

# ZEIT WISSEN Ratecard 2026





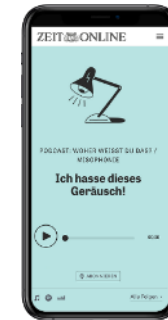
ZEIT WISSEN events



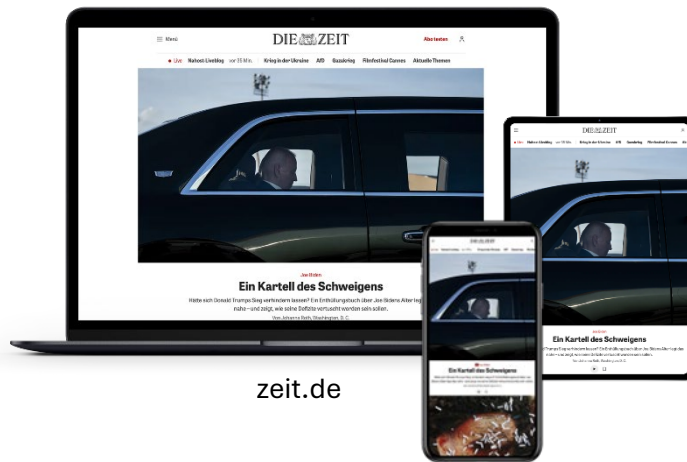
ZEIT WISSEN Magazine



ZEIT WISSEN Newsletter



ZEIT WISSEN Podcast



zeit.de

DIE ZEIT & ZEIT WISSEN  
A strong combination

# 2.6 m

Readers:

725,000 readers and only 243,000 overlaps in readership (AWA 2025)



DIE ZEIT section WISSEN

# Title profile



## coverage:

725,000 readers (AWA 2025)

## Circulation:

103,625 copies sold

52,191 subscription copies (IWW II/2025)

## Publication frequency:

Bi-monthly

## Target audience:

Open-minded and opinionated readers aged between 20 and 59.

**Against the trend**  
ZEIT WISSEN increases its paid circulation to 103,625 copies achieving a growth of 4.1%\*."

## Inspiration that lasts

ZEIT WISSEN sparks curiosity, broadens horizons, and encourages deeper thinking — always open, free, and on equal footing.

## Well-researched – yet easily accessible

Combines in-depth research with reading enjoyment, remaining clear, entertaining, and easy to understand.

## Knowledge that amazes

ZEIT WISSEN surprises, opens up new perspectives, and delivers insights you can't simply Google.

## Topics that truly resonate

At the heart are people and their lives. ZEIT WISSEN shows what moves us, makes solutions visible, and lets positivity shine.

## Making complexity come alive

Even challenging topics are vividly told through clear language and strong visuals — understandable, humorous, and with a touch of lightness.

\* Source. IWW

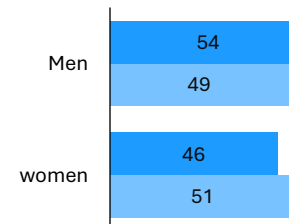
# Readership data

## Our readers are affluent and quality-conscious

Through its content and substance, ZEIT WISSEN precisely reaches an innovation-driven and sustainability-oriented readership aged 20 to 59. The magazine appeals equally to both female and male audiences — opinion leaders and changemakers with high levels of education and purchasing power, who are eager to discover new perspectives on themselves and the world, and to be positively inspired.



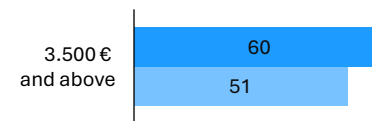
### Gender



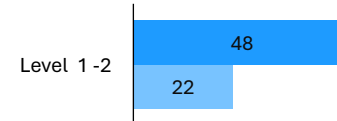
### Age



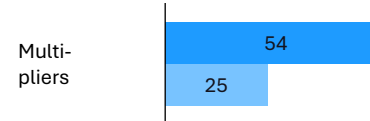
### Household net income



### Socio-economic Status



### Multipliers

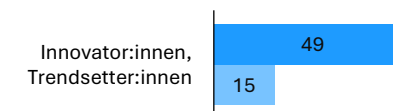


readers ZEIT Wissen in %

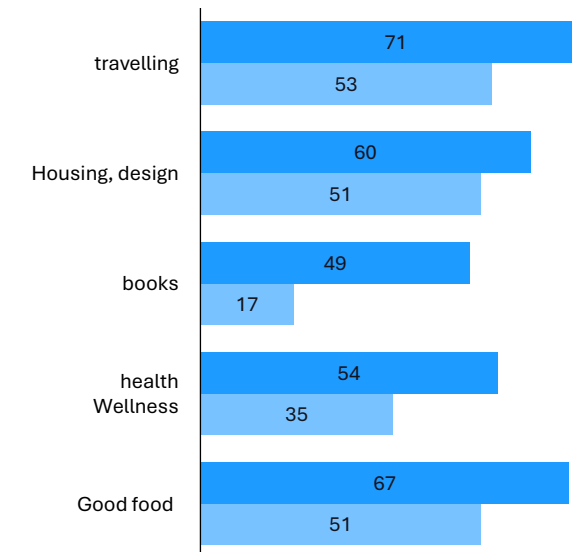
total populatin in %

Source. AWA 2025

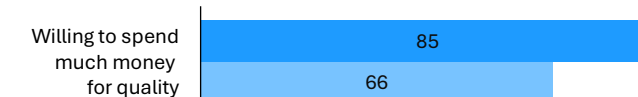
### Innovation oriented



### Wiling to spend much money on...



### Quality conscious



**EIN RIESIGER MUSKEL IST DIE SCHWACHSTELLE DES GELENKS**

Seit Monaten schmerzt mein rechter Knie. Jetzt immer es wie Anamnese, und nur mit großer Mühe gelingt mir, was Jonas Scharck von mir verlangt: Ich setze mit dem rechten Bein auf einem Hocker und bringe es nun so weit, dass der linke Fuß den Boden erreicht. «Aber nicht absetzen», ermahnt mich Scharck. Er guckt kritisch. «Die Beine kippen ja nach hinten», sagt er dann. Ich streme mich wieder hoch, strecke das Knie. Zehn Wiederholungen soll ich machen. Ich schaffe vier.

Jonas Scharck ist leitender Sportwissenschaftler am Institut für Sportwissenschaft der Universität Hamburg. Er ist ein großer Hoffnung. Aber jetzt ist keine Zeit zum Nachdenken, wir sind schon bei der nächsten Übung. Ich lege mich auf den Bauch, das rechte Bein ist wie bei einem French nach außen abgewinkelt, das Knie um 90 Grad gebeugt. Scharck drückt mit der Handfläche auf meinen unteren Rücken. So legt er alle Muskeln ab – bis auf die Gesäßmuskulatur. Deren Kraft will er geschwächt haben. «Jetzt das Bein parallel zur Decke anheben», fordert er mich auf. Mein Bein macht. Und dann passiert nichts. Wie ein glatt geföhnter French klicke ich auf dem schwarzen Übungsmatte.

Scharck spaziert mich in eine Maschine ein, die aussieht, als hätte jemand die Cortina eines Fitnessstudios auseinandergeschleift. Gegen einen Widerstand soll ich meine

Beine nacheinander strecken, dann beugen, absetzen und wieder zusammendrücken. Das isometrische Krafttraining spuckt anschließend in Prozentpunkten aus, was Scharck bereits vermutete: Der kleine und der mittlere Gefäßmuskel sind zu schwach. «Wenn Sie die stärken», sagt Scharck, «kann Ihre Kniechmerzen verschwinden.» Ich gucke dem Sportwissenschaftler fragend an. «Ich soll meinen Hintern trainieren, um das Knie zu heilen?»

Das Knie ist ein kompliziertes Ding, und es macht im Lauf eines Menschenlebens fast so viele Beschwerden wie der Rücken. Jeder sechste Erwachsene in Deutschland geht in Unfällen an, deren Probleme mit diesem Gelenk zu haben. Und hier wird es schon kompliziert. Genau genommen sind es nämlich zwei Gelenke: Das Kniehöhlengelenk verbindet Ober- und Unterschenkelknochen, und das Kniechortelgelenk Oberschenkel und Kniechorda.

Dieses Doppelgelenk wird durch Bänder gesichert: Zwei Kreuzbänder, die sich im Inneren des Gelenks überkreuzen, verhindern ein Ausweichen des Knies nach vorn und hinten, und sie verhindern ein zu starkes Vorbeugen. Den Verlauf der Kreuzbänder kann man veranschaulichen, indem man auf dem Knie den Mittelfinger über den Zeigefinger kreuzt – so spaziert das Kreuzband im Inneren des Knies auf.

Ein Gelenk, das funktionieren soll, braucht aber mehr als ein paar Bänder. Es braucht auch Sehnen, Schleimbeutel, Fett-

polster und eine Gelenkkapsel. Und natürlich Muskeln! Allein sechs sind dafür zuständig, dass das Knie bewegt werden kann. Die Muskulatur von Hüften, Rücken und Gesäß beeinflusst zusätzlich die Stabilität des Beins – deshalb soll ich meinen Po kräftigen.

Die Bestandteile sind alle miteinander verbunden und beeinflussen sich gegenseitig. Sie können sich verändern und abnutzen oder sogar reifen. Bei akuten Verletzungen ist die Ursache der Kniechmerzen eindeutig. Viel häufiger schleichen sie sich jedoch langsam ins Gelenk: Sie treten diffus

irgendwo hinter der Kniechorda auf, strecken an der Innenseite, nur bei tiefer Beugung oder nach langen Spaziergehen. Dann ist die Ursache – wie bei mir – unklar: Was steckt hinter den Schmerzen, und was kann man dagegen tun? «Gute Wäsche ist Voraussetzung der Profifußballer des HSV. Damit trägt der Orthopäde, der auch das Athletikum leitet, die Verantwortung für die prominentesten und gleichzeitig meistebeschwerten Knie Hamburgs. Er unterscheidet drei Typen bei Kniepatienten, neben den akuten Verletzten.

**ZEIT WISSEN makes complex topics understandable and engaging** — from science and technology to society and the environment, and to questions that directly affect our lives.

Thoroughly researched and told in surprising ways, the magazine consistently inspires fresh and thoughtful ideas.

ZEIT WISSEN appeals to people who approach life with curiosity and openness.

## Society – People, Health, Psychology

What impact do innovations have on our society, our everyday lives, our working environments, and our personal lives?

ZEIT WISSEN invites readers to explore the connection between science and life.

It addresses both fundamental relationships and questions that shape our daily lives in the areas of society, health, and nutrition.



82%\*  
of readers read more than half of all articles in each issue.



\* Reader survey

## Economy – Research, Technology, Innovations

What are the major innovations of our time? Which developments and products will enrich our lives?  
ZEIT WISSEN always takes an optimistic look ahead and invites its readers to explore exciting new perspectives.



## Environment – Earth, Climate, Resources

How can we live in an environmentally conscious and sustainable way?  
ZEIT WISSEN explores this key question for the future from ecological, social, and economic perspectives. With clear analyses and surprising viewpoints, the magazine opens up new perspectives on the foundations of our lives.

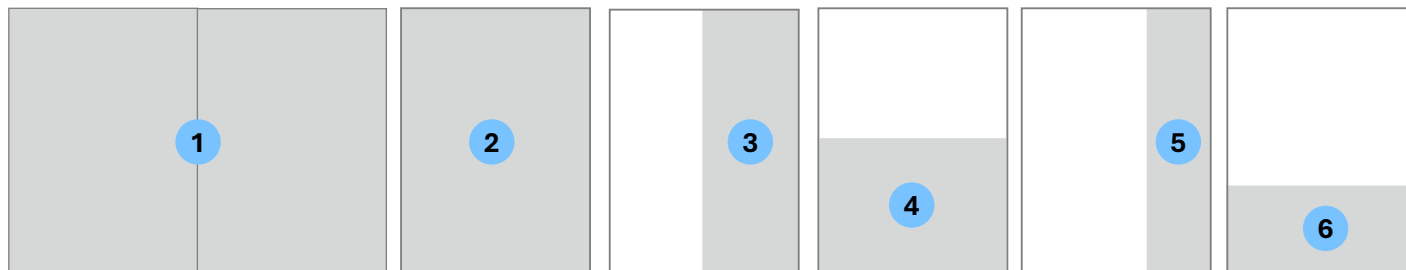




issue	topic	Publication date	Closing date	Material deadline
02/26	Travel	13.02.2026	12.01.2026	15.01.2026
03/26	Design	24.04.2026	16.03.2026	19.03.2026
04/26	Building	19.06.2026	08.05.2026	13.05.2026
05/26	Mobility	28.08.2026	27.07.2026	30.07.2026
06/26	Health	16.10.2026	14.09.2026	17.09.2026
01/27	Digital Safety	11.12.2026	09.11.2026	12.11.2026

Dates and topics subject to change.

# / Rates Image advertising



Format	Bleed (W x H)	Type area (W x H)	Gross rate
<b>1</b> 2/1 page	430 x 262 mm	410 x 237 mm	35.910,00 €
First 2/1 page before content page	430 x 262 mm	410 x 237 mm	45.360,00 €
Opening Spread	430 x 262 mm	410 x 237 mm	47.250,00 €
<b>2</b> 1/1 page	215 x 262 mm	188 x 237 mm	18.900,00 €
IFC**/IBC/OBC	215 x 262 mm	188 x 237 mm	23.625,00 €
First right-hand page	215 x 262 mm	188 x 237 mm	22.680,00 €
<b>3</b> 1/2 page vertical	99 x 262 mm	89 x 237 mm	12.285,00 €
<b>4</b> 1/2 page horizontal	215 x 131 mm	188 x 117 mm	12.285,00 €
<b>5</b> 1/3 page vertical	66 x 262 mm	56 x 237 mm	9.450,00 €
First 1/3 page	66 x 262 mm	56 x 237 mm	9.450,00 €
<b>6</b> 1/3 page horizontal	215 x 89 mm	188 x 74 mm	9.450,00 €

\*\* IFC beomes 1st left-hand page if an OPS is booked in the issue.

Bleed plus 5 mm on all edges

Plus VAT which may apply.

# CONTACT → SALES INTERNATIONAL



**Gerda Gavric- Hollender**  
Director Sales International Print  
Telefon +49 211 887 2343  
[gerda.gavric-hollender@iqm.de](mailto:gerda.gavric-hollender@iqm.de)

**Bettina Goedert**  
Senior Sales Manager International  
Telefon +49 211 887 1336  
[bettina.goedert@iqm.de](mailto:bettina.goedert@iqm.de)

**Darwin Santo**  
Director New Business International  
Telefon +49 211 887 2371  
[darwin.santo@iqm.de](mailto:darwin.santo@iqm.de)

**Hanna Underberg**  
Junior Sales Manager International  
Telefon +49 160 9770 8048  
[hanna.underberg@iqm.de](mailto:hanna.underberg@iqm.de)



Or our Worldwide network  
of international representatives  
refer to: [www.iqmedia.de/contact](http://www.iqmedia.de/contact)

**DELIVERING VALUE**

**IQMEDIA.DE/INTERNATIONAL-PAGE**