

# ZEIT LITERATUR MAGAZIN 2015

## Das Spezial für Literaturfreunde



# ZEIT LITERATUR

## Das Spezial für Literaturfreunde



- Copy-Preis:  
4,70 Euro (DIE ZEIT)
- Erscheinungsweise:  
4 x jährlich in der ZEIT
- Preis 1/1 Anzeigenseite:  
27.200 Euro
- Verkaufte Auflage:  
IWW II 2015: 503.814
- Reichweite:  
2,25 Mio. Leser (AWA 2015)
- Zielgruppe:  
Meinungsbilder mit hohem  
Literaturinteresse
- Medienkanäle:  
Print  
Online  
E-Mail  
iPad

### ZEIT Literatur

...ist die beliebte Sonderausgabe für Literaturfreunde in der ZEIT.

...stellt den Lesegenuss in den Vordergrund und verbindet Seriosität und Kompetenz der ZEIT mit einer modernen und anschaulichen Optik

...liegt der Gesamtauflage der ZEIT bei und garantiert so eine hohe Reichweite und Auflage bei gleichzeitig niedrigem TKP

...hat eine hohe redaktionelle Qualität, die eine hoch qualifizierte Leserschaft überzeugt.

...erreicht Leser, die nicht nur in Literaturfragen als Ratgeber und Multiplikatoren gelten.

# ZEIT LITERATUR

## Redaktionsbeispiele

## »Nichts wie rein!«

**Die Buchbranche ist im Umbruch, vor allem aufgrund der digitalen Revolution. In dieser Lage übernimmt eine neue Generation die Leitung von vier wichtigen deutschen Verlagen.** **LEONIE GRAMM (DUHONST) spricht mit Sabine Cramer (Dumont), Jo Leifke (Knaack Hansen), Daniel Kampa (Hoffmann & Campe) und Georg Oswald (Berlin Verlag).**

**DIE ZEIT:** Glückwunsch zum neuen Job. Sie vier haben gerade die Leitung renommierter Verlage übernommen – also werden Sie demnach neue Verleger – das ist immer noch eine englische Sprache, ein Romanwissenschaftler, das mit Geld, Geld und Goodbook jonglieren.

**Sabine Cramer:** Das mit dem Geld läuft nach New York fließt und in den meisten Händen abwärts.

**Daniel Kampa:** ... und was Laifke-Büchli Paraphrasen schlägt oder wie dieses Jahr Ein Glas mit mir, so die Mitarbeiter seine Teufelsglocke.

**Cramer:** Diese großen Götter können nicht mehr in unsere Zeit. Die Demontage und Aufbaumontage ist heute anders als ständig den großen Mann zu machen.

**Jo Leifke:** Es gibt eine wesentliche Unmöglichkeit. Ursprünglich hatten die Verleger mit eigenem Geld für eine Abnahme. Inzwischen überlegen länger die angestrichelten Geschäftsführer, so diese Generation gehen auch wir.

**Georg Oswald:** Die klassischen Verleger haben dabei auch den Verlag mit gemacht. Einige wie diese sind im Gedächtnis geblieben, aber nicht, weil sie die Verleger auch Spielplätze haben, sondern wegen der Werte, die sie erfolgreich gemacht haben.

**Leifke:** Wir sind beweglicher, weil wir nicht mit unserem eigenen Geld da rein gehen. Man kann geldlos investieren, andererseits, weil wir nicht für die Geld aufbauen wollen, aber erkennen auf der Haltung an der Verlagshaus zu machen ist zu sagen, ich wie es mein eigenes Geld – das ist als glücklicher Gott in der Welt. Was aber unsere Die Verlegerbranche weltweit nur vor 20 Jahren. Das führt dazu, dass es zu unterschiedlichen Verhältnissen, auch für den Autoren. Kann ich jetzt schon einen Vertrag unterschreiben für ein Manuskript, das erst in zwei Jahren fertig ist, wenn mir vorwiegend länger jemand anderen gegenüber?

**ZEIT:** Herr Oswald, Sie waren Autor und Schriftsteller, mal schritt, angehende Schriftsteller, in die Welt werden, angehenden in die literarische Verlagshaus zu wechseln?

**Oswald:** Überhaupt nicht. Es war natürlich auch für mich überaus, dass sich die Gelegenheit dazu ergab. Aber andersherum ist es nicht. Ich habe immer schon mit Büchern und mit Verlagen in der

**ihalt, als Autor und auch als Autor. Sie sind sehr jung mit einem Buch veröffentlicht haben. Endlich die Verleger, die sich interessieren, aufgrund der Präsenzposition, die einige Frage, welche Bücher Leser finden und welche nicht. Und Kreis ist immer. Sehr verändert sich die Medienlandschaft. Aber eben immer wurde der Kauf von Umwertung der Buchbranche argumentiert – so wie Übergang der Buchhandlungen der Tradition nach wie Olden in. Das Buchhandel Buchhändler, die Aufhebung der Buchpreisbindung. All diese Themen können sich vor 20 Jahren. Eine Sache, ich Oh-Schick, kann sagen, dass, gibt aber immer irgendwas, man will ich bin immer noch da. Es macht auch eine starke Erkenntnis der Bewegung dazu. Mehrere eine Art zu sein, die möglich gemacht.**

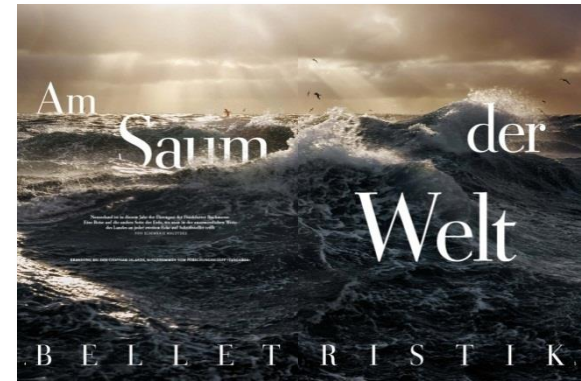
**Kampa:** Knaack gibt es schon immer, die Vorleser-Kreis vom Beispiel, aber man über durch hohe Vorleser für Autoren klagen – lang, vorbei. Oder die Taschenbücher. In den letzten Jahren war das Taschenbuch für viele der Titel, man Buchhändler, so wurde den Buchhändler die Verlegerhändler immerhin. Einige Buchhändler sagen auch jahrelang, Taschenbücher in der Sortiment aufzunehmen! Und als die Preise auf dem, glauben viele, in Zukunft würde niemand mehr lesen.

**ZEIT:** Aber Sie können kaum betonen, dass sich die Branche in die vier Jahre eingestiegen sind, selber Sie sich bedrohlich verändert hat. Immer mehr wird auf Bildschirme gehen, sind im gedruckten Buch von Papier. Und es gibt das Online-Buchhändler Amazon, der macht die Buchhandlung von der Ecke, bald verdrängt auch Verlage argument. Was die Sie heute sagen Lesen auch immer, Ihren Weg zu gehen?

**Cramer:** Auf jeden Fall. Ich glaube, der Wandel des Buchhandels hat gar nicht die Verlage haben mehr stabile. Unmöglich. Auch bei den anderen Verlagen, ich habe mit und die Besetzung von vor zehn Jahren angesehen und sie haben die von heute ganz. Wie damals Henry Heine war, sind heute. Die Fiktion von Platon, der schwedische Kreis war vor zehn Jahren mit Fleming, Malakal, werden, heute mit dem John Doe ganz anders. Natürlich gibt es auch immer wieder neue Genres und originäre Bücher, aber die Liste der Kontexten liefe sich problematisch fortzuführen.

34 ZEIT LITERATUR

ZEIT LITERATUR 35



## F Ü N F T H R I L L E R

DIE BESTEN NEUEN POLITIKRISSEN, FÜR DIE DUNKLESTEN STUNDEN IM HERBST: GRAMSAKKEIT, GEWALT, GIER UND SOGAR AUCH DAS GUTE

<p><b>Der Tag</b> von ...</p>	<p><b>Die ...</b> von ...</p>	<p><b>Die ...</b> von ...</p>	<p><b>Die ...</b> von ...</p>	<p><b>Die ...</b> von ...</p>
-----------------------------------	-----------------------------------	-----------------------------------	-----------------------------------	-----------------------------------

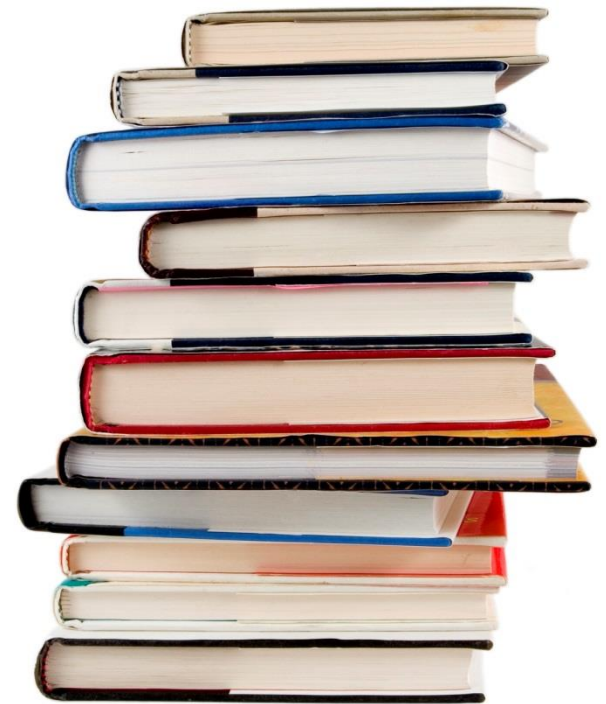
### Anzeige

...

Redaktionelle Beispiele ZEIT Literatur

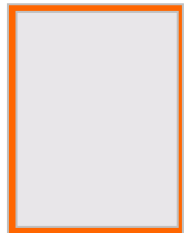
# ZEIT LITERATUR – Termine 2015

- Ausgabe 01/15 ET 12.03.15 AS 18.02.15  
Leipziger Buchmesse
  - Ausgabe 02/15 ET 08.10.15 AS 16.09.15  
Frankfurter Buchmesse
  - Ausgabe 03/15 ET 05.11.15 AS 16.09.15  
Krimi Spezial
  - Ausgabe 04/15 ET 26.11.15 AS 04.11.15  
Weihnachten
- Druckunterlagenchluss: 14 Tage vor ET



# ZEIT LITERATUR

## Anzeigenformate & Preise 2015



### 1/1 Seite

Breite 235  
Höhe 299  
Preis 27.200 €



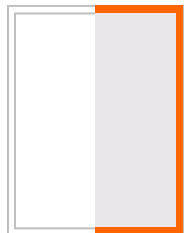
### 1/1 Seite U2/ U4

Breite 235  
Höhe 299  
Preis 33.000 €



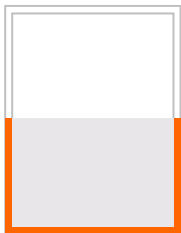
### 2/1 Seite

Breite 470  
Höhe 299  
Preis 51.000 €



### 1/2 Seite hoch

Breite 110  
Höhe 299  
Preis 16.100 €



### 1/2 Seite quer

Breite 235  
Höhe 150  
Preis 16.100 €



### 1/3 Seite hoch

Breite 76  
Höhe 299  
Preis 11.500 €



### 1/3 Seite quer

Breite 235  
Höhe 100  
Preis 11.500 €

Alle Formate sind Anschnittformate: Beschnittzugabe an allen Außenkanten je 5 mm. Alle Preise in Deutschland zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer

# Ihre Ansprechpartner

## Wir beraten Sie gerne



### Print

#### **iq media marketing gmbh**

Kaja Bredemeyer, Susanne Janzen,  
Ulrich Rasch, Simone Teichgräber,  
Marion Weskamp  
Kasernenstraße 67

#### **40213 Düsseldorf**

Telefon 0211 887 – 2055  
Fax 0211 887 - 97 20 55  
E-Mail [marion.weskamp@iqm.de](mailto:marion.weskamp@iqm.de)

#### **iq media marketing gmbh**

Marco Janssen, Annelore Hehemann,  
Oliver Mond, Christian Leopold  
Eschersheimer Landstraße 50

#### **60322 Frankfurt**

Telefon 0211 887 - 2335  
Fax 0211 887 – 97 2335  
E-Mail [christian.leopold@iqm.de](mailto:christian.leopold@iqm.de)

#### **iq media marketing gmbh**

Jörg Bönsch, Axel Schröter,  
Kerstin Jeske  
Nymphenburger Straße 14

#### **80335 München**

Telefon 0211 887 – 2053  
Fax 0211 887 - 97 2053  
E-Mail [kerstin.jeske@iqm.de](mailto:kerstin.jeske@iqm.de)

#### **iq media marketing gmbh**

Jörg Bönsch, Dieter Drichel,  
Kerstin Jeske  
Mörikestraße 67

#### **70199 Stuttgart**

Telefon 0211 887 – 2053  
Fax 0211 887 - 97 20 53  
E-Mail [kerstin.jeske@iqm.de](mailto:kerstin.jeske@iqm.de)

#### **iq media marketing gmbh**

Andreas Wulff, Sandra Holstein;  
Matthias Schalamon  
Brandstwierte 1

#### **20457 Hamburg**

Telefon 0211 887 – 2340  
Fax 0211 887 - 97 2340  
E-Mail [matthias.schalamon@iqm.de](mailto:matthias.schalamon@iqm.de)

#### **iq media marketing gmbh**

Andreas Wulff, Michael Seidel,  
Matthias Schalamon  
Gormannstraße 14

#### **10119 Berlin**

Telefon 0211 887 – 2340  
Fax 0211 887 - 97 2340  
E-Mail [matthias.schalamon@iqm.de](mailto:matthias.schalamon@iqm.de)

### Finanzen

#### **iq media marketing gmbh**

Martin Gehlen, Thorsten Binné,  
Horst Weingarten,  
Christian Leopold  
Kasernenstraße 67

#### **40213 Düsseldorf**

Telefon 0211 887 – 2335  
Fax 0211 887 - 97 2335  
E-Mail [christian.leopold@iqm.de](mailto:christian.leopold@iqm.de)

### Lifestyle

#### **iq media marketing gmbh**

Patricia Rudigier, Darwin Santo,  
Vanessa Schäfer  
Kasernenstraße 67

#### **40213 Düsseldorf**

Telefon 0211 887 – 2347  
Fax 0211 887 - 97 2053  
E-Mail [vanessa.schaefer@iqm.de](mailto:vanessa.schaefer@iqm.de)

### International Sales

#### **iq media marketing gmbh**

#### **Kasernenstraße 67**

#### **40213 Düsseldorf**

Gerda Gavric-Hollender, Gezim Berisha,  
Bettina Goedert, Vanessa Schäfer  
Telefon 0211 887 - 2347  
Fax 0211 887 - 97 2347  
E-Mail [international@iqm.de](mailto:international@iqm.de)

### Online

#### **iq digital media marketing gmbh**

Kasernenstraße 67  
**40213 Düsseldorf**  
Telefon 0211 887 - 26 25  
Fax 0211 887 - 26 56  
E-Mail [info@iqdigital.de](mailto:info@iqdigital.de)