DIE ZEIT N° 27 22. Juni 2023 WIRTSCHAFT 25

ZEIT für Unternehmer

Nicht mehr gern gesehen bei Bankern: Investitionen in fossile Kraftstoffe

Kein Geld für Öl

Um Betriebe zu mehr Nachhaltigkeit zu zwingen, setzt die EU auf den Finanzsektor. Was gut gemeint dem Ölhändler Michael Menke Ärger: Sie kommen immer schwerer an Geld, selbst wenn sie grün w

ZEIT für UNTERNEHMER

Preisliste 2024

Gültig ab 1. Januar 2024, Nr. 2

iqmedia.de

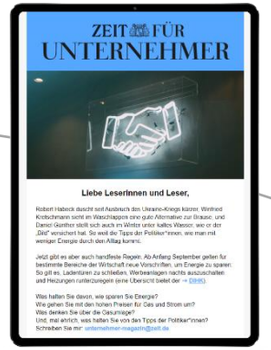
Inhaltsverzeichnis

› Marken-Kosmos
› Titelprofil
› Leserschaftsdaten
› Preise & Termine
› Advertorials
› Sonderinsertionen
› Speziale in DIE ZEIT
› Newsletter
› Events
› ZEIT Universum
› Allgemeine Verlagsangaben
› Technische Daten
› Ansprechpartner:innen

Marken-Kosmos

ZEIT für UNTERNEHMER-Spezial in DIE ZEIT

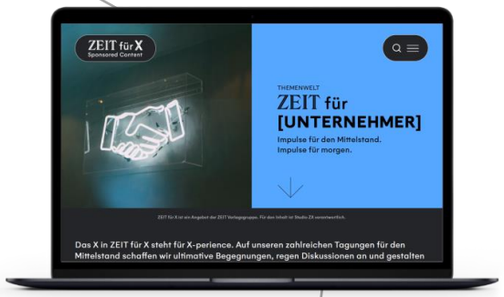
Magazin



Newsletter

Mittelstandsstudie

ZEIT FÜR UNTERNEHMER



Content Hub

Seminare

Social Media

Events

Podcast

Titelprofil

ZEIT für UNTERNEHMER ist das Magazin der ZEIT-Wirtschafts-redaktion. Es thematisiert die großen Fragen, die sowohl Unternehmer:innen, als auch Führungskräfte im Mittelstand bewegen. Es rückt dabei jene in den Mittelpunkt, die Deutschlands Wirtschaft gestalten. Es liefert Unternehmer:innen und Gründer:innen nützliches Wissen, skizziert relevante Entwicklungen in Technik, Wirtschaft und Politik, beschreibt aktuelle Fallbeispiele und berichtet über heiß diskutierte Fragen und Persönlichkeiten aus dem Mittelstand. Mit ZEIT für UNTERNEHMER können Leserinnen und Leser voneinander lernen und sich vernetzen.

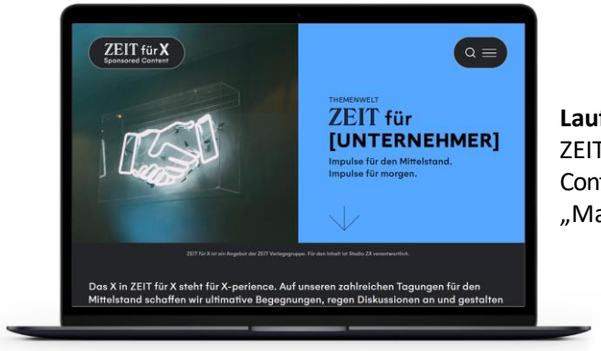
Sprechen Sie den Mittelstand über unterschiedliche Touchpoints gezielt an:

Mehrmals im Jahr
ZEIT für UNTERNEHMER-Events ermöglichen den direkten Kontakt mit der Zielgruppe.

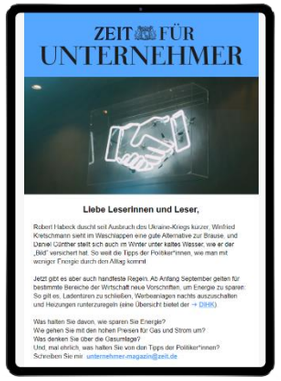
4 x im Jahr
ZEIT für UNTERNEHMER-Spezial im Wirtschafts-ressort der ZEIT erreicht 1,96 Mio. Leser:innen.

Ø-Lesedauer
90 Minuten*

4 x im Jahr
ZEIT für UNTERNEHMER-Magazin lesen 80.000 Empfänger:innen.



Laufend
ZEIT für UNTERNEHMER-Content Hub, die digitale „Markenheimat“



12 x im Jahr
ZEIT für UNTERNEHMER-Newsletter an 40.000 Unternehmer:innen

Quelle: * Leserbefragung 2023, 572 Befragte | 396 Leser:innen des ZEIT für Unternehmer-Magazin
.

Leserschaftsdaten

ZEIT für UNTERNEHMER rückt jene in den Mittelpunkt, die Deutschlands Wirtschaft gestalten.
ZEIT für Unternehmer erreicht durch seine Inhalte und seine Substanz sehr zielgenau alle Meinungsführer:innen und Entscheider:innen des Mittelstands im gesamten Bundesgebiet. Die Leser:innen verfügen über ein hohes Haushaltsnettoeinkommen und sind überwiegend Führungskräfte mit Budgetverantwortung in unterschiedlichen Unternehmensbereichen.

Geschlecht

■ 25 % Frauen ■ 75 % Männer

Ø Alter

Hohes Haushaltsnettoeinkommen

66 %
der ZEIT für UNTERNEHMER-Leser:innen verfügen über ein monatliches Haushalts-nettoeinkommen ab 5.000 €.

Führungsebene

83 %
der ZEIT für UNTERNEHMER-Leser:innen arbeiten in der obersten oder mittleren Führungsebene des Unternehmens.

Budgetverantwortung

69 %
der ZEIT für UNTERNEHMER-Leser:innen haben Budgetverantwortung in unterschiedlichen Unternehmens-bereichen.

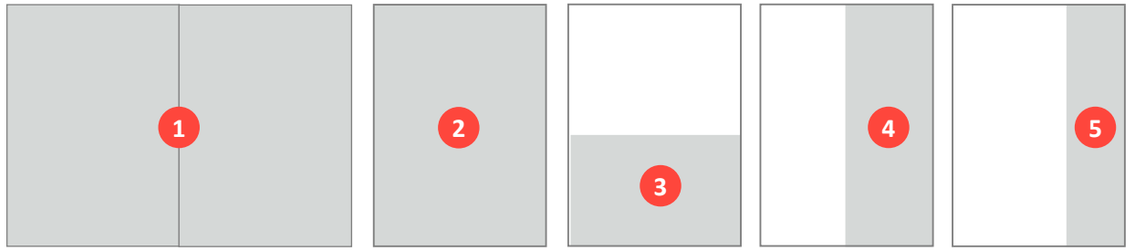
Multiplikatoren

76 %
der ZEIT für UNTERNEHMER-Leser:innen informieren ihr Umfeld häufig über neueste Entwicklungen.

Quelle: Leserbefragung 2023, 572 Befragte | 396 Leser:innen des ZEIT für UNTERNEHMER-Magazin
.

Preise und Termine

FORMATE & PREISE



	Format	Satzspiegel (B x H)	Anschnitt (B x H)	Preise
1	Doppelseite	403 x 237 mm	430 x 262 mm	35.200,– €
	Opening Spread	--	430 x 262 mm	45.700,– €
2	1/1 Seite	188 x 237 mm	215 x 262 mm	18.500,– €
	1/1 Seite: U2, U3, U4	--	215 x 262 mm	23.100,– €
3	1/2 Seite quer	188 x 117 mm	215 x 131 mm	12.000,– €
4	1/2 Seite hoch	89 x 237 mm	99 x 262 mm	12.000,– €
5	1/3 Seite hoch	56 x 237 mm	66 x 262 mm	9.600,– €

Beschnittzugabe bei Anschnittformaten an allen Seiten 5 mm.

TERMINE

Ausgabe	Schwerpunktthema	Erscheinungstermin	Anzeigenschluss
01/2024	Digitalisierung	21.03.2024	13.02.2024
02/2024	Nachhaltigkeit	20.06.2024	13.05.2024
03/2024	Finanzierung	30.09.2024	22.08.2024
04/2024	Industrie 4.0	21.11.2024	11.10.2024

Themen und Termine vorbehaltlich Änderungen.

Alle Preise zzgl. MwSt.

Advertorials

Nutzen Sie attraktive und redaktionell anmutende Formate im Qualitätsumfeld des Mittelstandsmagazins ZEIT für UNTERNEHMER.

Aufmerksamkeitsstark und professionell erfolgt die Umsetzung des jeweiligen Advertorials durch den ZEIT Verlag.

Sie liefern Input in Form von Text und Bild, die Content-Redaktion gestaltet das Advertorial dann in enger Abstimmung mit Ihnen.

VORDENKER

Ihr Vorteilspreis
1/1 Seite 15.305 €
(statt 18.500 € Schaltkosten + 1.560 € Erstellung)

Advertorial-Schlusstermin
3 Wochen vor DU-Schluss der jeweiligen Ausgabe

UNTERNEHMEN IM PROFIL

Ihr Vorteilspreis
1/1 Seite 15.305 €
(statt 18.500 € Schaltkosten + 1.560 € Erstellung)

1/2 Seite 10.560 €
(statt 12.000 € Schaltkosten + 900 € Erstellung)

Advertorial-Schlusstermin
3 Wochen vor DU-Schluss der jeweiligen Ausgabe

EXPERTEN / ZUM SCHWERPUNKTTHEMA

Ihr Vorteilspreis
1/1 Seite 15.305 €
(statt 18.500 € Schaltkosten + 1.560 € Erstellung)

1/2 Seite 10.560 €
(statt 12.000 € Schaltkosten + 900 € Erstellung)

Advertorial-Schlusstermin
3 Wochen vor DU-Schluss der jeweiligen Ausgabe

Alle Preise zzgl. MwSt.

Sonderinsertionen Beilagen

Nutzen Sie attraktive und individuell gestaltbare Sonderinsertionsformen wie Beilagen oder Beihefter. Sie erzielen eine große Werbewirkung und hohe Aufmerksamkeit. Um Ihre Werbebotschaft besonders in Szene zu setzen, können Sie damit Ihrer Kreativität freien Lauf lassen.

BEILAGEN
Sie können Beilagen, also lose beigefügte Drucksachen, platzieren.

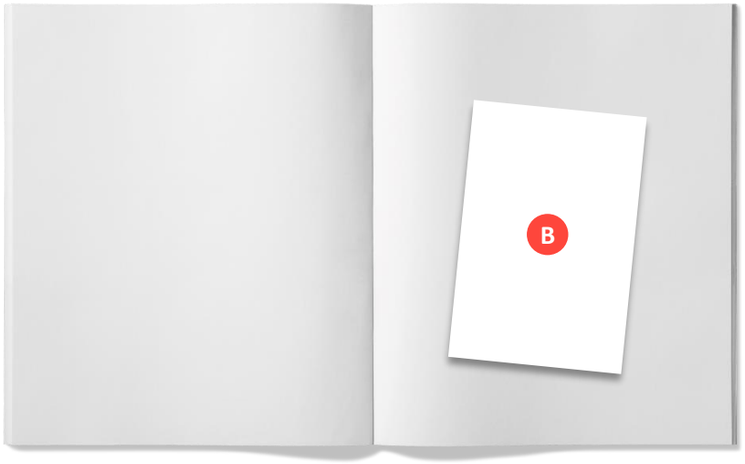
Preise pro 1.000 Expl.	Gesamtauflage	Teilauflage
bis 20 g	194,– €	214,– €
bis 30 g	211,– €	231,– €
bis 40 g	228,– €	248,– €

Höhere Gewichte auf Anfrage.

Belegungsmöglichkeiten
Gesamtauflage (Printanteil 40.000 Ex.)
Teilauflage nach Postleitzahlen, Mindestmenge 20.000 Exemplare

Formate
Mindestformat: 100 x 120 mm (B x H) ; Höchstformat: 205 x 252 mm (B x H)

Papiergewicht
bei 2 Seiten min. 100 g/qm ; bei 4 Seiten min. 80 g/qm



Technische Hinweise
Prinzipiell müssen Beilagen für eine maschinelle Verarbeitung geeignet sein. Allseitig offene Beilagen, z. B. Leporellos, können nicht verarbeitet werden. Mehrseitige Beilagen müssen durch Heftung, Falzung oder Klebung zusammengefasst sein. Sie werden mit der geschlossenen Seite parallel zum Rücken der Zeitschrift eingelegt. Postkarten sollten im Inneren der Beilage angebracht sein. Außenliegende Postkarten müssen an der geschlossenen Beilagenseite auf der gesamten Höhe fest angeklebt sein.
Der Abstand der Klebelinie darf maximal 10 mm vom Rand der Postkarte entfernt sein. Die Klebung muss auf der dem Bund der Beilage zugewandten Seite liegen. Beilagen mit Stanzungen, abweichender Geometrie oder Folienumhüllungen liegen außerhalb dieser Standards und müssen vorab geprüft werden.

Alle Preise zzgl. MwSt.

Sonderinsertionen Beihefter

BEIHEFTER
Platziert im Heft und fest mit der Zeitschrift verbunden, erzeugen Beihefter besondere Aufmerksamkeit. Sie können verarbeitungsfertig angeliefert oder auf Anfrage von uns hergestellt werden.

Preise pro 1.000 Expl.	Gesamtauflage	Papiergewicht
4-seitig	262,– €	mind. 100 g/m²
8-seitig	279,– €	mind. 70 g/m²

Andere Beihefter-Varianten auf Anfrage.

Belegungsmöglichkeiten
Gesamtauflage

Formate
Format (BxH): 215 mm x 262 mm
Beschnittzugabe: 15 mm Kopfbeschnitt, 8 mm Nachfalz,
3 mm bedruckte Beschnittzugabe

Technische Hinweise
Beihefter, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als Werbung erkennbar sind, müssen mit dem Wort «Anzeige» in 9 Punkt halbfett gekennzeichnet werden. Beihefter haben seitliche Beschnitschwankungen, die vom Heftumfang abhängig sind. Daher empfiehlt es sich, wichtige Motivteile ca. 5 mm vom seitlichen Beschnitt entfernt zu platzieren. Die Anlieferung muss im unbeschnittenen Heftformat erfolgen (3-seitiger Beschnitt + Bundfräsrand). Weitere Beihefterformen außerhalb des Standards, wie Beihefter mit aufgeklebten Elementen, Poster, Anklebungen, Zupfbogen usw., sind auf Anfrage möglich und müssen vor der Auftragserteilung auf die Verarbeitungsfähigkeit geprüft werden.

Alle Preise zzgl. MwSt.

Sonderinsertionen Allgemeine Hinweise

Allgemein
Inhalt und Gestaltung der Beilagen müssen vor Drucklegung mit dem Verlag abgestimmt werden. Berechnungsgrundlage ist jeweils die aktuelle Druckauflage. Beilagen die von mehreren Werbetreibenden gemeinsam genutzt werden, sind nach besonderer Vereinbarung möglich, Zuschläge auf Anfrage. Bei eventuell auftretenden Verarbeitungsschwierigkeiten hat die Fertigstellung der Auflage Vorrang. Die tatsächlich benötigte Anzahl von Beilagen muss vor Druckbeginn abgestimmt werden. Durchschnittliche Planungsmenge (Printanteil): 40.000 Stück + 2% Zuschuss.

Auftrags- und Rücktrittstermin
6 Wochen vor Erstverkaufstag.

Muster
Der Verlag benötigt spätestens vier Wochen vor Erscheinen des Heftes drei verbindliche Muster. Aufwändig gearbeitete Beilagen müssen von vor der Auftragserteilung auf die Verarbeitungsfähigkeit geprüft werden. Zuschuss Standardbeilagen: 2 %

Zuschuss
Standardbeilagen: 2 %, Standardbeihefter/-beikleber: 3 %

Anlieferung
Beilagen und Beihefter müssen einwandfrei verpackt werden, maschinell verarbeitungsfähig sein und in Lagen von 10 – 12 cm Griffhöhe in einer Richtung angeliefert werden. Sie sind entsprechend der Angaben auf der Auftragsbestätigung frei anzuliefern.

ZEIT für UNTERNEHMER-Spezial in der ZEIT

Die ZEIT-Wirtschaftsredaktion verlängert in diesen vier redaktionellen ZEIT für UNTERNEHMER-Spezialen in der ZEIT das jeweilige Schwerpunktthema aus dem ZEIT für UNTERNEHMER-Magazin.

TERMINE

Ausgabe	Schwerpunktthema	Erscheinungstermin	Anzeigenschluss
01/2024	Digitalisierung	21.03.2024	23.02.2024
02/2024	Nachhaltigkeit	20.06.2024	24.05.2024
03/2024	Finanzierung	02.10.2024	06.09.2024
04/2024	Industrie 4.0	21.11.2024	25.10.2024

Themen und Termine vorbehaltlich Änderungen.

PREISE

Format	Satzspiegel (B x H)	Preis (4c)
1/2 Seite quer	371 x 264 mm	62.937,60 €
1/4 Seite Eckfeld	220,5 x 220 mm	42.979,20 €

DIE ZEIT N° 27 22. Juni 2023 WIRTSCHAFT 25

ZEIT für Unternehmer

Nicht mehr gern gesehen bei Bankern: Investitionen in fossile Kraftstoffe

Kein Geld für Öl

Um Betriebe zu mehr Nachhaltigkeit zu zwingen, setzt die EU auf den Finanzsektor. Was gut gemeint ist, bereitet Mittelständlern wie dem Ölhändler Michael Menke Ärger: Sie kommen immer schwerer an Geld, selbst wenn sie grün werden wollen VON JAN SCHULTE

In fünf Aktenordnern hat Michael Menke all den Ärger der vergangenen anderthalb Jahre abgeheftet. Der Familienunternehmer aus Rheinland-Pfalz ist genervt, wenn er über sein geplantes neues Verwaltungsgebäude spricht. Gleich zweimal drohte die Finanzierung zu scheitern: einmal, weil eine Bank überraschend absprang, und einmal, weil die Regierung im weit entfernten Berlin beschloss, die Förderung für energieeffizienteNeubauten einzustellen. Menke sagt: »Ich habe überhaupt kein Verständnis dafür, wie man mit mir umgegangen ist.«

Der 57-Jährige handelt mit Öl, zuletzt erwirtschaftete seine Firma, die Erich Menke GmbH, mit Heizöl, Kraftstoffen und Schmierstoffen rund 4,5

grün werden. Es gibt eine Richtlinie zur Nachhaltigkeitsberichterstattung und eine Taxonomie. Sie gibt vor, welche wirtschaftlichen Tätigkeiten als nachhaltig anzusehen sind – der Handel mit Öl gehört nicht dazu. Und es gibt die Offenlegungsverordnung, die Klarheit darüber schaffen soll, wie nachhaltige einzelne Finanzprodukte sind.

Ein Verbot, Geld in fossile Unternehmen zu stecken, gibt es zwar nicht. Aber die EU-Gesetze zielen darauf ab, sichtbar zu machen, was nachhaltig ist und was nicht – und was finanziert wird. Und wohl keine Bank will als das Institut wahrgenommen werden, das die schmutzigen Firmen fördert.

Als die EU-Kommission auf die Finanzbranche setzte, habe zuerst »viel Euphorie« bei den Finanzunternehmen geherrscht, sagt Chris-

Menke hat für die Sparkasse auf vier Seiten dargelegt, wie seine Perspektive sein könnte. Für die nächsten zehn Jahre sieht er keine Probleme auf sein Geschäft zukommen. Sein Öl werde gebraucht, für gut 6500 Kunden in der Region. Der Kreis Bad Dürkheim hat ihn fest eingeplant als Treibstofflieferant.

Aber auf die Zeit danach will Menke sich vorbereiten. »Ich benötige dieses neue Bürogebäude einfach«, sagt er. Zumal es im alten nicht einmal einen Konferenzraum gibt. Wenn alle etwa 30 Mitarbeiter zusammenkommen, trifft man sich in Menkes Büro, einer umgebauten Haw-Garage.

All das überzeuge die Sparkasse Donnersberg. Offiziell will sie sich nicht zu dem Fall äußern. Nur so viel: Man wolle Kunden »auf dem Weg zu einer Reduzierung des CO_2-Ausstoßes weiterhin kompe-

dort engagieren, wo die ökologische Transformation erst noch gelingen muss«. Selbst die LBBW sagt, es sei ihr Ziel, die Transformation »in Richtung Klimaneutralität aktiv zu gestalten«. Nur offenbar nicht im Falle eines mittelständischen Ölhändlers.

Natürlich lässt sich argumentieren, dass die LBBW richtig gehandelt hat und die Sparkasse nicht. Ob Menke die Transformation gelingen kann, weiß er ja selbst nicht genau. Das Risiko, ihm langfristige Kredite zu geben, nimmt zu. Außerdem ist es politisch gewollt, aus dem Öl auszusteigen.

Timo Busch, Professor für BWL an der Uni Hamburg, hält es aber für richtig, Menke Geld zu leihen: »Für einen mittelständischen Ölhändler wird die Umstellung natürlich schwierig, sagt er, »wenn der aber genau darlegen kann, wie er sich wandeln

einen Wechsel nachzudenken. Weil es riskant sein könnte, wenn sie alle in einem Unternehmen mit einem bald veralteten Geschäftsmodell arbeiten. Doch der Sohn habe nicht gewollt, das macht Menke ein bisschen stolz. Weil es zeigt, wie sehr die Familie an den Wandel glaubt.

Das Magazin

Wie gelingt der Aufbau einer Kreislaufwirtschaft? Warum gibt es so wenige Erfinderinnen? Um diese und weitere Themen

Alle Preise zzgl. MwSt.

Newsletter

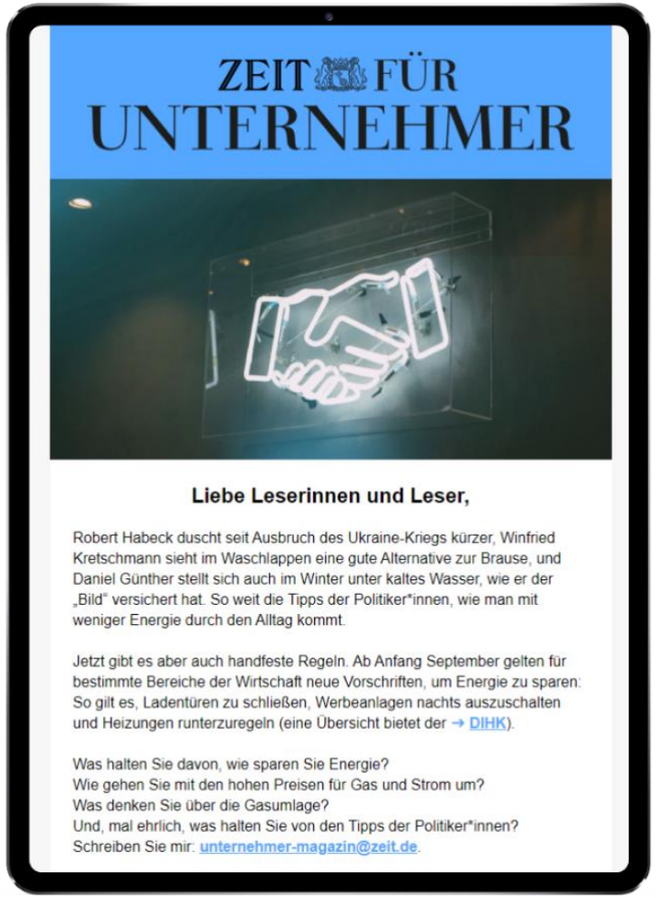
Regelmäßiger Kontakt zur Community
Der ZEIT für UNTERNEHMER-Newsletter wird monatlich an die Community versendet. Autor und Absender ist ZEIT für UNTERNEHMER-Chefredakteur Jens Tönnesmann, der über den Newsletter den Kontakt und den aktiven Austausch mit den Leserinnen und Lesern pflegt.

Versand und Erscheinungsweise:
1x im Monat an 40.000 Empfänger:innen

Werbemöglichkeiten:
Vier Anzeigen pro Ausgabe möglich.

Preis:
Streifenanzeige: 4.000 € je Anzeige
Bild-/Textanzeige: 7.500 € je Anzeige

Sponsoren-Newsletter:
Exklusivbelegung zu einem Schwerpunktthema auf Anfrage.



Die Preise sind AE- aber nicht rabattfähig. Alle Preise zzgl. MwSt.

Events

ZEIT für UNTERNEHMER – Konferenzen
Unser Erfolgsrezept besteht aus 20 Jahren Erfahrung im Konferenz- und Tagungsgeschäft gepaart mit dem Qualitätsversprechen der ZEIT Verlagsmedien.
^Die Teilnehmenden unserer Konferenzen schätzen die wertvollen Inhalte und den vielseitigen Austausch innerhalb des Netzwerkes mit über 200.000 Unternehmer:innen.

TERMINE – Konferenzen

06.06.2024	ZEIT für UNTERNEHMERINNEN, Oestrich-Winkel
05.09.2024	ZEIT für UNTERNEHMER-Konferenz, Hamburg
06.11.2024	Deutsches Wirtschaftsforum, Frankfurt

ZEIT für UNTERNEHMER – Das Gespräch
Wir konzipieren individuelle Gesprächsformate mit festem Blick auf die jeweiligen Bedürfnisse und Kommunikationsziele unserer Kunden – ob zu einem speziellen Anlass, für eine spezielle Zielgruppe oder in einer speziellen Region. Die Moderation erfolgt durch die ZEIT für UNTERNEHMER-Redaktion.

TERMINE – Das Gespräch zum Heftschwerpunkt

21.03.2024	ZEIT für UNTERNEHMER-Gespräch	Digitalisierung
20.06.2024	ZEIT für UNTERNEHMER-Gespräch	Nachhaltigkeit
30.09.2024	ZEIT für UNTERNEHMER-Gespräch	Finanzierung
21.11.2024	ZEIT für UNTERNEHMER-Gespräch	Industrie 4.0.

Weitere Termine und Themen nach Absprache.

Termine: Änderungen vorbehalten.

Das ZEIT Universum

Allgemeine Verlagsangaben

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

Bankverbindung
Commerzbank Stuttgart
BLZ: 600 400 71
Konto-Nr.: 525 52 52
IBAN: DE 20600400710525525200
BIC: COBADEFF600

Geschäftsbedingungen
Für die Abwicklung von Anzeigenaufträgen und Beilagen gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen des Verlages, die Sie unter https://media.zeit.de/agb.pdf einsehen können.
Auf Wunsch senden wir Ihnen die AGB auch gern zu.

Zahlungsbedingungen
Sofort nach Rechnungserhalt netto Kasse
2 % Skonto bei Vorauszahlung oder bei Abbuchung am Erscheinungstag.
Zustellgebühren sind vom Skonto ausgeschlossen.

Mehrwertsteuer
Es gilt die gesetzliche Mehrwertsteuer.

Technische Daten

Um die Bereitstellung der stets aktuell geltenden technischen Spezifikationen für den Druck zu gewährleisten, sehen Sie diese bitte auf unserem externen Portal ein, auf dem auch der Daten-Upload für Anzeigen stattfindet.

→ **Technische Daten online einsehen**

Ansprechpartner:innen

iq media

SALES NATIONAL

Oliver Adrian
Director Account Management National
oliver.adrian@iqm.de

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Christian Leopold
Sales Consultant
Telefon +49 69 2424 4510
christian.leopold@iqm.de

Marion Sturm
Sales Consultant
Telefon +49 211 887 2339
marion.sturm@iqm.de

SALES INTERNATIONAL

Gerda Gavric-Hollender
Director Sales International Print
Telefon +49 211 887 2343
gerda.gavric-hollender@iqm.de

Darwin Santo
Director New Business International
Telefon +49 211 887 2371
darwin.santo@iqm.de

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

Sarah Schmidt
Sales Controller International
Telefon +49 151 1823 5954
sarah.schmidt@iqm.de

Ansprechpartner:innen ZEIT MEDIA

Ihre persönlichen Ansprech-partner:innen finden Sie hier!

Lars Niemann
Chief Sales Officer
Telefon: +49-40/32 80-10 28
lars.niemann@zeit.de

Dr. Hanna Proner
Director Science, Public & Education, ZEIT Talent
Telefon: +49-40/32 80-47 61
hanna.proner@zeit.de

Nathalie Senden
Director Tourism, Culture, Publishing, NPO & Locals
Telefon: +49-40/32 80-11 51
nathalie.senden@zeit.de

Michael Zehentmeier
Director Consumer & Corporate Brands
Telefon: +49-40/32 80-310
michael.zehentmeier@zeit.de