

Basispräsentation 2024

ZEIT GESCHICHTE



ZEIT GESCHICHTE – Epochen. Menschen. Ideen.

Objektprofil



- › **Produktart:**
Magazin
- › **Erscheinungsturnus:**
6 x im Jahr
- › **Verkaufte Auflage:**
55.000 Exemplare
33.800 Abonnent:innen
- › **Zielgruppe:**
gebildete und interessierte
Leser:innen im besten Alter

ZEIT GESCHICHTE ...

... schlägt die **Brücke zur Gegenwart** und bietet **facettenreiches, fundiertes historisches Wissen** mit opulenten Bildern zur Unterhaltung, Information und Orientierung.

... stellt große **historische Figuren, bedeutende Epochen und bis ins Heute wirkende Ideen** der jüngeren und älteren Weltgeschichte vor – anschaulich, spannend und kontrovers.

... erreicht eine **kaufkräftige, vielseitig interessierte, qualitätsbewusste, gebildete und aufgeschlossene Leserschaft, die gerne spendet**. Haupt-interessensgebiete sind Literatur, Kultur und Reise.

... ist durch seine **monothematische Ausrichtung** ein Garant für das grundsätzliche Leser:innen-Interesse zu dem jeweiligen Schwerpunkt. Für 84% der ZEIT GESCHICHTE-Leser:innen ist das Magazin relevant für aktuelle Themen und Debatten.

... ist **als einziges Geschichtsmagazin reichweitenstark crossmedial aufgestellt**: Ausgewählte Artikel sind auf ZEIT ONLINE unter WISSEN zu lesen. Zusätzlich zur Print-Ausgabe erscheinen ein E-Paper sowie der erfolgreiche monatliche Podcast »Wie war das noch mal?«.

Quelle: ZEIT GESCHICHTE-Leserbefragung 2023, n = 396 Leser:innen.

ZEIT GESCHICHTE

Ihre Werbebotschaft kommt an

Hohe Beachtung der Inhalte

70 %

der Leser:innen lesen (fast) alles in einer Ausgabe.

Hohe Leser-Blatt-Bindung

88 %

der Leser:innen möchten ZEIT GESCHICHTE nicht missen.

Intensive Nutzung

62 %

der Leser:innen beschäftigen sich mehr als zwei Stunden mit dem Magazin.



Zufriedene Leser:innen

96 %

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

Mehrfachkontakte

48 %

der Leser:innen geben ihr Exemplar an interessierte Mitleser:innen weiter.

Glaubhaftes Umfeld

96 %

der Leser:innen empfinden die Themen als sehr fundiert aufbereitet.

Quelle: ZEIT GESCHICHTE-Leserbefragung 2023, n = 396 Leser:innen.

ZEIT GESCHICHTE

Mission



Die großen Epochen, Menschen und Ideen der Weltgeschichte – anschaulich, spannend und kontrovers erzählt mit dem journalistischen und visuellen Anspruch der ZEIT.

Das Magazin liefert geschichtliches Wissen und schlägt die Brücke zur Gegenwart. Mit spannenden Reportagen, Originaldokumenten, Interviews sowie Essays werden historische Persönlichkeiten, bedeutsame Momente, historische Zyklen und bahnbrechende Ideen greifbar gemacht.

ZEIT GESCHICHTE enthält Reportagen, Essays und Interviews von ZEIT-Autor:innen, Historiker:innen und hochkarätigen Gast-Autor:innen wie Daniel Kehlmann. Der jeweilige Schwerpunkt wird aus unterschiedlichsten Perspektiven behandelt, sodass bei den Leser:innen ein klares Bild entsteht.

Als einziges General-Interest-Geschichtsmagazin mit Qualitätsanspruch erscheint ZEIT GESCHICHTE crossmedial. Jede Ausgabe ist als E-Paper für Mobile-Nutzer:innen erhältlich, und ausgewählte Artikel erscheinen zusätzlich im reichweitenstarken Umfeld von ZEIT ONLINE. Der spannende Podcast »Wie war das noch mal?« unterstützt den zeitgemäßen Auftritt.

Impressionen

ZEIT GESCHICHTE setzt geschichtliche Themen modern in Szene



Impressionen

ZEIT GESCHICHTE setzt geschichtliche Themen modern in Szene



Impressionen

ZEIT GESCHICHTE setzt geschichtliche Themen modern in Szene



Ein Blick ins Magazin

Feste Bestandteile

FUNDSTÜCKE

FUNDSTÜCK 3



Schwarz und Weiß

Die Nationalelf spielt in Weiß-Schwarz mit Adler, schon immer. Beim Fußball schimmern Preußens Farben noch; auch auf dem aktuellen Trikot, das hier zu sehen ist. Als vor der WM 2014 das damals neue Jersey präsentiert wurde, auf dem ein großer roter Streifen zu sehen war, wurde in der Welt gleich ein »Traditionsbruch« gemeldet, denn: »Deutschland spielt seit 100 Jahren in Schwarz und Weiß.« Am 5. April 1908 in Basel, beim ersten Länderspiel, seien es schließlich »Preußens Farben« gewesen, die »Pate gestanden« hätten. So sei es von jeher gewesen und »bis heute geblieben«. Tatsächlich? Eine Suche im DFB-Archiv stößt Zweifel. Keine Zeile findet sich dort, die verriet, wie es zu dem Trikot kam. Sehr unpreußisch, in »dunkelrotem Jersey«, lief die Elf schon 1909 gegen Ungarn auf. In Weiß mit rotem Brustring und schwarzen Streifen spielte sie 1912 in Stockholm; also in den Farben des Kaiserreichs. Das Einzige, was sich nicht änderte, war der dicke Hohenzollern-Adler auf der Brust. Der wurde samt Monarchie nach der Revolution von 1918 ausgetauscht. Unter Hitler kam ein Hakenkreuz hinzu. Bei der WM 1954 aber waren die Hemden wieder schlicht weiß und die Hoem schlicht schwarz. Gewollt oder nicht: Das ist eine Reminiszenz an alte, angeblich bessere Zeiten. Seit 1954 hat sich das Trikot tatsächlich kaum geändert. Liegt es an der Treue zu Preußen? Oder doch eher ... am Erfolg? Vier Mal wurde die Nationalmannschaft Weltmeister; auch 2014 – trotz rotem Streifen. FLO

EDITORIAL

FRANK WERNER
Chefredakteur

Glorias Erbe

Nach dem Zweiten Weltkrieg wollten die Alliierten das Übel an der Wurzel packen: Am 23. Februar 1947, vor 75 Jahren, lösten sie den Staat Preußen auf. Was als Beutezüge von Militarismus und Obrigkeitssinn galt, wurde von der Landkarte gestrichelt. Seitdem gestirbt Borussia wie eine Untote durch die deutsche Geschichte. So wie die Gebeine Friedrichs des Großen auf Reisen gingen, ehe sie 1991 in einem bizarren Staatsakt vor Schloss Sanssouci beigesetzt wurden, kann Preußen keine letzte Ruhe finden: In den Schichten der Geschichte, der Potsdamer Garnison und den leidenschaftlichen Streitern. Mythos Preußen lebt!

Über kaum ein kontrovers diskutiertes über Preußen und schwarz oder weiß vergebens und Toleranz. Preußen den Nationalsozialisten das andere Deutschland Erbtret. Oben in die politische Benennung oft deutschnational. Erisene Königreich lange eigenen Patriotismus auszumachen zum gefragten Sinnstifter wird.

Dieses Heft will Preußen wieder vorführen, sondern sich seiner Geschichte unvoreingenommen nähern. Es will die Eigenarten, Widersprüchlichkeiten und Anbivalenzen dieser europäisch-deutschen Großmacht ausleuchten, ohne in Apologetik zu verfallen. Die Autorinnen und Autoren spannen einen weiten Bogen, von den Anfängen der Hohenzollern in Brandenburg bis zum Untergang nach dem Zweiten Weltkrieg. Preußen hat sich nicht etwa schon 1871 aus der deutschen Geschichte verabschiedet, wie manche Historiker behaupten, um ein unbeflecktes Erbe zu bewahren. Nur wer die Geschichte Preußens bis zu ihrem Ende erzählt, versteht, warum uns dieser Staat bis heute nahe ist; warum Preußen zum Gepäck gehört, wenn wir über Deutschland im 21. Jahrhundert nachdenken.

ZEITZEUGNISSE

50
Berlin, Berlin: Bis 1840 wuchs Preußens Hauptstadt zu einer europäischen Metropole heran

86
99-Tage-Kaiser Friedrich III. stirbt 1888 nach drei Monaten im Amt

16, 100, 110
Hitler und die Hohenzollern: Wie wichtig war das Haus Preußen für die Machtübernahme der Nationalsozialisten? Zwei Interviews und eine Analyse

74
Mit Dampf voran: Preußens Aufstieg in die Wirtschaft

INHALT

NR. 1/2022

Verehrt, verdammt
Preußens Gegenwart in Bildern 6

»Die Weltgeschichte hat ihr Urteil gesprochen«
Der Preußen-Kenner Christopher Clark über Aufstieg und Ende des Hohenzollernreiches 16

Das Wagnis im Norden
Wie die ersten Kurfürsten in Brandenburg ihre Macht festigen
Von Wolfgang Neugebauer 22

»Ein stutzig Weib«
Ihre Erbschaft verdoppelt die Landesfläche: Wer war Anna von Preußen?
Von Daniel Schönpflug 26

Ein gescheitertes Triumphphoton
Der »Große Kurfürster« macht Brandenburg stark, glaubt aber an seinen Misserfolg
Von Jürgen Lub 28

Zwischen Luther und Calvin
Im Glauben ist Preußen gespalten
Von Frank Götz 34

Die teuerste Party Preußens
1701 krönt sich Friedrich I. zum König. Seinem Sohn ist der Pomp zuwider
Von Hauke Friedrichs 36

Vabanque zum Wohl des Staates
Unter Friedrich II. wird Preußen Großmacht. Oft aber setzt ihn das Glück
Von Tillmann Bendikowski 42

»Jeder nach seiner Façon selich«
Friedrich, der Aufklärer
Von Jürgen Overhoff 48

Auf Sand gebaut
Berlin wird Metropole – ein Streifzug durch seine glanzvolle Architektur
Von Alexander Casermann 50

»Als alle riefen, kam der Köstige«
Nach der verheerenden Niederlage von 1806 erfindet sich Preußen neu
Von Ralf Zerback 56

Blanker Ungehorsam
General Yorck und Napoleons Ende 63

Despotische Junker, devote Untertanen?
Manches am Bild des feudalen Obrigkeitstaates ist klischee
Von Monika Wiefors 64

»Der Staat, das sind wir«
Hegel und Preußen, ein Irrtum
Von Klaus Viefweg 68

Revolution – bis vor den Thron
Als die Armee 1848 abzurümpeln zu werden droht, schlägt der König zurück
Von Rüdiger Hachmann 70

Preußen unter Dampf
Die kurze Amtszeit Friedrichs III. – eines angeblich liberalen Kaisers
Von Volker Ullrich 86

Der unterschätzte Kaiser
Wilhelm I. war nicht der Monarch von Gnaden
Von Christoph Nonn 88

Trügerische Hoffnung
Die kurze Amtszeit Friedrichs III. – eines angeblich liberalen Kaisers
Von Volker Ullrich 86

Gloria und Siegerkranz
Im Kaiserreich blüht der Militarismus. Ebenfalls bei den europäischen Nationen
Von Volker Ullrich 88

Der rote Zar von Berlin
In der Weimarer Republik wird ausgerechnet Preußen zur Bastion der Demokratie
Von Bernd Braun 92

Zweilen geduldet, nie geliebt
Preußen und die Juden
Von Werner Treff 96

Adler unterm Hakenkreuz
Wie die alten Eliten sich dem Nationalsozialismus anließen
Von Stephan Matysiuk und Jürgen Lub 100

Gutes Preußen, schlechtes Preußen
Warum der untergegangene Staat bis heute durch unsere Debatten spukt
Von Franka Meuschke 100

»Ich werde das Gespräch suchen«
Georg Friedrich Prinz von Preußen um das Hohenzollern-Erbe eines 100

Karten: Preußen von 1415 bis 100

Dynastie und Chronik 100

Bücher / Bildnachweise / Interviews 100

Vorschau 100

Preußens Gegner
Karl X. von Schweden, Maria Theresia, Napoleon Bonaparte, Friedrich Hecker, Konrad Adenauer 35, 91

TITEL: »Gefecht von Maxau« von Franz Paul Ffindenigg, 1799; Porträt Friedrichs II. von Anton Graff, 1781; Moritz

STANDPUNKTE

BIBLIOGRAFIE/ GLOSSAR

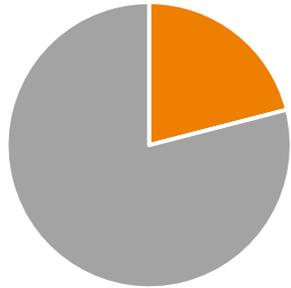
INTERVIEWS

STANDPUNKTE

ZEIT GESCHICHTE

Die Leserinnen und Leser

Geschlecht



■ 21 % Frauen ■ 79 % Männer

Alter (Ø)



Hohes Haushaltsnettoeinkommen

50 %

der ZEIT GESCHICHTE-Leser:innen verfügen über ein Haushaltsnettoeinkommen ab 4.000 €.

Spendenaktivitäten

64 %

der ZEIT GESCHICHTE-Leser:innen spenden regelmäßig.

Qualitätsorientierte Zielgruppe

84 %

der ZEIT GESCHICHTE-Leser:innen sind bereit, für Qualität mehr Geld auszugeben.

Buchliebhaber

65 %

der ZEIT GESCHICHTE-Leser:innen interessieren sich für Literatur.

Quelle: ZEIT GESCHICHTE-Leserbefragung 2023, n = 396 Leser:innen.



Die typischen ZEIT GESCHICHTE-Leser:innen

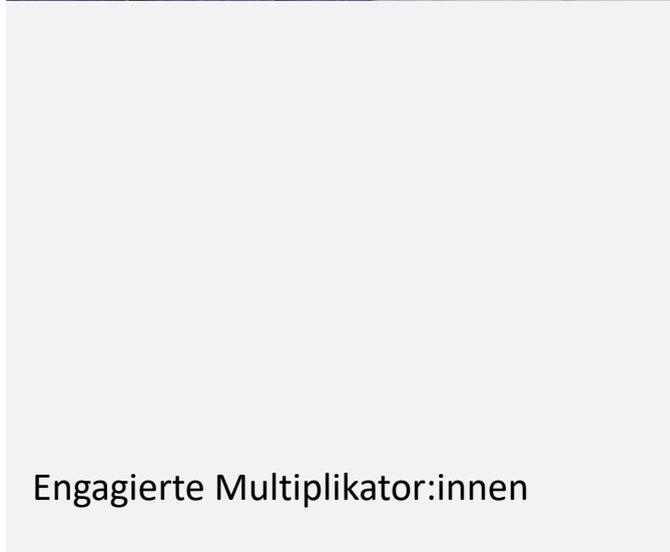
Vielseitig interessiert, qualitätsbewusst und schönen Dingen zugewandt



Überdurchschnittlich hohes
Haushaltseinkommen und
qualitätsbewusst



Aktive Genießer:innen



Engagierte Multiplikator:innen



Kultur- und reisebegeistert



Die typischen ZEIT GESCHICHTE- Leser:innen

Qualitätsbewusst & kaufkräftig

**Qualitätsorientierte
Zielgruppe**

84 %

der ZEIT GESCHICHTE-
Leser:innen geben für
Qualität mehr Geld aus.

Offen für Inspirationen

50 %

der ZEIT GESCHICHTE-
Leser:innen probieren gern
neue Produkte aus.

Quelle: ZEIT GESCHICHTE-Leserbefragung 2023, n = 396 Leser:innen.



Die typischen ZEIT GESCHICHTE- Leser:innen

Gebildet & literaturinteressiert

Gebildet

55 %

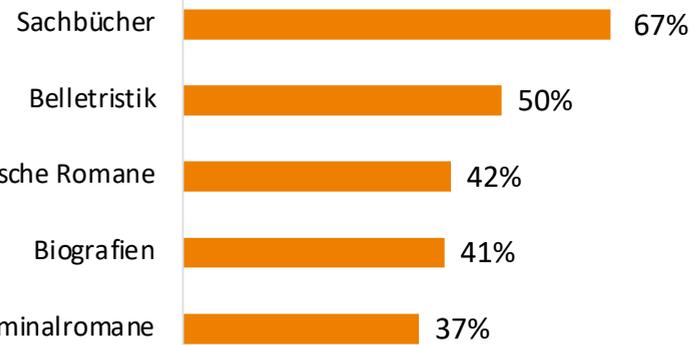
der Leser:innen haben
einen Universitäts- oder
Fachhochschulabschluss.

Buchkäufer

19

Bücher durchschnittlich
kaufen ZEIT GESCHICHTE-
Leser:innen pro Jahr.

Beliebte Genres



Quelle: ZEIT GESCHICHTE-Leserbefragung 2023, n = 396 Leser:innen.



Die typischen ZEIT GESCHICHTE- Leser:innen

Kulturbegeistert & aufgeschlossen

Musikaffin

50 %

der ZEIT GESCHICHTE-
Leser:innen
interessieren sich für
Musik.

Museumsbegeistert

57 %

der Leser:innen
interessieren sich für
Museen und Aus-
stellungen.

Nachhaltige Zielgruppe

71 %

der ZEIT GESCHICHTE-
Leser:innen
interessieren sich für
Umweltthemen.

Lebenslanges Lernen

60 %

der Leser:innen
interessieren sich für
Bildung und Weiter-
bildung.

Quelle: ZEIT GESCHICHTE-Leserbefragung 2023, n = 396 Leser:innen.



Die typischen ZEIT GESCHICHTE- Leser:innen

Engagierte Multiplikator:innen

Engagement

65 %

der ZEIT GESCHICHTE-
Leser:innen sind sozial
engagiert.

Spendenbereitschaft

64 %

der ZEIT GESCHICHTE-
Leser:innen spenden
regelmäßig.

Multiplikator:innen

86 %

der ZEIT GESCHICHTE-
Leser:innen unterhalten
sich sehr gern mit
anderen Menschen.

Am Puls der Zeit

92 %

der Leser:innen
interessieren sich für
aktuelle Politik und
Gesellschaftsthemen.

Quelle: ZEIT GESCHICHTE-Leserbefragung 2023, n = 396 Leser:innen.



Produktwelten

ZEIT GESCHICHTE ist ideal für die Kommunikation von ...



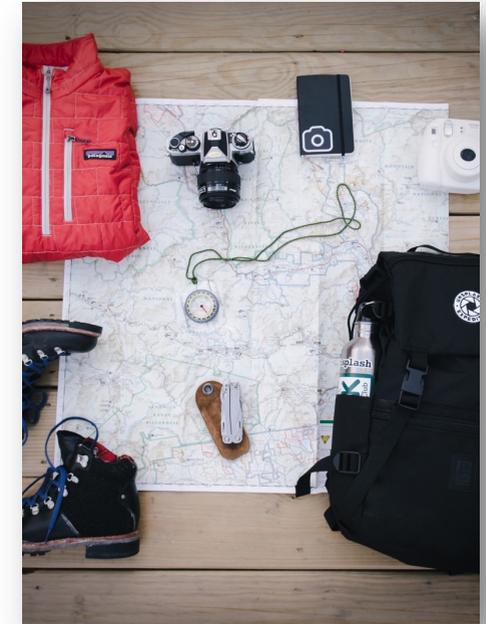
... qualitativ hochwertigen Produkten wie Uhren, Autos, Bekleidung.



... kulturellen und literarischen Highlights wie Ausstellungen, Büchern, CDs.



... Produkten rund um das Thema Genuss wie Kochen, Weine, schöne Dinge.



... Aktivitäten und Hobbys wie Reisen, Outdoor, Sport, Münzsammlungen.

Die DNA des Magazins

Das sagen Leser:innen über ZEIT GESCHICHTE! (Auszug)

” **Verständliche Artikel** mit Einordnung in den Gesamtkontext.

Layout und Themenauswahl sind sehr gut.
Warum gibt es das Magazin nicht digital aufbereitet in einer App?

Vielfalt der Perspektiven; **Aufarbeitung historischer Themen bis in die Gegenwart.**



Gut gefallen mir die **Themen-Vielseitigkeit** sowie die kurzen, aber prägnanten Inhalte.

Kompakte Infos, **sehr gut recherchiert.**

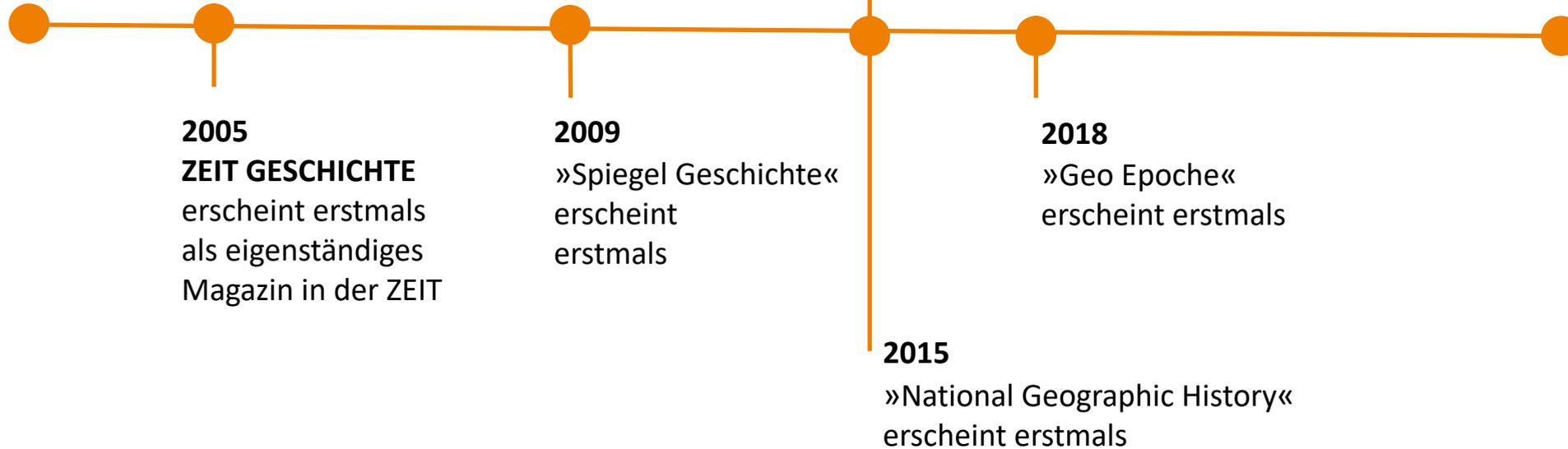
Multiperspektivische Betrachtung der Sachverhalte.

”

Quelle: ZEIT GESCHICHTE-Leserbefragung 2023, n = 396 Leser:innen. Frage: „Was gefällt Ihnen an ZEIT GESCHICHTE besonders gut?“

ZEIT GESCHICHTE

Erstes fundiertes Magazin zur deutschen Geschichte mit Qualitätsanspruch für eine breite Leserschaft



WEGWEISEND
Erstes fundiertes
Geschichtsmagazin
für eine breite
Leserschaft

ZEIT GESCHICHTE

Termine 2024



Ausgabe	Erscheinungstermin	Anzeigenschluss	Druckunterlagenschluss
1/24	26.01.2024	21.12.2023	22.12.2023
2/24	22.03.2024	20.02.2024	23.02.2024
3/24	24.05.2024	17.04.2024	22.04.2024
4/24	19.07.2024	18.06.2024	21.06.2024
5/24	27.09.2024	27.08.2024	30.08.2024
6/24	29.11.2024	25.10.2024	30.10.2024

Änderung der Termine vorbehalten

ZEIT GESCHICHTE

Formate und Preise 2024

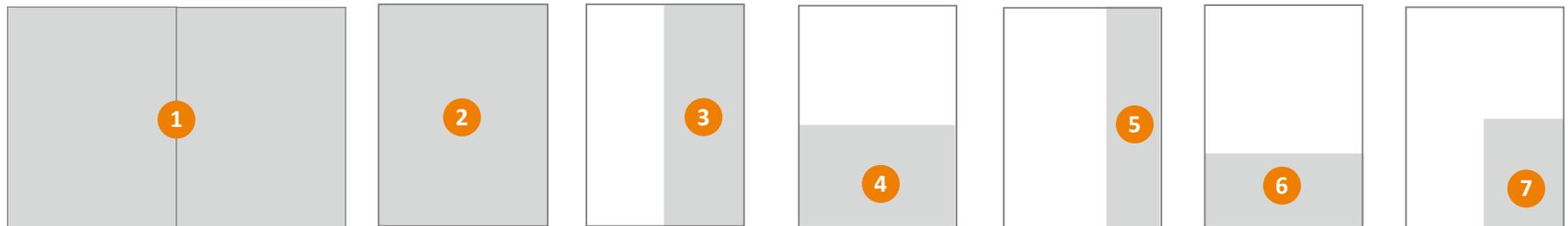


	Format	Anschnitt (B x H)	Satzspiegel (B x H)	Preise
1	Doppelseite	430 x 262 mm	410 x 237 mm	17.800,- €
2	1/1 Seite	215 x 262 mm	188 x 237 mm	9.400,- €
	1/1 Seite U2*/U3/U4	215 x 262 mm	188 x 237 mm	11.700,- €
3	1/2 Seite hoch	99 x 262 mm	89 x 237 mm	6.100,- €
4	1/2 Seite quer	215 x 131 mm	188 x 117 mm	6.100,- €
5	1/3 Seite hoch	66 x 262 mm	56 x 237 mm	4.800,- €
6	1/3 Seite quer	215 x 89 mm	188 x 74 mm	4.800,- €
7	1/4 Seite Magazinformat**	--	90 x 117 mm	3.700,- €

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

** Keine Alleinplatzierung möglich.

Beschnittzugabe bei Anschnittformaten an allen Seiten 5 mm.



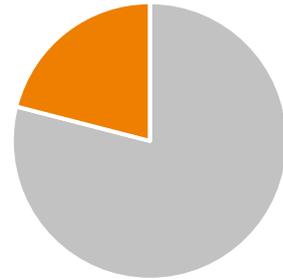
Alle Preise zzgl. MwSt. Preisadjustierungen unterjährig möglich. Änderungen vorbehalten. Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen media.zeit.de/agb

ZEIT GESCHICHTE MAGAZIN VS. PODCAST

Eine Marke – zwei Zielgruppen

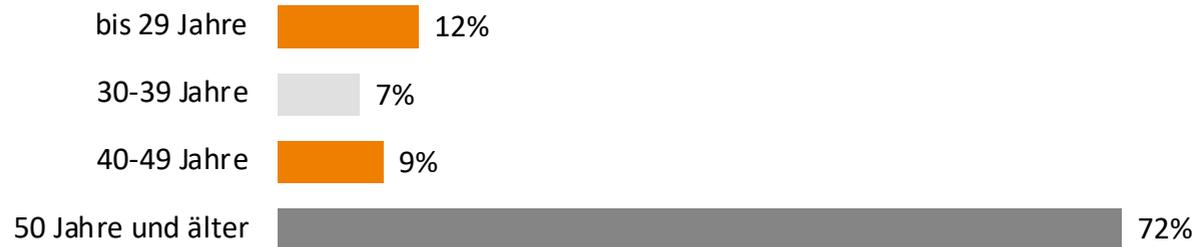


Geschlecht



■ 79 % Männer ■ 21% Frauen

Alter

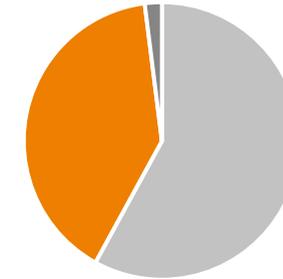


Finanziell gut aufgestellt: 50% der ZEIT GESCHICHTE-Leser:innen verfügen über ein **Haushaltsnettoeinkommen von 4.000 € und mehr.**

Quelle: ZEIT GESCHICHTE-Leserbefragung 2023, n = 396 Leser:innen.

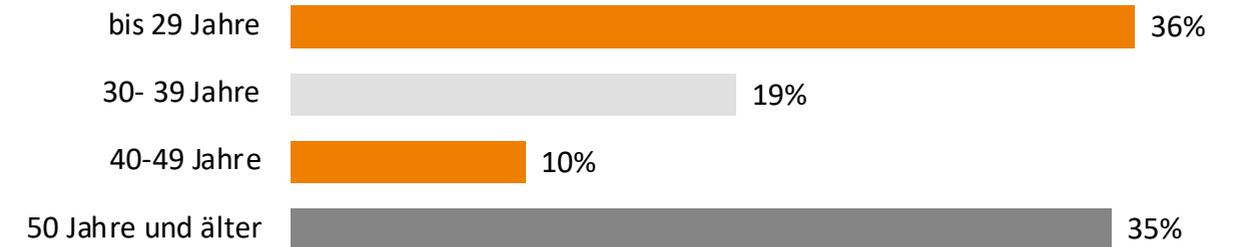


Geschlecht



■ 58 % Männer ■ 40 % Frauen ■ 2 % divers

Alter



Finanziell gut aufgestellt: 47 % der ZEIT GESCHICHTE-Hörer:innen verfügen über ein **Haushaltsnettoeinkommen von 4.000 € und mehr.**

Quelle: ZEIT GESCHICHTE-Leserbefragung 2023 n = 106 Hörer:innen.

ZEIT GESCHICHTE PODCASTS

»WIE WAR DAS NOCH MAL?«



Wo war die Varusschlacht? Was steckt hinter dem Mythos der Hanse? War Helmut Kohl ein großer Kanzler? Und wo sind eigentlich die Frauen in der Geschichte?

Wir stellen Fragen an die Vergangenheit, beleuchten Ereignisse und Persönlichkeiten – und zeigen, was das alles mit heute zu tun hat. Jeden Monat neu zum Thema des aktuellen Hefts von ZEIT GESCHICHTE.

Die Hosts von »Wie war das noch mal?«, Markus Flohr und Judith Scholter, haben zusammen in Hamburg Geschichte studiert, Geschichten geschrieben und sind nun Redakteur und Redakteurin bei ZEIT GESCHICHTE.

Facts

- › Erscheinungsweise: monatlich
- › Netto-Downloads* pro Folge: Ø 115.000
- › Zielgruppe: kultur- und geschichtsinteressierte Hörer:innen

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

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