

# MEDIADATEN 2026

Print & Online | Gültig ab 1. Januar 2026

zeitlupe

Zeitlupe – Das Magazin für die besten Jahre

May 2025 Nr. 5 CHF 9.80

# zeitlupe

DAS MAGAZIN FÜR DIE BESTEN JAHRE

Nachlass regeln:  
Wie man die grössten  
Hürden meistert

Wie viel Cholesterin  
darfs denn sein?

Pedro Lopez  
über den Reiz  
Mundart, seine Fa  
allerlei Altersr

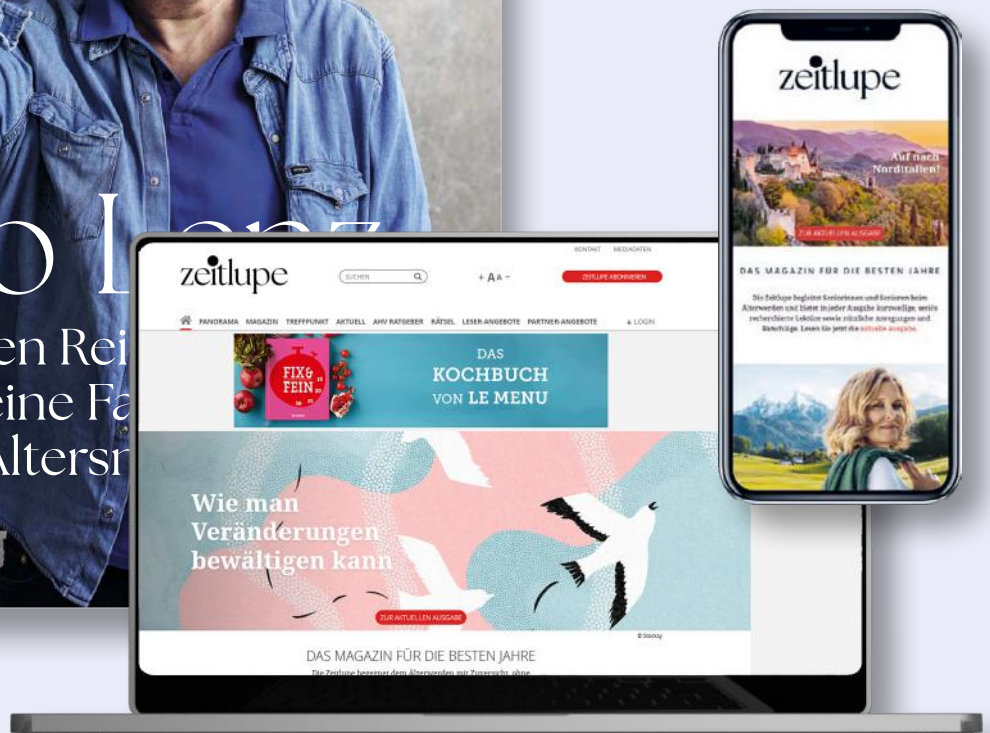
Wie man  
Veränderungen  
bewältigen kann

DAS MAGAZIN FÜR DIE BESTEN JAHRE

www.zeitlupe.ch

## Zeitlupe auf einen Blick:

- Gesamtauflage 46 776 Ex.
- Erscheint 10x jährlich
- Rund 112 000 Leserinnen und Leser



# Inhaltsverzeichnis

<b><u>Inhalt &amp; Auflage</u></b>	3
<b><u>Leserschaft</u></b>	3
<b><u>Terminplan 2026</u></b>	4
<b><u>Formate &amp; Preise</u></b>	5
<b><u>Beilagen / Beihefter / Sonderwerbformen</u></b>	6
<b><u>Zusätzliche Werbeformen</u></b>	7
<b><u>Online-Angebot</u></b>	9
<b><u>Newsletter</u></b>	12
<b><u>Kontakt</u></b>	14



# Titelpositionierung

Offen bleiben, Neues lernen, die Zukunft selbstbestimmt planen und dem Alterwerden mit Zuversicht entgegensehen: Die Zeitlupe greift zehn Mal im Jahr alle wichtigen Themen auf, die Frauen und Männern ab 60 auf den Nägeln brennen und ihnen am Herzen liegen.

In jeder Ausgabe bietet die Zeitschrift überraschende Interviews mit Persönlichkeiten, die etwas zu sagen haben, tiefgründige oder unterhaltsame Schwerpunkte sowie anregende Reportagen und Geschichten von anno dazumal. Daneben wartet sie mit Rätseln, feinen Rezepten, tollen Leserangeboten sowie Kultur- und Ausflugstipps auf. Abgerundet wird der Themenmix mit nützlichen Ratgebern und Servicetipps sowie Hinweisen auf Dienstleistungen und Angeboten von Pro Senectute, die den Alltag kurzweiliger und angenehmer machen.

**Redaktion** Franz Ermel, Chefredaktor  
franz.ermel@zeitlupe.ch  
Aurorastrasse 27, 5000 Aarau  
T +41 62 508 79 50

**Herausgeber/Verlag** Medienart AG, 5000 Aarau

**Leitung Medienberatung** Verena Tschopp  
T +41 44 928 56 54, verena.tschopp@fachmedien.ch

**Sachbearbeitung** Josta Heller  
T +41 44 928 56 10, zeitlupe@fachmedien.ch

# Auflagen / Leserschaft

## Auflage

Verbreitet, Beglaubigung 2025

46 776 Exemplare

## Leserschaft

112 000 Leserinnen und Leser

## Leserprofil

	Projektion in 1000	Struktur Schweiz %	Struktur Zeitlupe %	Affinität Zeitlupe
<b>Total</b>	112			
<b>Frauen</b>	82	50.5	73	144
<b>Männer</b>	30	49.5	27	55

## Altersgruppen

<b>35 bis 54</b>	9	33.2	7.7	23
<b>55 +</b>	102	38	91	240

## Wohnort

<b>Agglo-Hauptkern</b>	59	51.8	53.1	102
<b>Agglo-Nebenkerne und -Gürtel</b>	32	28.7	28.7	100
<b>Ausserhalb Agglomeration</b>	20	19.5	18.2	94

Quellen: MACH Basic 2025-2

ZEITLUPE • KARTENMISCH

## Sensible Themen, klare Antworten

Die 32-jährige Designerin und Künstlerin Selina Fässler gestaltet Karten zu schwierigen Lebens Themen. Damit will sie Basiswissen vermitteln und zum offenen Gespräch anregen.

Text: Josta Heller / Josta Heller / Josta Heller

**»Die Beschäftigung mit dem Tod selbst, sagt Selina Fässler, ist ein Schlüssel zur für die Fruchtbarkeit des Lebens notwendig gewordenen. Und diese Wertschätzung ist ein Schlüssel, sich selbst zu helfen.«** Die 32-jährige Schweizer Designerin hat eine Idee, die sie wirklich Freude macht: Sie stellt Karten zu schwierigen Lebens Themen auf, die sie selbst als Designerin und Künstlerin gestaltet. Die Karten sind ein zentraler Bestandteil ihres Projekts und sollen dazu beitragen, dass Menschen sich mit schwierigen Themen auseinandersetzen können. Die Karten sind ein zentraler Bestandteil ihres Projekts und sollen dazu beitragen, dass Menschen sich mit schwierigen Themen auseinandersetzen können.

**»Zur Thema von Selina Fässler durch Zufall.«** Sie absolvierte die Zürcher Hochschule der Künste, die ihren Postgraduierten-Studiengang «Design» anbietet. In diesem Postgraduierten-Studiengang ist das Thema «Design» ein zentraler Bestandteil. Die Karten sind ein zentraler Bestandteil ihres Projekts und sollen dazu beitragen, dass Menschen sich mit schwierigen Themen auseinandersetzen können.

Meine Karten sollen ein Türöffner für Gespräche sein.

Die Zeitlupe – ein attraktives Umfeld für Ihre Werbung.

[Zurück zur Übersicht](#)

# Terminplan 2026

Ausgabe	Anzeigenschluss DM-Schluss*	Anlieferung Beilagen	Erscheinung	Themenschwerpunkte	Themen Leserreise
1-2	08.12.2025 12.12.2025	19.12.2025 bis 15 Uhr	09.01.2026	Angehörige und Pflege	Totnes, England
3	19.01.2026	23.01.2026	13.02.2026	Augen	Wandern am Gardasee
4	16.02.2026	20.02.2026	13.03.2026	Frühlingsausflüge	
5	16.03.2026	18.03.2026	10.04.2026	E-Bikes	Flussfahrt Linz-Budapest-Linz
6	20.04.2026	22.04.2026	15.05.2026	Garten	
7-8	18.05.2026	21.05.2026	12.06.2026	Zugfahrten	
9	20.07.2026	24.07.2026	14.08.2026	Herbstausflüge	
10	24.08.2026	28.08.2026	18.09.2026	Nieren	
11	21.09.2026	25.09.2026	16.10.2026	Little Helpers	
12	26.10.2026	30.10.2026	20.11.2026	Kulturelle Highlights	
1-2 / 27	08.12.2026 12.12.2026	18.12.2026 bis 15 Uhr	08.01.2027		

\* DM-Schluss = Anzeigenschluss. Ausser in den Ausgaben 1/2026 und 1/2027.  
Änderungen vorbehalten.

VATER UND SOHN ■ SCHWERPUNKT

## „Ein guter Vater ist verlässlich und präsent“

Diese Väter von Geburt an eine emotionale Bindung zu ihren Kindern aufbauen, war bis vor wenigen Jahrzehnten die Ausnahme. Dies beeinflusste Vater-Sohn-Beziehungen bis heute, sagt Markus Theunert, Psychologe, Publist und Vater von vier Kindern, dem Dachverband der Schweizer Männer- und Vaterorganisationen.

**Was hat sich in der Vater-Sohn-Beziehung gesellschaftlich an verändert?**  
Die Idee, dass Vater eine emotionale Bindung zu seinem Kind aufbauen muss, ist relativ neu. Bis vor wenigen Jahren galt es als normal, dass Väter nur für den materiellen Teil der Erziehung zuständig waren. Heute wird erwartet, dass Väter auch emotional präsent sind und eine enge Beziehung zu ihren Kindern aufbauen. Dies hat zu einer Veränderung in der Rollenverteilung zwischen Vater und Mutter geführt. Väter sind heute mehr als nur Erzieher, sondern auch emotionale Stütze für ihre Kinder.

**Was, wenn diese Beziehung ein Risiko birgt?**  
Die Beziehung zwischen Vater und Sohn ist ein Risiko, wenn sie nicht richtig aufgebaut wird. Ein schlechtes Vater-Sohn-Verhältnis kann zu emotionalen Problemen bei beiden führen. Es ist wichtig, dass Väter ihre Rolle als Vater ernst nehmen und sich Unterstützung suchen, wenn sie Schwierigkeiten haben.

**Und was kann ein erwachsener Sohn tun, wenn er seinen Vater liebt?**  
Ein erwachsener Sohn kann seine Beziehung zu seinem Vater verbessern, indem er sich mehr Zeit mit ihm nimmt und seine Bedürfnisse teilt. Es ist wichtig, dass der Sohn versteht, dass sein Vater auch ein Mensch mit eigenen Problemen ist. Eine offene Kommunikation kann helfen, die Beziehung zu verbessern.

**Was macht einen guten Vater aus?**  
Ein guter Vater ist präsent, verlässlich und unterstützt sein Kind. Er ist auch ein Mensch, der seine eigenen Bedürfnisse und Grenzen kennt. Ein guter Vater ist auch ein Mensch, der seine Kinder ermutigt, ihre eigenen Wege zu finden.

**Wir erleben wir heute bei der Vater-Sohn-Beziehung?**  
Heute erleben wir eine Veränderung in der Vater-Sohn-Beziehung. Väter sind heute mehr emotional präsent und versuchen, eine enge Beziehung zu ihren Kindern aufzubauen. Dies hat zu einer Veränderung in der Rollenverteilung zwischen Vater und Mutter geführt. Väter sind heute mehr als nur Erzieher, sondern auch emotionale Stütze für ihre Kinder.

**Wie sieht die Zukunft der Vater-Sohn-Beziehung aus?**  
Die Zukunft der Vater-Sohn-Beziehung ist positiv. Es gibt mehr Unterstützung für Väter, die ihre Rolle ernst nehmen. Es gibt auch mehr Möglichkeiten, sich Unterstützung zu suchen. Die Beziehung zwischen Vater und Sohn wird in Zukunft noch enger und emotionaler sein.

**Markus Theunert**  
Psychologe, Publist und Vater von vier Kindern. Er ist Mitglied im Dachverband der Schweizer Männer- und Vaterorganisationen.

**Ein guter Vater ist verlässlich und präsent**  
Dieser Artikel ist ein Teil der Zeitschrift „Vater und Sohn“.

**QR-Code**  
Scannen Sie den QR-Code, um mehr Informationen zu erhalten.

Der neue Look der Zeitslupe ist grosszügiger, moderner und frischer. Und weiterhin auf hohem Niveau unterhaltsam und informativ.

# Anzeigen – Formate & Preise

<b>Heftformat</b>	210 × 297 mm
<b>Satzspiegel</b>	177 × 264 mm

Anzeigen	4-farbig
<b>Panoramaseite</b>	14 500.-
<b>1/1 Seite</b>	7 500.-
<b>1/2 Seite</b>	3 800.-
<b>1/3 Seite</b>	2 650.-
<b>1/4 Seite</b>	2 000.-
<b>1/8 Seite</b>	1 075.-

## Fixplatzierungen

<b>2. Umschlagseite</b>	8 600.-
<b>3. Umschlagseite</b>	7 800.-
<b>4. Umschlagseite</b>	8 600.-
<b>1/2-Seite</b> quer im Interview oder Titelthema	4 350.-
<b>1/3-Seite</b> hoch auf Seite 3 neben Editorial	3 250.-
<b>Anzeigenfeld «Kreuzworträtsel»</b> 52 × 52 mm	1 100.-

## Annoncen bei den Kleinanzeigen

Für gestaltete Annoncen auf den Kleinanzeigen-Seiten wird ein mm-Tarif von CHF 9.- / mm (s/w) oder CHF 11.- / mm (farbig) berechnet.

Maximalformat: 1 Spalte (56 mm) × 100 mm Höhe  
Minimalformat: 1 Spalte (56 mm) × 20 mm Höhe

Preis = Anzahl Höhen-Millimeter × mm-Tarif

## Konditionen

<b>Abschlüsse</b>	gelten für 12 aufeinanderfolgende Monate. Sujetwechsel erlaubt.
<b>Platzierungszuschlag</b>	15%
<b>Frankenrabatte</b>	siehe Seite 6
<b>Beraterkommission</b>	5%
<b>Wiederholungsrabatte</b>	2 × 5%   4 × 10%   6 × 15%   10 × 20% (gleichzeitige Auftragserteilung)

Franken- und Wiederholungsrabatte sind nicht kumulierbar. Preise in CHF zuzüglich MWST.  
Für sämtliche Werbeaufträge gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen auf [www.fachmedien.ch](http://www.fachmedien.ch).

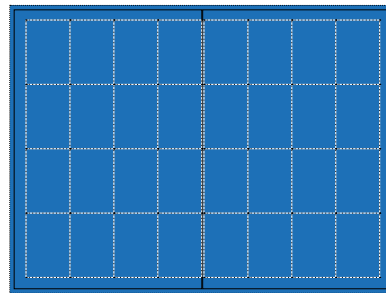
## Drucktechnisches

**Digitaldaten** Druckfähiges PDF. Bei PDF- und EPS-Daten müssen sämtliche Schriften eingebettet und die Datei muss mit Druckauflösung 300 dpi und Original-Bilddaten geschrieben sein.

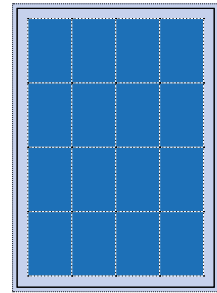
**Druckunterlagen** Druckfähiges PDF per E-Mail an: [zeitlupe@fachmedien.ch](mailto:zeitlupe@fachmedien.ch). Eventuell anfallende Kosten für Druckunterlagen-Herstellung werden separat nach Aufwand verrechnet.

**Druck** Rollenoffset **Raster** 60er

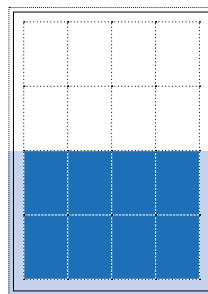
**Papier** Umschlag: 115 g, halbmatt gestrichen, holzfrei  
Inhalt: 60g, matt gestrichen 1.1 Volumen, holzhaltig



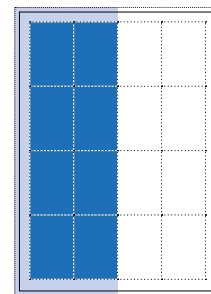
**Panoramaseite**  
420 × 297 mm ra



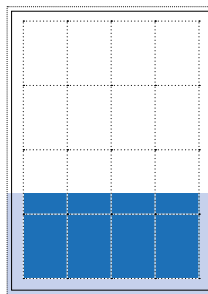
**1/1 Seite**  
177 × 264 mm Ssp  
210 × 297 mm ra



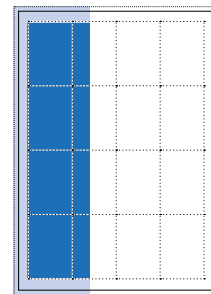
**1/2 Seite quer**  
177 × 129 mm Ssp  
210 × 145.5 mm ra



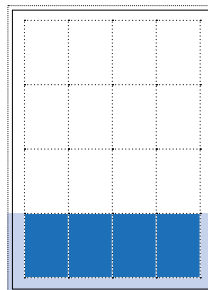
**1/2 Seite hoch**  
85 × 264 mm Ssp  
102.5 × 297 mm ra



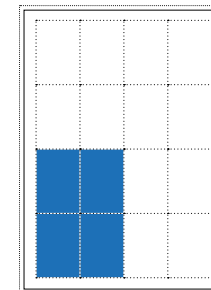
**1/3 Seite quer**  
177 × 86 mm Ssp  
210 × 102.5 mm ra



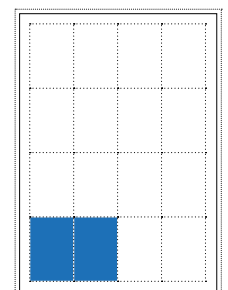
**1/3 Seite hoch**  
51 × 264 mm Ssp  
67.5 × 297 mm ra



**1/4 Seite quer**  
177 × 64 mm Ssp  
210 × 80.5 mm ra



**1/4 Seite hoch**  
85 × 129 mm Ssp



**1/8 Seite quer**  
85 × 61 mm Ssp

Ssp = Satzspiegel

ra = randabfallend plus 3 mm Beschnitt. **Text und relevante Bildinhalte mit min. 8 mm Abstand zum Bund platzieren.**

[Zurück zur Übersicht](#)

# Beilagen / Beihefter / Sonderwerbeformen

Anzuliefernde Auflage 50 000 Exemplare

## Beilagen

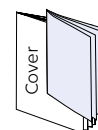
lose eingesteckt  
oder aufgelegt

Format max.<sup>1</sup> 210 × 297 mm

	pro 1000 Ex.			Verrechnete	Preis <sup>2</sup>
	Werbewert	Tech. Kosten	Total	Auflage	
bis 25 g	140.–	13.–	153.–	50 000	7 650.–
bis 50 g	160.–	13.–	173.–	50 000	8 650.–



lose Beilage  
eingesteckt



lose Beilage  
aufgelegt

## Beihefter

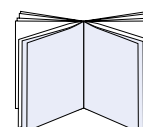
Heftmitte

Format max.<sup>1</sup> 210 × 297 mm

bis 25 g	135.–	15.–	150.–	50 000	7 500.–
bis 50 g	150.–	15.–	165.–	50 000	8 250.–

Kopfbeschnitt: 4 mm / Fuss- und Frontbeschnitt: max. 5 mm

Fräsrand im Bund: 3 mm



Beihefter  
Heftmitte

Umhefter

gefalzt: 9 cm (vorne), 21 cm (hinten) × 29.7 cm

auf Anfrage

Gatefolder

gefalzt 21 cm × 29.7 cm

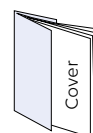
auf Anfrage

<sup>1</sup>randabfallend plus 3 mm Beschnitt

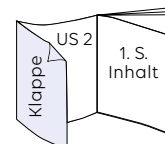
<sup>2</sup>zuzüglich Postaltaxen

Weitere Spezialformate auf Anfrage

Beilagen / Beihefter über 50 g auf Anfrage



Umhefter



Gatefolder

## Frankenrabatte

6 000.–	2.5%
12 000.–	5%
20 000.–	7.5%
27 000.–	10%
34 000.–	12.5%
40 000.–	15%
47 000.–	17.5%
50 000.–	20%

Anzeigen und Beihefter / Beilagen kumulierbar

## Postaltaxen\* pro 1000 Ex.

bis 25 g	14.–
bis 50 g	28.–
bis 75 g	42.–

\*Preisänderungen vorbehalten

## Konditionen

Beraterkommission 5%

Wiederholungsrabatte auf [Seite 5](#)

Beilagenanlieferung gemäss Terminplan Seite 3

Lieferadresse AVD Goldach AG, Sulzstrasse 10-12, 9403 Goldach

Preise in CHF zuzüglich MWST.

Für sämtliche Werbeaufträge gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen auf [www.fachmedien.ch](http://www.fachmedien.ch).

[Zurück zur Übersicht](#)

# Zusätzliche Werbiformen – Publireportage

Die Publireportage ist eine Anzeige mit mindestens 50% Textanteil und als Publireportage gekennzeichnet. Der Verlag gibt den Rahmen für die Gestaltung der Reportage vor. Diese muss sich klar vom redaktionellen Teil der Zeitschrift abheben (andere Schrift, andere Spaltenanzahl /-breiten).

## Publireportage

Umfang	1/1 Seite	1/2 Seite
Satzspiegel	max. 177 × 264 mm	max. 177 × 129 mm
Preis	7 500.–	3 800.–

**Ansprache** Die LeserInnen der Zeitlupe dürfen nicht direkt angesprochen werden. Also z.B. NICHT «Spezialangebote für Zeitlupe-Leserinnen und Leser». Eine neutrale Formulierung wie «Spezialangebot» ohne Nennung von Zeitlupe ist dagegen erlaubt.

**Gestaltung**

- Textanteil mind. 50%
- Andere Spaltenzahl als 3
- Andere Schriften als die in der Zeitlupe verwendeten (Verdigris, Whitney, The Seasons)
- Die Publireportage muss mit einem leichten Hintergrund gestaltet sein (z. B. leicht getönt oder mit einem dezenten Farbverlauf), um sie klar vom redaktionellen Teil abzuheben.

**Branding** Publireportagen müssen als solche gekennzeichnet sein, also mit dem Vermerk «PUBLIREPORTAGE»

**Anlieferung** Publireportagen müssen druckfertig angeliefert werden. (Produktion kann gegen Verrechnung übernommen werden)



«Eure Arbeit überzeugt mich, deshalb habe ich euch in meinem Testament bedacht.»

Barbara Steiner, Jahrgang 1967, aus Ittigen erzählt, warum sie SOS-Kinderdorf Schweiz in ihrem Testament berücksichtigt hat.

Auf die Frage nach der Bedeutung von Familie hat Barbara Steiner eine klare Antwort parat: «Familie bedeutet, dass man es auch liebt. Entscheidend ist nicht die Blutsverwandtschaft, sondern dass man füreinander da ist, auch in schlechten Zeiten.» Bei unserem Treffen berichtet sie uns, was sie dazu bewegt hat, SOS-Kinderdorf in ihrem Testament zu bedenken: sich habe SOS-Kinderdorf durch einen Vortrag kennengelernt, der mich fasziniert hat. Danach habe ich mich mehr und mehr mit eurer Arbeit auseinandergesetzt. Was ich gelesen habe, hat mich überzeugt.»

Barbara begann ihre Karriere in der Welt der Zahlen und baute später als Leiterin ein Personalvermittlungsbüro auf. Nach diversen Ausbildungen im Coaching entstand der Wunsch nach Selbstständigkeit. Seit über 20 Jahren leitet sie erfolgreich ihre eigene Coaching-Agentur in Bern. «Mein Ziel ist es, anderen Menschen zu unterstützen.» Neben Schwimmen, Wandern und Malen begeistert sie das Reisen. Besonders in Erinnerung sind ihr die zahlreichen Trips nach Asien. «Die vielen schützenden Kinder auf der Strasse haben mich stark betroffen gemacht und lange beschäftigt.» Diese Erfahrungen sensibilisierten Barbara für die Notwendigkeit, dass benachteiligte Kinder überall auf der Welt Liebe und Fürsorge erfahren. «Ihr macht einen grossartigen Job. Einer der Grundsätze eurer Organisation ist für mich entscheidend: Jedes Kind soll beliebt, geliebt und in Sicherheit aufwachsen und SOS-Kinderdorf schafft dafür die notwendigen Strukturen.» Dieser Grundgedanke überzeigte Barbara Steiner, SOS-Kinderdorf im Testament zu bedenken.

Mit Blick auf die Zukunft wünscht sich Barbara, dass die Kinder der nächsten Generation in diesen schwierigen Zeiten Ruhe und Schutz finden, um die Stärke für kommende Herausforderungen zu entwickeln. Mit ihrer testamentarischen Berücksichtigung von SOS-Kinderdorf trägt sie dazu einen wichtigen Teil bei.

SOS-Kinderdorf gibt in über 135 Ländern Kindern in Not ein liebevolles Zuhause und zirkelt gefährdete Familien. Sie möchten mehr über unsere Organisation erfahren oder sind daran interessiert, uns in ihrem Testament zu bedenken? Scannen Sie einfach den QR-Code.



## Beispiel 1/1 Seite



**Schloss Wildegg – das sprechende Schloss**

Nach auf dem Hügel thront das Schloss Wildegg umgeben von Ländereien, die sich mit grosser Eleganz der Erhaltung ihrer Natur und ihrer Schönheit widmen. Ein Besucher von Schloss Wildegg ist zudem der prächtige Baumgarten, in dem herrliche Rosen Strahlen und romantische Blüten unter Baumkronen zum Verweilen einladen. Das Schloss und die Gartenanlage können auf eigene Faust oder unter fachkundiger Führung besucht werden.

Hausen Angere, Schloss Wildegg, Hirschen  
www.schlosswildegg.ch

Ob im Trach im roten Sand, mit der Magie der Natur oder mit ihren Schlossern auf der Jagd. Auf Schloss Wildegg erleben Schlossbesucher einen besonderen Moment. In der Umgebung von Schloss Wildegg erleben Schlossbesucher einen besonderen Moment. In der Umgebung von Schloss Wildegg erleben Schlossbesucher einen besonderen Moment.

**Neu: Auf Entdeckungstour durch Wald und Natur**

Der neue Museumswald zeigt die Verbindung von Wald und Natur. Der neue Museumswald zeigt die Verbindung von Wald und Natur. Der neue Museumswald zeigt die Verbindung von Wald und Natur.

## Beispiel 1/2 Seite



**TGV LYRIA • PARTNER CONTENT**

**Einsteigen, zurücklehnen, ankommen**

TGV Lyria verbindet Schweizer Städte täglich mit 17 Hin- und Rückfahrten bei 300 km/h direkt und ohne Umsteigen mit Paris und Dijon.

**Sonderangebot**

Mit dem Code WY2525 erhalten Sie eine Ermässigung von 30 Prozent in der Première-klasse für ein Ticket auf ausgewählte Züge.

Das Sonderangebot kann von 1. bis einschließlich 30. September 2023 für Reisen zwischen dem 1. September und dem 30. Dezember 2023 genutzt werden. Buchen Sie bei connect.ch oder tgv.lyria.ch.

Erhalten Sie Informationen und Anleitungen zum Sonderangebot bei der QR-Code oder besuchen Sie [www.tgv.lyria.ch](https://www.tgv.lyria.ch)



Reisen Sie mit TGV Lyria von der Schweiz nach Frankreich.

Reisen Sie mit TGV Lyria von der Schweiz nach Frankreich.

Reisen Sie mit TGV Lyria von der Schweiz nach Frankreich.

## Partner Content – Print

Umfang	1/1 Seite   1/2 Seite
Anlieferung	Gestaltung und Textkreation durch die Zeitlupe (Bildmaterial angeliefert)
Preis	7 500.–   3 800.–
Produktion	zzgl. Produktionskosten von 1100.–   780.–
Crossmedial	Online-Weiterführung auf zeitlupe.ch und Newsletter-Teaser: plus 2 500.–

Wiederholungsrabatte auf [Seite 5](#)

## Beispiel 1/1 Seite

Preise in CHF zuzüglich MWST. Für sämtliche Werbeaufträge gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen auf [www.fachmedien.ch](http://www.fachmedien.ch).

[Zurück zur Übersicht](#)

# Zusätzliche Werbeformen – Leserangebote

## Leserangebot «Reisen»

- Keine Rekoreise.
- Text und Bild werden wie bei einer Publireportage vom Veranstalter geliefert.
- Ausschreibung über 2 Seiten.
- Es müssen Anzeigen im Wert von 2 Seiten (CHF 15 000.00) gebucht werden.
- Wann und in welcher Zeitlupe-Ausgabe resp. welche Werbeform gebucht wird, entscheidet der Veranstalter.
- Ziel und Inhalt der Leserreise werden vom Veranstalter zusammen mit unserer Verlagsleitung und der Chefredaktion bestimmt – diese müssen zielgruppengerecht sein.
- Der Preis der Leserreise sollte für 1 Person nicht über CHF 3 000.00 betragen.
- Teaser im Zeitlupe-Newsletter

## Crossmediales Leserangebot «Reisen»

- Keine Rekoreise.
- Text und Bild werden wie bei einer Publireportage vom Veranstalter geliefert.
- Der Reiseveranstalter verpflichtet sich, im Leserreise-Ausschreibungsjahr ein Werbevolumen im Wert von CHF 8 000.00 zu buchen.
- Wann und in welcher Zeitlupe-Ausgabe resp. welche Werbeform gebucht wird, entscheidet der Veranstalter.
- Ziel und Inhalt der Leserreise werden vom Veranstalter zusammen mit unserer Verlagsleitung und der Chefredaktion bestimmt – diese müssen zielgruppengerecht sein.
- Der Preis der Leserreise sollte für 1 Person nicht über CHF 3 000.00 betragen.

## Die Ausschreibung erfolgt in folgender Form:

- Print: Prominenter Anriss im Ressort «et cetera» der Zeitlupe.
- Online: Reisebericht und Programm werden während vier Wochen auf «Home», der Rubrik «Reisen», sowie auch im Zeitlupe-Newsletter angeteasert.
- Je nach Reise können zwei Reisedaten ausgeschrieben werden.

## leserangebot

### QiGong-Auszeit in St. Gallen

Kennen Sie das Gefühl, «nur noch zu funktionieren»? Lernen Sie mit QiGong, dem Alltagsstress nachhaltig entgegenzuwirken.

**QiGong-Übungen nähren den Körper und den Geist, verbessern die Konzentration und erhalten zudem die Jugendlichkeit und Schönheit. Nicht umsonst heisst die Übungsreihe «Rückkehr des Frühlings».**

Die regulierende Wirkung von QiGong auf das vegetative Nervensystem kann stressinduzierte körperliche Folgen, Spannungszustände und damit verbundene Beschwerden wie Schlafprobleme oder Verdauungsstörungen lindern. QiGong fördert sowohl Konzentrationsfähigkeit als auch Beweglichkeit – Regeneration für Körper, Geist und Seele.

Durch Praxis und Selbsterfahrung wird zudem die Selbstwahrnehmung – eine der Kernkompetenzen gesunden Stressmanagements – geschult und damit die individuelle Resilienz, Belastungen gesund bewältigen zu können, gefördert.

**Für wen ist die QiGong-Auszeit geeignet?**  
Die QiGong Auszeit richtet sich an Menschen jeden Alters, die dem Alltagsstress entgegenwirken und sich wohlwollend ihrer Gesundheit widmen möchten. Es sind keine Vorkenntnisse erforderlich.

Das einmalige Konzept der Oberwald vereint erstklassige 4 Stern Superior Hotellerie mit spezialisierter medizinischer Kompetenz, Umgeben von Natur und fernab der Alltags hektik kann man sich in der Oberwald voll und ganz auf Erholung konzentrieren. Die Oberwald hat sich zum Ziel gesetzt, einen Ort der Gesundheitskultur zu schaffen, der über das Behandeln von Krankheit hinaus zum Handeln für die eigene Gesundheit einlädt und Impulse setzt. Gesundheit zu bewahren und Belastungen gesund zu bewältigen.

Stilvolles Ambiente, modernes Design und zeitgemässе Kunst schaffen

den Rahmen für Entspannung und nachhaltigen Stressabbau. In einem harmonischen Arrangement aus exklusivem Spa, kulinarischer Freude und faszinierendem Naturpanorama lassen Sie den Alltag hinter sich.

**Wirkungsebenen von QiGong**  
■ Regulation der Stressreaktion  
■ Aktivierung der Lebensenergie  
■ Förderung von Flexibilität & Gesundheit  
■ Verbesserung der Selbstwahrnehmung  
■ Stärken der Konzentrationsfähigkeit  
■ Weiterentwicklung der Persönlichkeit  
■ Vegetative Regeneration & Vermindern von Anspannung  
■ Erfahren von innerer Ruhe  
■ Wohlbefinden & Beweglichkeit

**Die QiGong-Auszeit beinhaltet:**  
■ QiGong-Workshop  
■ Willkommens-Apéro  
■ Drei Übernachtungen in einem Superior-Zimmer  
■ Vollpension  
■ Frische Früchte auf dem Zimmer  
■ Freier Zugang zum Tau-Spa & Gym sowie Hallenbad  
■ Eine 25-minütige klassische Körpermassage

**Termin**  
■ Donnerstag, 29. Mai bis Sonntag, 1. Juni 2025 (Aufahrtswochenende)  
■ Freitag, 22. bis Montag, 25. August 2025

**Kosten**  
■ CHF 1485.- EZ / CHF 2460.- DZ

**Detailed information/Buchung**  
Oberwald – Das Hotel, Die Klinik, Rorschacher Strasse 311 9016 St. Gallen  
Telefon 071 282 00 00

Anmeldung auch via QR-Code oder unter reservation@oberwald.ch  
www.oberwald.ch/hotel/  
das-besondere/qigong-auszeit,  
oberwald.ch



Beispiel Leserangebot

## Klassisches Leserangebot (Produkte)

- Der Werbepartner verpflichtet sich, im Leserangebot-Ausschreibungsjahr klassische Anzeigen-Werbung im Umfang von 1 Seite im Wert von CHF 7 500.00 zu buchen.
- Der Werbepartner schlägt einen Artikel aus seinem Sortiment vor, den das Zeitlupe-Team vorab testen kann.
- Der Werbepartner bespricht mit Verlagsleitung und Chefredaktion das Angebot bzw. das Pricing sowie die Platzierung des Angebotes (im Heft, oder in einem Special).
- Teaser im Zeitlupe-Newsletter

Preise in CHF zuzüglich MWST.

Für sämtliche Werbeaufträge gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen auf [www.fachmedien.ch](http://www.fachmedien.ch).

[Zurück zur Übersicht](#)

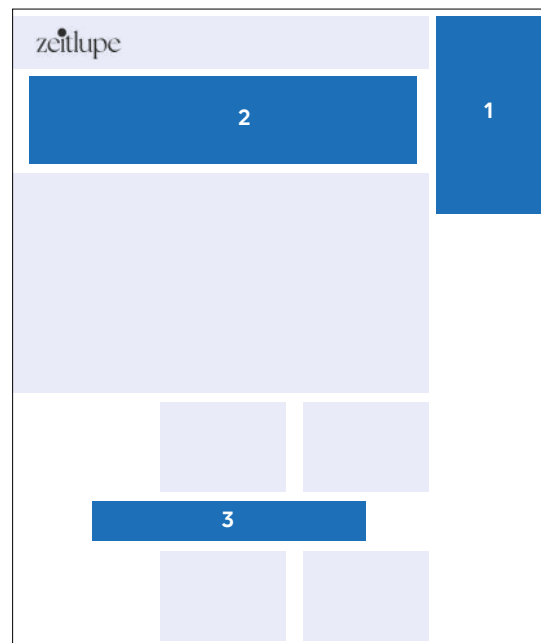
# Online-Angebot – zeitlupe.ch

Für Menschen mit Lebenserfahrung stehen auch auf zeitlupe.ch wertvolle Informationen bereit: Vor der Paywall locken anregende Lesestoffe – darunter attraktive Partnerangebote, wo Unternehmen ihre Angebote präsentieren können. Eingeloggte Zeitlupe-Abonnentinnen und -Abonnenten finden auf zeitlupe.ch zudem alle seit 2019 erschienenen Print-Artikel. Und sie können sich auf dem beliebten und moderierten «Treffpunkt» austauschen und neue Freundschaften schliessen.

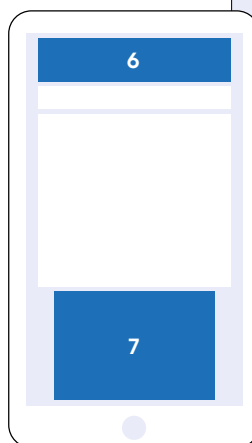
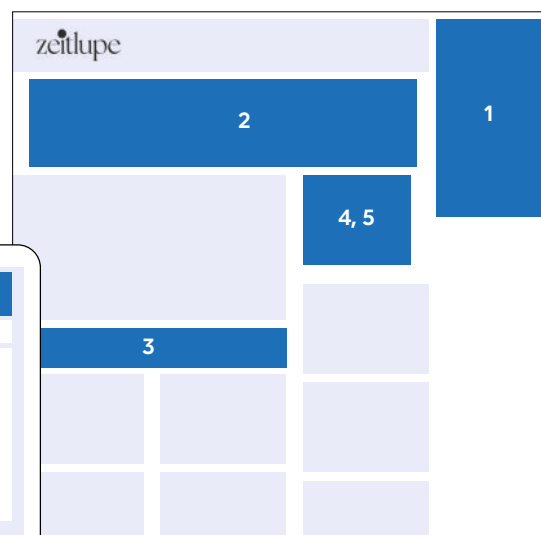
Werbeform	Format in Pixel	Platzierung	Preis 1 Monat
1 Halfpage Ad sticky	300 × 600 px	Run of Site	1250.–
2 Wideboard on top	994 × 250 px	Run of Site	1200.–
3 Leaderboard im Content	728 × 90 px		800.–
4 Medium Rectangle	300 × 250 px		750.–
5 Rätsel Rectangle	300 × 250 px	Rätsel	750.–

Werbeform	Format in Pixel	Preis 1 Monat
6 Mobile Leaderboard	320 × 50	1250.–
7 Mobile Medium Rectangle	300 × 250	500.–

Home



Rubriken



## Technische Daten

- Dateigrösse** max. 200 kB
- Dateiformate** HTML5, gif, jpg, 3rd party tag
- HTML5** bitte [Spezifikationen](#) auf unserer Website beachten
- Link** immer separat schicken
- Anzahl** max. 3 Banner rotierend
- Laufzeiten** monatlich
- Anlieferung** 5 Werktage vor Kampagnenstart
- Wiederholungsrabatte** auf [Seite 5](#)

Alle Preise in CHF zuzüglich MWST. Für sämtliche Werbeaufträge gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen auf [www.fachmedien.ch](http://www.fachmedien.ch).

## Besucherzahlen

Page views	314 938
Visits	90 812
Unique visitors	41 581

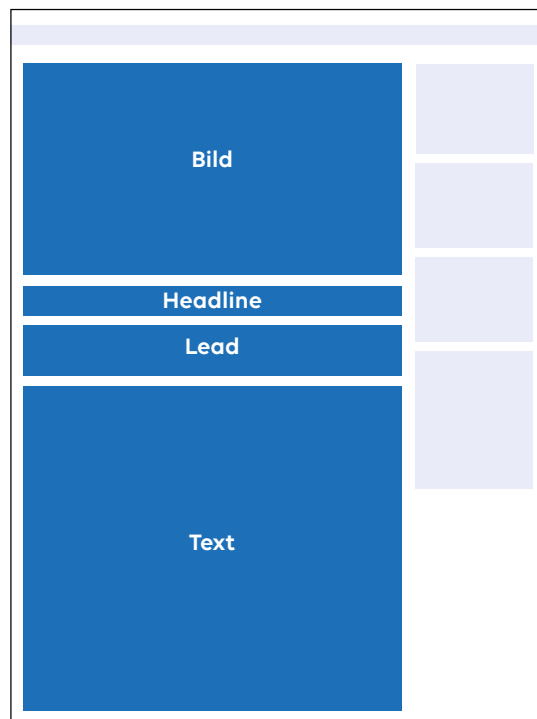
Ø pro Monat, Jan - Aug 2025

[Zurück zur Übersicht](#)

# Advertorial auf zeitlupe.ch

Advertorials sind Textbeiträge von Werbekunden auf der Website zeitlupe.ch. Der Text informiert die Leserschaft über das Kernthema oder die Angebote des Werbekunden.

Werbeform	Preis
	1 Monat
<b>Advertorial</b>	<b>1900.–</b>
<b>Teaser</b>	260 Zeichen inkl. Leerzeichen Im Teaser darf kein Logo verwendet werden.
<b>Header</b>	3 000 Zeichen inkl. Leerzeichen (Richtwert), zwingend mit Bild und Logo
<b>Bild</b>	1 Bild, 836 × 351 Pixel, 72 dpi plus 1 Logo Gleiches Bild im Teaser und im Header
<b>Link</b>	Ziel-URL angeben, mit Dofollow-Link
<b>Laufzeit</b>	2 Wochen sichtbar auf der Startseite 6 Wochen total auf zeitlupe.ch
<b>Im Newsletter</b>	Die Online-Publireportage wird auch im Zeitlupe-Newsletter gepostet und hat somit eine zusätzliche Reichweite.
<b>Branding</b>	Jeder Artikel wird als «PUBLIREPORTAGE» gekennzeichnet und am Ende des Artikels steht «Dieser Beitrag wurde von [Firma XY] erstellt», also mit Kopf- und Fussnote.
<b>Ansprache</b>	Die LeserInnen der Zeitlupe dürfen nicht direkt angesprochen werden. Also z.B. NICHT «Spezialangebote für Zeitlupe-Leserinnen und Leser». Eine neutrale Formulierung wie «Spezialangebot» ohne Nennung von Zeitlupe ist dagegen erlaubt.
<b>Anlieferung</b>	Spätestens 5 Arbeitstage vor Erscheinung



## Partner Content auf zeitlupe.ch

Ihre Botschaft – natürlich in das redaktionelle Umfeld eingebunden. Durch unsere Partner-Contents entstehen native Werbeumfelder, die eine Marke, ein Produkt oder eine Dienstleistung harmonisch in unsere Online-Plattform zeitlupe.ch integrieren.

Unser Anspruch: erstklassiger Content, der unsere Leserschaft begeistert und Vertrauen in Marken schafft – ob im Print oder Digital. Printangebot siehe Seite 7

Werbeform	Preis
<b>Partner Content Digital</b>	<b>2 500.–</b>
<b>Produktion</b>	zzgl. Produktionskosten von 1 100.–
<b>Umfang</b>	Online-Advertorial und Newsletter-Teaser
<b>Gestaltung und Text</b>	wird von der Zeitlupe erstellt
<b>Bilder und Logo</b>	durch Kunde angeliefert
<b>Link</b>	Ziel-URL angeben, mit Dofollow-Link
<b>Laufzeit</b>	4 Wochen sichtbar auf der Startseite 6 Wochen total auf zeitlupe.ch

Wiederholungsrabatte auf [Seite 5](#)

Alle Preise in CHF zuzüglich MWST. Für sämtliche Werbeaufträge gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen auf [www.fachmedien.ch](http://www.fachmedien.ch).



PARTNER CONTENT

REISEN & NATUR

**Einsteigen, zurücklehnen, ankommen**

TGV Lyria verbindet mehrere Schweizer Städte täglich mit 17 Hin- und Rückfahrten bei 300 km/h direkt und ohne Umsteigen mit Paris und Dijon.

→ [Artikel lesen](#)

[Zurück zur Übersicht](#)

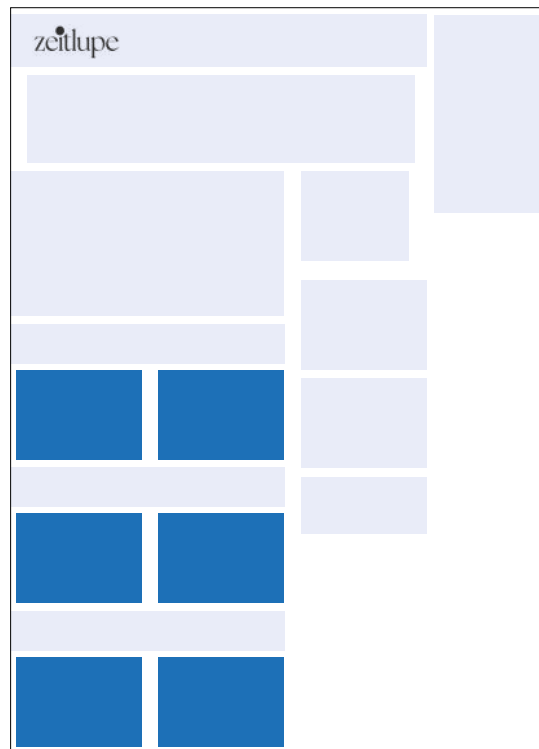
# Partner-Angebote auf zeitlupe.ch

In den Zeitlupe Partner-Angeboten auf zeitlupe.ch können Partnerfirmen unter den Rubriken Dienstleistungen, Ferien/Ausflüge, Freizeit/Kurse, Fundraising, Gesundheit/Wohlbefinden, Sicherheit/Altershilfsmittel sowie Wohnen Ihre attraktiven Angebote und Dienstleistungen für die spannende Zielgruppe 55+ vorstellen.

## Rubrik Partner-Angebote

Werbeform	Preis pro Jahr
<b>Standard-Eintrag</b>	<b>550.-</b>
Firmenname, E-Mail, Tel, Adresse, Website, Kurzbeschreibung für Übersicht, Promo-Text (500 Zeichen)	
<b>Premium-Eintrag</b>	<b>1300.-</b>
Firmenname, E-Mail, Tel, Adresse, Website, Kurzbeschreibung für Übersicht, Promo-Text (800 Zeichen), Logo, Bildergalerie (max. 7), Hervorhebung in der Übersicht, Dofollow-Link, Teaser im Zeitlupe-Newsletter	
<b>Premium Plus-Eintrag</b>	<b>1850.-</b>
Firmenname, E-Mail, Tel, Adresse, Website, Kurzbeschreibung für Übersicht, Promo-Text (800 Zeichen), Logo, Bildergalerie (max. 7), Facebook-URL, Twitter-URL, Instagram-URL, Hervorhebung in der Übersicht, Dofollow-Link, Teaser im Zeitlupe-Newsletter	

<b>Bilder</b>	png, jpg
<b>Anlieferung</b>	5 Arbeitstage vor Erscheinung
<b>Weitere Spezifikationen</b>	auf Anfrage
<b>Wiederholungsrabatte</b>	auf <a href="#">Seite 5</a>



Pro Natura

Für mehr Natur - überall! Was sich Pro Natura als Ziel für die Zukunft setzt, hat eine lange Tradition. Heute betreuen wir rund 700 Naturschutzgebiete und mehrere Naturschutzzentren in der ganzen Schweiz und erhalten damit den Lebensraum der heimischen Tier- und Pflanzenwelt.

Unterstützen Sie mit Pro Natura, was Ihnen wertvoll und wichtig ist - mit einer Spende oder einem persönlichen Vermächtnis. Informieren Sie sich auf unserer Website über Ihre Möglichkeiten.

Heute schon für morgen sorgen - aus Liebe zur Natur.

**Kontakt**  
 +41 (0)61 317 91 91  
[mailbox@pronatura.ch](mailto:mailbox@pronatura.ch)  
<https://pronatura.ch>

**Standort**  
Pro Natura, Dornacherstrasse 192, 4018 Basel

Beispiel Premium-Eintrag

Alle Preise in CHF zuzüglich MWST. Für sämtliche Werbeaufträge gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen auf [www.fachmedien.ch](http://www.fachmedien.ch).

[Zurück zur Übersicht](#)

# Newsletter Zeitlupe

Die Zeitlupe versendet wöchentlich einen informativen Newsletter an über 15'600 Empfängerinnen und Empfänger. Die Redaktion pickt dafür aus dem reichen Online-Fundus jeweils die besten Reportagen, Reise- und Kulturtipps, Ratgeber, Quizzes und Rezepte heraus. Oft gibt es daneben Verlosungen mit tollen Preisen.

Newsletter Zeitlupe Werbeform	Format	Preis/ Versand
1 Grosser Banner	840 × 270 px	1000.–
2 Kleiner Banner	840 × 105 px	500.–
3 Text-Bild Content 1		750.–
4 Text-Bild Content 2		650.–
Titel	max. 40 Zeichen inkl. Leerzeichen	
Lauftext	max. 200 Zeichen inkl. Leerzeichen	
Bild	1 Bild, jpg, 800 × 800 px	
Link	ca. 30 Zeichen	

## Erscheinung

wöchentlich, mittwochs

**Spezial-Newsletter** siehe Seite 13

# Rätsel-Newsletter

Neben dem allgemeinen Newsletter gibt es ebenfalls einmal in der Woche den Rätsel-Newsletter mit den beliebtesten Räselformaten (Schwedenrätsel, Binox etc.) und Verlosungen. Er geht ebenfalls an gut 15'600 Empfängerinnen und Empfänger.

Rätsel-Newsletter Werbeform	Format	Preis/ Versand
1 Grosser Banner	840 × 270 px	1000.–
3 Text-Bild Content		750.–
Titel	max. 40 Zeichen inkl. Leerzeichen	
Lauftext	max. 200 Zeichen inkl. Leerzeichen	
Bild	1 Bild, jpg, 800 × 800 px	
Link	ca. 30 Zeichen	

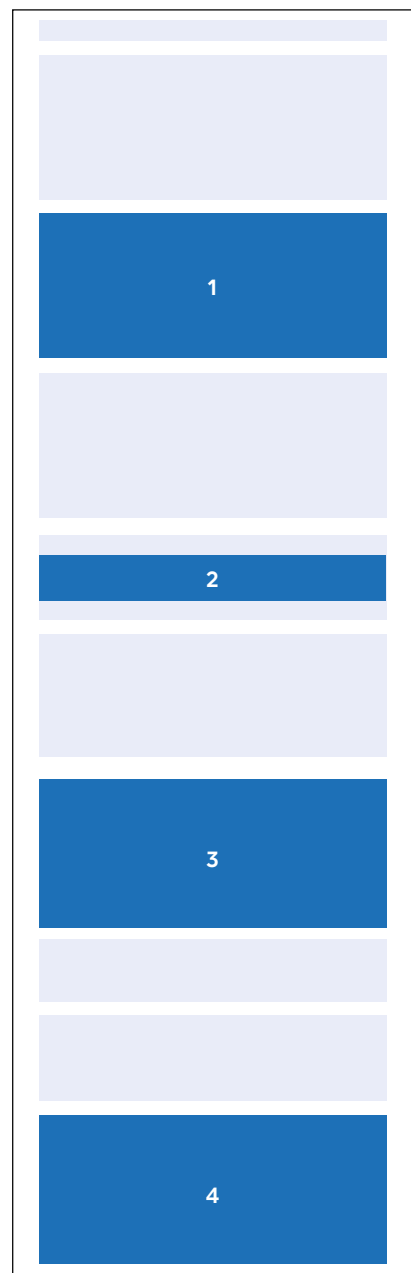
## Erscheinung

wöchentlich, samstags

## Technische Daten

<b>Dateigrösse</b>	max. 150 kB
<b>Datenanlieferung</b>	per E-Mail an: zeitlupe@fachmedien.ch
<b>Wiederholungsrabatte</b>	auf <a href="#">Seite 5</a>

Alle Preise in CHF zuzüglich MWST. Für sämtliche Werbeaufträge gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen auf [www.fachmedien.ch](http://www.fachmedien.ch).



## Empfänger Zeitlupe-Newsletter

Newsletter-Abonnenten	15 600
Ø Öffnungsrate	50%

## Empfänger Rätsel-Newsletter

Newsletter-Abonnenten	15 600
Ø Öffnungsrate	50%

[Zurück zur Übersicht](#)

# Spezial-Newsletter

## Absender des Newsletters

Es wird die gleiche Absenderadresse verwendet wie beim redaktionellen Newsletter. Eine individuelle Absenderadresse ist aus SPAM-Gründen ein zu hohes Risiko.

## Kennzeichnung des Newsletters als Anzeige

«Gast-Newsletter in der Zeitlupe, Monat/Jahr» gefolgt von der Kunden-URL. Rechts davon wird der Vermerk «Anzeige» platziert. Im Footer steht: «Dies ist eine bezahlte Anzeige von Firma XY.»

Der Spezial-Newsletter geht an über **15 600 Empfängerinnen und Empfänger** und sichert Ihnen höchste Aufmerksamkeit durch 100%-ige Exklusivität bei der Verbreitung Ihrer Werbebotschaft.

## Spezifikationen Spezial-Newsletter

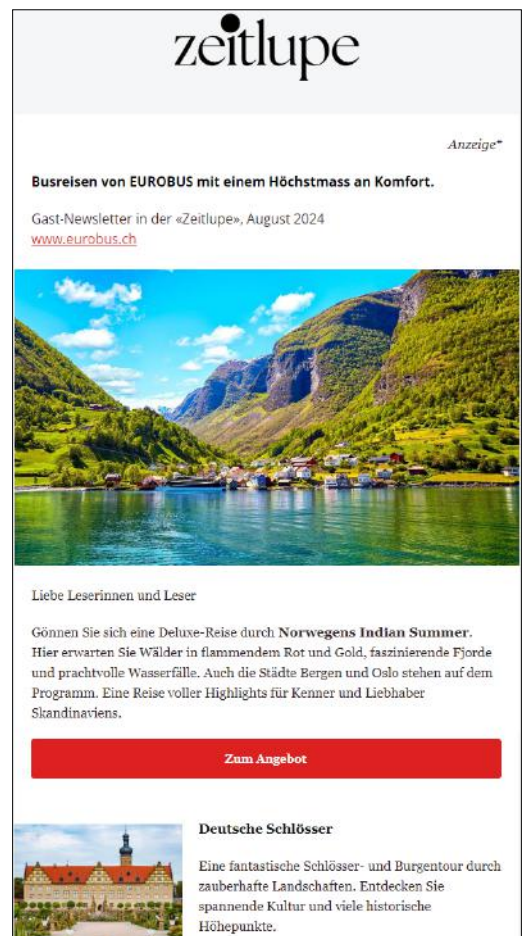
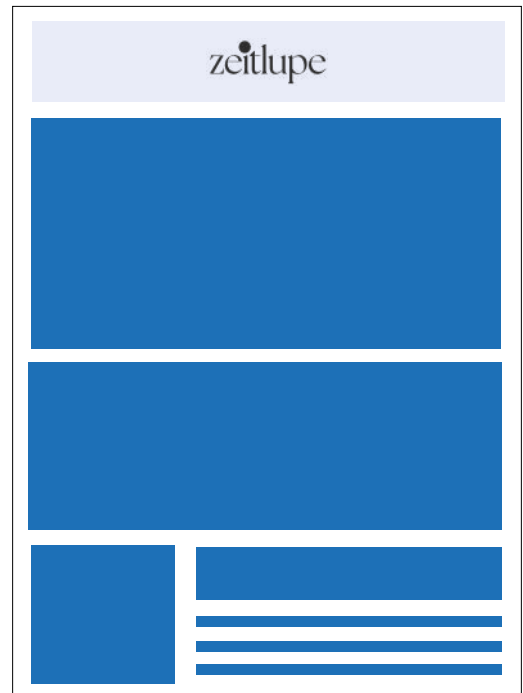
- Die Links führen direkt auf die Seite des Partners zu den hinterlegten Angeboten.
- Maximal 6 Angebote (1. Angebot ca. 300 Zeichen / 2. bis 6. Angebot je ca. 150 Zeichen)
- Bildgrößen Hauptangebot: 850x500 px
- Bildgrößen andere Angebote: 850x850 px
- Betreffzeile angeben
- Vorlaufzeit: 5 Arbeitstage

## Preis

Spezial-Newsletter pro Versand	3250.–
inkl. Erstellung Newsletter, einen Korrekturlauf, Versand, Statistik	

## Versand

wöchentlich, dienstags oder donnerstags



Beispiel Spezial-Newsletter

Alle Preise in CHF zuzüglich MWST. Für sämtliche Werbeaufträge gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen auf [www.fachmedien.ch](http://www.fachmedien.ch).

[Zurück zur Übersicht](#)

# Kontakt

**Leitung Medienberatung**

Verena Tschopp  
T +41 44 928 56 54  
verena.tschopp@fachmedien.ch

**Chefredaktor**

Franz Ermel  
T +41 62 508 79 50  
franz.ermel@zeitlupe.ch

**Sachbearbeitung**

Josta Heller  
T +41 44 928 56 10  
zeitlupe@fachmedien.ch

**FACHMEDIEN - Zürichsee Werbe AG**

Tiefenastrasse 2, CH-8640 Rapperswil-Jona  
Telefon +41 44 928 56 11, E-Mail: zeitlupe@fachmedien.ch  
www.fachmedien.ch

Wir sichern Ihnen  
die besten Werbeplätze.

