

Portfolio DIE ZEIT Kommunikation für Non Profit Organisationen

2026

Inhaltsverzeichnis



Print

[DIE ZEIT](#)

[ZEITmagazin](#)

[Beilagen](#)

[WAS TUN!](#)

[WAS TUN! für...](#)

[ZEIT Magazine](#)

[WAS TUN! für... in ZEIT für Unternehmer](#)

advise.zeit.de

Digital

[zeit.de](#)

[Newsletter](#)

[WAS TUN!-Advertorial](#)

[Podcasts](#)

[WAS TUN!-Podcast](#)

[Zielgruppenmarketing](#)

[Contentbasierte Lösungen](#)

Interaktiv

[ZEIT für X-Thementage](#)

[ZEIT für Unternehmer](#)

[ZEIT Leo Weltretter- Mission](#)

[ZEIT für die Schule](#)

[Z2X](#)

[Freunde der ZEIT](#)

[Zia – das Fellowship-Programm](#)

[My Company Talks](#)

[Kontakt](#)

ZEIT Advise

／ Mit uns bewegen Sie Menschen.

Jedes Projekt, klein oder groß, kann und wird etwas bewirken – dabei wollen wir Ihnen zur Seite stehen und Ihnen die Sichtbarkeit verleihen, die Sie und Ihre Projekt verdienen.

Mit ZEIT ADVISE haben Sie einen zuverlässigen Partner an Ihrer Seite, der Sie mit einer breiten Palette an Kommunikationsmöglichkeiten in unserem ZEIT Kosmos und mit branchenerfahrenen Expert:innen unterstützt.

Gemeinsam erzählen wir Ihre Geschichten – große wie kleine – generieren Spenden und schaffen Räume für Begegnungen. Bei uns treffen Sie auf eine engagierte und interessierte Leserschaft. Wir analysieren Daten und schaffen für Sie Wege, Ihre wertvolle Arbeit über alle Kanäle sichtbar zu machen. Und das mit ganz viel Service und vor allem ganz viel Herzblut.



ZEIT FÜR UNS

/ DIE ZEIT verbindet
und versammelt eine
engagierte
Community.

72%

Der Abonnent:innen fühlen sich durch
das Lesen der ZEIT als Teil einer
Gemeinschaft.



Das ZEIT-Portfolio ist vielfältig und begeistert auf allen Kanälen.



ZEIT LESENDE SIND ENGAGIERT

Was unsere Leserschaft auszeichnet.

REICHWEITE*

1,86 MIO.

Menschen erreicht DIE ZEIT wöchentlich.
Die verkaufte Auflage der Zeit liegt bei
628.639 Exemplaren**.

ENGAGEMENT

77 %

der ZEIT-Leser:innen schätzen soziales
Engagement als wichtig ein.

EINSATZ FÜR VERÄNDERUNG

60 %

der ZEIT-Leser:innen formulieren den
Anspruch, sich aktiv für die Veränderung in
der Gesellschaft einzusetzen.

SPENDEN

58 %

der ZEIT-Leser:innen spenden einmal oder
mehrfach im Jahr.

FOKUS AUF NACHHALTIGKEIT

62 %

der ZEIT-Leser:innen achten beim Konsum
auf die Nachhaltigkeit der Produkte
(Umweltverträglichkeit, keine Kinderarbeit
etc.).

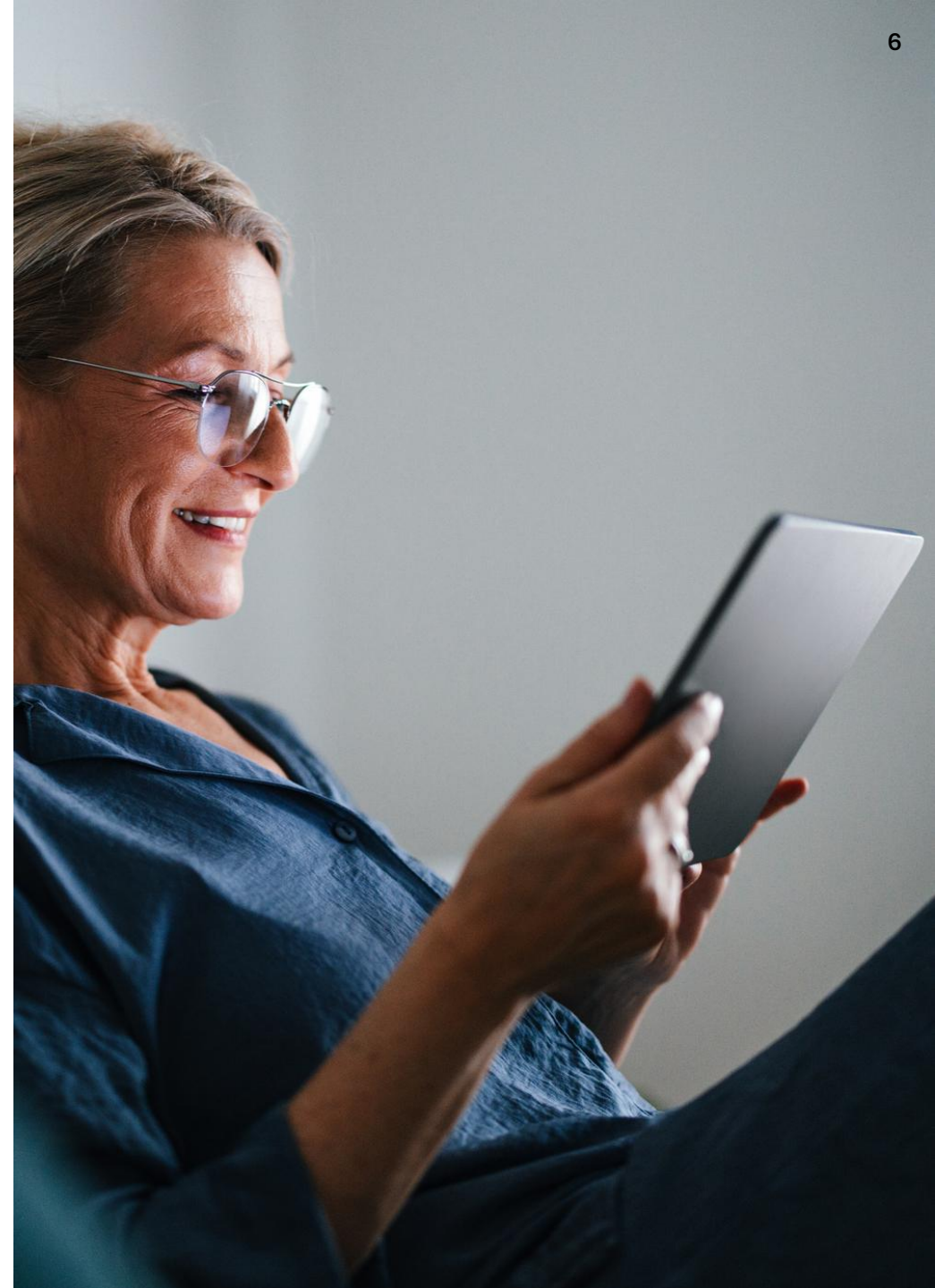
AKTIV IN DER GESELLSCHAFT

422 Tsd.

Leser:innen bringen sich unentgeltlich und
ehrenamtlich ein

Quellen: *AWA 2025, **IVW Ø Q1-Q3/2025, best for planning 2025

advise.zeit.de



/ DIE ZEIT – Leserschaft auf einen Blick



ZEIT-LESER:INNEN*

1,86 Mio.

Menschen lesen jede Woche DIE ZEIT.

GESELLSCHAFTLICH-WIRTSCHAFTLICHER STATUS

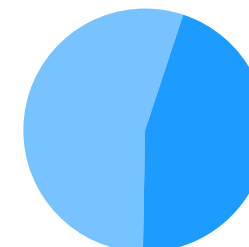
1,07 Mio.

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

Ø Alter



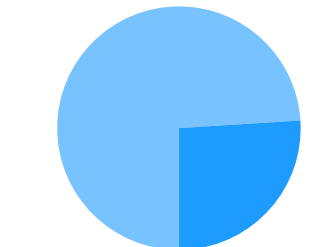
Geschlecht



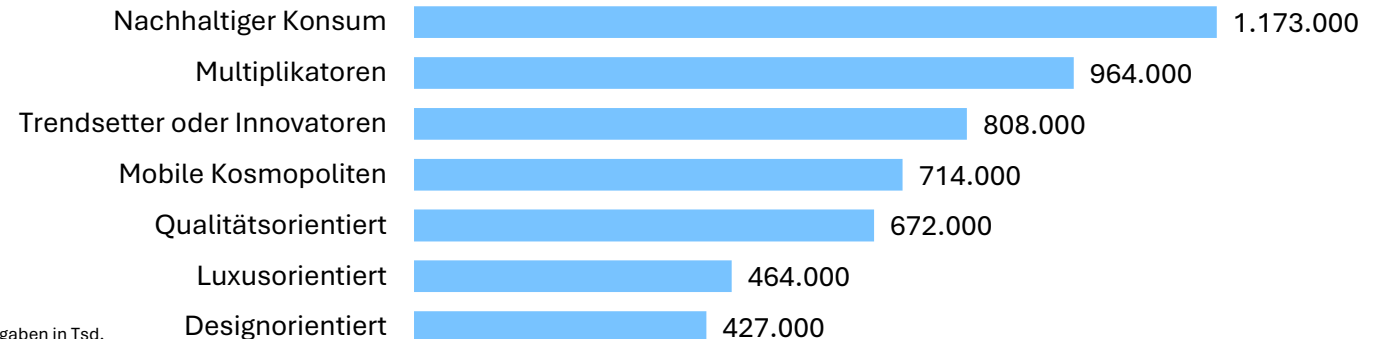
Ø HHNE



Abitur/Studium

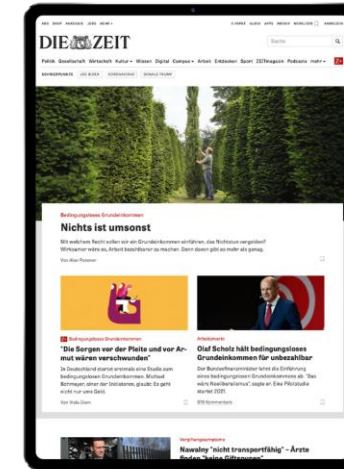


Zielgruppen, Typologien



Quelle: *IVW Ø Q1-Q3/2025, AWA 2025 (71,00 Mio., deutschsprachige Gesamtbevölkerung ab 14 Jahren). Angaben in Tsd.

／ DIE ZEIT – Print und digital



DIE ZEIT

Verkaufte Auflage*

628.639 Exemplare

Reichweite**

1,86 Mio. Lesende

Erscheinungsweise

wöchentlich, donnerstags

ZEITmagazin

Verkaufte Auflage in DIE ZEIT*

628.639 Exemplare

Reichweite**

1,13 Mio. Lesende

Erscheinungsweise

wöchentlich, donnerstags

zeit.de

Unique User****

10 Mio.

Contacts*****

120 Mio.

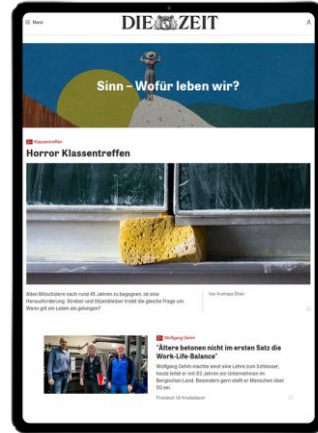
Podcast Downloads*****

15 Mio.

Quelle: *Ø IWW Q1-Q3/2025; **AWA 2025;***Verlagsangabe; **** agma DNA November 2024; ***** IWW IVW November 2024

/ Sonderveröffentlichungen & Ressorts – Print und digital

Unser Portfolio
im Überblick



WAS TUN! Magazin
WAS TUN! Podcast
WAS TUN! für...Themenspecial

ZEIT Sinn

ZEIT Christ & Welt
ZEIT im Osten
ZEIT Hamburg

Auflage WAS TUN! Magazin
244.500 Exemplare
Erscheinungsweise WAS TUN!
1x jährlich
in Abo-Auflage von DIE ZEIT

Thematische Umfelder,
die als eigene Ressorts erscheinen.

Das Sonder-Abo ZEIT Christ & Welt widmet sich Fragen rund um die Themen Glauben, Geist und Gesellschaft.
Das Ressort ZEIT im Osten bietet exklusive Berichterstattung aus Ostdeutschland und behandelt regionsspezifische Themen in Reportagen, Kolumnen und Kommentaren.
ZEIT Hamburg bietet als Regionalausgabe der ZEIT umfassenden Raum für Geschichten und Berichte aus Hamburg und Umgebung und ist damit das größte Ressort der ZEIT.

Die Magazine

Magazine sind verlinkt



ZEIT LEO +Familienzeit	ZEIT CAMPUS	ZEIT WISSEN	ZEIT Studienführer	ZEIT GESCHICHTE	ZEIT VERBRECHEN	ZEIT für Unternehmer
Verkaufte Auflage 50.000 Exemplare*	Verkaufte Auflage 96.654 Exemplare***	Verkaufte Auflage 102.039 Exemplare***	Verkaufte Auflage 90.000 Exemplare*	Verkaufte Auflage 60.000 Exemplare*	Verkaufte Auflage 55.000 Exemplare*	Verbreitete Auflage 87.000 Exemplare*
Reichweite 242.000 Lesende **	Reichweite 447.000 Lesende****	Reichweite 725.000 Lesende****	Erscheinungsweise 1x jährlich	Reichweite 40.000 Abonnent:innen*	Erscheinungsweise 6x jährlich	Erscheinungsweise 4x jährlich
Erscheinungsweise 6x jährlich	Erscheinungsweise 4x jährlich	Erscheinungsweise 6x jährlich		Erscheinungsweise 6x jährlich		

Quellen: *Verlagsangabe; ** Kinder Medien Monitor 2020; ***IVW Q3/2025; ****AWA 2025 Gesamtbevölkerung ab 14 Jahren



Die neue Ausgabe jetzt gratis sichern! www.zeit.de/zai-neu

DIE ZEIT

WOCHENZEITUNG FÜR POLITIK WIRTSCHAFT WISSEN UND KULTUR

PREIS DEUTSCHLAND 6,95 €

ZEIT WISSEN



11. DEZEMBER 2024 17 €

Unser Leben seit 2000
Wie sich im ersten Viertel dieses Jahrhunderts die Welt verändert hat

Was ich noch zu sagen hätte
20 Jahre nach dem 9.11



Wie ich zum Optimisten wurde

Harald Martenstein war sein Leben lang pessimistisch. Aber haben in der Geschichte nicht immer jene recht behalten, die an ein gutes Ende glauben? Über einen Sinneswandel, der fast alles besser macht

Liberal, nicht blöd

Russland testet mit kalkulierten Sabotage-Aktionen die roten Linien des Westens. Der sollte besser reagieren

Bräsig, nicht schlau

Das Jahr 2024 hat wie kaum eines zuvor gezeigt, dass in Deutschland viele Dinge nicht mehr funktionieren

Logisch sind die Muster daraus nicht entzifferbar. Sie sind weder ein Zeichen für einen Wandel der Welt noch ein Hinweis auf einen Sinneswandel. Die Sabotage-Aktionen sind ein Test der roten Linien des Westens. Der sollte besser reagieren. Die Sabotage-Aktionen sind ein Test der roten Linien des Westens. Der sollte besser reagieren.

Man hat die Hoffnung in es kam nicht mehr zu sein. Die Hoffnung in es kam nicht mehr zu sein. Die Hoffnung in es kam nicht mehr zu sein.

Niemand glaubt mehr an eine Vorkriegszeit

Am 11. September 2001 hat sich die Welt verändert. Niemand glaubt mehr an eine Vorkriegszeit. Am 11. September 2001 hat sich die Welt verändert. Niemand glaubt mehr an eine Vorkriegszeit.

PROGNOSTIKEN

Die Prognostiken für das Jahr 2025 sind düster. Die Prognostiken für das Jahr 2025 sind düster.

N°1

75 JAHRE LANG C 141 C

ISSN 1861-8885

／ DIE ZEIT ÜBERZEUGT MIT VIELFALT UND ZUVERSICHT

Erscheinungsweise:
wöchentlich donnerstags

Verkaufte Auflage:
628.639 (Ø IVW Q 1-3/2025)

Reichweite (Leser:innen):
1,86 Mio. (AWA 2025)
1,32 Mio. (b4p 2025)

Zielgruppe:
Meinungsbildner:innen und
Multiplikator:innen

Medienkanäle:
Print, digital, Events

KLUGER UND UNABHÄNGIGER JOURNALISMUS

DIE ZEIT ist ein Leitmedium. Ihre hohe redaktionelle Qualität überzeugt eine hoch qualifizierte Leserschaft. DIE ZEIT bietet unabhängigen, sorgfältig recherchierten Journalismus auf höchstem Niveau.

ZEIT LESER:INNEN KENNEN SICH AUS

Die Leser:innen werden aufgrund ihrer gesellschaftlichen Stellung gern als Ratgeber:innen angesprochen und fungieren als Multiplikator:innen.

GUTE INVESTITION

DIE ZEIT ist die Nr. 1 nach Reichweite und Auflage im Markt der Qualitätszeitungen und dabei besonders wirtschaftlich. Die meisten Zielgruppen erreicht sie im Vergleich zum Wettbewerb mit dem günstigsten TKP.

QUALITY TIME

DIE ZEIT wird intensiv und in entspannter Umgebung gelesen: Zwei Drittel lesen die ZEIT am Wochenende in entspannter Atmosphäre.

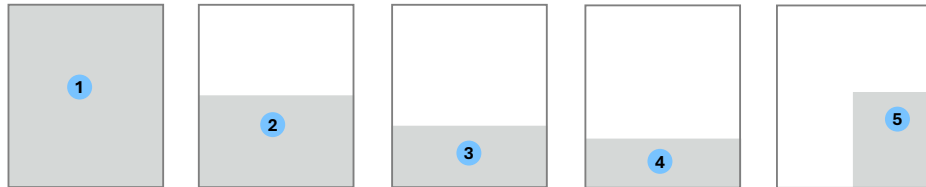
ZEIT Markenstudie 2024, n = 6.906 Abonnent:innen



/ Anzeigenformate und Preise 2026

ALLEINPLATZIERTE ANZEIGEN

DIE ZEIT



Format	Satzspiegel in mm (B x H)	Grundpreis	Reduzierter Preis*
1 1/1 Seite	371 x 528	138.547,20 €	99.753,98 €
2 1/2 Seite quer	371 x 264	69.273,60 €	49.876,99 €
3 1/3 Seite quer, blattbreit	371 x 176	60.037,12 €	43.226,73 €
4 1/4 Seite quer, blattbreit	371 x 132	45.027,84 €	32.420,04 €
1/4 Seite Eckfeld	220,5/145,5 x 220/330	48.491,52 €	34.913,89 €
5 Textteilanzeige**	70,5 x 50	8.285,00 €	8.285,00 €

* Die reduzierten Preise gelten für gemeinnützig tätige Stiftungen, Vereine, Unternehmen sowie Verbände.

**An mindestens drei Seiten von Redaktionstext umgeben (Mindesthöhe 50 mm, Breite 70,5 mm).

Alle Preise sind Bruttopreise und verstehen sich ggf. abzüglich Agenturprovision und zuzüglich MwSt. Die Schaltungen sind im Rahmen von ZEIT-Rabattabschlüssen rabattfähig und rabattbildend. Änderungen vorbehalten. Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen, siehe advise.zeit.de.



CHRIST & WELT

Erscheinungsart:
als eigenes Ressort in DIE ZEIT

Erscheinungsweise:
wöchentlich

Auflage (Print- & E-Paper)
10.000 Exemplare
Quelle: Verlagsangabe

Christ & Welt sind sechs Extraseiten in der ZEIT, die sich auf Glaube, Geist und Gesellschaft konzentrieren – mit Debatten, Reportagen und Interviews aus der Welt der Religionen. Die Redaktion von Christ & Welt scheut keine Kontroverse und vertritt klare Standpunkte, ohne ideologisch zu sein.

Alleinplatzierte Anzeigen

Format	Satzspiegel in mm (B x H)	Preis
1/2 Seite quer	371 x 264	4.963,20 €
1/3 Seite quer	371 x 176	3.308,80 €
1/4 Seite quer	371 x 132	2.481,60 €
Textteilanzeige*	70,5 x 50	762,50 €

* An mindestens drei Seiten von Redaktionstext umgeben (Mindestformat). Weitere Formate auf Anfrage.

Ergänzen Sie Ihre Kampagne durch den **ZEIT SINN: Wofür leben wir?** Newsletter



Buchen Sie auch in ZEIT Christ & Welt unser Themenspezial **WAS TUN!** für...

ZEIT IM OSTEN

Erscheinungsart:
als eigenes Ressort in DIE ZEIT

Erscheinungsweise:
wöchentlich

Auflage (Print- & E-Paper)
40.670 Exemplare
Quelle: Verlagsangabe

Reichweite:
156.000 Leser:innen in
Ostdeutschland
Quelle: AWA 2025

ZEIT im Osten ist ein eigenes Ressort der ZEIT, das sich mit den einzigartigen Perspektiven und Herausforderungen Ostdeutschlands befasst. In Reportagen, Kolumnen und Kommentaren liefert die Redaktion fundierte Berichterstattung über gesellschaftliche, politische und kulturelle Themen der Region.

Alleinplatzierte Anzeigen

Format	Satzspiegel in mm (B x H)	Preis
1/2 Seite quer	371 x 264	5.596,80 €
1/3 Seite quer	371 x 176	3.731,20 €
1/4 Seite quer	371 x 132	2.798,40 €
Textteilanzeige*	70,5 x 50	875,00 €

* An mindestens drei Seiten von Redaktionstext umgeben (Mindestformat). Weitere Formate auf Anfrage.



/ ZEIT:Hamburg

Erscheinungsart:
als eigenes Ressort in DIE ZEIT

Verkaufte Auflage:
51.599 Exemplare (Verlagsangabe)

Reichweite:
110.135 Leser:innen (b4p 2025)

Zielgruppe:
Alle Hamburger:innen sowie die Bewohner:innen der Metropolregion

ZEIT Hamburg ist eine exklusive Regionalausgabe der ZEIT, die sich mit den bedeutendsten Themen aus Hamburg und Umgebung beschäftigt und damit das größte Ressort der ZEIT bildet. Alle vier Wochen, immer am letzten Donnerstag des Monats, erscheinen bis zu 24 Seiten mit gründlich recherchierten Berichten, Reportagen und Analysen zu den bewegenden Ereignissen der Hansestadt und ihrem Umland.

Alleinplatzierte Anzeigen

Format	Satzspiegel in mm (B x H)	Preis
1/2 Seite quer	371 x 264	11.616,00 €
1/3 Seite quer	371 x 176	7.744,00 €
1/4 Seite quer	371 x 132	5.808,00 €
Textteilanzeige*	70,5 x 50	1.750,00 €

* An mindestens drei Seiten von Redaktionstext umgeben (Mindestformat). Weitere Formate auf Anfrage.

DIE ZEIT
HAMBURG-AUSGABE

Was bewegt euch?
Wie junge Hamburger ihre Stadt erleben, was sie sich von der Wahl erhoffen – und warum manche Kandidaten mit ihrem Beruf auf dem Stimmzettel trüben

Gibt es eine Migrationspolitik der Mitte? Vielleicht doch

Papstwort

Entspannt euch, Eltern
Ihr müsst nicht perfekt sein. Ein Führer für mehr Gelassenheit.

Erbarmen!
Wie ein ardues Wort Donald Trumps Mächtler Hoffahrt

Gegen den Trinkterror
Literarische Waamer! Und das jeden Tag! Ich bin doch kein Aquarianer!

Buchen Sie auch in ZEIT:Hamburg unser Themenspezial WAS TUN! für...

Den komplexen Zeiten, in denen Themen aus Wissenschaft, Forschung, Bildung und Politik stärker denn je verzahnt sind und zusammen gedacht werden müssen, begegnet das Ressort Wissen mit Klarheit und Tiefe. Daher gilt das in jeder ZEIT enthaltene Wissen-Ressort als Leit- und Orientierungsmedium. Die redaktionellen Inhalte dienen als Raum für vielfältige Wissens-Themen von Gesundheit bis Technik und verstehen sich als informative Themen-Schatzkiste, die Interesse wecken und zum Mehr-Wissen-Wollen anregen soll.

Nutzen Sie dieses attraktive, die Leser:innen zum Verweilen einladende Umfeld, um Ihre Themen zu platzieren und Aufmerksamkeit zu erhalten – sei es über ein Advertorial oder eine Anzeige.

Der Stellenmarkt wird vom Ressort Wissen umrahmt und gewinnt durch diese Integration nochmals an Sichtbarkeit und Beachtung. Die beliebte Infografik zum Abschluss des Stellenmarkts schmückt den prominenten Platz der letzten Seite des Wissen-Buchs.



/ Das Nachhaltigkeitsumfeld GREEN im ZEIT Ressort Wirtschaft

Haltung gewinnt in der Gesellschaft zunehmend an Bedeutung.

Das zeigt sich in der wachsenden Nachfrage nach Bio- und Naturprodukten, vegetarischen Lebensmitteln, alternativen Energien, nachhaltigen Geldanlagen, klimaneutralem Reisen, E-Mobilität und verantwortungsvollem Wirtschaften.

ZEIT GREEN bietet dafür die passende Bühne.

Im Ressort Wirtschaft schafft ZEIT GREEN monatlich ein gut planbares und nutzwertiges Umfeld für aufmerksamkeitsstarke Kommunikation rund um Nachhaltigkeit.

Die Zielgruppe: bewusst, gebildet und qualitätsorientiert.

Konsumenten nachhaltiger Produkte gehören heute überwiegend zur gut situierten Bildungselite – und damit zur klassischen ZEIT-Leserschaft. Sie verstehen sich als genussorientierte Menschen mit einem hohen Marken- und Qualitätsbewusstsein.

NACHHALTIGE
KONSUMENT:INNEN

1,17 Mio.

der Leser:innen messen Nachhaltigkeit beim Konsum eine große oder größere Rolle zu

GREEN SPENDER

1,16 Mio.

der Leser:innen sind bereit für umweltfreundliche Produkte mehr zu zahlen

RESSOURCEN-SCHONER

952 Tsd.

der Leser:innen ist es wichtig, Energie zu sparen



/ ZEIT GREEN - Termine 2026 im Ressort Wirtschaft

DIE ZEIT Ausgabe		Erscheinungstermin	Anzeigenschluss
02	ZEIT Green	08.01.2026	28.11.2025
06	ZEIT Green	05.02.2026	08.01.2026
11	ZEIT Green	05.03.2026	05.02.2026
15	ZEIT Green	01.04.2026	03.03.2026
20	ZEIT Green	07.05.2026	09.04.2026
25	ZEIT Green	03.06.2026	06.05.2026
29	ZEIT Green	02.07.2026	04.06.2026
34	ZEIT Green	06.08.2026	09.07.2026
38	ZEIT Green	03.09.2026	06.08.2026
42	ZEIT Green	01.10.2026	03.09.2026
47	ZEIT Green	05.11.2026	08.10.2026
52	ZEIT Green	03.12.2026	05.11.2026

Änderungen vorbehalten.



**ZEIT
GREEN**
Das Nachhaltigkeits-
umfeld in der
ZEIT

WEITERE RESSORTS
/ DIE ZEIT

/ POLITIK

ORDNET DAS AKTUELLE TAGESGESCHEHEN.



/ STREIT

GIBT GROBEN KONTROVERSEN RAUM.



/ WIRTSCHAFT

WELTWEIT UND AUS VERSCHIEDENEN
BLICKWINKELN.



Copy-Preis:

Supplement der ZEIT

Erscheinungsweise:

wöchentlich donnerstags

Verkaufte Auflage DIE ZEIT:

628.639 (Ø IVW Q1-Q3/2025)

Reichweite (Leser:innen):

1,13 Mio. (AWA 2025)

Zielgruppe:Multiplikator:innen,
Trendsetter:innen, Kosmpolit:innen**Medienkanäle:**

Print, digital, Events

- ... ist der emotionale, lebendige und persönliche Teil der ZEIT im handlichen Magazinformat.
- ... steht für anspruchsvollen Journalismus mit hoher Glaubwürdigkeit und Relevanz.
- ... bietet eine große Themenvielfalt von Lifestyle, Politik, Kultur, Gesellschaft und Reise mit entsprechenden Schwerpunktheften.
- ... ist mehrfach ausgezeichnet und hat alle wichtigen Journalist:innenpreise gewonnen.

Alleinplatzierte Anzeigen

Format	Anschnitt in mm (B x H)	Grundpreis (4c)	Reduzierter Preis*
1/1 Seite	215 x 289	41.100,- €	23.016,- €
1/2 Seite hoch/quer	105 x 289 / 215 x 145	24.660,- €	13.809,60 €
1/3 Seite hoch	68 x 289	18.495,- €	10.357,20€
1/4 Seite Eckfeld	108 x 145	14.385,- €	8.055,60 €

* Die reduzierten Preise gelten für gemeinnützig tätige Stiftungen, Vereine, Unternehmen sowie Verbände. Beschnittzugabe bei Anschnittformaten an allen Seiten 5 mm. Preise sind AE-provisions- und rabattfähig und verstehen sich zzgl. MwSt. Änderungen vorbehalten. Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen, [advise.zeit.de](https://www.advise.zeit.de)



Print-Beilagen

Werden Sie mit Ihrer Beilage in der ZEIT zu einem festen Bestandteil unserer hochwertigen Wochenzeitung. Dadurch erreichen Sie bis zu 1,86 Mio. Leser:innen* und erzielen eine unvergleichbare Werbewirkung – flächendeckend oder in von Ihnen ausgewählten Teilgebieten.

Für Sie als Non Profit Organisation bietet diese Kommunikationsmaßnahme die Option, Response-Elemente einzubinden und die Leser:innen aktiv bei einer Spendenentscheidung (z. B. durch einen abtrennbaren Überweisungsträger) zu unterstützen.

Ob verarbeitungsfertig angelieferte Beilage oder Fullservice-Lösung, unser Corporate-Publishing-Partner Studio ZX hilft Ihnen gern bei Konzeption und Produktion Ihrer individuellen Beilage.

Quelle: *AWA 2025

advise.zeit.de

Beispielhafte Kalkulation

50.000 Exemplare, Abo-Auflage	Kosten
Gewicht bis 20 g (195 € p. Tsd.)	9.750,- €
Teilmengenzuschlag 10%	975,- €
Postgebühr (16 € p. Tsd.)	800,- €
Gesamtpreis	11.525,- €



／ Sichtbarkeit Ihrer Beilage in der digitalen ZEIT

Checkliste für 2026

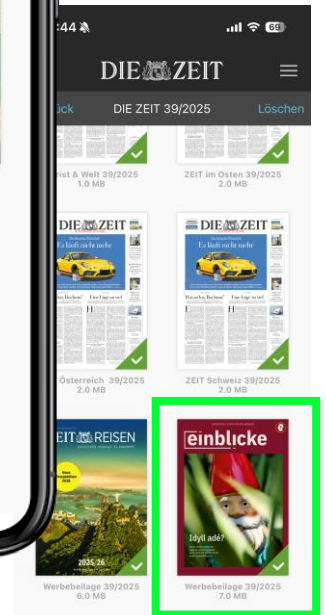
- › Größe: 2 bis 5 MB, max. 10 MB
- › Auflösung: mindestens 768 x 1024 px
Anlieferung als Einzelseiten-PDF
- › Termine: Das Material muss mind. drei Werktage vor dem Erscheinen der digitalen ZEIT vorliegen
- › Anlieferungsadresse: Bitte senden Sie das Datenmaterial an **digital_admanagement@zeit.de**

Fakten

- › Dieses Angebot ist nur 1:1 in Kombination mit einer Print-Beilage mit gleichem Erscheinungstermin buchbar (mind. Belegung: 100.000 Ex.). Verfügbarkeit vorausgesetzt. Ein Reporting ist nicht möglich
- › E-Paper-Auflage: 346.021 Exemplare (Teilbelegungen nicht möglich)
- › Preis: 29.412,- € Der Preis ist AE-fähig
- › Die digitale ZEIT erscheint in der Regel mittwochs, einen Tag vor der Printausgabe



Ihre Beilage wird in die E-Paper-App der ZEIT integriert



Preisangabe für 2026, kann unterjährig angepasst werden, zzgl. MwSt. Freibleibendes Angebot. Änderungen vorbehalten.

Preise & Auflagen

Beispielhafte Kalkulation

Bundesländer	Einzelverkauf	Abo	Gesamt
Schleswig-Holstein	1.800	3.600	5.400
Hamburg erweitert	12.000	19.000	31.000
Bremen	1.400	2.200	3.600
Niedersachsen	6.900	14.900	21.800
Nordrhein-Westfalen	18.000	45.400	63.400
Hessen	11.100	19.000	30.100
Rheinland-Pfalz	1.600	7.500	9.100
Saarland	600	2.100	2.700
Baden-Württemberg	14.800	35.600	50.400
Bayern	15.800	32.300	48.100
Berlin	8.500	15.700	24.200
Mecklenburg-Vorpommern	1.100	2.000	3.100
Brandenburg	1.400	3.600	5.000
Sachsen-Anhalt	400	1.800	2.200
Sachsen	2.700	5.400	8.100
Thüringen	700	1.800	2.500
Gesamtexemplare Inland (C&W)	98.800	211.900	310.700

Alle Preise zzgl. MwSt., Änderungen vorbehalten.

Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen, siehe advise.zeit.de

Auflagen (Print)

	Gesamt
Österreich	25.000 Ex.
Schweiz	11.500 Ex.
Christ & Welt	12.000 Ex.

Beilagenpreise (Print)

Gewicht	TKP
bis 20 g	195,- €
bis 25 g	200,- €
bis 30 g	205,- €
bis 35 g	210,- €
bis 40 g	215,- €
bis 45 g	220,- €
bis 50 g	230,- €
ab 50 g	Preis auf Anfrage

Digitale Beilage

Format	Auflage gesamt	Preis	TKP
Digitale Beilage	346.021 Ex.	29.412,- €	85,- €

Dieses Angebot ist nur 1:1 in Kombination mit einer Printbeilage mit gleichem Erscheinungstermin buchbar (mind. Belegung: 100.000 Ex., Teilbelegungen nicht möglich, Verfügbarkeit vorausgesetzt). Der Preis ist AE-fähig.



WAS TUN!

Ausgabe 2025/2026

Ein Magazin über Engagement



Eine Anzeigenbellege des Zeitverlags

Hinschauen

Wie die „Christoffel-Blindenmission“ setzt sich Journalistin Gundula Gause für gesunde Augen ein. Ein Gespräch über Krisen, Engagement und den nötigen Blick nach vorn

Dagegenhalten

Vereine, Stiftungen und NGOs stehen unter Druck – finanziell, politisch und gesellschaftlich. Was treibt Engagierte trotzdem weiter an?

Anpacken

Wie wird aus reiner Überzeugung tatkräftiges Engagement? Ex-Fußballer Neven Subotić über die Suche nach Sinn und den Weg dorthin



Großmutter Mary mit ihren zwei Enkelinnen Daniela und Maribel (Foto: ...)

Der WAS TUN!-Kosmos



WAS TUN! auf einen Blick

Erscheinungsart:

Magazin als Beilage der Abo-Auflage in DIE ZEIT

Erscheinungsweise:

Einmal jährlich

Zielgruppe:

Alle, die sich gesellschaftlich engagieren und die Gesellschaft mit einem persönlichen oder finanziellen Beitrag voranbringen möchten.

Verbreitete Auflage:

Als Beilage der Abo-Auflage (244.500 Exemplare) sowie zusätzliche Verbreitung auf Veranstaltungen der ZEIT und ihrer Tochtergesellschaften.

WAS TUN! versteht sich als **Podium** für Stiftungen, NPOs, Vereine und engagierte Unternehmen.

Es erzählt **Geschichten von Menschen und Institutionen**, die anpacken und die Gesellschaft mitgestalten wollen. **WAS TUN!** bietet Orientierung in Fragen des **gesellschaftlichen Engagements** und regt zum **aktiven Handeln** an.

In Artikeln, die mit Ihnen individuell erstellt werden, haben Sie aktive Beteiligungsmöglichkeiten.

Termine*

Erscheinungstermin	26.11.2026
Anzeigenschluss	10.09.2026
Druckunterlagenschluss	06.10.2026

*Für Advertorials gelten längere Vorlaufzeiten – wir informieren Sie. Terminänderungen vorbehalten.

Ergänzen Sie Ihre Kampagne auch digital – mit unserem **WAS TUN!-Podcast**



→ [Hier geht's zur Ausgabe 2025/2026](#)

Formate und Preise

Wie muss ein bedingungsloses Grundeinkommen gestaltet sein, um eine bessere Zukunft für alle zu ermöglichen? Zu dieser Frage forschert der Verein „Mein Grundeinkommen“. Gleichzeitig erhebt er regelmäßig Grundeinkommen von bis zu 1.200 Euro monatlich für bis zu drei Jahre. Und verändert damit Leben.

„ES VERÄNDERT DAS LEBEN IM LEBEN“

Wie muss ein bedingungsloses Grundeinkommen gestaltet sein, um eine bessere Zukunft für alle zu ermöglichen? Zu dieser Frage forschert der Verein „Mein Grundeinkommen“. Gleichzeitig erhebt er regelmäßig Grundeinkommen von bis zu 1.200 Euro monatlich für bis zu drei Jahre. Und verändert damit Leben.



Das Foto zeigt eine Gruppe von etwa zehn Personen, die in einem hellen Raum sitzen. Sie sind in unterschiedlichen Posen angeordnet, einige auf Stühlen, einige auf dem Boden. Die Atmosphäre wirkt entspannt und professionell.

Advertorial-Formate

Produkt	Umfang	Media	Kreativkosten	Foto-shooting	Gesamtpreis
Titelstory	4 Seiten Redaktion + Teaser auf dem Titel	51.500€	6.000 €	650 €	58.150 €
2/1 Seite Advertorial Premium	1 Seite Redaktion	23.850 €	3.000 €	650 €	27.500 €
Advertorial Exklusivplatzierung	1/3 Seite Redaktion	4.225 €	375 €	–	4.600 €
Spendendossier	1/2 Seite	6.200€	600 €	–	6.800 €
	1/3 Seite hoch/quer	4.100€	375 €	–	4.475 €

Fotoshooting oder Illustration(en) sind optional buchbar.
 Alle hier genannten Preise gelten nur für gemeinnützig tätige Stiftungen, Vereine, Unternehmen sowie Verbände.
 Die Kreativkosten sind nicht rabatt- oder AE-fähig.
 Alle Preise zzgl. MwSt.: Änderungen vorbehalten. Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen, advise.zeit.de

OH, WIE SCHÖN BLEIBT PANAMA!

Tiger und Bär pflanzen Regenwälder – mach mit!

Ob groß oder klein – eine heile Erde ist für uns alle kommenden Generationen wichtig. Lass uns deshalb gemeinsam Wälder schaffen. Auch Janosch's Tiger und Bär helfen kräftig mit. In Panama – dem Land ihrer Träume – pflanzen sie den Tigergenten-Wald.



Das Bild zeigt eine farbhelle Illustration eines Regenwaldes. Ein gelber Tiger und ein brauner Bär sind im Vordergrund zu sehen. Sie scheinen sich um die Pflanzung von Bäumen zu kümmern. Die Szene ist lebendig und einladend.

SPENDENDOSSIER

Eingeschränkte Pressefreiheit, wachsende Hungerkatstrophen oder schwindende Biodiversität: Die Herausforderungen für uns als Gesellschaft sind groß. Und sie verlangen Einsatz. Soziales Engagement ist facettenreich, und jeder kann etwas bewegen. Wen und wo Sie unterstützen können, zeigen die Organisationen in dieser Fundrotliste

1. EINSAM GEGEN DIE WELTWEITE HUNGERKRISE

Welt Vision

2. KINDERARMUT PRAGT EIN GANZES LEBEN

UNO NIFE

3. HUMANITÄRE HILFE UNTER DRUCK, JETZT ZÄHLT IHR EINSATZ

ProPeace

Das Dossier enthält vier Artikel, die jeweils mit einem Foto und dem Logo der jeweiligen Organisation illustriert sind. Die Artikel behandeln Themen wie Hunger, Kinderarmut, humanitäre Hilfe und soziale Gerechtigkeit.

/ Formate und Preise

Advertorial-Formate

Produkt	Umfang	Media	Kreativkosten	Foto-shooting	Gesamtpreis
WAS TUN!-Gesichter* 1	78 x 162 mm 380 Zeichen	2.785 €	150 €	–	2.935 €
Publikationsfeld 2	66,6 x 83 mm	2.785 €	150 €	–	2.935 €

*Nur in Kombination mit einem Advertorial ab 1/1-Seite möglich
Alle Preise zzgl. MwSt.: Änderungen vorbehalten. Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen, advise.zeit.de

Alleinplatzierte Anzeigen

Format	Abschnitt in mm (B x H)	Preis 4c
Doppelseite	482 x 315 mm	32.015 €
Umschlagseiten U2/U3/U4 3	241 x 315 mm	18.535 €
1/1 Seite	241 x 315 mm	16.850 €
1/2 Seite hoch/quer	120,5 x 315 / 241 x 157,5 mm	9.250 €
1/3 Seite hoch/quer	80,3 x 315 / 241 x 82 mm	6.500 €
1/4 Seite hoch/quer oder Eckfeld	120,5 x 157,5 mm	4.950 €

Alle hier genannten Preise gelten nur für gemeinnützig tätige Stiftungen, Vereine, Unternehmen sowie Verbände.
Die Kreativkosten sind nicht rabatt- oder AE-fähig. Alle Preise zzgl. MwSt. Es gelten die AGB des Zeitverlages, advise.zeit.de



WAS TUN! für...

Das Engagement-Themenspezial WAS TUN! für... erscheint in DIE ZEIT, ZEIT Christ & Welt, ZEIT:Hamburg und ZEIT im Osten. Es legt inhaltlich den Fokus auf Themen wie Erbschaft, Kinder, Bildung und Menschenrechte.

Die Sonderseiten WAS TUN! für... knüpfen an WAS TUN! an, das Magazin für gesellschaftliches Engagement, das einmal im Jahr der Aboauflage der ZEIT beiliegt.

Stärken & Produktdetails

- Ideales Umfeld, um Freiwillige zu werben, zum Spenden aufzurufen oder andere, direkte Kommunikationsziele zu erreichen
- Advertorials, die die Kommunikation im redaktionellen Rahmen für eine glaubwürdige Positionierung ermöglichen und bei denen Sie vom Markentransfer der ZEIT profitieren
- Thematische Schwerpunkte (z. B. Erbschaften, Bildung, Kinder, Menschenrechte) als maßgeschneidertes Umfeld für Ihr Storytelling
- Jeder Beitrag enthält ein Bild und ein übersichtliches Infokästchen, in dem ebenfalls Ihr Logo Platz findet
- Erstellung Ihres Formats über die Servicedredaktion



WAS TUN! für... in DIE ZEIT

Advertorials

Format	Satzspiegel	Media	Kreativkosten	Gesamtpreis
1 1/8 Seite Serviceredaktion	179 x 116 mm ca. 1.550 Zeichen	4.461,60 €	325,00 €	4.786,60 €
2 1/4 Seite Serviceredaktion	179 x 244 mm ca. 2.600 – 3.500 Zeichen	8.923,20 €	650,00 €	9.573,20 €
1/2 Seite Serviceredaktion	371 x 244 mm ca. 3.500 Zeichen	17.846,40 €	1.100,00 €	18.946,40 €

Alle hier genannten Preise gelten nur für gemeinnützig tätige Stiftungen, Vereine, Unternehmen sowie Verbände. Die Kreativkosten sind nicht rabatt- oder AE-fähig. Bitte beachten Sie, dass ein Themenspezial erst ab einem Buchungsvolumen von mindestens einer 1/1-Seite umgesetzt werden kann. Alle Preise zzgl. MwSt. Es gelten die AGB des Zeitverlages, advise.zeit.de

Anzeigen

Format	Satzspiegel in mm (B x H)	Anzulieferndes Anzeigenformat (B x H)	Preis
1/4 Seite hoch	184,5 x 264 mm	179 x 244 mm	8.923,20 €
1/2 Seite quer	371 x 264 mm	371 x 244 mm	17.846,40 €



WAS TUN! für... in ZEIT Christ & Welt

Advertorials

Format	Satzspiegel	Media	Kreativkosten	Gesamtpreis
1 1/8 Seite Serviceredaktion	179 x 116 mm ca. 1.550 Zeichen	1.240,80 €	325,00 €	1.565,80 €
2 1/4 Seite Serviceredaktion	179 x 244 mm ca. 2.600 – 3.500 Zeichen	2.481,00 €	650,00 €	3.131,00 €
1/2 Seite Serviceredaktion	371 x 244 mm ca. 3.500 Zeichen	4.963,20 €	1.100,00 €	6.063,20 €

Alle hier genannten Preise gelten nur für gemeinnützig tätige Stiftungen, Vereine, Unternehmen sowie Verbände. Die Kreativkosten sind nicht rabatt- oder AE-fähig. Bitte beachten Sie, dass ein Themenspezial erst ab einem Buchungsvolumen von mindestens einer 1/1-Seite umgesetzt werden kann. Alle Preise zzgl. MwSt. Es gelten die AGB des Zeitverlages, advise.zeit.de

Anzeigen

Format	Satzspiegel in mm (B x H)	Anzulieferndes Anzeigenformat (B x H)	Preis
1/4 Seite hoch	184,5 x 264 mm	179 x 244 mm	2.481,60 €
1/2 Seite quer	371 x 264 mm	371 x 244 mm	4.963,20 €

WAS TUN! für... in ZEIT im Osten

Advertorials

Format	Satzspiegel	Media	Kreativkosten	Gesamtpreis
1 1/8 Seite Serviceredaktion	179 x 116 mm ca. 1.550 Zeichen	1.399,20 €	325,00 €	1.724,20 €
2 1/4 Seite Serviceredaktion	179 x 244 mm ca. 2.600 – 3.500 Zeichen	2.798,40 €	650,00 €	3.448,40 €
1/2 Seite Serviceredaktion	371 x 244 mm ca. 3.500 Zeichen	5.596,80 €	1.100,00 €	6.696,80 €

Alle hier genannten Preise gelten nur für gemeinnützig tätige Stiftungen, Vereine, Unternehmen sowie Verbände. Die Kreativkosten sind nicht rabatt- oder AE-fähig. Bitte beachten Sie, dass ein Themenspezial erst ab einem Buchungsvolumen von mindestens einer 1/1-Seite umgesetzt werden kann. Alle Preise zzgl. MwSt. Es gelten die AGB des Zeitverlages, advise.zeit.de

Anzeigen

Format	Satzspiegel in mm (B x H)	Anzulieferndes Anzeigenformat (B x H)	Preis
1/4 Seite hoch	184,5 x 264 mm	179 x 244 mm	2.798,40 €
1/2 Seite quer	371 x 264 mm	371 x 244 mm	5.596,80 €



WAS TUN! für... in ZEIT Hamburg

Advertorials

Format	Satzspiegel	Media	Kreativkosten	Gesamtpreis
1 1/8 Seite Serviceredaktion	179 x 116 mm ca. 1.550 Zeichen	2.904,00 €	325,00 €	3.229,00 €
2 1/4 Seite Serviceredaktion	179 x 244 mm ca. 2.600 – 3.500 Zeichen	5.808,00 €	650,00 €	6.458,00 €
1/2 Seite Serviceredaktion	371 x 244 mm ca. 3.500 Zeichen	11.616,00 €	1100,00 €	12.716,00 €

Alle hier genannten Preise gelten nur für gemeinnützig tätige Stiftungen, Vereine, Unternehmen sowie Verbände. Die Kreativkosten sind nicht rabatt- oder AE-fähig. Bitte beachten Sie, dass ein Themenspezial erst ab einem Buchungsvolumen von mindestens einer 1/1-Seite umgesetzt werden kann. Alle Preise zzgl. MwSt. Es gelten die AGB des Zeitverlages, advise.zeit.de

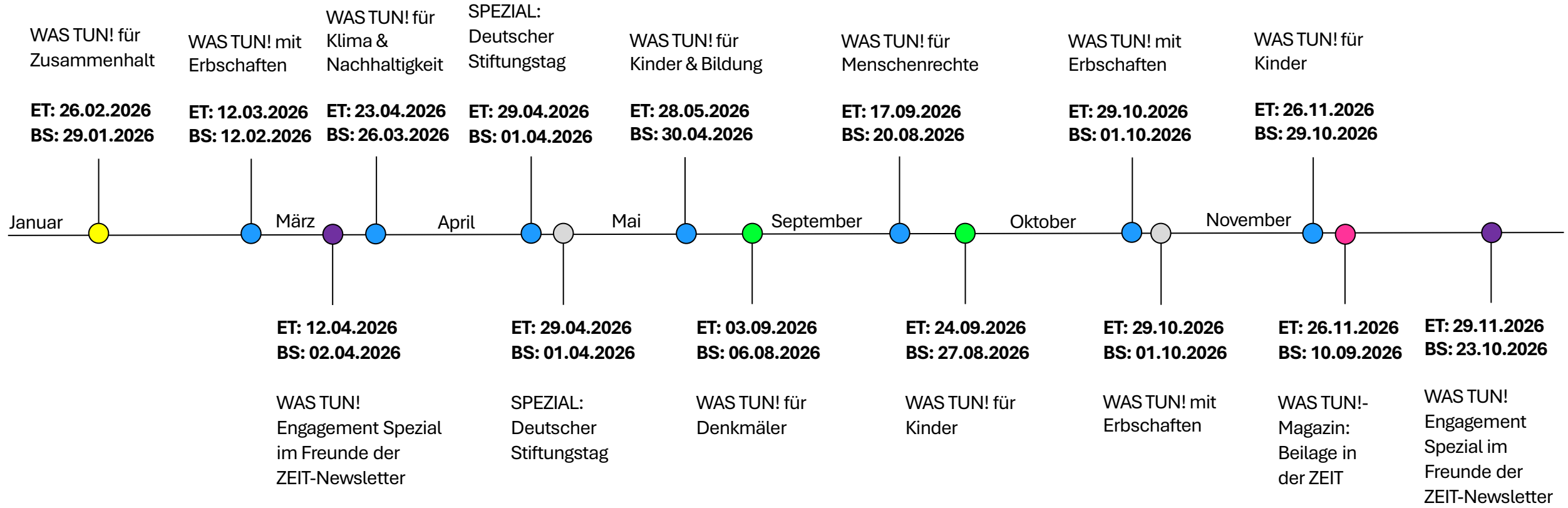
Anzeigen

Format	Satzspiegel in mm (B x H)	Anzulieferndes Anzeigenformat (B x H)	Preis
1/4 Seite hoch	184,5 x 264 mm	179 x 244 mm	5.808,00 €
1/2 Seite quer	371 x 264 mm	371 x 244 mm	11.616,00 €



Termine & Themen im Überblick

ET = Erscheinungstermin; BS = Buchungsschluss



- DIE ZEIT
- DIE ZEIT Christ & Welt
- DIE ZEIT im Osten
- DIE ZEIT Hamburg
- WAS TUN! Magazin
- Freunde der ZEIT-Newsletter



Individuelles Advertorial: WAS TUN! für...

Exklusiv, glaubwürdig und im redaktionell-anmutenden WAS TUN!-Look: Für Ihre Projekte können Sie ab sofort unser individuelles Advertorial im Design der Themenspeziale WAS TUN! für... in der ZEIT buchen. Ihr Advertorial ist eingebettet in einen redaktionellen Rahmen, den die Servicedredaktion zugeschnitten auf Ihr gewünschtes Schwerpunktthema gestaltet. So gewinnen Sie mehr Raum, um Ihre Themen zu vertiefen und die engagierte ZEIT-Leserschaft für Ihre Anliegen zu begeistern.

Termine: individuell nach Verfügbarkeit

Individuelles Advertorial: WAS TUN! für...

Format	Satzspiegel	Media	Kreativkosten	Gesamtpreis
1/2 Seite Advertorial/Anzeige + 1/2 Seite Servicedredaktion	371 x 264 mm	35.692,80 €	1.650,00 €	37.342,80 €

1/2-Seite individuelles Advertorial WAS TUN! für... auf Anfrage. Alle hier genannten Preise gelten nur für gemeinnützig tätige Stiftungen, Vereine, Unternehmen sowie Verbände. Die Kreativkosten sind nicht rabatt- oder AE-fähig. Alle Preise zzgl. MwSt. Es gelten die AGB des Zeitverlages, advise.zeit.de



ANZEIGE | GESellschaftliches Engagement | Ein Spezial der ZEITmagazine

WAS TUN! FÜR MENSCHENRECHTE

Weitweit sind die Rechte queerer Menschen unter Druck, mancherorts droht gar die Todesstrafe. Umso wichtiger ist der Protest der Masse bei Pride Parades wie etwa in Budapest – für Gleichberechtigung und Schutz der LGBTQIA+ Communitys.

BUNTES DEUTSCHLAND
Zwölf Prozent der Deutschen identifizieren sich als LGBTQIA+.

Aus 100 Millionen
Zwölf Prozent der Deutschen identifizieren sich als LGBTQIA+.

WAS TUN! FÜR MENSCHENRECHTE
Weitweit sind die Rechte queerer Menschen unter Druck, mancherorts droht gar die Todesstrafe. Umso wichtiger ist der Protest der Masse bei Pride Parades wie etwa in Budapest – für Gleichberechtigung und Schutz der LGBTQIA+ Communitys.

AMNESTY INTERNATIONAL

„Liebe ist ein Menschenrecht“

IHRE RECHTE SIND IN DEUTSCHLAND BEDROHT.

Weil sie sich lieben. Queere Rechte schützen. Jetzt spenden.

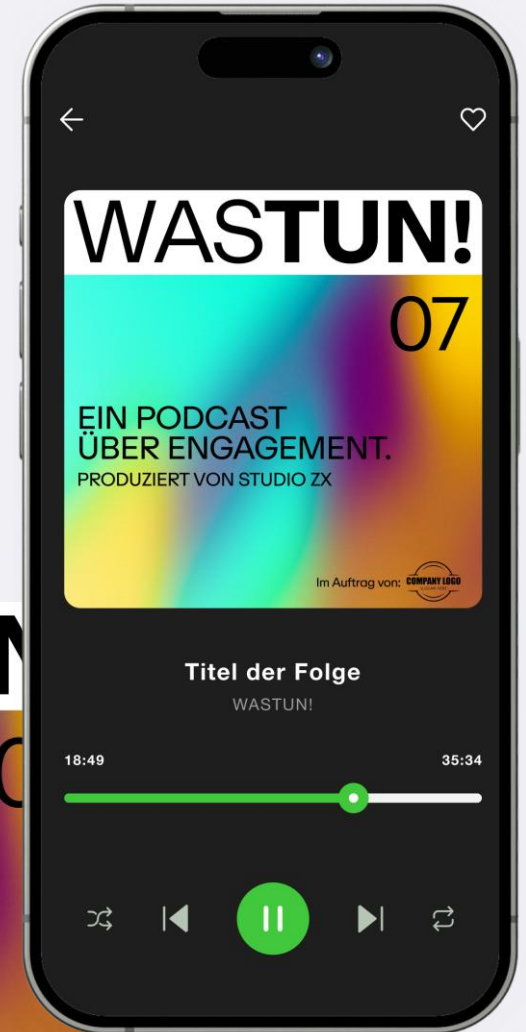
/ Der WAS TUN!-Podcast: Zuhören, Mitfühlen, Mitmachen!

Direkt, persönlich und nah: Im neuen WAS TUN!-Podcast erzählen wir Geschichten, die zeigen, wie Engagement wirklich aussieht.





Ob Organisationen, Menschen oder Projekte: Machen Sie sichtbar, was oft im Verborgenen wirkt. Unsere drei neuen Erzählformate geben Orientierung, machen Mut – und laden die Hörer:innen dazu ein, für Sie aktiv zu werden:

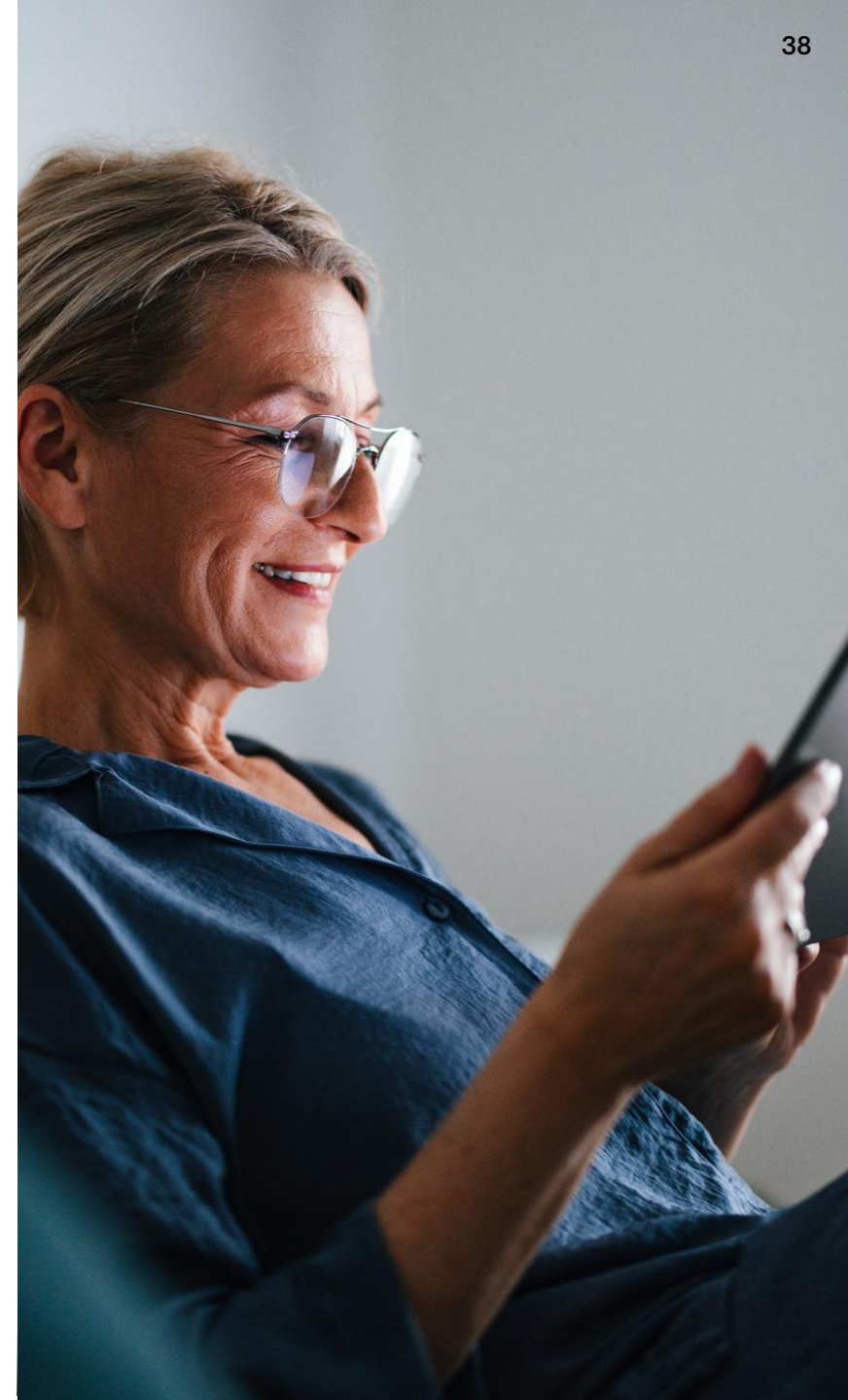
- **„Die Visitenkarte“** stellt NPOs und Initiativen kompakt vor. (Standard)
- **„Hilfe im Portrait“** erzählt über das Engagement einer Person aus Ihrem Projekt. (Premium)
- **„Helfenden zur Hand gehen“** nimmt die Hörer:innen in einer Reportage hautnah mit an die Orte Ihres Wirkens. (Premium)

Neugierig geworden?
So hört sich
WAS TUN! an:
**Hier geht's zum
Audioteaser**



/ Unsere Argumente für den WAS TUN!-Podcast

-  **Sichtbarkeit für Organisationen und Projekte**
 - **Direkt & persönlich:** Engagement sichtbar machen
 - **Storytelling statt Werbung:** Echte Geschichten statt trockener Fakten
 - **Reichweite & Vertrauen:** Authentische Formate schaffen Glaubwürdigkeit und erreichen interessierte Zielgruppen
-  **Emotionaler Mehrwert**
 - **Mitfühlen & Mitmachen:** Hörer:innen emotional ansprechen und motivieren, aktiv zu werden
 - **Nahbarkeit:** Echte Erfahrungen von Helfenden machen Engagement greifbar
 - **Markenbindung:** Emotionale Geschichten bleiben länger im Gedächtnis
-  **Strategischer Nutzen für Fundraising**
 - **Storytelling:** Emotionalisierte Geschichten erhöhen Spendenbereitschaft
 - **Community-Bindung:** Engagierte Hörer:innen entwickeln eine stärkere Bindung zur Organisation
-  **Flexibilität durch unterschiedliche Formate**
 - **Drei neue Formate:** Die Visitenkarte (Standard), Hilfe im Portrait (Premium), Helfenden zur Hand gehen (Premium)



/ Zahlen und Fakten zu Podcast-Hörer:innen:



33%

der Menschen in Deutschland hören regelmäßig Podcasts, 23% sogar täglich.²



90%

der Hörenden nutzt Smartphone und Kopfhörer. Dieses unmittelbare und störungsfreie Hörerlebnis erzeugt eine besondere Aufmerksamkeit.²

Podcasts schaffen Vertrauen, sind authentisch und haben eine starke Bindung zu den Hörenden.



89%

der Nutzer:innen hören Podcasts aufmerksam zu, wodurch Botschaften gezielt ankommen.¹



Quellen: ¹ iq digital Podcast Grundlagenstudie 2025; ² RMS Podcast Studie 2024.

/ Zahlen und Fakten rund um Podcasts

Wer hört Podcasts?

Podcast ist nicht einfach nur ein weiterer Audio-Kommunikationskanal, sondern ein ganz eigenständiges Medium.

- Bewusste und aktive Ansteuerung und Nutzung
- Interessengeleitetes und wortbasiertes Medium
- Orts- und zeitunabhängig
- Vielfältige Formate und Genres
- Junge und attraktive Zielgruppe¹

Intensive Nutzung

Ø 2,5 Std.

verbringen die Menschen pro Woche mit Podcasts²

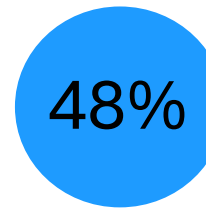
Hohe Aufmerksamkeit

89 %

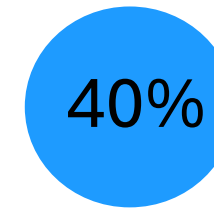
hören Podcasts bis zum Ende⁴

Die häufigsten Nutzungssituationen³

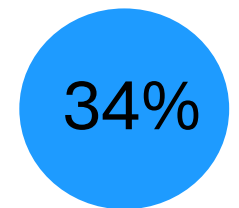
Unterwegs im
Auto



Während der
Hausarbeit



Um Wartezeiten zu
überbrücken



Relevante Themenbereiche für Podcast-Hörer:innen¹



Quellen: ¹ iq digital Podcast Grundlagenstudie 2023; ² Bitkom e.V. 2024; ³ RMS Podcast Studie 2024; ⁴ iq digital Podcast Grundlagenstudie 2020.

/ Standard: Die WAS TUN! Visitenkarte

Welches gesellschaftliche Problem möchten Sie als Non-Profit-Organisation lösen? Welche Menschen arbeiten bei Ihnen – und wem helfen Sie? Die „WAS TUN! Visitenkarte“ begeistert für Ihr Projekt und fordert zum Spenden auf.

Der Inhalt: Journalistisch professionell und berührend stellen wir Sie und Ihre Arbeit vor. Nach 15 Minuten Podcast wissen die Hörer:innen, wer hinter Ihrer NPO oder Initiative steht, und für welchen Zweck Sie sich wie einsetzen. Dabei geben wir den Hörer:innen immer auch konkrete Tipps an die Hand, wie man unterstützen kann.

Die Umsetzung: Auditive Steckbriefe, die wir anhand eines Kurzinterviews umsetzen. Die Gespräche folgen einem klaren Raster, in dem die wichtigsten Fragen potenzieller Spender:innen beantwortet werden.

Dauer: 15 bis 20 Minuten

advise.zeit.de



/ Premium 1: WAS TUN! Hilfe im Portrait

Menschen interessieren sich für Menschen: Deshalb porträtieren wir in diesem Format einen Ihrer Mitarbeitenden und zeigen anhand von seiner Geschichte, wie Engagement aussieht.

Der Inhalt: Die Portraitreihe lebt von Schlüsselmomenten: Was hat die Person bewogen, sich für andere einzusetzen? Wie ist sie aufgewachsen, wie lebt sie heute? Was hat sie erlebt? So lernen wir, besser zu verstehen, was Menschen zu Helfenden gemacht hat – und immer weiter antreibt.

Die Umsetzung: Der Podcast gibt einen persönlichen, intimen Einblick in die Gedanken- und Gefühlswelt und ebenso in die Problemlagen, denen Helfende entgegentreten. Fundament ist ein ausgeruhtes Interview mit eine/r Protagonist:in aus dem operativen Bereich einer Hilfsorganisation.

Dauer: 45 Minuten bis 1 Stunde

advise.zeit.de



/ Premium 2: WAS TUN! Helfenden zur Hand gehen

Mittendrin, statt nur dabei? Das wirkt. Wenn Hilfe anhand von konkreten Erlebnissen, Ereignissen und Erfahrungen greifbar wird, dann steigt unsere Empathie. Und auch unsere Bereitschaft zu spenden.

Der Inhalt: Unser/e WAS TUN!-Reporter:in ist bei Ihren Projekten vor Ort mit dabei und begleitet Ihre Organisation bei dem, was sie tut. Für einen Tag engagiert er/sie sich in Ihrer Institution oder Ihrem Vereinen. Der Reportagepodcast führt an den Ort des Geschehens, und berichtet vom Einsatz fürs Gemeinwohl.

Die Umsetzung: In jeder Folge steht „eine Mission“ im Vordergrund, die Tätigkeiten zeigt, die die Haupt- und Ehrenamtlichen jeden Tag verrichten sowie den Impact, den sie damit haben.

Dauer: 45 Minuten bis 1 Stunde



/ So entsteht Ihre Podcastfolge

Kick-Off-Termin

- Start: 8 Wochen vor der Ausstrahlung
- Persönliches Kennenlernen zwischen Ihnen und dem Studio ZX
- Klärung zentraler Fragen: Ihre Ziele, inhaltlicher Fokus, passende Erzählform
- Festlegen von Tonalität und Stimmung der Folge
- Erstellung Projektsplan

Redaktion & Konzept

- Entwicklung eines Storyboards
- Erstellung eines redaktionell fundierten Skripts, welches die Botschaft klar transportiert
- Abstimmung mit Ihnen sowie Ihre finale Freigabe

Aufnahme

- Organisation & technische Umsetzung der Aufnahme
- Bereitstellung & Einweisung der benötigten Technik für Ihre Sprecher:innen
- Vor-Ort Begleitung & Organisation bei Reportageformaten

Postproduktion

- Schnitt, Musik, Intro & Outro
- Gestaltung der Podcastkachel im WAS TUN!-Look
- Vorbereitung der Shownotes
- finale Abstimmung der Folge mit Ihnen vor der Veröffentlichung

Veröffentlichung

- Ihre WAS TUN! Podcastfolge erscheint und wird über die Mediakanäle der ZEIT beworben.
- Nach Beendigung der Media-kampagne erhalten Sie ihr Reporting (Clickrate, Streams, Downloads etc.)

/ WAS TUN!-Podcasts: Die drei Pakete

/ Paket S

Brutto-
Mediareichweite:
ca. 521 Tsd.

Eine WAS TUN!-Podcastfolge Ihrer Wahl – mit prominentem digitalem Auftritt und Reichweitenaufbau über digitale Werbemittel auf zeit.de sowie zwei Newsletter

DIGITAL

- WAS TUN!-Podcastfolge Standard* oder eine der Premiumfolgen**
- Digitalkampagne auf zeit.de **200.000 Ad Impressions*****
- **1x** Bild-Text Anzeige im SINN-Newsletter
- **1x** Bild-Text Anzeige im Freunde der ZEIT-Newsletter

BUCHUNGSOPTION 1 (MIT STANDARDFOLGE*) BUCHUNGSOPTION 2 (MIT PREMIUMFOLGE** 1 ODER 2)

12.500,- €

13.950,- €

/ Paket M

Brutto-
Mediareichweite:
ca. 2,06 Mio.

Eine WAS TUN!-Podcastfolge Ihrer Wahl – mit starkem crossmedialem Auftritt und Reichweitenaufbau über digitale Werbemittel auf zeit.de , vier Newsletterausgaben sowie ein Printmagazin

DIGITAL

- WAS TUN!-Podcastfolge Standard* oder eine der Premiumfolgen**
- Digitalkampagne auf zeit.de **234.448 Ad Impressions*****
- **2x** Bild-Text Anzeige im SINN-Newsletter
- **2x** Bild-Text Anzeige im Freunde der ZEIT-Newsletter

PRINT

- 1/3-Seite hoch ZEITmagazin

BUCHUNGSOPTION 1 (MIT STANDARDFOLGE*) BUCHUNGSOPTION 2 (MIT PREMIUMFOLGE** 1 ODER 2)

23.500,- €

24.950,- €

/ Paket L

Brutto-
Mediareichweite:
ca. 3,18 Mio.

Eine WAS TUN!-Podcastfolge Ihrer Wahl – mit starkem crossmedialem Auftritt und Reichweitenaufbau über digitale Werbemittel auf zeit.de, vier Newsletterausgaben sowie zwei Printpräsenzen

DIGITAL

- WAS TUN!-Podcastfolge Standard* oder eine der Premiumfolgen**
- Digitalkampagne auf zeit.de **429.761 Ad Impressions*****
- **2x** Bild-Text Anzeige im SINN-Newsletter
- **2x** Bild-Text Anzeige im Freunde der ZEIT-Newsletter

PRINT

- 1/3-Seite hoch ZEITmagazin
- 1/3-Seite hoch WAS TUN!-Magazin

BUCHUNGSOPTION 1 (MIT STANDARDFOLGE*) BUCHUNGSOPTION 2 (MIT PREMIUMFOLGE** 1 ODER 2)

30.500,- €

31.950,- €

Allgemein gilt: Vorlaufzeit 8 Wochen. Mediapaket auch flexibel buchbar mit Mindestbuchungsvolumen 12.500,- €. Die Podcast-Pakete sind nicht AE-fähig. Alle Preise zzgl. MwSt. Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen. Preise gelten nur für Stiftungen.

* Produktionskosten Standardfolge 2.738,- €

** Produktionskosten Premiumfolge 4.200,- €

*** Ad Impressions beschreiben die Einblendung einer Werbeanzeige auf einer Webseite oder in einer App und zählen, wie oft eine Anzeige potenziell gesehen wurde.



/ ZEIT für Unternehmer

Erscheinungsturnus:

4 x im Jahr

Verbreitete Auflage:

87.000 Expl., mit
personalisierter
Zustellung:
postalischer Versand:
47.000 Expl.
E-Paper: 40.000 Expl.
weitere Verteilung über
Veranstaltungen der ZEIT-
Tochter Studio ZX

Zielgruppe:

mittelständische
Unternehmer:innen und
Top-Führungskräfte

... ist das große Wirtschaftsmedium für den Mittelstand und erreicht durch einen individualisierten Versand die mittelständischen Unternehmer:innen persönlich in unterschiedlichsten Branchen bundesweit.

... beschreibt, was Unternehmerinnen und Unternehmer bewegen, aber auch was sie bewegt. Wie sie sich einbringen, ihrer Verantwortung gerecht werden, Probleme lösen, Technologien entwickeln, Risiken eingehen, den Wandel vorantreiben.

... ist ein Produkt der ZEIT-Wirtschaftsredaktion und zeichnet sich durch seinen erstklassigen publizistischen Standard aus – ganz im Einklang mit dem renommierten Leitmedium DIE ZEIT.

Alleinplatzierte Anzeigen

Format	Abschnitt in mm (B x H)	Grundpreis (4c)
1/1 Seite	215 x 262	19.900,- €
1/2 Seite hoch / quer	99 x 262 / 215 x 131	12.935,- €
1/3 Seite hoch / quer	66 x 262 / 215 x 89	9.950,- €

Beschnittzugabe bei Anschnittformaten an allen Seiten 5 mm.

Preise sind AE-provisions- und rabattfähig und verstehen sich zzgl. MwSt. Änderungen vorbehalten.

Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen, advise.zeit.de

Ergänzen
Sie Ihre Kampagne
auch digital – mit dem
ZEIT für Unternehmer
Newsletter!



WAS TUN! für... in ZEIT für Unternehmer

Ab sofort erscheint unser Themenspezial „WAS TUN! für...“ auch in **ZEIT für Unternehmer** – dem Mittelstands-Magazin der ZEIT Verlagsgruppe. Es richtet sich mit hoher inhaltlicher Qualität branchenübergreifend an mittelständische Unternehmer:innen und Top-Führungskräfte – persönlich, bundesweit und ohne Streuverluste. So erreichen Sie gezielt eine **einflussreiche und finanzstarke Zielgruppe**, die **gesellschaftlichen Wandel aktiv mitgestalten** will.

Ihr **Advertorial** kann flexibel in jeder Ausgabe platziert werden und wird im Rahmen unserer Servicedredaktion individuell für Sie gestaltet – mit Themen-Schwerpunkten Ihrer Wahl, etwa **Erbschaften** oder **Großspender:innen**. Wählen Sie zwischen einem **klassischen Beitrag** oder dem Format „**3 Fragen an ...**“ – einem kompakten Interview mit einer: einem Vertreter:in Ihrer Organisation.

WAS TUN! für... in ZEIT für Unternehmer

Format	Satzspiegel	Media	Kreativkosten	Gesamtpreis
1/2 Seite Advertorial + 1/2 Seite Servicedredaktion: klassischer Beitrag oder „3 Fragen an...“	215 x 262 mm ca. 1.650 Zeichen	9.000,- €	450,- €	9.450,- €

Alle hier genannten Preise gelten nur für gemeinnützig tätige Stiftungen, Vereine, Unternehmen sowie Verbände. Die Kreativkosten sind nicht rabatt- oder AE-fähig. Alle Preise zzgl. MwSt. Es gelten die AGB des Zeitverlages, advise.zeit.de

advise.zeit.de

WAS TUN! FÜR EINE ENKELFÄHIGE ZUKUNFT

Wir Menschen übersehen meist die geliebte Leistungsträger der Natur. Täglich sind sie im Einsatz für uns, ohne es zu wissen oder gar zu berechnen. Würden sie es tun: Es geht um Milliarden-Euro-Summen.

DREI FRAGEN AN 32 Echte Leistungsträger – milliardenstark!

Wir ist für Sie ein echter Leistungsträger? Die Insekten, die wir so oft für die Beschädigung halten, sind auf 500 Millionen Dollar pro Jahr geschätzt. Die Leistungen der Natur erschaffen uns wie selbstverständlich. Und sie überleben, jede dritte Insektenart ist akut bedroht. Eine Dutzend, keine 10, sind alle, die wir als Mensch kennen, das sind etwa 200.000 Arten. Wenn Sie Mädelchen bekennen, was ein Glühwürmchen wert ist, werden Sie sich für die planetarische Gesundheit, was heißt das? Wir alle brauchen Luft, Wasser, saubere Pflanzen und tierische...

DR. ECKART VON HIRSCHHAUSEN ist Arzt, Wissenschaftler, Autor und Gründer der Stiftung Grüne Erde - Genesung Mensch. Mit der Kampagne «Grüne Erde - Genesung Mensch» hat er mit überaus kreativen, wie großartigem biologischen Artenschutz für die Welt geschafft.

STIFTUNG GESUNDE ERDE - GESUNDE MENSCHEN ist global (Hauptort: 90 | 10559 Berlin, Tel.: +49 30 102 171 11) www.stiftung-gegen.de

1

ZEIT LEO (mit Familienzeit)

Erscheinungsart:

Magazin

Erscheinungsweise:

6x im Jahr

Verkaufte Auflage:
50.000 Exemplare
(Verlagsangabe)
Reichweite:
242.000 Leser:innen
(KMM 2020)
Zielgruppe:
neugierige, aufgeweckte
Kinder im Alter von 7 bis 13
Jahren und deren Eltern

... nimmt Kinder mit auf Abenteuer: alle Geschichten werden so erzählt, dass sie besonders spannend für Kinder sind und ihnen Spaß machen.

... bietet eine vielfältige Mischung aus faszinierenden Themen, die Kinder interessieren und beschäftigen z. B. Tiere, Freunde, Umwelt, Klima und Nachhaltigkeit, Kulturelles, Reisen, Digitales, Forschung und vieles mehr.

... erreicht nicht nur die Kinder sondern auch die Eltern.

Alleinplatzierte Anzeigen

Format	Abschnitt in mm (B x H)	Grundpreis (4c)
1/1 Seite	215 x 262	10.200,- €
1/2 Seite hoch / quer	99 x 262 / 215 x 131	6.120,- €
1/3 Seite hoch / quer	66 x 262 / 215 x 89	5.100,- €
Eckfeld*	90 x 117	4.080,- €

* Satzspiegelformat, keine Alleinplatzierung möglich. Beschnittzugabe bei Abschnittformaten an allen Seiten 5 mm.
Preise sind AE-provisions- und rabattfähig und verstehen sich zzgl. MwSt. Änderungen vorbehalten.
Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen, advise.zeit.de



Ergänzen Sie
Ihre Kampagne auch
digital – mit unserem
**Familienzeit-
Newsletter**

Erscheinungsart:

Magazin

Erscheinungsweise:

4x jährlich

Verkaufte Auflage:

96.654 Exemplare (IVW III/2025)

Reichweite:

447.000 Leser:innen (AWA 2025)

Zielgruppe:

Studierende, Absolvent:innen und Young Professionals

... ist das junge Magazin der Wochenzeitung die ZEIT und die wichtigste, crossmediale Marke der Gen Z und Gen Y.

... bereichert und empowert seine Leser:innen und begleitet sie durch eine der aufregendsten Lebensphasen auf ihrem Weg durch das Studium und in den ersten Job.

... spürt die Themen auf, die gerade in der Luft liegen und erzählt, was Studierende und Berufseinsteiger:innen bewegt, woran sie zweifeln, wofür sie kämpfen und wovon sie träumen.

... ist das meistgelesene Karrieremedium (Universum Talent Research 2023).

Alleinplatzierte Anzeigen

Format	Abschnitt in mm (B x H)	Grundpreis (4c)	Reduzierter Preis**
1/1 Seite	215 x 262	18.900,00 €	12.285,00 €
1/2 Seite hoch / quer	99 x 262 / 215 x 131	12.285,00 €	7.985,25 €
1/3 Seite hoch / quer	66 x 262 / 215 x 89	9.450,00 €	6.142,50 €
1/4 Seite Magazinformat*	90 x 117	7.560,00 €	4.914,00 €

* Satzspiegelformat, keine Alleinplatzierung möglich.

**Die reduzierten Preise gelten für gemeinnützig tätige Stiftungen, Vereine, Unternehmen sowie Verbände. Preise sind AE-provisions- und rabattfähig und verstehen sich zzgl. MwSt. Änderungen vorbehalten. Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen, advise.zeit.de

Ergänzen Sie
Ihre Kampagne auch
digital – mit dem
ZEIT CAMPUS
Newsletter!



/ ZEIT Studienführer

Erscheinungsart:

Magazin

Erscheinungsweise:

1x jährlich

Verkaufte Auflage:
90.000 Exemplare
(Verlagsangabe)

Zielgruppe:
Abiturient:innen,
Studieneinsteiger:innen und
Hochschulwechsler:innen

- ... ist ein unverzichtbarer Wegweiser für Abiturient:innen, Studieneinsteiger:innen und Hochschulwechsler:innen.
- ... bietet Orientierungs- und Entscheidungshilfe zu den Fragen: Was studieren? Wo studieren? Wie studieren?
- ... beantwortet alle wichtigen Fragen rund um den Start in den neuen Lebensabschnitt, gibt wertvolle Tipps zum Studienstart sowie zur Studienfinanzierung.
- ... hilft bei der Entscheidung für die passende Fachrichtung und den Studienort.

Alleinplatzierte Anzeigen

Format	Abschnitt in mm (B x H)	Grundpreis (4c)
1/1 Seite	215 x 262	11.250,- €
1/2 Seite hoch / quer	99 x 262 / 215 x 131	7.312,- €
1/3 Seite hoch / quer	66 x 262 / 215 x 89	5.625,- €

* Satzspiegelformat, keine Alleinplatzierung möglich. Beschnittzugabe bei Abschnittformaten an allen Seiten 5 mm
Preise sind AE-provisions- und rabattfähig und verstehen sich zzgl. MwSt. Änderungen vorbehalten.
Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen, advise.zeit.de

Ergänzen
Sie Ihre Kampagne
auch digital – mit dem
Und was macht die Uni?
Podcast und
**ZEIT Campus
Newsletter!**



Produktart:

Magazin

Erscheinungsturnus:

6 x im Jahr

Verkaufte Auflage:102.039 Exemplare
(IVW III/2025)**Reichweite:**

725.000 Leser:innen (AWA 2025)

Zielgruppe:innovationsinteressierte,
aufgeschlossene und
meinungsbildende Leser:innen
im Alter von 20 bis 59 Jahren

... inspiriert aufgeschlossene Menschen und ist der Schlüssel zu den relevanten Themen des Lebens – ein kluger Begleiter des Alltags.

... ist fundiert und charmant wie DIE ZEIT, aber leichter zu lesen.

... ist ein Gesprächspartner auf Augenhöhe, der inspiriert.

... gelingt mit einer klaren Sprache und opulenten Bildern auch zu komplexen Themen der Zugang.

Alleinplatzierte Anzeigen

Format	Abschnitt in mm (B x H)	Grundpreis (4c)	Reduzierter Preis*
1/1 Seite	215 x 262	18.900,00 €	12.285,00 €
1/2 Seite hoch / quer	99 x 262 / 215 x 131	12.285,00 €	7.985,25 €
1/3 Seite hoch / quer	66 x 262 / 215 x 89	9.450,00 €	6.142,50 €

* Die reduzierten Preise gelten für gemeinnützig tätige Stiftungen, Vereine, Unternehmen sowie Verbände.
Beschnittzugabe bei Anschnittformaten an allen Seiten 5 mm.
Preise sind AE-provisions- und rabattfähig und verstehen sich zzgl. MwSt. Änderungen vorbehalten.
Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen, advise.zeit.de

Ergänzen Sie Ihre Kampagne auch digital – mit dem **Woher weißt du das?** Podcast und Newsletter!



/ ZEIT Geschichte

Produktart:

Magazin

Verkaufte Auflage:

60.000 Exemplare

40.000 Abonnent:innen

Zielgruppe:

Gebildete und interessierte

Leser:innen im besten Alter

... schlägt die Brücke zur Gegenwart und bietet facettenreiches, fundiertes historisches Wissen mit opulenten Bildern zur Unterhaltung, Information und Orientierung.

... stellt große historische Figuren, bedeutende Epochen und bis ins Heute wirkende Ideen der jüngeren und älteren Weltgeschichte vor – anschaulich, spannend und kontrovers.

... erreicht eine kaufkräftige, vielseitig interessierte, qualitätsbewusste, gebildete und aufgeschlossene Leserschaft, die gerne spendet.
Hauptinteressensgebiete sind Literatur, Kultur und Reise.

Alleinplatzierte Anzeigen

Format	Abschnitt in mm (B x H)	Grundpreis (4c)
1/1 Seite	215 x 262	10.200,- €
1/2 Seite hoch / quer	99 x 262 / 215 x 131	6.120,- €
1/3 Seite hoch / quer	66 x 262 / 215 x 89	5.100,- €
1/4 Seite Magazinforma*	90 x 117	4.080,- €

* Satzspiegelformat, keine Alleinplatzierung möglich. Beschnittzugabe bei Abschnittformaten an allen Seiten 5 mm.
Preise sind AE-provisions- und rabattfähig und verstehen sich zzgl. MwSt. Änderungen vorbehalten.
Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen, advise.zeit.de

Ergänzen Sie Ihre
Kampagne auch digital –
mit unserem Podcast
**Wie war das
nochmal?**



/ ZEIT VERBRECHEN

Erscheinungsart:

Magazin

Erscheinungsweise:

6x im Jahr

Verkaufte Auflage:

55.000 Exemplare

Zielgruppe:

junge, reflektierte,
gesellschaftspolitische und
interessierte Leserschaft

- ... berichtet über echte Kriminalfälle aus Deutschland, Österreich und der Schweiz und blickt auf die Menschen und ihre Motive hinter den Taten.
- ... zeichnet sich neben der journalistischen Qualität durch seine opulente und moderne Bildsprache aus.
- ... erreicht eine sehr junge, überwiegend weibliche Leserschaft mit einem Durchschnittsalter von 30 Jahren und einem Leser:innen-Anteil von 65 %. Über die Hälfte der Leser:innen sind zwischen 20 und 30 Jahren alt.
- ... wird intensiv gelesen: 80 % der Leser:innen lesen über die Hälfte oder sogar (fast) alle Artikel.

Alleinplatzierte Anzeigen

Format	Abschnitt in mm (B x H)	Grundpreis (4c)
1/1 Seite	215 x 262	10.200,- €
1/2 Seite hoch / quer	99 x 262 / 215 x 131	6.120,- €
1/3 Seite hoch / quer	66 x 262 / 215 x 89	5.100,- €
1/4 Seite Magazinformat*	90 x 117	4.080,- €

* Satzspiegelformat, keine Alleinplatzierung möglich. Beschnittzugabe bei Anschnittformaten an allen Seiten 5 mm.
Preise sind AE-provisions- und rabattfähig und verstehen sich zzgl. MwSt. Änderungen vorbehalten.
Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen, advise.zeit.de

Quelle: Verlagsangabe, Leser:innenumfrage
ZEIT VERBRECHEN 2022

advise.zeit.de

Ergänzen Sie
Ihre Kampagne auch
digital – mit dem
ZEIT VERBRECHEN
Podcast und
Newsletter!



DIGITAL

/ 11 Millionen User:innen
vertrauen zeit.de und
finden Orientierung in
unserem unabhängigen
Journalismus**



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

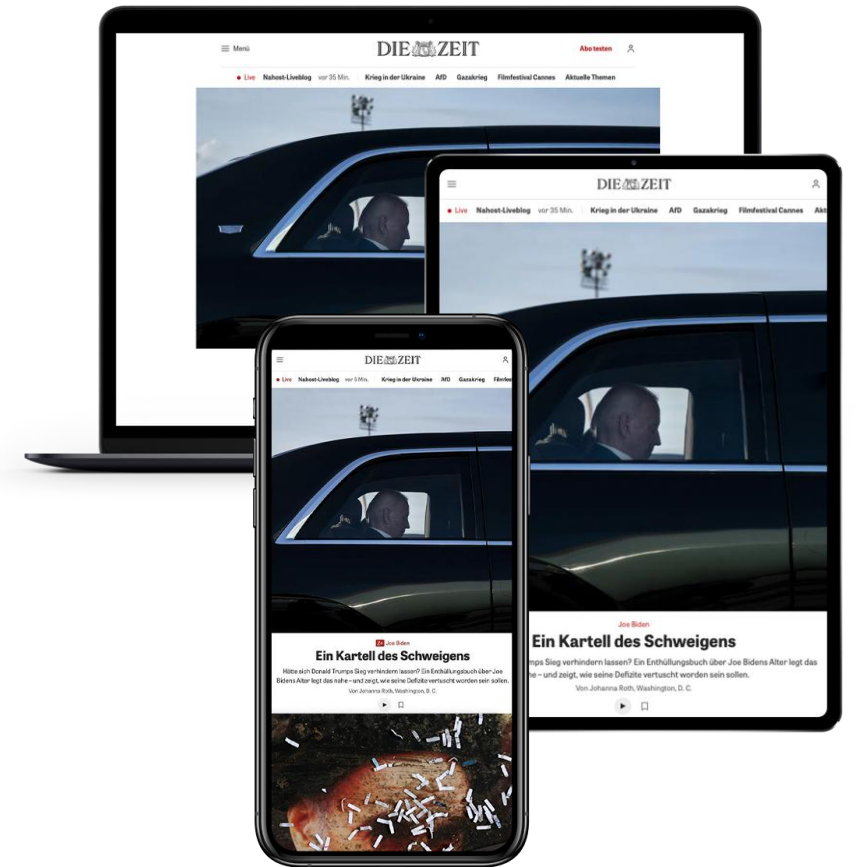
Mit über 11 Mio. Nutzer:innen monatlich gehört zeit.de zu den größten Nachrichtenangeboten Deutschlands.

EINZIGARTIGE INNOVATIONSKRAFT

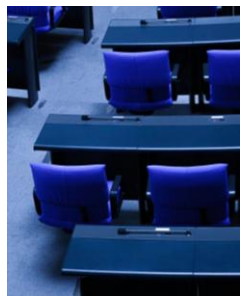
zeit.de wird regelmäßig für seine Innovationskraft ausgezeichnet, wie beim European Digital Publishing Award 2024 als „Digital Publishing Platform of the Year“.

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

Das Politik-Ressort von der ZEIT bietet eine breite und tiefgehende Berichterstattung über politische und geopolitische Themen aus aller Welt.

zeit.de Wirtschaft

Tiefgehende Einblicke in komplexe wirtschaftliche Zusammenhänge sowie Beiträge zu wirtschaftlichen Entwicklungen auf Gesellschaft und Unternehmen.

zeit.de Feuilleton

Das Umfeld für Schönes, Hintergründiges und manchmal auch Abseitiges aus Literatur, Film, Musik und Kunst.

zeit.de Gesellschaft

Aktuelle Nachrichten und Hintergründe aus Gesellschaft und Zeitgeschehen zu vielfältigen sozialen und bildungs-politischen Veränderungen.

zeit.de ZEITmagazin

Tagesaktueller Magazinjournalismus zu Gesellschaft, Kultur, Design, Politik, Lifestyle und Trends mit opulenten Bildergalerien und emotionalen Texten.

zeit.de ZEIT Campus

Das junge Magazin der ZEIT bietet in den Rubriken Leben, Studieren und Arbeiten Orientierungshilfe für Studierende.

zeit.de Mobilität

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

zeit.de Wissen

Das Ressort interessiert, was die Welt bis ins letzte Atom zusammenhält, voranbringt und ausmacht – für die Gesellschaft und jede:n Einzelne:n.

zeit.de Arbeit

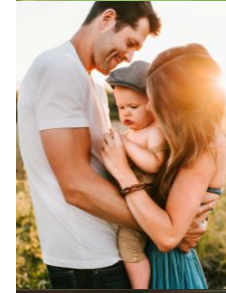
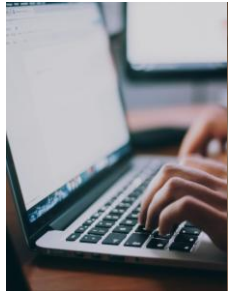
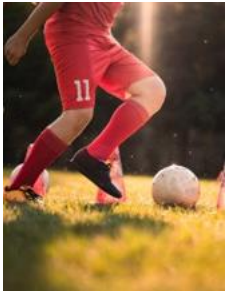
Themen rund um das moderne Arbeitsleben: Work-Life-Balance, Digitalisierung, Automatisierung, Vereinbarkeit von Beruf & Familie und Geschlechter-Gleichstellung.

zeit.de Gesundheit

Informiert über neueste Erkenntnisse aus Wissenschaft und Medizin und ordnet aktuelle Daten in einen Kontext.

Änderungen vorbehalten.

／ Buchbare Rubriken



zeit.de Sport

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

zeit.de Digital

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

zeit.de Sinn

Wie komme ich klar? Was kann ich tun, um glücklich zu sein? Diese und weitere Fragen beantwortet das Sinn-Ressort auf zeit.de.

zeit.de Entdecken

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

zeit.de Hamburg

Das Ressort Hamburg auf zeit.de bietet detaillierte Artikel und Analysen zu sämtlichen Themen, die Hamburg betreffen.

zeit.de Geld

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

zeit.de Familie

Das Ressort Familie ist eine Plattform für Texte, die sich rund um Kinder und Kitas, Partnerschaft und Generationen, Schule und Bildung drehen.

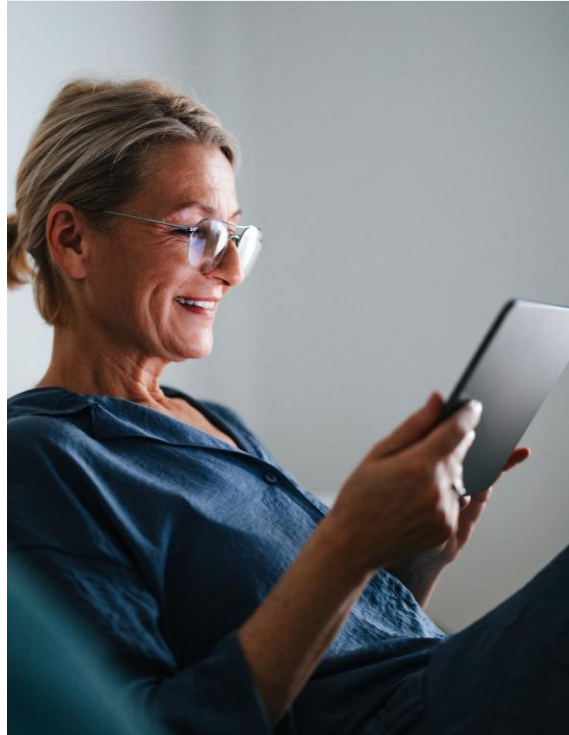
Änderungen vorbehalten.

✓ Für jeden Kommunikationsanlass und Ihr individuelles Kampagnenziel bietet zeit.de passende Umfelder auf allen Kanälen:

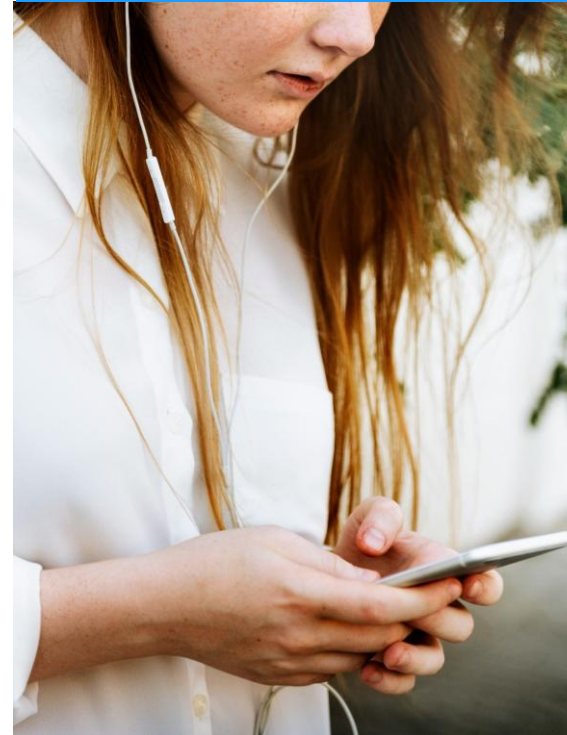
DISPLAY



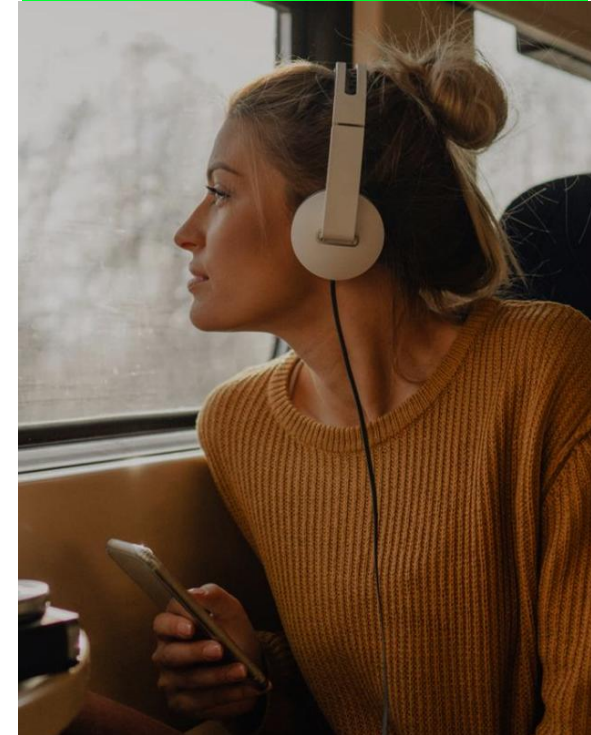
CONTENT



NEWSLETTER



PODCAST



/ Displaykampagnen



/ Displaykampagne

1. Umfeld auf zeit.de

- **Portalrotation (RoS):** Ihre Anzeige erscheint in allen ZEIT Ressorts nach Verfügbarkeit.
- **Rubrikenrotation:** Ihre Anzeige erscheint in einer von Ihnen ausgewählten Ressorts (z.B. ZEITmagazin Online, ZEIT Campus etc.).

2. Targeting

- **Technisches Targeting:** Die Zielgruppe kann durch technische Informationen (Standort, Uhrzeit oder Endgeräte) eingeschränkt werden (zuschlagsfrei).
- **Basic Targeting:** Die Zielgruppe kann durch Soziodemografie und Interessen eingeschränkt werden (15 % Aufschlag).
- **Premium Targeting:** Die Zielgruppe kann durch Entscheider-Targeting, User-Involvement-Targeting und Kontextuelles Targeting eingeschränkt werden (kein Aufschlag, dafür höhere Preiskategorie).

- **Kein Targeting:** Ihre Anzeige erscheint beliebigen zeit.de User:innen.

3. Platzierung des Werbemittels

- **Stationär Außen:** Platzierung Ihrer Anzeige außerhalb der redaktionellen Inhalte (z.B. Wallpaper-Anzeige).
- **Stationär Innen:** Platzierung Ihrer Anzeige innerhalb der redaktionellen Inhalte (z.B. Halfpage Ad).

Nicht alle Werbeformen sind auf sämtlichen Werbeträgern buchbar. Genaueres auf Anfrage. Hier finden Sie die [Technischen Daten](#) für die Bannerformate.

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

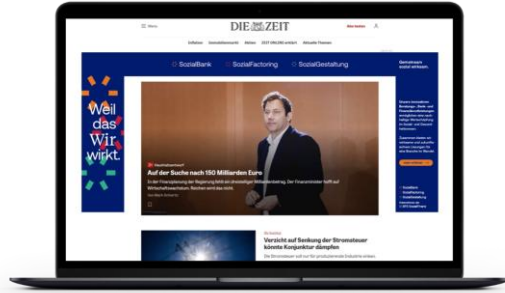


Starke Aufmerksamkeit für Ihre Anliegen Eine Auswahl unserer Homepage Werbemittel

PAGE SKIN



WALLPAPER AD



MOBILE CUBE AD



MOBILE HALFPAGE AD



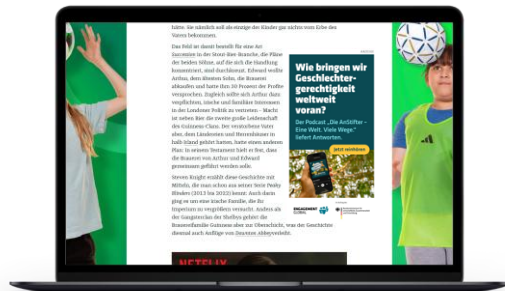
MOBILE PREMIUM RECTANGLE



2:1



HALFPAGE AD



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



Unsere Umfelder Ihre Buchungsmöglichkeiten

Portal-Buchung

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

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

Run of Homepage

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

Rubriken-Buchung

Ihr Werbemittel wird in Rotation in einer bestimmten Rubrik ausgespielt.

Rubriken von zeit.de sind z.B.:

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

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

Targeting

Basic Targeting*

Geografisches Targeting sowie soziodemographische Merkmale und Interessen.

Premium Targeting*

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

Technisches Targeting

Umfasst zum Beispiel Endgerät, Browser und viele weitere Kriterien.

Maximal 3 Targeting-Kriterien kombinierbar



/ 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)

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

Regionale Zielgruppen durch Geotargeting erreichen

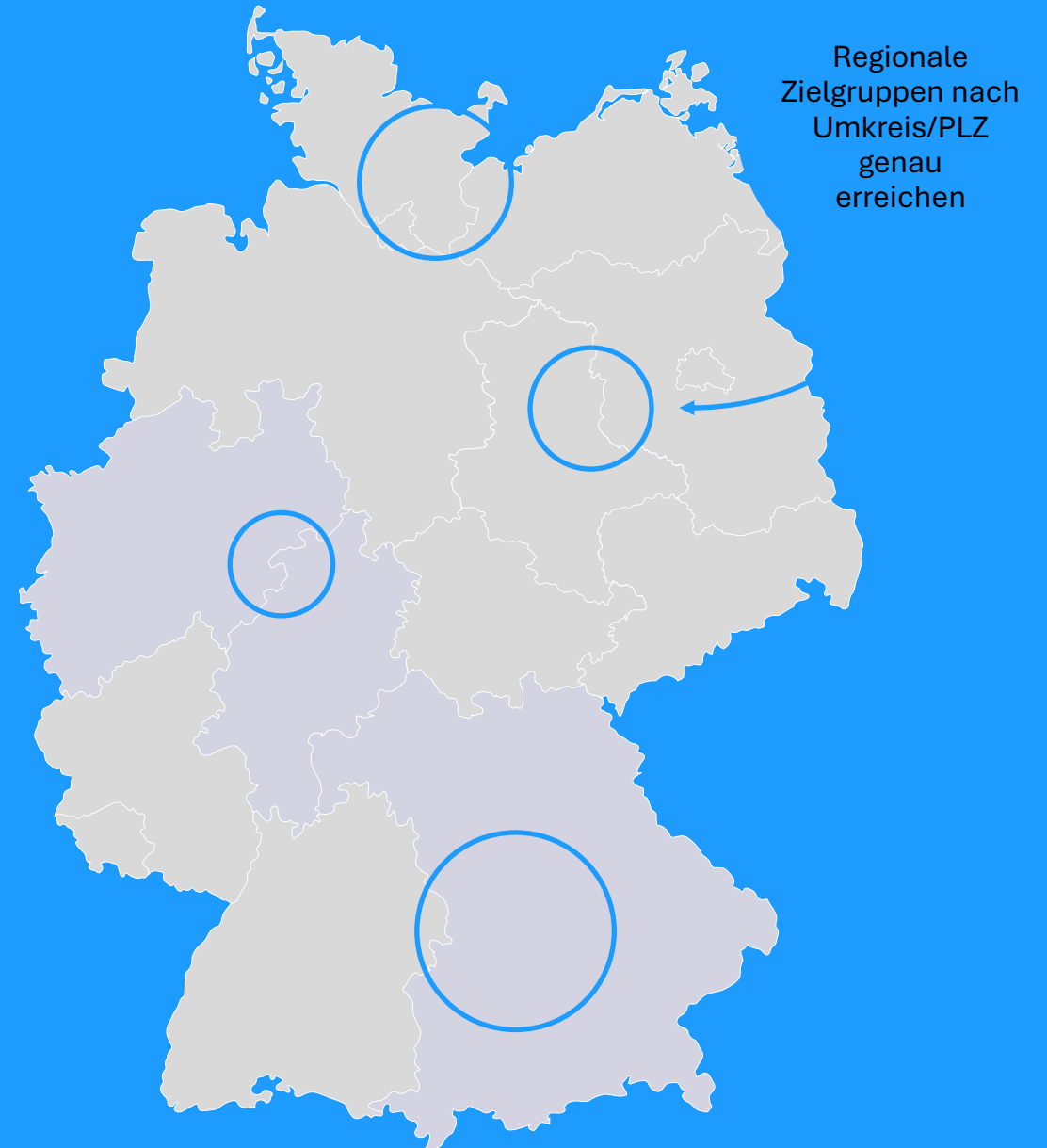
Vermeiden Sie Streuverluste!

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

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

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

/ 2.2. Interessen Targeting

Home & Family

- Bauen & Wohnen
- Haus & Garten
 - Einrichten
 - Garten
 - Heimwerken
- Familie
 - Schwangerschaft
 - Babys
 - Kinder

Interests

- Autos
 - Neuwagen
 - Gebrauchtwagen
- Fashion & Beauty
 - Fashion
 - Beauty
- Computer
- Essen und Trinken
- Unterhaltungselektronik
 - Foto
 - HiFi, TV
- Nachrichten
- Versicherungen

Recreation

- Entertainment
- Filme
- Fußball
- Gaming
- Literatur
- Motorsport
- Musik
- Sport
- Reise
 - Individual
 - Pauschal
 - Städte

Business

- Karriere
- Lifestyle
 - Mobil, Aktiv
 - Kunst & Kultur
 - LOHAS
 - Luxus, Markenbewusst
- Dating
- Erotik
- Gesundheit
- Online Shopping
- Sport/Aktiv
- Umwelt

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

/ 3.1. User Involvement Targeting

Was ist User Involvement Targeting?

- Nutzer:innen werden gezielt angesteuert auf Basis ihres bisherigen Leseverhaltens
- Auspielung der Kampagne an Nutzer:innen, die der definierten Zielgruppe entsprechen – unabhängig von Website oder Rubrik
- Technisches Aussteuerung über ein Targeting-Tool
- Auswahl eines Themenspeichers ohne Limitierung oder mit präziserer Eingrenzung zur Individualisierung

Kriterien zur Segmentindividualisierung (vorrangig Themen):

- Scrolltiefe in % (Wie weit wurde ein Artikel gelesen?)
- Anzahl gelesener Artikel
- Verweildauer
- Zeitraum der Betrachtung (0-30 Tage)

Segmentübersicht B2B

- Change Management
- Mobilität der Zukunft
- E-Mobility
- Firmenwagen
- Nachhaltigkeit in der IT
- Industrie 4.0
- Internet of Things IoT
- IT Security
- Künstliche Intelligenz
- Smart Home
- Medizintechnik
- Smart Factories
- Smart Cities
- Handel und Konsumgüter
- Millennials
- Politik
- Erneuerbare Energien
- und viele weitere Segmente

Segmentübersicht B2C

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

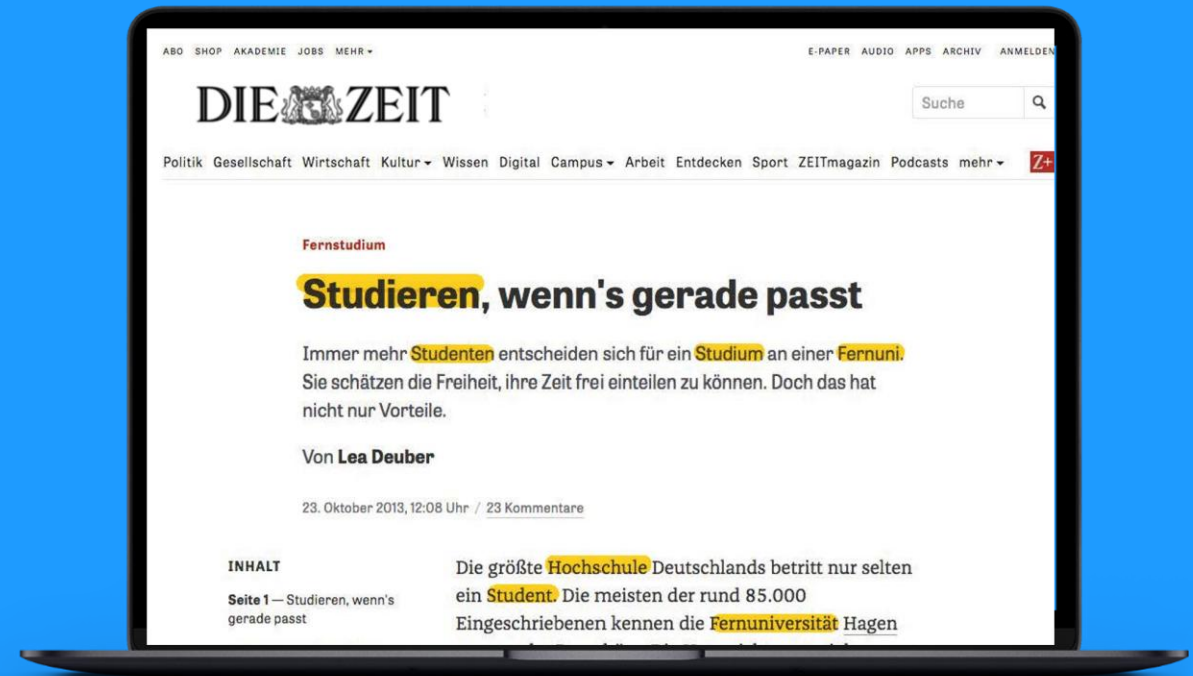
Es können maximal drei Kriterien kombiniert werden. Bei der Buchung von Targeting-Optionen fällt ein Aufschlag in Höhe von 15% an.

/ 3.2. Kontextuelles Targeting

Durch die optimale Auswahl und Kombination von Keywords können Werbetreibende Kernthemen zielgerichtet mit Ihrer Kampagne belegen. Die Leserschaft wird **genau dann mit Ihrer Kommunikation erreicht, wenn sie sich mit dem jeweiligen Thema beschäftigt** – unabhängig vom redaktionellen Ressort.

Wie funktioniert das kontextuelle Targeting?

1. Die Seite wird gescannt:
Dabei wird der gesamte Text einer Seite analysiert. Es werden alle Artikelseiten im Portfolio in regelmäßigen Abständen gescannt.
2. Relevante Keywords werden im Kontext erkannt:
Die Schwerpunktthemen des Artikels werden im Zusammenhang bestimmt. In diesem Beispiel erkennt die Software, dass es sich um einen Artikel über ein Fernstudium handelt.
3. Besetzen von Themen:
Präsentieren Sie Ihre Werbeform kontextuell im gesamten Umfeld von zeit.de.



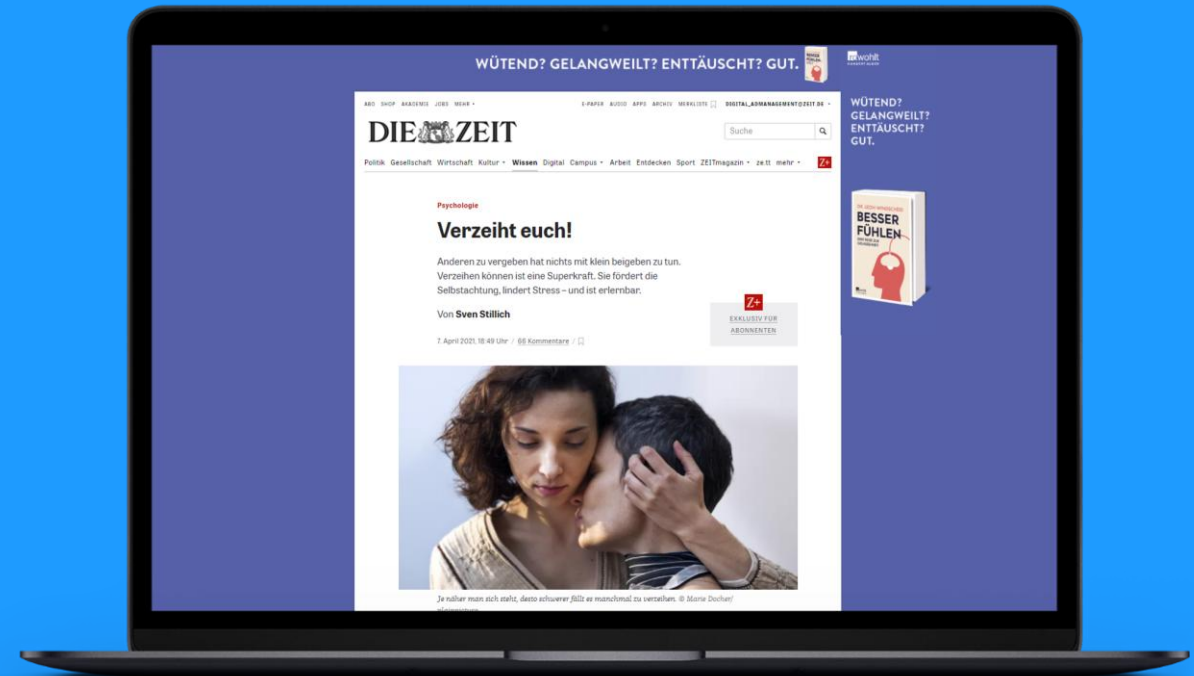
/ 3.2. Kontextuelles Targeting

Wie können Sie Kontextuelles Targeting buchen?

Für die Erstellung eines Kontextuellen Targeting benötigen wir eine Liste mit mindestens 25 Schlüsselwörtern passend zu Ihrer Kampagne.

Dabei können Sie uns auch negative Keywords nennen, zu denen Ihre Kampagne auf keinen Fall erscheinen soll.

Auf Grundlage der Keywords erstellen wir Ihnen eine Reichweitenprognose (Prognose nach 14 Tagen möglich) und ein eigenes Angebot.



/ 3.3. Entscheider:innen Targeting

Position im Unternehmen

- Geschäftsführer / Vorstand
- Selbstständig / Freiberufler / Inhaber
- Leitender Angestellter / Leitender Beamter

Abteilung im Unternehmen

- EDV / IT
- Marketing, Absatz, Vertrieb
- Personalwesen, Verwaltung, Organisation
- Produktion, Logistik, Fuhrpark, Einkauf, Materialwirtschaft
- Forschung, Lehre und Entwicklung
- Finanzen, Controlling oder Buchhaltung

Unternehmensklasse

- Kleinstunternehmen
- Kleine Unternehmen
- Mittlere Unternehmen
- Großunternehmen

Unternehmensgröße

- 1 - 10 Mitarbeiter
- 11 - 50 Mitarbeiter
- 51 - 250 Mitarbeiter
- 251 - 1.000 Mitarbeiter
- über 1.000 Mitarbeiter

Unternehmensumsatz

- 0,25 - 1 Mio. €
- 1 - 10 Mio. €
- 10 - 50 Mio. €
- 50 - 250 Mio. €
- > 250 Mio. €

Special Targets

- IT-Entscheider
- Fuhrparkentscheider
- Einkäufer
- Ingenieure
- Mitarbeiter Mittelstand
- Finanzentscheider
- Individuelle Content Segmente

Unternehmensbranche

- IT, EDV und Telekommunikation
- Automobil- / Fahrzeugbau, Maschinenbau, Industrie
- Banken, Finanzen u. Versicherung
- Transport, Logistik, Konsumgüter und Handel
- Medizin, Pharma, Gesundheit und Soziales
- Bauwesen, Architektur und Immobilien
- Beratung, Dienstleistung und Personal
- Handel und eCommerce
- Industrie, Energie, Umwelt und Recycling
- Öffentlicher Dienst, Verbände, Medien und Werbung
- Tourismus und Gastronomie

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



/ Contentbasierte Lösungen - Vorteile

Relevanz

Content Marketing kombiniert die Glaubwürdigkeit und Relevanz von redaktionellem Inhalt mit passenden Werbebotschaften und schafft zusätzlichen Nutzen für die Zielgruppe.

Imagetransfer

Positiver Imagetransfer durch die Präsentation Ihrer Marke im redaktionellen Umfeld von zeit.de.

Verweildauer

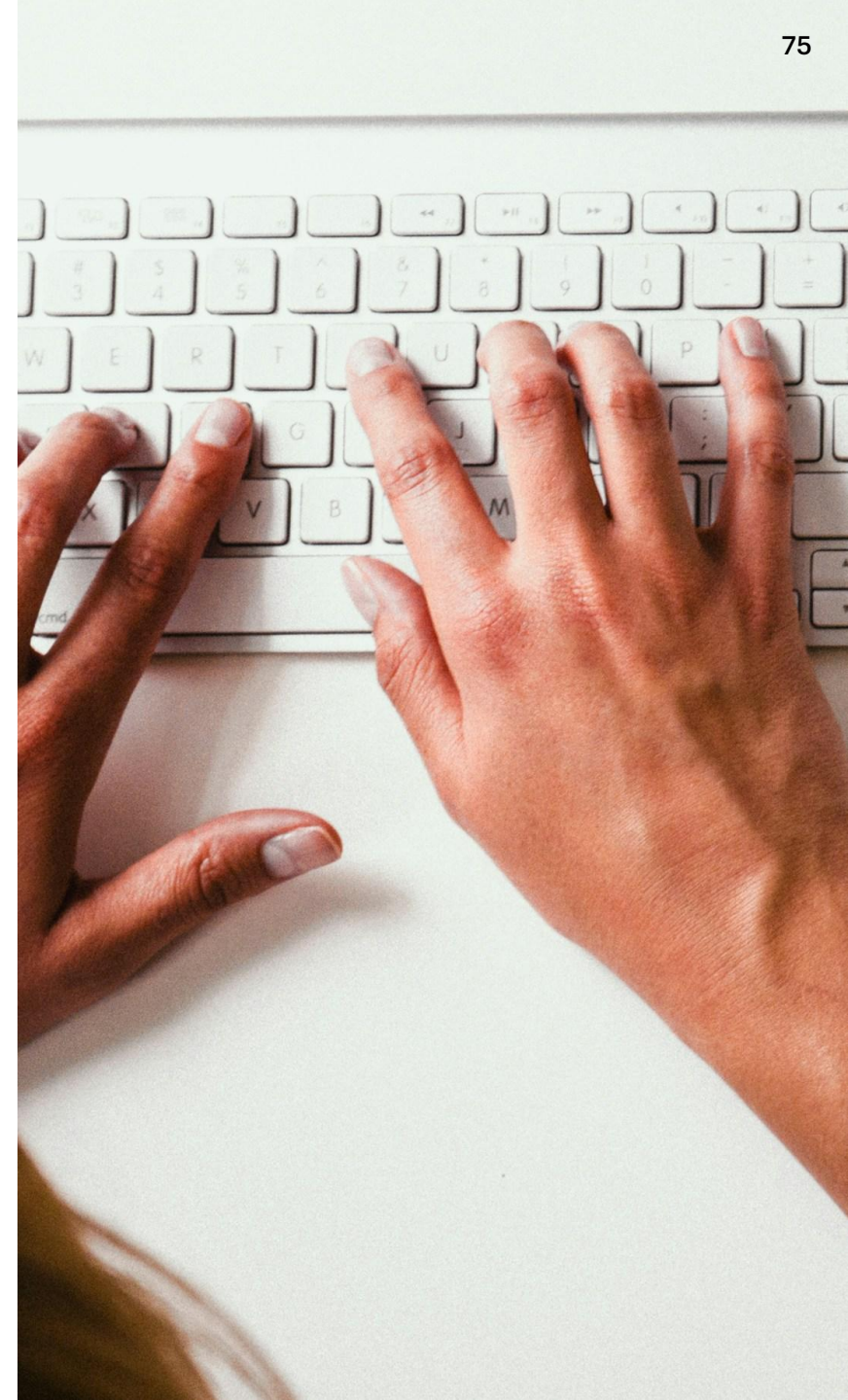
Kommunikation zielgruppenrelevanter Inhalte mit einem hohen Informationsgehalt und Identifikation für die Nutzer:innen sorgen für eine lange Verweildauer.

Viralität

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

Glaubwürdigkeit

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



Content Cards

Ihre Inhalte im Mittelpunkt, interaktiv & redaktionell inszeniert

Viel Inhalt, kompakte Darstellung

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

Buchbar als Basic oder Premium-Variante

- Mindestens 17 Tage Vorlaufzeit
- Produktionskosten*:
 - Basic: 1.500,- € – Sie liefern uns alle Bestandteile an
 - Premium: 2.800,- € – Wir produzieren die Slides für Sie
- Mindestbuchungsvolumen: 1.400,- €**
- Social Media Verlängerung in der Premium-Variante zubuchbar

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



Weitere Beispiele in unserem Showroom



Content Cards

Für jede Botschaft das passende Design

Intro Card



Text Card



Image Card



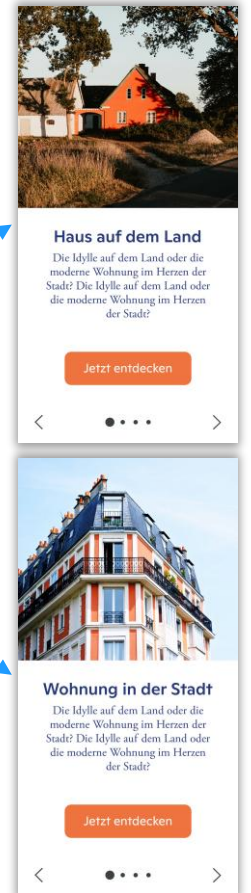
Video Card



Quote Card



Choice Card



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

/ Cube Ad

Interaktiv und drehbar, unser Storytelling Format für hohes Engagement

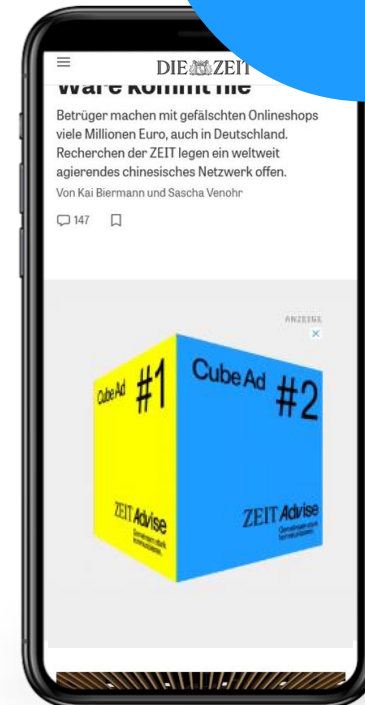
Spielerisch wirksam kommunizieren

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

Buchungsmöglichkeiten

- Buchung erfolgt auf TKP-Basis
- Mindestbuchungsvolumen: 1.400,- €*
- Anlieferung von vier Bildern
- Targeting möglich

Perfekt für
Markeninszenierung
Produktvorstellung
Storytelling



Native Article und Native Hub

Native Article

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

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

1
Artikelseite



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

* Nach Verfügbarkeit.

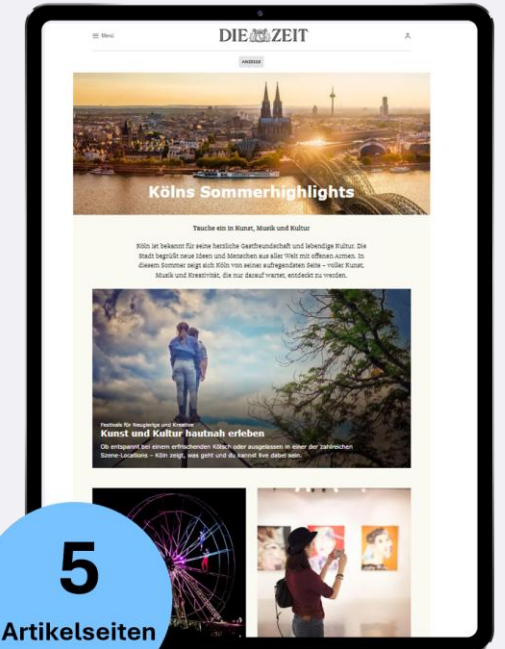
** Preis versteht sich als Mindestbuchungsvolumen netto/netto bestehend aus Produktions- und Mediakosten. Der Anteil für Produktionskosten ist nicht rabatt- und nicht AE-fähig. Nur in Kombination mit Traffic-Maßnahmen/Medialeistungen buchbar. Alle Preise zzgl. MwSt. Änderungen vorbehalten. Gezeigte Beispiele 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 kundenindividuell zusammengestellt werden (inkl. 50 % internem Verlinkungsrabatt)

5
Artikelseiten



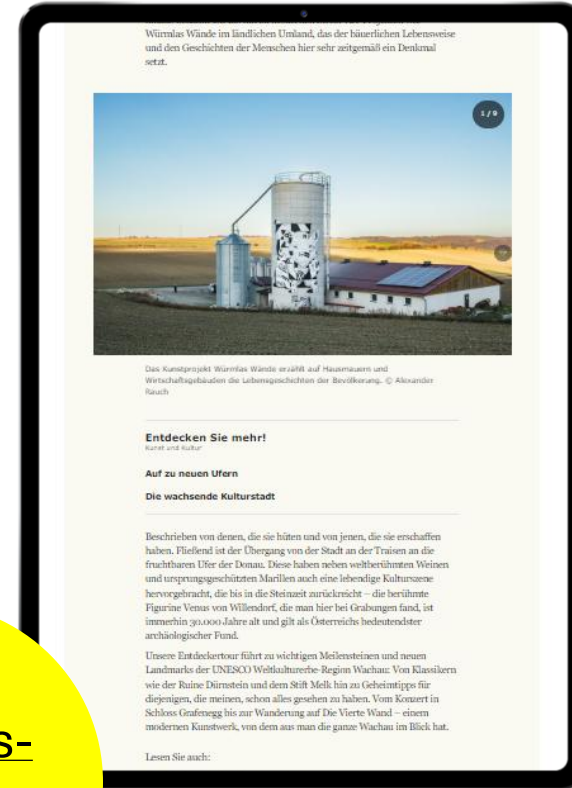
Preis: Basic ab 12.500,- € (4 Wochen; inkl. 4.500,- € Produktionskosten)**,
Plus ab 21.000,- € (4 Wochen; inkl. 9.500,- € Produktionskosten)**

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

So begeistern wir die User:innen von Ihrem Thema



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.

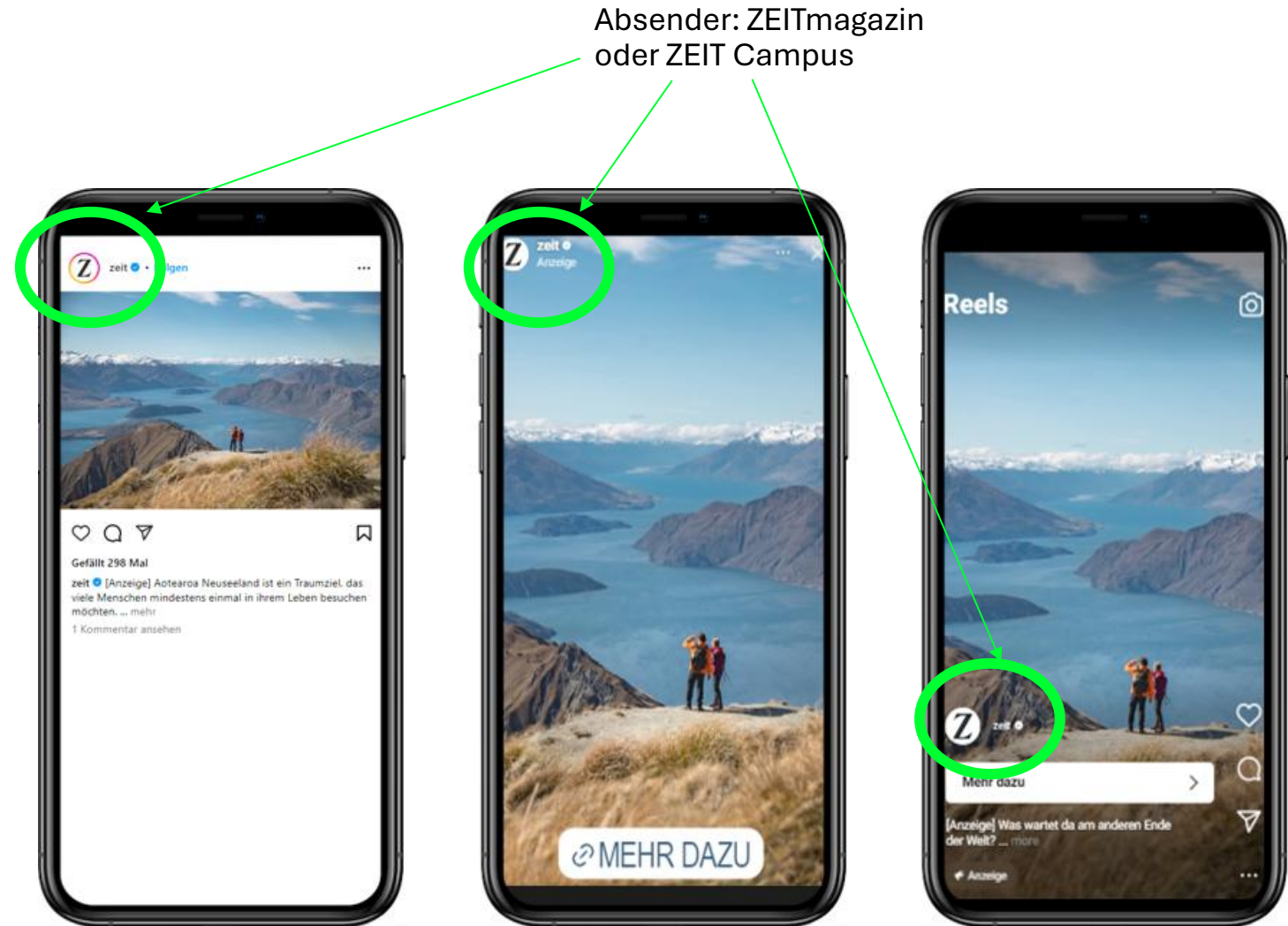
／ Buchen Sie zusätzliche Traffic Zuführung: Instagram Dark Post

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

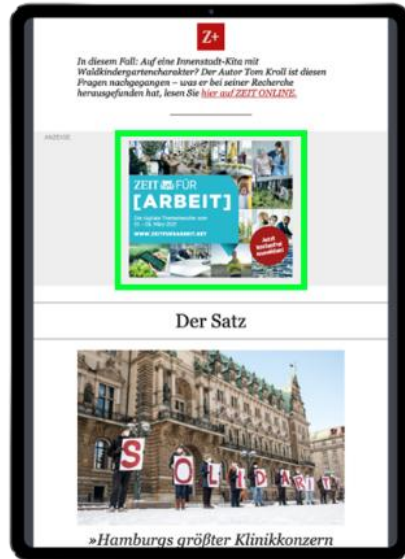
- Die **Strahlkraft und das Vertrauen** in die Marke kann so von Ihnen genutzt werden
- Sie erreichen **die gewünschte Zielgruppe ohne Streuverluste**
- Ihre **Zielgruppe** wird mit Blick auf die Content Integration und die Mediamassnahmen **ganzheitlich** über mehrere Kanäle **angesprochen**
- Kosten: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



Beispielhafte Abbildungen. Umsetzung kann abweichen. Vorbehaltlich Änderungen.

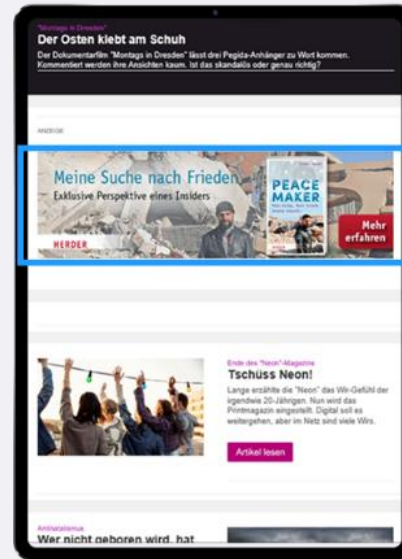


／ Ausgewählte Anzeigenformate



Standard Ad

- Anzeige im eigenen Corporate Design gestalten
- Die Anlieferung erfolgt im jpg- oder png-Format.
- Format: B 300 x H 250 Pixel, max 60kb + URL
- Nur in der *Elbvertiefung* und *Elbvertiefung am Wochenende* buchbar



Breaking Ad

- Anzeige steht zwischen den Inhalten des Newsletters
- Die Anlieferung erfolgt im jpg- oder png-Format
- Format Standard: B 600 x H 200 Pixel, max. 60kb.*
- Format Premium: B 600 x H 400 Pixel, max. 60kb + URL**

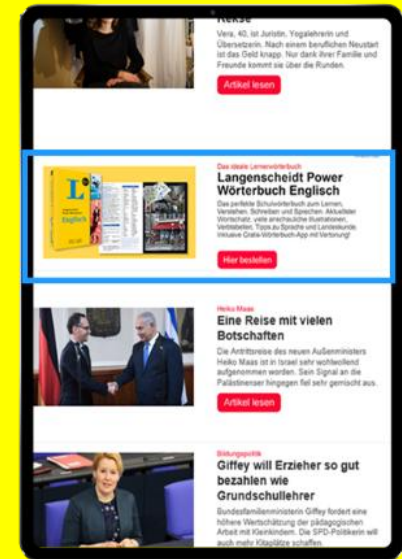


Bild-Text Ad

- Anzeige erscheint in redaktioneller Anmutung neben den Inhalten des Newsletters
- Die Anlieferung erfolgt als jpg, png oder gif (ohne Animation)
- Die Bild- & Textformate variieren je nach Newsletter

/ 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 der Vorwoche, 12 Uhr

Platzierungsmöglichkeit: Breaking Ad, Bild-Text Ad

Anzeigenart	Grundpreis	Stiftungen
Breaking Ad	5.900,00 €	2.360,00 €
Bild-Text Ad	8.850,00 €	3.540,00 €

DIE ZEIT
Das tut mir gut
Die ZEIT-Community
für ein gesünderes Leben

© Francesco Cicoletta Studio

Liebe Leserin, lieber Leser,

was wissen Sie über die Geschichte Ihrer Familie? Bei mir ist es so: Meine Urgroßeltern sind während des Zweiten Weltkriegs aus Ostpreußen nach Hamburg ausgewandert. Die Eltern meines Vaters stammen aus Ingolstadt und Stendal. Mehr weiß ich über den Stammbaum meiner Vorfahren nicht. Irgendwie ist die ältere Familiengeschichte im Alltag jenseits von Familienfesten auch wenig relevant. Warum also dieses Thema in einem Gesundheitsnewsletter, fragen Sie sich?

Die Relevanz entsteht dadurch, dass in Bezug auf immer mehr Krankheiten die Erkenntnisse wachsen, dass erbliche Bedingungen die Wahrscheinlichkeit für Erkrankungen stark beeinflussen. Dies ist nicht nur bei Krankheiten wie Alzheimer und Krebs bekannt, sondern gilt auch immer mehr bei der Herzgesundheit – unserem heutigen Schwerpunktthema. Wie wichtig das Wissen über unsere Vorfahren für die eigene Gesundheit werden kann, schildert Ulrich Bahnsen in seinem Artikel »Die Abschaffung des Infarkts«. Darin geht es um eine Familie, in der drei junge Menschen ganz plötzlich aus dem Leben gerissen werden. Die ganze Geschichte über die verschiedenen Ursachen für Herzkrankheiten und über die beeindruckenden Fortschritte in Forschung und Medizin führt schließlich bis nach Neufundland und zu einem Vorfahren um das Jahr 500. [Hier weiterlesen](#)

/ 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

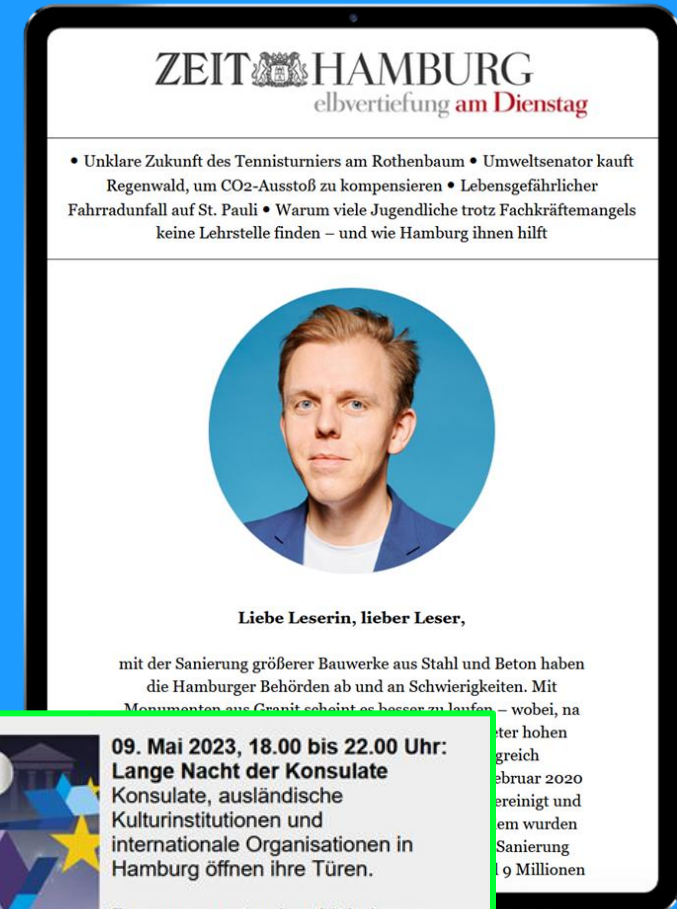
Reichweite: 107.000 Abonnent:innen

Anzeigenschluss: bis Montag, 12 Uhr der Vorwoche

Anzeigenart	Preis pro Woche
Standard 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.



ANZEIGE

Lange Nacht der Konsulate
9. MAI 2023
18.00 – 22.00 UHR
www.hamburg.de/europawoche

09. Mai 2023, 18.00 bis 22.00 Uhr: Lange Nacht der Konsulate
Konsulate, ausländische Kulturinstitutionen und internationale Organisationen in Hamburg öffnen ihre Türen.

Programm unter dem Link: [Lange Nacht der Konsulate 2023 \(Programm und Karte\) - Europawoche 2023 - hamburg.de](#)

WAS TUN!-Advertorial im Freunde der ZEIT-Newsletter

Erscheinungsweise:
wöchentlich, sonntags

Reichweite:
283.000 Newsletter-
Empfänger:innen aus
dem Kreis der ZEIT-
Abonnent:innen

Anzeigenplätze:
fünf Anzeigenplätze pro
Newsletter, davon zwei
Buchverlosungen / Bild-
Text-Anzeigen

**Buchungsschluss &
Materialanlieferung:**
bis Montag 12 Uhr vor
Erscheinen

Platzierungsmöglichkeit:
Breaking Ad,
WAS TUN!-Advertorial,
Bild-Text Ad

Der wöchentliche Freunde der ZEIT-Newsletter lädt zum Austausch ein und vertieft die Interessen an Politik, Wirtschaft, Wissen und Kultur gemeinsam mit Leser:innen und Journalist:innen der ZEIT.

WAS TUN! Advertorial

Nutzen Sie unser WAS TUN!-Advertorial im Freunde der ZEIT Newsletter, um Ihre Hilfsprojekte der engagierten ZEIT Leserschafts-community vorzustellen und potenzielle Spender:innen zu erreichen. Profitieren Sie von einer hohen Reichweite und einem passgenauen Umfeld, das Ihre Botschaft sichtbar macht.

Preis: ab 4.700,- €*

Freunde der ZEIT Newsletter	ET	BS
Engagement Spezial	12.04.2026	02.04.2026
Engagement Spezial	29.11.2026	23.11.2026

* Der Preis gilt für Gemeinnützig & Soziales sowie Hilfsorganisationen.



WAS TUN! Advertorial

/ ZEIT WISSEN³ – Neues aus Hochschule, Wissenschaftspolitik und Scientific Community

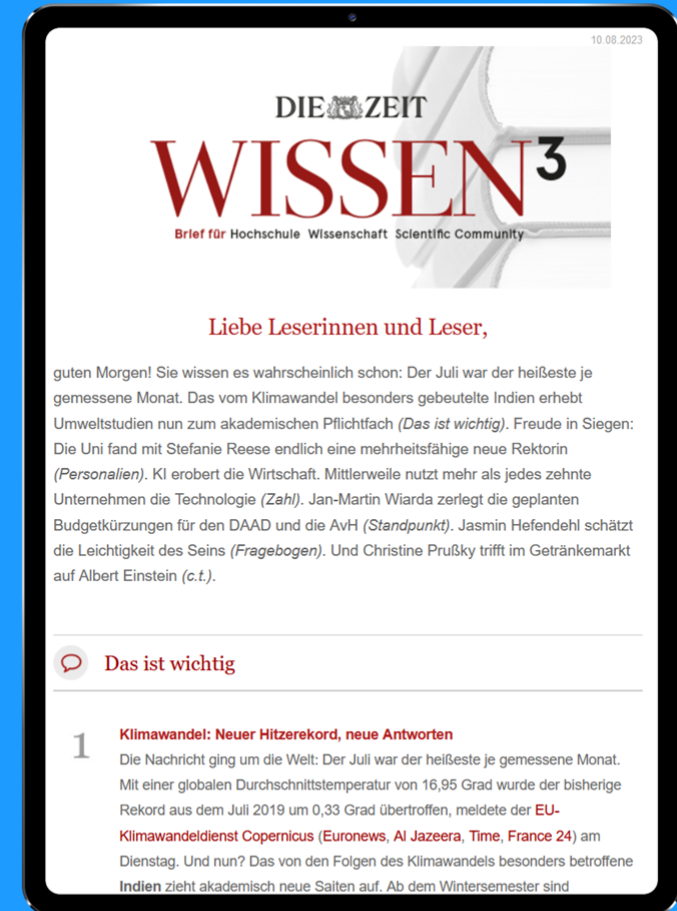
Der Newsletter WISSEN³ präsentiert aktuelle Themen aus Wissenschaft und Universitätsleben. Die Inhalte reichen von einer internationalen Presseschau über Informationen zu Personalien und Zahlen aus dem akademischen Leben bis hin zu Gastkommentaren von Hochschulexpert:innen.

Erscheinungsweise: wöchentlich, montags und donnerstags

Reichweite: 34.000 Abonnent:innen

Anzeigenschluss: bis Mittwoch, 12 Uhr der Vorwoche / Montag, 12 Uhr

Anzeigenart	Grundpreis	Stiftungen
Breaking Ad	1.700,00 €	680,00 €



/ Wofür leben wir?

Der Sinn-Newsletter

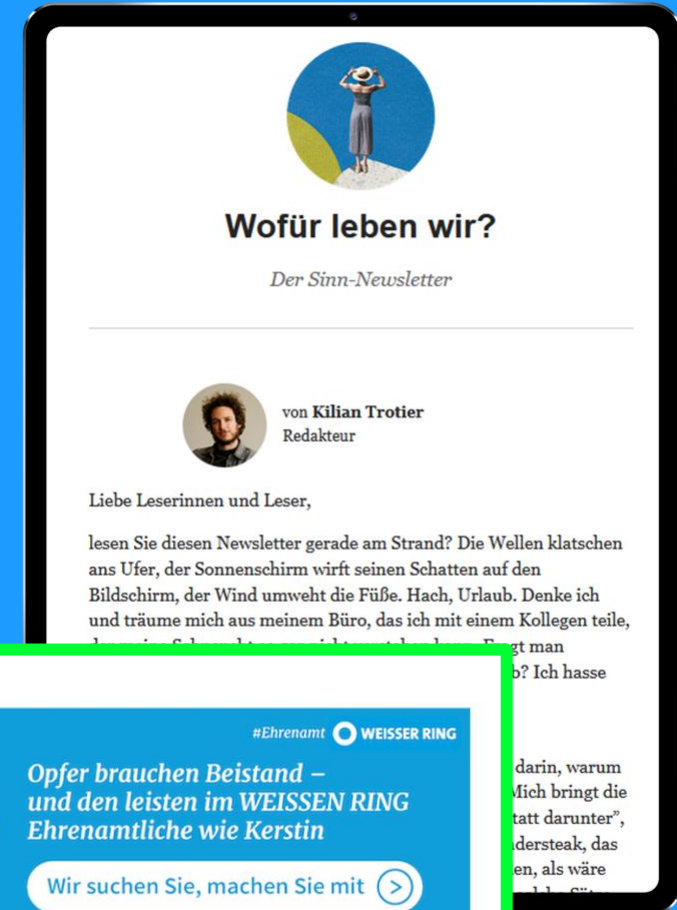
Als Teil des Projekts ZEIT Sinn schreiben Merle Schmalenbach und Kilian Trotier im Wofür leben wir?-Newsletter Texte rund um Sinnfragen, Lebensentscheidungen und Wendepunkte für alle Sinnsucher und Sinnstifter.

Erscheinungsweise: wöchentlich, freitags

Reichweite: 38.000 Abonnent:innen

Anzeigenschluss: bis Freitag der Vorwoche, 12 Uhr

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



/ 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 der Vorwoche, 12 Uhr

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



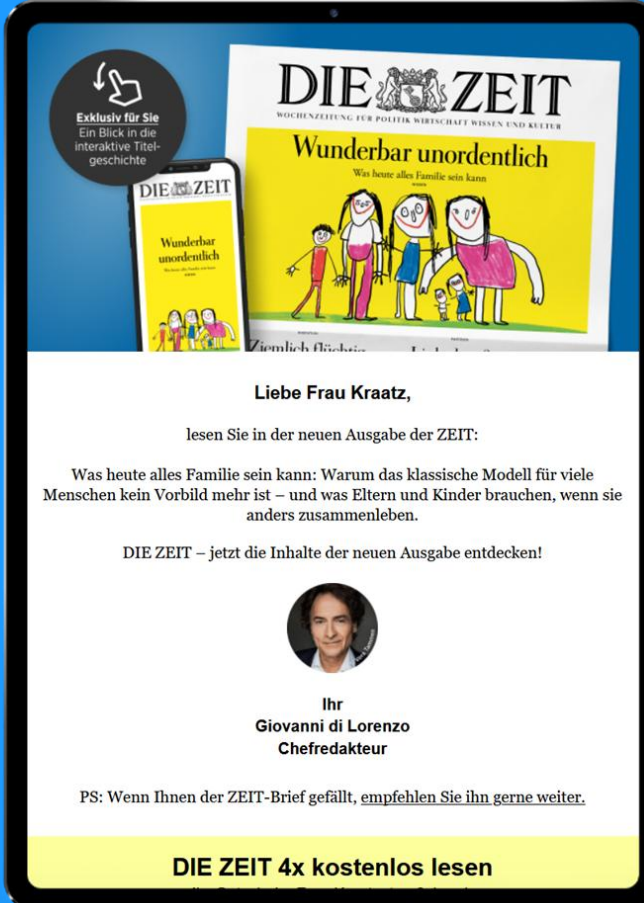
Früher informiert: Mit dem ZEIT-Brief erhalten Sie wöchentlich exklusive Leseempfehlungen zur neuen ZEIT-Ausgabe von Chefredakteur Giovanni di Lorenzo!

Erscheinungsweise: wöchentlich, mittwochs

Reichweite: 575.000 Abonnent:innen

Anzeigenschluss: bis Montag der Vorwoche, 12 Uhr

Anzeigenart	Preis
Bild-Text Ad	4.600,00 €



Exklusiv für Sie
Ein Blick in die interaktive Titelseite

DIE ZEIT
WOCHENZEITUNG FÜR POLITIK WIRTSCHAFT WISSEN UND KULTUR


Wunderbar unordentlich
Was heute alles Familie sein kann

Liebe Frau Kraatz,

lesen Sie in der neuen Ausgabe der ZEIT:

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

DIE ZEIT – jetzt die Inhalte der neuen Ausgabe entdecken!



Ihr
Giovanni di Lorenzo
Chefredakteur

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

DIE ZEIT 4x kostenlos lesen

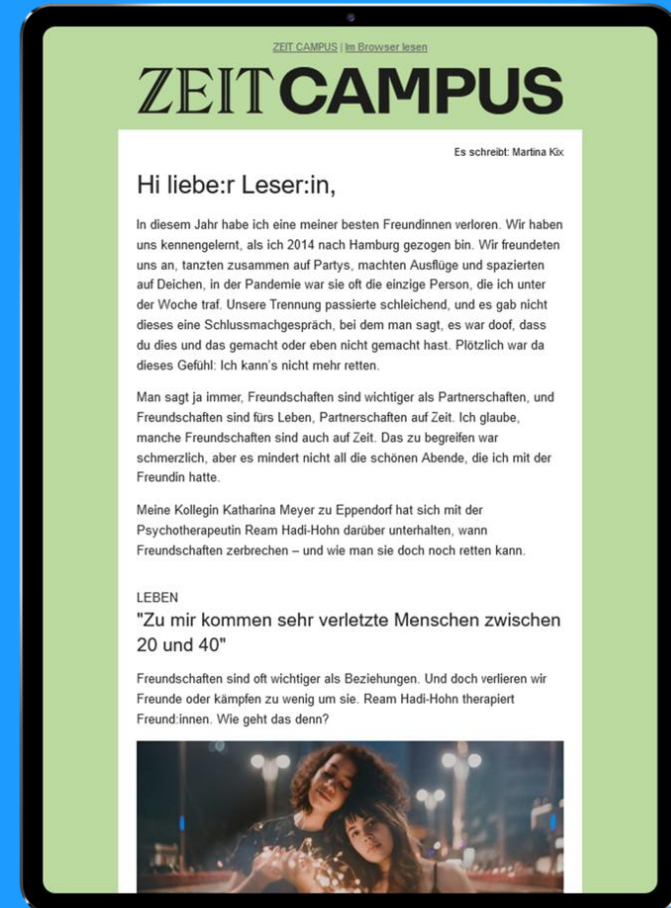
ZEIT Campus ist ganz nah dran: am Studium, am Leben, am Berufseinstieg. Der wöchentliche Newsletter für Studierende enthält alle Neuigkeiten rund ums Studium mit Tipps von der Redaktion.

Erscheinungsweise: wöchentlich, dienstags

Reichweite: 76.000 Abonnent:innen

Anzeigenschluss: bis Donnerstag, 12 Uhr der Vorwoche

Anzeigenart	Grundpreis	Stiftungen
Breaking Ad	3.800,00 €	1.520,00 €



/ 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

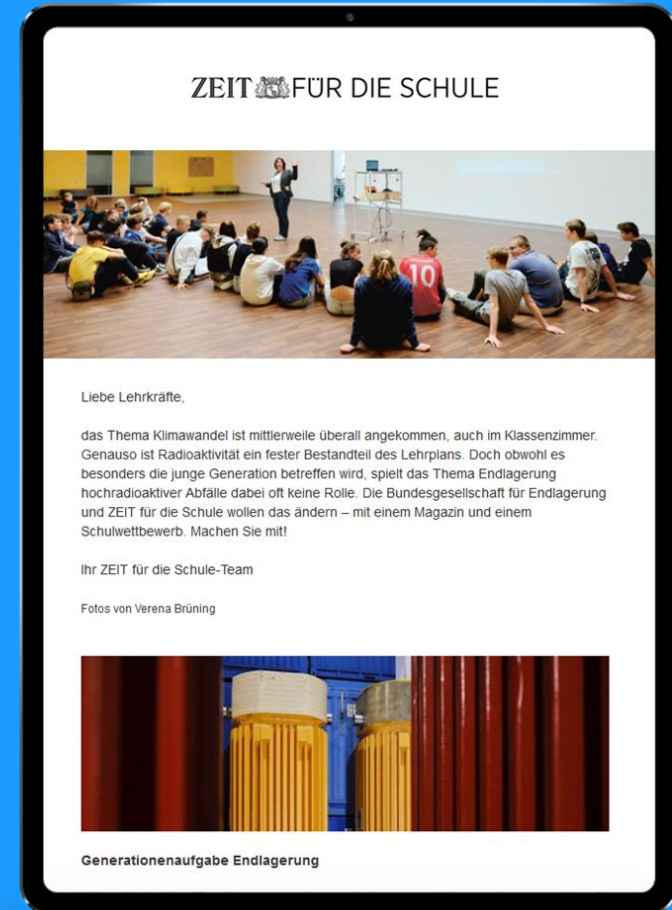
ZEIT für die SCHULE Lehrernewsletter – Sek II

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 €



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 der Vorwoche, 12 Uhr

Platzierungsmöglichkeit: Breaking Ad

Anzeigenart	Preis
Breaking Ad	1.900,00 €



Familienzeit

Geschichten, die in der Familie bleiben



von **Wlada Kolosowa**
Redakteurin ZEITmagazin Online

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

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

Wie viel Entscheidungshoheit im Alltag sollten Eltern ihren Kindern einräumen? Mit dieser Frage hat sich meine Kollegin Lisa Seelig beschäftigt.

Und wenn es zu spät ist und der Systemcrash nicht mehr abzuwenden ist? Mein Kollege Johannes Ehrmann hat einen Text darüber geschrieben, welche wichtigen Funktionen kindliche

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

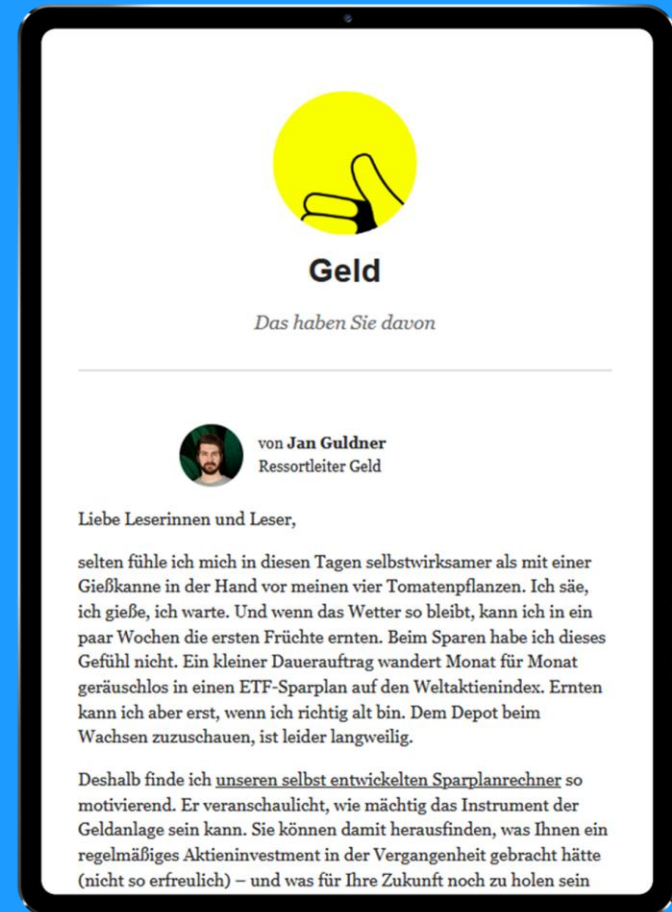
Erscheinungsweise: wöchentlich, dienstags

Reichweite: 42.000 Abonnent:innen

Anzeigenschluss: bis Dienstag der Vorwoche, 12 Uhr

Platzierungsmöglichkeit: Breaking Ad

Anzeigenart	Preis
Breaking Ad	4.800,00 €



/ Gemischter Satz – der Newsletter der ZEIT Österreich

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

Erscheinungsweise: wöchentlich, freitags

Reichweite: 48.000 Abonnent:innen

Anzeigenschluss: bis Freitag, 12 Uhr vor Erscheinen

Platzierungsmöglichkeit: Breaking Ad, Bild-Text Ad

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



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

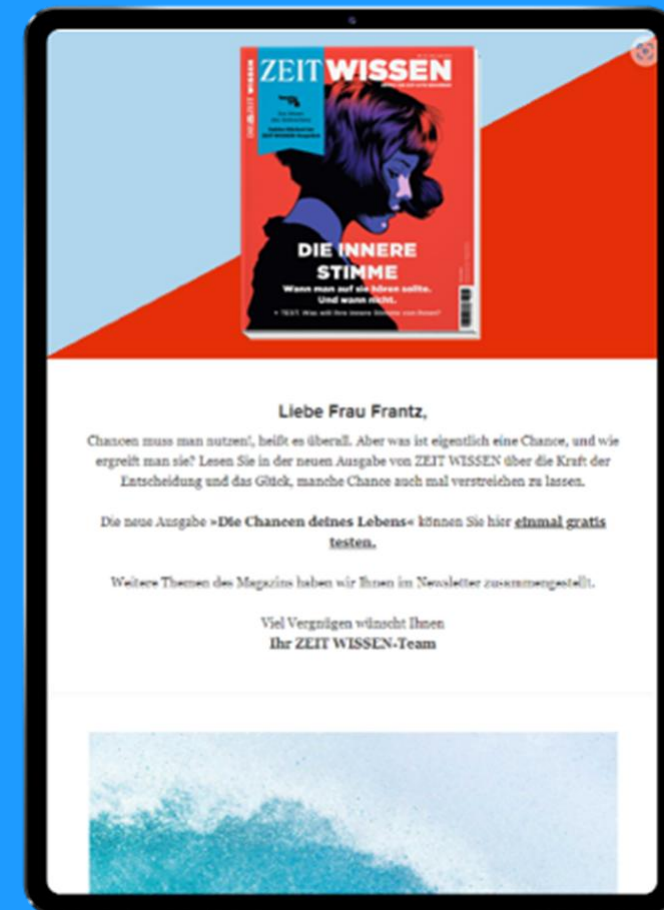
Erscheinungsweise: dienstags nach Erscheinen des ZEIT WISSEN-Magazins

Reichweite: 49.000 Abonnent:innen

Anzeigenschluss: bis Freitag, 12 Uhr der Vorwoche

Platzierungsmöglichkeit: Breaking Ad

Anzeigenart	Preis
Breaking Ad	2.250,00 €



/ Beziehungsweise

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

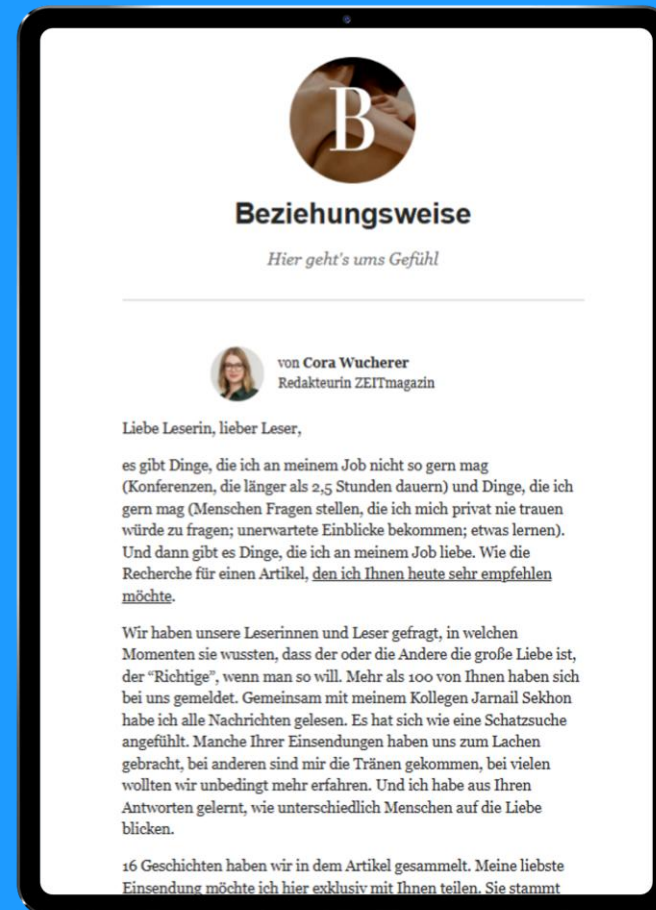
Erscheinungsweise: wöchentlich, mittwochs

Reichweite zum Start: 19.300 Abonnent:innen

Anzeigenschluss: bis Mittwoch, 12 Uhr der Vorwoche

Platzierungsmöglichkeit: Breaking Ad

Anzeigenart	Preis
Breaking Ad	965,00 €



/ Natürlich intelligent


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

Erscheinungsweise: wöchentlich, donnerstags

Reichweite: 33.000 Abonnent:innen


Anzeigenschluss: Montag vor Erscheinen, 12 Uhr

Anzeigenart	Preis
Breaking Ad	1.650,- €



Natürlich intelligent

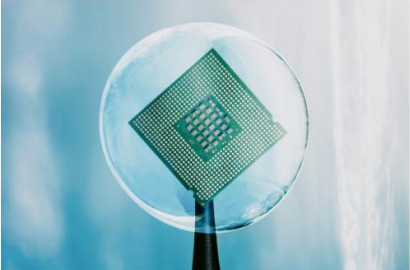
Der KI-Newsletter der ZEIT



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 Kostink/unsplash.com

Das müssen Sie wissen: Nvidia geht es gut,

/ Grüezi! – der Newsletter der ZEIT Schweiz

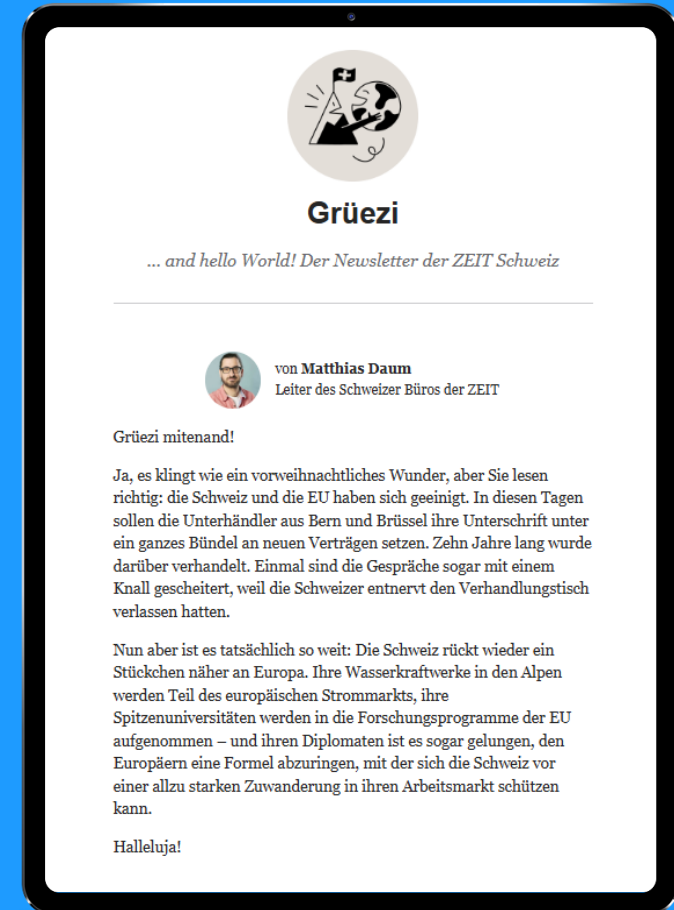
In diesem Newsletter blicken wir wöchentlich auf die Schweiz – aus der Ferne und von innen. Kolleg:innen aus Hamburg, Brüssel, London oder Washington D.C. schildern ihre Sicht, ebenso wie Expats, die das Land seit Jahrzehnten prägen.

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 €



ZEIT.DE

/ Podcasts



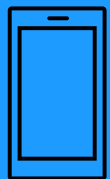
Die ZEIT ist der größte Podcast Publisher Deutschlands!

Journalistische Qualität und echte Glaubwürdigkeit –
das perfekte Podcast-Umfeld für Ihre Markenbotschaft.

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



Starke Reichweiten für starke Kampagnen:



Display

10 Mio.

Unique User

120 Mio.

Kontakte



Podcast

15 Mio.

Downloads



Newsletter

2,6 Mio.

Abonent:innen

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



Was jetzt?

Platz 1

6,6 Mio. Downloads**



Alles gesagt

Platz 13

2,6 Mio. Downloads**



Verbrechen

Platz 14

2,4 Mio. Downloads**



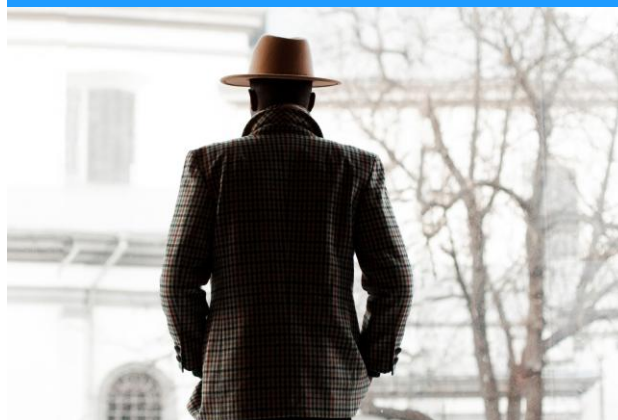
Die Themenbereiche der ZEIT Podcasts

Spannende Themen für Sie praktisch in Channel gebündelt

Arbeit & Karriere



Crime



Digitalisierung



Lifestyle & Kultur



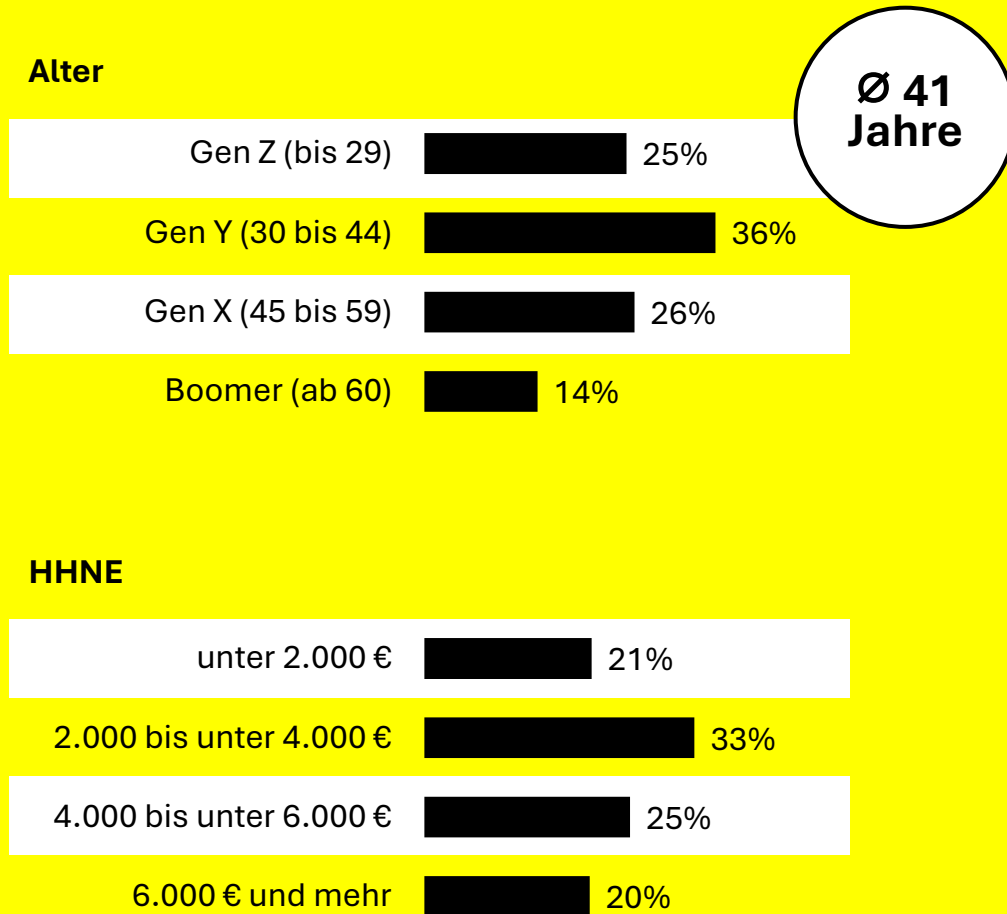
Politik



Wissen



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



55%

sind Heavy User:innen und hören mehrmals täglich Podcasts

68%

hören ZEIT Podcasts, um das aktuelle Geschehen besser zu verstehen

86%

hören ihre Podcasts ganz konzentriert

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

97%

hören die Folgen bis zum Ende
durch

80%

Empfinden Werbung in ZEIT
Podcasts als glaubwürdig

65%

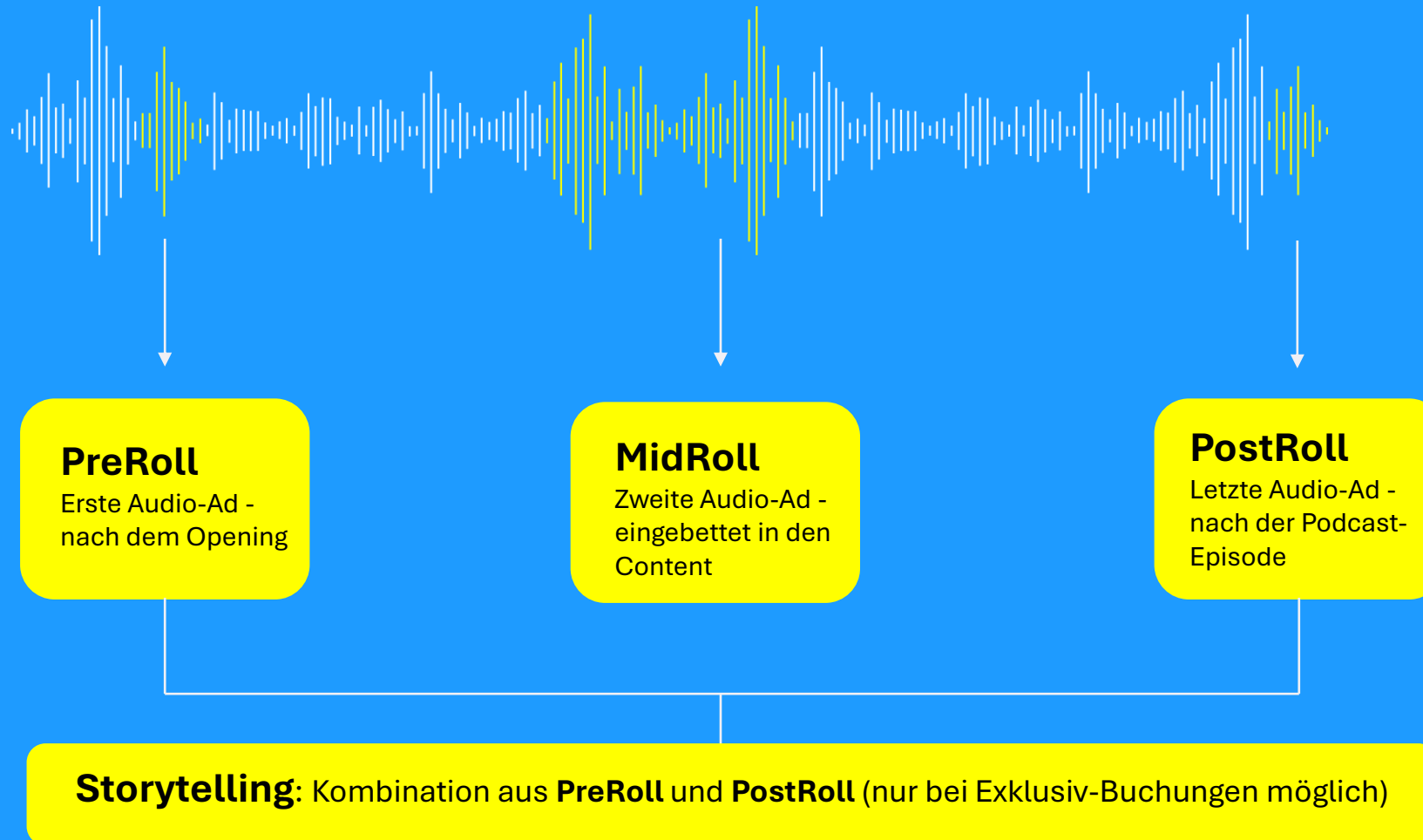
nehmen die Kund:innenspots
bewusst wahr

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

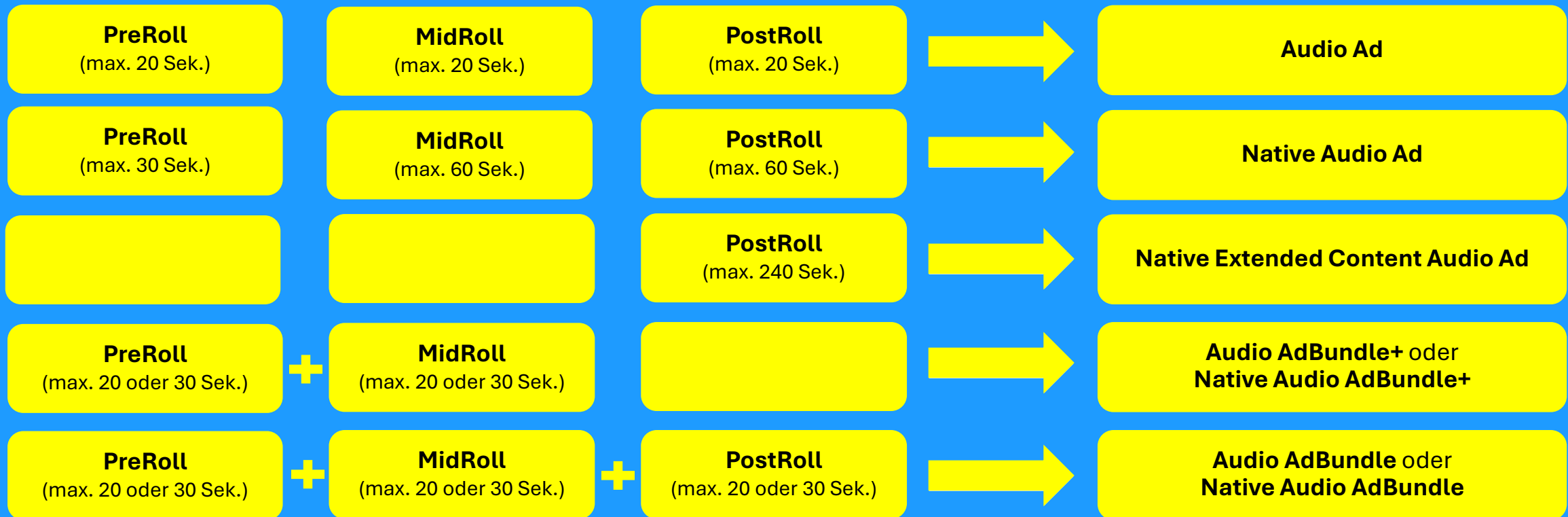
Wahl der Platzierung

Die passende Position für Ihre Audio-Ad



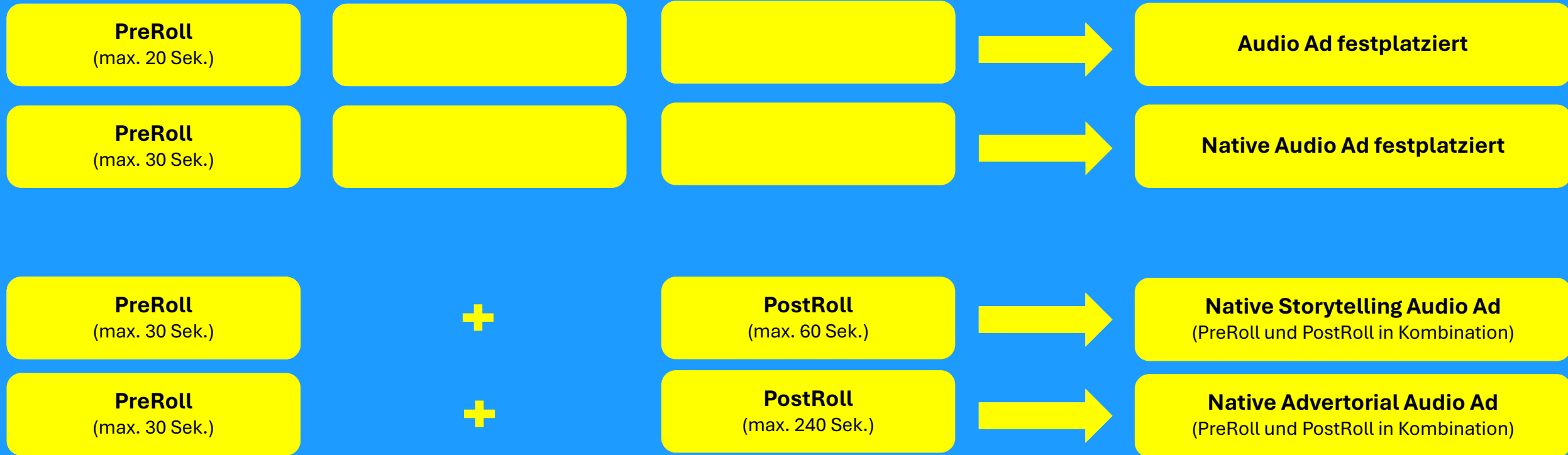
TKP Volumenbuchung –

Ihr Audio Impression-Volumen skalierbar bei flexiblem Kampagnenzeitraum



Garantierte Festplatzierung

Ihre Audio Ad in einer spezifischen Podcast-Episode festplatziert



Podcast TKP-Preisliste*

Ihre Podcast-Buchung auf Volumenbasis

Format	Preiskategorie	PreRoll/ MidRoll***	Ad Bundle Plus****	Ad Bundle**** ODER PostRoll
Native Audio Ad (bis 30 Sekunden)	PK1	110 €	100 €	90 €
	PK2	90 €	80 €	70 €
Format	Preiskategorie	PreRoll/ MidRoll	Ad Bundle Plus	PostRoll
Native Audio Ad (bis 60 Sekunden)	PK1	130 €		110 €
	PK2	110 €		90 €
Format	Preiskategorie	PreRoll/ MidRoll	Ad Bundle Plus	PostRoll
Native Audio Ad (bis 240 Sekunden)	PK1			130 €
	PK2			110 €

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 3.500 € n/n

Hinweise

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

**** Storytelling = PreRoll UND PostRoll

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

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

/ Audio Ad

Reichweiten-Boost Dank Verlängerung im Podcast-Umfeld

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

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



Neu ab 2026
im ZEIT Audio
Ad Portfolio

/ Native Audio Ad

Ihr Spot authentisch in den
Podcast-Content eingebettet

Best Seller
im ZEIT Audio
Ad Portfolio

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

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



/ Native Dialogue Audio Ad

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

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



Native Extended Content Audio Ad

Nutzen Sie das Potenzial von Audio
Storytelling für nachhaltige Markenbindung

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



/ Native Storytelling / Advertorial Ad

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

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



/ Prozess

- Vor jeder Buchung müssen die Verfügbarkeiten abgefragt werden.
- Nach der Buchung erhalten die Kund:innen eine Übersicht über alle relevanten Informationen, die für die Erstellung des Podcasts geliefert werden müssen, z.B. Werbebotschaft, Inhalt der Kommunikation, Kernaussage, Zielgruppe.
- Abgabe der Kund:inneninformationen mind. 28 Werktage vor dem Erscheinungstermin.
- Auf Basis der Kund:inneninformationen werden zwei Textvorschläge zur Auswahl erstellt. Zusätzlich entscheiden die Kund:innen über eine Sprecherstimme.
- Ein Korrekturlauf für marginale Anpassungen.
- Produktion eines nativen Branding Spots.
- Der Spot wird nativ in den Podcast eingebunden.
- Zudem können ergänzende Werbemittel auf zeit.de geschaltet werden.



/ Flexible Buchungsmöglichkeiten

Die in Podcasts gebuchten Spots werden über einen Audio-AdServer ausgeliefert. Dadurch ergeben sich individuelle Lösungen für Ihre Podcastwerbung:

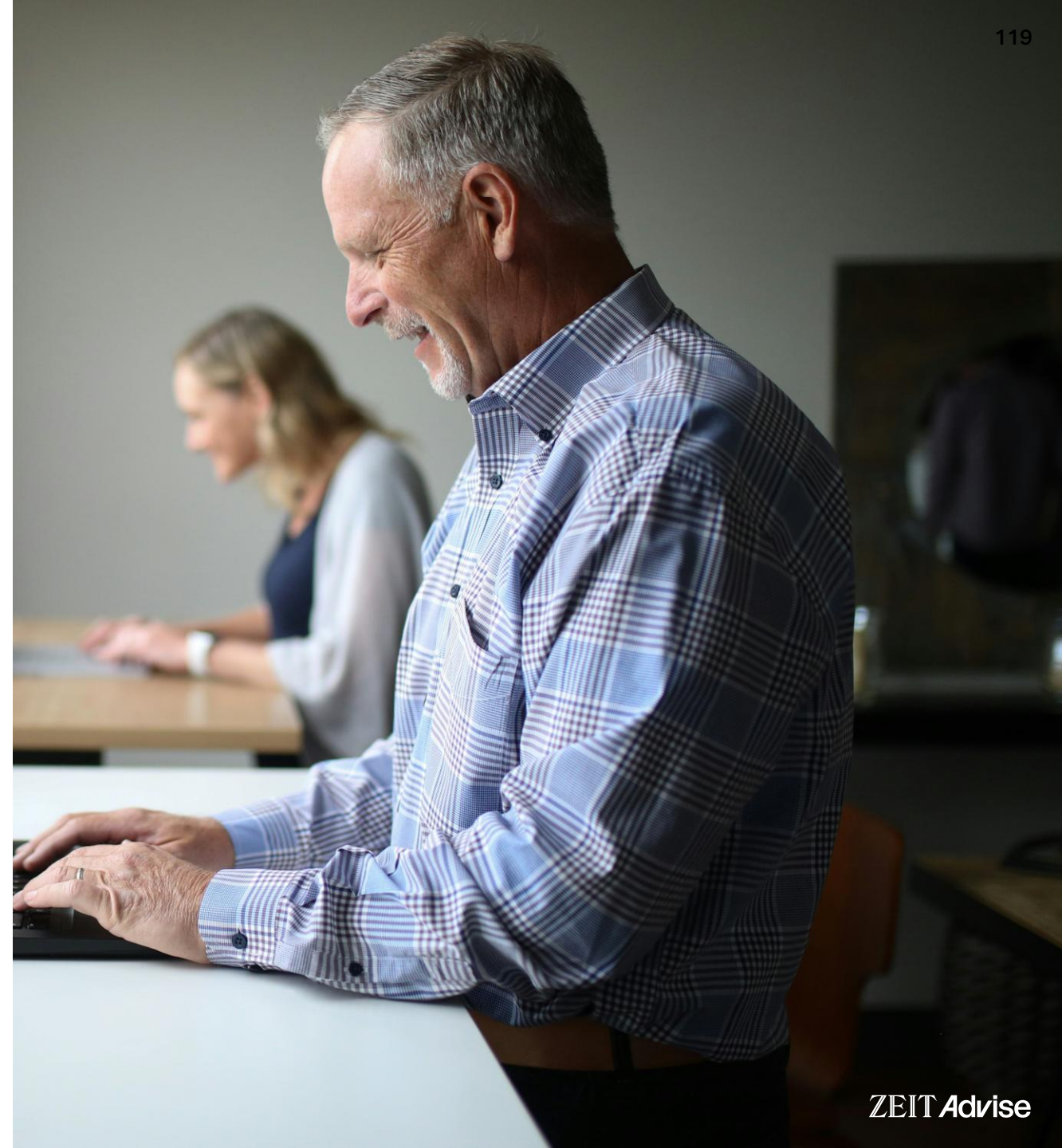
Ihre Vorteile auf einen Blick

- Mehr Flexibilität...
 - ... bei der Laufzeit
 - ... in Ihrem Buchungsvolumen
 - ... bei den Umfeldern (Folge, Serie, ZEIT-Portfolio)
- Neues Storytelling-Format bei Festplatzierungen
- Individuellere Platzierung möglich
- Größere Werbemittelvielfalt
- Einheitliche KPIs

Allgemeine Informationen

- Auslieferung des Spots über einen Audio-Adserver
- Spots werden über einen AdSlot innerhalb des gebuchten Zeitraums im gebuchten Umfeld ausgeliefert
- Bis zu 3 AdSlots je Podcast möglich (PreRoll, MidRoll, PostRoll)*
- Vorlaufzeit für die Spot-Produktion 28 Werktage
- Spotlänge max. 30 Sek. Bei Preroll und Postroll, 60 Sek. bei alleiniger Midroll-Buchung
- Zwei verschiedene Belegungsmöglichkeiten: Festplatzierung oder TKP-basiert

* MidRoll im „Verbrechen“- und „Was jetzt“-Podcast nicht belegbar.
PreRoll ist der erste Werbepplatz in der Podcast-Folge. Läuft NICHT vor dem Inhalt!



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

Wer ist
Ihre Zielgruppe?



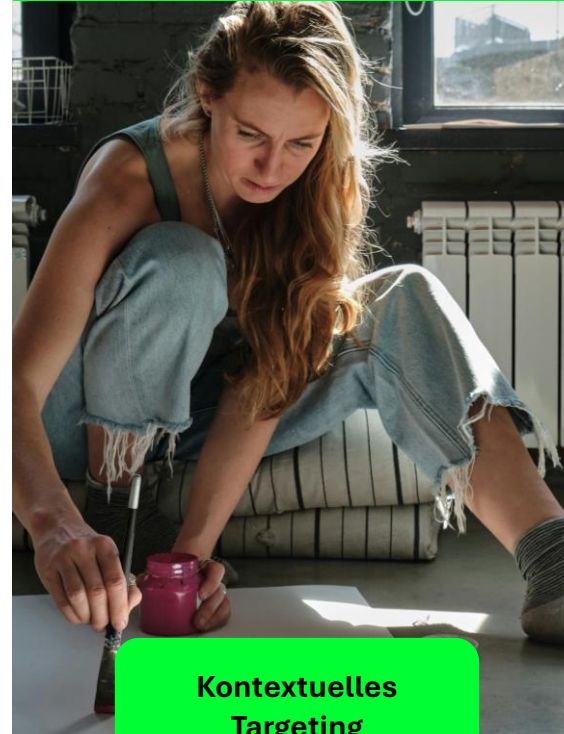
Demografisches
Targeting

Wo befindet sich
Ihre Zielgruppe?



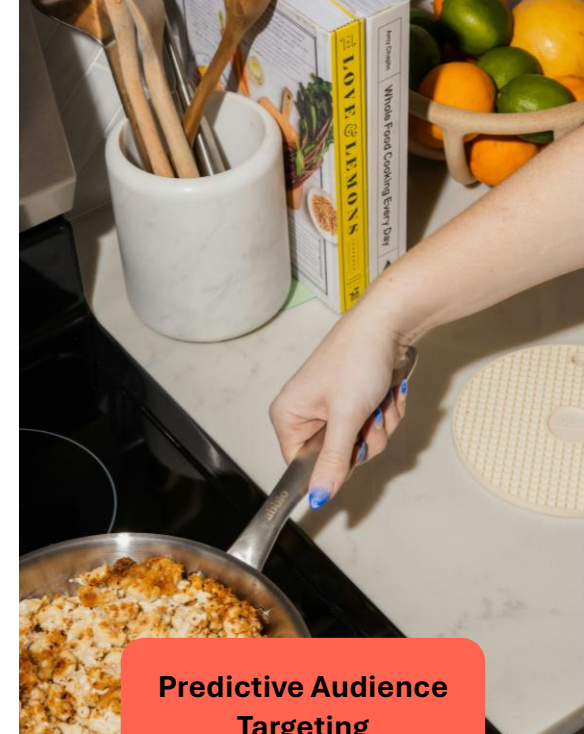
Geo-
Targeting

Mit welchen Inhalten
beschäftigt sie sich?



Kontextuelles
Targeting

Für welche Themen
interessiert sie sich?



Predictive Audience
Targeting

/ Ihre individuelle Targeting-Lösungen – wir verbinden Marken und Zielgruppen passgenau!

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

/ 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

ZEIT PODCASTS

/ Festplatzierungen



/ »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

Reichweite:
Ø 20.000 Downloads pro Episode

Preise bei Festplatzierung:

Belegung	Grundpreis	Stiftungen
PreRoll	4.800,00 €	1.920,00 €
Storytelling	7.200,00 €	2.880,00 €



DIE ZEIT



Elbvertiefung

/ »Und was machst Du am Wochenende?«

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

Erscheinungsweise:

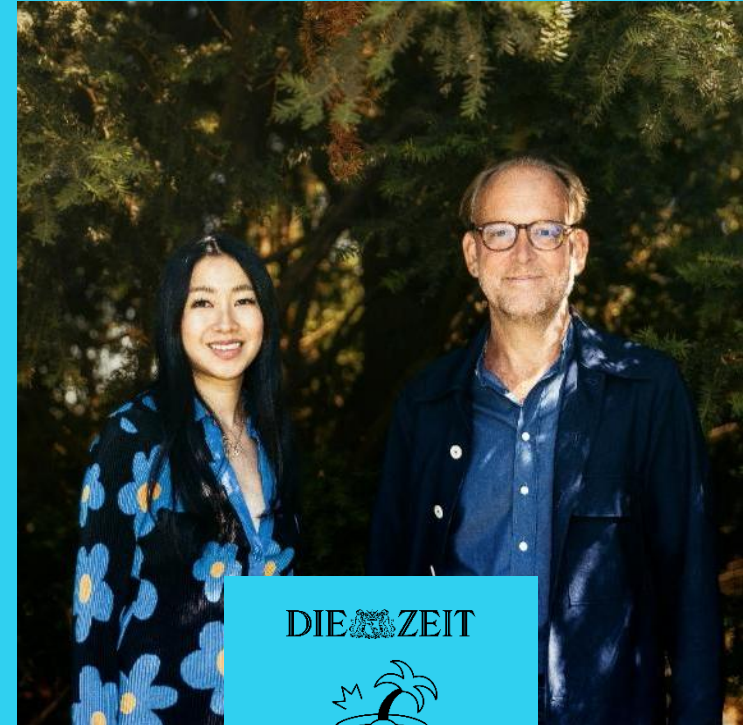
wöchentlich, donnerstags

Reichweite:

Ø 25.000 Downloads pro Episode

Preise bei Festplatzierung:

Belegung	Grundpreis	Stiftungen
PreRoll	4.500,00 €	1.800,00 €
Storytelling	6.750,00 €	2.700,00 €



DIE ZEIT



Und was machst du
am Wochenende?

/ Was jetzt – Der tägliche Nachrichtenüberblick

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

Erscheinungsweise:

Montag bis Freitag, jeweils 2 Episoden

Reichweite:

Ø 160.000 Downloads pro Tag

Preise bei Festplatzierung:

Belegung	Grundpreis	Stiftungen
PreRoll	16.000,00 €	6.400,00 €
Storytelling	20.000,00 €	8.000,00 €



/ »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 12.500 Netto-Downloads pro Episode

Preise bei Festplatzierung:

Belegung	Grundpreis	Stiftungen
PreRoll	2.250,00 €	900,000 €
Storytelling	3.375,00 €	1.350,00 €



ZEIT CAMPUS



Und was macht die Uni?

ZEIT PODCASTS

/ 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*



/ »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*



/ »Das Politikeil«

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

Erscheinungsweise:

wöchentlich, freitags

Reichweite:

Ø 824.000 Downloads pro Monat*



DIE ZEIT



Das Politikeil

/ »Der Ostcast«

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

Erscheinungsweise:

3-wöchentlich, donnerstags

Reichweite:

Ø 100.000 Downloads pro Monat*



DIE ZEIT



Der Ostcast

/ »Die sogenannte Gegenwart«

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

Erscheinungsweise:

14-tägig, montags

Reichweite:

Ø 188.000 Downloads pro Monat*



DIE ZEIT



Die sogenannte Gegenwart

/ »Elbvertiefung«

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

Erscheinungsweise:
wöchentlich, samstags

advise.zeit.de



DIE ZEIT



Elbvertiefung

/ »Und was machst Du am Wochenende?«

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

Erscheinungsweise:
wöchentlich, donnerstags

Reichweite:
Ø 241.000 Downloads pro Monat*



DIE ZEIT



Und was machst du
am Wochenende?

/ »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*



DIE ZEIT



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?

/ »OK, America?«

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

Erscheinungsweise:

wöchentlich, donnerstags

Reichweite:

Ø1 Mio. Downloads pro Monat*



DIE ZEIT



OK, America?

/ »SERVUS. GRÜEZI. HALLO.«

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

Erscheinungsweise:
wöchentlich, mittwochs

Reichweite:
Ø 385.000 Downloads pro Monat*



DIE ZEIT



Servus Grüezi Hallo

/ »Und was macht die Uni?«

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

Erscheinungsweise:
monatlich, dienstags

Reichweite:
Ø 50.600 Downloads pro Monat*



ZEIT **CAMPUS**



Und was macht die Uni?

»Unter Pfarrerstöchtern«

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

Erscheinungsweise:

14-tägig, freitags

Reichweite:

Ø 264.000 Downloads pro Monat*



DIE ZEIT



Unter Pfarrerstöchtern

/ „Verbrechen“ – einer der erfolgreichsten Podcasts Deutschlands

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

Erscheinungsweise:

14-tägig, dienstags

Reichweite:

Ø 2,8 Mio. Downloads pro Monat*



DIE ZEIT



Verbrechen

/ Was jetzt – Der tägliche Nachrichtenüberblick

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

Erscheinungsweise:

Montag bis Freitag, jeweils 2 Episoden pro Tag

Reichweite:

Ø 6,1Mio. Downloads pro Monat*



»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*

**ZEIT WISSEN****Woher weißt du das?**

/ Ihr eigener Podcast

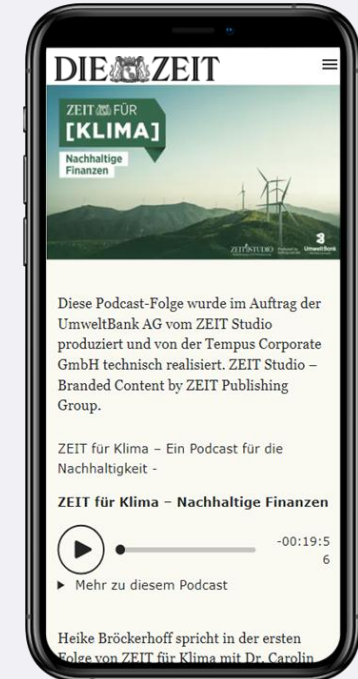
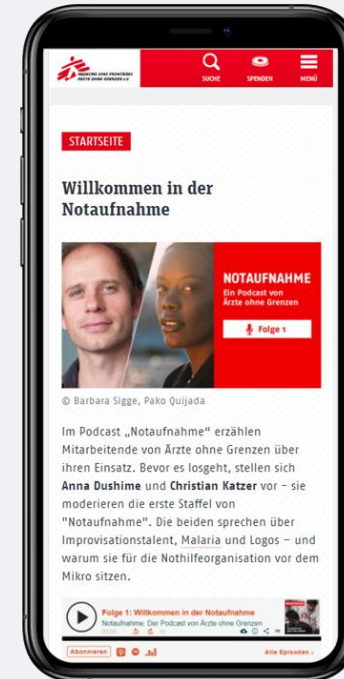
Geschichten, Hintergrundberichte oder Herzensangelegenheiten lassen sich beispielsweise in einem gut aufbereiteten Interviewformat informativ und gleichzeitig emotional aufbereiten.

Wollen Sie einen eigenen Podcast produzieren? Bei der Konzeption, Produktion und Verbreitung unterstützen wir Sie gern.

AKZEPTANZ VON BRANDED-PODCASTS

68 %

der Podcast-Hörer:innen finden gebrandete bzw. gesponserte Podcasts, in denen für sie passende Inhalte interessant aufbereitet werden, ansprechend.



Beispiele für individuell erstellte Podcasts für „Ärzte ohne Grenzen“ und die „UmweltBank“; beide Beispiele entstanden mit Unterstützung des Zeitverlags.

/ Interaktiv

ZEIT für X-Thementage
ZEIT für Unternehmer
ZEIT LEO Weltretter-Mission
Z2X
Zia-Fellowship
MyCompany talks
Freunde der ZEIT



/ ZEIT für X-Thementage

Im Rahmen unterschiedlicher Thementage widmen wir uns in regelmäßigen Abständen den drängenden und prägenden Fragen unserer Zeit.

Platzieren Sie hier die für Sie und Ihre Organisation relevanten Fragestellungen und Themen in Vorträgen und Diskussionsrunden, um sie so in den Fokus einer breiten Öffentlichkeit zu rücken.



Wir bringen Ihre Botschaft ins Gespräch

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.

Konferenzen

ZEIT für UNTERNEHMERINNEN

ZEIT für UNTERNEHMER-Konferenz

Deutsches Wirtschaftsforum, Frankfurt

„Das Gespräch“ zum Heftschwerpunkt

26.03.2026 ZEIT für UNTERNEHMER-Gespräch

25.06.2026 ZEIT für UNTERNEHMER-Gespräch

24.09.2026 ZEIT für UNTERNEHMER-Gespräch

19.11.2026 ZEIT für UNTERNEHMER-Gespräch

Digitalisierung

Nachhaltigkeit

Finanzierung

KI & Industrie 5.0



／ Hier sprechen Taten: Unsere Kund:innen unterstützen die **ZEIT LEO Weltretter-Mission**

Macht die Welt mit guten Taten besser!

Unter diesem Motto ruft das Kindermagazin ZEIT LEO zur Weltretter-Mission auf.

Die ZEIT LEO Weltretter-Mission ist die größte bundesweite Challenge, die Kinder dafür begeistert, gemeinsam die besten Ideen für eine nachhaltigere Zukunft zu entwickeln und die Welt um sie herum besser zu machen.

Teilnehmen dürfen Kinder der Klassen 1 bis 6 sowie Kinder in Nachmittagsbetreuung und Vereinen. Die Schüler:innen sollen Herausforderungen im Themenspektrum Bildung für nachhaltige Entwicklung erkennen und für diese eigene Lösungen entwickeln. Dafür organisieren sich die Kinder in sogenannten Weltretter-Banden, bestehend aus 4 - 5 Kindern, die jeweils eine kreative Idee präsentieren und somit eine gute Tat vollbringen.

Die besten Taten werden bei einer digitalen Preisverleihung ausgezeichnet, welche von der Weltretter-Juryvorsitzenden Susan Schädlich und dem prominenten Weltretter-Paten Eric Mayer moderiert wird.



／ Nahbar und vor Ort: Die Events von ZEIT LEO

Mit Veranstaltungen von ZEIT LEO erreichen Sie Kinder, Eltern und Familien direkt vor Ort oder digital bei sich zu Hause.

ZEIT LEO bietet individuelle Veranstaltungsformate, die speziell auf Ihre Kommunikationsbedürfnisse ausgerichtet sind.

Als Familiennachmittag oder Elternabend mit Vorträgen, Workshops und spielerischen Aktionen können Themen aus vielfältigen Lebensbereichen aufgegriffen werden, die Kinder, Eltern und Familien in ihrem Alltag beschäftigen: Ob Medienkompetenz, Finanzen, Bewegung oder Entspannung zur Gesundheitsprävention im stressigen Familienalltag – unsere Veranstaltungen machen Spaß und bieten einen echten Mehrwert und Erkenntnisgewinn für die Teilnehmenden.

ZEIT LEO Events werden analog oder digital ausgerichtet und durch ein umfangreiches Kommunikationspaket für den Kooperationspartner begleitet.



/ ZEIT für die Schule

ZEIT für die Schule ist seit 30 Jahren das Schulprojekt des Zeitverlags und mit seiner Community von über 110.000 Lehrkräften und 220.000 Schüler:innen Deutschlands größtes Medienprojekt an Schulen.

Ausgehend von der ZEIT als gesellschafts-politisches Leitmedium, übersetzt ZEIT für die Schule aktuelle und relevante Themen glaubwürdig, zeitgemäß und mit redaktionellem Anspruch für den Unterricht von Grund- bis Berufsschule.

Gerne platzieren wir Ihr Anliegen/Ihr Thema/Ihr Engagement pädagogisch sinnvoll im Unterricht – ob durch Unterrichtsmaterial, ein Weiterbildungswebinar, einen Schulwettbewerb oder im Rahmen unseres neuen digitalen Lernspiels.

advise.zeit.de



Die Veranstaltungsreihe Z2X von zeit.de für junge Menschen im Alter von 20 bis 29 hat das Bedürfnis einer Generation getroffen: die Welt besser zu machen. Sie ist innerhalb von fünf Jahren für Tausende „2X-Jährige“ zu einer festen Institution geworden, in deren Zentrum Begegnungen, Austausch und Weiterbildung stehen. Die Z2X-Community umfasst heute über 8.500 neue Visionär:innen.

Seit 2016 laden wir 1.000 junge Menschen nach Berlin ein, um in zwei Tagen und über 100 Sessions ihre Projekte und Ideen zu diskutieren und gemeinsam weiterzuentwickeln.

Für Festival-Partner sind crossmediale Sponsoring-Pakete in unterschiedlichen Größen buchbar.



/ Freunde der ZEIT

„Freunde der ZEIT“ ist das Programm für Abonent:innen, das die Themen der ZEIT erlebbar macht, beispielsweise beim bekannten ZEIT-Leser:innenparlament und in Live-Reportagen – digital und persönlich.

Die regelmäßigen Abendveranstaltungen erfreuen sich großer Beliebtheit. Für Partner stehen dabei unterschiedliche Kooperationspakete zur Verfügung, die wir Ihnen auf Wunsch gern vorstellen.



/ Zia – das Fellowship-Programm

Noch immer sind Frauen in Wissenschaft und Forschung unterrepräsentiert. Wir möchten dazu beitragen, Talente und Potenziale von Frauen nachhaltig in das Wissenschaftssystem einzubinden und Wissenschaftlerinnen in ihren Wissenschaftskarrieren zu unterstützen.

Deshalb hat der ZEIT Verlag das Zia-Fellowship für Frauen in der Wissenschaft initiiert. Das einjährige Programm soll Wissenschaftlerinnen fördern: Dazu gehören fachliches und persönliches Wachstum, Vernetzung und Erfahrungsaustausch sowie das Sichtbarmachen der Forschung unserer Fellows.

Gemeinsam mit Ihnen als Partner oder Förderer des Programms haben wir die Möglichkeit, Frauen in der Wissenschaft zu stärken, sie sichtbar werden zu lassen und die Chancengleichheit voranzutreiben.

Werden Sie Teil der Initiative!

advise.zeit.de



“

Der Zeitverlag engagiert sich mit dem Zia Fellowship-Programm mit voller Überzeugung für die Förderung von Frauen in Wissenschaft und Forschung, damit sie mehr Sichtbarkeit und Anerkennung erhalten.

Rainer Esser

Geschäftsführer des ZEIT Verlags



MyCompany Talks

Globalisierung, Digitalisierung und Kulturwandel treiben Transformationen in Unternehmen voran. Das stellt Unternehmensführung, interne Kommunikation und Personalentwicklung vor die Herausforderung, diese Veränderungsprozesse intern zu managen und zu steuern. Hierbei kann Sie MyCompany Talks unterstützen.

MyCompany Talks ist ein strategisches Tool, um den Dialog zwischen Mitarbeitenden zu fördern und interne Innovations- und Veränderungsprozesse zu begleiten.

MyCompany Talks basiert auf der vielfach ausgezeichneten Dialogaktion „Deutschland spricht“ von zeit.de.

Ein MyCompany Talks-Projekt mit dem Zeitverlag umfasst die Beratung, Softwarenutzung und interne Inszenierung der Aktion.



/ Ihre Ansprechpartnerinnen



Christine Kühl

Head of Sales NPO & Publishing
+49-40/32 80-297
christine.kuehl@zeit.de



Rosanna Romano

Media Consultant
Stiftungen & kirchliche Organisationen
+49-40/32 80-1188
+49 151 5534-3002
rosanna.romano@zeit.de



Duda Zeco

Senior Media Consultant
NPO, Verbände & FR-Agenturen
+49-40/32 80-1228
duda.zeco@zeit.de



Alexandra Hoins

Media Consultant
+49 151 5500-4583
alexandra.hoins@zeit.de

[Unser Portfolio
im Überblick](#)

Zeitverlag Gerd Bucerius GmbH & Co. KG

Vermarktung
Buceriusstraße, Eingang Speersort 1
20095 Hamburg

advise.zeit.de

Druckunterlagen-Anlieferung

per Web-Upload unter www.anzeigeneingang.de
per E-Mail an zeit@anzeigeneingang.de

Es gelten die AGB der ZEIT Preisliste Nr. 71

engagement@zeit.de