



DIE ZEIT 2026

Finanzentscheider:innen dort ansprechen, wo sie vertrauen

Über 100 ZEIT-Produkte mit einem großen Qualitätsversprechen



academics

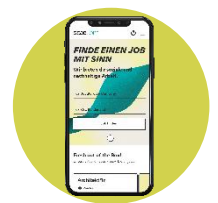
My Country talks
My Company talks

Studio ZX

ZEIT Shop & Editionen

ZEIT Akademie

e-fellows.net



Good Jobs



HeyStudium



ZEIT für die Schule



ZEIT Reisen



ZEIT Veranstaltungen



Freunde der ZEIT

DIE ZEIT
VERLAGSGRUPPE

Wissen · Geschichte · Wissenschaft · Kunst · Kultur · Politik · Wirtschaft · Reisen · Nachhaltigkeit · Umweltschutz · Bildung · Kinder

/ DIE ZEIT ist der ideale Partner für Kommunikation, die tiefer geht

Lovebrand

Die ZEIT ist mehr! Mit Print, Digital, Newslettern und Podcasts erreicht das Qualitätsmedium Nr. 1 cross-medial spannende Zielgruppen, die dem Medium großes Vertrauen entgegenbringen.

Verbinden Sie die Reichweite mit der besonderen Strahlkraft der Marke ZEIT, um ihre Botschaft zu kommunizieren.



Podcast Nr.1

Wir sind der erfolgreichste deutsche Podcast-Anbieter* mit einigen der reichweitenstärksten Podcasts.

Profitieren Sie für Ihre Kommunikation von der großen Reichweite in attraktiven Zielgruppen oder unserer großen Expertise in der Erstellung individueller Podcasts für Kunden.



Events

Wirtschaftsgipfel, Lifestyle-Partys oder Live-Podcasts – die ZEIT verfügt neben den relevanten Zielgruppen auch über eine jahrzehntelange Expertise in der Umsetzung von B2B- oder B2C-Events.

Nutzen Sie uns als verlässlichen Event-Partner mit einem einzigartigen Netzwerk: ob exklusiv oder im Rahmen der ZEIT-Konferenzen.



Storytelling

Das Studio ZX, die Content Agentur der ZEIT, entwickelt inspirierende Inhalte auf ZEIT-Niveau für alle Kanäle: Video, Audio, Online und Print.

Wir gestalten für Sie eine vollumfängliche Kommunikation – von der kommunikativen Leitidee bis hin zur Kampagne; ob Logo, Merch oder einem eigenen Magazin.



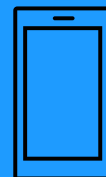
Starke Reichweiten für starke Kampagnen:



**ZEIT &
Magazine**

4,3 Mio.

Leser:innen pro Monat



zeit.de

10 Mio.

Unique User



Podcast

15 Mio.

Downloads



Newsletter

2,6 Mio.

Abonnent:innen

/ Giovanni di Lorenzo & Jochen Wegner Chefredaktion ZEIT

Die ZEIT bietet Orientierung in politisch aufgeladenen Tagen. Wir streben danach, die Wahrheit zu finden und sie möglichst klar zu beschreiben. Wir stehen für Vielfalt, tiefe Recherche und konstruktiven Austausch. Wir benennen nicht nur Probleme, sondern zeigen auch Lösungen.



**Was ist spannender als Wirtschaft?
Finanzwirtschaft.**

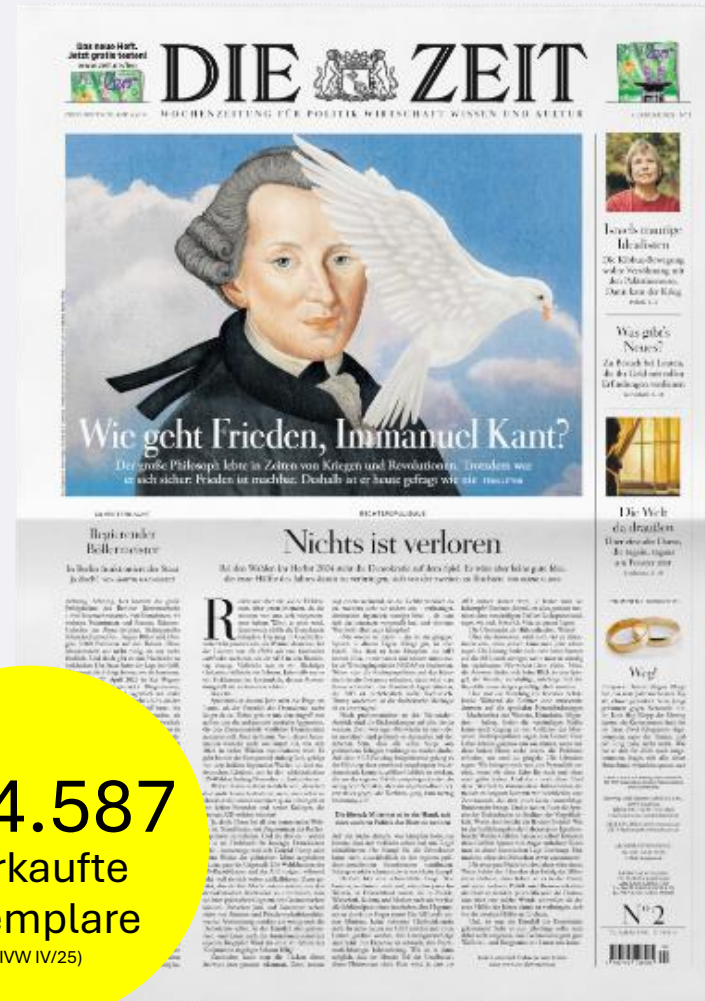
**Die ZEIT-Medien erreicht
einkommensstarke und finanzaffine
Leserinnen und Leser, die sich für
Hintergründe und Analysen der
Finanzwelt begeistern.**

Nah dran

DIE ZEIT Wirtschaftsredaktion spürt Themen und Trends in der Finanzwelt auf, die die Leserschaft bewegen. Zusätzlich zur wöchentlichen ZEIT erscheint viermal jährlich das redaktionelle Spezial „ZEIT Geld“, das sich ausführlich mit Geldanlagen und Vorsorge befasst. Im Spezial „ZEIT für Unternehmer“ schreibt die ZEIT Wirtschaftsredaktion viermal jährlich über Wissenswertes für Unternehmer:innen u.a. mit Schwerpunkt Mittelstandsfinanzierung.

Aufmerksamkeitsstark

Kommunikation, die sich auszahlt: Egal ob Image oder Produktwerbung – mit einer Anzeige, einem Advertorial oder einer Sonderwerbform im ZEIT-Portfolio sichern Sie sich starke Aufmerksamkeit innerhalb der an Finanzen und Geldanlage interessierten Zielgruppe.

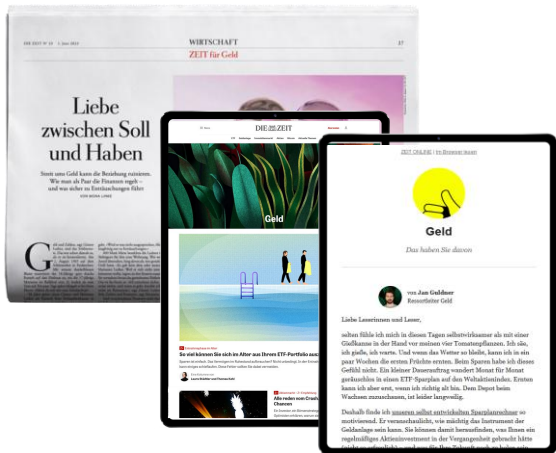


624.587 verkaufte Exemplare (IVW IV/25)

Wir finden das passende Finanz-Umfeld für Ihr Kampagnenziel

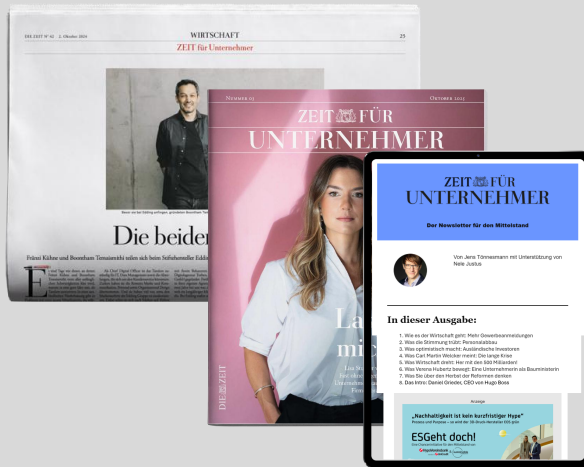
Crossmediale Ansprache

Mit den vier ZEIT Geld-Spezialen in der ZEIT, dem Ressort Geld auf zeit.de sowie dem Newsletter verbinden sie wirkungsvoll drei Finanz-Umfelder, die auf ihre Kommunikation zugeschnitten sind.



Mittelstand erreichen

Mit ZEIT für UNTERNEHMER erreichen sie jene im Mittelstand, die Deutschlands Wirtschaft gestalten und dafür das nötige Kapital benötigen.



Hohe Nutzungsintensität

DIE ZEIT bietet ihnen eine Themenvielfalt, die durch Sonderveröffentlichungen eine sinnvolle Ergänzung finden. Sie sprechen die Leser:innen „zeitgerecht“ an und rücken Finanz-Interessen in den Mittelpunkt.



Finanzielle Bildung

Das ZEIT-Portfolio begeistert die junge Zielgruppe auf unterschiedlichen Kanälen. Sprechen sie mit ihren Produkten gezielt die jungen Leserinnen und Leser an, für die »finanzielle Bildung« im Fokus steht.



INTENSITÄT DER NUTZUNG

/ Qualität schafft
Vertrauen

// **5 Stunden 22
Minuten pro Woche**
tauchen Leser:innen in
die Inhalte der ZEIT
ein. Dort finden sie
Orientierung,
Inspiration, Ruhe und
eine Community, die
sie trägt.



Erreichen Sie Menschen mit Einfluss, Investitionskraft und Weitblick

FINANZIELL ABGESICHERT

1,24 Mio.

Leser:innen verfügen über ein
Haushaltsnettoeinkommen von
3.500 € und mehr.

QUALITÄTBEWUSST BEIM KAUF

672 Tsd.

Leser:innen sind qualitäts-
orientierte Konsument:innen.

BOTSCHAFT WIRD WEITER VERBREITET

964 Tsd.

Leser:innen bezeichnen sich
als persönlichkeitsstarke
Multiplikatoren:innen

MIT FINANZIELLEN MÖGLICHKEITEN

686 Tsd.

Leser:innen haben einen
finanziellen Spielraum von
1.000 € und mehr.

FÜHRUNGSKRÄFTE WERDEN ERREICHT

205 Tsd.

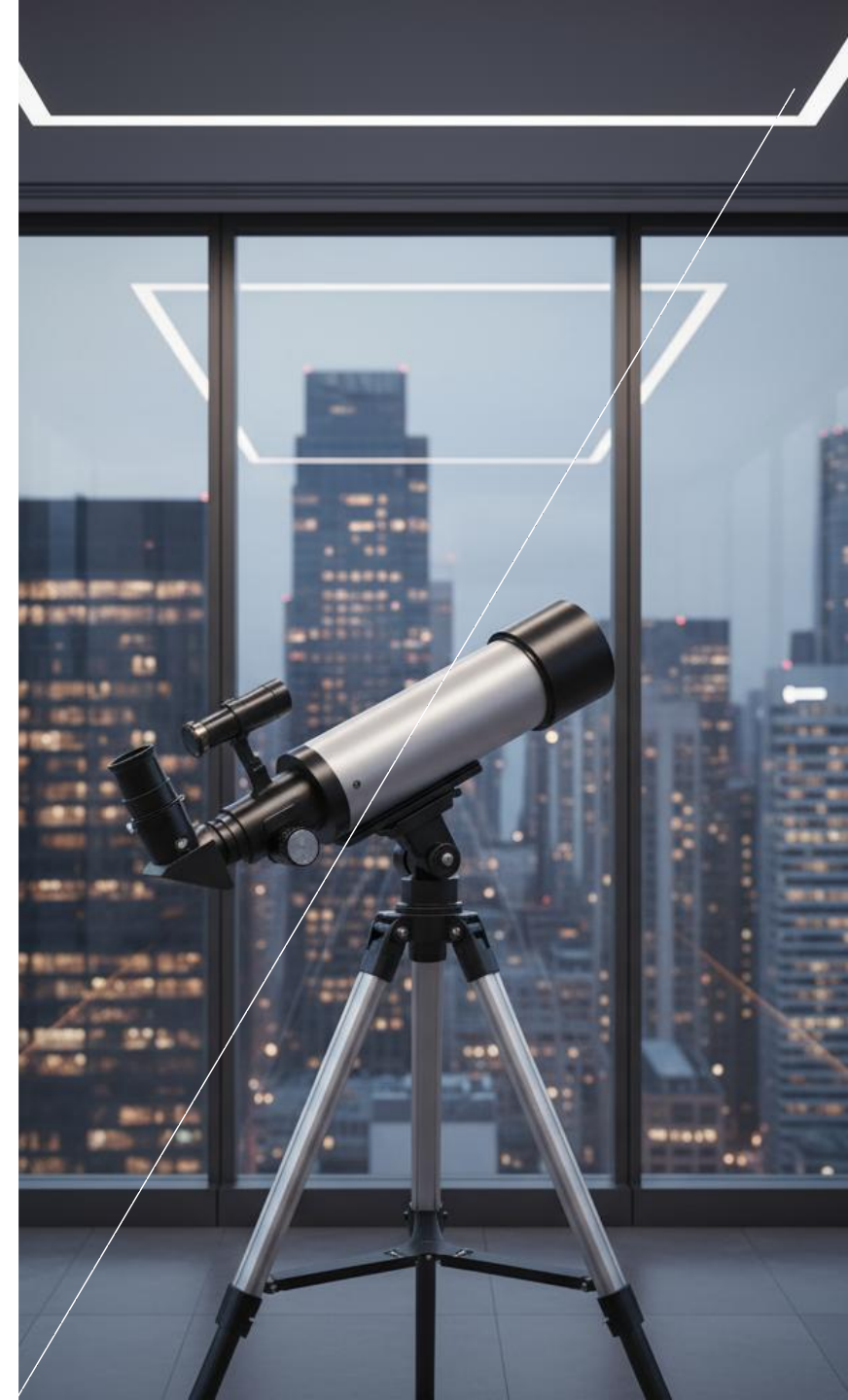
Leser:innen sind in der Geschäfts-
führung, Inhaber:innen,
Direktoren:innen oder freiberuflich.

INTERESSIERT AN GELDANLAGEN

1,30 Mio.

Leser:innen sind an Geld- und
Kapitalanlagen interessiert.

Quelle: AWA 2025 (71 Mio., deutschsprachige Gesamtbevölkerung ab 14 Jahren).



/ Ihre Zielgruppe ist hier: vermögende Entscheider:innen



ZEIT-LESER:INNEN

1,86 Mio.

Menschen lesen jede Woche DIE ZEIT.

GESELLSCHAFTLICH-WIRTSCHAFTLICHER STATUS

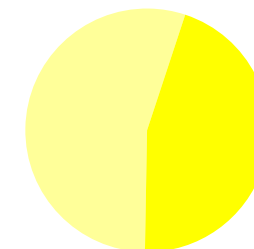
1,07 Mio.

ZEIT-Leser:innen gehören zur Stufe 1-2.

Ø Alter



Geschlecht

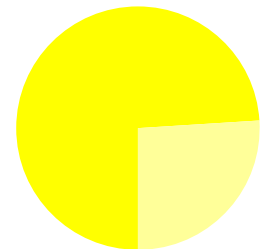


55 % Männer
45 % Frauen

Ø HHNE

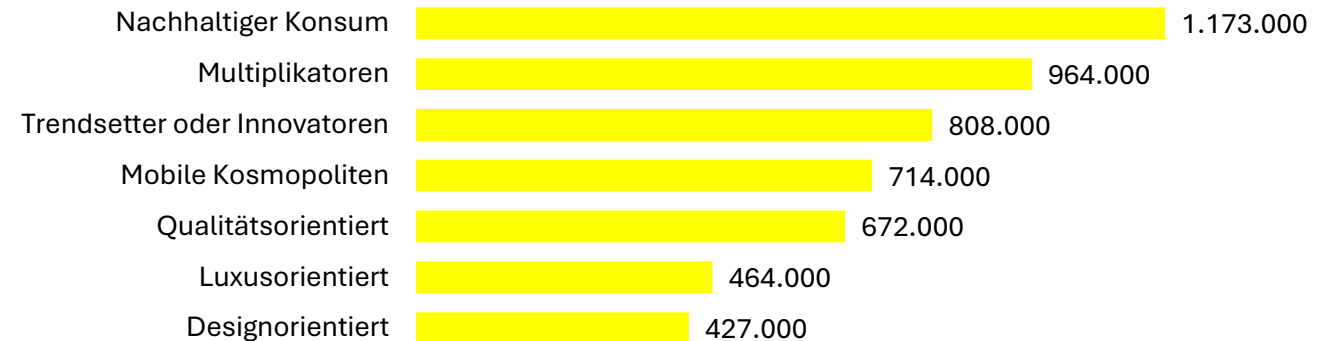


Abitur/Studium



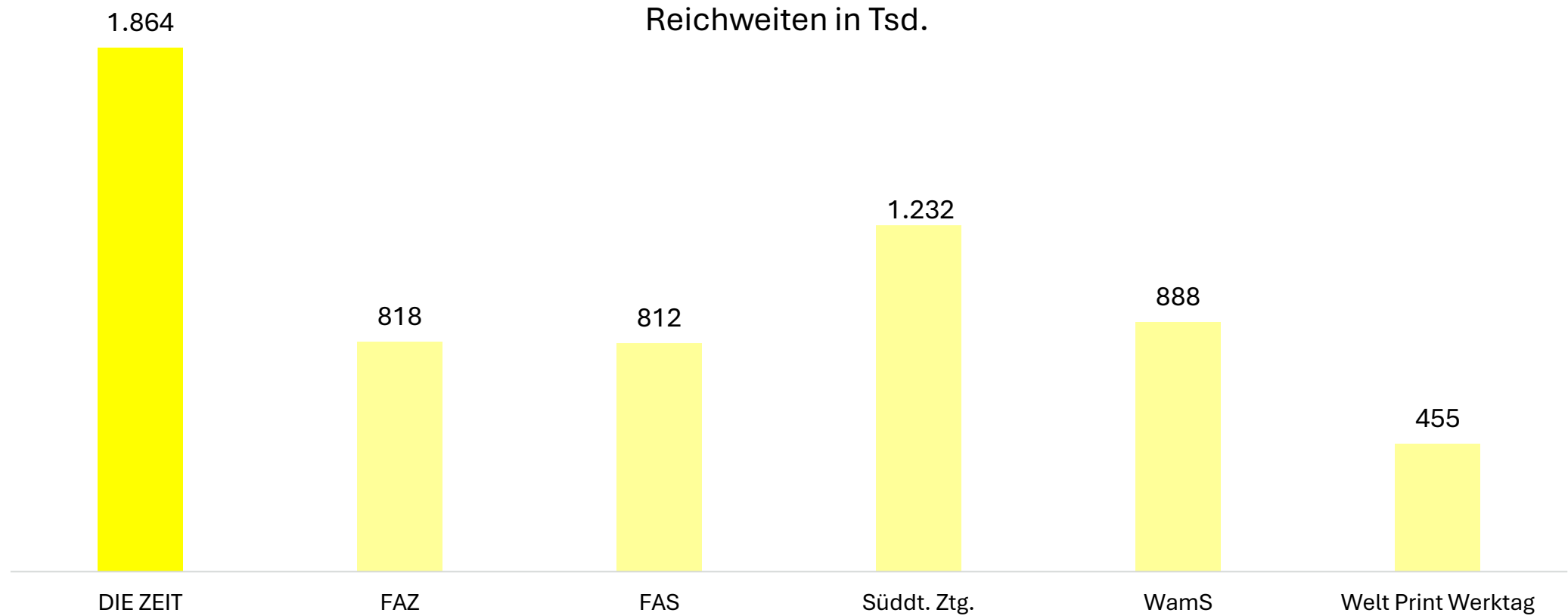
74 % Abitur/Studium

Zielgruppen, Typologien



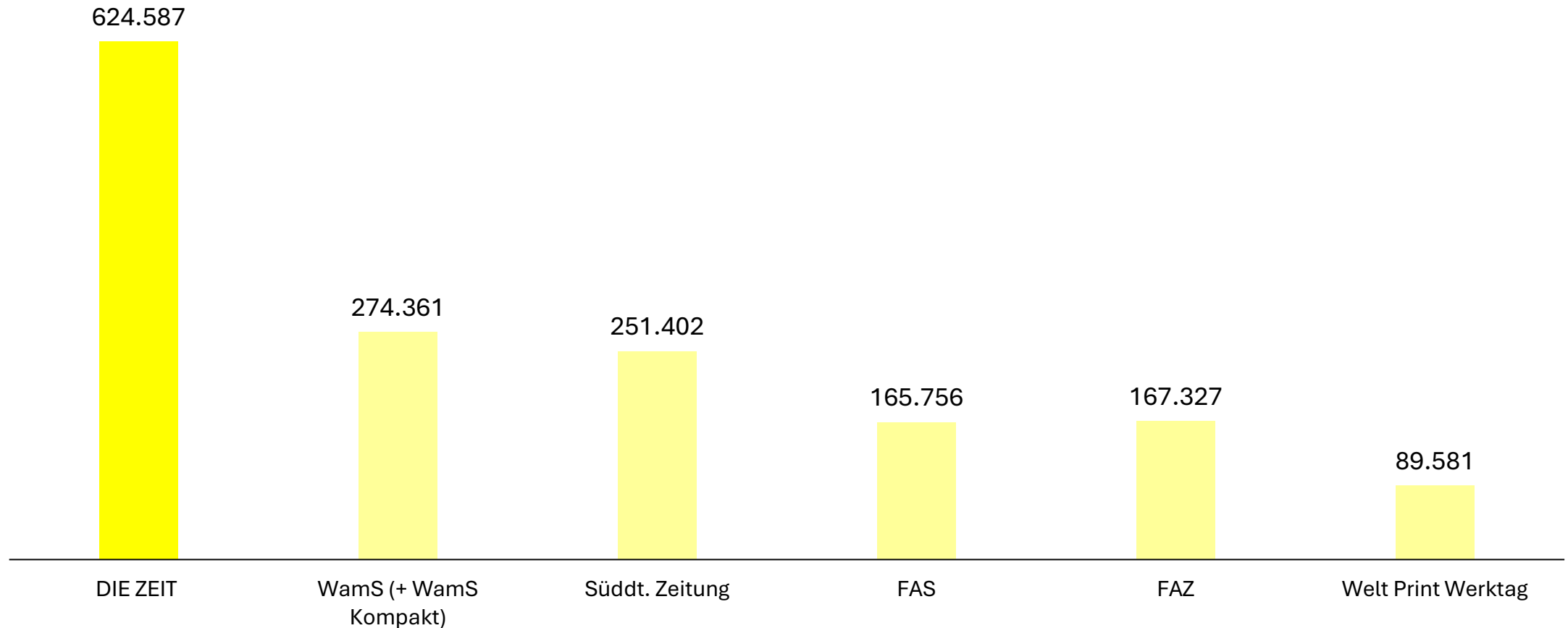
Quelle: AWA 2025 (71 Mio., deutschsprachige Gesamtbevölkerung ab 14 Jahren). Angaben in Tsd.

/ DIE ZEIT überzeugt mit der höchsten Reichweite



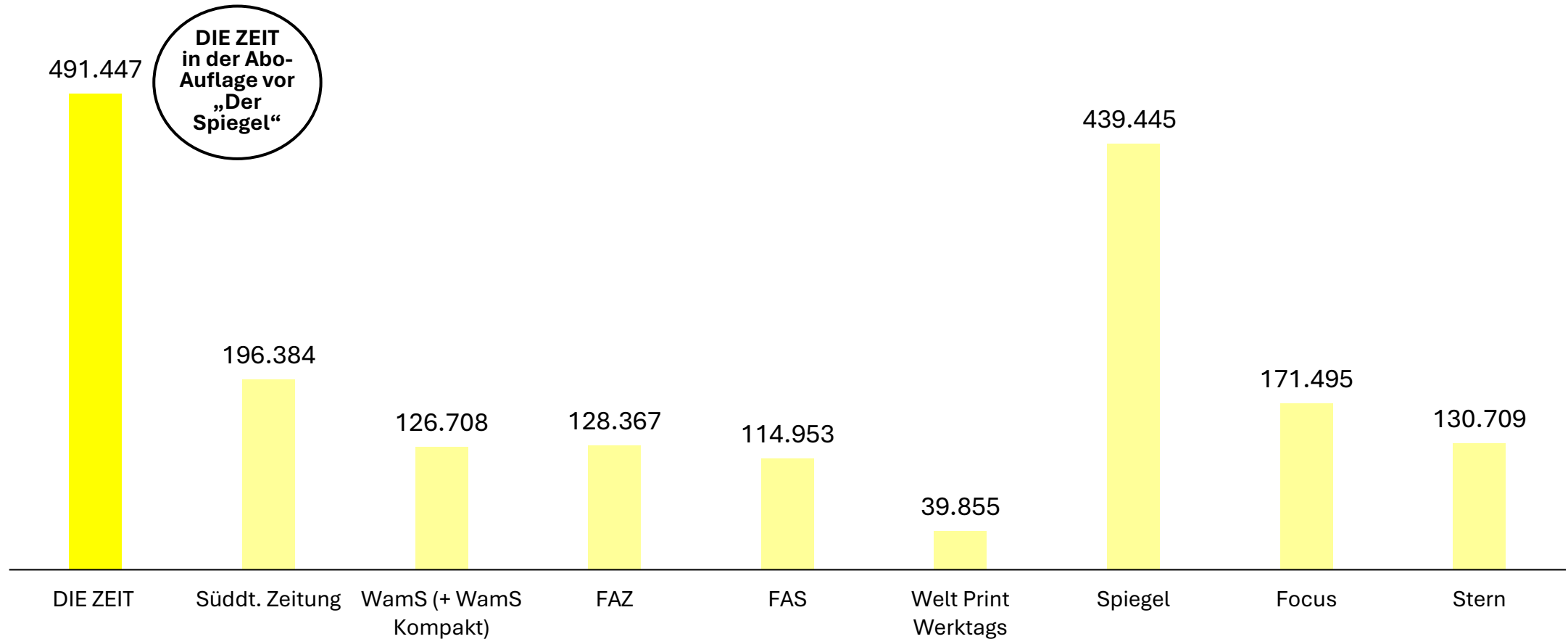
/ Ihre Botschaft im meistgelesenen Qualitätsmedium Deutschlands

Verkaufte Auflage 4. Quartal 2025



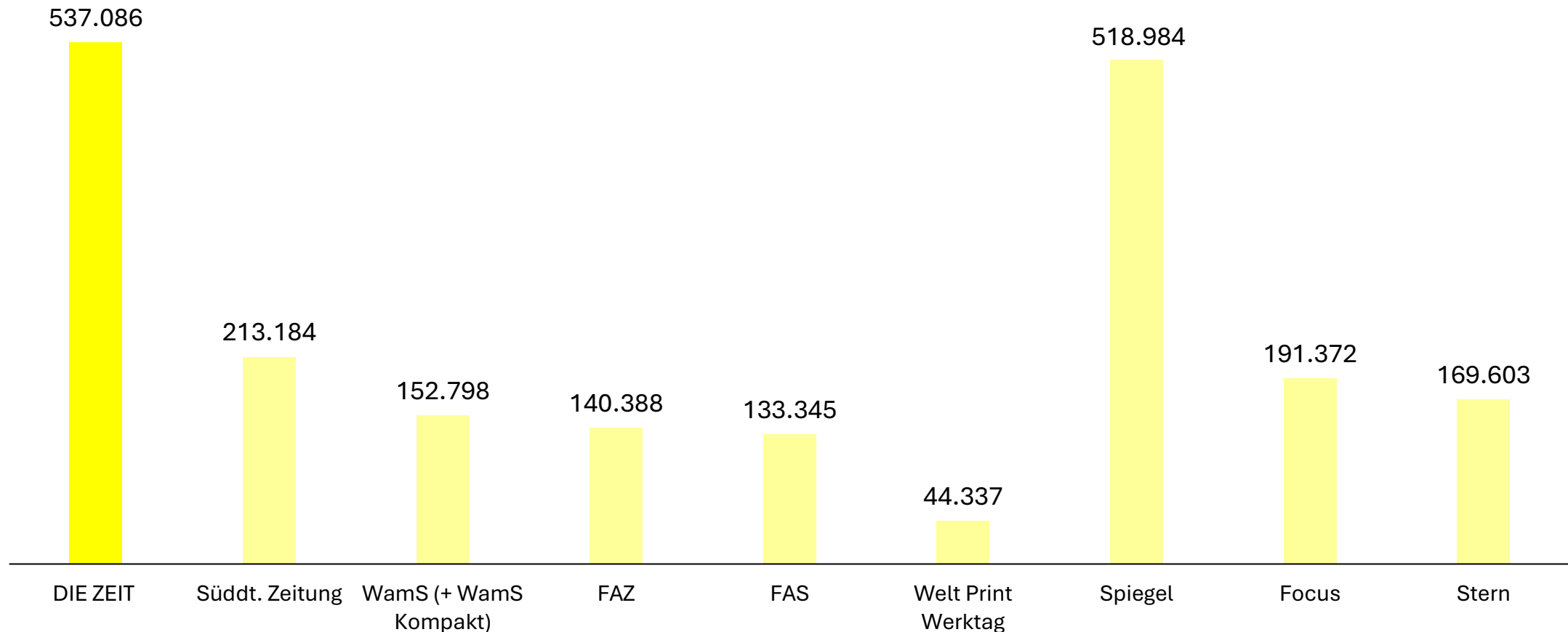
/ DIE ZEIT bietet maximales Involvement für Ihre Produkte

Abo-Auflage 4. Quartal 2025



/ DIE ZEIT überzeugt auch mit der hart verkauften Auflage

Hart verkaufte Auflage (Abo + EV) 4. Quartal 2025



Informativ

Das Ressort möchte sich dem Thema Geld mit einer positiven Grundhaltung nähern und User:innen dabei unterstützen, einen souveränen Umgang mit ihren finanziellen Angelegenheiten zu finden.

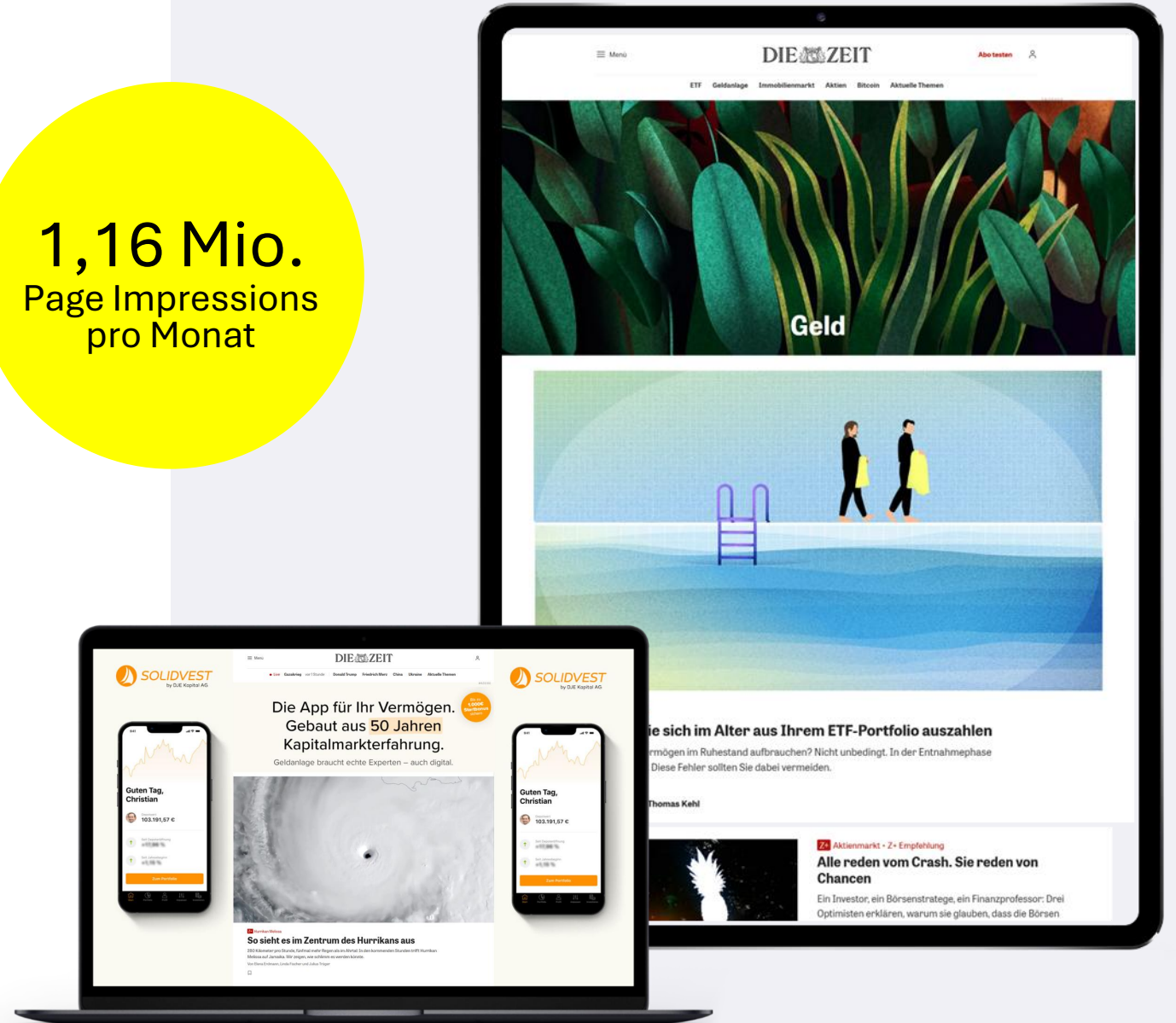
Alltagsnah

In Reportagen, Interviews und Protokollen erzählt die Redaktion, wie Geld unseren Alltag und unser Miteinander prägt. In der Reihe "Mein Geld, dein Geld" offenbaren Paare, mit welchen Modellen sie ihre gemeinsamen Ausgaben organisieren – und welche sie an den Rand der Trennung geführt haben. Die Serie "Finanzen für Faule" versteht sich als Leitfaden für all jene, die wenig Lust haben, sich mit Geld zu beschäftigen, aber dennoch etwas richtig machen wollen.

Nutzwertig

In diesem Ressort werden Geldthemen nah am Alltag erzählt, die den User:innen einen hohen Mehrwert liefern und somit intensiv beachtet werden.

1,16 Mio.
Page Impressions
pro Monat



/ ZEIT Geld als NEWSLETTER

30.000
Abonnt:innen

Stärkung des Schwerpunkts „Finanzen“

Inhalte zu privaten Finanzen interessieren besonders viele User:innen auf zeit.de. Deshalb hat zeit.de den Finanz-Kosmos weiter ausgebaut und widmet dem Thema „Geld“ neben einem eigenen Ressort auch einen eigenen Newsletter.

Lebensnaher Content

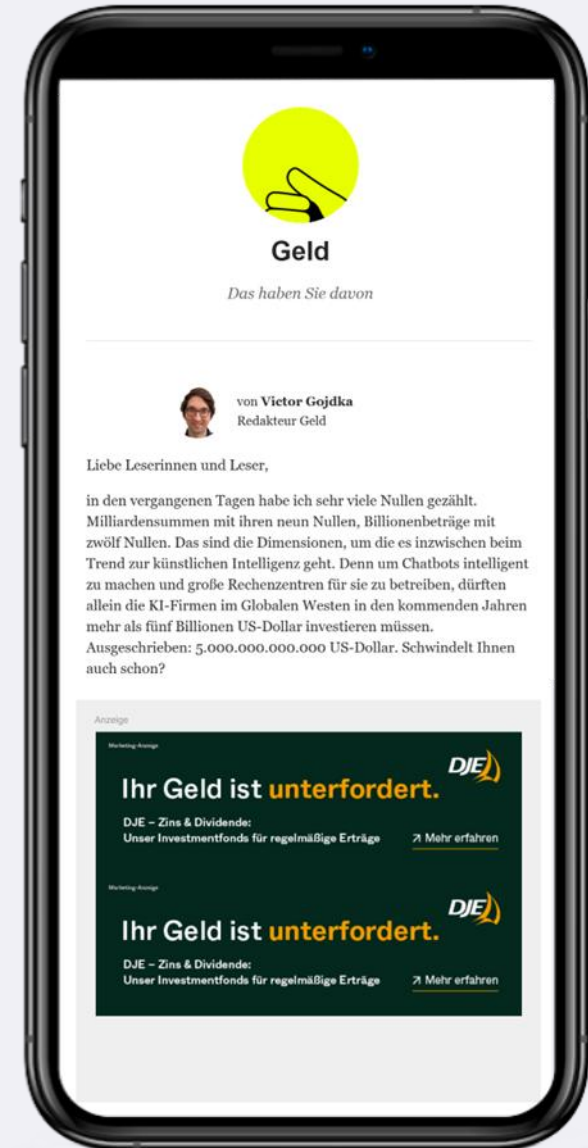
Der ZEIT Geld-Newsletter greift Finanzthemen auf, die Menschen in alltäglichen Situationen oder bei wichtigen Lebensentscheidungen beschäftigen.

Bereichernd und positiv

Jeden Dienstag erhalten die Leser:innen die wichtigsten Artikel aus dem Ressort Geld in diesem Newsletter, sowie ausgewählte Texte aus der Redaktion von ZEIT und zeit.de, die sie reicher, klüger oder einfach glücklicher machen sollen.

Direkte Ansprache für aktuelle Anlässe

Das Breaking Ad innerhalb des ZEIT Geld-Newsletters bietet Ihrer Kommunikation ein starkes Display-Werbemittel, um Ihre Zielgruppe auf Ihre Botschaft aufmerksam zu machen.



/ Anzeigenformate und Preise 2026

Mit den vier ZEIT Geld-Spezialen in der ZEIT, dem Ressort Geld auf zeit.de sowie dem Newsletter verbinden Sie wirkungsvoll drei Finanz-Umfelder, die auf Ihre Kommunikation zugeschnitten sind.

ZEIT Geld Spezial: Alleinplatzierte Anzeigen



Format	Satzspiegel in mm (B x H)	Preis 4c
1/2 Seite quer	371 x 264	69.278,67 €
1/3 Seite quer, blattbreit	371 x 176	60.041,51 €
1/4 Seite quer, blattbreit	371 x 132	45.031,13 €
Magazinformat	220,5 x 290	63.925,32 €
1/4 Seite Eckfeld	220,5 x 220	48.495,07 €

Änderungen vorbehalten. gültige Preisliste 69 vom 01.01.2024

Termine

Spezial	Ausgabe	Erscheinungstermin	Anzeigenschluss
ZEIT Geld	12/2026	19.03.2026	19.02.2026
ZEIT Geld	23/2026	28.05.2026	30.04.2026
ZEIT Geld	39/2026	10.09.2026	13.08.2026
ZEIT Geld	53/2026	10.12.2026	12.11.2026

Änderungen vorbehalten.

Alle Preise zzgl. MwSt., Änderungen vorbehalten. Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen, siehe www.advise.zeit.de

zeit.de Ressort Geld



TKP-basierte **Bannerbuchungen**

Newsletter Geld: Breaking Ad



Format: 600 x 200 px (png, jpg), max. 60kb, Ziel-URL
Anzeigenschluss: bis Donnerstag der Vorwoche, 12 Uhr

Das Magazin, das Ihre Botschaft sichtbar macht

4 x im Jahr
Ausgabe 03/26
mit Schwerpunkt
Mittelstands-
finanzierung

Hohes Ansehen, hohe Wirkung

Mit jeder Ausgabe erreicht ZEIT für UNTERNEHMER 90.000 Entscheidungsträger:innen aus der Führungsebene des Mittelstands, von denen 9 von 10 Leser:innen mit dem Magazin (sehr) zufrieden sind. In diesem Umfeld wird Ihre Marke als vertrauenswürdig und glaubwürdig wahrgenommen.

Lösungsorientierter Content, relevante Themen

Das Magazin bietet Unternehmer:innen und den Entscheider:innen fundiertes Wissen, praxisnahe Fallbeispiele und exklusive Einblicke. Finanzen, Technik, Wirtschaft, Politik – alles, was den Mittelstand bewegt, wird verständlich und fundiert aufbereitet.

Impulsgebende Informationen mit starker Sichtbarkeit

ZEIT für UNTERNEHMER inspiriert, verbindet und bietet ein hochwertiges Umfeld, in dem sich die Leser:innen austauschen und voneinander lernen können.

Quelle: Leserbefragung 2023, 572 Befragte | 396 Leser:innen des ZEIT für UNTERNEHMER-Magazins



/ Zusätzlich zum Magazin gibt es das ZEIT für UNTERNEHMER-Spezial in der ZEIT

Reichweite klug verlängern

Neben dem ZEIT für UNTERNEHMER-Magazin erscheint viermal im Jahr begleitend das redaktionelle ZEIT für UNTERNEHMER-Spezial in der ZEIT. Damit vergrößern Sie Ihre Sichtbarkeit deutlich: Die ZEIT für UNTERNEHMER-Speziale erreichen zusätzlich 294.000 Entscheider:innen – darunter 161.000 aus dem Mittelstand.

Maximale Wirkung: Spezial und Magazin im perfekten Zusammenspiel

Während das Magazin gezielt an die Entscheider:innen im Mittelstand adressiert wird, schaffen die Spezial in der ZEIT eine breite, reichweitenstarke Bühne. So kombinieren Sie die Glaubwürdigkeit des Magazins, das exklusiv für den Mittelstand bestimmt ist, mit der hohen Reichweite des Leitmediums DIE ZEIT.

Gezielt werben, wenn das Thema für Entscheider:innen relevant ist

Ob Mittelstandsfinanzierung, Digitalisierung oder Elektromobilität: Die Inhalte sind auf die Herausforderungen des Mittelstands zugeschnitten und stoßen bei 248.000 Entscheider:innen in Unternehmens- und Geschäftsführungen auf hohe Aufmerksamkeit.

Direkter Zugang zu den Finanzentscheider:innen

Besonders stark: 174.000 Entscheider:innen für Finanzen werden über die ZEIT erreicht.

eQuelle: LAE 2025

advise.zeit.de

4 x im Jahr
im Wirtschaftsteil
der ZEIT



／ Nutzen Sie den direkten Draht zur Mittelstands-Community

Starke Markenwelt

Der Newsletter ist Teil des umfassenden ZEIT für UNTERNEHMER-Kosmos. Gemeinsam mit dem Magazin und den Spezialen in der ZEIT bildet er den redaktionellen Kern und erreicht 42.000 Empfänger:innen.

Direkter Draht zur Community

jeden Monat meldet sich Chefredakteur Jens Tönnemann persönlich bei der Community. Ein direkter Kontakt, der Vertrauen schafft, Dialog ermöglicht und die Bindung zur Leserschaft intensiviert.

Nutzwert auf den Punkt

Der Newsletter liefert relevante Insights, Hintergründe und praxisnahe Impulse für Unternehmer:innen und Führungskräfte. Stets in enger Verzahnung mit den Themen des Magazins und des Spezialen.

Hochwirksames Umfeld für Ihre Botschaft

In diesem aufmerksamkeitsstarken, intensiv gelesenen Umfeld können Sie Ihre Markenbotschaft crossmedial mehrfach im Jahr platzieren und erreichen so maximale Sichtbarkeit beim Mittelstand.

Ihre Botschaft im
Umfeld
einflussreicher
Entscheider:innen



Neue Formate mit einem Ziel: maximale Aufmerksamkeit

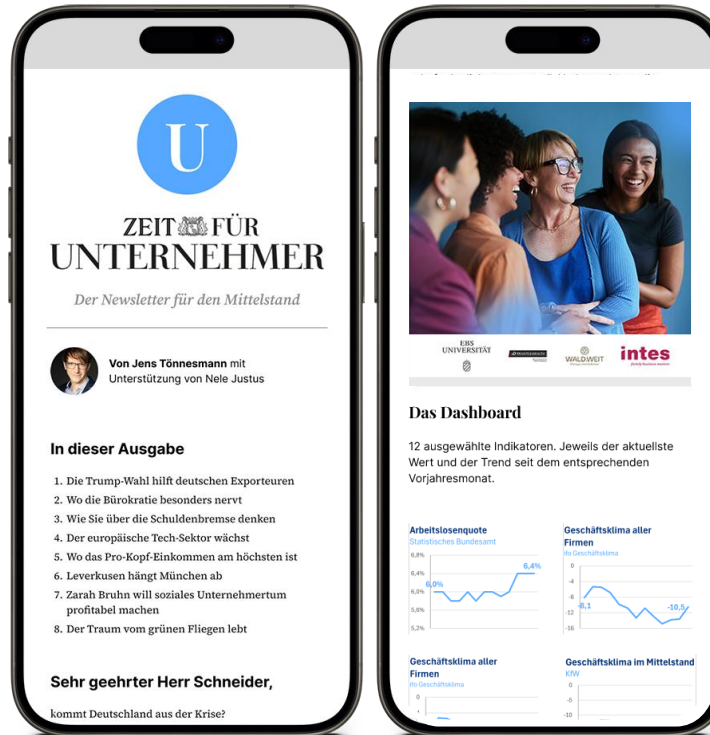
Storytelling Drei Fragen an



Format: Bild 600 x 500 Pixel plus drei Antworten à 250 Zeichen.

Preis: 8.600,- €

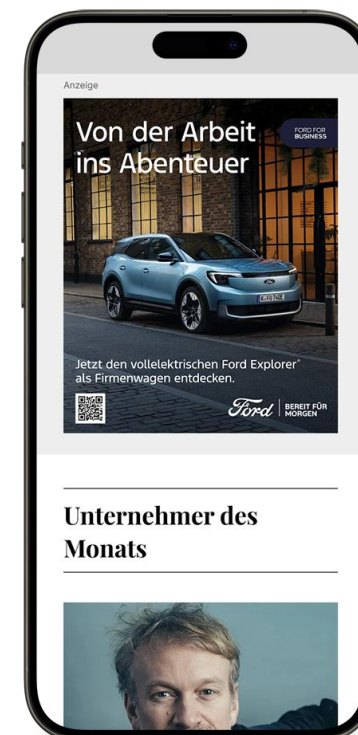
Direkte Sichtbarkeit XL-Banner direkt unter dem Editorial



Format: 600 x 400 Pixel

Preis: 7.500,- €

Branding XXL-Banner



Format: 600 x 800 Pixel

Preis: 6.000,- €

Breaking Ad
4.000 €
Text-/Bildanzeige
Native-Format
6.000 €

/ Bleiben Sie bei unserer Leserschaft ganzjährig im Fokus



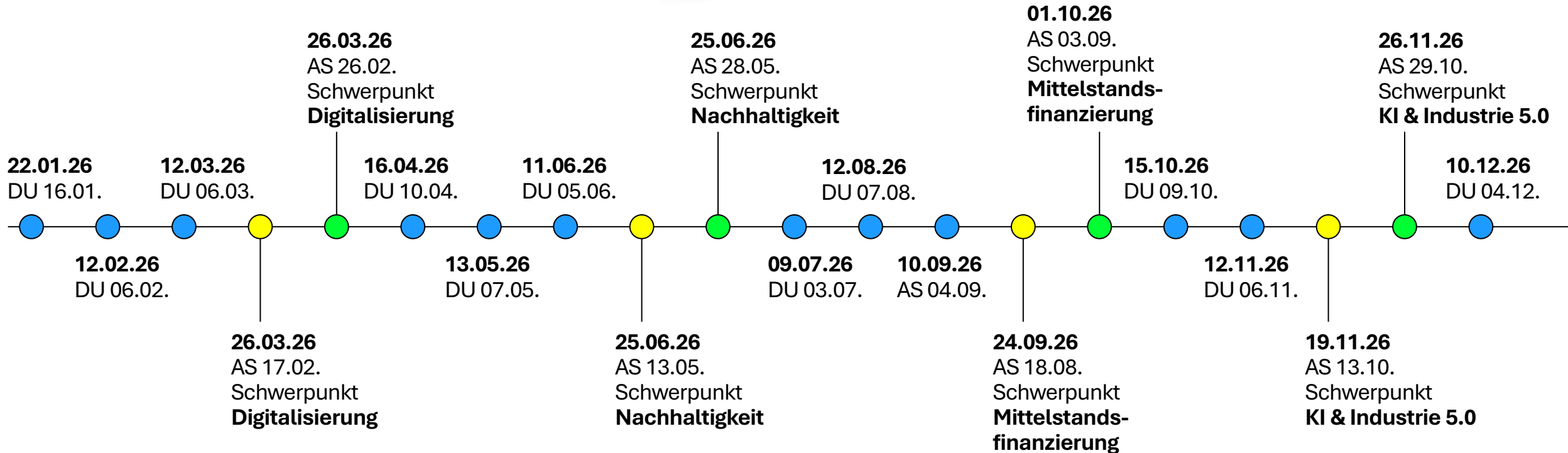
Magazin
viermal im Jahr



DIE ZEIT
viermal im Jahr



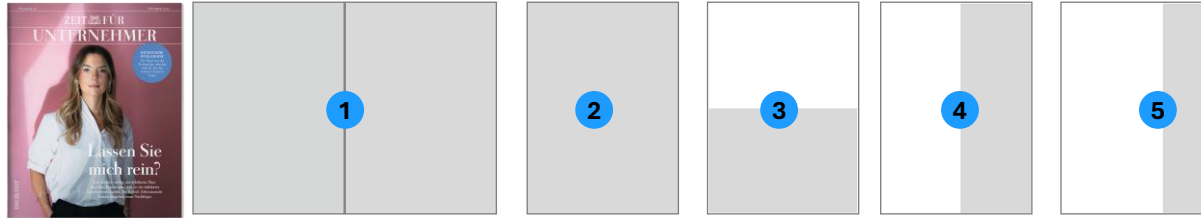
Newsletter
zwölfmal im Jahr



/ Anzeigenformate, Preise und Termine 2026

Der Kosmos von ZEIT für UNTERNEHMER bietet Ihnen unterschiedlichste Kanäle, um ihren Kommunikationsanlass gezielt und crossmedial an den Mittelstand zu kommunizieren.

ZEIT für Unternehmer Magazin: Alleinplatzierte Anzeigen



Format	Satzspiegel in mm (B x H)	Anschnitt (B x H)	Preise
1 Doppelseite	403 x 237 mm	430 x 262 mm	37.810,- €
Opening Spread	--	430 x 262 mm	49.750,- €
2 1/1 Seite	188 x 237 mm	215 x 262 mm	19.900,- €
1/1 Seite: U2, U3, U4	--	215 x 262 mm	24.875,- €
3 1/2 Seite quer	188 x 117 mm	215 x 131 mm	12.935,- €
4 1/2 Seite hoch	89 x 237 mm	99 x 262 mm	12.935,- €
5 1/3 Seite hoch	56 x 237 mm	66 x 262 mm	9.950,- €

Beschnittzugabe bei Anschnittformaten an allen Seiten 5 mm.

ZEIT für Unternehmer-Spezial: Alleinplatzierte Anzeigen



Format	Satzspiegel (B x H)	Preis (4c)
1/2 Seite quer	371 x 264 mm	69.278,67 €
1/4 Seite Eckfeld	220,5 x 220 mm	48.495,07 €

ZEIT für Unternehmer Newsletter: Anzeigen



Preis pro Anzeige:

Streifenanzeige: 4.000 Euro*

Bild-/Textanzeige: 6.000 Euro*

Anzeigenformat: 600 x 200 px

Anlieferung: digital_admanagement@zeit.de

ZEIT für Unternehmer Events: Termine (Auswahl)



Konferenzen

ZEIT für UNTERNEHMERINNEN, Bayerischer Hof München

ZEIT für UNTERNEHMER-Konferenz, Hamburg

Deutsches Wirtschaftsforum, Frankfurt

Das ZEIT für UNTERNEHMER-Gespräch zum Heftschwerpunkt

24.09.2026 ZEIT für UNTERNEHMER-Gespräch »Finanzierung«

* Der Preis ist AE- aber nicht rabattfähig.

Alle Preise zzgl. MwSt., Änderungen vorbehalten. Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen, siehe www.advise.zeit.de

/ Kluge Inhalte für kluge Investitionen

Im Fokus: Finanzen neu gedacht

ZEIT WISSEN inspiriert 725.000 aufgeschlossene, finanzstarke Leser:innen, die bewusst Entscheidungen treffen. Im August 2026 widmet sich das Magazin dem Thema „FINANZEN“ und bietet ein glaubwürdiges Umfeld für Finanzprodukte jeglicher Art.

Offen für neue Wege

Die ZEIT WISSEN-Leserschaft ist bereit, neue Perspektiven – auch in der Geldanlage – zu entdecken. Diese Meinungsführer:innen suchen nach zukunftsorientierten Lösungen rund um das Thema Finanzen.

Komplexität verständlich gemacht

Mit 103.135 verkauften Exemplaren verbindet ZEIT WISSEN journalistische Qualität mit Kreativität und macht selbst komplexe Finanzthemen zugänglich. Das ideale Umfeld, um für alternative Anlageformen, Finanzvorsorge oder nachhaltige Investments zu werben.

INTERESSIERT AN GELDANLAGEN

516 Tsd.

Leser:innen sind an Geld- und Kapitalanlagen interessiert.

ENTSCHEIDER:INNEN BEI GELDANLAGEN

538 Tsd.

Leser:innen entscheiden bei Geldanlagen und Versicherungen.



46

TEST

Welcher GELDTYP sind **SIE**?

Finden Sie heraus, welche Beziehung Sie zum Geld haben. So wird's gemacht: Wählen Sie immer die Antwort, die am meisten für Sie zutrifft.

Test Dr. Eva Wlodarek

01. Zwei Bankangestellte listen über ihre Kundschaft. Womit könnten auch Sie gemeint sein?

- „weil immer alles besser. Na ja, Anhang hat eh/ist schon.“ (B)
- „... nutzt immer nur unsere Sonderangebote.“ (A)
- „... reizt den Dispo aus und erzählt mir dann, wie großartig der Urlaub war.“ (B)
- „... guckt total gelangweilt, wenn ich ihm/ihr etwas ausführlicher erklären will.“ (C)
- „... verlangt immer eine besonders zuvorkommende Behandlung.“ (D)

02. Welcher Aussage über Geld stimmen Sie am meisten zu?

- „Geld ist nur ein Werkzeug. Es wird dich dorthin bringen, wo du hinwiltst, aber es wird dich nicht zu dem machen, der du sein willst.“ Ayn Rand (C)
- „Die Art, wie du dein Geld verwaltest, bestimmt, wie erfolgreich du in deinem Leben bist.“ Dave Ramsey (E)
- „Reichtum besteht nicht darin, große Besitztümer zu haben, sondern wenig zu benötigen.“ Epiktet (A)
- „Ich habe keine Ahnung, wofür mein Geld geht - aber es fühlt sich immer gut dabei.“ Spont-Spruch (E)
- „Wahre Ehre ist nicht nur, viel Geld zu verdienen, sondern auch den Respekt und das Prestige zu genießen, das mit Verantwortung und Großzügigkeit einhergeht.“ John D. Rockefeller (D)

03. Sie suchen einen Finanzberater. Am ehesten entscheiden Sie sich für den, der Folgendes zu Ihnen sagt:

- „Sie zahlen zu viele Steuern. Ich zeige Ihnen, wie Sie die eingeparen können.“ (A)
- „Das ist wirklich ganz einfach. Ich erkläre Ihnen, wie Sie das Geld am besten verwalten.“ (C)
- „Es zählt ja nicht nur Geld, sondern auch Wertanlagen sind wichtig. Dann haben Sie schöne Dinge und gleichzeitig Sicherheit.“ (D)
- „Keine Sorge, Sie sollen nicht zum Sparfuchs werden. Aber mit etwas mehr Rücklagen können Sie gut schlafen.“ (B)
- „Ich kann Ihnen da noch ein paar ganz spezielle Anlagetipps geben - sicher und sehr lukrativ.“ (E)

04. Die 10-jährige Tochter Ihres Nachbarn erzählt Ihnen, dass sie ein Start-up gründen will. Sie sagen:

- „Super Idee, tu was dir Spaß macht, und sammle Erfahrung.“ (B)
- „Hast du denn überhaupt schon einen Businessplan?“ (E)
- „Möckel, lerne lieber erst mal etwas Vernünftiges, dann kannst du das immer noch machen.“ (A)
- „Du weißt aber schon, dass es eine Weile dauern wird, bis du davon leben kannst?“ (D)
- „Interessant. Was hast du denn vor?“ (C)

05. Sie hören zufällig, wie sich ein Paar über Geld streitet. Welchen Vorwurf verstehen Sie am besten?

- „Siehst du, jetzt ist das Gerätk kaputt! Warum kaufst du auch so billiges Zeug? Mit Qualität wäre das nicht passiert!“ (D)
- „Schmink dir das ab, das ist komplett überflüssig. Vielleicht brauchen wir das Geld dennächst für Arztrechnungen, Reparaturen oder was weiß ich noch alles.“ (A)
- „Meine Güte, sie doch nicht immer so ängstlich. Wir kriegen das hin. Vertrau dem Leben, das Geld kommt schon wieder rein!“ (C)
- „Du vertrittst mir wirklich jede Freude. Komm, lass uns die Reise jetzt buchen! Wer weiß, was morgen ist. Dann hatten wir wenigstens unseren Spaß.“ (B)
- „Hätte ich nur nicht auf dich gehört. Das wäre heute schon das Doppelte wert. Jedenfalls werde ich jetzt wieder darauf achten, dass sich unser Geld vermehrt.“ (E)

06. Was trifft auf Sie besonders zu?

- Ich bin wie ein Wurmloch und verlaufe zu zuverlässig. (A)
- Ich bin selbstbewusst und großzügig. (D)
- Ich bin vernünftig und ausdauernd. (E)
- Ich bin optimistisch und lebensbejahend. (B)
- Ich bin spontan und habe Fantasie. (C)

47

07. Fünf Freunde unterhalten sich über Geld. Wem stimmen Sie am meisten zu?

- Reichtum beginnt im Kopf, nicht auf dem Konto. (C)
- Lieber in einer Limousine weinen als im Bus. (D)
- Man muss das Geld zum Fenster rauswerfen, damit es zur Tür wieder reinkommt. (B)
- Spare in der Zeit, dann hast du in der Not. (A)
- Geld kommt zu dem, der es gut behandelt. (E)

08. Ihr neunjähriger Sohn hat ein ganzes Taschengeld für Sammelkarten ausgegeben und zeigt Sie ihnen stolz. Was sagen Sie dazu?

- Prima. Du kannst sie ja tauschen, dann bekommst du vielleicht noch bessere Karten. (E)
- Hauptsache, du freust dich. Triffst du dich mit deinen Freunden zum Tauschen? (B)
- Jetzt ist das ganze Geld weg. Überlege beim nächsten Mal gut, bevor du alles auf einmal ausgibst. (A)
- In deinem Alter fabe ich auch gesammelt. Aber vielleicht solltest du doch lieber auf etwas Sinnvolleres sparen. (D)
- Es ist dein Taschengeld, du darfst damit machen, was du möchtest. (C)

09. Es gibt eine Anekdote über Karl Albrecht, den Gründer von Aldi. Er soll persönlich durch die Büroklammer gegangen sein, um das Licht auszuschalten, wenn es unnötig brannte. Was sagen Sie dazu?

- Das zeigt die Disziplin, die ihn zum Milliardär gemacht hat. (E)
- Wer so pingelig ist, ist im Grunde arm. (B)
- Warum nicht, wenn es ihn gestört hat? (C)
- Richtig ist: Man muss auch auf die kleinen Dinge achten. (A)
- Das ist durchaus im Sinne der Nachhaltigkeit. (D)

10. Sie schwimmen im Gold als ...

- Oktopus (A)
- Forelle (C)
- Delfin (E)
- Hai (B)
- Koi (japanischer Zierfisch) (D)

11. Plötzlich arm. Was quält Sie besonders an dem finanziellen Absturz?

- Sie müssen einen langweiligen Roséweiß annehmen, um über die Runden zu kommen. (C)
- Freunde und Bekannte haben andere Lebensstandards, und Sie können nicht mehr an gemeinsamen Unternehmungen teilnehmen. (D)
- Sie müssen auf kleine angenehme Dinge verzichten, z. B. gutes Essen oder Freizeitaktivitäten. (E)
- Sie haben ein Gefühl von Ohnmacht und Ungerechtigkeit. Sie haben doch nichts falsch gemacht. (E)
- Sie haben körperliche Reaktionen wie Ängste oder Schlafprobleme. (A)

Wir setzen auf das Thema »Finanzielle Bildung in der jungen Zielgruppe«

Finanzielle Bildung ist für die junge Generation angesichts des demografischen Wandels und instabiler Rentensysteme wichtiger denn je.

Seit 2025 möchten wir verstärkt die junge Zielgruppe unterstützen und informieren – mit der ZEIT und den Marken ZEIT LEO, ZEIT für die Schule und ZEIT Campus.



Unsere junge, finanz- und investitionsaffine Zielgruppe



Klassenkampf

Zum ersten Mal in ihrer Geschichte wählte die Hoch für Schauspielkunst Ernst Busch im Jahr 2017 ausschließlich Frauen für ihre renommierte Regie-Klasse aus. Kein Statement, sondern Zufall, sagt die 5. Für die sechs Studentinnen fühlt es sich anders an wie ein Auftrag.

Interesse an Investitionen

55%

ist vorstellbar in Wertpapiere, Fonds oder Aktien zu investieren.



100 Engagierst du dich für etwas anderes als dich selbst?
Ich habe schon immer die Interessen und die Leidenschaft für andere Menschen und die Möglichkeit, sie zu unterstützen und zu verändern. Ich bin ein Mensch, der sich für andere interessiert und der gerne hilft. Ich bin ein Mensch, der sich für andere interessiert und der gerne hilft. Ich bin ein Mensch, der sich für andere interessiert und der gerne hilft.

101 Womit willst anfangen?
Ich würde gerne mit etwas anfangen, was mir Spaß macht und was ich als nützlich empfinde. Ich würde gerne mit etwas anfangen, was mir Spaß macht und was ich als nützlich empfinde. Ich würde gerne mit etwas anfangen, was mir Spaß macht und was ich als nützlich empfinde.

102 Findest du deinen Körper okay?
Ich finde meinen Körper okay. Ich finde meinen Körper okay. Ich finde meinen Körper okay. Ich finde meinen Körper okay. Ich finde meinen Körper okay.

103 Womit willst du aufhören?
Ich würde gerne aufhören mit etwas, was mir nicht gefällt und was ich nicht mehr machen möchte. Ich würde gerne aufhören mit etwas, was mir nicht gefällt und was ich nicht mehr machen möchte. Ich würde gerne aufhören mit etwas, was mir nicht gefällt und was ich nicht mehr machen möchte.

104 Und sonst...
Ich würde gerne noch etwas machen, was mir Spaß macht und was ich als nützlich empfinde. Ich würde gerne noch etwas machen, was mir Spaß macht und was ich als nützlich empfinde. Ich würde gerne noch etwas machen, was mir Spaß macht und was ich als nützlich empfinde.



Wünschen sich Beratung

59%

ist es wichtig, eine:n vertrauenswürdigen Investmentberater:in zu haben.

Weiterkommen

1 Praktikum leisteten mir statt legen meine Pflanzen Gesellschafts
Ich lege eine eigene Bib an

Wie oft ich mich in den letzten Jahren für die Natur interessiert habe, ist ein bisschen wie ein Rätsel. Ich habe mich in den letzten Jahren für die Natur interessiert, aber ich habe mich in den letzten Jahren für die Natur interessiert. Ich habe mich in den letzten Jahren für die Natur interessiert, aber ich habe mich in den letzten Jahren für die Natur interessiert.



Finanzbewusst

51%

sparen jeden Monat eine feste Summe.



Quelle: b4p 2025 I, crossmediale ZEIT Dachmarke Alter 18-29 Jahre

Best Case „How it works“

AUSGANGSLAGE

Wie erreicht man als Krankenkasse die junge Generation und gewinnt so die Kunden von Morgen?

IDEE

Unter dem Titel „How it works: Dein Weg durchs Studium zum Job“ begleitet die TK Studierende, Absolvent:innen und Berufseinsteiger:innen in der aufregenden Lebensphase zwischen Abi und Berufseinstieg:

Bei digitalen Live-Talks & Seminaren sowie im digitalen Content-Hub auf ZEIT CAMPUS ONLINE bekommen die jungen Menschen konkrete Hilfestellung und Orientierung zu Themen rund um Berufseinstieg, Karriereplanung und Work-Life-Balance. Ein crossmediales Mediapaket sorgt für viele Teilnehmende, Interaktion und eine große Reichweite.



Mehrteilige Eventreihe bestehend aus digitalen Live-Talks & Seminaren mit spannenden Expert:innen und Persönlichkeiten



Digitaler Content Hub als Zuhause der Kampagne



Sponsored Posts und Podcastreihe



Crossmediales Mediapaket mit über 32 Mio. Bruttokontakten

10 Jahre
erfolgreiche
Kooperation



DIE ZEIT IST ANDERS

/ Digitales Portfolio



/ Ihre Zielgruppe ist hier: vermögende Entscheider:innen auf zeit.de



Vermögend

HHNE ab 6.000 € plus
Reichweite: 1,53 Mio.



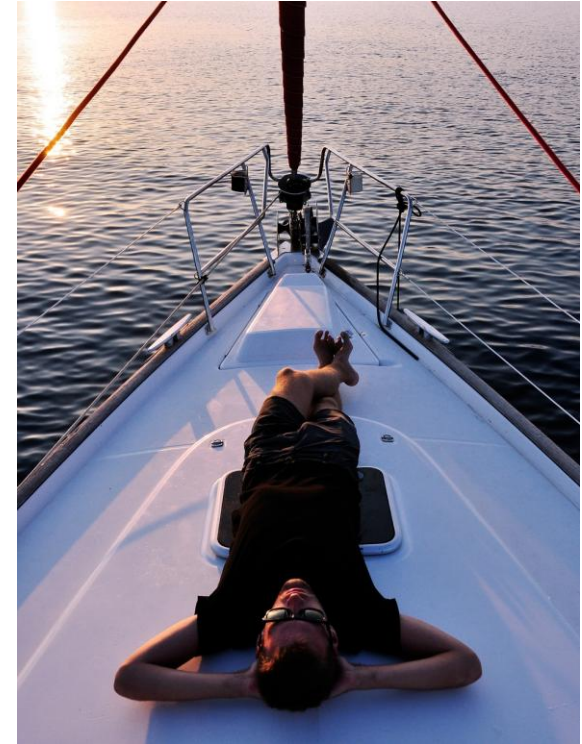
Ges. Status

1 oder 2
Reichweite: 3,42 Mio.



Leitungsfunktion

im Unternehmen
Reichweite: 1,81 Mio.



Luxusliebend

trifft voll und ganz zu
Reichweite: 1,67 Mio.

Displaywerbung für maximale Aufmerksamkeit

Bei innovativen Finanzprodukten ist es entscheidend, bei der richtigen Zielgruppe sichtbar zu sein. Displaywerbung, die mit Targeting kombiniert wird, verbindet maximale Aufmerksamkeit mit präziser Ansprache finanzaffiner und aufgeschlossener Anleger:innen.

Preismatrix

Grundpreis für Display Ads	
Preisklasse	TKP
PK I (Run of Homepage, Rubrikrotation)	80,- €
PK II (Portalrotation)	60,- €
Mindestbuchungsvolumen	3.500,- €

PK I = Run of Homepage, Rubrikrotation mit oder ohne Targeting (kein Aufschlag), Premium Targeting

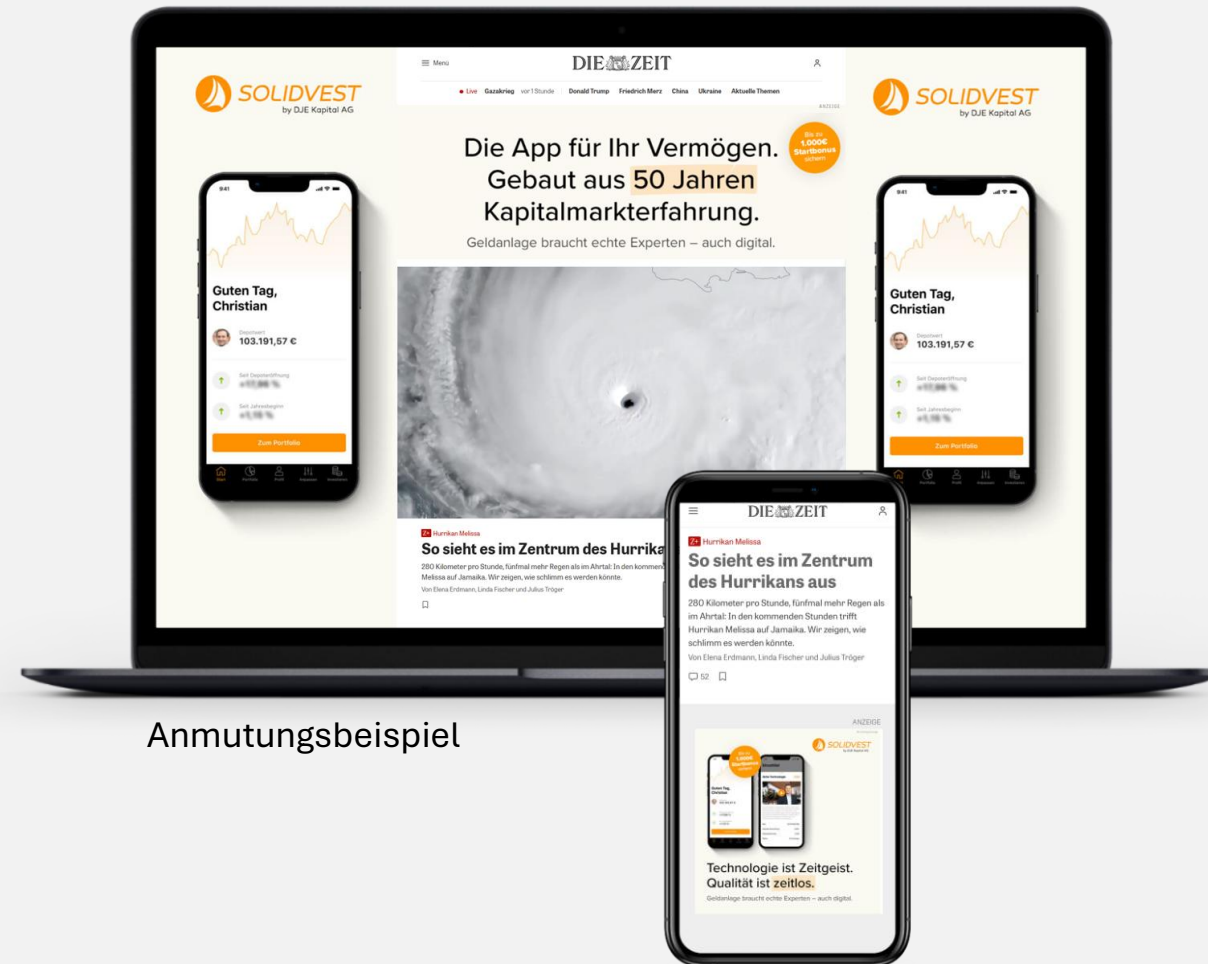
PK II = Portalrotation (RoS), Portalrotation mit Basic-Targeting (zzgl. 15% Aufschlag)

Die Preise sind Tausenderkontaktpreise (TKP).

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.

Page Skin auf zeit.de, Mobile Content Ad



Anmutungsbeispiel

/ Treffen Sie genau die User:innen, die investieren – mit intelligentem Targeting auf zeit.de

Demografisches Targeting

Datenaggregation durch unseren AdServer

Kombination aus 1st und 3rd Party Daten

Zusätzliche Datenanreicherung durch SONAR für eine zielgenaue Ausspielung

Kontextuelles Targeting

Transkribieren der Episoden durch Speech-to-Text Technologie

Screening der Inhalte nach Kontexten (Keywords und Themenfelder) mit entsprechender Vertagung im AdServer

Ausspielung im ausgewählten Segment

Predictive Audience Targeting

Branchenweit erste Cookie freie Targeting Funktion

Zusammenspiel von unserem AdServer und Comscore (Quelle für Zielgruppendaten)

Ansteuerung der gebildeten Interessens-Clustern in entsprechend affinen Podcast-Umfeldern

Neue Segmente:

Haushaltseinkommen, Lebensphasen & Konsumverhalten

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



/ »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*



Das sind die Hörer:innen von »Alles gesagt?«



Top offene Nennungen

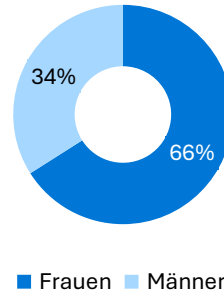
GÄSTE & PERSÖNLICHKEITEN

LÄNGE & KONZEPT OHNE ZEITLIMIT

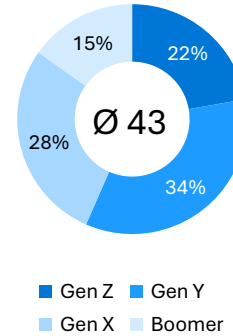
TIEFGANG & PERSÖNLICHE EINBLICKE

GESPRÄCHSFÜHRUNG DURCH AMEND & WEGNER

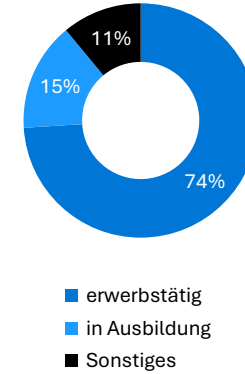
Geschlecht



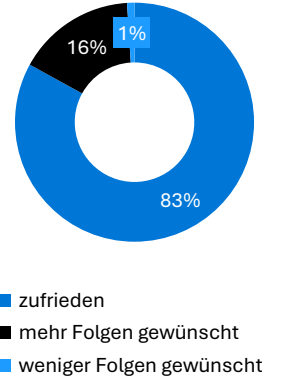
Altersgruppen*



Erwerbstätigkeit



Zufriedenheit mit der Erscheinungsfrequenz



Top Themeninteressen



/ »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 20.000 Netto-Downloads* pro Folge



Das sind die Hörer:innen von »Und was machst Du am Wochenende?«



KONSEQUENT

97 %

hören bis zum Ende durch

AUFMERKSAM

66 %

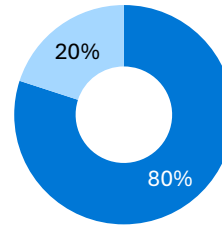
hören ganz konzentriert

TREU

79 %

hören den Podcast seit mindestens einem Jahr.

Geschlecht

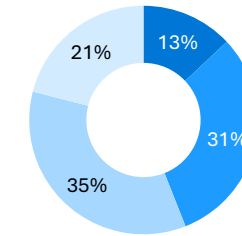


■ Frauen ■ Männer

Ø Alter

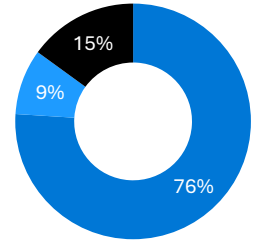


Altersgruppen*



■ Gen Z ■ Gen Y
■ Gen X ■ Boomer

Erwerbstätigkeit



■ erwerbstätig
■ in Ausbildung
■ Sonstiges

Top Themeninteressen



/ »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 Literatur mit Iris Radisch und Adam Soboczynski.

Erscheinungsweise: 14-tägich, samstags

Reichweite: Ø 12.000 Netto-Downloads* pro Folge



Das sind die Hörer:innen von »Was liest du gerade?«



KONSEQUENT

89 %

hören bis zum Ende durch

AUFMERKSAM

78 %

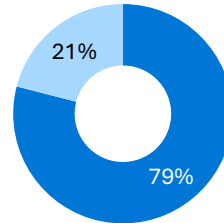
hören ganz konzentriert

TREU

61 %

hören den Podcast mindestens einem Jahr.

Geschlecht

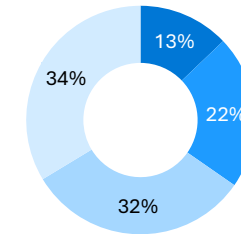


■ Frauen ■ Männer

Ø Alter

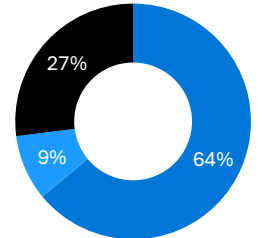


Altersgruppen*



■ Gen Z ■ Gen Y
■ Gen X ■ Boomer

Erwerbstätigkeit



■ erwerbstätig
■ in Ausbildung
■ Sonstiges

Top Themeninteressen



/ »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: 4-wöchentlich, mittwochs

Reichweite: Ø 133.000 Downloads pro Monat*



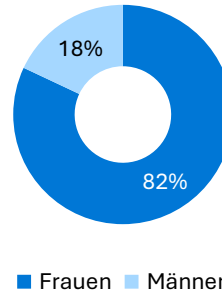
Das sind die Hörer:innen von »Augen zu«



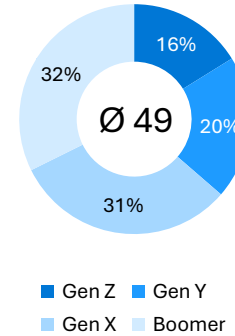
Top offene Nennungen

-  **THEMENWAHL & VIELFALT**
-  **DIALOG ZWISCHEN ILLIES & DI LORENZO**
-  **ANGENEHME ATMOSPHÄRE**
-  **ENTSCHLEUNIGUNG**

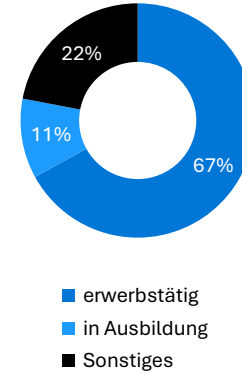
Geschlecht



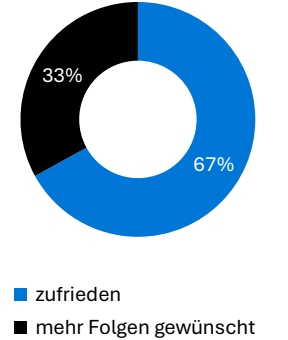
Altersgruppen*



Erwerbstätigkeit



Zufriedenheit mit der Erscheinungsfrequenz



Top Themeninteressen



/ »Die sogenannte Gegenwart«

In „Die sogenannte Gegenwart“ diskutieren die ZEIT-Feuilleton-Redakteure Nina Pauer, Ijoma Mangold und Lars Weisbrod mit Apple-Assistentin Siri über Phänomene, die unsere Zeit prägen – von Kochshows bis Ingwershots.

Erscheinungsweise: 14-tägich, montags

Reichweite: Ø 188.000 Downloads pro Monat*



Das sind die Hörer:innen von »Die sogenannte Gegenwart«



Top offene Nennungen



**AKTUELLE
GESELLSCHAFTLICHE
THEMEN**



**THEMENVIELFALT &
PERSPEKTIVEN**

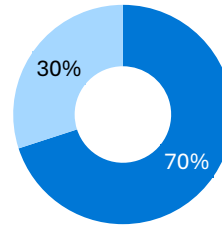


**HOSTS &
GESPRÄCHSFÜHRUNG**



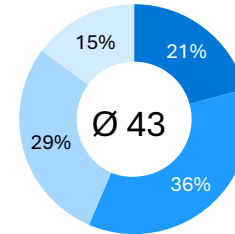
**INTELLEKTUELLE TIEFE
& ANSPRUCH**

Geschlecht



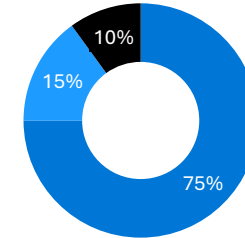
■ Frauen ■ Männer

Altersgruppen*



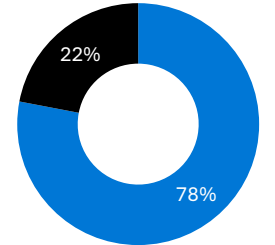
■ Gen Z ■ Gen Y
■ Gen X ■ Boomer

Erwerbstätigkeit



■ erwerbstätig
■ in Ausbildung
■ Sonstiges

Zufriedenheit mit der Erscheinungsfrequenz



■ zufrieden
■ mehr Folgen gewünscht

Top Themeninteressen



/ ZEIT-Podcasts bieten Aufmerksamkeit in einem Premium-Umfeld, in dem Werbung wirkt

97%

hören die Folgen bis zum Ende durch

80%

Empfinden Werbung in ZEIT Podcasts als glaubwürdig

65%

nehmen die Kundenspots 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

/ Ihre Marke spricht für sich – im Umfeld journalistischer Glaubwürdigkeit

Seriös, hochwertig und glaubwürdig

Presenter Reads garantieren eine klare Trennung von journalistischem Content und Werbemessage – und genießen eine hohe Akzeptanz bei unseren Hörer:innen.

73 %

finden Presenter Read Ads seriös

68 %

bevorzugen kurze, prägnante Spots



ZEIT Newsletter

Ihre Botschaft direkt in das Postfach Ihrer Zielgruppe



/ Was für ein Tag!

Der ZEIT-Newsletter

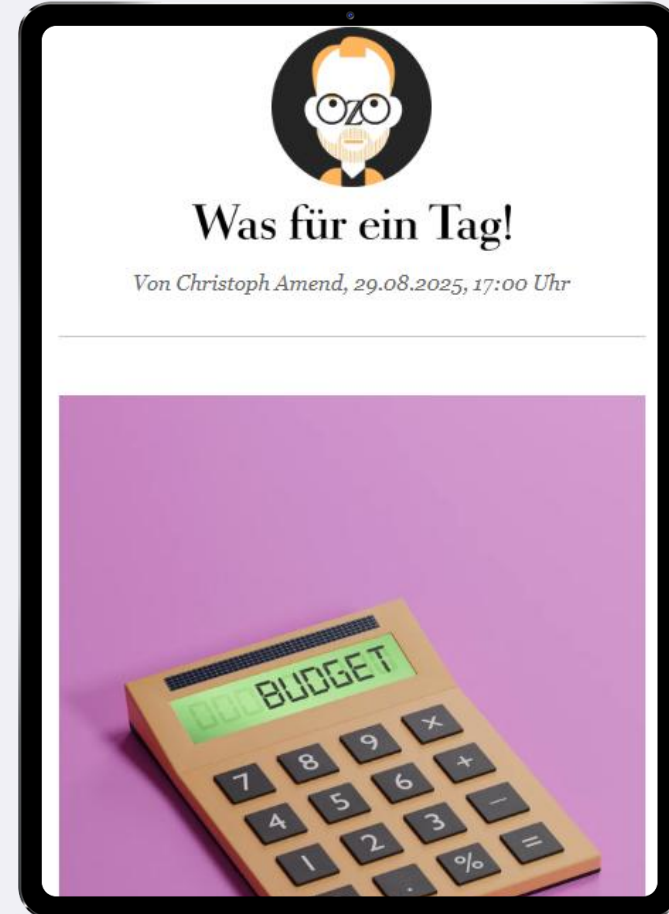
Von Montag bis Freitag wirft Christoph Amend einen Blick auf die wichtigsten Momente des Tages und gibt persönliche Empfehlungen für den Feierabend – von Büchern über Podcasts, Ausstellungen, Reisen, Rezepte bis zu Restaurants, Kino und TV. Am Samstagmorgen werden die Gästin, der Gast des Wochenend-Podcasts vor vorgestellt.

Erscheinungsweise

werktäglich, Mittwoch bis Dienstag (inkl. Samstag)

Reichweite

130.000 Abonnent:innen pro Woche



/ 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

30.000 Abonnent:innen pro Woche



/ 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

24.000 Abonnent:innen pro Woche



/ ZEIT am Wochenende

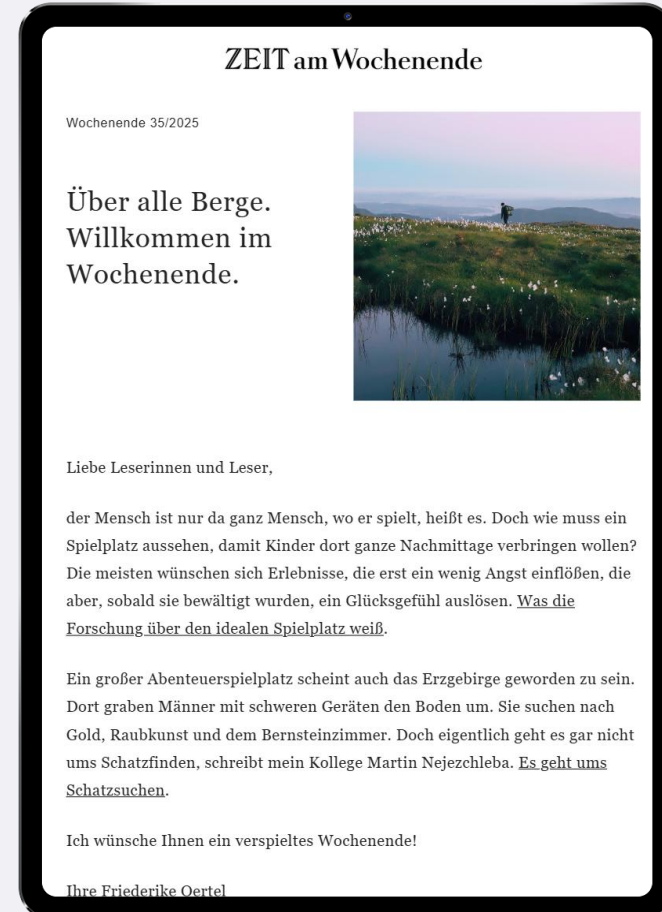
ZEIT am Wochenende ist das ausgeruhte digitale Magazin für die Mußestunden zwischen Samstagmorgen und Sonntagabend. Raum für berührende, große Geschichten und die kleinen guten Dinge.

Erscheinungsweise

wöchentlich, freitags

Reichweite

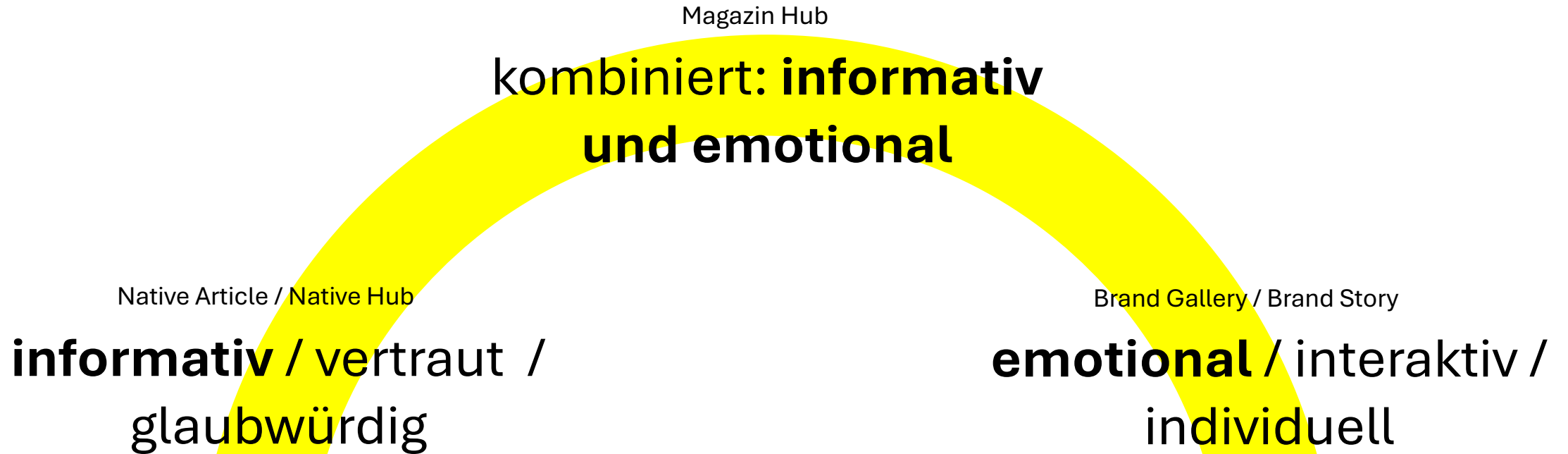
91.000 Abonnent:innen pro Woche



ZEIT Content Formate

Bieten die Möglichkeit, nicht zu werben, sondern zu wirken.

/ Sponsored Formate ermöglichen Storytelling mit Substanz



／ Ihre Geschichte im zeit.de-Layout

Native Article

Kommunikationsziel

Sie möchten ein komplexes Thema pointiert erklären oder inhaltliche Kompetenz zeigen.

Content-Erstellung

Basic: erfolgt durch Sie

Plus: erfolgt durch uns (nach Briefing, passend zur zeit.de-Zielgruppe); Aktualisierung möglich

Gestaltung

im gewünschten Native Content-Layout

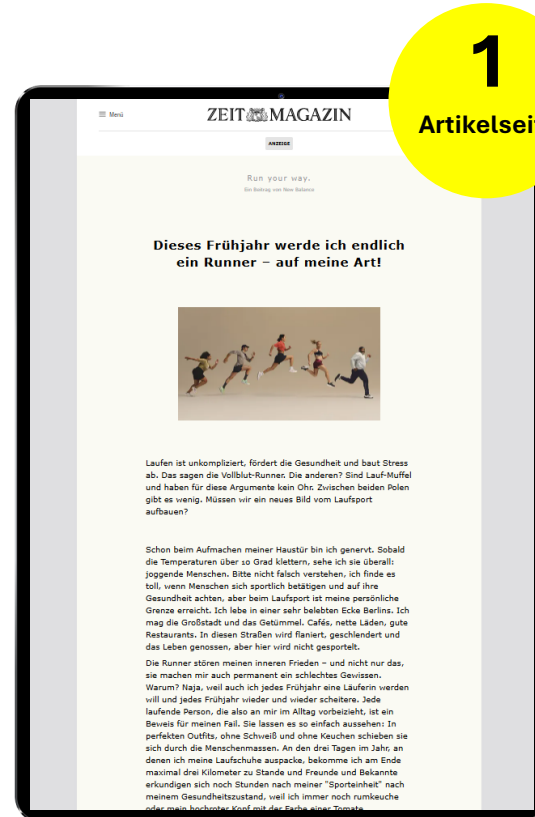
Eine Artikelseite

mit max. 6.000 Zeichen

Traffic-Paket:

Bild-Text Teaser auf Ressortebene für die gesamte Laufzeit*

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



1

Artikelseite

Native Hub

Kommunikationsziel

Sie möchten eine inhaltliche Klammer über mehrere Themen spannend aufbauen oder eine Markenwelt über zeit.de inszenieren.

Content-Erstellung

Basic: erfolgt durch Sie

Plus: erfolgt durch uns (nach Briefing, passend zur zeit.de-Zielgruppe); Aktualisierung möglich

Gestaltung

im gewünschten Native Content-Layout

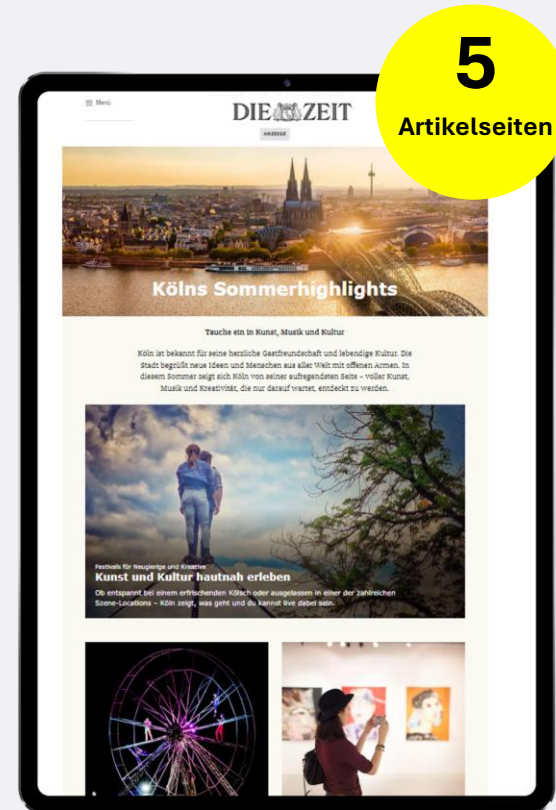
Centerpage zzgl. fünf Artikelseiten

mit max. 6.000 Zeichen pro Artikel

Traffic-Paket

Bild-Text Teaser auf Ressortebene für die gesamte Laufzeit*

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



5

Artikelseiten

Präsentieren Sie Ihre Markenbotschaft mit journalistischer Relevanz.

Brand Gallery

Kommunikationsziel

Sie möchten ihre Marke visuell erlebbar machen – in Form von Fotos oder Videos. Dieser visuelle Auftritt wirkt emotional aktivierend und sorgt für eine höhere Verweildauer.

Content-Erstellung

Zusammenstellung des Text-/ Bildmaterial erfolgt durch Sie, Texterstellung durch uns.

Traffic-Paket

Bild-Text Teaser auf Ressortebene für die gesamte Laufzeit*

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



Brand Story

Kommunikationsziel

Sie möchten ihre Marke oder Werte in Form von Storytelling glaubwürdig verbreiten – im redaktionellen Stil von zeit.de, um eine emotionale Verbindung zu ihren potenziellen Kund:innen aufzubauen.

Content-Erstellung

Starter: Sie liefern die fertige HTML-Seite an

Basic: Sie liefern fertiges Text- und Bildmaterial an, wir bauen für Sie die HTML-Seite

Plus: Sie liefern Inhalte und wir erstellen für Sie Texte, Layout und Programmierung

Umfang

Einbindung einer programmierten HTML-Seite zwischen Header und Footer von zeit.de.

Traffic-Paket

Bild-Text Teaser auf Ressortebene für die gesamte Laufzeit*

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



/ Kreativer Einstieg mit nativen Artikeln zur Vertiefung

Der Magazin Hub zieht mit dem bewegten Hintergrundbild alle Blicke auf sich. Die Übersichtsseite kann individuell gestaltet werden und schafft so die passende Atmosphäre für Ihr Thema. Sie bündelt 2–5 Artikel, die sich mit einem Klick auf die Teaser im Look and Feel von zeit.de öffnen.

Kommunikationsziel

Sie möchten emotional und kreativ einsteigen – etwa über Kunst, Kultur oder Lebensstil – und User:innen anschließend in tiefere Inhalte leiten.

Content-Erstellung

Basic: erfolgt durch Sie

Plus: erfolgt durch uns (nach Briefing, passend zur zeit.de-Zielgruppe); Aktualisierung möglich

Gestaltung

im gewünschten Native Content-Layout (zeit.de / ZEITmagazin)

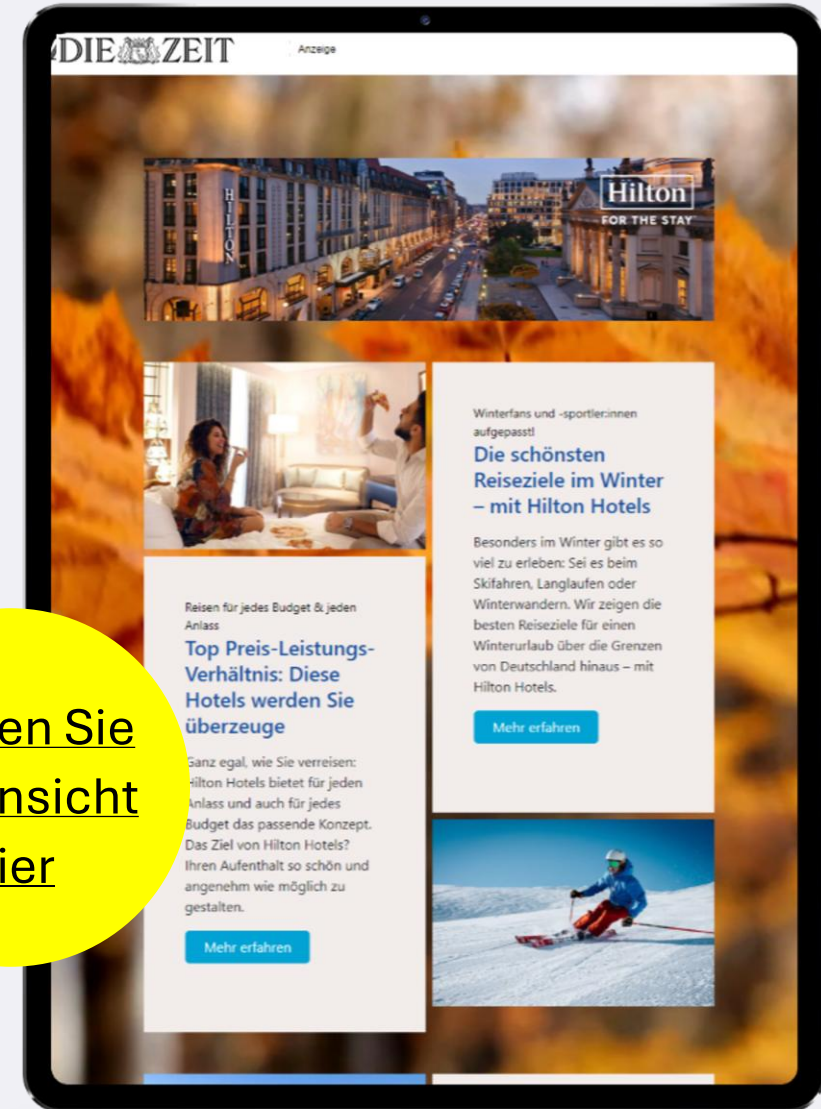
Zwei bis fünf Artikelseiten

mit jeweils max. 6.000 Zeichen

Traffic-Paket

Bild-Text Teaser auf Ressortebene für die gesamte Laufzeit*

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



Klicken Sie
zur Ansicht
hier


Wo Mittelstands- Expertise zum Erlebnis wird

**Überzeugen
Sie sich
hier!**

20 Jahre Erfahrung, 200.000
Unternehmer:innen, ZEIT-Qualität
Mit Studio ZX erhalten Sie individuelle
Gesprächsformate, die exakt auf Ihre Ziele
zugeschnitten sind – von exklusiven
Anlässen bis hin zu regionalen
Zielgruppen. Moderiert durch die ZEIT-
Redaktion entstehen Foren, die Vertrauen
schaffen und Ihre Marke direkt ins
Gespräch mit den Entscheider:innen
bringen.



Wir bringen Sie auf unseren ZEIT für UNTERNEHMER Konferenzen in den direkten Kontakt mit Entscheider:innen aus dem deutschen Mittelstand.



**DEUTSCHLAND
GESTALTEN**
Die Jahreskonferenz für den Deutschen Mittelstand
Handelskammer Hamburg
08. Oktober 2026

THEMEN
u.a. Finanzen,
Transformation &
Digitalisierung



**ZEIT für
UNTERNEHMERINNEN**
Die Jahreskonferenz für Entscheiderinnen
Bayerischer Hof München
26. November 2026

THEMEN
u.a. Female
Leadership,
Nachfolge,
Gründung, Risiko-
absicherung

ZEIT FÜR
UNTERNEHMER

/ Jahreskonferenz
Deutschland Gestalten

08.10.2026,
Handelskammer Hamburg



#DeutschlandGestalten25

ZEIT für [UNTERNEHMER]
DEUTSCHLAND
GESTALTEN

Mit freundlicher Unterstützung Partner Practice Partner Förder Partner Logo Partner Non-Profit Partner

Veranstalter
STUDIOZX
Ein Unternehmen der ZEIT Verlagsguppe

#ZEITfürUnternehmer #DeutschlandGestalten25

ZEIT für
[UNTERNEHMER]

Veranstalter
STUDIOZX
Ein Unternehmen der ZEIT Verlagsguppe

/ Deutschland Gestalten: das Forum für den Mittelstand

„Deutschland Gestalten“ ist die Konferenz für den Mittelstand, bei der Wirtschaft, Politik, Journalismus und Gesellschaft gemeinsam Antworten auf die Zukunftsfragen des Standorts Deutschland entwickeln.

Die Tagesveranstaltung wird am Donnerstag, den 08.10.2026, in der Handelskammer Hamburg ausgerichtet und bietet ein redaktionell kuratiertes Programm. Durch hochkarätige Gäste und Impulse entsteht Raum für echten Dialog, Perspektivwechsel und Lösungsfindung.

Partner der Veranstaltung stehen für Haltung, unternehmerische Verantwortung und klugen Innovationsgeist.



SAVE THE
DATE
08.10.2026

Das waren einige der zahlreichen Themen-Highlights im Programm von „Deutschland Gestalten“ in 2025



Fachkräfte gewinnen

u. a. mit Dr. Enzo Weber (Leiter Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung), Dr. Annika von Mutius (Co-Founder & CEO, Empion GmbH) & Fabian Kienbaum (Geschäftsführender Gesellschafter, Kienbaum Consultants International GmbH).



Energiewende umsetzen

u. a. mit Dr. Anne-Marie Großmann (Geschäftsführerin, GMH Gruppe) & Gunter Erfurt (Mitglied des Advisory Boards, Swift Solar), Best Cases von Sophia Rödiger (CMO, 1KOMMA5°) & Constantin Eis (CEO, CMBlu Energy).

Inspirierende Impulse

Dr. Wladimir Klitschko, Unternehmer, ehemaliger Boxweltmeister und Stimme aus Kyiv, sprach gemeinsam mit Tatjana Kiel, CEO von Klitschko Ventures zum Thema Resilienz, unternehmerische Haltung und die Kraft, in herausfordernden Zeiten Verantwortung zu übernehmen.



Bürokratie abbauen

u. a. mit Nicole Büttner (Founder & CEO Merantix Momentum, Generalsekretärin FDP, WEF Digital Leader for Europe) im Gespräch mit Dr. Steffen Meyer (Staatssekretär Bundesministerium der Finanzen).

Außerdem: Till Behnke (Mitgründer und CEO der Rulemapping Group).



Werden Sie Partner der Jahreskonferenz „Deutschland Gestalten!“

Positionieren Sie sich im Rahmen der ZEIT für UNTERNEHMER Jahreskonferenz als Partner und profitieren Sie von den Abstrahleffekten auf Ihre Marke durch Sichtbarkeit in einem Umfeld, das Haltung, Verantwortung und Vernetzung vereint.

Das erwartet Sie bei „Deutschland Gestalten“:

- +250 Unternehmer:innen & Top-Entscheider:innen
- Redaktionell kuratierte Programmgestaltung & hochkarätiges Line-up in gewohnter ZEIT-Qualität
- Moderation durch die ZEIT für UNTERNEHMER Redaktion
- Leadgenerierung & Netzwerken im Umfeld Deutscher Mittelstand

08. Okt.
2026
Hamburg

Handelskammer

250

Teilnehmer:innen
aus dem Mittelstand vor
Ort

200.000

Geschäftsführer:innen im
Mittelstand in der
Datenbank

1.000

Familienunternehmer in
der Datenbank

2 Mio.

Reichweite der ZEIT



ZEIT für [UNTERNEHMERINNEN]

Das Netzwerk-Event für
Unternehmerinnen und
Top-Entscheiderinnen

26.11.2026

Bayerischer Hof in München



/ Netzwerk. Inspiration. Zukunft gestalten.

Für die Herausforderungen unserer Zeit braucht es Unternehmerinnen, die mutig vorangehen, mit Weitsicht handeln und den Wandel aktiv gestalten.

Das Netzwerk ZEIT für UNTERNEHMERINNEN wurde von der ZEIT gegründet, um Unternehmerinnen und weibliche Führungskräfte zusammenzubringen und ihnen eine Plattform für kontinuierlichen Austausch zu bieten.

Unter dem Leitgedanken „Empowered women empower women“ schafft die Konferenz ZEIT für UNTERNEHMERINNEN eine Plattform für Begegnungen zwischen Gründerinnen, Unternehmerinnen, Geschäftsführerinnen und Frauen in Führungspositionen.



Das Netzwerktreffen für Unternehmerinnen startet neu in München

ZEIT für UNTERNEHMERINNEN erobert 2026 mit dem Standort München eine neue Wirtschaftsregion:

Wir freuen uns erneut auf einen Tag voller Impulse, Expertise und Begegnungen – für mehr Sichtbarkeit, Verbundenheit und Inspiration unter Unternehmerinnen!

Im Mittelpunkt des Programms stehen zentrale Fragen des Unternehmertums:

- Wie gelingt unternehmerisches Handeln in unsicheren Zeiten?
- Welche Chancen bietet KI?
- Wie führen wir mit Haltung und Zuversicht?
- Und wie können starke Netzwerke zur treibenden Kraft für Innovation und Transformation werden?



NEU!

**26.11.26,
Bayerischer
Hof München**

150 Teilnehmerinnen
erwartet



/ Positionieren Sie sich als Partner in einem Wirtschaftsumfeld geprägt von Female Leadership

Das erwartet Sie bei ZEIT für UNTERNEHMERINNEN:

- Bis zu 150 qualifizierte Top-Entscheiderinnen
- Mix aus hochkarätigen Panels, Keynotes, Interviews, Deep Dives, dazu Weiterbildung & Netzwerken
- Moderation durch die ZEIT für UNTERNEHMER Redaktion
- Themenvielfalt: Diversity, Digitalisierung, Gründertum Nachhaltigkeit, Finanzierung, Female Leadership, etc.
- Zwangloses Abendprogramm und optionaler Vorabend



/ Zehn gute Gründe für die ZEIT

- 1 Glaubwürdig**
Ihre Werbung profitiert von der hohen Glaubwürdigkeit, die DIE ZEIT genießt.
- 2 Vielfältig**
Sie haben die Wahl: vielfältige Umfelder durch ein breites Themenspektrum.
- 3 Imagefördernd**
Auszeichnungen und Preise, die DIE ZEIT erhält, können auf Ihre Werbung abstrahlen.
- 4 Zielgruppenstark**
Sie erreichen die Einkommens- und Bildungselite – Leser:innen, die sich vieles leisten können.
- 5 Weiterführend**
Werbebotschaften kommen mehrfach an, denn DIE ZEIT lesen Meinungsbildner:innen und Multiplikator:innen.
- 6 Führungskräfteaffin**
Mit der ZEIT erreichen Sie Entscheider:innen ganz privat – jenseits der Bürohektik.
- 7 Reichweitenstark**
Erreichen Sie fast zwei Mio. Leser:innen sehr wirtschaftlich mit Deutschlands größter Qualitätszeitung.
- 8 Werbewirksam**
Ihre Botschaft wirkt nachhaltiger, da DIE ZEIT in entspannter Atmosphäre gelesen wird.
- 9 Zuverlässig**
DIE ZEIT ist ein zuverlässiger Partner mit stabiler Rekordauflage in ganz Deutschland.
- 10 Multimedial**
Ein Partner – vernetzte Ideen. DIE ZEIT bietet viele Ansatzpunkte für vernetzte Ansprache. Mit der ZEIT erreichen Sie Entscheider:innen ganz privat – jenseits der Bürohektik.

/ Gern beraten wir Sie persönlich!



Malte Geers

Senior Media Consultant

Tel: +49-40/32 80 454

Malte.Geers@zeit.de

Zeitverlag Gerd Bucerius GmbH & Co. KG

Team Finance & Real Estate

Buceriusstr., Eingang Speersort 1

20095 Hamburg

advise.zeit.de