

# ZEIT ONLINE Preise & Umfeld für Buchverlage



2025

# ZEIT ONLINE

## Portfolioübersicht

Inhalts-  
verzeichnis  
ist verlinkt

### ZEIT ONLINE

#### ZEIT ONLINE Literaturumfelder

- [ZEIT ONLINE Kultur](#)
- [Was wir lesen Newsletter](#)
- [Freunde der ZEIT Newsletter](#)
- [Buchtipps](#)
- [Handverlesen](#)
- [ZEIT für LITERATUR Podcast](#)
- [„Was liest du gerade?“ Podcast](#)

### Digitale Umfelder

- [Rubriken auf ZEIT ONLINE](#)
- [Newsletter](#)
- [Podcasts](#)

### Kampagnen

- [Displaykampagne](#)
- [Targeting](#)

### Contentformate

- [Content Cards](#)
- [Native Articles](#)
- [Scripted Branded Insta-Story](#)

**Unique User:innen\***

8,74 Mio.

**Visits:\*\***

74,98 Mio.

**Page Impressions:\*\*\***

164,18 Mio.

**Zielgruppe:**

Junge Elite,  
Entscheider:innen und  
Meinungsführer:innen

... ist eines der größten Nachrichtenangebote Deutschlands und steht für einen einordnenden Qualitätsjournalismus mit höchstem Anspruch, für multimediales Storytelling und aufwendigen Datenjournalismus.

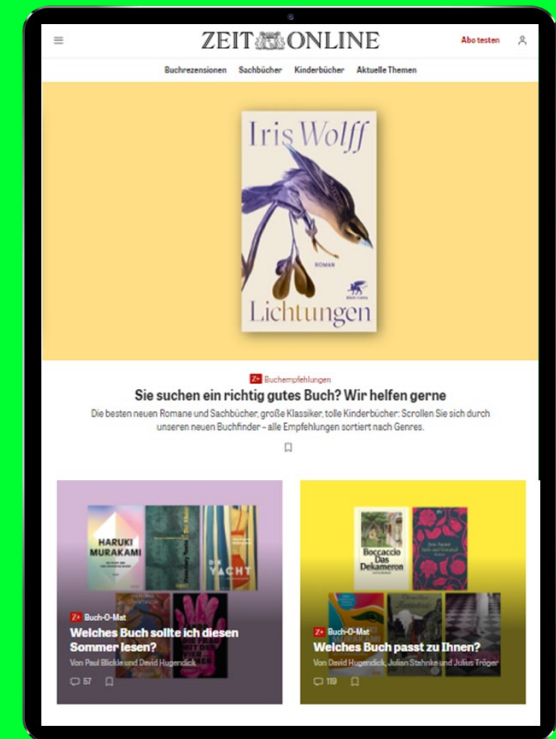
... bietet das breite Themenspektrum von Politik-News über Langzeitreportagen bis hin zu Kulturjournalismus.

... lebt von seinen aktiven User:innen: Mit Hilfe der Kommentarfunktion findet ein intensiver Austausch zwischen User:innen und Redaktion statt.

... Chefredakteur Jochen Wegner wurde von nextMedia.Hamburg und der Nachrichtenagentur dpa mit dem SCOOP AWARD 2018 ausgezeichnet.

... erhielt den international renommierten IPRA President's Award 2019 für die Debattenplattform „My Country Talks“, ein Werkzeug, das es Medienorganisationen überall auf der Welt ermöglicht, Gespräche in ihren Ländern zu organisieren und damit einen Beitrag zur besseren Verständigung der Welt leistet.

Quelle: \*agma DNA November 2024, \*\*IVW November 2024







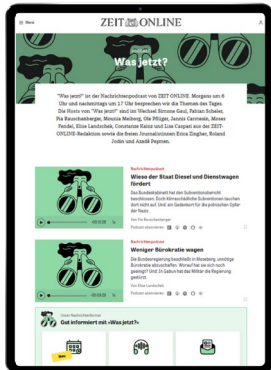
Newsletter

Die digitalen Newsletter der ZEIT-Familie sprechen unterschiedliche Zielgruppen mit hochwertigen Inhalten an. ZEIT ONLINE bietet Newsletter unter anderem aus den Bereichen Nachrichten, Lifestyle, Kultur, Bildung, Wissenschaft, Reisen, Job und Karriere an. Ein Umfeld mit hoher Nutzungsintensität und hohen Öffnungsraten der treuen ZEIT-Newsletter Abonnent:innen.



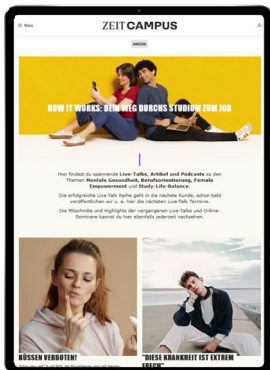
Display

Mit Display Ads erzielen Werbetreibende eine hohe Reichweite im Rahmen ihrer Branding Kampagne. Für die Vermeidung von Streuverlusten bietet ZEIT ONLINE nicht nur ein breites Spektrum an verschiedenen Werbemittel-formaten an, sondern auch zielgruppenspezifische Targetings. Den Kunden wird ein passendes und hochwertiges Umfeld für ihre Werbebotschaft geboten.



Podcast

ZEIT ONLINE produziert die reichweitenstärksten Qualitätspodcasts in Deutschland. Die ZEIT ONLINE-Podcast-Familie bietet ein breites Themenspektrum mit unterschiedlichen Zielgruppen. Aktuelle Nachrichten, Kriminalfälle, Politik, Wissenschaft und vieles mehr. Es werden prominente Gäste interviewt und Live-Events aufgenommen. Ein hochwertiges Umfeld für zielführende Natives Audio Ads.



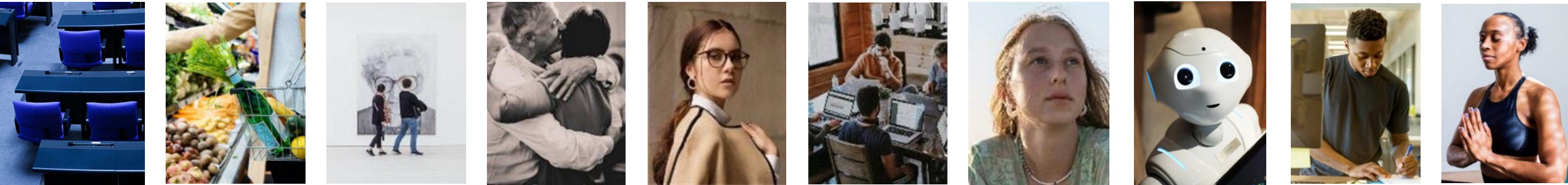
Content-Lösungen

Content-Lösungen auf ZEIT ONLINE bieten die Möglichkeit aufregende Geschichten im passenden Layout zu erzählen. Werbetreibende können die Inhalte selbst liefern oder im Auftrag von einer Service-Redaktion erstellen lassen. Die Content-Lösung wird auf ZEIT ONLINE mit einem Mediapaket beworben und an passender Stelle eingebunden. Für eine umfassende Inszenierung der Werbebotschaft bietet ZEIT ONLINE mit Advertorials, Sponsored Posts, Branded Podcasts und Videos das passende Umfeld.





# / Buchbare Ressorts

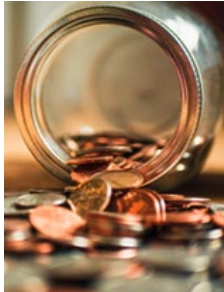
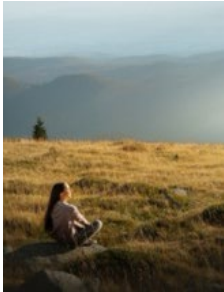
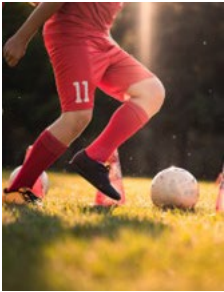


ZEIT ONLINE Politik	ZEIT ONLINE Wirtschaft	ZEIT ONLINE Kultur	ZEIT ONLINE Gesellschaft	ZEITmagazin ONLINE	ZEIT Campus ONLINE	ZEIT ONLINE ZE.TT	ZEIT ONLINE Wissen	ZEIT ONLINE Arbeit	ZEIT ONLINE Gesundheit
Das Politik-Ressort von ZEIT ONLINE bietet eine breite und tiefgehende Berichterstattung über politische und geopolitische Themen aus aller Welt.	Tiefgehende Einblicke in komplexe wirtschaftliche Zusammenhänge sowie Beiträge zu wirtschaftlichen Entwicklungen auf Gesellschaft und Unternehmen.	Das Umfeld für Schönes, Hintergründiges und manchmal auch Abseitiges aus Literatur, Film, Musik und Kunst.	Aktuelle Nachrichten und Hintergründe aus Gesellschaft und Zeitgeschehen zu vielfältigen sozialen und bildungs-politischen Veränderungen.	Tagesaktueller Magazinjournalismus zu Gesellschaft, Kultur, Design, Politik, Lifestyle und Trends mit opulenten Bildergalerien und emotionalen Texten.	Das junge Magazin der ZEIT bietet in den Rubriken Leben, Studieren und Arbeiten Orientierungshilfe für Studierende.	Das neue Ressort von ZEIT ONLINE. Hier geht es um Antirassismus, queeres Leben, Feminismus und Inklusion.	Das Ressort interessiert, was die Welt bis ins letzte Atom zusammenhält, voranbringt und ausmacht – für die Gesellschaft und jede:n Einzelne:n.	Themen rund um das moderne Arbeitsleben: Work-Life-Balance, Digitalisierung, Automatisierung, Vereinbarkeit von Beruf & Familie und Geschlechter-Gleichstellung.	Informiert über neueste Erkenntnisse aus Wissenschaft und Medizin und ordnet aktuelle Daten in einen Kontext.

Änderungen vorbehalten.



# / Buchbare Ressorts



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

Änderungen vorbehalten.



# / Rubriken: Übersicht (1/2)

Plattform	Beschreibung	Unique User*	Visits**	Page Impressions**
ZEIT Online	Aktuelle Nachrichten, Kommentare, Analysen und Hintergrundberichte aus Politik, Wirtschaft, Gesellschaft, Wissen, Kultur, Sport und Gesundheit.	8,74 Mio.	74,98 Mio.	164,18 Mio.

Rubriken	Beschreibung	Visits***	Page Impressions***
ZEIT Online Politik	Das Politik-Ressort von ZEIT ONLINE bietet eine breite und tiefgehende Berichterstattung über politische und geopolitische Themen aus aller Welt.	16,38 Mio.	22,60 Mio.
ZEIT Online Wirtschaft	Tiefgehende Einblicke in komplexe wirtschaftliche Zusammenhänge sowie Beiträge zu wirtschaftlichen Entwicklungen auf Gesellschaft und Unternehmen.	3,61 Mio.	4,41 Mio.
ZEIT Online Kultur	Das Ressort bietet ein Umfeld für das Schöne in Literatur, Film, Serien, Musik und Kunst.	4,65 Mio.	6,01 Mio.
ZEIT Online Gesellschaft	Aktuelle Nachrichten und Hintergründe aus Gesellschaft und Zeitgeschehen zu vielfältigen sozialen und bildungspolitischen Veränderungen.	6,16 Mio.	7,79 Mio.
ZEITmagazin Online	Tagesaktueller Magazinjournalismus zu Gesellschaft, Kultur, Design, Politik, Lifestyle und Trends mit opulenten Bildergalerien und emotionalen Texten.	4,03 Mio.	5,28 Mio.
ZEIT CAMPUS Online	Das junge Magazin der ZEIT bietet in den Rubriken Leben, Studieren und Arbeiten Orientierungshilfe für Studierende.	0,63 Mio.	0,79 Mio.
ze.tt	Das neue Ressort von ZEIT ONLINE. Hier geht es um Antirassismus, queeres Leben, Feminismus und Inklusion.	0,68 Mio.	0,81 Mio.
ZEIT Online Wissen	Das Ressort interessiert, was die Welt bis ins letzte Atom zusammenhält, voranbringt und ausmacht – für die Gesellschaft und jede:n Einzelne:n	2,87 Mio.	3,53 Mio.
ZEIT Online Arbeit	Themen rund um das moderne Arbeitsleben: Work-Life-Balance, Digitalisierung, Automatisierung, Vereinbarkeit von Beruf & Familie und Geschlechter-Gleichstellung.	2,91 Mio.	3,51 Mio.

Quelle: \*agma DNA November 2024; \*\*IVW November 2024, \*\*\*Quelle Page Impressions und Visits ZEIT ONLINE: Mapp Ø pro Monat Nov. 2023-Okt.2024.

# / Rubriken: Übersicht (2/2)

Rubriken	Beschreibung	Visits***	Page Impressions***
ZEIT Online Gesundheit	Informiert über neueste Erkenntnisse aus Wissenschaft und Medizin und ordnet aktuelle Daten in einen Kontext.	1,67 Mio.	2,04 Mio.
ZEIT GREEN	ZEIT GREEN richtet sich an Menschen, „die nach Lösungen suchen“. Es handelt von grünen Ideen aus allen Bereichen in Deutschland und der Welt.	0,02 Mio.	0,02 Mio.
ZEIT Online Sport	Das Ressort bietet einen hintergründigen, kritischen Blick auf die Sportwelt.	2,62 Mio.	3,46 Mio.
ZEIT Online Digital	Alles zum Internet, Schönes wie Kritisches zur Netzkultur, zu innovativen Technologien, zu neuen Gadgets und zu Games.	0,88 Mio.	1,10 Mio.
ZEIT Online Sinn	Wie komme ich klar? Was kann ich tun, um glücklich zu sein? Diese und weitere Fragen beantwortet ZEIT ONLINE Sinn.	0,44 Mio.	0,54 Mio.
ZEIT Online 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.	0,97 Mio.	1,23 Mio.
ZEIT Online Hamburg	Das ZEIT ONLINE Ressort Hamburg bietet detaillierte Artikel und Analysen zu sämtlichen Themen, die Hamburg betreffen.	0,53 Mio.	0,67 Mio.
ZEIT Online Geld	Das Ressort hat sich zum Ziel gesetzt, das Thema Geld mit einer positiven Einstellung zu behandeln.	0,99 Mio.	1,16 Mio.
ZEIT Online Familie	ZEIT ONLINE Familie ist eine Plattform für Texte, die sich rund um Kinder und Kitas, Partnerschaft und Generationen, Schule und Bildung drehen.	0,66 Mio.	0,78 Mio.
ZEIT Online Mobilität	Artikel und Analysen zu Themen wie öffentlichem Nahverkehr, der Automobilbranche und den politischen Auswirkungen auf die Mobilität.	1,47 Mio.	1,73 Mio.

Quelle: \*agma DNA November 2024; \*\*IVW November 2024, \*\*\*Quelle Page Impressions und Visits ZEIT ONLINE: Mapp Ø pro Monat Nov. 2023-Okt.2024.

# / ZEIT ONLINE Kultur

ZEIT ONLINE Kultur ist eine Plattform für Texte, die zum Nachdenken anregen, den Horizont erweitern, die Spaß machen.

Die Analyse des kulturell, gesellschaftlich und politisch Bedeutsamen steht gleichberechtigt neben der Beschreibung des Schönen in Literatur, Film, Serien, Musik und Kunst. Nicht alles ist Kultur, aber fast alles lässt sich mit dem Blick der Kultur betrachten.

## Das Ressort lebt unter anderem von Serien wie:

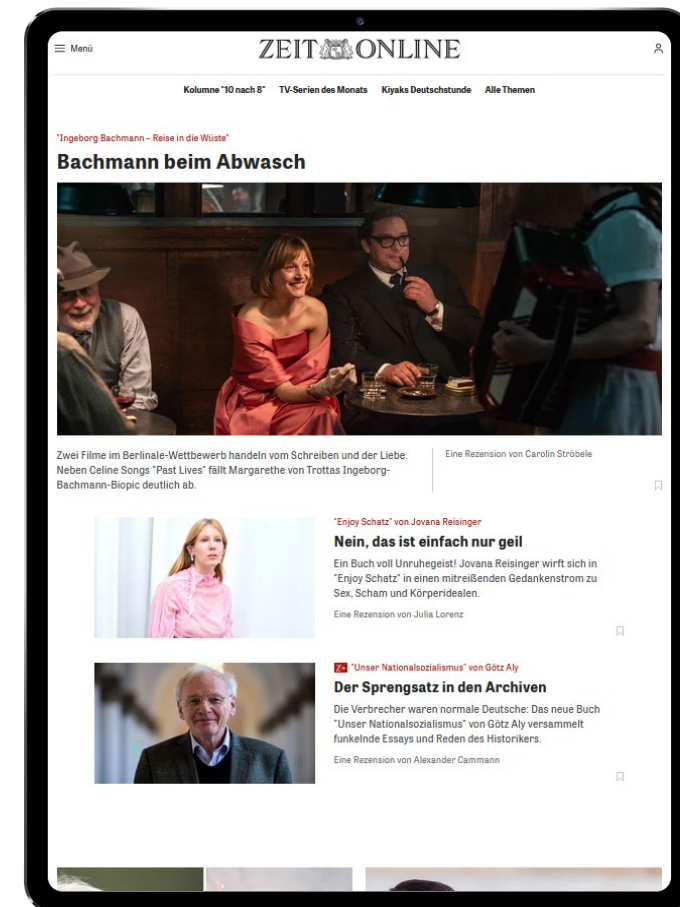
10 nach 8: Ein Autorinnen-Kollektiv für mehr weibliche Stimmen in der Öffentlichkeit, dem Feminismus wichtig ist und das in diesem Sinne für ZEIT ONLINE schreibt – politisch, poetisch, polemisch.

## Stärken

6,01 Mio. Page Impressions\*

4,65 Mio. Visits\*

\* Quelle: Mapp Ø pro Monat Nov. 2023-Okt. 2024





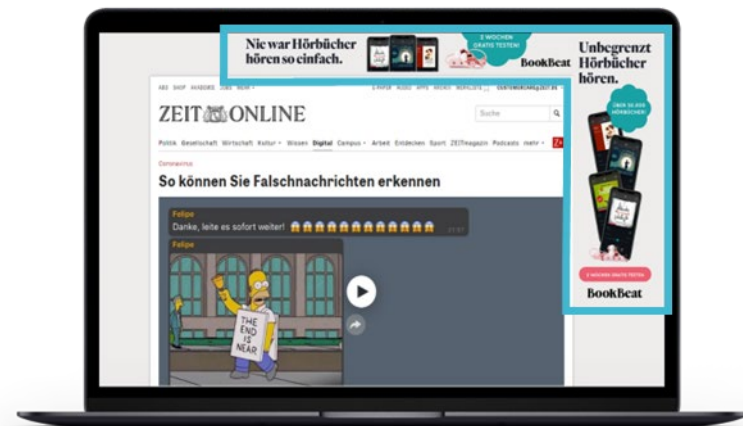
# / Displaykampagnen



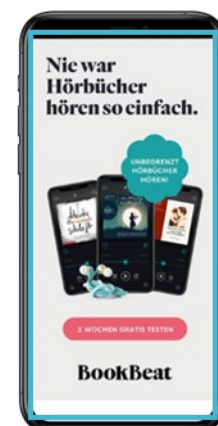
# / Ausgewählte Display Formate



## Wallpaper



## Halfpage Ad



**Kombination für mehr potenzielle Reichweite:** Schaltung eines stationären Wallpapers in Kombination mit einem Mobile Halfpage Ad.  
Weitere Bannerformate finden Sie im [Showroom](#) der iq digital.

## Preismatrix

### DIGITAL

Kombination von stationärem UND mobile Banner	PK1: 36,- € PK2: 27,- €
---	----------------------------

PK I = Grundpreis für Rubrikenrotation, für Run of Homepage, für Basic-Targeting in Rubrikenrotation, für Entscheider-, Data- und Kontextuelles-Targeting in Portalrotation;  
PK II = Grundpreis für Portalrotation und für Basic-Targeting in Portalrotation  
Bei Buchung des Basic-Targetings sind 15% Targetingzuschlag auf den jeweiligen Grundpreis zu berechnen.  
Technisches Targeting (Geo-Targeting, Uhrzeiten oder Endgeräte) ist zuschlagsfrei. Es handelt sich um TKP Preise (TKP = Tausenderkontaktpreis)

Änderungen der Preise und Formate unterjährig möglich. Stand: Januar 2025. Die angegebenen Preise sind Tausenderkontaktpreise (TKP).  
Der Digitalpreis lässt sich mit der jeweiligen Werbemittelkombination, dem dazugehörigen TKP und den gewünschten Ad Impressions errechnen.  
Die Ausspielung der Werbemittel erfolgt mobil und stationär. Für Bannerkampagnen gilt ein Mindestbuchungsvolumen von 1.575,00 €. Motivwechsel: Die Einbuchung einer Bannerkampagne enthält max. einen Motivwechsel innerhalb der Laufzeit.  
Sollten weitere Motivwechsel gewünscht sein, ist dies möglich. Der Preis beträgt 180 € je Motivwechsel und ist nicht rabattfähig.

Alle Preise zzgl. MwSt.: Änderungen vorbehalten. Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen, siehe [advise.zeit.de](#)

## Lesebeispiel:

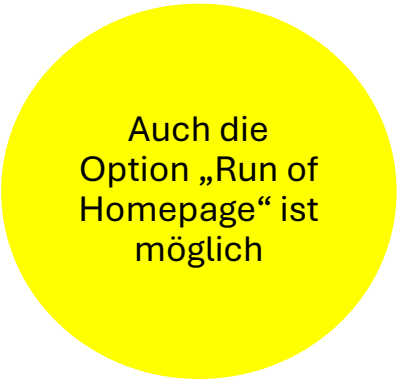
Sie möchten mit einem 2:1 Banner auf ZEIT CAMPUS ONLINE (Rubrik von ZEIT ONLINE) werben →

Rubrikenpreis PK 1 auswählen = 36,- € TKP  
80.000 Ad Impressions kosten Sie  
 $80 \times 36,- € = \underline{2.880,- €}$

# / Unsere Umfelder – Ihre Buchungsmöglichkeiten

## Run on Site

Run on Site bedeutet, dass Ihr Werbemittel auf ZEIT ONLINE ausgespielt wird. Über die Targetingmöglichkeiten können sie Ihre Zielgruppe genau ansteuern, egal wo sich diese auf der Website befindet, wie z.B. Schüler:innen.



Auch die Option „Run of Homepage“ ist möglich

## Rubrikenbuchung

Eine Rubrik ist die thematische Kategorie einer Website.

Rubriken von ZEIT ONLINE sind z.B.:

- ZEIT ONLINE Gesellschaft
- ZEIT ONLINE Kultur
- ZEIT CAMPUS ONLINE
- u.v.m.

Über die Rubriken können Sie gezielt bestimmte Zielgruppen und User:innen wie beispielsweise gesellschaftsinteressierte, Kulturinteressierte oder Student:innen ansprechen.

## Basic Targeting\*

Soziodemographische Merkmale wie Geschlecht, Alter aber auch Merkmale wie Ausbildungsstatus und Beruflicher Status.

## Premium Targeting

Hierzu gehören Kriterien wie Branche und Abteilung, Special Targets wie Ingenieure aber auch Kontextuelles Targeting (nach Themen und Keywords).

## Technisches Targeting\*

Beispielsweise Geotargeting – Ihre Werbemittel werden gezielt an User einzelner Regionen wie Bundesländer oder Städte ausgespielt.

\*Es können maximal 3 Targetingkriterien kombiniert werden.



# / Zielgruppen-Marketing





# / Zielgruppengenaue Kommunikation

## Was ist Targeting?

Targeting ermöglicht eine zielgruppengenaue, automatisierte Aussteuerung digitaler Werbemittel mit dem Ziel, den/die einzelne/n User:innen jeweils besonders relevante Werbung einzublenden. So können Sie wirkungsvoll Streuverluste reduzieren und die Conversionrate Ihrer digitalen Werbekampagne erhöhen.

## Unser USP – Ihr Vorteil.

Die Kombination aus individuellen, nutzerzentrierten Analysen und Analysen des Surfverhaltens mit einem zielgerichteten Zugang zu ZEIT ONLINE ermöglicht uns die Erstellung von einzigartigen Targeting-Segmenten für exklusive Kommunikationslösungen.



# / Targeting-Möglichkeiten im Vergleich

## / 1.Technisches Targeting / 2.Basic Targeting

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

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

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

### **Beispielzielgruppe**

User:innen in 20079 Hamburg und 20 km Umkreis

### 2.1. Soziodemografisches Targeting

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

### 2.2. Interessen Targeting

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

### **Beispielzielgruppe**

Frauen + Alter 30+ Jahre + Literatur

## / 3.Premium Targeting

### 3.1. User Involvement Targeting

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

### 3.2. Kontextuelles Targeting

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

### 3.3. Entscheider:innen Targeting

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

### **Beispielzielgruppe**

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



# Regionale Zielgruppen durch Geotargeting erreichen

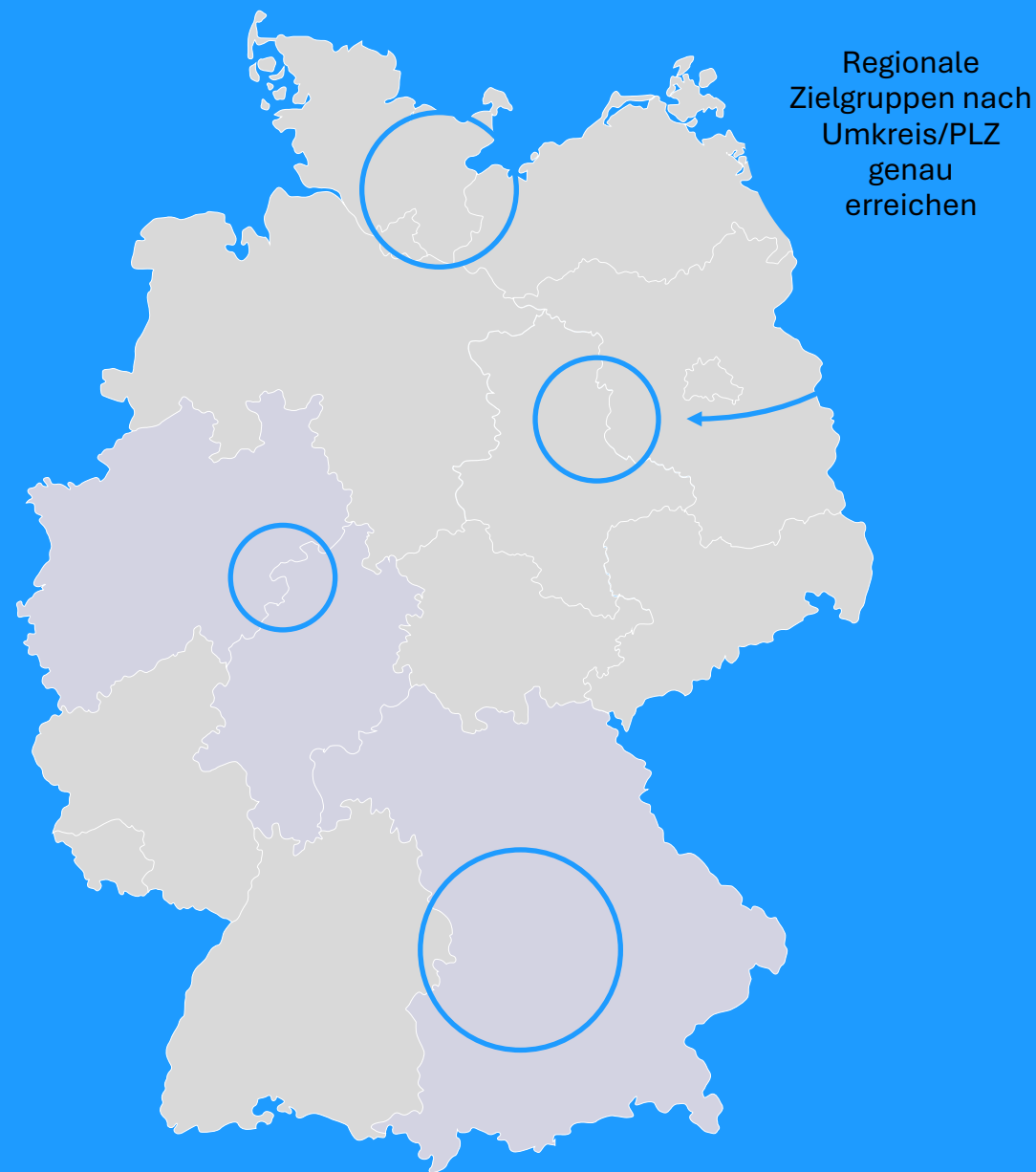
## Vermeiden Sie Streuverluste!

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

Das Targeting lässt sich beispielsweise auf den Umkreis von 50 Kilometer um eine bestimmte Filiale herum ausweisen. Oder ein Kunde, der bspw. in Bergedorf situiert ist, könnte seine 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

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

## / 2.2. Interessen Targeting

### Home & Family

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

### Interests

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

### Recreation

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

### Business

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

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



# / 3.1. User Involvement Targeting

## Was ist User Involvement Targeting?

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

## Kriterien zur Segmentindividualisierung (vorrangig Themen):

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

## Segmentübersicht B2B

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

## Segmentübersicht B2C

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

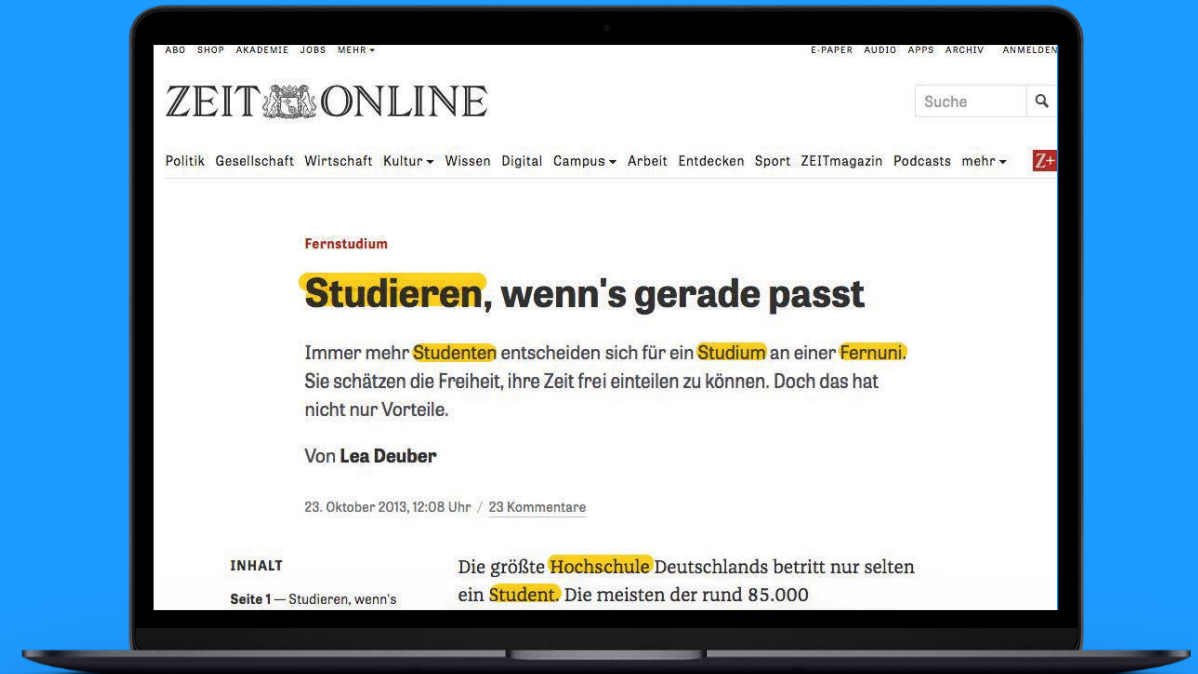
Es können maximal drei Kriterien kombiniert werden. Bei der Buchung von Targeting-Optionen fällt ein Aufschlag in Höhe von 15% an.

## / 3.2. Kontextuelles Targeting

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

### Wie funktioniert das kontextuelle Targeting?

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



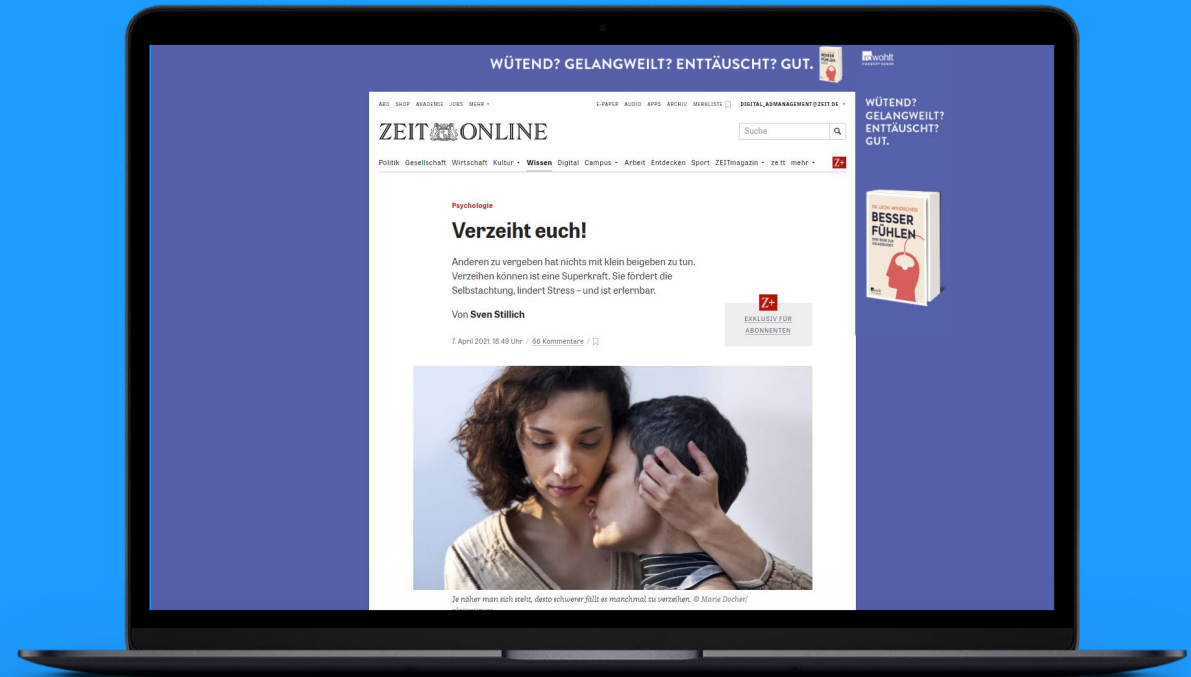
## / 3.2. Kontextuelles Targeting

### Wie können Sie Kontextuelles Targeting buchen?

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

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

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





## / 3.3. Entscheider:innen Targeting

### Position im Unternehmen

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

### Abteilung im Unternehmen

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

### Unternehmensklasse

- Kleinstunternehmen
- Kleine Unternehmen
- Mittlere Unternehmen
- Großunternehmen

### Unternehmensgröße

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

### Unternehmensumsatz

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

### Special Targets

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

### Unternehmensbranche

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

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

# / Contentformate



# / Contentbasierte Lösungen - Vorteile

## **Relevanz**

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

## **Imagetransfer**

Positiver Imagetransfer durch die Präsentation Ihrer Marke im redaktionellen Umfeld von ZEIT ONLINE.

## **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 ONLINE sorgt für hohe Sympathiewerte für Produkt und Marke. Der in diesem Umfeld integrierte Kunden-Content zählt auf das Image Ihrer Marke ein und schafft gleichzeitig Vertrauen.





Große Wirkung – kleiner Preis.

Der neue BUCHTIPP ist die ideale Möglichkeit, User:innen digital über Ihre Novitäten aus den unterschiedlichsten Genres zu informieren. Ob Belletristik, Kunstbände, Kriminalliteratur, Kinder- oder Sachbücher – durch dieses Werbemittel erreichen Sie höchste Aufmerksamkeit und sprechen eine vielseitig interessierte und lesefreudige Zielgruppe an. Die Gestaltung übernimmt die Verlagsgrafik von ZEIT ONLINE für Sie.

Ressort

Kultur, Laufzeit 1 Woche je nach Verfügbarkeit

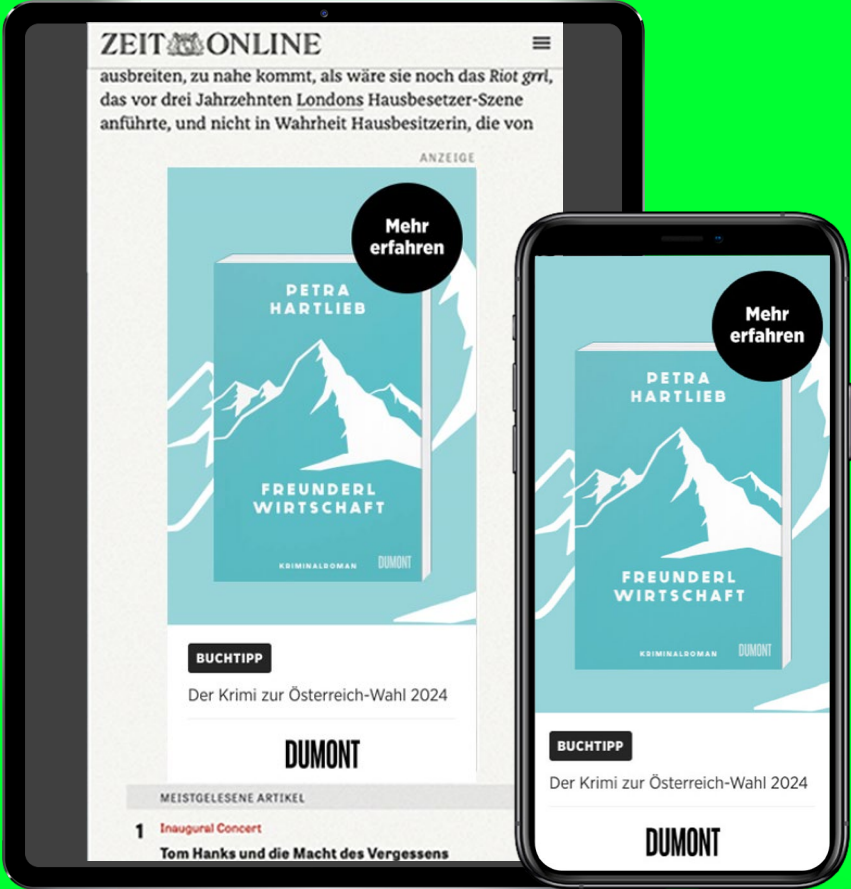
Preise und Formate

Format	Details	Als	Preis
Halfpage Ad 300 x 600 px	Text max. 200 Zeichen für Headline und Text (inklusive Leerzeichen) Bildformat 600 x 1200 px (bestenfalls Hochkant) JPEG, PNG, TIFF	60.000	2.560,- €*

\*Die Erstellungskosten liegen bei 400,- €, sind in diesem Preis bereits inkludiert und nicht AE- und rabattfähig. Der Mediapreis von 2.160,- € ist nicht rabatt- aber AE-fähig.

Materialanlieferung

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



# / Gestaltung im redaktionell anmutenden Layout von ZEIT ONLINE oder ZEIT CAMPUS

## Das Advertorial im Ad:

- Platzierung: ausspielbar auf allen Portalen und Umfeldern
- Targeting zubuchbar
- Max. 5 Sites pro Card
- EyeCatcher – Erklärung – Call 2 Action
- Möglich sind Video, Image/Bild und Text
- Inkl. 1 Schulterblick und 1 Korrekturschleife
- Die Buchung muss mindestens 18 Werktage vor dem Kampagnenstart erfolgen

## Sie liefern:

- Informationen/PR-Meldung
- Bilder im Hochformat und / oder Video-Link
- Logo und
- Ziel URL

## Preis:

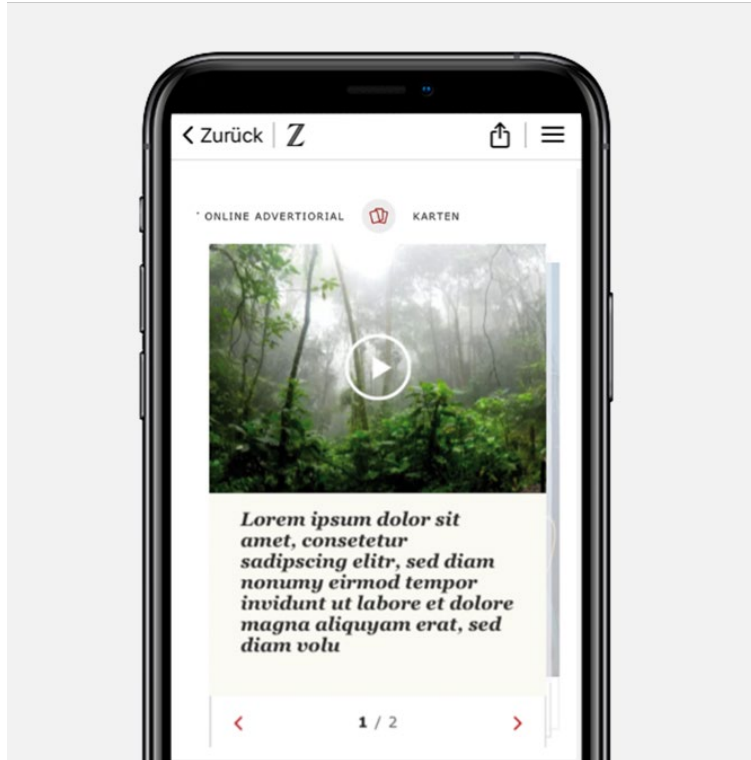
ab 5.000 € (inkl. Produktions- und Mediakosten)\*

\*Pakete auf Anfrage. Branchenrabatte möglich. Alle Preise zzgl. MwSt. Das Angebot ist freibleibend.

Tipp:  
Insta Story  
ZEIT CAMPUS  
/ ZEITmagazin  
zubuchbar

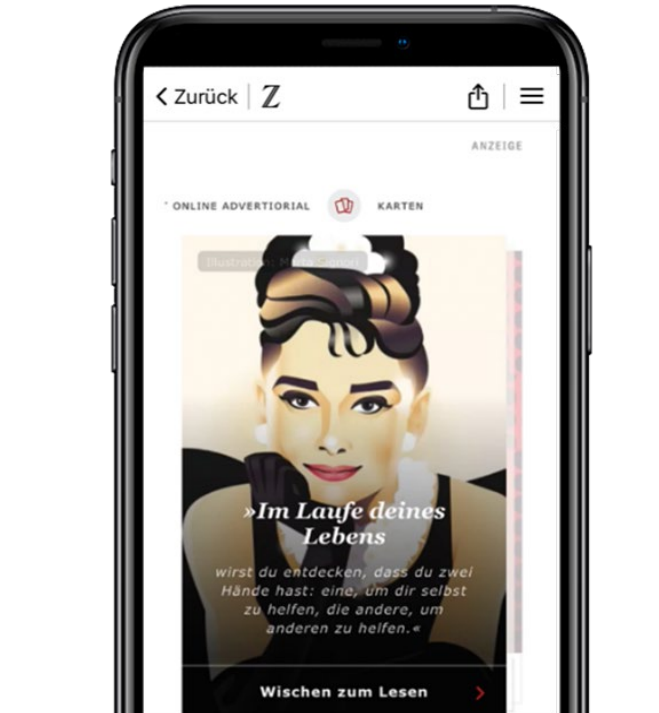


# / Viel Content in einer Werbeform – eine Kombination ist möglich



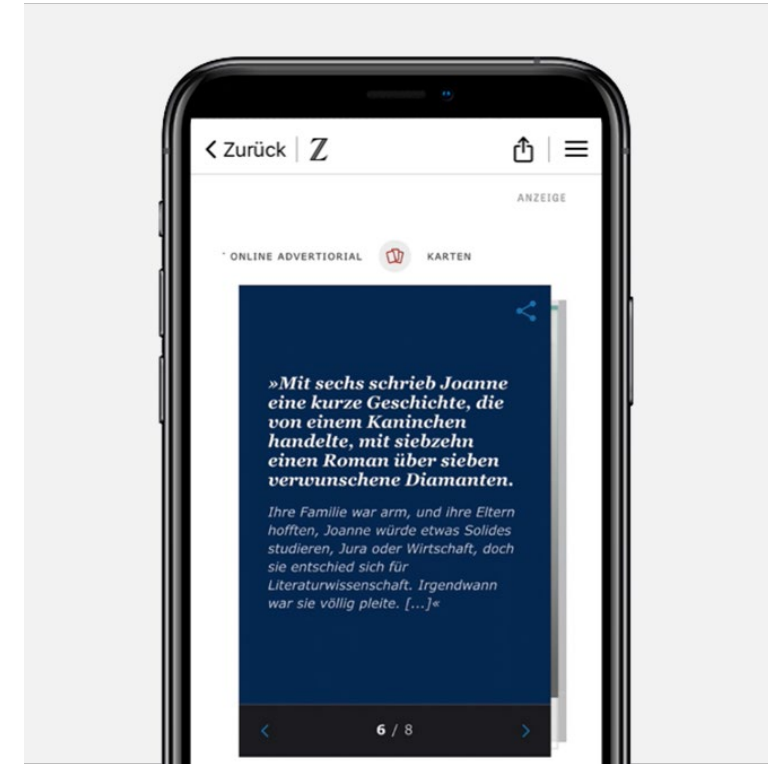
## Video Card

- Media URL (Vimeo, YouTube)
- Headline und Description insgesamt max. 160 Zeichen



## Image Card

- Bild
- Headline max. 100 Zeichen
- Description max. 140 Zeichen



## Text Card

- Headline max. 25 Zeichen
- Subline max. 220 Zeichen
- Description max. 160 Zeichen



# / Mehrkundenadvertorial Handverlesen

Stellen Sie Ihre ausgewählten Neuerscheinungen und Buchempfehlungen unserer literaturaffinen Leserschaft auf ZEIT ONLINE vor – parallel zur Frankfurter oder Leipziger Buchmesse und als digitale Ergänzung der ZEIT LITERATUR Printausgabe.

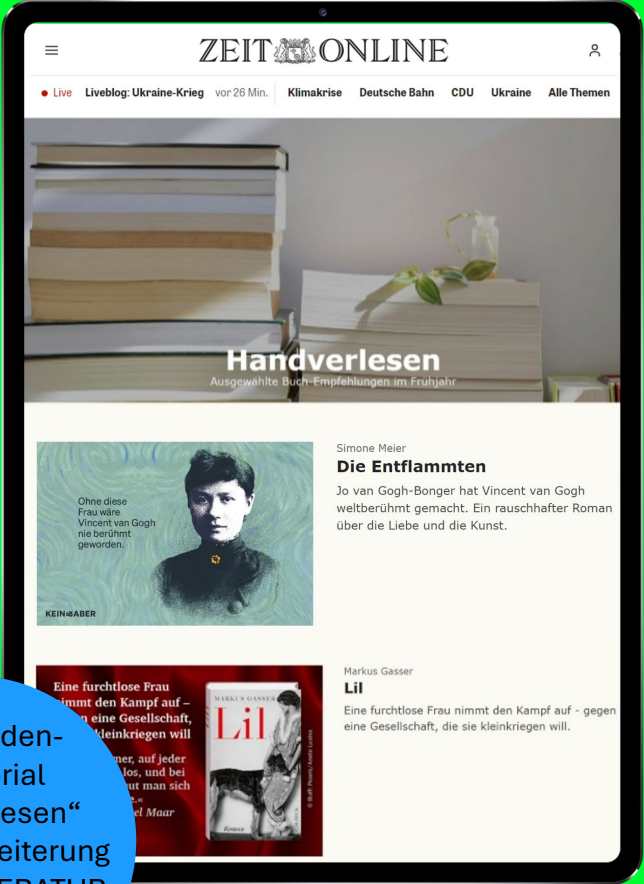
Handverlesen sammelt die Buch- und Leseempfehlungen verschiedener Verlage, sorgt durch umfangreiche Vorstellungen Ihrer Titel für Inspiration und macht Lust aufs Lesen!

Der gemeinsame Erscheinungstermin mit ZEIT LITERATUR garantiert eine hohe Aufmerksamkeit. Das vorgefertigte Reichweitenpaket sorgt außerdem dafür, dass die ZEIT ONLINE-User:innen über die gesamte vierwöchige Laufzeit zu Ihrem Advertorial geführt werden.

## Termine

Digital	Erscheinungstermin	Laufzeit	Buchungsschluss
<b>MKA Handverlesen</b> in ZEIT LITERATUR Leipzig*	20.03.2025	20.03.2025 – 17.04.2025	20.02.2025
<b>MKA Handverlesen</b> in ZEIT LITERATUR Frankfurt*	09.10.2025	09.10.2025 – 06.11.2025	11.09.2025

\*Der Mehrkundenadvertorial „Handverlesen“ ist als einzelnes als Digitalformat oder in Kombination mit dem ZEIT LITERATUR Leipzig/ Frankfurt im Nordischen Format buchbar.



Mehrkunden-  
advertorial  
„Handverlesen“  
Digitale Erweiterung  
von ZEIT LITERATUR  
auf ZEIT ONLINE

# / Handverlesen

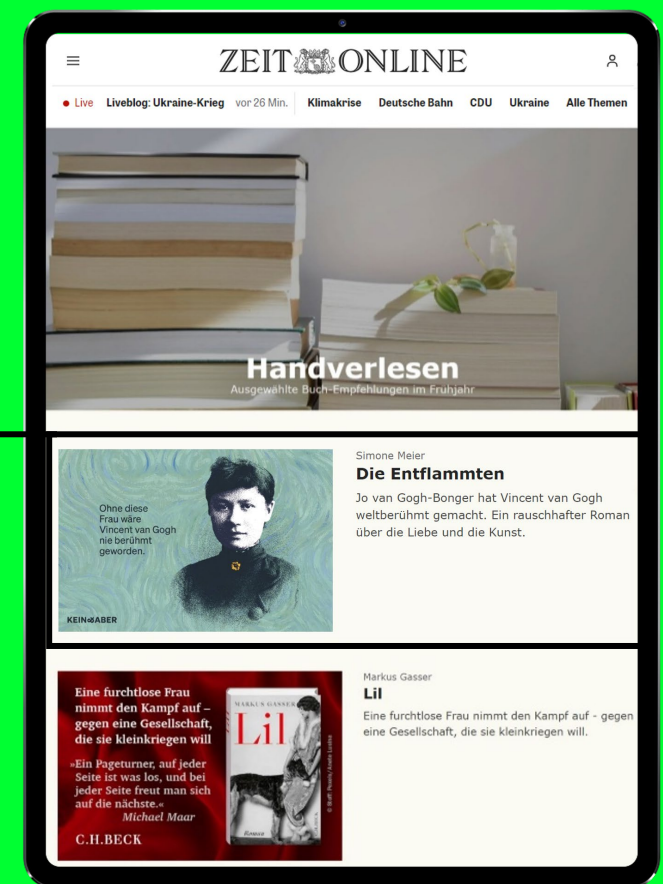
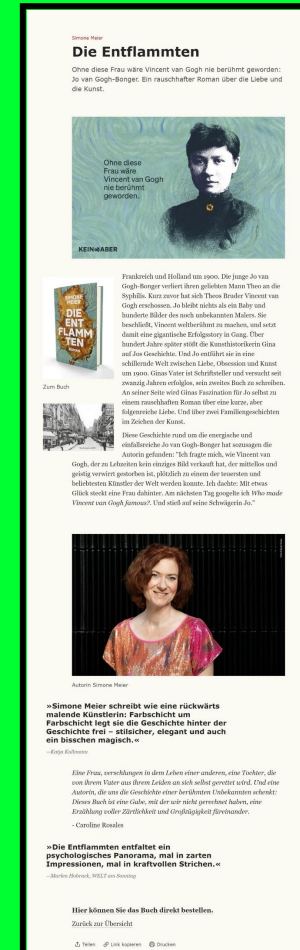
## HANDVERLESEN

### Stärken

- **Glaubwürdig und persönlich**
- **Geringer Aufwand:** Sie liefern die Inhalte und wir erstellen das Profil für Sie
- **Synergien nutzen:** Sie sind Teil eines Advertorials und stehen im Kollektiv mit weiteren Buchverlagen
- **Maximale Aufmerksamkeit** Ihrer Zielgruppe mit geringen Streu-verlusten: Eine Bannerkampagne verlinkt auf die Startseite
- **Langlebigkeit** durch Laufzeit von 4 Wochen

### Basisprofil

- Überschrift (70 Zeichen inkl. Leerzeichen),
- Teasertext (170 Zeichen inkl. Leerzeichen)
- Bilder: Headerbild plus 5 weitere Bilder (16:9, mind. 600 px breit, kleiner als 1 MB)
- Text (begrenzt auf 2.000 Zeichen inkl. Leerzeichen)
- Website, Kontaktdaten, Logo



# / Unser Angebot für Handverlesen



Kommunikationsmittel	Info	Platzierung	Bruttokontakte	TKP	Nettopreis (zzgl. MwSt.)
Produktion					
Profil	1 Artikelseite innerhalb des Mehrkundenadvertorials, Laufzeit 4 Wochen	ZEIT ONLINE			1.200,- €
Media					
Werbemittel	Digital mobile Halfpage Ad, stationär 2:1, PK 2 mit Targeting Literaturinteresse	ZEIT ONLINE	125.000 AI	15,53 €	1.940,63 €
Summe					3.140,63 €

Der Preis gilt je Advertorial und ist AE- aber nicht abschlussrabattfähig. Die Produktionskosten sind nicht rabatt- oder AE-fähig. Das Mehrkundenadvertorial wird nur bei einem Mindestbuchungsvolumen von 12.500 € realisiert. Das MKA bekommt einen Navigationslink im Menü und einen Bild-Text-Teaser in einem ausgewählten Ressort (nach Verfügbarkeit, z. B. Kultur). Traffic-Zuführung über verlagsseitiges Werbemittel auf die Startseite „Handverlesen“. Jeder Teilnehmer übernimmt mit seinem Budget einen Anteil an den Traffic-Maßnahmen. Diese verlinken auf die Startseite des Kollektivs. Alle Preise zzgl. MwSt., Änderungen vorbehalten. Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen, siehe [advise.zeit.de](#)



# / Native Article und Native Hub

## / Native Article

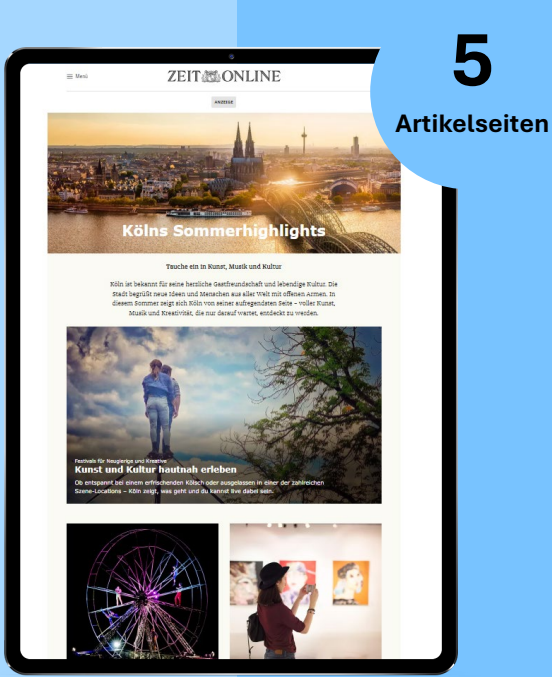


**BASIC:**  
**CONTENT-ERSTELLUNG DURCH SIE**  
**PREIS AB 6.000€ (4 WOCHEN)\***

**PLUS:**  
**CONTENT-ERSTELLUNG DURCH UNS**  
**PREIS AB 8.000€ (4 WOCHEN)\***

\*Das Mindestbuchungsvolumen netto/netto besteht 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. Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen, siehe [advise.zeit.de](https://advise.zeit.de)

## / Native Hub



**BASIC:**  
**CONTENT-ERSTELLUNG DURCH SIE**  
**PREIS AB 12.500€ (4 WOCHEN)\***

**PLUS:**  
**CONTENT-ERSTELLUNG DURCH UNS**  
**PREIS AB 17.500€ (4 WOCHEN)\***

# Welcher Umfang darf es sein? Sie entscheiden.

## Native Article

- Contenterstellung: bei *Basic* durch Sie, bei *Plus* durch uns (nach Briefing)
- Gestaltung im gewünschten Native Content Layout
- Aktualisierung möglich
- **Eine Artikelseite** mit max. 6.000 Zeichen
- **Bild-Text Teaser auf Ressortebene für die gesamte Laufzeit\***
- Medialeistung wie bspw. Display Ads zur Trafficgenerierung ist im Angebot enthalten und kann kundenindividuell zusammengestellt werden (50 % interner Verlinkungsrabatt)



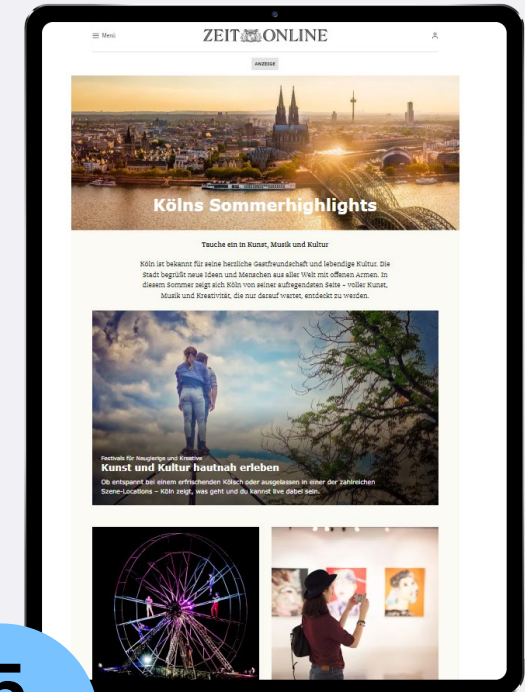
1

Artikelseite

Preis: **Basic** ab 6.000€ (4 Wochen)\*\*, **Plus** ab 8.000€ (4 Wochen)\*\*

## Native Hub

- Contenterstellung: bei *Basic* durch Sie, bei *Plus* durch uns (nach Briefing)
- Gestaltung im gewünschten Native Content Layout
- Aktualisierung möglich
- **Centerpage zzgl. fünf Artikelseiten** (bis zu 6.000 Zeichen pro Artikel)
- **Bild-Text Teaser auf Ressortebene für die gesamte Laufzeit\***
- Medialeistung wie bspw. Display Ads zur Trafficgenerierung ist im Angebot enthalten und kann kundenindividuell zusammengestellt werden (50 % interner Verlinkungsrabatt)



5

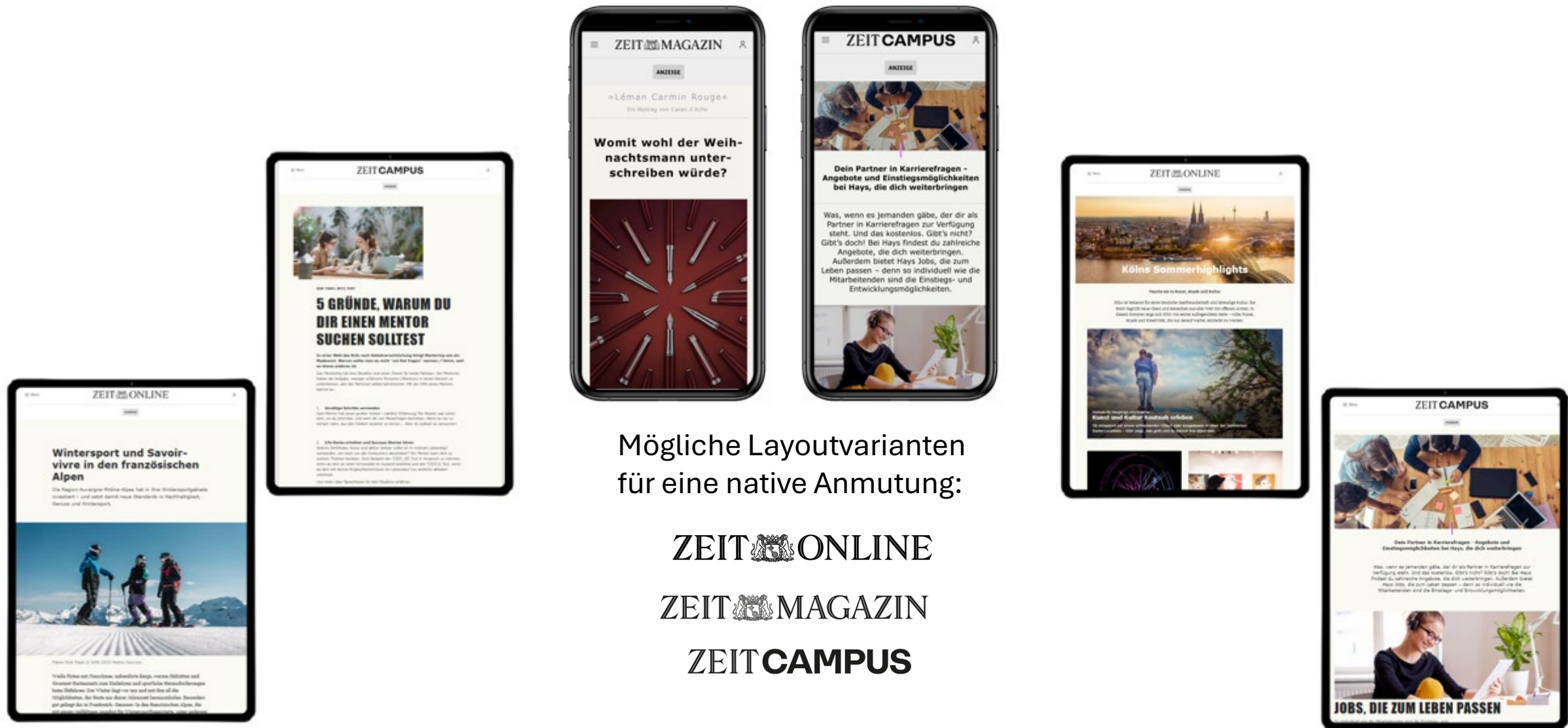
Artikelseiten

Preis: **Basic** ab 12.500€ (4 Wochen)\*\*, **Plus** ab 17.500€ (4 Wochen)\*\*

\* 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.

# Native Gestaltung nah am Layout Ihrer Wunschmarke



Mögliche Layoutvarianten  
für eine native Anmutung:

ZEIT  ONLINE

ZEIT  MAGAZIN

ZEIT **CAMPUS**







# / Newsletter (1/2)

Newsletter	Abonent:innen	Erscheinungsweise	Anzeigenart	Grundpreis <sup>4</sup>	Branchenpreis II <sup>5</sup>
Das tut mir gut (Gesundheits Community Newsletter)	101.000	Wöchentlich, freitags	Breaking Ad	7.055,-€	3.174,75 €
			Bild-Text Ad	7.575,-€	3.408,75 €
DIE ZEIT:Hamburg Elbvertiefung <sup>1</sup>	107.000	Werktäglich, montags – freitags	Standard Ad	2.700,-€ pro Woche	2.700,-€ pro Woche
			Bild-Text Ad	2.950,-€ pro Woche	2.950,-€ pro Woche
DIE ZEIT:Hamburg Elbvertiefung	107.000	Wöchentlich, samstags	Standard Ad	-	2.900,-€
			Bild-Text Ad	-	2.900,-€
DIE ZEIT: Kommst du mit? (Reise Community Newsletter)	119.000	Wöchentlich, mittwochs	Text Ad	1.000,-€	1.000,-€
			Breaking Ad	1.500,-€	1.500,-€
			Breaking Ad Premium	2.000,-€	2.000,-€
			Bild-Text Ad	2.500,-€	2.500,-€
DIE ZEIT: Was wir lesen (Literatur Community)	166.000	Wöchentlich, donnerstags	Breaking Ad	2.700,-€	2.700,-€
			Buchverlosung	-	4.000,-€
			Bild-Text Ad	4.000,-€	4.000,-€
DIE ZEIT: WISSEN Drei	34.000	Wöchentlich, montags und donnerstags	Breaking Ad	1.700,-€ pro Ausgabe	765,-€ pro Ausgabe
Freunde der ZEIT	270.000	Wöchentlich, sonntags	Breaking Ad	3.000,-€	3.000,-€
			Buchverlosung	-	4.500,-€
			Bild-Text Ad	4.500,-€	4.500,-€
Was jetzt? – Der tägliche Morgenüberblick <sup>2</sup>	225.000	Täglich, montags –sonntags	Breaking Ad	18.900,-€ pro Woche	18.900,-€ pro Woche
WELTKUNST	30.000	Wöchentlich, freitags	Advertorial	870,-€	870,-€
			Breaking Ad	775,-€	775,-€
ZEIT BRIEF	575.000	Wöchentlich, mittwochs	Bild-Text Ad	4.600,-€	4.600,-€
ZEIT CAMPUS	50.000	Wöchentlich, dienstags	Breaking Ad	2.500,-€	1.125,-€
ZEIT für die Schule (LEHRER) – Sek I	32.000	Monatlich, jeden 03. Donnerstag	Breaking Ad	1.600,-€	1.600,-€

# / Newsletter (2/2)

Newsletter	Abonent:innen	Erscheinungsweise	Anzeigenart	Grundpreis <sup>4</sup>	Branchenpreis II <sup>5</sup>
ZEIT für die Schule (LEHRER) – Sek II	42.000	Monatlich, jeden 01. Donnerstag	Breaking Ad	2.100,–€	2.100,–€
ZEIT für Unternehmer	40.000	Monatlich, donnerstags	Breaking Ad	4.000,–€	4.000,–€
			Bild-Text Ad	7.500,–€	7.500,–€
ZEIT Job Newsletter	348.000	Wöchentlich, donnerstags	Breaking Ad	1.495,–€	1.495,–€
			Bild-Text Ad	1.495,–€	1.495,–€
DIE ZEIT: Was für ein Tag <sup>3</sup>	55.000	Werktäglich, mittwochs – dienstags (inkl. samstags)	Breaking Ad	9.800,–€ pro Woche	3.712,50€ pro Woche
ZEITmagazin Wochenmarkt	38.000	Wöchentlich, freitags	Breaking Ad	1.900–€	1.900,–€
ZEIT ONLINE Familienzeit	38.000	Wöchentlich, mittwochs	Breaking Ad	1.900,–€	1.900,–€
ZEIT ONLINE Geld	20.000	Wöchentlich, dienstags	Breaking Ad	1.870,–€	1.870,–€
ZEIT ONLINE Kultur	18.900	Wöchentlich, donnerstags	Breaking Ad	850,–€	540,–€
ZEIT Österreich – Gemischter Satz	48.000	Wöchentlich, freitags	Breaking Ad	690,–€	690,–€
			Bild-Text Ad	890,–€	890,–€
ZEIT REISEN	90.000	Wöchentlich, sonntags	Bild-Text Ad	850,–€	850,–€
ZEIT Sinn: Wofür leben wir?	38.000	Wöchentlich, freitags	Breaking Ad	1.250,–€	1.250,–€
			Bild-Text Ad	1.750,–€	1.750,–€
ZEIT VERBRECHEN	40.000	zweiwöchentlich, freitags	Breaking Ad	2.000,–€	1.750,–€
ZEIT WISSEN	49.000	Dienstags (zum EVT von ZEIT WISSEN)	Breaking Ad	2.250,–€	2.250,–€

Alle Preise zzgl. MwSt.; Änderungen der Preise, Reichweiten und Erscheinungsweisen unterjährig möglich. Stand: September 2024

<sup>1</sup> Die Elbvertiefung erscheint von Mo-Fr. Die Preise beinhalten die Buchung einer gesamten Kalenderwoche. Ein Motivwechsel ist gegen Aufpreis von 180 € möglich. Bei der Buchung einer gesamten Kalenderwoche ist 1x Motivwechsel kostenlos.

<sup>2</sup> Erscheint Montag-Sonntag. Buchung nur wochenweise möglich. Preise gelten für die Woche

<sup>3</sup> Erscheint werktäglich. Buchung nur wochenweise möglich (Mittwoch-Dienstag).

<sup>4</sup> Grundpreis gilt für alle Nicht-Branchenkunden.

<sup>5</sup> Branchenpreis II: Preise für Buch- & Musikverlage

# / Das tut mir gut

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

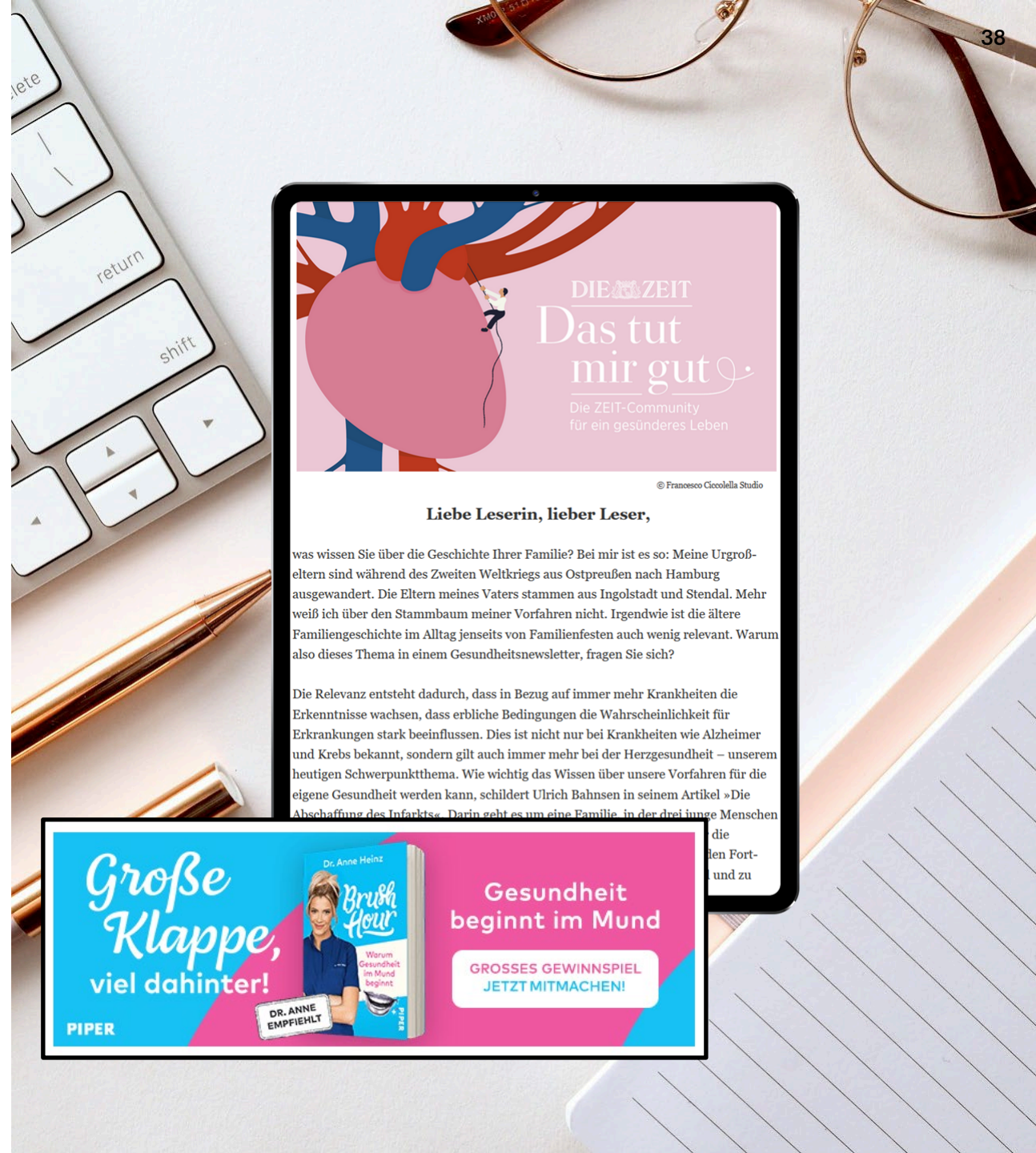
**Erscheinungsweise:** wöchentlich, freitags

**Reichweite:** 101.000 Newsletter-Empfänger:innen

**Anzeigenplätze:** vier Anzeigenplätze pro Newsletter

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

**Platzierungsmöglichkeit:** Breaking Ad, Bild-Text Ad





# / 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 Newsletter-Empfänger:innen

**Anzeigenplätze:** sieben Anzeigenplätze pro Newsletter

**Anzeigenschluss:** bis Montag 12 Uhr der Vorwoche

**Platzierungsmöglichkeit:** Standard Ad, Bild-Text Ad



## ZEIT HAMBURG

elbvertiefung am Dienstag

- Unklare Zukunft des Tennisturniers am Rothenbaum • Umweltsenator kauft Regenwald, um CO<sub>2</sub>-Ausstoß zu kompensieren • Lebensgefährlicher Fahrradunfall auf St. Pauli • Warum viele Jugendliche trotz Fachkräftemangels keine Lehrstelle finden – und wie Hamburg ihnen hilft



Liebe Leserin, lieber Leser,

mit der Sanierung größerer Bauwerke aus Stahl und Beton haben die Hamburger Behörden ab und an Schwierigkeiten. Mit Monumenten aus Granit scheint es besser zu laufen – wobei, na ja, wie man's nimmt: Die Restaurierung des 34 Meter hohen

### Carmen Korn: ZWISCHEN HEUTE UND MORGEN

Eine bewegende Familiengeschichte in bewegten Zeiten. In der Fortsetzung ihres Bestsellers »Und die Welt war jung« lässt Carmen Korn einmal mehr Vergangenheit lebendig werden. Sie erzählt von den Menschen, von den kleinen Momenten im großen Weltgeschehen, von dem, was ein gelebtes Leben ausmacht.

Jetzt reinlesen!

ANZEIGE



Jetzt  
reinslesen!

folgreich  
Februar 2020  
gereinigt und  
rdem wurden  
ie Sanierung  
nd 9 Millionen



# / ZEIT Hamburg | Elbvertiefung am Wochenende

Von Kultur bis hin zu Politik und Wirtschaft, von Stadtleben bis hin zu Veranstaltungen: Auch am Wochenende wissen, was in Hamburg wichtig ist. Neben dem etablierten Elbvertiefung-Newsletter von Montag bis Freitag erscheint nun am Samstagmorgen um 6 Uhr eine Wochenend-Ausgabe begleitend zum Elbvertiefungs-Podcast. Profitieren Sie in der aufmerksamkeitsstarken Samstags-Ausgabe von der Branchenexklusivität Ihrer Anzeige und den wenigen weiteren Werbeplätzen.

**Erscheinungsweise:** wöchentlich, samstags

**Reichweite:** 107.000 Newsletter-Empfänger:innen

**Anzeigenplätze:** drei Anzeigenplätze pro Newsletter

**Anzeigenschluss:** Montag der Vorwoche, 12 Uhr (Materialanlieferung)

**Platzierungsmöglichkeit:** Standardanzeige (Format: B 300 x H 250 Pixel)  
oder Bild-Text-Anzeige (Format: B 300 x H 250 Pixel, Text: max. 350 Z.)





# / Kommst Du mit?

Im Newsletter der Community empfehlen ZEIT-Journalistinnen und Journalisten, Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens und Reisende aus aller Welt ihre Lieblingsorte abseits ausgetretener Pfade. Hier bekommen Sie Tipps von Menschen, die dort zu Hause sind, wohin wir hoffentlich schon bald wieder reisen können.

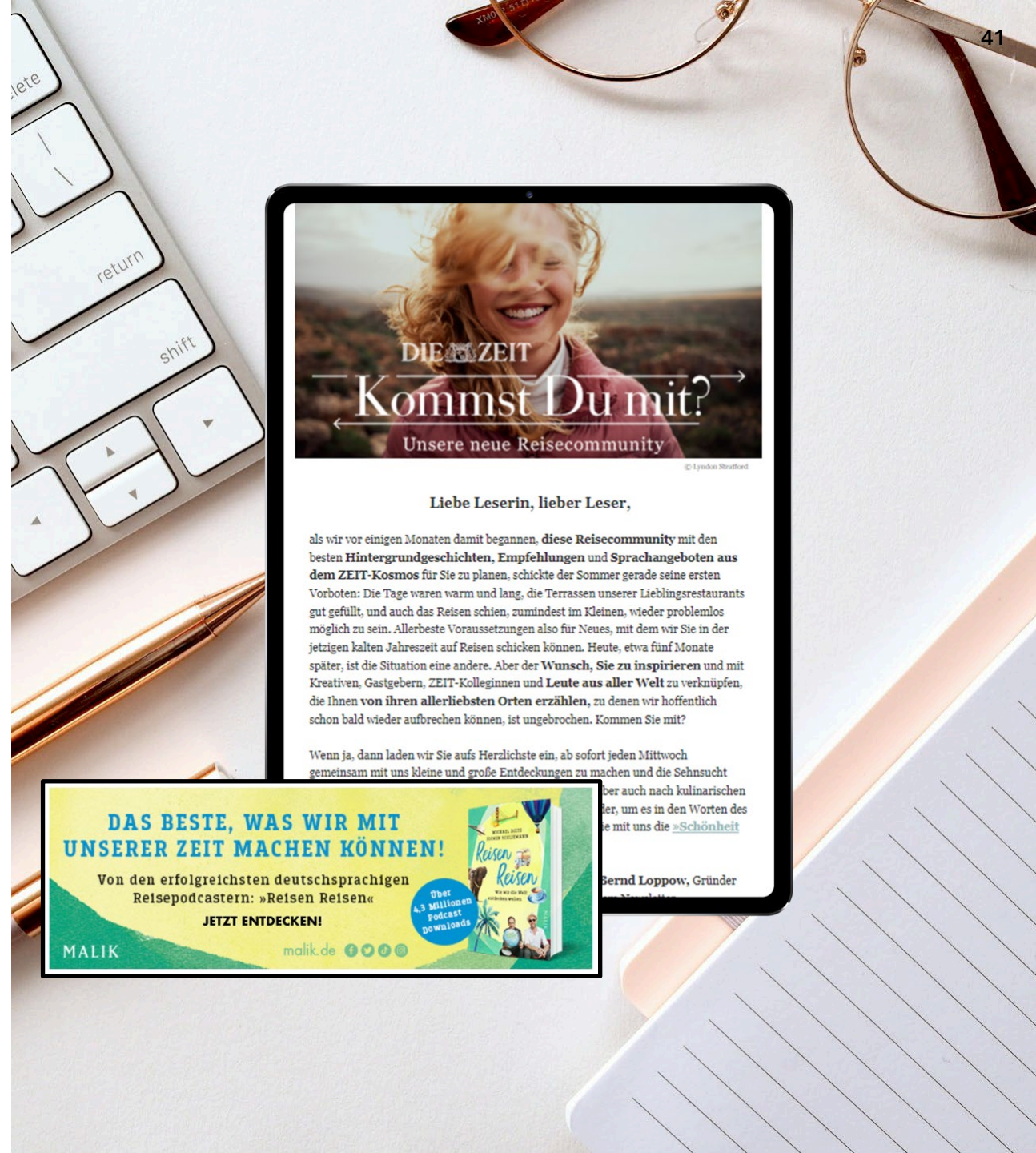
**Erscheinungsweise:** wöchentlich, mittwochs

**Reichweite:** 119.000 Newsletter-Empfänger:innen

**Anzeigenplätze:** acht Anzeigenplätze pro Newsletter, jeweils zwei von jeder Platzierungsmöglichkeit

**Anzeigenschluss:** bis Mittwoch 12 Uhr der Vorwoche

**Platzierungsmöglichkeit:** Breaking Ad, Breaking Ad Premium, Bild-Text Ad, Text Ad



# / Was wir lesen

Wöchentliche Buchempfehlungen von Prominenten, Journalisten und Leserinnen und Lesern.

**Sachbuchbestenliste:** erscheint immer am ersten Donnerstag im Monat

**Erscheinungsweise:** wöchentlich, donnerstags

**Reichweite:** 166.000 Newsletter-Empfänger:innen

**Anzeigenplätze:** sieben Anzeigenplätze pro Newsletter, davon zwei Buchverlosungen und eine Bild-Text-Anzeige

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

**Platzierungsmöglichkeit:** Breaking Ad, Buchverlosung, Bild-Text Ad





# / Wissen Drei

Der Newsletter WISSEN DREI 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 HochschulexpertInnen.

**Erscheinungsweise:** wöchentlich, montags und donnerstags

**Reichweite:** 34.000 Newsletter-Empfänger:innen

**Anzeigenplätze:** zwei Anzeigenplätze pro Newsletter

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

**Platzierungsmöglichkeit:** Breaking Ad





# / Freunde der ZEIT

Der wöchentliche „Freunde der ZEIT“-Newsletter lädt zum direkten Austausch ein und vertieft die Interessen an Politik, Wirtschaft, Wissen und Kultur gemeinsam mit Lesern und den Journalisten der ZEIT.

**Erscheinungsweise:** wöchentlich, sonntags

**Reichweite:** 270.000 Newsletter-Empfänger:innen aus dem Kreise der ZEIT-Abonent:innen

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

**Anzeigenschluss:** bis Dienstag 12 Uhr vor Erscheinen

**Platzierungsmöglichkeit:** Breaking Ad, Buchverlosung, Bild-Text Ad



# / Was jetzt?

Im "Was jetzt?"-Newsletter informiert die die ZEIT ONLINE-Redaktion jeden Morgen in Kürze darüber, was in den vergangenen 24 Stunden passiert ist.

**Erscheinungsweise:** täglich, montags-sonntags

**Reichweite:** 225.000 Newsletter-Empfänger:innen

**Anzeigenplätze:** zwei Anzeigenplätze pro Newsletter

**Anzeigenschluss:** bis Mittwoch 12 Uhr der Vorwoche

**Platzierungsmöglichkeit:** Breaking Ad



## Was jetzt?

*Der Morgenüberblick am Dienstag, 1. August*



von Sasan Abdi-Herrle  
Redaktionsleitung ZEIT ONLINE

Guten Morgen! Der Verkehrsminister lässt Schadensersatzansprüche gegen seinen Vorgänger prüfen, Wagner rekrutiert offenbar nicht mehr in Russland und der Juli war zu warm.

1

Das Verkehrsministerium prüft im Fall der gescheiterten Pkw-Maut Regressforderungen gegen Ex-Minister Andreas Scheuer.

2

Die Wagner-Gruppe will offenbar keine Kämpfer mehr in Russland rekrutieren.



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 Newsletter-Empfänger:innen

**Anzeigenplätze:** zwei Anzeigenplätze pro Newsletter

**Anzeigenschluss:** vier Werktage vor Erscheinen

**Platzierungsmöglichkeit:** Advertorial, Streifenanzeige



# / ZEIT Brief

Der ZEIT-Brief informiert bereits am Mittwoch über die Themen und Inhalte der nächsten ZEIT-Ausgabe sowie über Wissenswertes auf ZEIT ONLINE.

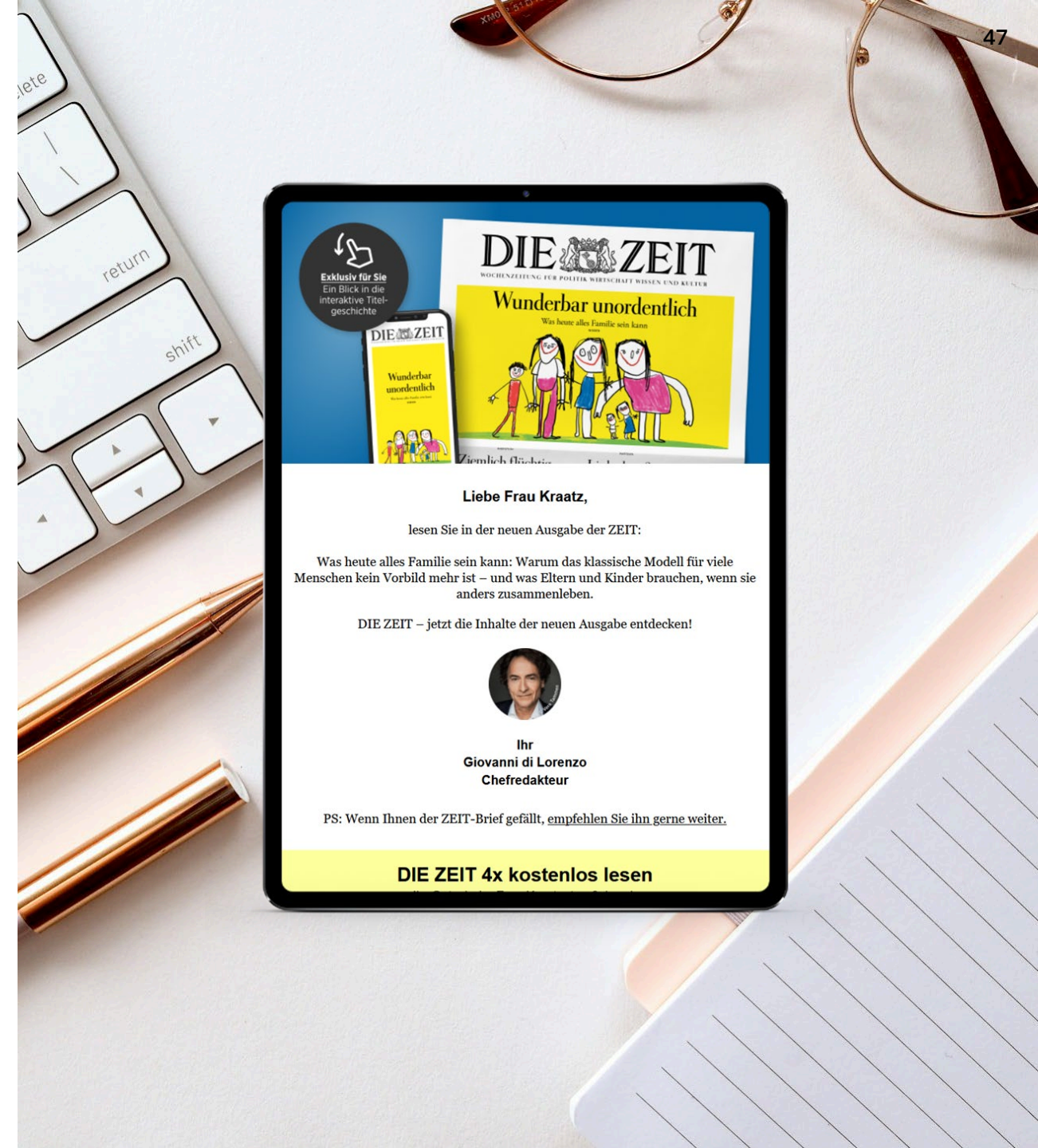
**Erscheinungsweise:** wöchentlich, mittwochs

**Reichweite:** 575.000 Newsletter-Empfänger:innen

**Anzeigenplätze:** zwei Anzeigenplätze pro Newsletter

**Anzeigenschluss:** bis Freitag der Vorwoche

**Platzierungsmöglichkeit:** Bild-Text Ad





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:** 50.000 Newsletter-Empfänger:innen

**Anzeigenplätze:** zwei Anzeigenplätze pro Newsletter

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

**Platzierungsmöglichkeit:** Breaking Ad



# / ZEIT für die SCHULE

## Der Newsletter für Lehrkräfte

Dieser nutzwertiger Newsletter liefert LehrerInnen 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 Newsletter-Empfänger:innen

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

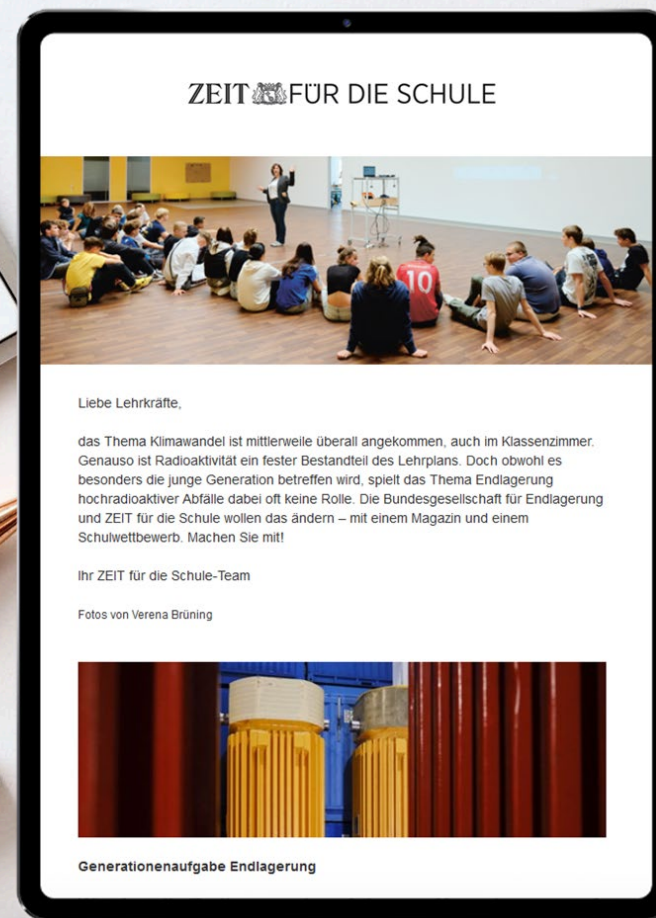
**Erscheinungsweise:** Am 1. Donnerstag im Monat

**Reichweite:** 42.000 Newsletter-Empfänger:innen

**Anzeigenplätze:** vier Anzeigenplätze pro Newsletter

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

**Platzierungsmöglichkeit:** Breaking Ad





# / ZEIT für Unternehmer

Der monatlich erscheinende Newsletter bildet zusammen mit dem Magazin den redaktionellen Kern und trägt zur Stärkung der Marke ZEIT FÜR UNTERNEHMER bei, indem aktuelle Interessen und Hintergründe des Mittelstands thematisiert und aufgegriffen werden.

**Erscheinungsweise:** monatlich, donnerstags

**Reichweite:** 40.000 Newsletter-Empfänger:innen

**Anzeigenplätze:** vier Anzeigenplätze pro Newsletter

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

**Anzeigenschluss Bild-Text-Anzeige:** 10 Werktage vor Erscheinen

**Platzierungsmöglichkeit:** Breaking Ad, Bild-Text Ad



Der Newsletter enthält die aktuellen und individuellen Suchergebnisse des ZEIT ONLINE Stellenmarktes und des academics.de Stellenmarktes.

**Erscheinungsweise:** werktäglich, donnerstags

**Reichweite:** 348.000 Newsletter-Empfänger:innen

**Anzeigenplätze:** zwei Anzeigenplätze pro Newsletter

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

**Platzierungsmöglichkeit:** Breaking Ad, Bild-Text Ad





# / DIE ZEIT: Was für ein Tag!

Christoph Amend wirft einen Blick auf die wichtigsten Momente des Tages und gibt persönliche Empfehlungen aus Büchern, Podcasts, Ausstellungen, Reisen, Rezepte sowie Restaurants, Kino und TV.

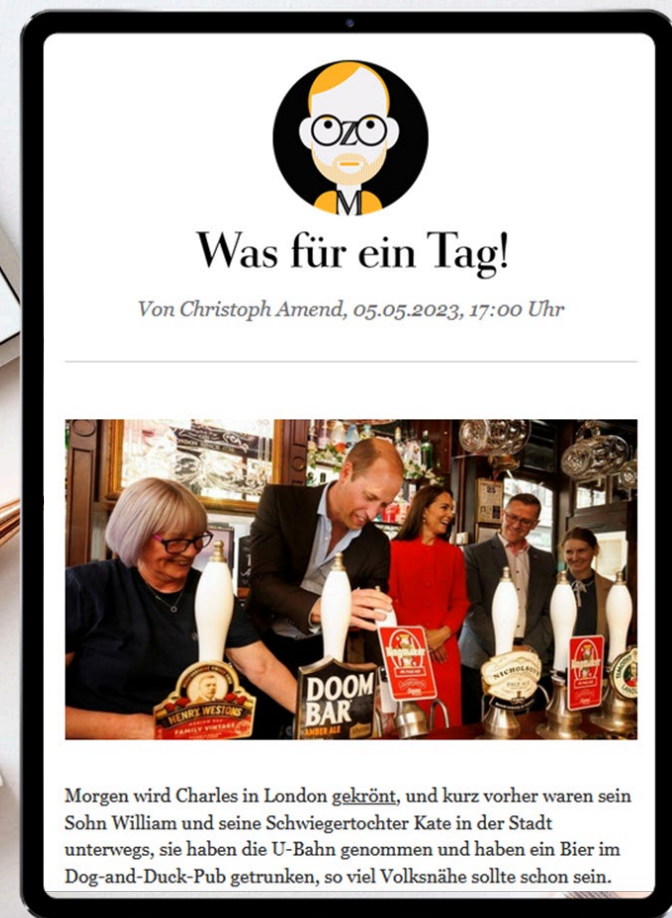
**Erscheinungsweise:** werktäglich, mittwochs-dienstags (inkl. samstags)

**Reichweite:** 55.000 Newsletter-Empfänger:innen

**Anzeigenplätze:** zwei Anzeigenplätze pro Newsletter

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

**Platzierungsmöglichkeit:** Breaking Ad



Morgen wird Charles in London gekrönt, und kurz vorher waren sein Sohn William und seine Schwiegertochter Kate in der Stadt unterwegs, sie haben die U-Bahn genommen und haben ein Bier im Dog-and-Duck-Pub getrunken, so viel Volksnähe sollte schon sein.

# / ZEITmagazin Wochenmarkt

Köstlich! Der wöchentliche Wochenmarkt-Newsletter empfiehlt immer freitags drei bis vier Rezepte zum Nachkochen für ein genussvolles Wochenende.

**Erscheinungsweise:** wöchentlich, freitags

**Reichweite:** 40.000 Newsletter-Empfänger:innen

**Anzeigenplätze:** ein Anzeigenplatz pro Newsletter

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

**Platzierungsmöglichkeit:** Breaking Ad





# / Familienzeit

Jeden Mittwoch erhalten die Empfänger Empfehlungen zu lesenswerten Stücken für und über Familien, Praktisches aus dem Elternalltag und ein Rezept, das alle am Tisch glücklich macht – ausgewählt von den Redakteurinnen und Redakteuren des Familienressorts.

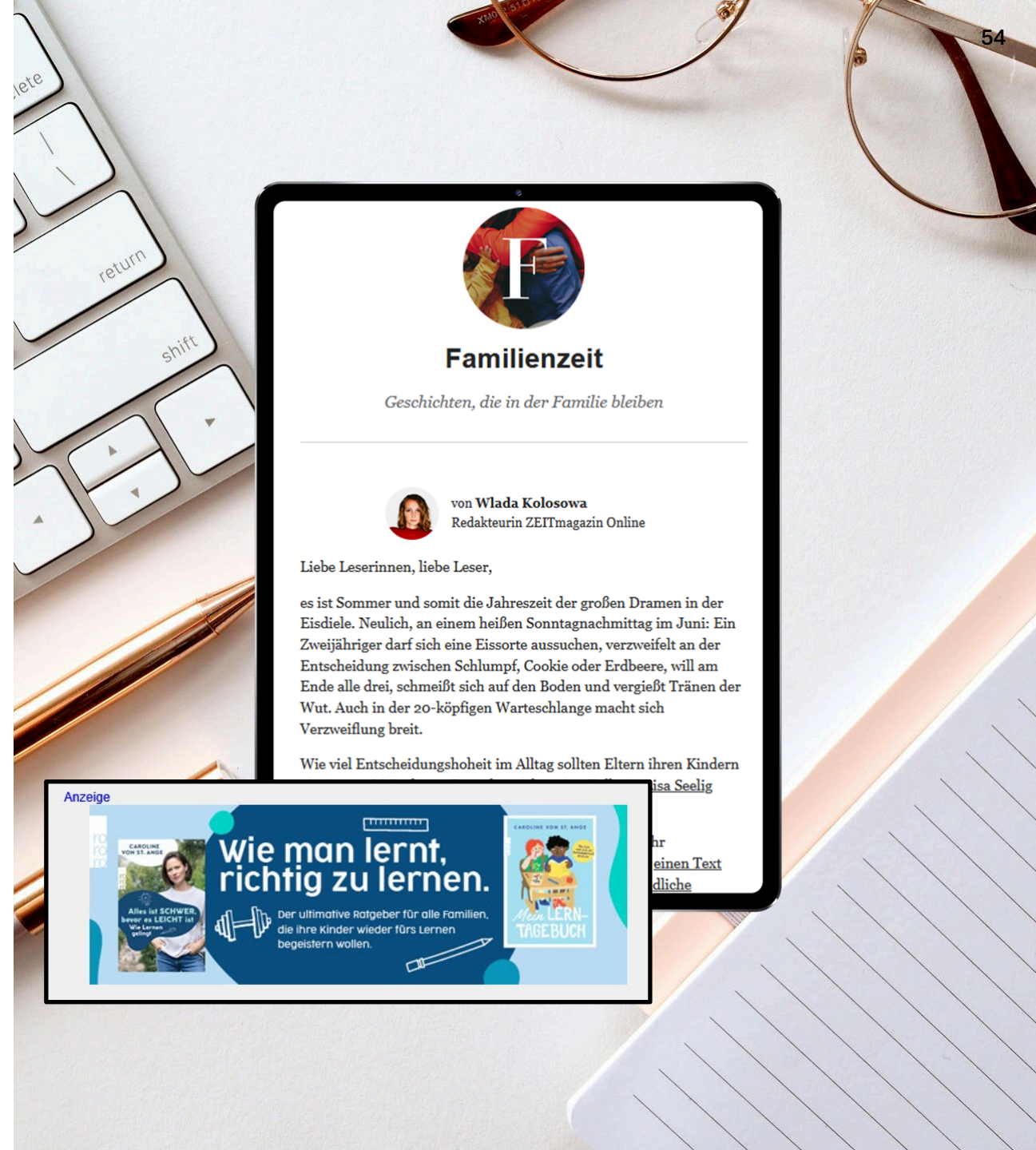
**Erscheinungsweise:** wöchentlich, mittwochs

**Reichweite:** 38.000 Newsletter-Empfänger:innen

**Anzeigenplätze:** zwei Anzeigenplätze pro Newsletter

**Anzeigenschluss:** bis Freitag 12 Uhr vor Erscheinen

**Platzierungsmöglichkeit:** Breaking Ad



# / Geld

Jeden Dienstag empfiehlt der Newsletter interessante Artikel, welche den Empfänger:innen helfen, einen klugen Umgang mit ihrem Geld zu finden – egal ob an der Börse oder in ihrer Beziehung.

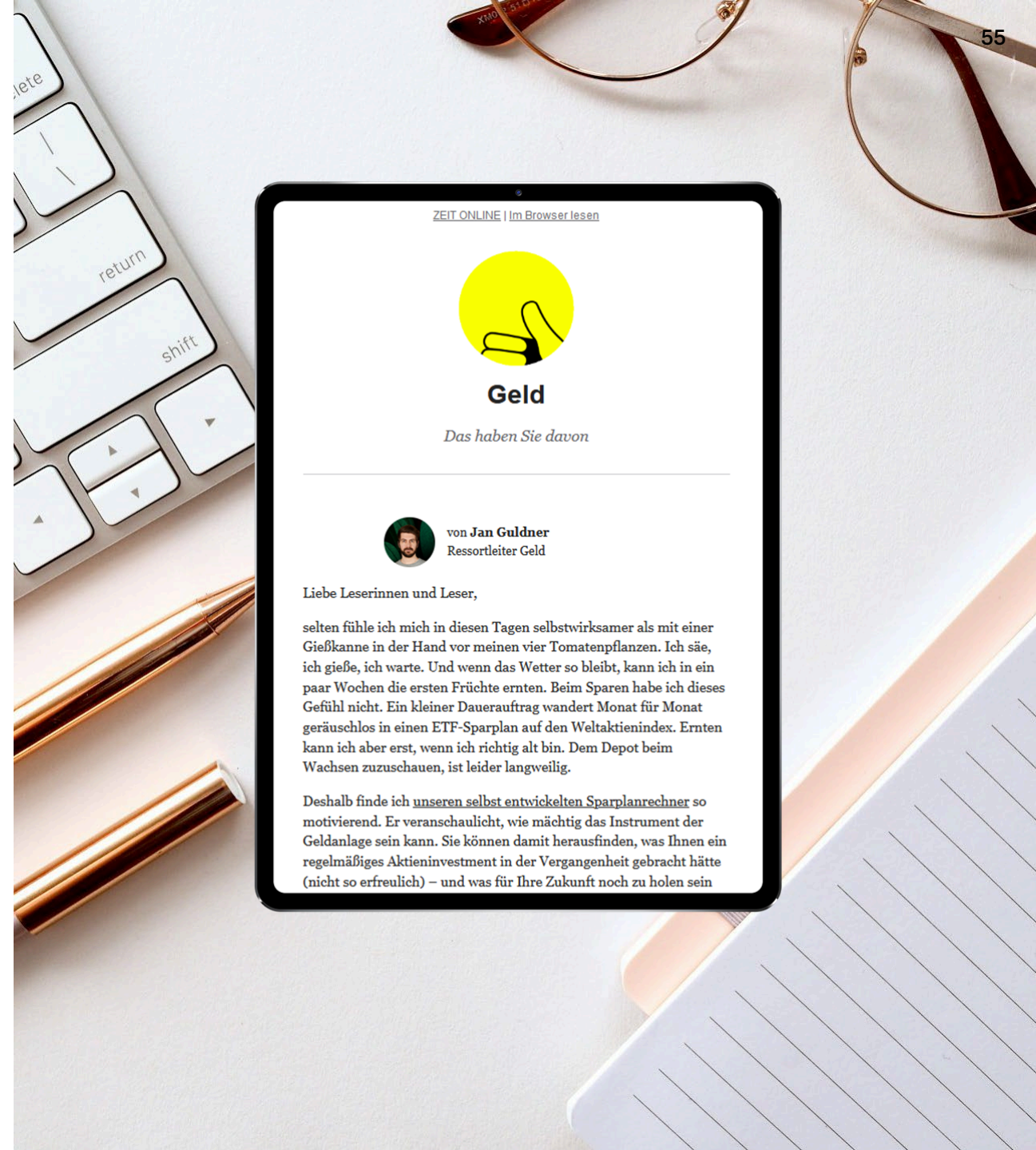
**Erscheinungsweise:** wöchentlich, dienstags

**Reichweite:** 20.000 Newsletter-Empfänger:innen

**Anzeigenplätze:** drei Anzeigenplätze pro Newsletter\*

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

**Platzierungsmöglichkeit:** Breaking Ad





Dieser Newsletter hält seine LeserInnen auf dem neuesten kulturellen Stand und liefert alle interessanten Informationen aus den Bereichen Kultur, Musik, Kunst und Literatur.

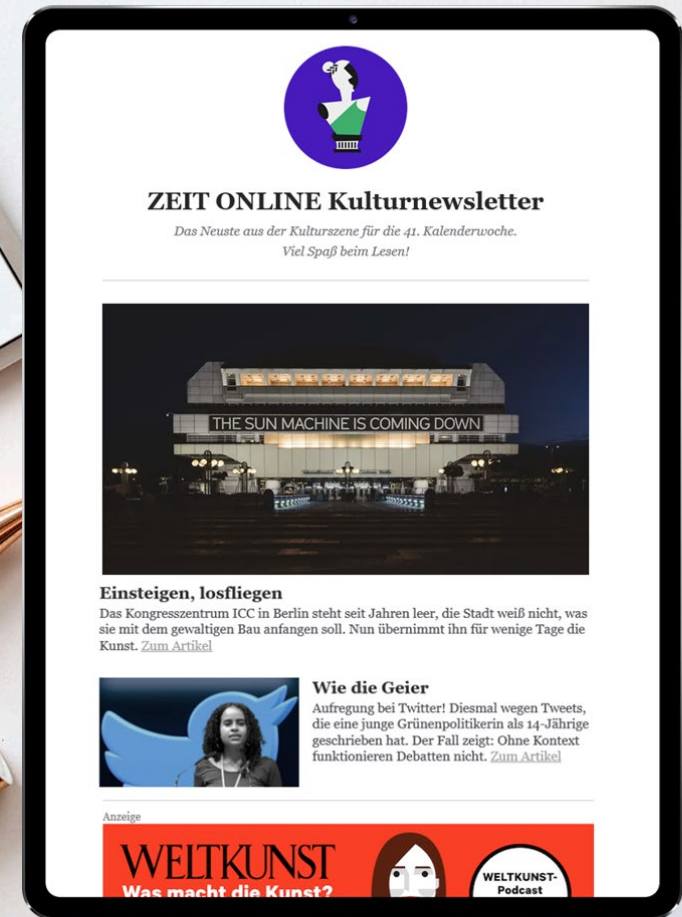
**Erscheinungsweise:** wöchentlich, donnerstags

**Reichweite:** 18.900 Newsletter-Empfänger:innen

**Anzeigenplätze:** vier Anzeigenplätze pro Newsletter

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

**Platzierungsmöglichkeit:** Breaking Ad



# / ZEIT Österreich: Gemischter Satz

In diesem Newsletter wird sich den aktuellen Aspekten der österreichischen Politik, Gesellschaft, Wirtschaft und Kultur ebenso gewidmet wie den kleinen Meditationen über Land, Leute und der Tatsache, dass es in dem kleinen, schnitzelförmigen Land jede Menge herzerwärmender Dinge zu entdecken gibt.

**Erscheinungsweise:** wöchentlich, mittwochs

**Reichweite:** 48.000 Newsletter-Empfänger:innen

**Anzeigenplätze:** drei Anzeigenplätze pro Newsletter

**Anzeigenschluss:** bis Freitag 12 Uhr vor Erscheinen

**Platzierungsmöglichkeit:** Breaking Ad, Bild-Text Ad





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

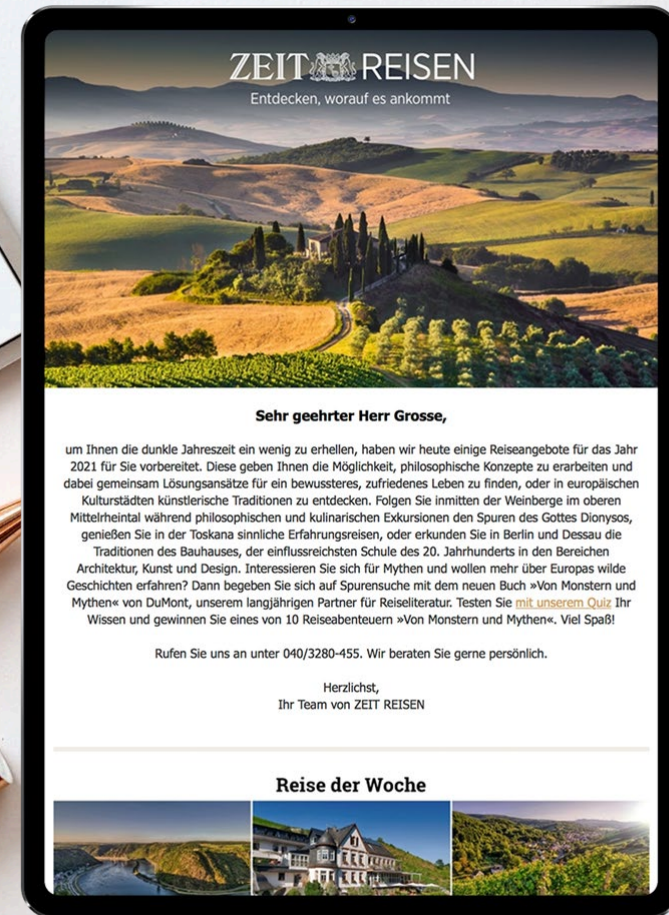
**Erscheinungsweise:** wöchentlich, sonntags

**Reichweite:** 90.000 Newsletter-Empfänger:innen

**Anzeigenplätze:** sechs Anzeigenplätze pro Newsletter

**Anzeigenschluss:** bis Dienstag 12 Uhr vor Erscheinen

**Platzierungsmöglichkeit:** Bild-Text Ad





# / ZEIT SINN: Wofür leben wir?

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 Newsletter-Empfänger:innen

**Anzeigenplätze:** drei Anzeigenplätze pro Newsletter

**Anzeigenschluss:** bis Dienstag 12 Uhr vor Erscheinen

**Platzierungsmöglichkeit:** Breaking Ad, Bild-Text Ad



# / ZEIT VERBRECHEN

Der monatliche Newsletter umfasst zusätzliche Informationen, Hintergründen und News aus der Redaktion. Die LeserInnen erhalten u.a. eine kurze Podcast-Vorschau, Serien- und Buchtipps und erfahren Unterhaltsames aus der Magazin-Community.

**Erscheinungsweise:** 2-wöchentlich, freitags

**Reichweite:** 40.000 Newsletter-Empfänger:innen

**Anzeigenplätze:** zwei Anzeigenplätze pro Newsletter

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

**Platzierungsmöglichkeit:** Breaking Ad





Der ZEIT WISSEN Newsletter wirft einen Blick hinter die Kulissen der Redaktion. Diskutiert werden die Themen, die die Redaktion beschäftigen und was die AutorInnen bei ihren Recherchen erleben.

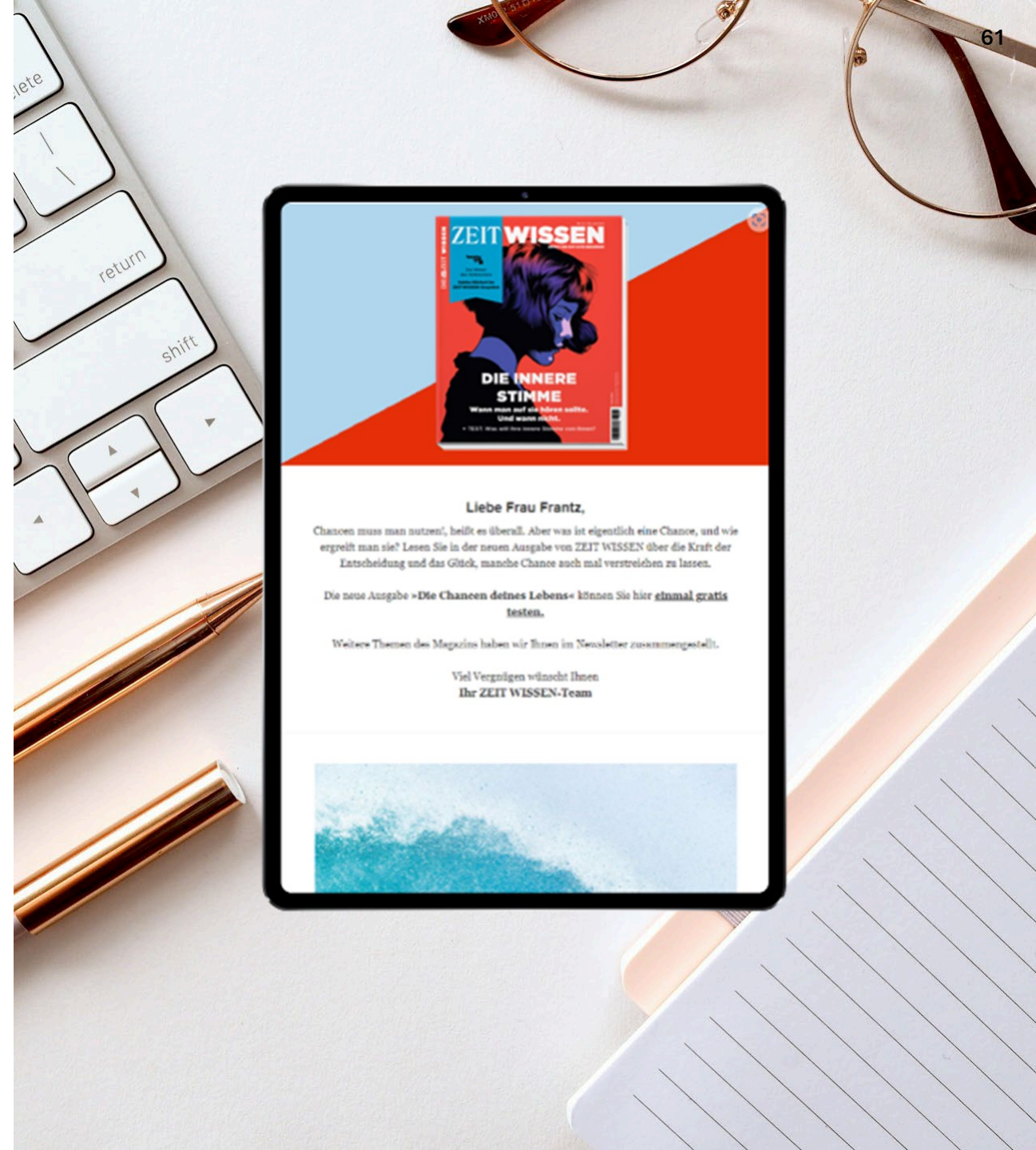
**Erscheinungsweise:** dienstags, zum EVT des ZEIT WISSEN-Magazins

**Reichweite:** 49.000 Newsletter-Empfänger:innen

**Anzeigenplätze:** zwei Anzeigenplätze pro Newsletter

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

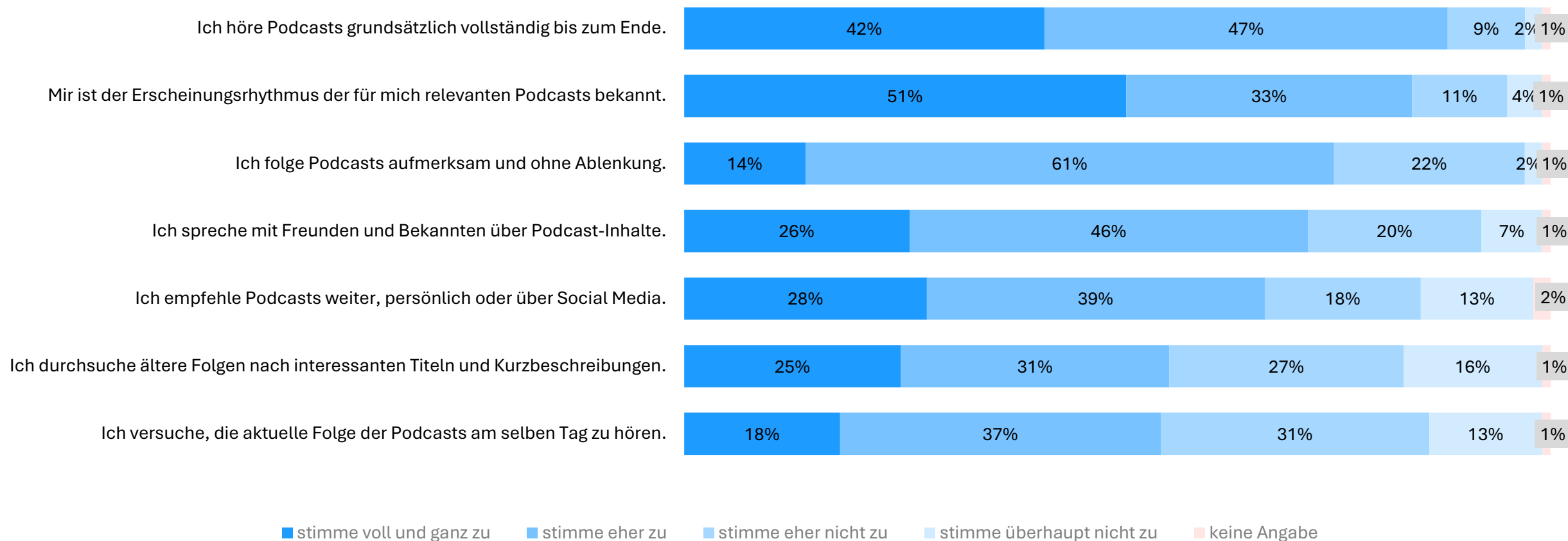
**Platzierungsmöglichkeit:** Breaking Ad







# / Hohe Aufmerksamkeitspanne beim Hören von Podcasts: 89% hören Podcasts bis zum Ende



Frage: Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?  
Podcast Grundlagenstudie 2020, Fallzahlen: n=2596, Befragungszeitraum: 25.05. – 29.06.2020

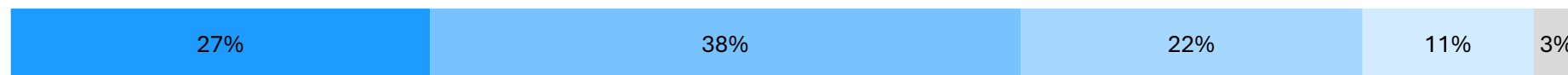
# Podcasts Statistik Akzeptanz für Werbung:

## 81% akzeptieren Werbung für kostenlose Nutzung

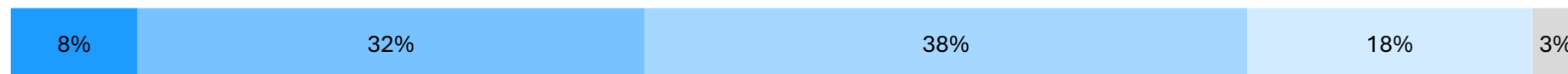
Ich akzeptiere Werbung, damit Podcasts kostenfrei angeboten werden können.



Ich nehme Werbung bei Podcasts wahr.



Für einen guten Podcast wäre ich grundsätzlich auch bereit, Geld zu zahlen.



■ stimme voll und ganz zu ■ stimme eher zu ■ stimme eher nicht zu ■ stimme überhaupt nicht zu ■ keine Angabe

Frage: Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?  
Podcast Grundlagenstudie 2020, Fallzahlen: n=2596, Befragungszeitraum: 25.05. – 29.06.2020



# / ZEIT für Literatur Podcast

Mit dem von Studio ZX, der Kreativeinheit der ZEIT Verlagsgruppe, produzierten Podcast „ZEIT für Literatur“ können Sie **Lesungen Ihrer Spitzentitel und Autor:innen als Podcast-Folgen** in Szene setzen.

Im Herzen der Zielgruppe: Erreichen Sie mit dem „ZEIT für Literatur“ Podcast leseaffine Hörer:innen.

Wir unterstützen Sie bei der **Aufnahme der 10-20-minütigen Lesung** und kümmern uns hinterher um die **Produktion der Folge**.

Durch die **passende Bewerbung** auf ZEIT ONLINE und im ZEIT Literaturnewsletter „Was wir lesen“ erreicht Ihre Podcast-Folge die buchbegeisterte Zielgruppe der ZEIT. Die **Erstellung der Werbemittel** übernehmen wir inklusive einem Co-Branding mit den Marken „ZEIT für Literatur“ und Studio ZX.

Ihre Folge wird **12 Monate auf Podigee** gehostet und auf allen Podcast-Plattformen wie Spotify, Apple Podcast, Amazon, Google etc. eingebunden.

## Kund:innenfeedback zum Podcast:

„Der Podcast ‚ZEIT für Literatur‘ ist das perfekte Format, um nicht nur unsere Bücher, sondern auch unsere Autorinnen und Autoren (die dort selbst vorlesen) bekannt zu machen. Und das alles auch noch ohne Streuverlust direkt bei den Hardcore-Literatur-Leserinnen und -Lesern.“ *(Sabine Lohmüller, Carl Hanser Verlag)*

„Danke euch für die fantastische und professionelle Organisation. Hat sehr viel Spaß gemacht.“ *(Sabina Ciechowski, ehemals Marketing Director Rowohlt)*

→ [Jetzt hier in die Folgen Reinhören!](#)

**Geben Sie  
Ihren Autor:innen  
eine Stimme:**  
Ihr Literaturpodcast mit  
der Serviceredaktion  
von Studio ZX

ZEIT  FÜR  
**[LITERATUR]**



# / Die Literaturpodcasts im Überblick

## „Was liest du gerade?“

### Redaktioneller ZEIT-Podcast

- Podcast der ZEIT Feuilletonredaktion – schalten Sie hier einen Spot von bis zu 30 Sekunden Länge
- In jeder Folge Besprechung zweier aktueller Bücher – im Wechsel Sachbücher und Belletristik im Fokus
- Hosts ZEIT Feuilletonredaktion: Maja Beckers, Alexander Cammann, Iris Radisch & Adam Soboczynski
- erscheint 2-wöchentlich, samstags (2 Wochen/1 Folge)

**TKP-Buchung sowie Festplatzierung möglich**

## »ZEIT für Literatur«

### Ihr Podcast mit der Servicedredaktion

- Mit Studio ZX, der Kreativeinheit der ZEIT Verlagsgruppe, können Sie Lesungen Ihrer Spitzentitel und Autor:innen als Podcastfolgen in Szene setzen und nutzen so eine komplette Folge zur Bewerbung Ihrer Titel
- Hauptbestandteil der Folge: einleitender Interviewteil sowie eine ca. 10- bis 20-minütigen Lesung Ihre:r Autor:in aus dem Buch
- Hosts Studio ZX: Stella Pfeiffer
- Die produzierte Folge wird 12 Monate auf Podigee gehostet (Spotify, Apple Podcast, Amazon, Google etc.)
- Erstellung der Werbemittel sowie passende Bewerbung auf ZEIT ONLINE und im ZEIT Literaturnewsletter „Was wir lesen“

**Podcastpaket „ZEIT für Literatur“ → Preise ab: 8.828,92 €\***

# / Podcasts (1/3)

**Festplatzierung:** Feste Belegung einer Podcast-Folge innerhalb der angegebenen Laufzeit.

Podcast	Erscheinungsweise	MBV (Anzahl der Folgen)	Laufzeit	Netto-Downloads pro Folge <sup>1</sup>	Belegung	Grundpreis <sup>2</sup>	Branchenrabatt II <sup>3</sup>
Auch das noch?	14-täglich, mittwochs	1	2 Wochen	12.500	PreRoll PreRoll + PostRoll	2.250,- � 3.375,- �	1.012,50 � 1.518,75,- �
Augen zu	4-wöchentlich, mittwochs	1	4 Wochen	65.000	PreRoll PreRoll + PostRoll	11.700,- � 17.550,- �	5.265,- � 7.897,50 �
Das Politikteil	wöchentlich, freitags	1	1 Woche	100.000	PreRoll PreRoll + PostRoll	18.000,- � 27.000,- �	8.100,- � 12.150,- �
Der Ostcast	3-wöchentlich, donnerstags	1	3 Wochen	30.000	PreRoll PreRoll + PostRoll	5.400,- � 8.100,- �	2.430,- � 3.645,- �
Die sogenannte Gegenwart	14-täglich, montags	1	2 Wochen	40.000	PreRoll PreRoll + PostRoll	7.200,- � 10.800,- �	3.240,- � 4.860,- �
Elbvertiefung	wöchentlich, samstags	1	1 Woche	12.000	PreRoll oder MidRoll oder PostRoll	-	2.880,- �
Frisch an die Arbeit	14-täglich, dienstags	1	2 Wochen	15.000	PreRoll PreRoll + PostRoll	3.600,- � 5.400,- �	1.620,- � 2.430,- �
Geht da noch was?	14-täglich, montags	1	2 Wochen	20.000	PreRoll PreRoll + PostRoll	3.600,- � 5.400,- �	1.620,- � 2.430,- �
Ist das eine Blase?	14-täglich, montags	1	2 Wochen	20.000	PreRoll PreRoll + PostRoll	6.400,- � 9.600,- �	2.880,- � 4.320,- �
Ist das normal?	2-wöchentlich, montags	1	2 Wochen	25.000	PreRoll PreRoll + PostRoll	6.000,- � 9.000,- �	2.700,- � 4.050,- �
Kicken kann er	14-täglich, mittwochs	1	2 Wochen	14.000	PreRoll PreRoll + PostRoll	3.360,- � 5.040,- �	1.512,- � 2.268,- �
Ok, America?	14-täglich, donnerstags	1	2 Wochen	60.000	PreRoll PreRoll + PostRoll	10.800,- � 16.200,- �	4.860,- � 7.290,- �
Servus.Grüezi.Hallo.	wöchentlich, mittwochs	1	1 Woche	55.000	PreRoll PreRoll + PostRoll	9.900,- � 14.850,- �	4.455,- � 6.682,50 �



# / Podcasts (2/3)

**Festplatzierung:** Feste Belegung einer Podcast-Folge innerhalb der angegebenen Laufzeit.

Podcast	Erscheinungsweise	MBV (Anzahl der Folgen)	Laufzeit	Netto-Downloads pro Folge <sup>1</sup>	Belegung	Grundpreis <sup>2</sup>	Branchenrabatt II <sup>3</sup>
Und was macht die Uni?	monatlich, mittwochs	1	1 Monat	12.500	PreRoll PreRoll + PostRoll	2.250,- € 3.375,- €	1.012,50 € 1.518,75 €
Und was machst Du am Wochenende?	wöchentlich, donnerstags	1	1 Woche	20.000	PreRoll PreRoll + PostRoll	3.600,- € 5.400,- €	1.620,- € 2.430,- €
Unter Pfarrerstöchtern	14-täglich, freitags	1	2 Wochen	40.000	PreRoll PreRoll + PostRoll	7.200,- € 10.800,- €	3.240,- € 4.860,- €
Verbrechen	14-täglich, dienstags	1	2 Wochen	500.000	PreRoll PreRoll + PostRoll	65.000,- € 97.500,- €	29.250,- € 43.875,- €
Was jetzt?	montags-freitags, jeweils zwei Folgen	2	1 Tag	150.000	PreRoll PreRoll + PostRoll	27.000,- € 40.500,- €	12.150,- € 18.225,- €
Was jetzt? Am Wochenende	samstags (zwei Folgen) und sonntags (eine Folge)	3	2 Tage	135.000	PreRoll PreRoll + PostRoll	24.300,- € 36.450,- €	10.935,- € 16.402,50- €
Was liest Du gerade?	14-täglich, samstags	1	2 Wochen	12.000	PreRoll PreRoll + PostRoll	2.160,- € 3.240,- €	972,- € 1.458,- €
Wie war das nochmal?	Monatlich, samstags	1	1 Monat	85.000	PreRoll PreRoll + PostRoll	20.400,- € 30.600,- €	9.180,- € 13.770,- €
Woher weißt Du das?	14-täglich, sonntags	1	2 Wochen	75.000	PreRoll PreRoll + PostRoll	18.000,- € 27.000,- €	8.100,- € 12.150,- €

Änderungen der Preise, Reichweiten und Erscheinungsweise unterjährig möglich. Stand: September 2024  
Für Podcastbuchungen gilt ein Mindestbuchungsvolumen exklusive Produktionskosten (Allgemein: 3.500 €; Kategorie I 3: 2.275 €; Kategorie II 4: 1.575 €; Kategorie III 5: 1.400 €).  
Alle Preise zzgl. 1.000 € Produktionskosten pro Spot. Produktionskosten sind nicht rabatt- und AE-fähig. Die Spotlänge beträgt max. 30 Sekunden.  
1 Downloads bezeichnet die Summe aus abgeschlossenen Downloads und abgeschlossenen Streams.  
2 Grundpreis gilt für alle Nicht-Branchenkunden.  
3 Branchenpreis II: Preise für Buch- & Musikverlage

Alle Preise zzgl. MwSt.

# / Podcasts (3/3)

**Volumenbuchung auf TKP-Basis:** Flexible Reichweite nach Tausenderkontaktpreis

Podcast	Erscheinungsweise	Belegung	Grundpreis <sup>2</sup>	Branchenrabatt II <sup>3</sup>
Podcast Show	Auslieferung in einer Podcast-Serie	PreRoll	130,– €	58,50 €
		MidRoll <sup>4</sup>	130,– €	58,50 €
		PostRoll	90,– €	40,50 €
Podcast Brand	Auslieferung im ZEIT ONLINE Podcast-Portfolio (mit Targeting gegen Aufschlag in Höhe von 15% möglich)	PreRoll	100,– €	45,– €
		MidRoll <sup>4</sup>	100,– €	45,– €
		PostRoll	60,– €	27,– €

Änderungen der Preise, Reichweiten und Erscheinungsweisen unterjährig möglich. Stand: September 2024  
Für Podcastbuchungen gilt ein Mindestbuchungsvolumen exklusive Produktionskosten (Allgemein: 3.500 €; Kategorie I 3: 2.275 €; Kategorie II 4: 1.575 €; Kategorie III 5: 1.400 €).  
Alle Preise zzgl. 1.000 € Produktionskosten pro Spot. Produktionskosten sind nicht rabatt- und AE-fähig. Die Spottlänge beträgt für Preroll / Postroll max. 30 Sekunden, für Midroll max. 60 Sekunden (in Bundlebuchung max. 30 Sekunden).  
<sup>1</sup> Downloads bezeichnet die Summe aus abgeschlossenen Downloads und abgeschlossenen Streams.  
<sup>2</sup> Grundpreis gilt für alle Nicht-Branchenkunden.  
<sup>3</sup> Branchenpreis II: Preise für Buch- & Musikverlage  
<sup>4</sup> MidRoll im »Verbrechen« Podcast und im »Was jetzt?« Podcast nicht belegbar.

Alle Preise zzgl. MwSt.

# / „Auch das noch?“

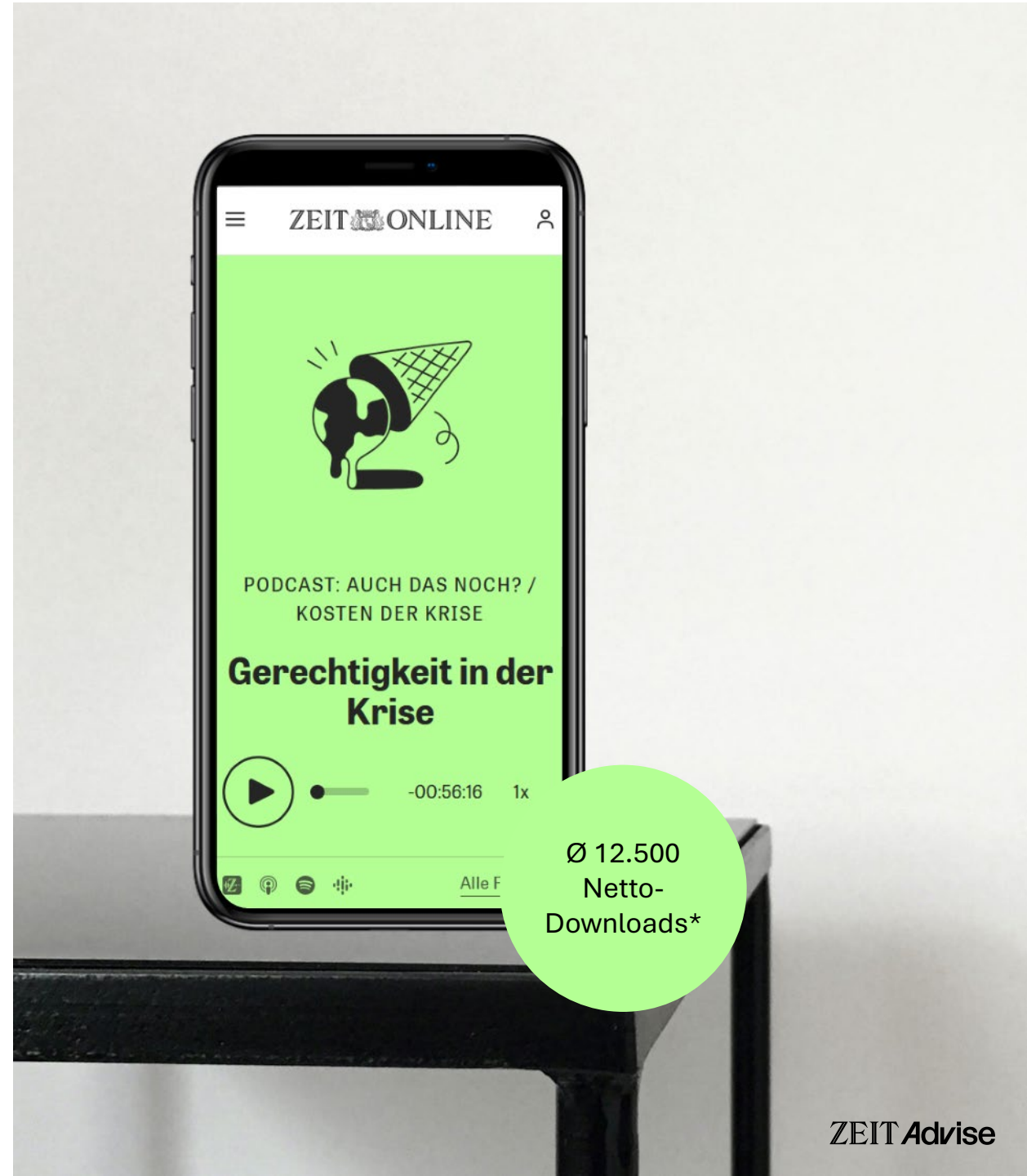
In jeder Folge dieses Podcasts sprechen ZEIT-Politikredakteurin Petra Pinzler und Wissenschaftsredakteur Stefan Schmitt über eine Krise der Gegenwart: Es geht um die Klimakrise, das Artensterben, die Energiekrise und die Kriege.

Jedes Mal hilft eine Expertin oder ein Experte dabei zu verstehen, wie alles zusammenhängt. Nicht um zu verzweifeln, sondern weil Verstehen ja der erste Schritt zur Lösung ist. Und um Lösungen geht es natürlich auch.

## Facts

- erscheint 14-täglich, mittwochs
- Ø 12.500 Netto-Downloads\* pro Folge
- 2 Wochen/1 Folge

\* Downloads bezeichnet die Summe aus abgeschlossenen Downloads und abgeschlossenen Streams.  
Alle Podcasts sind auch verfügbar auf Spotify, iTunes, Deezer, Amazon Echo und Google Home.





# / „Augen zu“

Im Podcast »Augen zu« sprechen Florian Illies und Giovanni di Lorenzo alle 14 Tage über die Welt der Kunst.

Was macht große Kunst aus? Darf man Beuys einen Scharlatan nennen? Muss man Botticelli lieben? Jede Folge widmet sich einem Künstler oder einer Künstlerin, ihren biografischen Wendungen, ihren besten Werken und ihren seltsamsten Ansichten.

## Facts

- erscheint 4-wöchentlich, mittwochs
- Ø 65.000 Netto-Downloads\* pro Folge
- 4 Wochen/1 Folge

\* Downloads bezeichnet die Summe aus abgeschlossenen Downloads und abgeschlossenen Streams.  
Alle Podcasts sind auch verfügbar auf Spotify, iTunes, Deezer, Amazon Echo und Google Home.



# / Das Politikteil

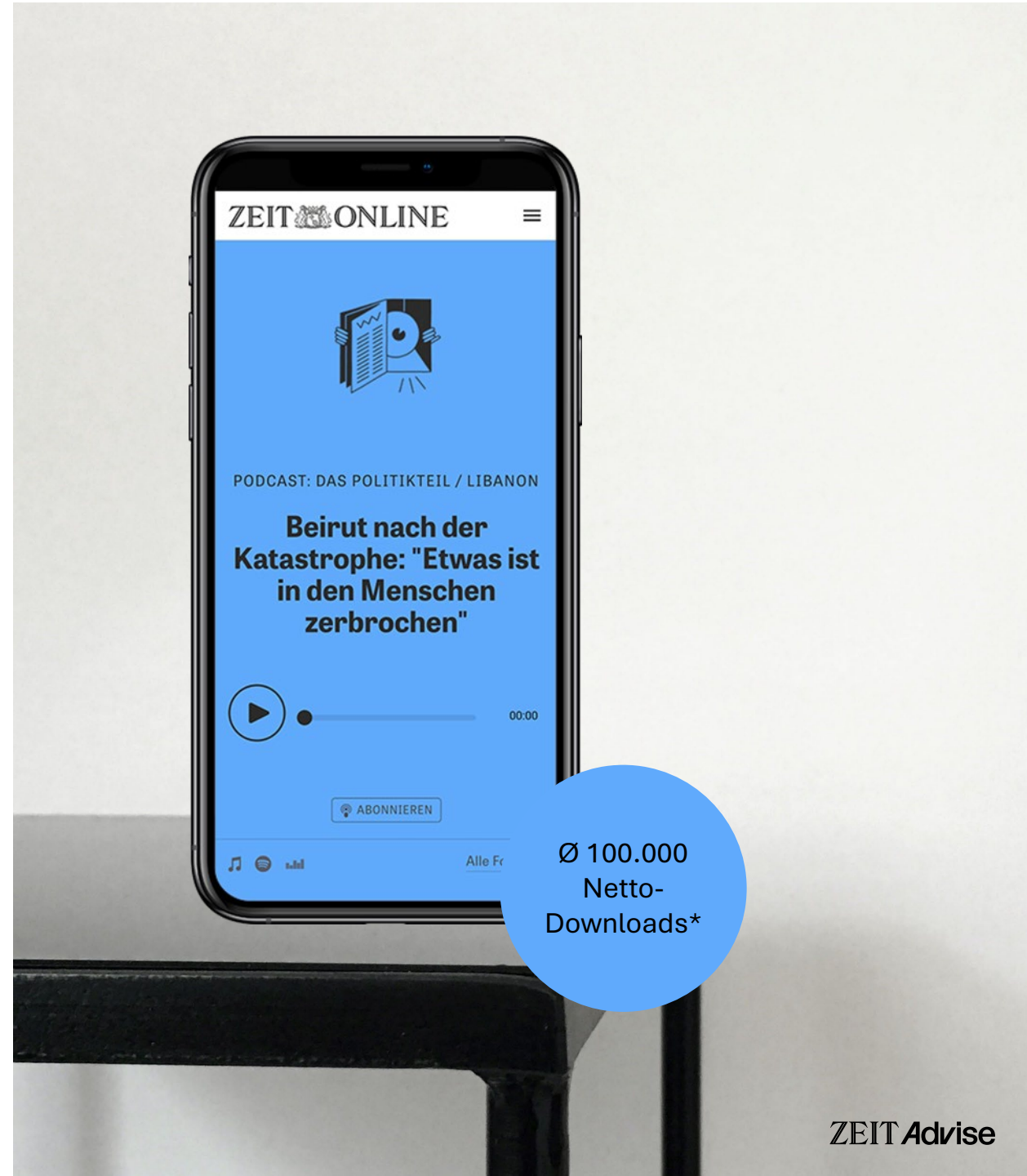
Warum kostet ein Kalb in Deutschland nur ein paar Euro? Kann Joe Biden die USA versöhnen? Und sind die Volksparteien noch zu retten?

Im Wechsel hören Sie hier Ileana Grabitz und Marc Brost sowie Tina Hildebrandt und Heinrich Wefing mit Themen über Politik – was sie antreibt, was sie anrichtet, was sie erreichen kann.

## Facts

- erscheint wöchentlich, freitags
- Ø 100.000 Netto-Downloads\* pro Folge
- 1 Woche/1 Folge

\* Downloads bezeichnet die Summe aus abgeschlossenen Downloads und abgeschlossenen Streams.  
Alle Podcasts sind auch verfügbar auf Spotify, iTunes, Deezer, Amazon Echo und Google Home.



# / Der Ostcast

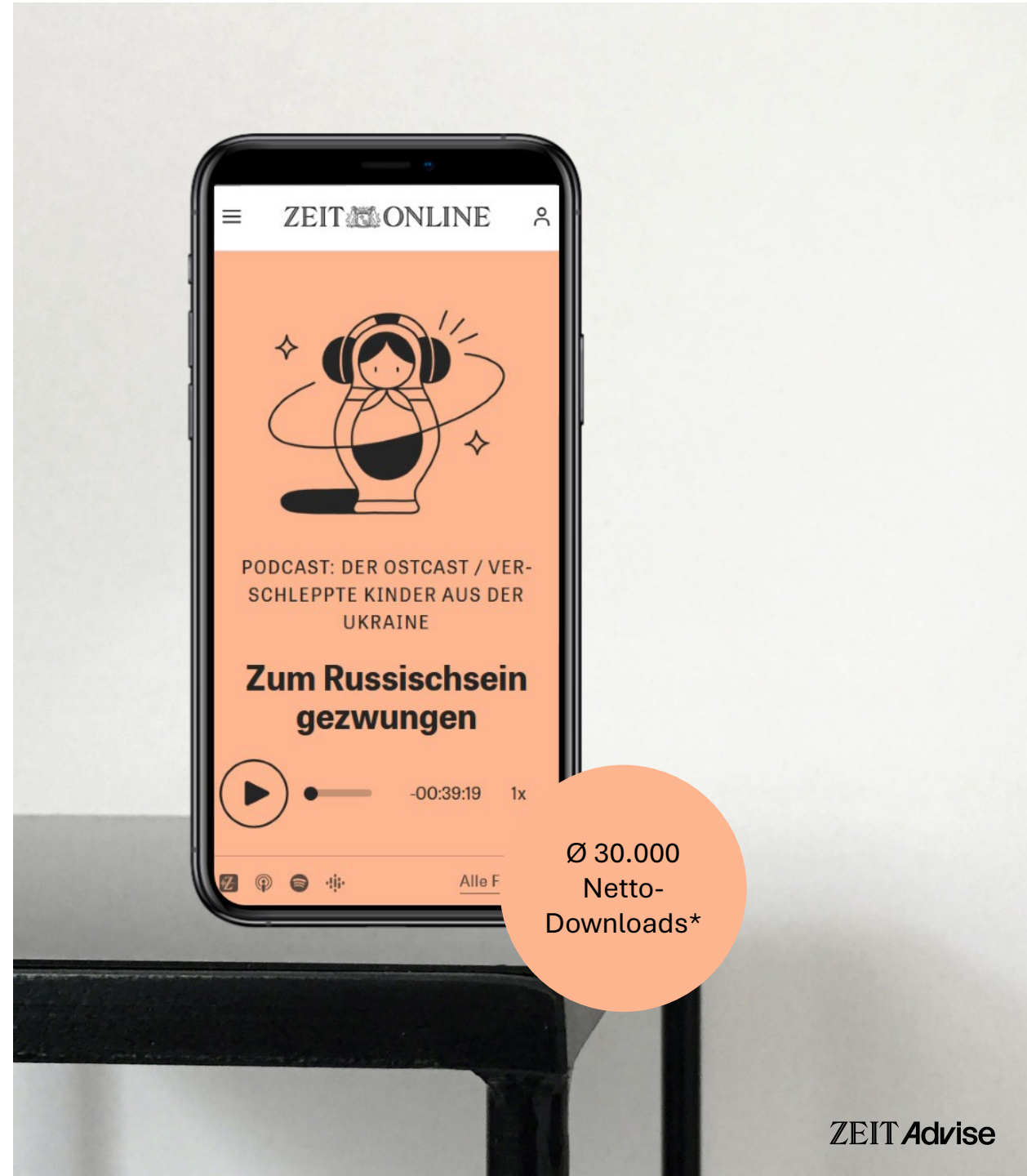
Verspielt Putin seine Macht? Ist der Krieg gegen die Ukraine wirklich nur Putins Krieg? Darf man noch Puschkin lesen? Und wie korrupt ist die Ukraine heute noch? Alice Bota und Michael Thumann bringen zusammen mehr als 50 Jahre Osteuropa-Erfahrung mit.

Beide schreiben für DIE ZEIT und ZEIT ONLINE über Osteuropa – und in diesem Podcast sprechen sie darüber. Über Freude und Abscheu beim Berichten über die Region. Über den Krieg, aber auch über das Leben, die kleinen Freiheiten und die großen russischen Gefängnisse – und über Berlin als neue Hauptstadt des Exils.

## Facts

- erscheint 3-wöchentlich, donnerstags
- Ø 30.000 Netto-Downloads\* pro Folge
- 3 Wochen/1 Folge

\* Downloads bezeichnet die Summe aus abgeschlossenen Downloads und abgeschlossenen Streams.  
Alle Podcasts sind auch verfügbar auf Spotify, iTunes, Deezer, Amazon Echo und Google Home.





# ／ Die sogenannte Gegenwart

Was verraten Netflix-Kochshows über unsere Gesellschaft und aktuelle Buchtitel über den Puls der Zeit? Ist woke das neue narzisstisch? Und warum trinken jetzt eigentlich alle Ingwershots?

In „Die sogenannte Gegenwart“ streiten die ZEIT-Feuilleton-Redakteure Nina Pauer, Ijoma Mangold und Lars Weisbrod über Phänomene, die unsere Zeit ausmachen - immer dabei: Apple Sprachassistentin Siri.

## Facts

- erscheint 14-täglich, montags
- Ø 40.000 Netto-Downloads\* pro Folge
- 2 Wochen/1 Folge

\* Downloads bezeichnet die Summe aus abgeschlossenen Downloads und abgeschlossenen Streams.  
Alle Podcasts sind auch verfügbar auf Spotify, iTunes, Deezer, Amazon Echo und Google Home.



Ø 40.000  
Netto-  
Downloads\*

# / Elbvertiefung

Hamburg hat fast zwei Millionen Einwohner, einen Hafen, mehr Brücken und Baustellen als Venedig – und einen neuen Podcast.

Jeden Samstag sprechen Maria Rossbauer und Florian Zinnecker, die zusammen das Hamburg-Ressort der ZEIT leiten, mit einer Kollegin oder einem Kollegen aus ihrem Team über eine aktuelle Frage: Wird der Elbtower jemals fertig gebaut? Warum ist Hamburgs Innenstadt so öde? Wie geht's der Kultur? Und warum gibt es auf den Spielplätzen der Stadt keine Toiletten? Mal ernst, mal locker, immer prägnant und persönlich. Und nie länger als 30 Minuten.

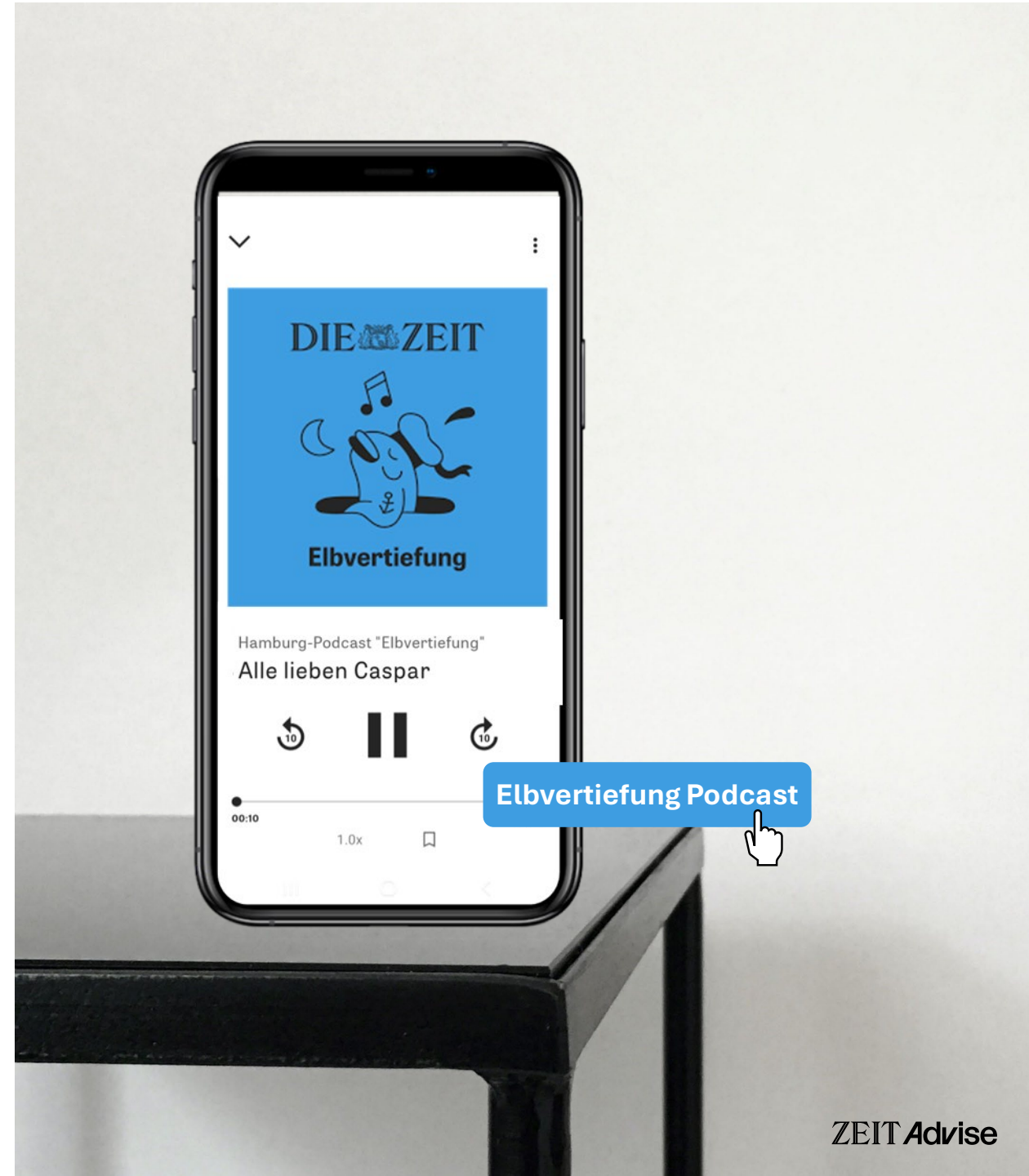
## Facts

- erscheint wöchentlich, samstags
- 1 Woche/1 Folge

## Buchungsmöglichkeit

- Native Audio Ad: 2.750,- €\*
  - Branchenexklusive Festplatzierung: Pre-, Mid- oder PostRoll
  - Laufzeit: 1 Woche
  - Spotlänge: 30 Sekunden
  - Vorlaufzeit Audio Ad: 28 Werktage

\* Downloads bezeichnet die Summe aus abgeschlossenen Downloads und abgeschlossenen Streams.  
Alle Podcasts sind auch verfügbar auf Spotify, iTunes, Deezer, Amazon Echo und Google Home.



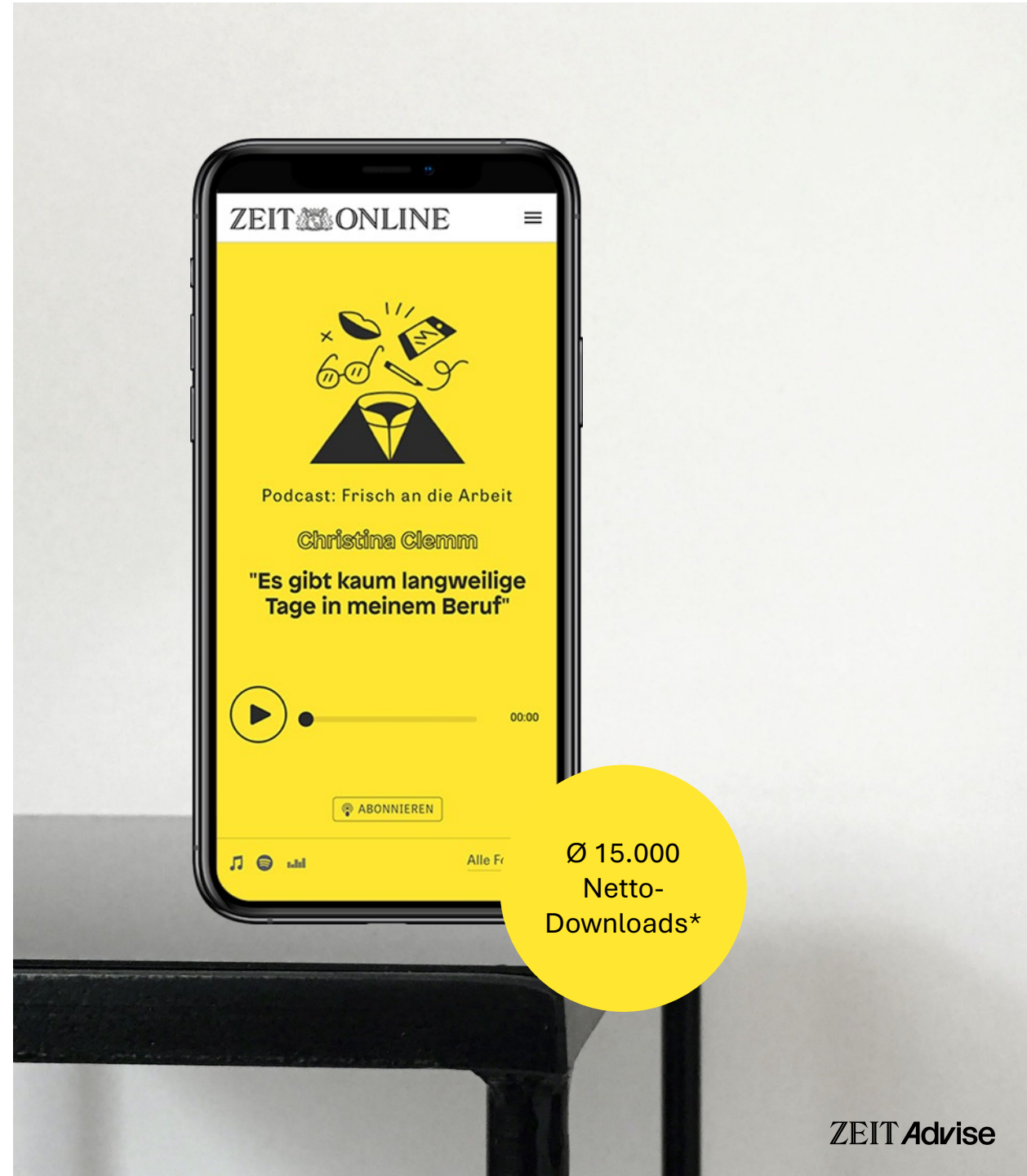
# / Frisch an die Arbeit

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

## Facts

- erscheint 14-täglich, dienstags
- Ø 15.000 Netto-Downloads\* pro Folge
- 2 Wochen/1 Folge

\* Downloads bezeichnet die Summe aus abgeschlossenen Downloads und abgeschlossenen Streams.  
Alle Podcasts sind auch verfügbar auf Spotify, iTunes, Deezer, Amazon Echo und Google Home.





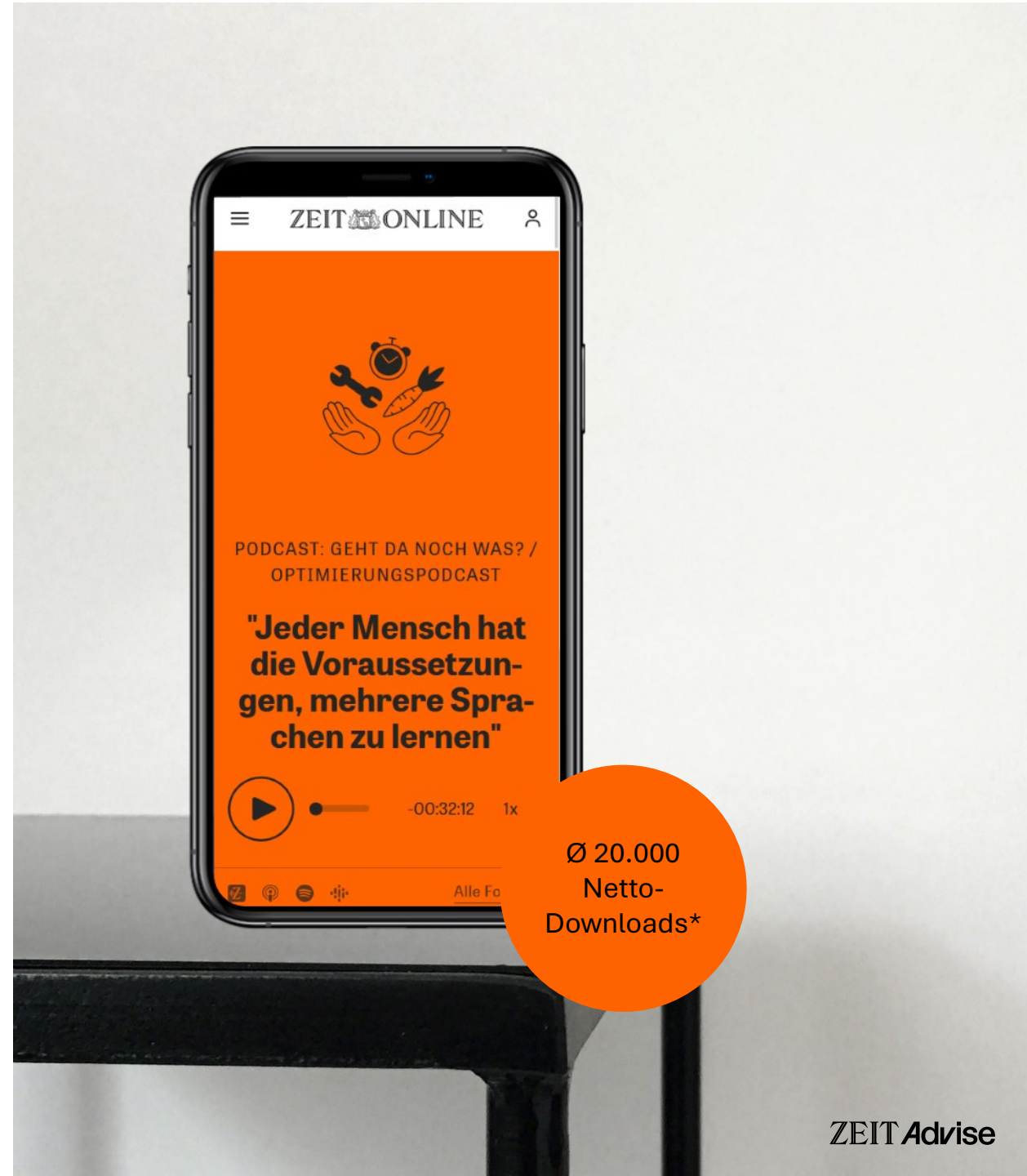
# / „Geht da noch was?“

Alle zwei Wochen widmen sich Lisa Hegemann und Sebastian Horn den kleinen und großen Qualen des Alltags. Wie schafft man es, besser aufzuräumen, häufiger Laufen zu gehen und sinnvolle To-Do-Listen zu pflegen? In jeder Folge erzählen die Beiden, wie sie die Herausforderungen angegangen sind und welche Tipps ihnen wirklich geholfen haben.

## Facts

- erscheint 14-täglich, montags
- Ø 20.000 Netto-Downloads\* pro Folge
- 2 Wochen/1 Folge

\* Downloads bezeichnet die Summe aus abgeschlossenen Downloads und abgeschlossenen Streams.  
Alle Podcasts sind auch verfügbar auf Spotify, iTunes, Deezer, Amazon Echo und Google Home.



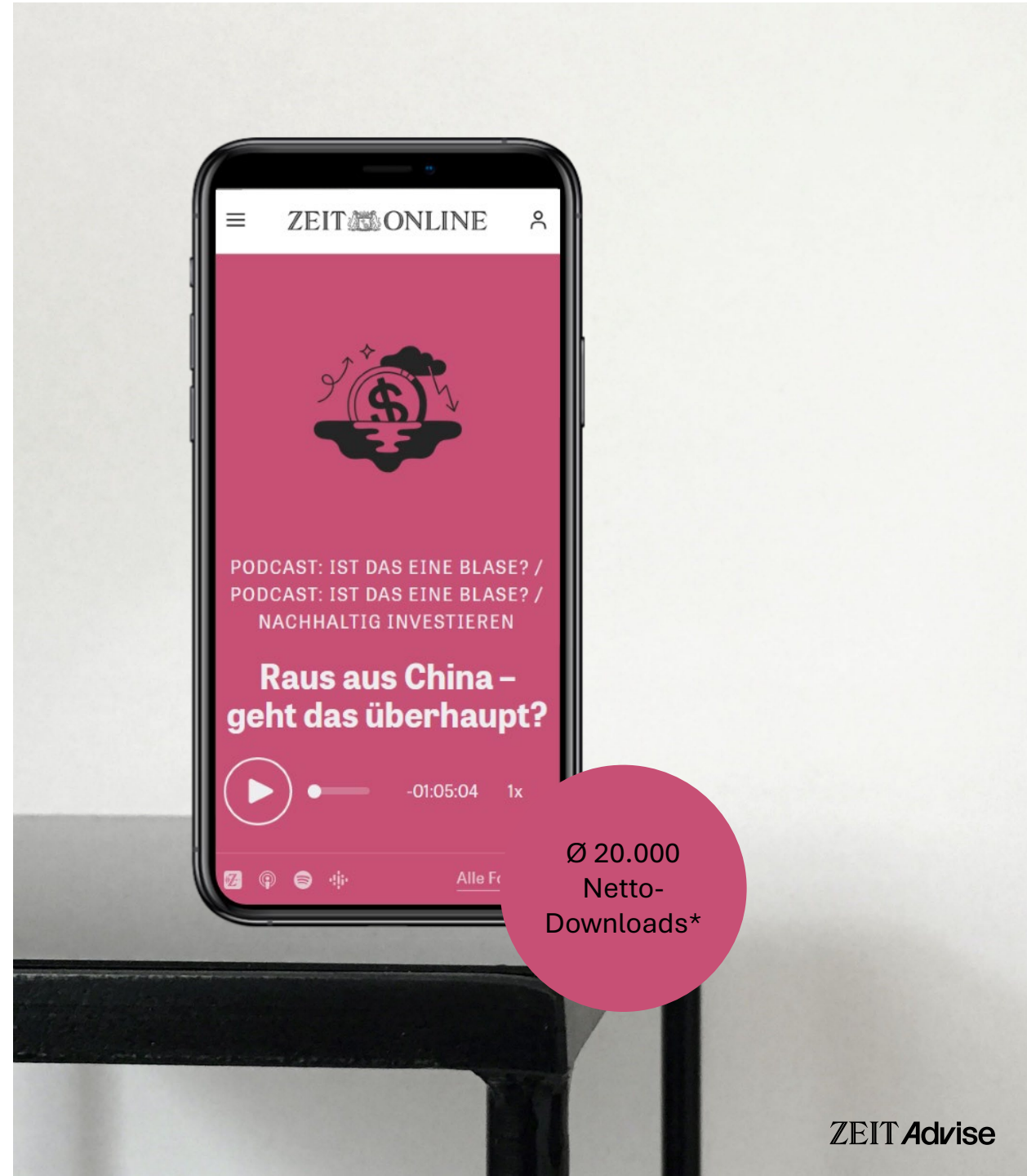
# / „Ist das eine Blase?“

Warum kann ich mir kein Haus leisten? Wie wird eine Stadt klimaneutral? Kann ich Cannabis bald im Laden kaufen? Und muss die Wirtschaft wirklich ständig wachsen? Alle 14 Tage untersuchen Lisa Nienhaus, Lisa Hegemann und Jens Tönnemann ein wirtschaftliches Phänomen und fragen sich: Ist das eine Blase? Oder bleibt das? Immer mit einem Gast – und einem Tier.

## Facts

- erscheint 14-täglich, montags
- Ø 20.000 Netto-Downloads\* pro Folge
- 2 Wochen/1 Folge

\* Downloads bezeichnet die Summe aus abgeschlossenen Downloads und abgeschlossenen Streams.  
Alle Podcasts sind auch verfügbar auf Spotify, iTunes, Deezer, Amazon Echo und Google Home.



# / „Ist das normal?“

Zusammen mit der Sexualtherapeutin Melanie Büttner sprechen die ZEIT ONLINE-Wissenschaftsredakteure Alina Schadwinkel und Sven Stockrahm regelmäßig über Sex.

Gehört der Orgasmus zum Sex? Was ist Pornosucht? Und ist das, was ich mir beim Sex wünsche, normal? „Ist das normal?“ klärt auf – über Mythen, Ängste und Fragen rund um Sex.

## Facts

- erscheint 14-täglich, montags
- Ø 25.000 Netto-Downloads\* pro Folge
- 2 Wochen/1 Folge

\* Downloads bezeichnet die Summe aus abgeschlossenen Downloads und abgeschlossenen Streams.  
Alle Podcasts sind auch verfügbar auf Spotify, iTunes, Deezer, Amazon Echo und Google Home.



Ø 25.000  
Netto-  
Downloads\*



# / Kicken kann er

Ist Robert Lewandowski wirklich der beste Spieler der Welt? Was macht die Pässe von Toni Kroos so unvergleichlich präzise? Warum sind Thomas Müllers Qualitäten erst auf den dritten Blick erkennbar?

Wir reden weniger über Taktik als über das, worauf es im Fußball wirklich ankommt: die Individualität der Spieler und Spielerinnen. Die ZEIT-ONLINE-Sportredakteure Oliver Fritsch und Fabian Scheler besprechen in jeder Folge einen Fußballer in all seinen Facetten und lassen dabei auch Scouts, Trainerinnen und Berater zu Wort kommen.

## Facts

- erscheint 14-täglich, mittwochs
- Ø 14.000 Netto-Downloads\* pro Folge
- 2 Wochen/1 Folge

\* Downloads bezeichnet die Summe aus abgeschlossenen Downloads und abgeschlossenen Streams.  
Alle Podcasts sind auch verfügbar auf Spotify, iTunes, Deezer, Amazon Echo und Google Home.



Ø 14.000  
Netto-  
Downloads\*

# / „OK, America?“

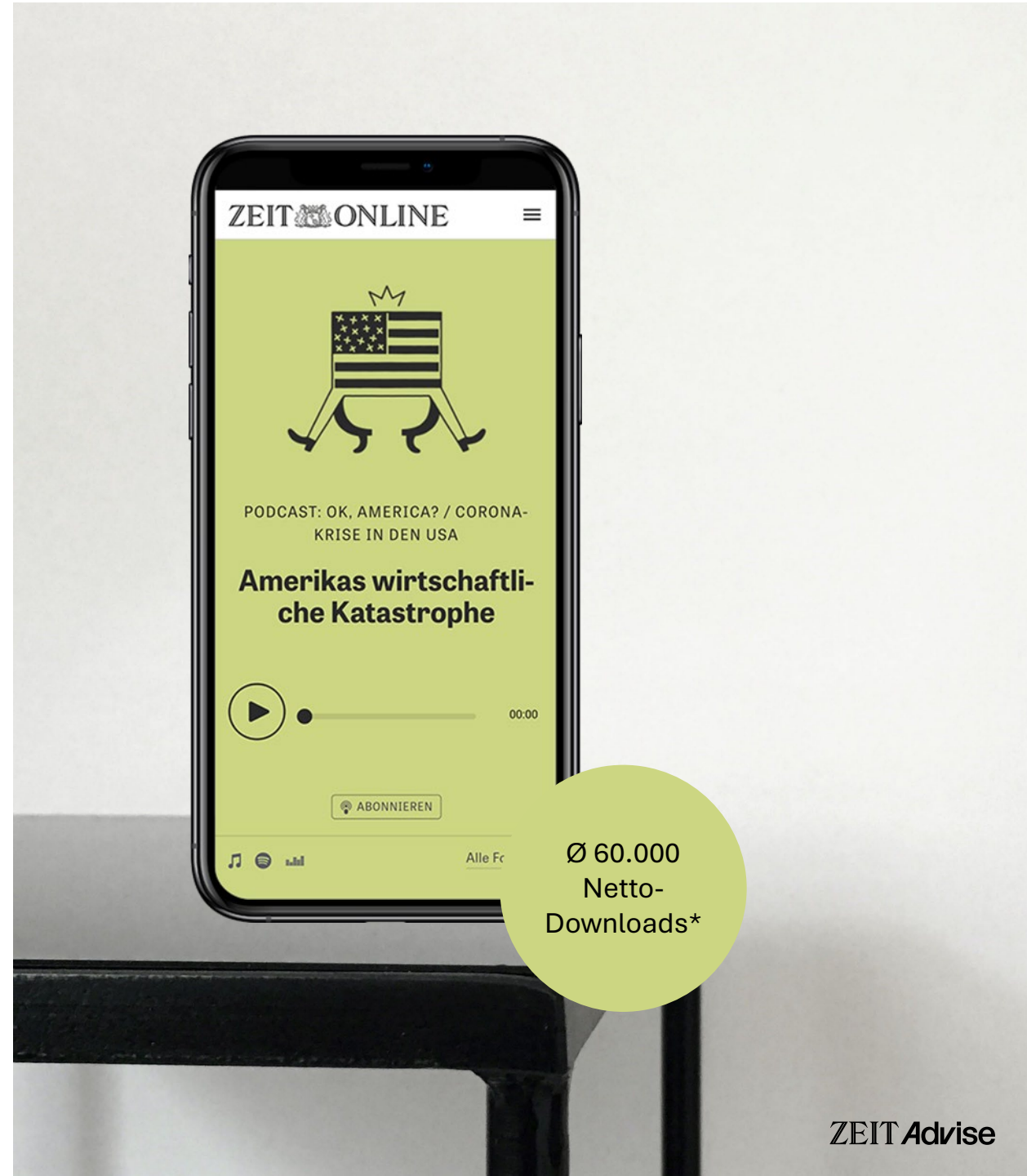
Das transatlantische Bündnis steckt in der Krise. Donald Trumps Präsidentschaft hat Spuren hinterlassen. Das Coronavirus verheert die USA. Und Demokraten und Republikaner sind zerstritten wie noch nie.

In diesem Podcast sprechen Klaus Brinkbäumer und Rieke Havertz über aktuelle Debatten aus den USA und den Wahlkampf. Aber auch über Burger und Basketball, über das Silicon Valley und den Supreme Court, über Drogen und TV. Denn um US-Politik zu verstehen, muss man die Amerikaner verstehen – mit ihren Leidenschaften, Nöten und Eigenarten.

## Facts

- erscheint 14-täglich, donnerstags
- Ø 60.000 Netto-Downloads\* pro Folge
- 2 Woche/1 Folge

\* Downloads bezeichnet die Summe aus abgeschlossenen Downloads und abgeschlossenen Streams. Alle Podcasts sind auch verfügbar auf Spotify, iTunes, Deezer, Amazon Echo und Google Home.



# / „SERVUS. GRÜEZI. HALLO.“

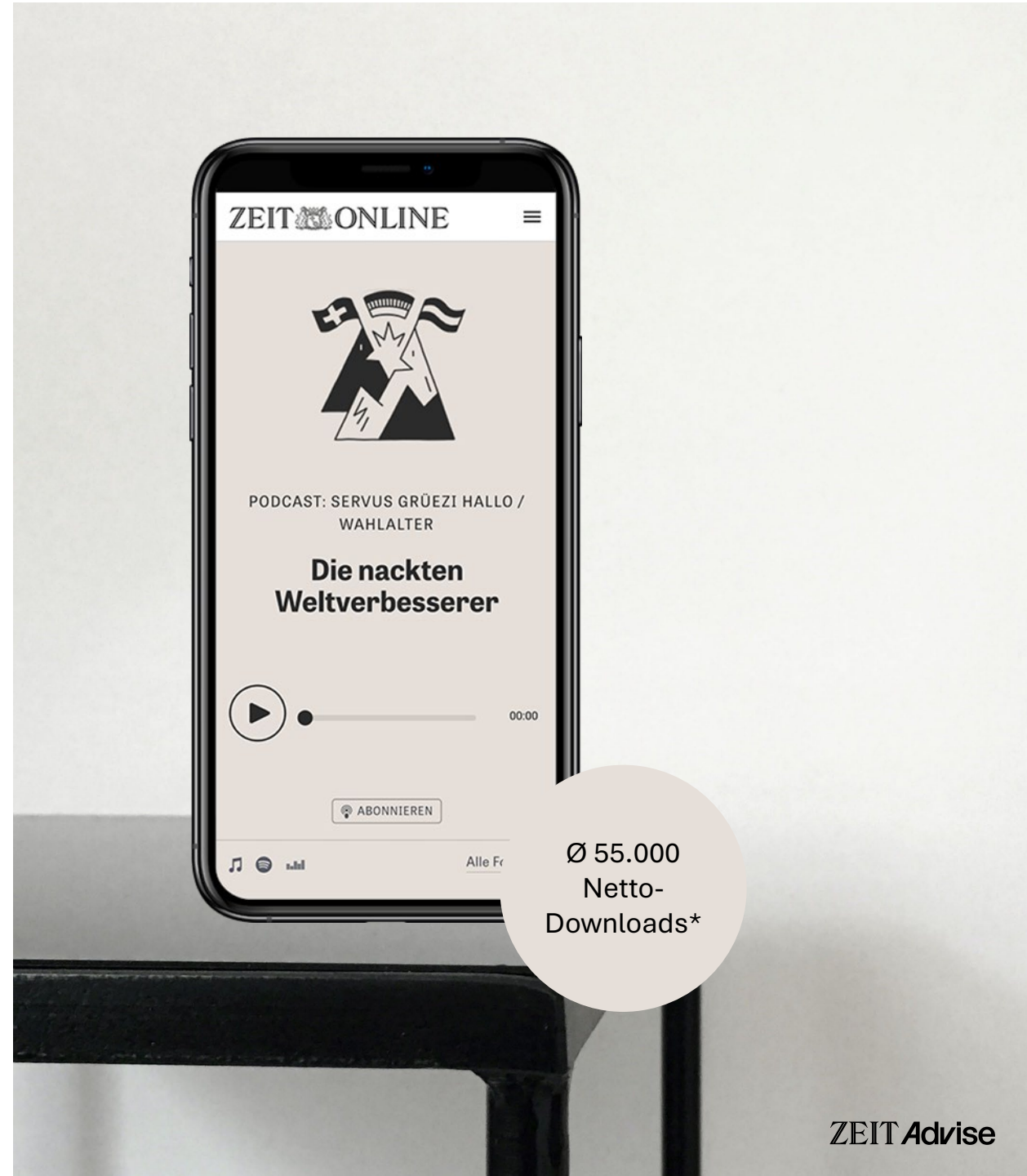
Vieles von dem, was in Deutschland politisch neu und brisant scheint, ist in Österreich und der Schweiz längst normal.

Der ZEIT ONLINE-Politikredakteur Lenz Jacobsen will wissen, wie die Österreicher und die Schweizer Politik erleben und Gesellschaft gestalten. Dafür spricht er einmal pro Woche mit Matthias Daum und Florian Gasser, den ZEIT-Korrespondenten aus Zürich und Wien. „Servus. Grüezi. Hallo.“

## Facts

- erscheint wöchentlich, mittwochs
- Ø 55.000 Netto-Downloads\* pro Folge
- 1 Woche/1 Folge

\* Downloads bezeichnet die Summe aus abgeschlossenen Downloads und abgeschlossenen Streams.  
Alle Podcasts sind auch verfügbar auf Spotify, iTunes, Deezer, Amazon Echo und Google Home.





# / „Und was machst Du am Wochenende?“

Jede Woche fragen ZEITmagazin Autorin Ubin Eoh und ZEITmagazin Editorial Director Christoph Amend eine Gästin oder einem Gast „Und was machst du am Wochenende?“. Eine Stunde lang geht es um die zwei kürzesten Tage der Woche – um Rituale, Erinnerungen, Erholungsversuche und um jede Menge Empfehlungen für ein gelungenes Wochenende: Bücher und Spiele, Serien und Filme, Getränke und Snacks, der nächste große Hit und Produkte aller Qualität und Art. Bleibt zum Schluss noch zu klären, was eigentlich schlimmer ist: der Sonntagabend oder der Montagmorgen?

## Facts

- erscheint wöchentlich, donnerstags
- Ø 20.000 Netto-Downloads\* pro Folge
- 1 Woche/1 Folge

\* Downloads bezeichnet die Summe aus abgeschlossenen Downloads und abgeschlossenen Streams.  
Alle Podcasts sind auch verfügbar auf Spotify, iTunes, Deezer, Amazon Echo und Google Home.



Ø 20.000  
Netto-  
Downloads\*

# / „Und was macht die Uni?“

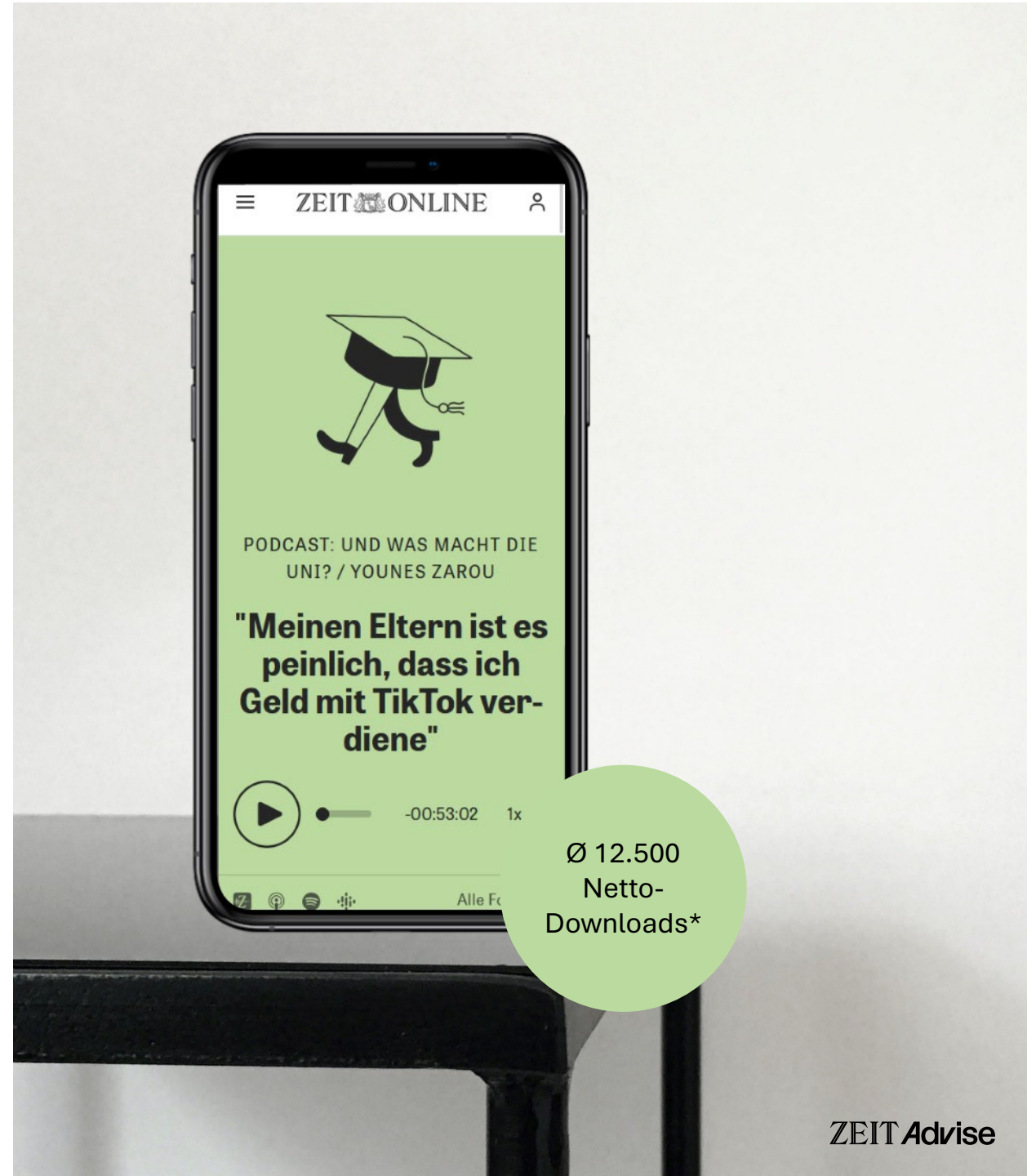
In diesem Podcast geht es um alles, was Studierende beschäftigt: Von Profs und Hausarbeiten, über Praktika, Nebenjobs und Berufseinstieg, WG-Leben, Eltern und Freundschaften bis zu Serien, Social Media und Entschleunigung.

Einmal im Monat sprechen die Hosts Martina Kix, Chefredakteurin von ZEIT CAMPUS, und ihr Kollege, Redakteur Christoph Farkas, auf lehrreiche, nahbare und unterhaltsame Weise mit spannenden Persönlichkeiten über ein Thema aus einem der Ressorts des ZEIT Campus-Magazins: Leben, Studieren, Arbeiten.

## Facts

- erscheint monatlich, dienstags
- Ø 12.500 Netto-Downloads\* pro Folge
- 1 Monat /1 Folge

\* Downloads bezeichnet die Summe aus abgeschlossenen Downloads und abgeschlossenen Streams.  
Alle Podcasts sind auch verfügbar auf Spotify, iTunes, Deezer, Amazon Echo und Google Home.



# / Unter Pfarrerstöchtern

Die Schwestern Sabine Rückert, stellvertretende Chefredakteurin der ZEIT, und Johanna Haberer, Theologieprofessorin, sprechen über die Bibel. Sie erzählen all jene Geschichten, mit denen sie als Pfarrerstöchter aufgewachsen sind und räumen dabei auf mit Kitsch und Klischees.

Und sie fragen: Was sagen uns die uralten Mythen der Bibel heute? „Unter Pfarrerstöchtern“ will niemanden bekehren, sondern erzählen und zum Nachdenken anregen: Was steht eigentlich drin im Buch der Bücher, das seit Jahrtausenden die Weltgeschichte prägt?

## Facts

- erscheint 14-täglich, freitags
- Ø 40.000 Netto-Downloads\* pro Folge
- 2 Wochen/1 Folge

\* Downloads bezeichnet die Summe aus abgeschlossenen Downloads und abgeschlossenen Streams.  
Alle Podcasts sind auch verfügbar auf Spotify, iTunes, Deezer, Amazon Echo und Google Home.



Ø 40.000  
Netto-  
Downloads\*



# / Verbrechen

Im ZEIT Verbrechen Podcast geht es alle 14 Tage um wahre Verbrechen und die Geschichten dahinter: Abwechselnd sprechen Sabine Rückert, stellvertretende Chefredakteurin der ZEIT, und Andreas Sentker, Leiter des Wissensressorts der ZEIT, sowie Anne Kunze, Kriminalreporterin der ZEIT, und Daniel Müller, Chefredakteur des Magazins ZEIT Verbrechen, über echte Kriminalfälle aus Deutschland und der Welt.

ZEIT VERBRECHEN gehört zu den erfolgreichsten Podcasts in Deutschland und belegt seit Erscheinen in der monatlichen ma-Podcast einen der Top 5-Plätze.

## Facts

- erscheint 14-täglich, dienstags
- Ø 500.000 Netto-Downloads\* pro Folge
- 2 Wochen/1 Folge

\* Downloads bezeichnet die Summe aus abgeschlossenen Downloads und abgeschlossenen Streams.  
Alle Podcasts sind auch verfügbar auf Spotify, iTunes, Deezer, Amazon Echo und Google Home.



Ø 500.000  
Netto-  
Downloads\*

# / „Was jetzt?“

„Was jetzt?“ ist der werktägliche Nachrichtenpodcast von ZEIT ONLINE. Morgens um 6 Uhr und nachmittags um 17 Uhr werden die Themen des Tages besprochen.

Die Hosts von „Was jetzt?“ sind im Wechsel Rita Lauter, Simone Gaul, Fabian Scheler, Pia Rauschenberger und Ole Pflüger aus der ZEIT ONLINE-Redaktion sowie die freien Journalistinnen Erica Zingher, Susan Djahangard, Elise Landschek und der freie Journalist Moses Fendel.

## Facts

- erscheint werktäglich
- Ø 150.000 Netto-Downloads\* pro Folge (jeweils morgens + abends)
- 1 Woche/10 Folgen

\* Downloads bezeichnet die Summe aus abgeschlossenen Downloads und abgeschlossenen Streams.  
Alle Podcasts sind auch verfügbar auf Spotify, iTunes, Deezer, Amazon Echo und Google Home.



Ø 150.000  
Netto-  
Downloads\*

# / „Was jetzt?“ am Wochenende

Der Nachrichtenpodcast „Was jetzt?“ erscheint nicht nur von Montag – Freitag, sondern auch am Samstag und Sonntag um 6 Uhr. Zusätzlich erscheint jeden Samstag eine längere Spezialfolge, die ein Thema vertieft.

## Facts

- erscheint wöchentlich, samstags und sonntags
- Ø 135.000 Netto-Downloads\* pro Folge
- 2 Tage/3 Folgen

\* Downloads bezeichnet die Summe aus abgeschlossenen Downloads und abgeschlossenen Streams.  
Alle Podcasts sind auch verfügbar auf Spotify, iTunes, Deezer, Amazon Echo und Google Home.



Ø 135.000  
Netto-  
Downloads\*



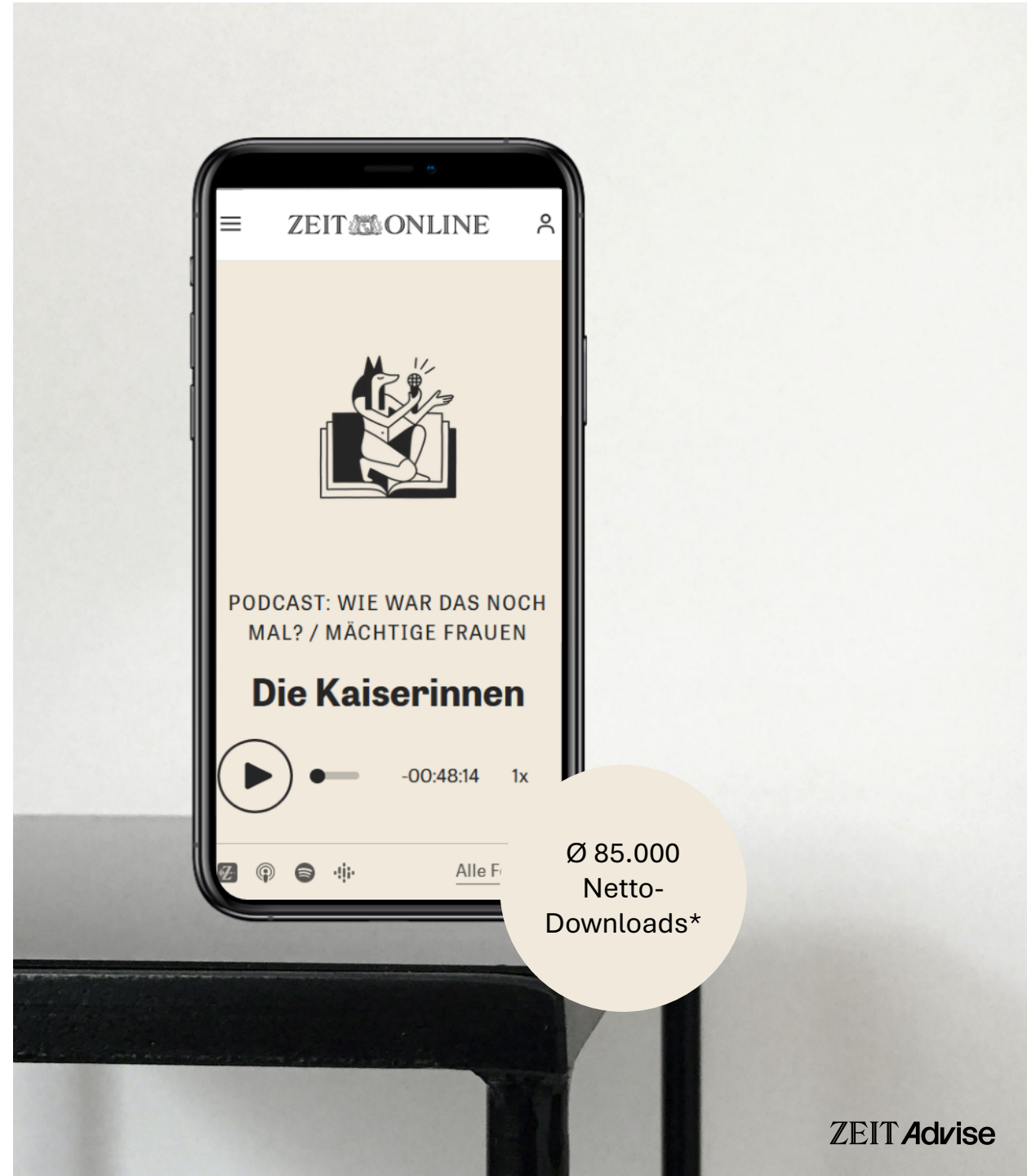
# / „Wie war das nochmal?“

Einmal monatlich begeben sich Markus Flohr und Judith Scholter auf die Spur der Vergangenheit, ihrer Geheimnisse und Mythen. Sie sprechen über geschichtliche Ereignisse und diskutieren, was sie für unsere Gegenwart bedeuten. Was und wo war die Varusschlacht? Was steckt hinter dem Mythos der Hanse? War Helmut Kohl ein großer Kanzler?

## Facts

- erscheint monatlich, samstags
- Ø 85.000 Netto-Downloads\* pro Folge
- 1 Monat/1 Folge

\* Downloads bezeichnet die Summe aus abgeschlossenen Downloads und abgeschlossenen Streams.  
Alle Podcasts sind auch verfügbar auf Spotify, iTunes, Deezer, Amazon Echo und Google Home.



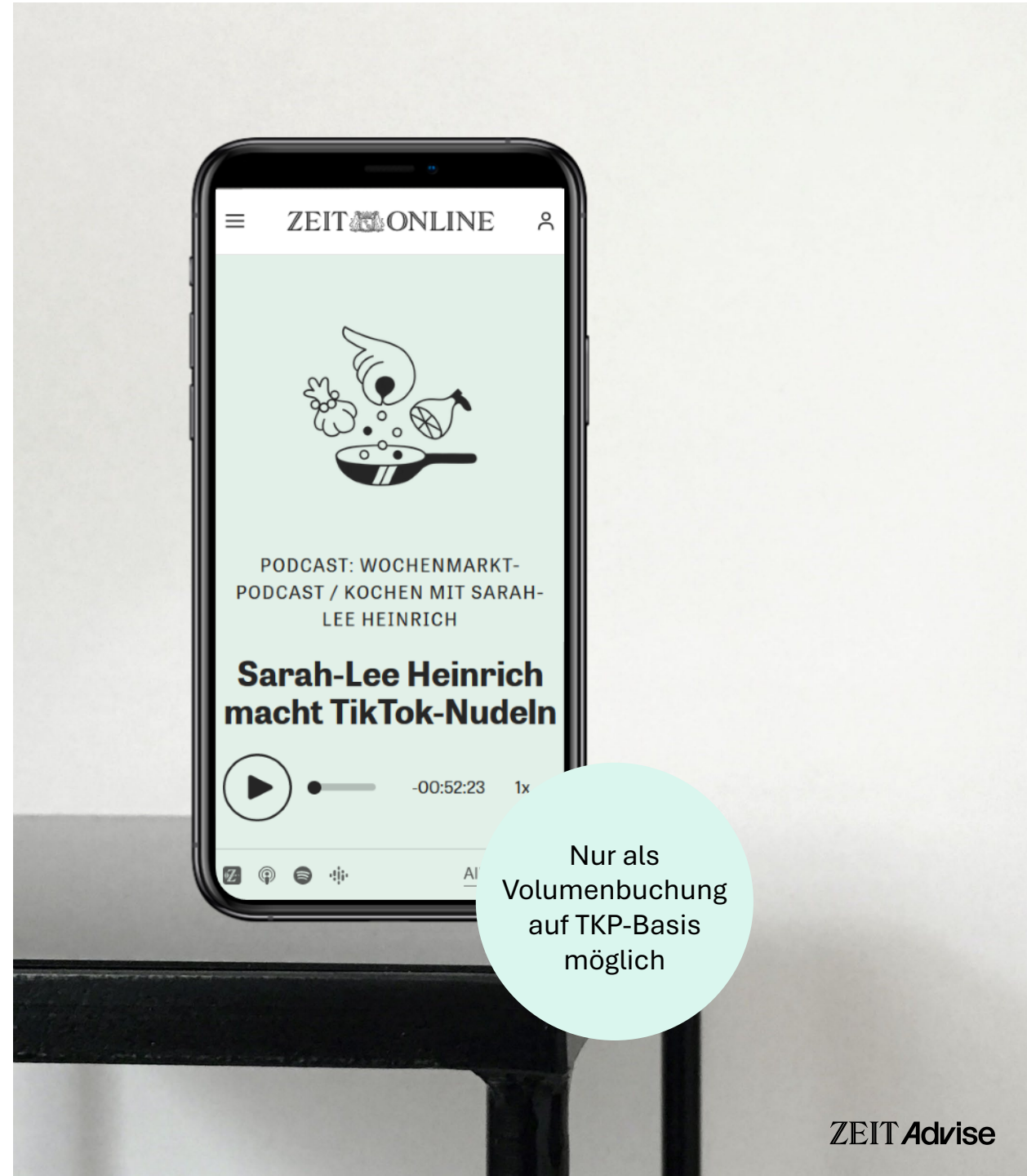
# / Wochenmarkt

Es brutzelt, schmurgelt und klappert in diesem Podcast. Jede Woche erscheint im ZEITmagazin die Kochkolumne „Wochenmarkt“ von Elisabeth Raether: einfache, aber trotzdem immer besondere Rezepte, die Spaß machen. Im Podcast lädt Elisabeth Raether Gäste ein, um mit ihnen gemeinsam zu kochen, und zwar Leute, die sonst eigentlich nicht mit Kochen auffallen, sondern beispielsweise mit Politik.

## Facts

- Ø 10.000 Netto-Downloads\* pro Folge (pausiert)

\* Downloads bezeichnet die Summe aus abgeschlossenen Downloads und abgeschlossenen Streams.  
Alle Podcasts sind auch verfügbar auf Spotify, iTunes, Deezer, Amazon Echo und Google Home.



# / „Woher weißt Du das?“

Kraniche verpassen manchmal den Zug nach Süden, weil sie das Wetter falsch einschätzen. Menschen treffen täglich rund 200 Entscheidungen über ihr Essen. Japan ist pro Kopf höher verschuldet als Griechenland.

„Woher weißt Du das?“ bietet Reportagen, Recherchehintergrund und Gespräche über Wissenschaft, Alltag und Gesellschaft.

## Facts

- erscheint 14-täglich, sonntags
- Ø 75.000 Netto-Downloads\* pro Folge
- 2 Wochen/1 Folge

\* Downloads bezeichnet die Summe aus abgeschlossenen Downloads und abgeschlossenen Streams. Alle Podcasts sind auch verfügbar auf Spotify, iTunes, Deezer, Amazon Echo und Google Home.





# / „Alles gesagt?“

Der unendliche Interviewpodcast.

In „Alles gesagt?“ befragen ZEITmagazin-Chefredakteur Christoph Amend und ZEIT-ONLINE-Chefredakteur Jochen Wegner außergewöhnliche Menschen - so lange, bis die Gäste selbst erklären, dass jetzt "alles gesagt" sei. Ein Gespräch kann also zwölf Minuten oder acht Stunden dauern.

## Facts

- erscheint monatlich, letzter Freitag
- 1 Monat/1 Folge

Alle Podcasts sind auch verfügbar auf Spotify, iTunes, Deezer, Amazon Echo und Google Home.



Nur als  
Volumenbuchung  
auf TKP-Basis  
möglich

# / „Ehrlich jetzt?“

Wie verändert ihre Karriere Politikerinnen und Politiker? Warum etwa ändern manche Regierende ihren Kurs, sobald sie an der Macht sind? Wie sieht die Gefühlswelt von politischen Entscheiderinnen aus?

Im neuen ZEIT-ONLINE-Podcast „Ehrlich jetzt?“ will Moderatorin Yasmine M'Barek Politikerinnen und Politikern Einblicke entlocken, „von denen Talkshow-Hosts nur träumen können“, so M'Barek.

## Facts

- erscheint 14-täglich, dienstags
- 2 Wochen/1 Folge

Alle Podcasts sind auch verfügbar auf Spotify, iTunes, Deezer, Amazon Echo und Google Home.



Nur als  
Volumenbuchung  
auf TKP-Basis  
möglich

# / „Warum denken Sie das?“

In jeder Folge sprechen Jana Simon und Philip Faigle mit zwei Menschen, die in einer politischen Frage grundsätzlich anders denken – und die nur schwer begreifen können, wie die andere Seite zu ihren Ansichten gelangt ist. Es geht um die großen Streitfragen unserer Zeit: Impfungen, das Verhältnis zu Russland oder das Gendern.

## Facts

- Es erscheinen keine neuen Folgen.

Alle Podcasts sind auch verfügbar auf Spotify, iTunes, Deezer, Amazon Echo und Google Home.





# / „English, please!“

Jeden zweiten Sonntag laden die Chefredakteurin Inez Sharp und das Spotlight-Team ein, das Englisch der Zuhörer:innen auf kurzweilige Art aufzufrischen. So klärt der Word-Nerd Owen Connors beispielsweise darüber auf, was Begriffe wie „bite the bullet“ und „nitty-gritty“ bedeuten. Anschließend diskutiert das Spotlight-Team über bunt gemischte Themen aus der englischsprachigen Welt. Zum Abschluss gibt es einen Buchtipp – mal Krimi aus Irland, mal Gesellschaftsroman aus den USA. In diesen 15 Minuten kann jeder sein Englisch verbessern.

## Facts

- erscheint 14-täglich, sonntags
- 2 Wochen/1 Folge

Alle Podcasts sind auch verfügbar auf Spotify, iTunes, Deezer, Amazon Echo und Google Home.  
TKP-Buchungen sind nur auf der Pre- oder PostRoll möglich (die Platzierung MidRoll ist in diesem Podcast nicht vorgesehen)



Nur als  
Volumenbuchung  
auf TKP-Basis  
möglich

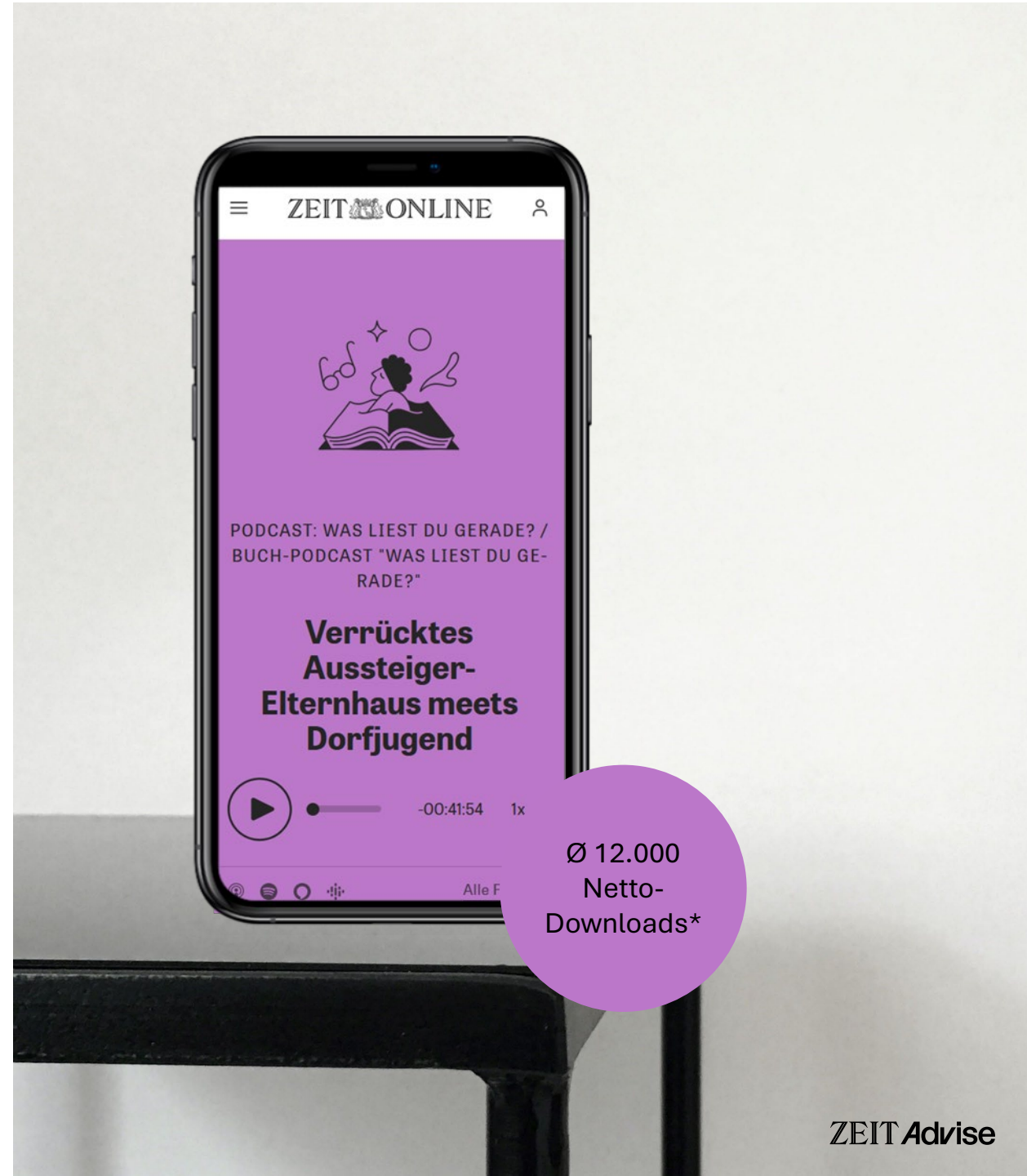
# / „Was liest Du gerade?“

Die Feuilletonredaktion launchte am 17. Oktober 2023, im Vorfeld der Frankfurter Buchmesse, den Literaturpodcast »Was liest du gerade?«. Darin besprechen die Hosts in jeder Folge zwei aktuelle Bücher. Im zweiwöchentlichen Wechsel geht es entweder um Sachbücher – mit Maja Beckers und Alexander Cammann – oder um Literatur – mit Iris Radisch und Adam Soboczynski.

## Facts

- erscheint 14-täglich, samstags
- Ø 12.000 Netto-Downloads\* pro Folge
- 2 Wochen/1 Folge

\* Downloads bezeichnet die Summe aus abgeschlossenen Downloads und abgeschlossenen Streams.  
Alle Podcasts sind auch verfügbar auf Spotify, iTunes, Deezer, Amazon Echo und Google Home.



# / Zwei Buchungsmöglichkeiten

## Festplatzierung

- Das Audio Ad ist im Buchungszeitraum bei garantierter Reichweite in einer Podcast-Folge festplatziert (keine Ausspielung anderer Audio Ads)
- AdSlot: PreRoll oder PreRoll + PostRoll
- Reichweite:  $\emptyset$  Streams & Downloads der Episode
- Abrechnungsmodell: Festpreis
- Laufzeit: festgelegt

## TKP-basierte Buchung

- Das Audio Ad ist im Buchungszeitraum nicht festplatziert und wird je nach Verfügbarkeit entweder in einem Umfeld (Podcast-Serie) oder rotierend im gesamten ZEIT ONLINE Podcast-Portfolio ausgespielt
- AdSlot: PreRoll, MidRoll oder PostRoll
- Reichweite: AI-Volumen frei wählbar
- Abrechnungsmodell: TKP-basiert
- Laufzeit: frei wählbar
- Targeting-Möglichkeiten: Basic Targeting (Demografisches Targeting) und Premium Targeting (Kontextuelles Targeting)\*



\* Nur bei TKP-Belegung in RoS möglich. Max. 3 Kriterien wählbar.



# 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 ONLINE-Portfolio)
- Neues Storytelling-Format bei Festplatzierungen
- Individuellere Platzierung möglich
- Größere Werbemittelvielfalt
- Einheitliche KPIs

## Allgemeine Informationen

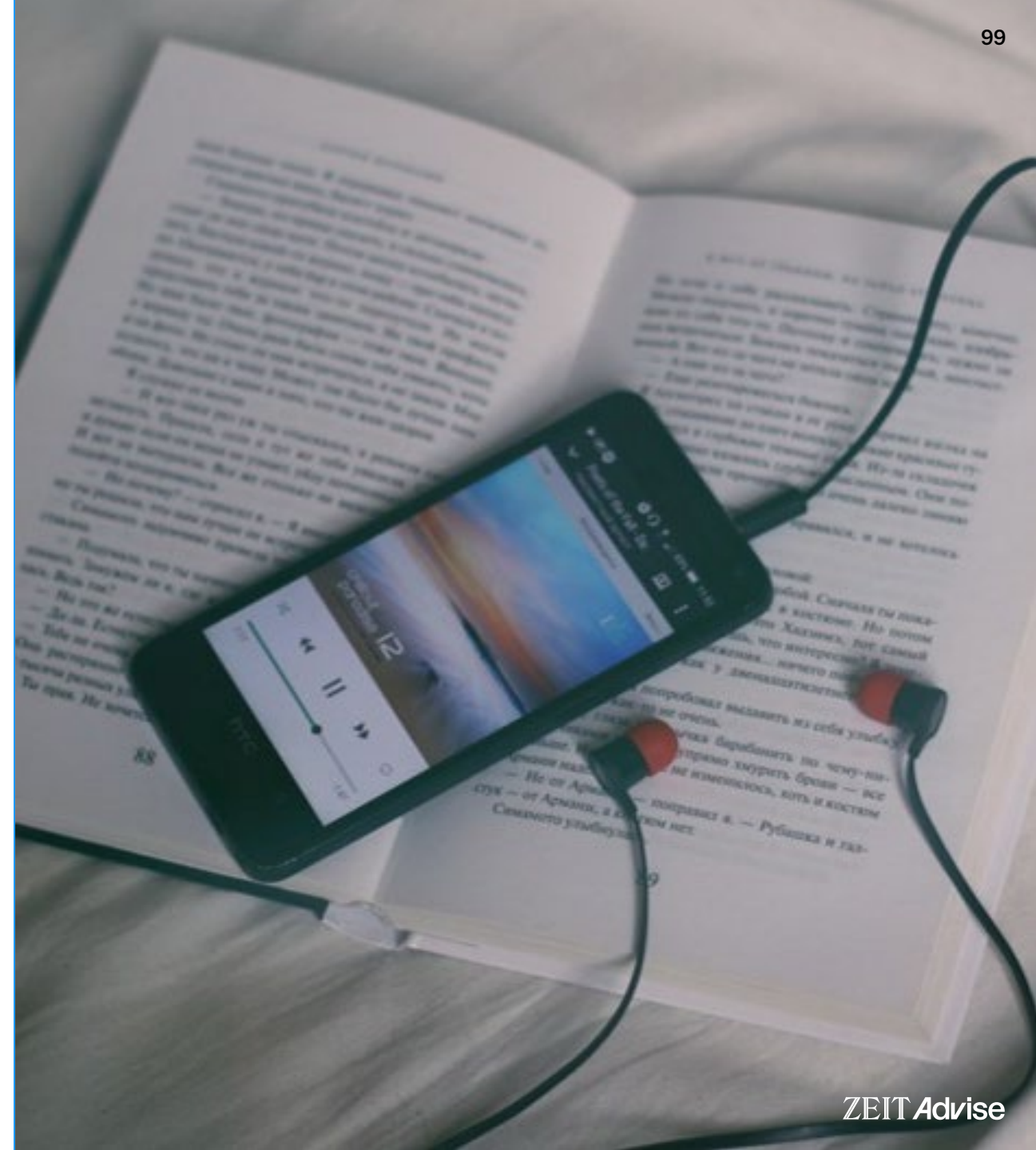
- Auslieferung des Spots über einen Audio-Adserver
- Spots werden über einen AdSlot innerhalb des gebuchten Zeitraums im gebuchten Umfeld ausgeliefert
- Bis zu 3 AdSlots je Podcast möglich (PreRoll, MidRoll, PostRoll)\*
- Vorlaufzeit für die Spot-Produktion 28 Werktage
- Spotlänge max. 30 Sek. Bei Preroll 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 Werbeplatz in der Podcast-Folge. Läuft NICHT vor dem Inhalt!



# / Prozess

- Vor jeder Buchung müssen die Verfügbarkeiten abgefragt werden.
- Nach der Buchung erhält der Kunde 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 Kundeninformationen mind. 28 Werktage vor dem Erscheinungstermin.
- Auf Basis der Kundeninformationen werden zwei Textvorschläge zur Auswahl erstellt. Zusätzlich entscheidet der Kunde über eine männliche oder weibliche Sprecherstimme.
- Ein Korrekturlauf für marginale Anpassungen.
- Produktion eines nativen Branding Spots.
- Der Spot wird nativ in den Podcast eingebunden.
- Zudem können ergänzende Werbemittel bei ZEIT ONLINE geschaltet werden.





# / Targeting-Optionen für TKP-Basierte Kampagnen

## Umfeld oder das gesamte ZEIT ONLINE Podcast-Portfolio



- Je nach Verfügbarkeit wird das Audio Ad entweder in einem Umfeld (d.h. in einer Podcast-Serie wie beispielsweise „Das Politikteil“) oder rotierend im gesamten ZEIT ONLINE Podcast-Portfolio ausgespielt
- Die Ausspielung des Audio Ads im gesamten ZEIT ONLINE Podcast-Portfolio kann um ein Basic- oder Premium-Targeting ergänzt werden

## Soziodemographisches Targeting (Basic-Targeting)\*



- Anhand der Kriterien Alter und Geschlecht des Hörers werden die Audio Ads passgenau ausgespielt
- Geschlecht: männlich / weiblich
- Alter: 18-24 / 21-24 / 25-34 / 35-44 / 45-54 / 55-64 / 65+

## Premium Targeting\*



- Die Audio Ads werden anhand von vordefinierten Themen ausgespielt
- Predictive Audience Targeting
- Kontextuelles Targeting – jetzt neu mit den Targetingoptionen „Literatur“ und „Kultur“ (nach Verfügbarkeit)

\*maximal 3 Kriterien wählbar. Nur im gesamten ZEIT ONLINE Umfeld buchbar. Nicht möglich bei Belegung einzelner Serien und Folgen. Bei der Buchung von Targeting-Optionen fällt ein Aufschlag in Höhe von 15% an.



# / Native Audio Ad

## Alles aus einer Hand

Mit der Werbeform Native Audio Ad wird Ihr Spot exklusiv oder im Rahmen einer TKP-Kampagne als Audio Ad über einen Adserver im Podcast ausgespielt.

Dabei wird der redaktionelle Teil vom werblichen Inhalt mit einem Jingle getrennt.

Ab dem gemeinsamen Kick-off-Call und dem Briefingformular beträgt die Vorlaufzeit mindestens 4 Wochen.

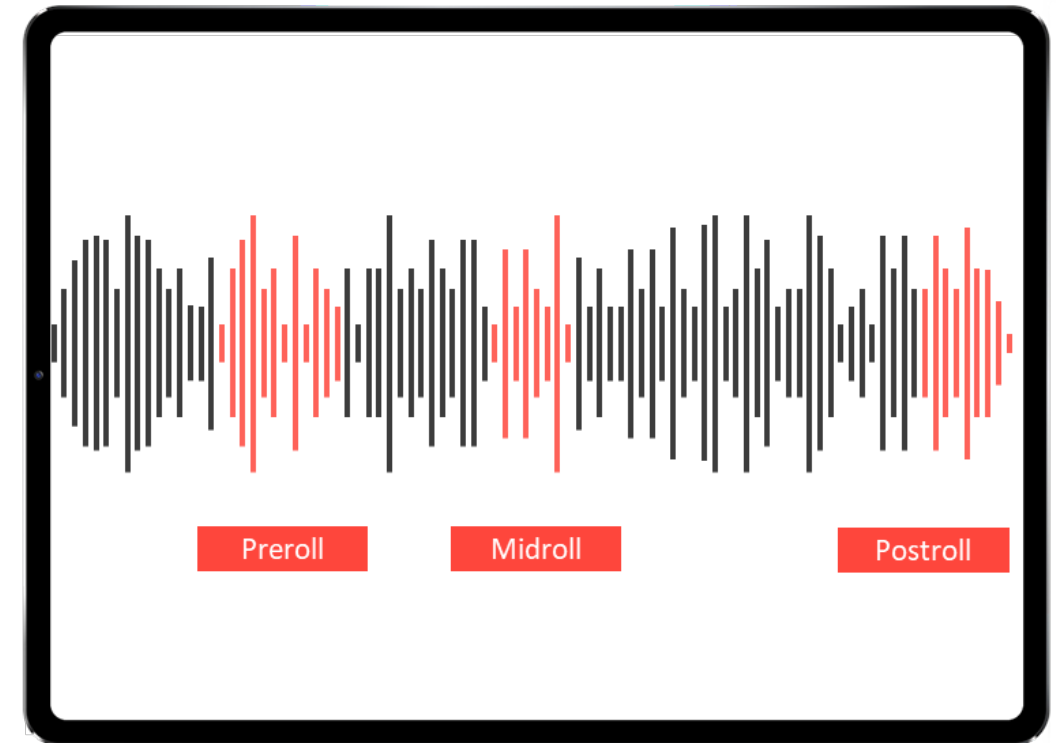
Pro Spot erhalten Sie drei native Textvorschläge zur Auswahl.

Die Dauer des nativen Spots umfasst maximal 30 Sekunden bei Preroll/Postroll, 60 Sekunden bei alleiniger Midroll-Buchung.

Nach Kampagnenende stellen wir Ihnen einen Ad-Server-Reporting über die Downloads\* pro Folge zur Verfügung.

## Mögliche Native Audio Ad Platzierungen

- Festplatzierung: PreRoll oder PreRoll + PostRoll
- Volumenbuchung (TKP-basierte Belegung): PreRoll, MidRoll oder PostRoll



# / Produktionskosten – wir sprechen für Sie

## Format

Native Audio Ad (PreRoll, MidRoll oder PostRoll)	1.000,- €* 
Jedes weitere Audio Ad	700,- €* 

\* Keine Rabatte und keine AE möglich.

Alle Preise zzgl. MwSt.



# / Gerne beraten wir persönlich!



**Christine Kühl**  
Head of Sales NPO & Publishing  
+49-40/32 80-297  
[Christine.Kuehl@zeit.de](mailto:Christine.Kuehl@zeit.de)



**Christian Eils**  
Senior Media Consultant  
+49-40/ 32 80-296  
[Christian.Eils@zeit.de](mailto:Christian.Eils@zeit.de)



**Jule Frick**  
Media Consultant  
+49-40/32 80-158  
[Jule.Frick@zeit.de](mailto:Jule.Frick@zeit.de)

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

[advise.zeit.de](https://advise.zeit.de)

**Druckunterlagen-Anlieferung**  
per Web-Upload unter [www.anzeigeneingang.de](http://www.anzeigeneingang.de)  
per E-Mail an [zeit@anzeigeneingang.de](mailto:zeit@anzeigeneingang.de)  
Es gelten die AGB der ZEIT Preisliste Nr. 69

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