unterrichtseinheit und vertieft das neu-erlernte Wissen spielerisch.

...motiviert Schülerinnen und Schüler durch spielerischen Ansatz (Gamification).

...bietet Partnern über die Aufbereitung ein innovatives Angebot, mit dem sie sich als moderner Partner im Kontext Unterricht platzieren.



Format:

Online-Webinar für
Lehrkräfte zu aktuellen
Bildungsthemen

Zielgruppe:

Lehrkräfte aller Schulformen
in Deutschland und
Österreich

Best Case:

Finanzbildung in Schulen in
Kooperation mit dem
Bundesministerium der
Finanzen

Teilnehmende:

Je nach Thema bis zu 1.800
Anmeldungen

Kooperationsmodell:

Themensetzung und -
aufbereitung, Design im Co-
Branding, Stellung eines
Experten/einer Expertin

...bildet Lehrkräfte in relevanten Themen weiter und ermöglicht Interaktion in der Community.

...setzt sich aus dem fachlichen Input zum Thema, der pädagogischen Übersetzung in den Schulalltag und einem anschließenden Austausch zusammen.

...erreicht gezielt die wichtigsten Multiplikatorinnen und Multiplikatoren für Themen im Kontext Schule.

... ermöglicht Partnern den direkten Austausch und die direkte Präsenz mit den eigenen Themen in der Lehrkräfte-Community.



/ Sponsored Post

Format:

Von der Studio ZX-Redaktion
erstellter Beitrag zu einem
Thema

Best Case:

„Drei gute Gründe für mehr
Sport im Schulalltag“ mit
dem DFB

Platzierung:

ZfdS-Website, Newsletter

Reichweite:

> 1.000 Aufrufe in den
ersten zwei Wochen mit
hoher Verweildauer

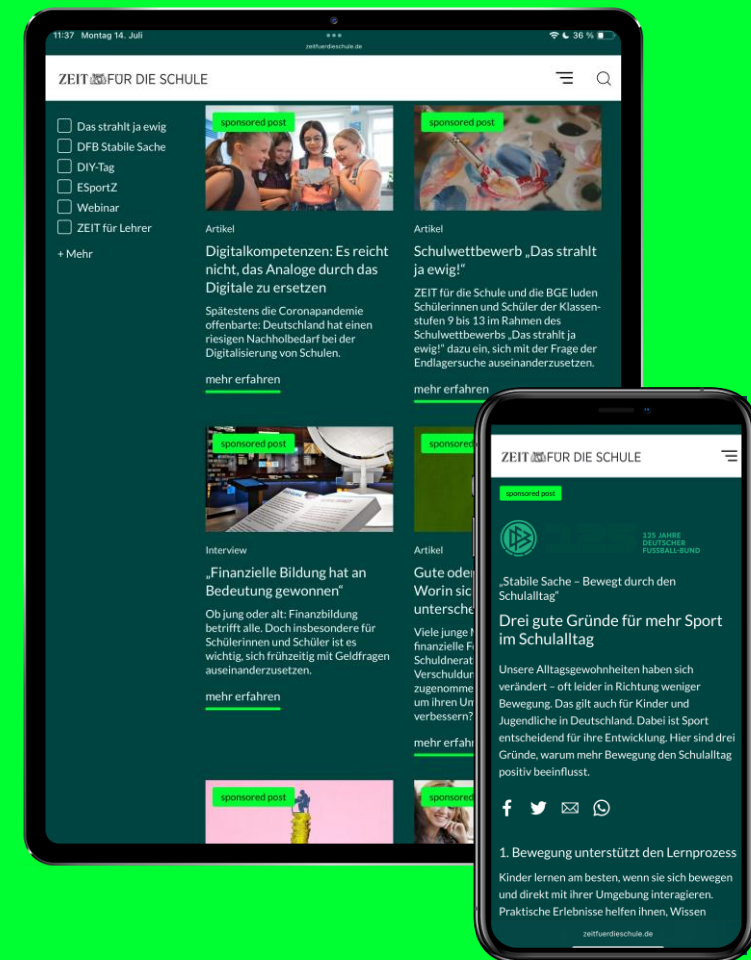
Kooperationsmodell:

Themensetzung und -
aufbereitung, gesamtes
Design im Co-Branding

...übersetzt relevante Themen in Form eines redaktionell erstellten Artikels für
Lehrkräfte in den pädagogischen Schulalltag.

...erscheint auf der Website von ZEIT für die Schule und ist dort jederzeit
abrufbar.

... integriert Partner über die gemeinsame Themensetzung und schafft somit
Sichtbarkeit für das Thema in der Lehrkräfte-Community.



/ Social Media Reel

Format:

Reel im 9:16-Format

Best Case:

„Drei gute Gründe für mehr Bewegung“ x DFB auf

[Instagram](#)

Distribution:

Auf den Instagram- und Facebook-Accounts von ZEIT für die Schule, auch als Collab möglich

Reichweite:

Bis zu 18.000 Aufrufe in zwei Wochen (mit Paid Push)

Kooperationsmodell:

Co-Branding im Design und der Caption, thematische Integration

...zu einem Thema aus dem Schulkontext: ob zur Integration in den Unterricht oder als Weiterbildung der Lehrkräfte.

... erscheint hochwertig produziert und redaktionell aufbereitet auf den Social-Media-Plattformen von ZEIT für die Schule.

...kann über die Themensetzung, das Design und dem gemeinsamen Upload in Kooperation mit einem Partner entstehen.

...erzielt starke Reichweiten und Interaktionen, auch außerhalb der Followerinnen und Follower, und lädt ein zur Interaktion.

