

ZEIT WISSEN – bringt Sie auf gute Gedanken



2026

Wenn Inhalte bewegen, entfalten Botschaften ihre Wirkung

ZEIT WISSEN ist perfekt für Ihre Kommunikation

- **Erklärungsbedürftige Produkte** finden einen Rahmen, der Komplexität verständlich macht.
- **Lifestyle-Marken** glänzen auf hochwertigem Papier in klarem, elegantem Design.
- **Markenaufbau und Imagetransfer** profitieren von einem Umfeld, das Glaubwürdigkeit stärkt.

ZEIT WISSEN ist kein klassisches Wissenschaftsmagazin

Es übersetzt komplexe Forschungsergebnisse in echte Lebensimpulse und macht Zusammenhänge greifbar. Die Leser:innen erhalten Wissen, das nicht gegoogelt werden kann. Genau das schafft einen Mehrwert, der sich in Reichweite und Auflagenzahlen klar ablesen lässt.

Glaubwürdigkeit, die ankommt

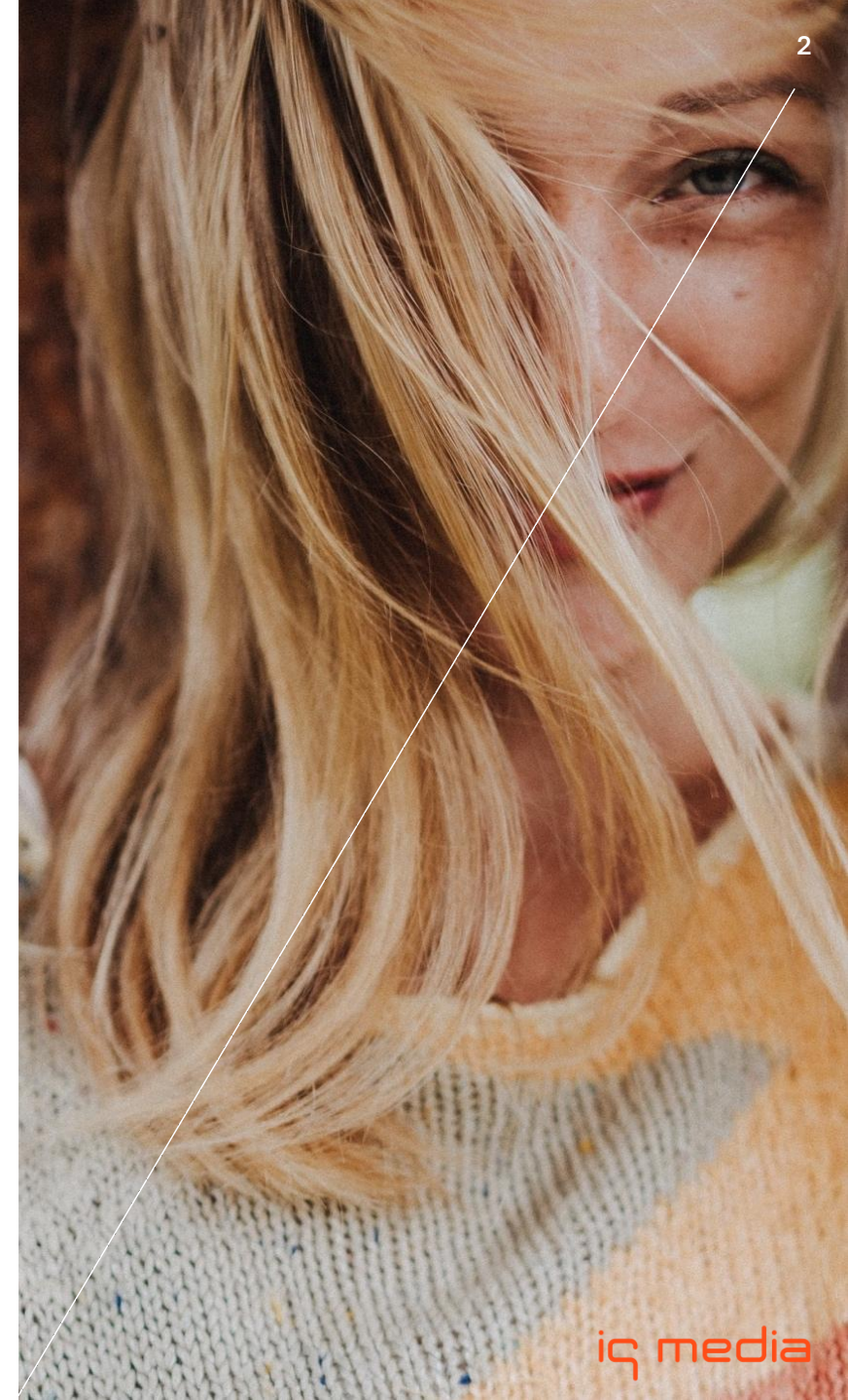
ZEIT WISSEN setzt auf fundierte Tiefe und optimistische Perspektiven statt auf schnelle Antworten. Ihre Botschaft wird in einem Kontext wahrgenommen, der intensiv beachtet wird – und das färbt ab.

Vertrauen, das sich überträgt

ZEIT WISSEN liefert Impulse, Inspiration und vor allem Orientierung – gerade in unsicheren Zeiten. Leser:innen, die ZEIT WISSEN vertrauen, sind offener für Ihre Kommunikation – so wird aus Aufmerksamkeit echtes Interesse.

Die Premium-Zielgruppe, die Sie suchen

Gebildet, gesundheitsaffin und investitionsbereit. Leser:innen, die bewusst konsumieren und Qualität schätzen – genau die Zielgruppe, die Ihre Produkte verdienen.



/ ZEIT WISSEN: Wo Wissen zu Orientierung wird

Produktart:

Magazin

Erscheinungsturnus:

6 x im Jahr

Preis 1/1 Anzeigenseite:

18.900 €

Verkaufte Auflage:

103.135 verkaufte Exemplare

51.643 Abo-Exemplare

(IVW IV/2025)

Reichweite:

725.000 Leser:innen (AWA 2025)

Zielgruppe:

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

Inspiration, die lange nachwirkt

ZEIT WISSEN weckt Neugier, öffnet Horizonte und regt zum Weiterdenken an – stets offen, frei und auf Augenhöhe.

Fundiert – und trotzdem leicht zugänglich

Das Magazin verbindet tiefgehende Recherche mit Lesefreude und bleibt dabei klar, unterhaltsam und verständlich.

Wissen, das staunen lässt

ZEIT WISSEN überrascht, eröffnet neue Blickwinkel und liefert Erkenntnisse, die man nicht einfach googeln kann.

Themen, die wirklich berühren

Im Mittelpunkt stehen Menschen und ihr Leben. ZEIT WISSEN zeigt, was uns bewegt, macht Lösungen sichtbar und lässt das Positive leuchten.

Komplexes wird lebendig

Auch schwierige Themen werden durch eine klare Sprache und starke Bilder anschaulich erzählt: verständlich, humorvoll und mit einer Prise Leichtigkeit.



/ Mehr als nur ein Magazin: der Kosmos, um Ihre Zielgruppe anzusprechen



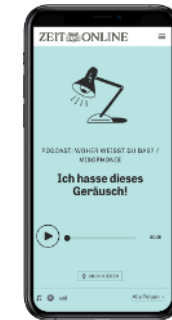
ZEIT WISSEN
Veranstaltungen



ZEIT WISSEN
Magazin



ZEIT WISSEN
Newsletter



ZEIT WISSEN
Podcast



zeit.de

DIE ZEIT & ZEIT WISSEN
Reichweitenstark kombinieren

2,6 Mio.

Leser:innen und nur
243.000 Überschneidungen
in der Leserschaft (AWA 2025)



Ressort WISSEN
in der ZEIT

/ ZEIT WISSEN verwandelt wissenschaftliche Erkenntnisse in Lebensimpulse

Wissenschaft ...

- Wissen, das gegoogelt werden kann
- komplexe und faktenorientierte Inhalte
- aktuelle Ergebnisse, die oft kompliziert zu erfassen sind



ZEIT WISSEN ...

- liefert Wissen jenseits von Google
- gewinnt Impulse fürs Leben aus Forschungsergebnissen
- erklärt komplexe Inhalte verständlich



/ ZEIT WISSEN erreicht Menschen, die mitten im Leben stehen

Die Leser:innen von ZEIT WISSEN sind **im besten Alter** (durchschnittlich 50 Jahre), **gut situiert und offen für neue Kaufentscheidungen**. Viele von ihnen befinden sich an einem Wendepunkt ihres Lebens: Die Kinder sind aus dem Haus, die Lust auf Veränderung und Selbstverwirklichung wächst. Sie möchten **sich etwas Gutes tun**, bewusst **genießen** und neue **Impulse aufnehmen** – eine Zielgruppe, die neugierig, reflektiert und bereit ist, aktiv zu handeln.



/ Mit ZEIT WISSEN erreichen Sie qualitätsbewusste Menschen, die gerne Neues ausprobieren und Ihren Angeboten echte Aufmerksamkeit schenken



INTENSIV-LESER:INNEN

725.000

Menschen lesen jede Ausgabe von ZEIT WISSEN.

GESELLSCHAFTLICH-WIRTSCHAFTLICHER STATUS

346.000

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

Ø Alter



Geschlecht



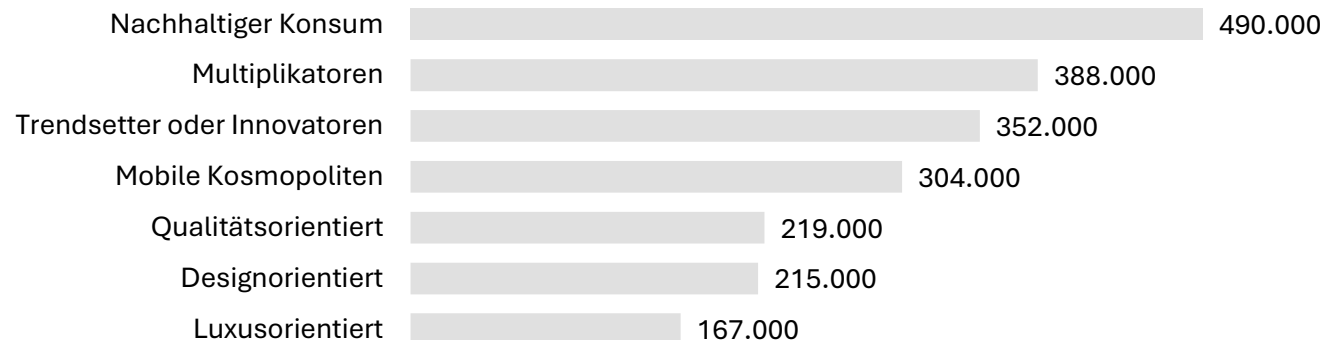
Ø HHNE



Abitur/Studium



Zielgruppen, Typologien



Die Leser:innen lieben ZEIT WISSEN, und das überträgt sich auch auf Ihre Produkte

HOHE BEACHTUNG DER INHALTE

82 %

der Leser:innen lesen über die Hälfte und mehr aller Artikel.

AUFGESCHLOSSENE LESERSCHAFT

90 %

der Leser:innen begeistert die Themenvielfalt von ZEIT WISSEN.

POSITIVES UMFELD

86 %

der Leser:innen bringt ZEIT WISSEN auf gute Gedanken.

ZUFRIEDENE LESER:INNEN

94 %

der Leser:innen gefällt ZEIT WISSEN (sehr) gut.

INSPIRATIONS-QUELLE

88 %

der Leser:innen empfehlen Produkte weiter, wenn sie ihnen gefallen.

INTENSIVE NUTZUNG

82 %

der Leser:innen beschäftigen sich eine Stunde und länger mit ZEIT WISSEN.



/ Qualitätsbewusst und schönen Dingen zugewandt

MULTIPLIKATOREN*

88 %

der Leser:innen empfehlen gern Produkte weiter, die ihnen gefallen.

QUALITÄTBSBEWUSST BEIM KAUF*

85 %

der Leser:innen sind bereit, für gute Qualität mehr zu bezahlen.

STILBEWUSST*

57 %

der Leser:innen ist es wichtig, gut gekleidet zu sein.

AUFGESCHLOSSEN

74 %

der Leser:innen halten nach neuen Ideen Ausschau, die sie inspirieren.

DESIGNLIEBHABER

75 %

der Leser:innen gefallen Produkte mit klassischen Linien und zeitlosem Design.

TRENDSETTER*

64 %

der ZEIT WISSEN- Leser:innen probieren gern Neues aus.

AUSGABEBEREITSCHAFT HAUS UND EINRICHTUNG*

60 %

haben eine hohe Kaufbereitschaft für Einrichtung, Haus und Wohnung.

ZEIT WISSEN-Leser investieren in Wertigkeit – **genau die Zielgruppe, die echte Qualität erkennt und schätzt.**

/ Vielseitig interessiert, gerade wenn es um Gesundheit geht

MEINUNGSFÜHRER:INNEN IM HEALTHCARE-BEREICH*

81 %

der Leser:innen sind an medizinischen Fragen interessiert.

WISSENSCHAFTS- BEGEISTERT*

84 %

der Leser:innen interessieren sich für Wissenschaft und Forschung.

HOHE AUSGABEBEREITSCHAFT*

54 %

der Leser:innen haben eine hohe Ausgabebereitschaft für Gesundheit und Wellness.

IMPFBEFÜRWORDER

75 %

der Leser:innen würden sich gegen bedrohliche Krankheiten impfen lassen.

VORSORGE- UNTERSUCHUNGEN

62 %

der Leser:innen nehmen regelmäßig Vorsorge- und Gesundheitsuntersuchungen in Anspruch.

INNOVATIONSBEGEISTERT*

57 %

der Leser:innen bezeichnen sich als Innovator:innen oder persönlichkeitsstarke Multiplikatoren.

IM FOKUS: GESUNDHEIT

82 %

der Leser:innen ist es wichtig, etwas für ihre Gesundheit zu tun.

ONKOLOGIE

54 %

der Leser:innen haben Interesse an Informationen (z.B. zu Symptomen, Prävention, Therapie) über unterschiedliche Krebsarten.

INFORMATIONSIINTERESSE*

73 %

der ZEIT WISSEN-Leser:innen interessieren sich (sehr) stark für Gesundheitsthemen in Zeitschriften.

ZEIT WISSEN-Leser sind kritisch, aber aufgeschlossen – genau die Zielgruppe, die Pharma erreichen muss.

/ Interessiert und offen für Neues

REISE- BEGEISTERT*

91 %

der Leser:innen interessieren sich für Urlaub und Reisen.

KULTURINTERESSIERT*

73 %

der Leser:innen interessieren sich für Städtereisen.

HOHE AUSGABEBEREITSCHAFT*

71 %

der Leser:innen haben eine hohe Kaufbereitschaft für Reisen.

VIELSEITIG INTERESSIERT

66 %

der Leser:innen möchten die Welt und neue Kulturen kennenlernen.

URLAUBS- ENTSCHEIDER:INNEN*

78 %

der Leser:innen sind die Entscheider:innen bei der Urlaubsplanung.

BUCHKÄUFER:INNEN

50 %

haben in den letzten zwölf Monaten mindestens fünf Bücher gekauft.

ZEIT WISSEN-Leser sind wissbegierig und reiselustig – **genau die Zielgruppe, die Inspiration sucht.**



/ Genuss hat einen hohen Stellenwert

GENIEßER:INNEN*

66 %

der Leser:innen empfinden Essen als eine wichtige Quelle von Genuss.

QUALITÄTSBEWUSST BEIM KAUF*

56 %

der Leser:innen achten bei Nahrungsmitteln vor allem auf die Qualität und nicht so sehr auf den Preis.

GESELLIG*

74 %

der Leser:innen interessieren sich für Gastlichkeit und Gästebewirtung zu Hause.

HOHE AUSGABEBEREITSCHAFT*

67 %

haben eine hohe Kaufbereitschaft für gute Ernährung.

LIEBEN REGIONALE PRODUKTE*

76 %

der Leser:innen bevorzugen beim Einkauf regionale Produkte aus der Heimat.

GENUSSMENSCH

80 %

der Leser:innen räumen Essen und Trinken eine große Rolle in ihrem Leben ein.

ZEIT WISSEN-Leser lieben Qualität statt Quantität – Ihre Zielgruppe für bewussten Genuss.



/ Ihnen liegt das Wohl anderer am Herzen

SPENDENBEREITSCHAFT

62 %

der ZEIT WISSEN-Leser:innen spenden regelmäßig.

GROSSZÜGIGE SPENDER:INNEN

48 %

der ZEIT WISSEN-Leser:innen spenden von 51–500 € und mehr jährlich.

LOKALE UNTERSTÜTZUNG

56 %

der Leser:innen unterstützen mit ihren Spenden Projekte/ Einrichtungen in Deutschland.

AM WANDEL INTERESSIERT

59 %

haben den Anspruch, sich aktiv für die Veränderung der Gesellschaft einzusetzen.

SOZIAL ENGAGIERT

79 %

der Leser:innen zeigen ein (sehr) hohes soziales Engagement.

ZEIT WISSEN-Leser sind solidarisch und großzügig – **genau die Zielgruppe, die sich aktiv einsetzt.**

/ Ihre Botschaft im Umfeld intelligenter Inhalte, die begeistern

Jede Ausgabe beginnt mit drei überraschenden Fragen, die direkt zum Nachdenken anregen.
87 % schätzen diese Rubrik.

Am Anfang drei Fragen

Diese Rubrik versprüht Zuversicht und Inspiration für ein gutes Leben.
78 % schätzen diese Rubrik.

Optimist

Zwei Generationen, ein Thema und ganz unterschiedliche Perspektiven.
82 % schätzen diese Rubrik.

Junges / Altes Wissen



Bis hierhin ... aber wie weiter?

Mehr als Nachhaltigkeit: ZEIT WISSEN hinterfragt Entwicklungen und eröffnet neue Perspektiven.
78 % schätzen diese Rubrik.

So erkennt man Qualität

Die Redaktion verneigt sich vor Qualität: Produkte, die es verdienen, gesehen zu werden.
74 % schätzen diese Rubrik.

Tipps für Bücher, Filme, Digitales

Wertvolle Empfehlungen aus der Welt der Bücher, Filme und digitalen Inhalte.
67 % schätzen diese Rubrik.

/ Drei Fragen am Anfang, die Perspektiven öffnen, ein Lächeln zaubern und neugierig machen



Themen, die das Leben schreibt – klar, modern und wertorientiert präsentiert von ZEIT WISSEN



So klingt Vertrauen – Stimmen aus der Leserschaft (Auszug)

// Mir gefällt sehr, dass ich kein Wissenschaftler sein muss, um die Artikel zu verstehen, sondern sie sind für interessierte Menschen geschrieben.

// An ZEIT WISSEN gefällt mir am besten, eine andere Perspektive des Lebens zu sehen.

// Dass man mit jeder Ausgabe vielfältige und interessante Themen auf eine sehr angenehme und erzählerische Weise vermittelt bekommt.

// Das **breite Spektrum** der behandelten Themen.

Quelle: Leserbefragung ZEIT WISSEN-Ausgabe 3, n = 1.019 Leser*innen, Frage: „Was gefällt Ihnen an ZEIT WISSEN besonders gut?“

/ Leser:innen mit Verantwortung – offen für nachhaltige Impulse

Wie können wir umweltbewusst und nachhaltig leben? ZEIT WISSEN beleuchtet diese zentrale Zukunftsfrage aus ökologischer, sozialer und ökonomischer Perspektive. Mit klaren Analysen und überraschenden Perspektiven eröffnet das Magazin neue Blickwinkel auf unsere Lebensgrundlagen.

So entsteht ein glaubwürdiges, relevantes Umfeld für ihre Nachhaltigkeitskampagnen.

NACHHALTIGER KONSUM

490.000

Leser:innen ist es wichtig, bei Konsumententscheidungen Nachhaltigkeitsaspekte zu berücksichtigen.

AKTIV IM UMWELTSCHUTZ

323.000

Leser:innen sind engagiert beim Schutz der Umwelt.

Quelle: AWA 2025, Gesamtbevölkerung ab 14 Jahren

Mehr als 2/3
interessieren
sich für
Nachhaltigkeit



/ ZEIT WISSEN widmet sich Themen, die Zukunft haben

Was sind die großen Innovationen unserer Zeit? Welche Entwicklungen und Produkte werden unser Leben bereichern? ZEIT WISSEN wirft stets einen zuversichtlichen Blick nach vorn und lädt seine Leser:innen zu spannenden Perspektivwechseln ein.

Mit diesen Themen erzeugt ZEIT WISSEN Faszination und bietet ein attraktives Umfeld für ihre Kampagnen rund um Innovation, Forschung und Technik.

INNOVATIONSBEGEISTERT

176.000

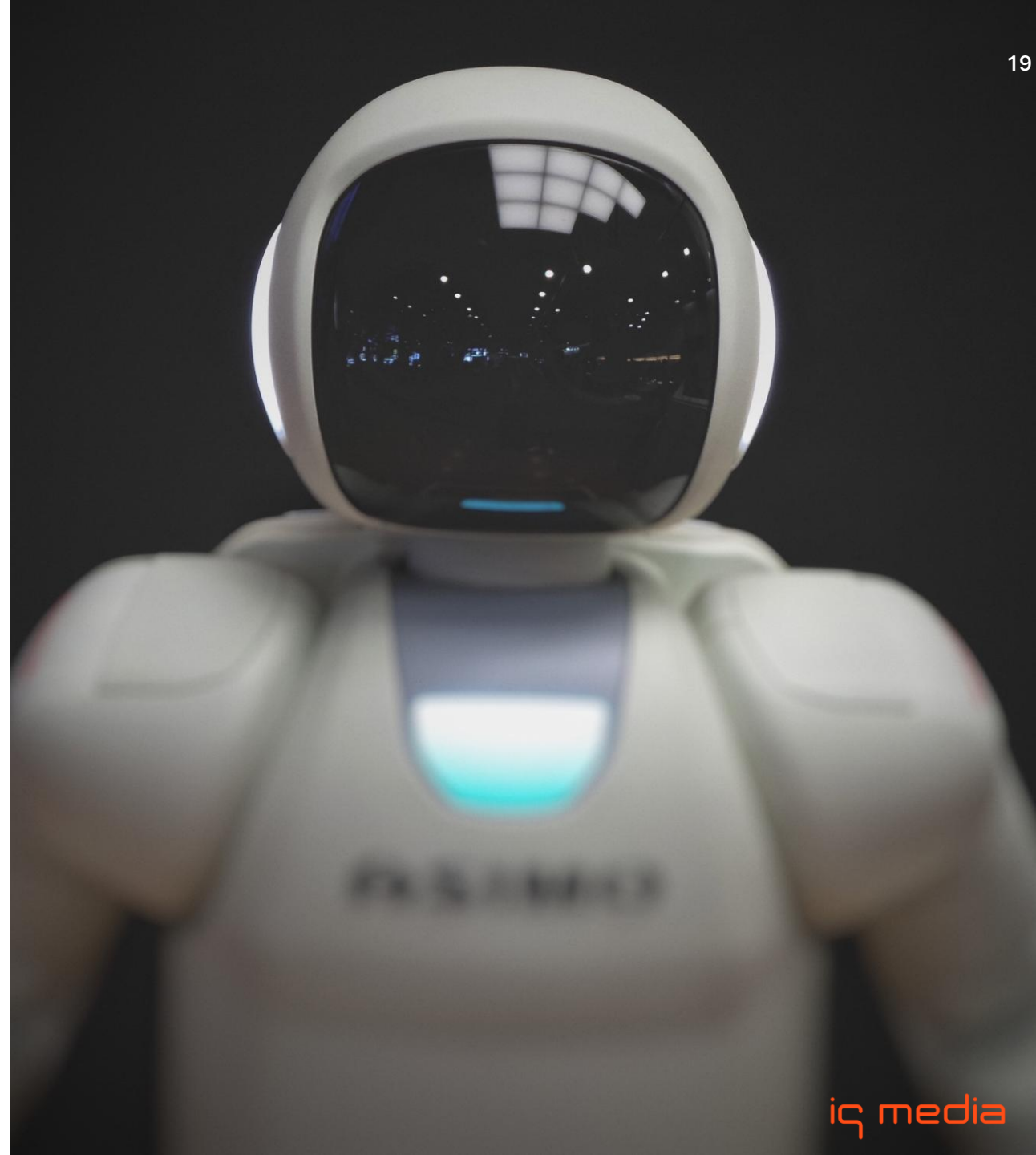
Leser:innen bezeichnen sich als Innovator:innen.

ZUKUNFTSORIENTIERT

609.000

Leser:innen sind an Wissenschaft und Forschung interessiert.

Quelle: AWA 2025, Gesamtbevölkerung ab 14 Jahren



/ Wenn Wissen zum Lebensbegleiter wird

Welchen Einfluss haben Innovationen auf unsere Gesellschaft, unseren Alltag, unsere Arbeitswelt und unser eigenes Leben? ZEIT WISSEN lädt die Leser:innen ein, die Verbindung zwischen Wissenschaft und Leben zu erkunden. Dabei werden sowohl grundlegende Zusammenhänge als auch Fragen behandelt, die unseren Alltag in den Bereichen Gesellschaft, Gesundheit und Ernährung prägen.

Mit diesem emotionalen Themenspektrum erzielt ZEIT WISSEN ein hohes Involvement bei den Leser:innen und bietet für ihre Kampagne ein glaubwürdiges und sehr persönliches Umfeld.

BOTSCHAFTEN WERDEN
VERBREITET

388.000

Leser:innen bezeichnen sich als
persönlichkeitsstarke
Multiplikator:innen.

Quelle: AWA 2025, Gesamtbevölkerung ab 14 Jahren

QUALITÄT IST WICHTIG

219.000

Leser:innen legen Wert auf
Qualität beim Konsum.



/ Termine und Themen 2026

Ausgabe	Schwerpunktthemen je Ausgabe		Erscheinungstermin	Anzeigenschluss	Druckunterlagenschluss
02/26	Reise		13.02.2026	20.01.2026	23.01.2026
03/26	Wohnen, Design	Gesundheit: Neues aus der Forschung	24.04.2026	16.03.2026	19.03.2026
04/26	Bauen	Neue Gründerzeit	19.06.2026	08.05.2026	13.05.2026
05/26	Mobilität	Finanzen	28.08.2026	27.07.2026	30.07.2026
06/26	Gesundheit: Neues aus der Forschung	Großzügigkeit	16.10.2026	14.09.2026	17.09.2026
01/27	Digitale Sicherheit	Longevity/Ernährung	11.12.2026	09.11.2026	12.11.2026

Änderung der Themen und Termine vorbehalten.

/ In bester Gesellschaft: Qualität überzeugt! (Auswahl)



Mercedes-Benz

LEXWARE

Fattoria La Vialla



Famiglia Lo Franco

scalable
CAPITAL



Biogen



SANOFI

Umckaloabo



janssen
PHARMACEUTICAL COMPANIES OF
Johnson & Johnson

Studiosus

LAMY

ligne roset
depuis 1860

linvosges

walbusch

Sinn

SPEZIALUHREN ZU FRANKFURT AM MAIN

Sparkasse



L'ORÉAL
PARIS

SMAVESTO
EINFACH ANLEGEN

BAUFRITZ
WIR BAUEN GESUNDHEIT

Brillux
..mehr als Farbe

holzius
VOLLHOLZHAUS

DR. HANS RIEGEL-STIFTUNG



PIPER

HUF HAUS

FINGER HAUS
ALLES RICHTIG GEMACHT.

RUBNER
haus

OKAL
Ausgezeichnete Häuser

BELTZ

SOS KINDERDORF

Aktion Deutschland Hilft
Bündnis deutscher Hilfsorganisationen

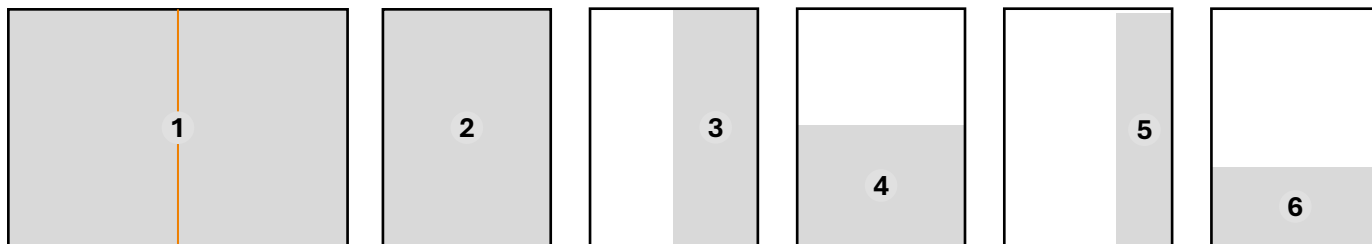
**Bundesministerium
für Gesundheit**

**PLAN
INTERNATIONAL**

**DEUTSCHE
Fernsehloterie**



/ Formate und Preise 2026



Format	Anschnitt (B x H)	Satzspiegel (B x H)	Grundpreis	Branchenpreis*
1 2/1 Seite	430 x 262 mm	410 x 237 mm	35.910,00 €	23.341,50 €
Erste 2/1 Seite vor Inhalt	430 x 262 mm	410 x 237 mm	45.360,00 €	--
Opening Spread	430 x 262 mm	410 x 237 mm	47.250,00 €	--
2 1/1 Seite	215 x 262 mm	188 x 237 mm	18.900,00 €	12.285,00 €
U2**/U3/U4	215 x 262 mm	188 x 237 mm	23.625,00 €	--
Erste rechte Seite	215 x 262 mm	188 x 237 mm	22.680,00 €	--
3 1/2 Seite hoch	99 x 262 mm	89 x 237 mm	12.285,00 €	7.985,25 €
4 1/2 Seite quer	215 x 131 mm	188 x 117 mm	12.285,00 €	7.985,25 €
5 1/3 Seite hoch	66 x 262 mm	56 x 237 mm	9.450,00 €	6.142,50 €
Erste 1/3 Seite im Heft	66 x 262 mm	56 x 237 mm	9.450,00 €	6.142,50 €
6 1/3 Seite quer	215 x 89 mm	188 x 74 mm	9.450,00 €	6.142,50 €

* Dieser Preis gilt für folgende Branchen: Buchverlage, Kinos, NPOs, Immobilien, Schule & Bildung und Gesundheit, ZEIT Talent Personal Image.

** Bei Buchung eines Opening Spreads wird aus der 2. Umschlagseite die erste linke Seite im Heft.

Beschnittzugabe bei Anschnittformaten an allen Seiten 5 mm.
Bitte beachten Sie, dass für Advertorials andere Preise und vorgezogene Anzeigenschlusstermine gelten.
Eine Übernahme des Abschlussrabatts aus der ZEIT für die Grundpreise ist möglich.

/ Ein besonderer Rahmen für besondere Produkte

Unser Advertorial „**wasschönes**“ bietet eine hochwertige **Bühne für Ihr Produkt** – sei es als Teil einer Promotionstrecke oder als eigenständige Präsentation.

Ihre Vorteile

- **Perfekte Inszenierung:** Wir setzen Ihr Produkt gekonnt in Szene.
- **Rundum-Service:** Sie liefern Text und Bild, wir kümmern uns um Gestaltung, Beratung und Umsetzung.
- **Flexibel und skalierbar:** Ob Einzelplatzierung oder als Serie – Sie entscheiden, was Sie für ihr Kommunikationsziel benötigen.



Anmutungsbeispiel

/ Bietet Raum, um Visionen zu teilen

Die ZEIT WISSEN-Redaktion widmet sich auf **12 Seiten im Oversize-Format einem ausgewählten Thema:**

- Vertiefung bahnbrechender Erkenntnisse, z. B. über Krankheiten, Technologien oder neue Therapieansätze.
- Fundiert recherchiert, redaktionell hochwertig und praxisnah für Leser:innen mit Anspruch.
- Für Ihr Kommunikationsziel ist dies ein glaubwürdiges Umfeld mit Strahlkraft.

Ihre Vorteile:

- **Thematisch exakt passend:** exklusives Umfeld für Ihre Botschaft.
- **Hohe Aufmerksamkeit:** Magazin-Overlap garantiert Sichtbarkeit.
- **Premium-Platzierungen:** U2 und U4 im Oversize-Spezial.
- **Flexibel und nachhaltig:** Weitere Fortdrucke für ihre Veranstaltungen sind möglich.

* Der Preis ist nicht weiter rabatt-, aber AE-fähig.



Anmutungsbeispiel

/ Glaubhaftes Umfeld, um Themen inhaltlich zu vertiefen

Verlängern Sie eine der zahlreichen **Sonderveröffentlichungen aus der ZEIT in ZEIT WISSEN**. Die umfassende Themenvielfalt erstreckt sich dabei von Pharma über Technologie bis hin zu Nachhaltigkeitsschwerpunkten und vielem mehr. Kombinieren Sie reichweitenstark, und sprechen Sie **2,6 Mio. Leser:innen** mit dieser starken Kombination gezielt an.

Ihre Vorteile

- **Maximale Reichweite:** Durch die Verlängerung in ZEIT WISSEN erreichen die Sonderveröffentlichungen als Informationsquelle und Ratgeber eine weitere an diesem Thema interessierte Zielgruppe.
- DIE ZEIT und ZEIT WISSEN bieten ein glaubwürdiges Umfeld, um den gesundheitsbewussten und interessierten Leser:innen **Orientierung zu bieten**.
- Und das Beste: Sie erhalten alles aus einer Hand – **wir übernehmen die Erstellung Sonderveröffentlichungen** für Sie.



Headline für den großen Artikel eine Zeile



Headline für den großen Artikel eine Zeile



Maßgeschneiderte Themen entwickeln wir gern für Sie!

Anzeige

Anmutungsbeispiel

/ Newsletter & Podcasts

Der digitale Newsletter des Magazins ZEIT WISSEN umfasst aktuelle Themen aus den Bereichen Wissenschaft, Gesundheit und Technik.

Erscheinungsweise

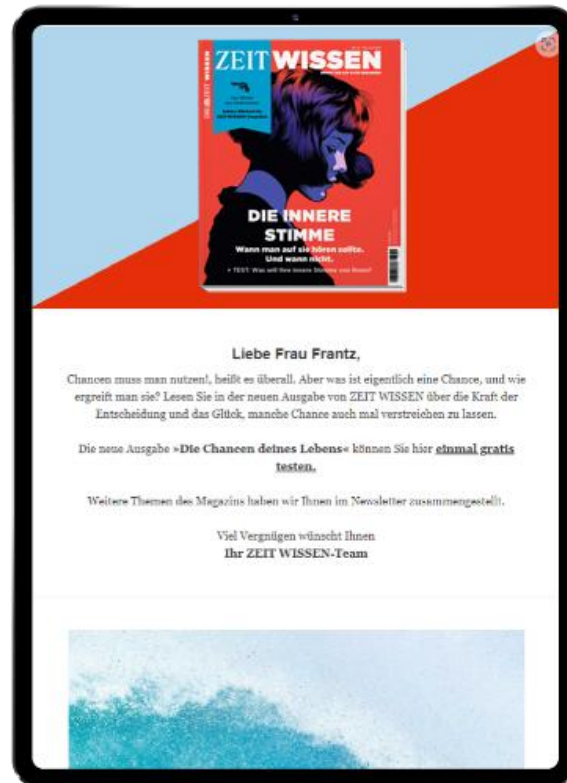
6 x im Jahr, dienstags vor Erscheinung der jeweiligen ZEIT WISSEN-Ausgabe

Abonnent:innen

49.000

Zielgruppe

interessierte und nachhaltigkeitsorientierte Leser:innen



ZEIT 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?« – der Podcast von ZEIT WISSEN bietet Reportagen und Gespräche über Wissenschaft, Alltag und Gesellschaft.

Erscheinungsweise

2-wöchentlich, sonntags

Netto-Downloads

Ø 75.000 pro Folge



/ Treten Sie in den direkten Austausch mit Ihrer Zielgruppe

Die ZEIT WISSEN-Veranstaltungen, z. B. die »ZEIT WISSEN-Zukunftswerkstatt« oder das »ZEIT WISSEN-Gespräch«, sind für Sie eine Plattform zur Kommunikation Ihrer aktuellen Highlights und Ihrer innovativen Entwicklungen – Sie selbst sind Akteur. Mit Ihrer Expertise und unserem redaktionellen Wissen generieren wir verschiedenste Themen aus der DNA von ZEIT WISSEN.

Neben der Veranstaltung ist Ihr Unternehmen zusätzlich in alle begleitenden crossmedialen Werbemittel (Print, Online und Social Media) eingebunden.



／ Für emotionale Aufladung und Erlebbarkeit Ihres Themas

ZEIT WISSEN richtet in exklusiver Partnerschaft mit Ihrem Unternehmen ein Event zu einem Thema am Puls der Zeit aus. Die ZEIT WISSEN-Redaktion vertieft das ausgewählte Thema in anregender Diskussion zwischen Vertreter:innen Ihres Hauses, externen Expert:innen sowie Gästen und bietet einen informativen Überblick zu neuesten Entwicklungen beispielsweise in Sachen Architektur, Design, Forschung und Technik, Ökologie oder Klimaschutz.

📌 Die **Konzeption und Organisation übernimmt der Zeitverlag**, mit gemeinsamer Themenfindung.* Die **Moderation** wird von der **ZEIT WISSEN-Redaktion** durchgeführt.

🌐 ZEIT WISSEN zu Gast bei Ihnen im Unternehmen oder in einer extern gewählten Location. Das Event wird **parallel gestreamt** und wird so auch in der Nachberichterstattung wirkungsvoll verbreitet.

📰 **Reichweitenstarkes Media-Volumen** durch relevante ZEIT-Newsletter, Banner- und Social-Media-Kampagne und Ankündigungsanzeige in ZEIT WISSEN sowie Nachberichts-Advertorial in ZEIT WISSEN.

* nach Rücksprache mit der Redaktion.

ZEIT WISSEN-
Zukunftswerkstatt
Präsenz-Event



/ Für maximale Reichweite innerhalb der Zielgruppe

Beim ZEIT WISSEN-Gespräch laden die ZEIT Verlagsgruppe und ihr Unternehmen als Kooperationspartner exklusiv zu einem inspirierenden Live-Talk ein.

ZEIT WISSEN-Chefredakteur Andreas Lebert diskutiert mit ihnen als Kooperationspartner und zwei bis drei weiteren Expert:innen aus den unterschiedlichsten Bereichen zu einem bestimmten Thema aus ihrem Interessensbereich in einem digitalen Panel.

Die **Konzeption und Organisation übernimmt der Zeitverlag**, mit gemeinsamer Themenfindung.* Die **Moderation** wird von der **ZEIT WISSEN-Redaktion** durchgeführt.

Einbindung Ihres Unternehmensvertreters auf dem Panel. Für einen interaktiven Austausch mit dem Publikum besteht die Möglichkeit, innerhalb des Streams Fragen zu stellen.

Reichweitenstarkes Media-Volumen durch relevante ZEIT-Newsletter, Banner- und Social-Media-Kampagne und Ankündigungsanzeige in ZEIT WISSEN zur Bewerbung der Veranstaltung sowie Nachberichts-Advertorial in ZEIT WISSEN.

* nach Rücksprache mit der Redaktion.



/ Gute Gründe, ZEIT WISSEN zu buchen



Glaubwürdigkeit

Ihre Werbung profitiert von der hohen Glaubwürdigkeit, die ZEIT WISSEN genießt.



Themenvielfalt

Sie haben die Wahl: vielfältige Umfeldler durch ein breites Themenspektrum.



Verbundenheit

Emotionale Verbundenheit zum Magazin bestätigt die Teilnahme von über 1.000 Leser:innen an der ZEIT WISSEN-Leserbefragung.



Aufmerksamkeitsstark

82 % der Leserschaft beschäftigen sich eine Stunde und länger mit ZEIT WISSEN.



Verlässlich

ZEIT WISSEN ist ein verlässlicher Partner, wenn es um die Leistungswerte Reichweite und Auflage geht.



Positiv

Der konstruktive Journalismus bringt die Leser:innen auf gute Gedanken.

WIR SIND FÜR SIE DA → SALES NATIONAL

**Oliver Adrian**

Sales Director National
Telefon +49 69 2424408
oliver.adrian@iqm.de

Oliver Mond

Senior Account Manager
Telefon +49 69 2424 4536
oliver.mond@iqm.de

Sandra Rasch

Senior Account Manager
Telefon +49 211 8871303
sandra.rasch@iqm.de

Eva-Maria Guckes

Sales Consultant
Telefon +49 69 24 24 4511
eva-maria.guckes@iqm.de

Andreas Wulff

Head of Account Management
Telefon +49 40 30183 156
andreas.wulff@iqm.de

Anne Sasse

Senior Account Manager
Telefon +49 89 545907 15
anne.sasse@iqm.de

Nicole Wiedemann

Senior Account Manager
Telefon +49 160 9909 3860
nicole.wiedemann@iqm.de

Yvonne Lau

Sales Consultant
Telefon +49 40 30183 157
yvonne.lau@iqm.de

Sandra Oerke

Senior Account Manager
Telefon +49 40 30183 194
sandra.oerke@iqm.de

Carsten Thum

Senior Account Manager
Telefon +49 69 2424 4126
carsten.thum@iqm.de

Daniel Weidenfeller

Senior Account Manager
Telefon +49 69242443
daniel.weidenfeller@iqm.de

Birgitt Mönnich

Sales Consultant
Telefon +49 40 30183 102
birgitt.moennich@iqm.de

Susanne Janzen

Senior Account Manager
Telefon +49 211 887 2344
susanne.janzen@iqm.de

Natalie Wesemann- Otte

Senior Account Manager
Telefon +49 211 887 1319
natalie.wesemann-otte@iqm.de

Ulrike Kriechhammer

Senior Account Manager
Telefon +49 211 887 1360
ulrike.kriechhammer@iqm.de

Barbara Fuß

Sales Consultant
Telefon +49 211 887 1355
barbara.fuss@iqm.de

IQMEDIA.DE