

# MEDIADATEN 2026

Print & Online | Gültig ab 1. Januar 2026

zeitlupe

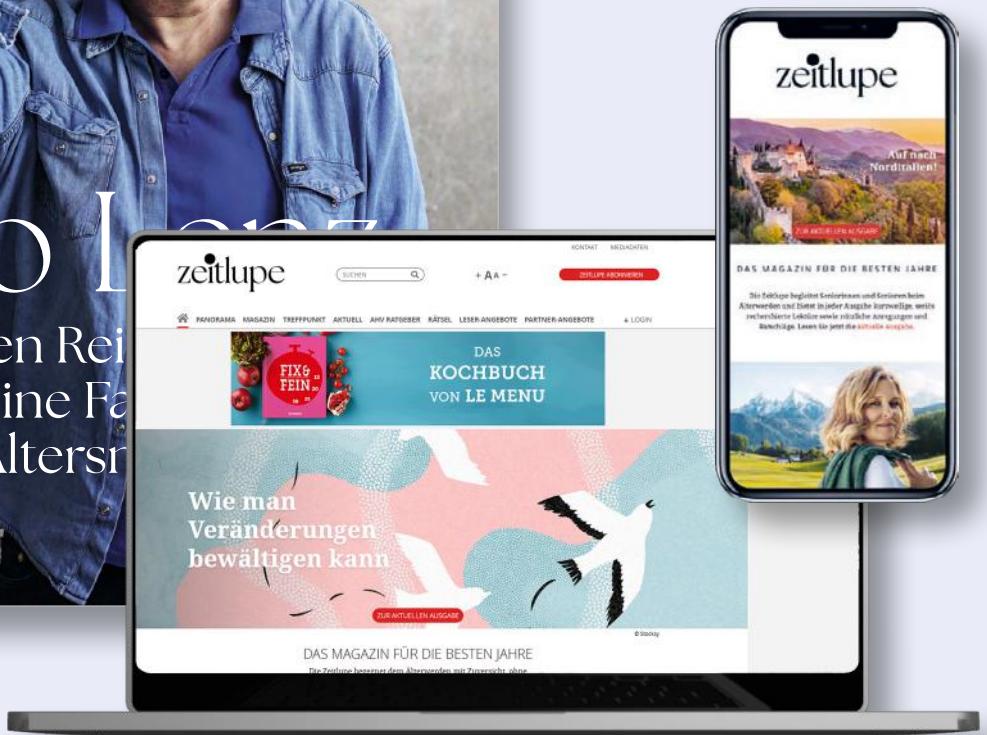
**Zeitlupe** – Das Magazin für die besten Jahre



[www.zeitlupe.ch](http://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 / Sonderwerbeformen</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 Älterwerden 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>Aggro-Hauptkern</b>	59	51.8	53.1	102
<b>Aggro-Nebenkern und -Gürtel</b>	32	28.7	28.7	100
<b>Ausserhalb Agglomeration</b>	20	19.5	18.2	94

Quellen: MACH Basic 2025-2

**ZEITSPIEGEL • KARTENSETS**

## Sensible Themen, klare Antworten

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

Text: Ulrich Volpertweiler - Foto: Anne Gabler (2025)

»Die Beschäftigung mit dem Tod ordnet, sagt Selina Fässler, einen wichtigen Platz in ihrem Leben ein. Und dieses Wissen habe sie verändert: «Ich will darüber sprechen, was ich weiß. Ich kann mir nicht vorstellen, mit Freunden darüber zu sprechen, ohne dass sie mir Fragen stellen. Ich kann mir nicht vorstellen, dass wir mehrere fünf Jahre Arbeit an einer Karte haben und dann darüber sprechen, ohne dass sie mich fragen: «Was ist das?»«

PERSONALIA: Selina Fässler (geboren 1988) studierte Design und Kommunikationsdesign an der Hochschule für Gestaltung in Zürich. Sie arbeitet als Designerin und Künstlerin. Sie lebt in Zürich. Foto: Barbara Kälin

»Meine Karten sollen ein Türoffner für Gespräche sein.«

www.selinafaessler.ch

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

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

[Zurück zur Übersicht](#)

# Anzeigen – Formate & Preise

**Heftformat** 210 × 297 mm  
**Satzspiegel** 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.-

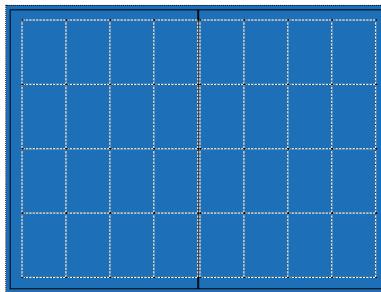
## Annoncen bei den Kleinanzeigen

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

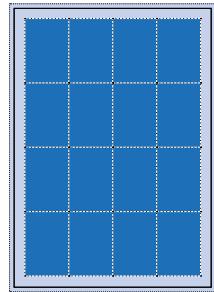
Minimalformat: 1 Spalte (56 mm) × 20 mm Höhe

Preis = Anzahl Höhen-Millimeter × mm-Tarif



**Panoramaseite**

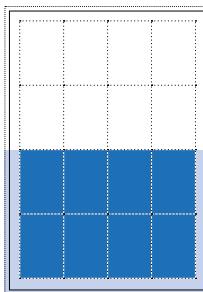
420 × 297 mm ra



**1/1 Seite**

177 × 264 mm Ssp

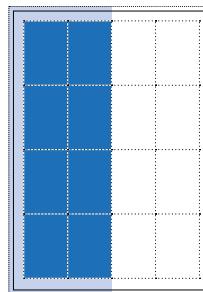
210 × 297 mm ra



**1/2 Seite quer**

177 × 129 mm Ssp

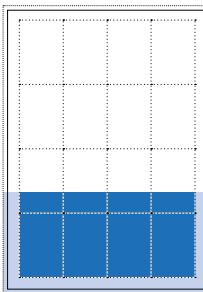
210 × 145.5 mm ra



**1/2 Seite hoch**

85 × 264 mm Ssp

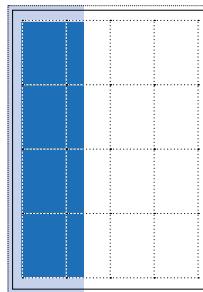
102.5 × 297 mm ra



**1/3 Seite quer**

177 × 86 mm Ssp

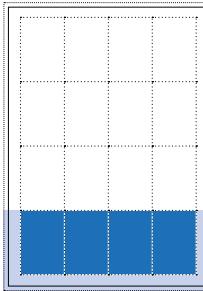
210 × 102.5 mm ra



**1/3 Seite hoch**

51 × 264 mm Ssp

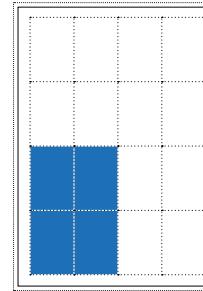
67.5 × 297 mm ra



**1/4 Seite quer**

177 × 64 mm Ssp

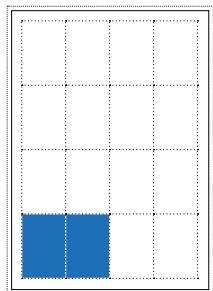
210 × 80.5 mm ra



**1/4 Seite hoch**

85 × 129 mm Ssp

102.5 × 145.5 mm ra



**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

Format max.<sup>1</sup> 210 × 297 mm

### lose eingesteckt

### oder aufgelegt

bis 25 g

bis 50 g

pro 1000 Ex.

Werbewert Tech. Kosten Total

Verrechnete Auflage

Preis<sup>2</sup>

140.-

13.-

153.-

50 000

7 650.-

160.-

13.-

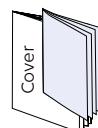
173.-

50 000

8 650.-



lose Beilage  
eingesteckt



lose Beilage  
aufgelegt

## Beihefter

### Heftmitte

Format max.<sup>1</sup> 210 × 297 mm

bis 25 g

bis 50 g

135.-

15.-

150.-

50 000

7 500.-

150.-

15.-

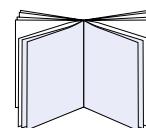
165.-

50 000

8 250.-

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

Fräsrand im Bund: 3 mm



Beihefter  
Heftmitte

### Umhefter

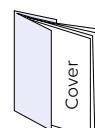
gefalzt: 9 cm (vorne), 21 cm (hinten) × 29.7 cm

auf Anfrage

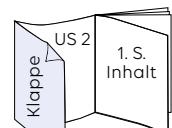
### Gatefolder

gefalzt 21 cm × 29.7 cm

auf Anfrage



Umhefter



Gatefolder

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

<sup>2</sup>zuzüglich Postaltaxen

## Weitere Spezialformate auf Anfrage

## Beilagen / Beihefter über 50 g auf Anfrage

## 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 Werbeformen – 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

<b>Umfang</b>	1/1 Seite	1/2 Seite
<b>Satzspiegel</b>	max. 177 x 264 mm	max. 177 x 129 mm
<b>Preis</b>	7500.–	3800.–
<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>Gestaltung</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>Textanteil mind. 50%</li><li>Andere Spaltenzahl als 3</li><li>Andere Schriften als die in der Zeitlupe verwendeten (Verdigris, Whitney, The Seasons)</li><li>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.</li></ul>	
<b>Branding</b>	Publireportagen müssen als solche gekennzeichnet sein, also mit dem Vermerk «PUBLIREPORTAGE»	
<b>Anlieferung</b>	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 liebt.» Besonders ist sie über die Bildungsarbeit des SOS-Kinderdorf schaft darüber informiert, dass man für anderen ist, auch in schlechten Zeiten. Bei unserem Gespräch berichtet uns, was sie dazu bewegt hat, SOS-Kinderdorf in ihrem Testament zu bedenken: «Ich habe SOS-Kinderdorf durch einen Vortrag kennengelernt, der mich fasziniert hat. Danach habe ich mich mehr und mehr mit dem Thema beschäftigt und mich darüber informiert, was SOS-Kinderdorf für die Kinder tut. Was ich gesehen habe, hat mich überzeugt.»

Barbara begann ihre Karriere in der Welt der Zahlen und baute später als Lehrerin ein Personalvermittlungsbüro auf. Nach diversen Auslandsaufenthalten im Coaching entstand der Wunsch nach Selbstverwirklichung. Nach 20 Jahren leitet sie erfolgreich ihre eigene Coaching-Agentur in Bern. «Mein Ziel ist es, andere Menschen zu unterstützen.» Neben Sachen für die eigene Wohnung beschreibt sie das Reisen. Besonders in Erinnerung sind ihr die zahlreichen Trips nach Asien. «Die vielen schutzlosen Kinder auf der Straße haben mich stark betroffen gemacht und lange beschäftigt.» Diese Erfahrungen sensibilisierten Barbara Steiner darüber auf die Welt Lücken und Fürsorge erfahren, aber macht einen grossartigen Job. Einer der Grundsatze einer Organisation ist für mich entscheidend: «Jedes Kind hat das Recht auf eine gute Erziehung und wachsen und SOS-Kinderdorf schafft dafür die notwendigen Strukturen. Dieser Grundgedanke überzeugte Barbara Steiner, SOS-Kinderdorf im Testament zu bedenken.»

Mit Blick auf die Zukunft hofft Barbara Steiner, 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 Erwähnung bringt sie dazu einen wichtigen Teil bei.

SOS-Kinderdorf ist über 135 Ländern Kinder in Not und Kinder in Not in Zukunft und stärkt gefährdeten Familien. Sie möchten mehr über uns erfahren und wissen, wer wir sind und wer sich daran interessiert, uns in ihrem Testamento zu bedenken? Scannen Sie einfach den QR-Code.

Beispiel 1/1 Seite

Ob in den ruhigen Sälen, mit der Macht in der Küche oder mit dem Schlossherrn auf der Jagd. Auf Schloss Wildegg kann man die Geschichte und Geschichte des Schlosses und bewundern das Schloss aus dem Leben. Die über 30 original erhaltenen Räume sind mit den gehobenen Lebensbedürfnissen des Adels ausgestattet. Besonders beeindruckend ist das Reisen. Besonders in Erinnerung sind ihr die zahlreichen Trips nach Asien. «Die vielen schutzlosen Kinder auf der Straße haben mich stark betroffen gemacht und lange beschäftigt.» Diese Erfahrungen sensibilisierten Barbara Steiner darüber auf die Welt Lücken und Fürsorge erfahren, aber macht einen grossartigen Job. Einer der Grundsatze einer Organisation ist für mich entscheidend: «Jedes Kind hat das Recht auf eine gute Erziehung und wachsen und SOS-Kinderdorf schafft dafür die notwendigen Strukturen. Dieser Grundgedanke überzeugte Barbara Steiner, SOS-Kinderdorf im Testament zu bedenken.»

Mit Blick auf die Zukunft hofft Barbara Steiner, 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 Erwähnung bringt sie dazu einen wichtigen Teil bei.

SOS-Kinderdorf ist über 135 Ländern Kinder in Not und Kinder in Not in Zukunft und stärkt gefährdeten Familien. Sie möchten mehr über uns erfahren und wissen, wer wir sind und wer sich daran interessiert, uns in ihrem Testamento zu bedenken? Scannen Sie einfach den QR-Code.

Beispiel 1/2 Seite

# Zusätzliche Werbeformen – Partner Content

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 das redaktionelle Konzept der Zeitlupe integrieren. Unser Anspruch: erstklassiger Content, der unsere Leserschaft begeistert und Vertrauen in Marken schafft – ob im Print oder Digital.

## Partner Content – Print

<b>Umfang</b>	1/1 Seite   1/2 Seite
<b>Anlieferung</b>	Gestaltung und Textkreation durch die Zeitlupe (Bildmaterial angeliefert)
<b>Preis</b>	7500.–   3800.–
<b>Produktion</b>	zzgl. Produktionskosten von 1100.–   780.–
<b>Crossmedial</b>	Online-Weiterführung auf zeitlupe.ch und Newsletter-Teaser: plus 2500.–

Wiederholungsrabatte auf [Seite 5](#)

Reisen ohne Übergänge: Mit TGV Lyria kommt es von Paris nach Genf.

Genf in Bild: Produktionsfotografen: Gräfe-WELK.

Kontakt: [www.tgv-lyria.ch](http://www.tgv-lyria.ch)

Einsteigen, zurücklehnen, ankommen

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

Direktverbindungen bestehen ab Basel, Zürich, Genf, Lausanne und Vevey nach Paris und Lyon. Der TGV Lyria verbindet die Schweiz mit dem Süden Frankreichs, nach Marseille, Avignon und Nizza.

Am Boot kommt eine unvergleichliche Atmosphäre mit großzügigen Sitzen und einem kostenlosen WiFi an Bord. Ein breites Angebot an Getränken und weiteren Unterhaltungsangeboten. Für jede Fahrt gibt es eine eigene Karte mit den Standard-Premiere- und Première-Supérieure-Kabinen. In der Première-Supérieure-Lounge auf dem Platz bietet die Spezialkarte zahlreiche Speisen und Getränke sowie eine abwechslungsreiche Auswahl zubereiteter Snacks. Ein besonderes Highlight ist der schweizerische Landeskäse.

Müsli-Tafeln dienen am Platz serviert. Einzelne Tische sind für eine Gruppe von bis zu 10 Personen bestuhlt. Dazu Käse, Butter und Salz, Gegrilltes mit Salat, GA oder französisches Absolument sowie Frühstückspastete ab

Einsteigen, zurücklehnen, ankommen

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

Direktverbindungen bestehen ab Basel, Zürich, Genf, Lausanne und Vevey nach Paris und Lyon. Der TGV Lyria verbindet die Schweiz mit dem Süden Frankreichs, nach Marseille, Avignon und Nizza.

Am Boot kommt eine unvergleichliche Atmosphäre mit großzügigen Sitzen und einem kostenlosen WiFi an Bord. Ein breites Angebot an Getränken und weiteren Unterhaltungsangeboten. Für jede Fahrt gibt es eine eigene Karte mit den Standard-Premiere- und Première-Supérieure-Kabinen. In der Première-Supérieure-Lounge auf dem Platz bietet die Spezialkarte zahlreiche Speisen und Getränke sowie eine abwechslungsreiche Auswahl zubereiteter Snacks. Ein besonderes Highlight ist der schweizerische Landeskäse.

Müsli-Tafeln dienen am Platz serviert. Einzelne Tische sind für eine Gruppe von bis zu 10 Personen bestuhlt. Dazu Käse, Butter und Salz, Gegrilltes mit Salat, GA oder französisches Absolument sowie Frühstückspastete ab

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, **knur noch zu funktionieren**? Lernen Sie mit QiGong, dem Alltagsstress nachhaltig entgegenzuwirken.

**QiGong** Übungen nähern den Körper und den Geist, verbessern die Konzentration und erhalten zudem die Jugendlichkeit und Schönheit. Nicht zuletzt helfen die Übungen die Rückkehr des Frühlings.

Die regulierende Wirkung von QiGong auf das vegetative Nervensystem kann stressinduzierte körperliche Folgen, Spannungszustände und damit verbundene Beschwerden wie Schulterschmerzen oder Kopfschmerzstörungen 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 gegen den Stress – gestärkt. Ein gesundes Selbst und damit die individuelle Resilienz, Belastungen gesund bewältigen zu können, gefordert.

**Für wen ist die QiGong-Auszeit geeignet?**

Die QiGong-Auszeit richtet sich an Menschen aus allen Alters, die den Alltagsstress entgegenwirken und sich wohlvoll ihrer Gesundheit wieder möchten. Es sind keine Vorkenntnisse erforderlich.

Das Ferienzentrum im Oberwald vereint erstklassige 4 Stern Superior Hotellerie mit spezialisierter medizinischer Kompetenz. Umgeben von reichhaltiger Natur kann man sich in Oberwald voll und ganz auf Erholung konzentrieren. Die Oberwald hat sich zum Ziel gesetzt, einen Ort der Gesundheitskultur zu werden, der nicht nur das Behandeln von Krankheit hinaus zum Handeln für die eigene Gesundheit einblätzt und Impulse setzt, Gesundheit ist auch ein Lebensgefühl, das Belastungen gesund zu bewältigen.

Stilvolles Ambiente, modernes Design und zeitgenössische Kunst schaffen

**QiGong im kraftspenden Park der Oberwald**



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

**Wirkungsebenen von QiGong**

- Regulation der Stressreaktion
- Wiederherstellung der Lebensenergie und des Zustandekommens
- Förderung von Resilienz & Gesundheit
- Verbesserung der Selbstwahrnehmung
- Stärken der Konzentrationsfähigkeit
- Wiederentdeckung der Paradieslichkeit
- Vegetative Regeneration & Verminderung von Anspannung
- Erfahren von innerer Ruhe
- Wohlbefinden & Beweglichkeit

**Die QiGong-Auszeit beinhaltet:**

- QiGong-Workshop
- Wasser- und Atemo
- Drei Übernachtungen in einem Superior Zimmer
- Vollpension
- Früchte auf dem Zimmer
- Freier Zugang zum Tau Spa & Gym sowie Hallenbad
- Eine 25-minütige klassische Körpermassage

**Termin**

- Donnerstag, 29. Mai bis Sonntag, 01. Juni 2022 (Aufsturzwochenende)
- Freitag, 22. bis Montag, 25. August 2022

**Kosten**

- CHF 1485,- EZ / CHF 2460,- DZ

**Detaillierte Informationen/Buchung**

Oberwald – Das Hotel Die Klinik, Rorschacher Strasse 311, 9016 St. Gallen  
Telefon 071 282 00 00



Anmeldung auch via QR-Code oder unter [oberwald.ch/offer/](http://oberwald.ch/offer/)

[www.oberwald.ch/hotel/](http://www.oberwald.ch/hotel/)

[www.oberwald.ch/qigong-auszeit/](http://www.oberwald.ch/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 7500.00 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).

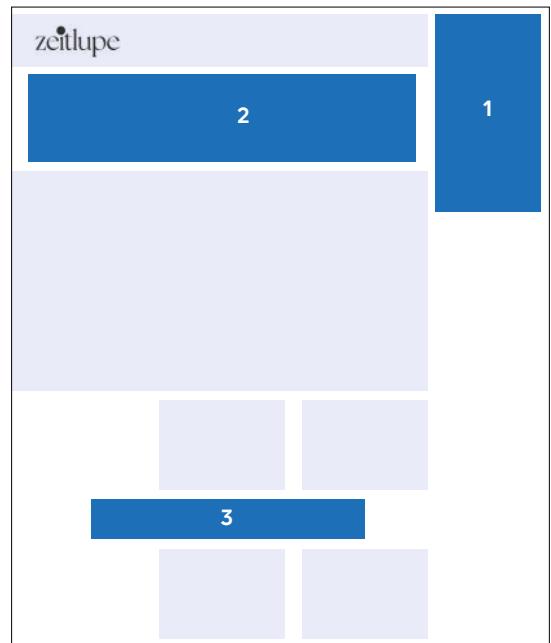
[Zurück zur Übersicht](#)

# Online-Angebot – zeitlupe.ch

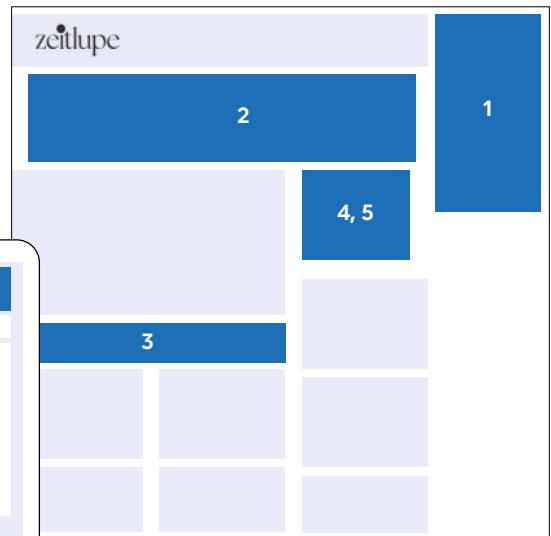
Für Menschen mit Lebenserfahrung stehen auch auf zeitlupe.ch wertvolle Informationen bereit: Vor der Paywall locken anregende Lesestoffe – darunter attraktive Partnerangebote, wo Unternehmen ihre Angebote präsentieren können. Eingeloggte Zeitlupe-Abonnentinnen und - Abonnenten finden auf zeitlupe.ch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

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

Home



Rubriken



## Technische Daten

<b>Dateigrösse</b>	max. 200 kB
<b>Dateiformate</b>	HTML5, gif, jpg, 3rd party tag
<b>HTML5</b>	bitte <a href="#">Spezifikationen</a> auf unserer Website beachten
<b>Link</b>	immer separat schicken
<b>Anzahl</b>	max. 3 Banner rotierend
<b>Laufzeiten</b>	monatlich
<b>Anlieferung</b>	5 Werkstage vor Kampagnenstart
<b>Wiederholungsrabatte</b>	auf <a href="#">Seite 5</a>

## Besucherzahlen

<b>Page views</b>	314 938
<b>Visits</b>	90 812
<b>Unique visitors</b>	41 581

Ø pro Monat, Jan - Aug 2025

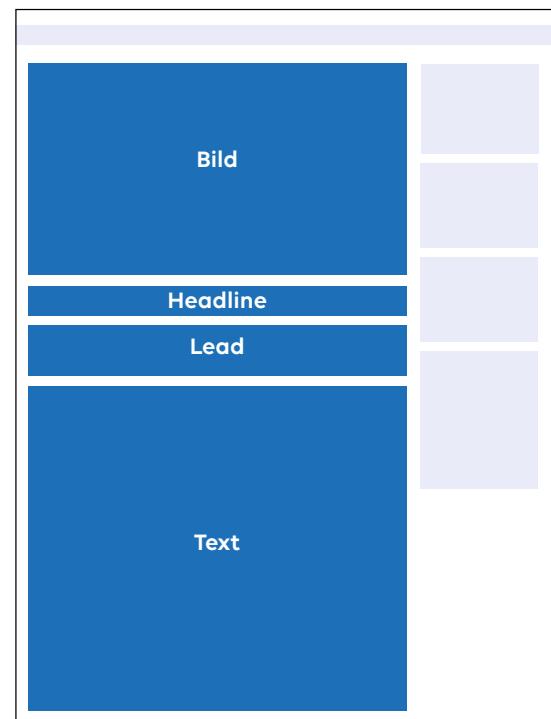
Alle Preise in CHF zuzüglich MWST. Für sämtliche Werbeaufträge gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen auf [www.fachmedien.ch](http://www.fachmedien.ch).

[Zurück zur Übersicht](#)

# Advertiser auf zeitlupe.ch

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

Werdeform	Preis
	1 Monat
<b>Advertiser</b>	<b>1900.-</b>
<b>Teaser</b>	260 Zeichen inkl. Leerzeichen Im Teaser darf kein Logo verwendet werden.
<b>Header</b>	3000 Zeichen inkl. Leerzeichen (Richtwert), zwingend mit Bild und Logo
<b>Bild</b>	1 Bild, 836 x 351 Pixel, 72 dpi plus 1 Logo Gleicher 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

Werdeform	Preis
<b>Partner Content Digital</b>	<b>2500.-</b>
<b>Produktion</b>	zzgl. Produktionskosten von 1100.-
<b>Umfang</b>	Online-Advertiser 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](#)

REISEN & NATUR

**Einstiegen, 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](#)

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

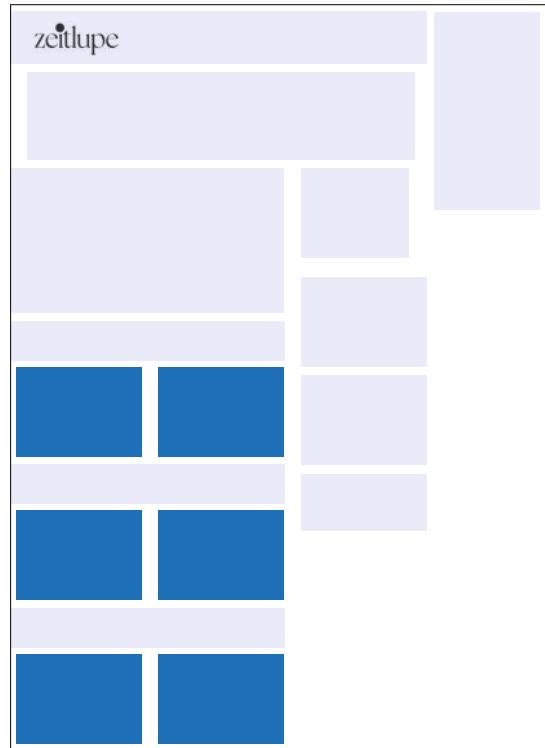
[Zurück zur Übersicht](#)

# 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.

Werbeform	Preis pro Jahr
<b>Standard-Eintrag</b>	<b>550.-</b>
Firmenname, E-Mail, Tel, Adresse, Website, Kurzbeschrieb für Übersicht, Promo-Text (500 Zeichen)	
<b>Premium-Eintrag</b>	<b>1300.-</b>
Firmenname, E-Mail, Tel, Adresse, Website, Kurzbeschrieb 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, Kurzbeschrieb 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>

## Rubrik Partner-Angebote



**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 Webseite über Ihre Möglichkeiten.

Heute schon für morgen sorgen – aus Liebe zur Natur.

**Kontakt**

• +41 9061 217 91 91  
✉ <mailto:mailbox3@pronatura.ch>  
🌐 <https://pronatura.ch>

**Standort**

Pro Natura, Dornacherstrasse 192, 4018 Basel

Beispiel Premium-Eintrag

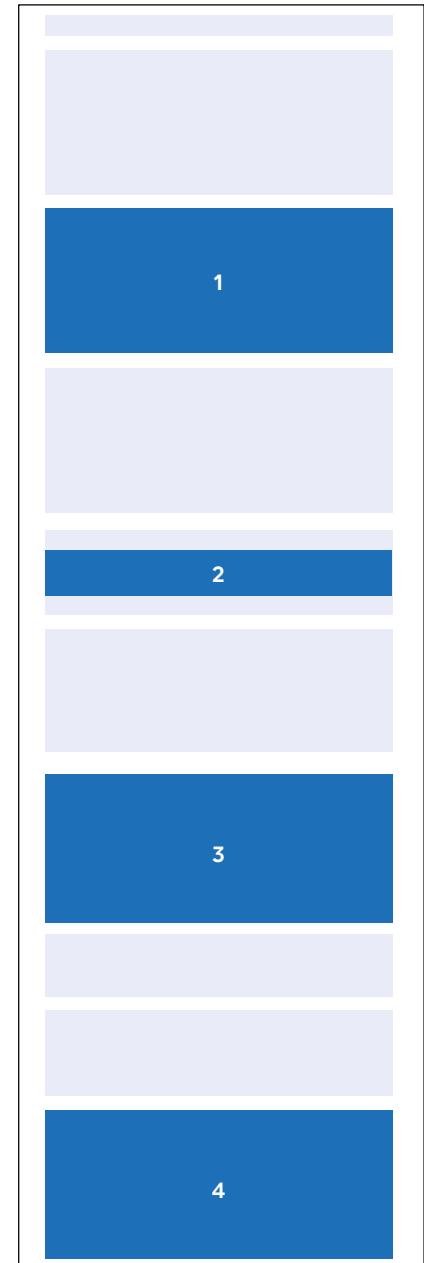
Alle Preise in CHF zuzüglich MWST. Für sämtliche Werbeaufträge gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen auf [www.fachmedien.ch](http://www.fachmedien.ch).

[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	Format	Preis/ Versand
<b>Werbeform</b>		
<b>1 Grosser Banner</b>	840 × 270 px	1000.-
<b>2 Kleiner Banner</b>	840 × 105 px	500.-
<b>3 Text-Bild Content 1</b>		750.-
<b>4 Text-Bild Content 2</b>		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 Rätselformaten (Schwedenrätsel, Binoxo etc.) und Verlosungen. Er geht ebenfalls an gut 15'600 Empfängerinnen und Empfänger.

Rätsel-Newsletter	Format	Preis/ Versand
<b>Werbeform</b>		
<b>1 Grosser Banner</b>	840 × 270 px	1000.-
<b>3 Text-Bild Content</b>		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

## Empfänger Zeitlupe-Newsletter

Newsletter-Abonnenten	15 600
Ø Öffnungsrate	50%

## Empfänger Rätsel-Newsletter

Newsletter-Abonnenten	15 600
Ø Öffnungsrate	50%

## 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).

[Zurück zur Übersicht](#)

# Spezial-Newsletter

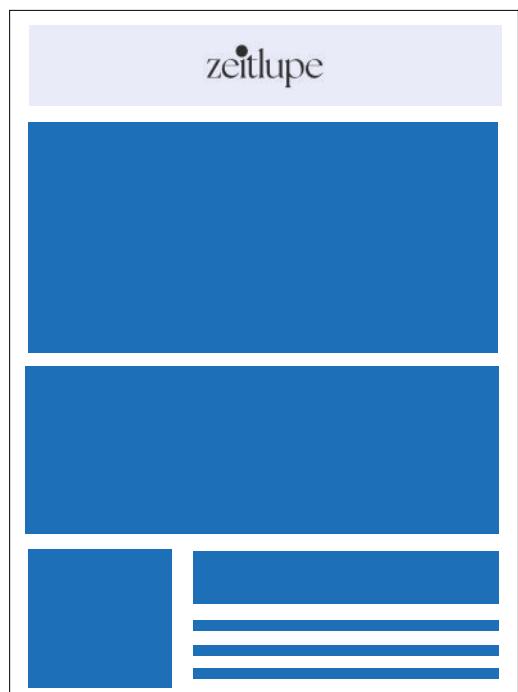
## Absender des Newsletters

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

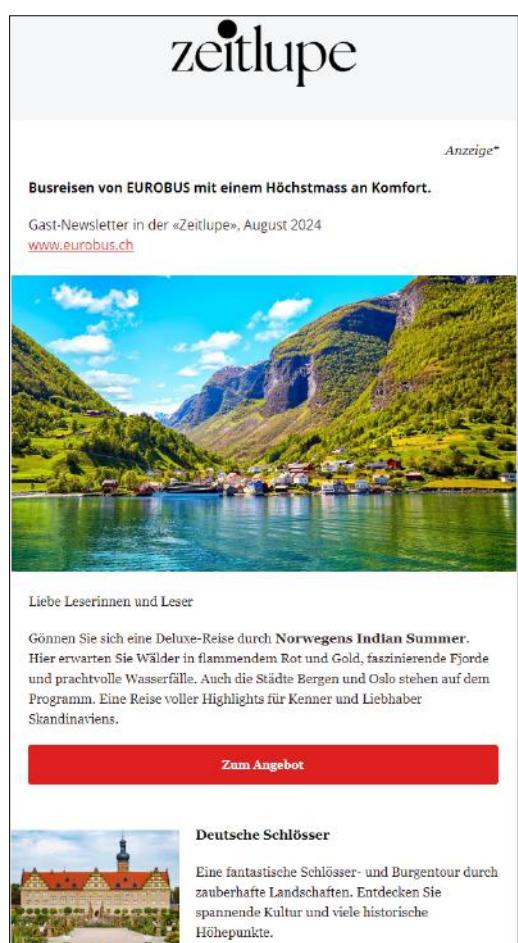
- Die Links führen direkt auf die Seite des Partners zu den hinterlegten Angeboten.
- Maximal 6 Angebote (1. Angebot ca. 300 Zeichen / 2. bis 6. Angebot je ca. 150 Zeichen)
- Bildgrößen Hauptangebot: 850x500 px
- Bildgrößen andere Angebote: 850x850 px
- Betreffzeile angeben
- Vorlaufzeit: 5 Arbeitstage

## 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**

Tiefenaustrasse 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.

 **FACHMEDIEN**