

Print | Gültig ab 1. Januar 2025

Titelpositionierung

Das ZHAW-Impact ist das offizielle Magazin der ZHAW und der Alumni-Organisation ALUMNI ZHAW. Mit einer Auflage von ca. 25 000 Exemplaren erreicht das ZHAW-Impact Alumni sowie Persönlichkeiten aus Wirtschaft, Medien und Politik, sozialen Einrichtungen, Gesundheitswesen, Berufs- und Studienberatungen, Bildungseinrichtungen sowie alle Studierenden und Mitarbeitenden der ZHAW (ca. 3 600 Mitarbeitende, ca. 14 200 Studierende). Das ZHAW-Impact ist eines der führenden Hochschulmagazine der Schweiz. Es erscheint seit 2008, seit 2019 auch als Web-Magazin unter <https://impact.zhaw.ch> und es wird als Newsletter versendet.

Sprache Deutsch

Herausgeber ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften, Gertrudstrasse 15, Postfach, CH-8401 Winterthur
Sara Blaser, Chefredaktorin ZHAW-Impact, blss@zhaw.ch

Leitung Medienberatung Markus Haas
T +41 44 928 56 53, markus.haas@fachmedien.ch

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

Auflagen / Leserschaft

Auflage

Ca. 25 000 Exemplare (Druckauflage), von denen rund 23 000 u.a. an Alumni, VIPs aus Wirtschaft, Politik, Bildung, sozialen Einrichtungen, Gesundheitswesen, Medien versendet werden.

Das Magazin liegt an allen Standorten der ZHAW auf.

Leserschaft

Mit dem ZHAW-Impact erreichen Sie ohne Streuverlust hochqualifizierte Kaderleute. Diese verfügen über eine hohe Kaufkraft.

Besonders interessant ist das ZHAW-Impact auch im Recruiting: Absolventinnen und Absolventen, Junior Professionals sowie High-Potentials zählen zur Leserschaft.



Julia Meyer empfiehlt beim nachhaltigen Investieren kritische Fragen zu stellen: «Meine Ansprechpartner bei der Bank habe ich durchaus schon herausgefordert mit solchen Themen.»

Impact | April 2020

MENSCHEN

EXPERTIN FÜR SUSTAINABLE FINANCE

«Mit meiner Forschung kann ich etwas bewirken»

Die Finanzwelt nachhaltiger gestalten: An diesem Ziel arbeitet Julia Meyer aktiv mit. Die Professorin der School of Management and Law erforscht, wie die finanzielle Entscheidungsfindung beeinflusst wird.

ELINA BELLO

Als Julia Meyer begann, sich mit dem Thema Nachhaltigkeit im Finanzsektor zu befassen, da wollte noch kaum jemand etwas davon hören. Heute, rund 15 Jahre später, sieht die Sache komplett anders aus. An der wissenschaftlichen Konferenz handelt eine Vielzahl der Beiträge auf irgendeiner Art und Weise von «Sustainable Finances». Die Investorinnen und Investoren wollen wissen, wie nachhaltig die Produkte und Firmen sind, in die sie zu investieren gedenken, und die Banken sind verpflichtet, ihre Kundenbetreuerinnen und -betreuer in Sachen Nachhaltigkeit zu schulen. Bald soll ein nationaler Standard eingeführt werden, der festlegt, was eigentlich ein nachhaltiges Finanzprodukt ist.

Produkte, die den Kundinnen und Kunden besser entsprechen

Dies zeigt Julia Meyer, dass sich die Schweiz in Sachen Sustainable Finance in die richtige Richtung bewegt: «Wenn dieser neue Standard erst einmal gilt, dann wird es sicher mehr nachhaltige Finanzprodukte geben, die den Vorstellungen der Kundinnen und Kunden besser entsprechen als die heutigen, ist die Professorin Sustainable Finance der ZHAW School of Management and Law überzeugt.

An der Fachstelle Corporate Performance and Sustainable Financing lehrt und forscht die 43-jährige, gewogen ist und diese finanziell fragen könnte. Anlegende könnten derweil verstehen, dass ein gutes Rating heisst, die Firma setzt sich aktiv für Nachhaltigkeitsthemen ein und mit einem entsprechenden Investment könne etwas Gutes getan werden», erklärt Meyer. Das wäre ein Missverständnis, das auch das Risiko involviert, dass die Anbieter von nachhaltigen Anlageprodukten bestraft werden. Greenwashing zu betreiben.

Darum geht die Expertin für Sustainable Finance in ihrer aktuellen Forschung der Frage nach, wie

die vor Kurzem zur Professur ernannt wurde. Heute, so Meyer, sei unklar, wie man die Nachhaltigkeit von Firmen und Produkten in der Finanzwelt zuverlässig messen könnte. Es gibt verschiedene Nachhaltigkeitsratings, die alle unterschiedliche Dinge messen. «Geringe Ratings konzentrieren sich beispielsweise darauf, zu messen, ob eine Firma für öffentliche ökologische Risiken konzentriert. Die alle unterschiedliche Dinge messen. «Geringe Ratings konzentrieren sich beispielsweise darauf, zu messen, ob eine Firma für öffentliche ökologische Risiken konzentriert.

«Wenn der neue Standard gilt, wird es mehr nachhaltige Finanzprodukte geben, die den Vorstellungen der Kundinnen besser entsprechen.»

Julia Meyer, Professorin Sustainable Finance der ZHAW

gewogen ist und diese finanziell fragen könnte. Anlegende könnten derweil verstehen, dass ein gutes Rating heisst, die Firma setzt sich aktiv für Nachhaltigkeitsthemen ein und mit einem entsprechenden Investment könne etwas Gutes getan werden», erklärt Meyer. Das wäre ein Missverständnis, das auch das Risiko involviert, dass die Anbieter von nachhaltigen Anlageprodukten bestraft werden. Greenwashing zu betreiben.

Darum geht die Expertin für Sustainable Finance in ihrer aktuellen Forschung der Frage nach, wie

Nachhaltigkeitsinformationen genutzt werden und was Investorinnen und Investoren, aber auch andere Finanzmarktteilnehmer wie Banken und Fonds unter Nachhaltigkeit im Detail verstehen.

Ihre Forschung soll zeigen, inwiefern sich dieses Verständnis sowohl im ökologischen als auch im sozialen Sinn mit den vorhandenen Ratings deckt. Ihr Forschungsprojekt «The Anatomy of Sustainability» wird finanziert von der Schweizerischer Stiftung untersteuert. «Ich freue mich darauf, mich wieder mehr der Forschung zu widmen», sagt die unternährte Professorin.

Zuletzt hat Meyer viel Zeit investiert in den Aufbau verschiedener Teaching-Produkte zum Thema. Einerseits im Hochschulumfeld und andererseits in der Praxis mit Finanzinstituten. Nachdem sie 2013 ihre Dissertation zu Microfinance und Impact Investing an der Universität Zürich abgeschlossen hatte, half sie dort beim Aufbau eines CAS-Lehrgangs für Sustainable Finance, der nach grosser Beliebtheit erlangte.

Forschungswissen in die Praxis transferieren

Nachdem sie 2020 zur ZHAW geworben war, entwickelte sie auch hier entsprechende Weiterbildungsprogramme und Angebote für die Praxis. Zusammen mit ihrem Team baute sie Schulungen für Bankbetreuerinnen und -betreuer auf, die sie

Das ZHAW-Impact ist eines der führenden Hochschulmagazine der Schweiz.
Ihre Werbung erreicht hochqualifizierte Kaderleute ohne Streuverlust.

Terminplan 2025

Ausgabe	Anzeigenschluss	Erscheinung	Themenschwerpunkt
1	07.04.2025	04.06.2025	Natürlich und künstlich
2	06.10.2025	03.12.2025	Neuorientierung

Die **ZHAW** ist eine der führenden Schweizer Hochschulen für Angewandte Wissenschaften. Sie arbeitet anwendungsorientiert und wissenschaftlich in Lehre, Forschung und Beratung. Absolventinnen und Absolventen der ZHAW sind nach dem Studium arbeitsmarktfähig – auch in einem internationalen und interkulturellen Kontext.

Fachbereiche Architektur und Bauingenieurwesen, Gesundheit, Sprache und Kommunikation, Life Sciences, Facility Management, Angewandte Psychologie, Soziale Arbeit, Engineering, Management sowie Wirtschaftsrecht. Bachelor- und Masterstudiengänge in allen Fachbereichen.

Konzept und Inhalt Mit zeitgemässer Bildsprache, leicht verständlicher Sprache auf journalistisch hochstehendem Niveau und einer interessanten Themenvielfalt berichtet das ZHAW-Impact multimedial über das Geschehen rund um die ZHAW und zeigt ihre Bedeutung für Wirtschaft und Gesellschaft. In einer Leser:innenbefragung 2022 erhielt das Hochschulmagazin sehr gute Noten. Die Inhalte wurden als glaubwürdig, relevant, vielfältig und interessant bewertet. Schwerpunktthema in jeder Ausgabe

Rubriken Alumni (Erfolg dank ZHAW), Forschung (nationale und internationale Forschungsprojekte zusammen mit Partnern), Abschlussarbeiten, Weiterbildung, ALUMNI ZHAW News

[illegible]

Impact – inhaltlich breit gefächert mit spannenden Schwerpunktthemen aus
Forschung und Lehre für Absolventinnen und Absolventen der ZHAW

Anzeigen – Formate & Preise

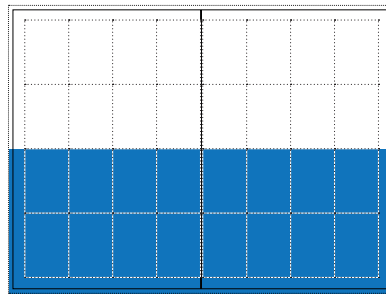
Heftformat	225 × 300 mm
Satzspiegel	185 × 260 mm

Anzeigen	4-farbig
1/1 Seite	6 210.-
1/2 Seite	3 450.-
1/3 Seite	2 400.-
1/4 Seite	1 550.-

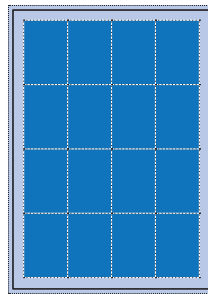
Umschlagseiten und Spezial

2. Umschlagseite ra	6 800.-
3. Umschlagseite ra	6 500.-
4. Umschlagseite ra*	7 200.-
1/2 Panoramaseite ra	7 500.-

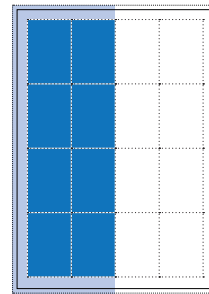
* Format: 225 × 260 mm ra / 185 × 220 mm Ssp
Beschnittzugabe 3 mm, nur links/rechts/unten



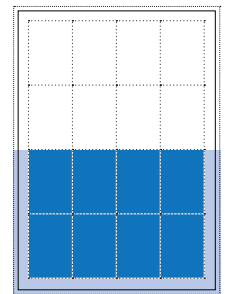
1/2 Panoramaseite
450 × 150 mm ra



1/1 Seite
225 × 300 mm ra
185 × 260 mm Ssp



1/2 Seite hoch
112.5 × 300 mm ra
92.5 × 260 mm Ssp

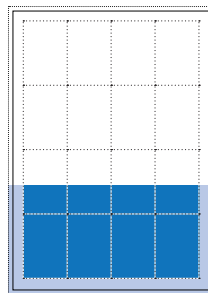


1/2 Seite quer
225 × 150 mm ra
185 × 130 mm Ssp

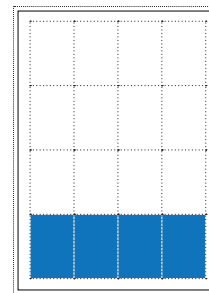
Konditionen

Platzierungszuschlag	10 %
Beraterkommission	5 %
Wiederholungsrabatte	2 × 5 %

Alle Preise in CHF zuzüglich MWST.
Für sämtliche Werbeaufträge gelten die
allgemeinen Geschäftsbedingungen
auf www.fachmedien.ch.



1/3 Seite quer
225 × 100 mm ra
185 × 85 mm Ssp



1/4 Seite quer
185 × 65 mm Ssp

Ssp = Satzspiegel
ra = randabfallend plus 3 mm Beschnitt

Drucktechnisches

Digitaldaten als Highend-PDF für den Offsetdruck
vorbereitet. (Achtung: Schriften müssen
eingebettet sein). Farben in Skala auflösen.

Druckunterlagen Druckfähiges PDF per E-Mail an:
impact@fachmedien.ch. Eventuell anfallende
Kosten für Druckunterlagen-Herstellung werden
separat nach Aufwand verrechnet.

Druck Rollenoffset, **Ausrüstung** Klebebindung

Raster 80er, **Farbe** 4-farbig Euroskala

Beilagen / Beihefter

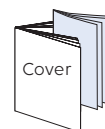
Anzuliefernde Auflage 25 200 Exemplare

Beilagen

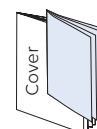
Format max. 205 × 290 mm ra

lose eingesteckt oder aufgelegt

	pro 1000 Ex. Werbewert	Verrechnete Auflage	Total Werbewert	Total Tech. Kosten	Preis ¹
bis 25 g	290.–	25 000	7 250.–	1 200.–	8 450.–
bis 50 g	370.–	25 000	9 250.–	1 200.–	10 450.–



lose Beilage
eingesteckt

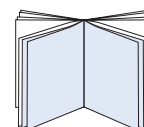


lose Beilage
aufgelegt

Beihefter

Format max. 205 × 290 mm ra

bis 25 g	290.–	25 000	7 250.–	1 200.–	8 450.–
bis 50 g	370.–	25 000	9 250.–	1 200.–	10 450.–



Beihefter
Heftmitte

¹ zuzüglich aktuelle Postaltaxen

Postaltaxen pro 1000 Ex.

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

Konditionen

Beilagensplit

nach Alumni oder einzelnen Departementen möglich

Splitzuschlag

25% auf Werbewert

Wiederholungsrabatte

2 × 5%

Beraterkommission

5 %

Muster

Verbindliche Preisangabe ist erst nach Vorliegen von 20 Mustern möglich.

Lieferadresse

Stämpfli AG, Beilagen ZHAW-Impact, Nr. ..., Wölflistrasse 1, 3001 Bern

Alle Preise in CHF zuzüglich MWST.

Für sämtliche Werbeaufträge gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen auf www.fachmedien.ch.

Wir sichern Ihnen
die besten Werbeplätze.