

Das Umwelt-Spezial auf ZEIT ONLINE



Lightcycle präsentiert exklusiv das Umwelt-Spezial auf ZEIT ONLINE



- Das Ressort Umwelt (Umwelt-Spezial) auf ZEIT ONLINE beschäftigt sich mit den Schwerpunkten Nachhaltigkeit, Umwelt, Energie, Klima, Mobilität, Leben und Technologie
- Platzieren Sie sich als Exklusivpartner in diesem innovativen Umfeld und setzen Sie sich als **zukunftsorientiertes Unternehmen** in Szene
- Ihre Vorteile:
 - Imagetransfer durch exklusives Sponsoring des redaktionellen Inhalts
 - Hohe Aufmerksamkeit durch exklusive Belegung der Werbeflächen im Spezial
 - Werbedruck durch über 1,5 Mio. Werbemittel (davon 1 Mio. co-branded – Produktion durch ZEIT ONLINE)





Suchen [] Partnersuche Immobilien Autmarkt Jobs Reiseangebote



BIOSPRIT

Energie aus dem Moor

Forscher suchen nach Alternativen zu Energiepflanzen, wie Raps oder Mais. Bäume und Gräser aus Feuchtgebieten sind ein neuer Ansatz für umweltfreundliche Treibstoffe. [weiter...] 3 Kommentare

- BODIESEL UND ETHANOL Gift für Brasiliens Regenwald
- LANDWIRT HUBERT LOICK Müll für den Komposthaufen
- BIOÖKONOMIE Die Hightech-Zukunft der Landwirtschaft



CO2-ENDLAGER

Das zweite Wendland

Die Einlagerung von CO2 soll Kohlekraftwerke klimaneutral machen. Doch der Protest gegen die CCS-Technik wächst. Das Dörfchen Letschin probt den Aufstand. Von S. Schramm

MEISTGELESEN IN WISSEN

1. WELTGESUNDHEITSBERICHT Kein Krankenhaus, kein Arzt, keine Hebamme
2. STIMMT'S? Der Sinn des Siebens
3. CO2-ENDLAGER Das zweite Wendland
4. PANIKFORSCHUNG Selbst Mekka ist beherrschbar
5. SELBSTMORDATTENTÄTER Die Psychologie des Terrors

MEISTKOMMENTIERT IN WISSEN

1. NS-FORSCHUNG "Das hat einige sehr aufgeregt" (165)
2. TEILCHENPHYSIK Antimaterie geht Forschern in die Falle (18)
3. KLIMAWANDEL Alpine Zuflucht (17)
4. CO2-ENDLAGER Das zweite Wendland (15)
5. SCHLAGANFALL-THERAPIE Forscher spritzen Stammzellen direkt ins Gehirn (14)

ANZEIGE



Das Umwelt-Spezial auf ZEIT ONLINE – Ein ideales Umfeld für Nachhaltigkeitskampagnen



- Nachhaltiges Engagement ist heute für viele Unternehmen ein ganz zentrales Thema. Vor allem in der Automobil-, Energie- und Pharmaindustrie nimmt verantwortliches und nachhaltiges Handeln einen immer höheren Stellenwert ein
- Mit Usern von ZEIT ONLINE erreichen Sie mit Ihrer Nachhaltigkeitskampagne genau die richtige Zielgruppe: Interessiert, engagiert, verantwortungsbewusst
 - Verantwortung zu übernehmen zählt zu den pers. Wertorientierungen unserer User
 - Sie übernehmen sowohl Verantwortung für andere als auch für sich selbst. Dies gilt für alle Lebensbereiche, besonders jedoch für die Bereiche Umwelt- und Naturschutz
 - Ein hohes Interesse und Bewusstsein für unsere Umwelt, ist für unsere User ebenso selbstverständlich wie ein engagiertes Verhalten in diesem Bereich
 - Als Ratgeber für andere und als Meinungsmultiplikatoren ist es Ihnen besonders wichtig gründlich informiert zu werden, um Zusammenhänge und Hintergründe besser einordnen zu können

Werbedruck durch über 1,5 Mio. AI Werbemittel



Was wird uns in Zukunft antreiben?

ZEIT ONLINE AUTO

STARTSEITE POLITIK WIRTSCHAFT MEINUNG GESELLSCHAFT KULTUR WISSEN DIGITAL STUDIUM KARRIERE LEBENSART REISEN AUTO SPORT

MEISTGELESEN IN AUTO

1. AUTOREN: Eleganz zum Ausreiten
2. UNFAHRENDEN: Falschfahrlösung aus dem Chip
3. ALTERNATIVEN: Bessere Elektroautos, made in Nordbremen
4. AUTOREN: Ein äußerst vernünftiges Auto
5. KULTUR: neue Gadgets auf den Rädern

MEISTKOMMENTIERT IN AUTO

1. ALTERNATIVEN: Bessere Elektroautos, made in Nordbremen
2. AUTOREN: Eleganz zum Ausreiten
3. UNFAHRENDEN: Falschfahrlösung aus dem Chip
4. ALTERNATIVEN: Besser nicht auf teure Touren kommen
5. ELEKTRO: Besser nicht auf teure Touren kommen
6. AUTOREN: Die tolle Stimme der vierstimmigen

Smart USA wagt einen Alleingang

Angesichts seiner Absatzzahlen bringt Smart USA nun einen eigenen Führer der Smart-Micro mit Smart Logo. Maubler bei Daimler sollte damit eine Verwässerung der Marke. [weiter...](#) [3 Kommentare](#)

Jetzt sauber tauschen!

VERLASSBARER

Werbung: ERDGAS

ZEIT ONLINE LEBENSART

STARTSEITE POLITIK WIRTSCHAFT MEINUNG GESELLSCHAFT KULTUR WISSEN DIGITAL STUDIUM KARRIERE LEBENSART REISEN AUTO SPORT

Mode Essen & Trinken Partnerschaft

MEISTGELESEN IN LEBENSART

1. PARISER MODEWOCHE: Der Glamour des Gedankens
2. TISCHFUßBALL: Was zählt, is' auf'm Tisch
3. WEIN UND VAHNEISE: Der Verduss mit dem Verschluss
4. PARISER MODEWOCHE: Der Laufsteg neben dem Laufsteg
5. LIEBESKOLUMNE: Warum will er nicht mit mir schlafen?

MEISTKOMMENTIERT IN LEBENSART

1. WEIN UND VAHNEISE: Der Verduss mit dem Verschluss
2. TISCHFUßBALL: Was zählt, is' auf'm Tisch
3. MODEWOCHE PARIS: Die Frühjahrskollektionen 2011 von Dior und Margiela
4. PARISER MODEWOCHE: Lutz Paris: Frühjahrskollektion 2011
5. PARISER MODEWOCHE: Der Glamour des Gedankens

Der Glamour des Gedankens

Zwei Poses und Lutz Hüller präsentierten am dritten Tag der Pariser Modewoche Kollektionen, die unterschiedlicher nicht sein könnten. [Ass Paris berichtet Katrin Kruse.](#) [weiter...](#)

PARISER MODEWOCHE: Der Laufsteg neben dem Laufsteg [3](#)

LONDON FASHION WEEK 2010: Der Punk ist jetzt 'ne Lady [3](#)

NEW YORK FASHION WEEK 2010: Die neue Flage der Modemacher [3](#)

TISCHFUßBALL: 'Was zählt, is' auf'm Tisch

Werbung: ERDGAS

Bio-Erdgas. Ein umweltschonender und regenerativer Energieträger.

ZEITmagazin | ZEITCampus | ZEITGeschichte | ZEITWissen

ZEIT ONLINE UMWELT

STARTSEITE POLITIK WIRTSCHAFT MEINUNG GESELLSCHAFT KULTUR WISSEN DIGITAL STUDIUM KARRIERE LEBENSART REISEN AUTO SPORT

Gesundheit Umwelt Geschichte

MEISTGELESEN IN WISSEN

1. 128. GEBURTSTAG: Niels Bohrs Welt im Zeichen des Atoms
2. UNTERSUCHUNG DER ÖLPEST: Experten attestieren US-Regierung katastrophales Krisenmanagement
3. NOBELPREIS PHYSIK: Mit Klebeband zum Wunderstoff Graphen
4. CHEMIE NOBELPREIS 2010: "Metalle als Heiratsvermittler" schonen auch die Umwelt
5. PHYSIK NOBELPREIS 2010: Geim und Novoselov, die Kohlenstoff-Tüftler

MEISTKOMMENTIERT IN WISSEN

1. KÜNSTLICHE BEFRUCHTUNG: Mit dem Nobelpreis geehrt, in Deutschland erschwert
2. ATOMSTREIT: Sind unsere Atomkraftwerke fit für die Zukunft?
3. TAG DER DEUTSCHEN ERBEIT: Schüables Schwiegermutter? Gysis Tränen!
4. PHYSIK: Neun Länder bauen neuen Teilchenbeschleuniger in Darmstadt
5. AUSZEICHNUNG: Physiknobelpreis für die Mikrochips von morgen

Solarzellen in Flammen

Was passiert mit Solarzellen auf dem Dach wenn es brennt. Sind sie gefährlich für die Feuerwehr? [weiter...](#) [3 Kommentare](#)

TECHNIK IM TREND: Autonomes Wohnen in der Box

SÖHNEENERGIE: Solarschiff ist bereit zum Auslaufen

SOLARENERGIE: Afrika tarnt Sonne

CHEMIE-UNFALL: Giftschlamm erreicht die Donau

Die Giftbrühe aus einer ungarischen Aluminiumfabrik treibt auf die Donau zu. Ministerpräsident Orban spricht von einer "noch nie dagewesenen ökologischen Katastrophe". [weiter...](#) [11](#)

CHEMIE-UNFALL: In Ungarn beginnt die Suche nach den Schuldigen

CHEMIE-UNFALL: Menschen in Ungarn sterben durch Industrieschlamm

UNTERSUCHUNG DER ÖLPEST: Experten attestieren US-Regierung katastrophales Krisenmanagement

Verwirrung, Fehleinschätzungen, schlechte Informationspolitik: Ein von Präsident Obama berufenes Gremium kritisiert den Kampf der US-Regierung gegen die Ölpest scharf. [weiter...](#) [14](#)

GOLF VON MEXIKO: Die Hälfte des Öls hebt noch in der Tiefsee

ÖLPEST: Die unbequeme Wahrheit des endlichen Öls

ALLES ZUM THEMA Ölpest im Golf von Mexiko

CHEMIE NOBELPREIS 2010: "Metalle als Heiratsvermittler" schonen auch die Umwelt"

ANZEIGE

ERDGAS - eine gute Alternative

BIO-ERDGAS leistet einen Beitrag zum nachhaltigen Klimaschutz. Es wird aus nachwachsenden Rohstoffen produziert und als saubere Energie für Erdgas-Heizungen und als leistungsstarker Kraftstoff für's Auto genutzt.

ERDGAS

THEMA: ENERGIE - DIE SUCHT NACH STROM UND ÖL

Das Umwelt-Spezial auf ZEIT ONLINE | Angebot

Beispielkalkulation: 2 Wochen



| Laufzeit 2 Wochen | Preis Gesamtlaufzeit | TKP | Medialeistung |
|--|-------------------------|-----------|---------------|
| Einbindung des Partners exklusiv im Special von ZEIT ONLINE | | | |
| Festplatzierung Wallpaper im Themenschwerpunkt "Umwelt" | 4.000 EUR | Festpreis | 150.000 * |
| Festplatzierung Medium Rectangle im Themenschwerpunkt "Umwelt" | 4.000 EUR | Festpreis | 150.000 * |
| Online Reichweitenaufbau (Platzierungen nach Absprache und Themenaffinität) | | | |
| Co-gebrandete Teaser im gesamten Objekt ZEIT ONLINE in Rotation (inkl. 30% Rabatt interne Verlinkung) | 7.000 EUR | 7,00 EUR | 1.000.000 |
| Co-gebrandetes Wallpaper im gesamten Objekt ZEIT ONLINE in Rotation (inkl. 30% Rabatt interne Verlinkung) | 6.580 EUR | 32,90 EUR | 200.000 |
| Bruttopreis | 21.580 EUR | | |
| AE-Netto (inkl. 15% AE) | 18.343 EUR | | |
| Mediawert | | | 38.150 EUR |
| Summe AdImpressions 2 Wochen | | | 1.500.000 AI |
| Durchschnittlicher TKP 2 Wochen | | | 12,23 EUR |

Dieses Angebot ist freibleibend, rabattfähig und versteht sich zzgl. MwSt. | *Prognose keine Garantie; Überlieferung wahrscheinlich



Das Umwelt-Spezial auf ZEIT ONLINE

Beispielkalkulation: 4 Wochen



| Laufzeit 4 Wochen | Preis Gesamtlaufzeit | TKP | Medialeistung |
|--|-------------------------|-----------|---------------|
| Einbindung des Partners exklusiv im Special von ZEIT ONLINE | | | |
| Festplatzierung Wallpaper im Themenschwerpunkt "Umwelt" | 6.000 EUR | Festpreis | 300.000 * |
| Festplatzierung Medium Rectangle im Themenschwerpunkt "Umwelt" | 6.000 EUR | Festpreis | 300.000 * |
| Online Reichweitenaufbau (Platzierungen nach Absprache und Themenaffinität) | | | |
| Co-gebrandete Teaser im gesamten Objekt ZEIT ONLINE in Rotation (inkl. 30% Rabatt interne Verlinkung) | 14.000 EUR | 7,00 EUR | 2.000.000 |
| Co-gebrandetes Wallpaper im gesamten Objekt ZEIT ONLINE in Rotation (inkl. 30% Rabatt interne Verlinkung) | 13.160 EUR | 32,90 EUR | 400.000 |
| Bruttopreis | 39.160 EUR | | |
| 3% Mengenrabatt | 37.985 EUR | | |
| 3% Sonderrabatt | 36.846 EUR | | |
| AE-Netto (inkl. 15% AE) | 31.319 EUR | | |
| Mediawert | | | 76.300 EUR |
| Summe AdImpressions 4 Wochen | | | 3.000.000 AI |
| Durchschnittlicher TKP 4 Wochen | | | 10,44 EUR |

Dieses Angebot ist freibleibend, rabattfähig und versteht sich zzgl. MwSt. | *Prognose keine Garantie; Überlieferung wahrscheinlich



Crossmedia innerhalb der ZEIT-Familie



Effektiver Reichweiten-Gewinn; anspruchsvolle Selektiv-Mediennutzer werden erreicht



Kommunikation über die Premiummarken ZEIT / ZEITmagazin / ZEIT ONLINE schafft Glaubwürdigkeit + Involvement + Imagetransfer + Leads



Effektive Werbewirkung (hohe Kontaktqualität);
Wirkungserfolg aufgrund von Multipling-Effekten



Wirtschaftlichkeit durch 1 Angebot



Handling aus einer Hand



Anhang

ZEIT ONLINE – Erfolgsmarke für Erfolgsmarken

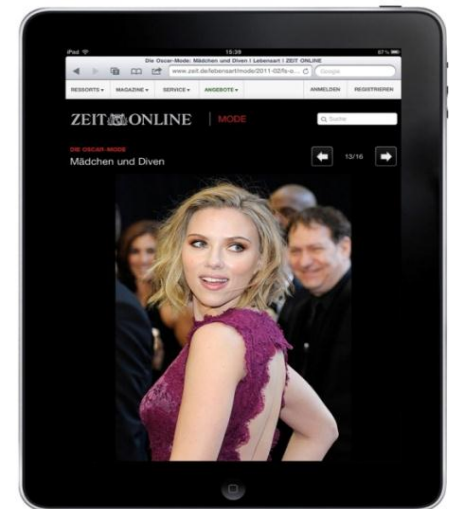
- ZEIT ONLINE ist topaktuell ohne boulevardesk zu sein. Einzigartiges Lesevergnügen durch originären Qualitätsjournalismus, ergänzt durch eine sinnliche Bildsprache und emotionale Ressorts
- ZEIT ONLINE hat den wichtigsten internationalen Preis für Onlinejournalismus, „Online Journalism Award 2011“ gewonnen. Dies ist das erste Mal, dass eine Redaktion aus Deutschland einen der renommierten Online Journalism Awards gewonnen hat
- ZEIT ONLINE ist die Bühne für effiziente Markeninszenierung. Limitierung der Werbeflatanzahl zu Gunsten großer Werbefläche. Hier wirkt Kommunikation



- Page Impression: 99 Mio. (November 2011, IVW)
- Visits: 23,4 Mio. (November 2011, IVW)
- Unique User: 3,8 Mio. (AGOF 2011-09)

ZEIT ONLINE gewinnt 2011 den Grimme Preis-, ist **LEADAWARDS-Gewinner** und Contentstar

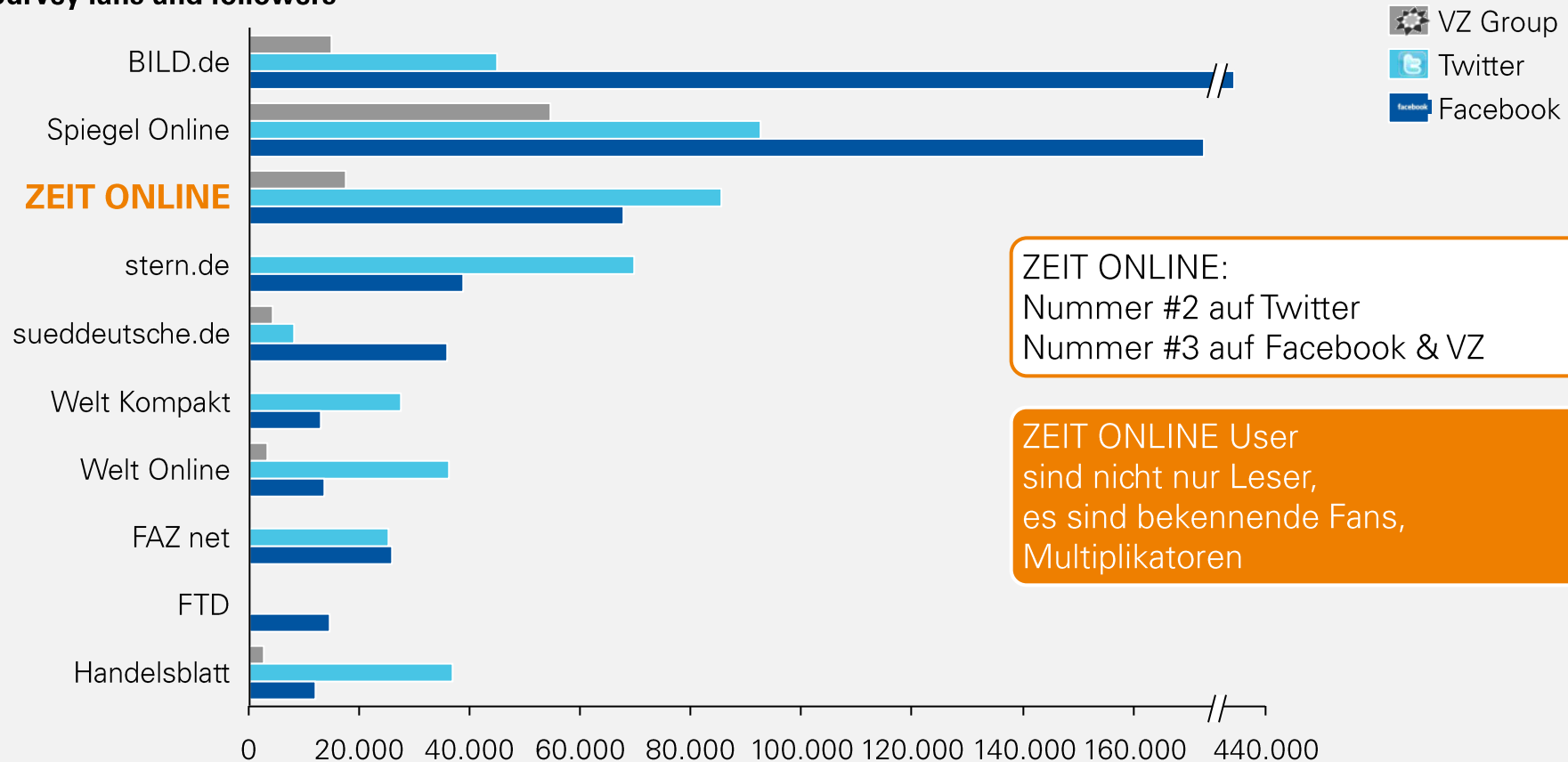
- ZEIT ONLINE gewinnt den wichtigsten internationalen Preis für Onlinejournalismus („**Online Journalism Award 2011**“). Dies ist das erste Mal, dass eine Redaktion aus Deutschland den renommierten Online Journalism Award gewonnen hat
- ZEIT ONLINE gewinnt beim elften **Grimme-Online-Award**
- Zum „**Webmagazin des Jahres 2011**“ kürte die Jury der LEADAWARDS ZEIT ONLINE. "horizont.net „Neun Medaillen, darunter fünf goldene, räumen ZEITmagazin und ZEIT ONLINE bei den Lead Awards ab“
- ZEIT ONLINE gewinnt den **VIR Journalisten-Preis** (Verband Internet Reisevertrieb e.V.): "Mitreißende Reisereportagen ". Die ZEIT ONLINE-Reisedredaktion wurde mit dem 1. Platz ausgezeichnet
- ZEIT ONLINE hat in der Kategorie „**Beste Content-Plattform 2011**“ (Verband der deutschen Internetwirtschaft) gewonnen. „Nicht nur das breite Themenspektrum ist hervorzuheben, sondern die bewusste Entscheidung, Qualität vor Quantität zu stellen“



Doppelt so viele Facebook-Freunde wie stern.de, faz.net, welt-kompakt oder sueddeutsche.de (06.09.2011)



Survey fans and followers



Wir beraten Sie gerne!



iq digital media marketing gmbh

Ein Unternehmen
der Verlagsgruppe Handelsblatt
Kasernenstraße 67
40213 Düsseldorf
Telefon 0211 887-2626
Telefax 0211 887-2656
E-Mail info@iqdigital.de
Web: www.iqdigital.de

Technischer Service

Telefon 0211 887-2649
E-Mail banner@iqdigital.de

Nielsen 1 , 5-7

iq digital media marketing gmbh
Brandstwierte 1 (Neuer Dovenhof)
20457 Hamburg
Telefon 040 30183-174
Telefax 040 30183-283
E-Mail hamburg@iqdigital.de

Nielsen 2

iq digital media marketing gmbh
Kasernenstraße 67
40213 Düsseldorf
Telefon 0211 887-2060
Telefax 0211 887-2099
E-Mail duesseldorf@iqdigital.de

Nielsen 3a

iq digital media marketing gmbh
Eschersheimer Landstraße 50
60322 Frankfurt
Telefon 069 2424-4535
Telefax 069 2424-4555
E-Mail frankfurt@iqdigital.de

Nielsen 3b, 4

iq digital media marketing gmbh
Nymphenburger Straße 14
80335 München
Telefon 089 545907-34
Telefax 089 545907-24
E-Mail muenchen@iqdigital.de

International Sales

iq media marketing gmbh

Nicole Petry
Kasernenstraße 67
40213 Düsseldorf
Telefon 0211 887-1330
Fax 0211 887-971330
E-Mail nicole.petry@qm.de

Österreich

Internationale Medienvertretung & Service

proxymedia e.U.

Wiesengasse 3
A - 2801 Katzelsdorf
Telefon +43 (0)2622 36 7 55
Telefax +43 (0)1 25 330 333 989
E-Mail michael.schachinger@proxymedia.at

Schweiz

Top Media Sales GmbH

Chamerstrasse 56
CH - 6300 Zug
Telefon +41 (0)41 7105701
Telefax +41 (0)41 7105703
E-Mail walter.vonsiebenthal@topmediasales.ch