

ZEIT WISSEN

At a glance



- › **Copy price:**
€ 7,50
- › **Published:**
6 x per year
- › **rate 1/1 ad page 2022:**
15.950,- Euro
- › **Sold circulation:**
IVW III/2021: 92,020 copies
- › **coverage:**
780,000 readers (AWA 2021)
- › **Target group:**
innovation-interested,
sustainability-oriented and
opinion building readers between
20 and 59 years of age.

ZEIT WISSEN

... is the source of inspiration for smart people

... animates with narrative charm to change perspectives and opens up surprising insights

... dives into all disciplines of science and creates new correlations

... opens up access to complex topics

... achieves an increased coverage in the current AWA

... reaches more than 1 million readers with each issue, including a high number of multipliers with strong personalities (48%) who are extremely interested in innovations and new trends (50%)

... has won multiple awards

Quelle: AWA 2021 Gesamtbevölkerung ab 14 Jahren

ZEIT WISSEN

Readership data



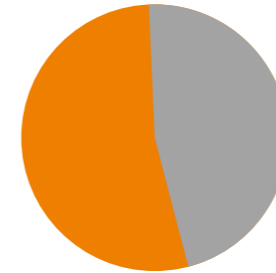
ZEIT Wissen readers
780,000 read every issue of
ZEIT WISSEN

Socio-economic status
399,000
ZEIT WISSEN readers belong
to level 1-2

Ø Age



Gender

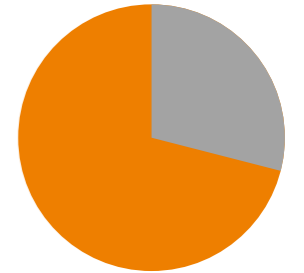


51 % men
49 % women

Ø HHNI

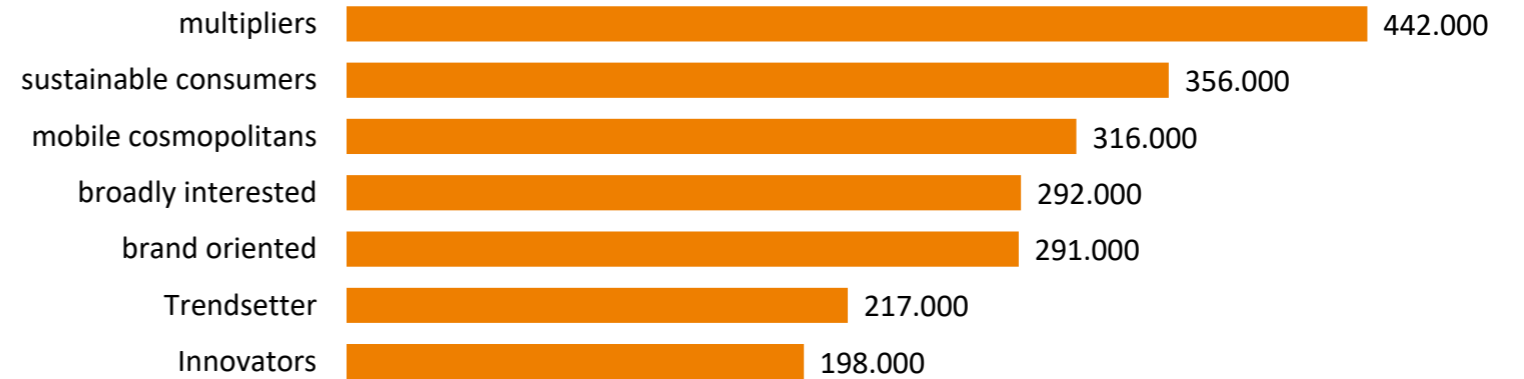


Education



71 %
A'levels/degree

TARGET GROUPS



Source: AWA 2021

ZEIT WISSEN

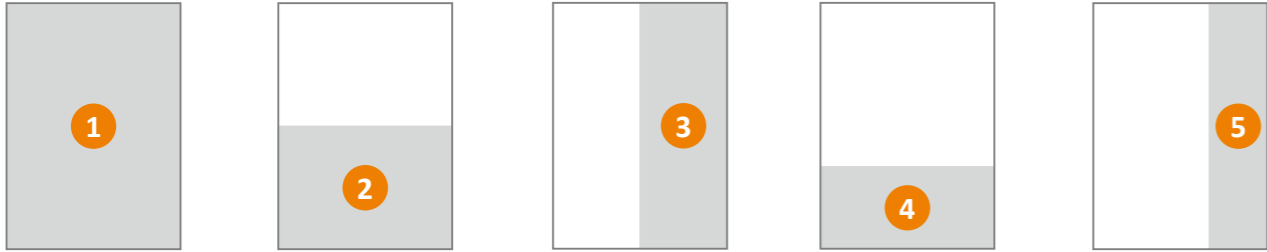
Dates and topics

| issue | Core topics | | Publication date | Closing date | Material deadline |
|--------|----------------------|-------------------|------------------|--------------|-------------------|
| 2/2022 | Research in pharmacy | Further education | 22.02.2022 | 24.01.2022 | 27.01.2022 |
| 3/2022 | Wellness & Health | Energy | 26.04.2022 | 24.03.2022 | 29.03.2022 |
| 4/2022 | Finance | Building | 21.06.2022 | 18.05.2022 | 23.05.2022 |
| 5/2022 | Digital living | Diversity | 30.08.2022 | 29.07.2022 | 03.08.2022 |
| 6/2022 | Travelling | Housing | 18.10.2022 | 16.09.2022 | 21.09.2022 |
| 1/2023 | E-Mobility | Global Health | 13.12.2022 | 14.11.2022 | 17.11.2022 |

Änderungen vorbehalten.

ZEIT WISSEN

Ad formats and rates



| Format | Bleed area (B x H) | Type area (B x H) | Basic rate 4c |
|--|--------------------|-------------------|---------------|
| 1 1/1 page | 215 x 262 mm | 188 x 237 mm | 15.950,- € |
| 1 1/1 page IFC/OBC 1. right-hand page | 215 x 262 | 188 x 237 | 19.940,- € |
| 2 1/2 page horizontal | 215 x 131 | 188 x 117 | 10.370,- € |
| 3 1/2 page vertical | 99 x 262 | 89 x 237 | 10.370,- € |
| 4 1/3 page horizontal | 215 x 89 | 188 x 74 | 8.240,- € |
| 5 1/3 page vertical | 66 x 262 | 56 x 237 | 8.240,- € |

* If an OPS will be booked the IFC will become the first left-hand page in the issue

- › Bleed format: 5 mm surplus on all sides
- › Rates are valid for b/w, 2/3/4c ads
- › Other rates and closing dates for advertorials.



AM ANFANG DREI FRAGEN

2. Wie entsteht Fröhlichkeit?

Sie ist flüchtig, kommt aber nicht nur in den schönen Momenten des Lebens. Auch in traurigen Zeiten schaut sie manchmal vorbei

Text: Annette Stöckl Foto: Anett Davis und David Reade

Die Frau Robert Rubin, 2007 präsi- dentin der Weltbank, ist eine glückliche Frau. Als junge Mutter war sie glücklich, als glückliche Ehefrau auch in schweren Zeiten. Ihre Heirat, die in America später wegen einer Heiratsschwindel-Verurteilung in die Öffentlichkeit kam, ist ein Beispiel für die Fähigkeit, die Glückseligkeit zu bewahren. Die Psychologin Martin Seligman hat die Fähigkeit, die Glückseligkeit zu bewahren, als Teil der positiven Psychologie definiert. Er hat sie als die Fähigkeit definiert, die Glückseligkeit zu bewahren, auch wenn die Umstände sich ändern. Diese Fähigkeit ist ein Schlüssel zu einem erfüllten Leben. Sie ist ein Schlüssel zu einem erfüllten Leben. Sie ist ein Schlüssel zu einem erfüllten Leben.

Die Wissenschaft der Glückseligkeit hat in den letzten Jahren einen enormen Aufschwung erlebt. In den 1990er Jahren wurde sie als eigenständige Disziplin etabliert. Heute ist sie ein zentraler Bestandteil der Psychologie. Die Forschung zeigt, dass Glückseligkeit nicht nur ein Gefühl ist, sondern eine Fähigkeit. Sie ist eine Fähigkeit, die man erlernen kann. Sie ist eine Fähigkeit, die man erlernen kann. Sie ist eine Fähigkeit, die man erlernen kann.

Die Wissenschaft der Glückseligkeit hat in den letzten Jahren einen enormen Aufschwung erlebt. In den 1990er Jahren wurde sie als eigenständige Disziplin etabliert. Heute ist sie ein zentraler Bestandteil der Psychologie. Die Forschung zeigt, dass Glückseligkeit nicht nur ein Gefühl ist, sondern eine Fähigkeit. Sie ist eine Fähigkeit, die man erlernen kann. Sie ist eine Fähigkeit, die man erlernen kann. Sie ist eine Fähigkeit, die man erlernen kann.

PLEASE CONTACT US



SALES INTERNATIONAL

Bettina Goedert
Senior Sales Consultant International
Telefon +49 211 887 1336
bettina.goedert@iqm.de

or

our local representative

Please refer to

<https://www.iqm.de/international/contact/>

iq media marketing gmbh | Ein Unternehmen der HANDELSBLATT MEDIA GROUP | Toulouser Allee 27 | 40211 Düsseldorf | www.iqm.de/kontakt/iq-media/

**#MEHR
#WERT
STIFTER**