

# Protokoll vom 20.10.2016

Erstellt am 5. Dezember 2016 von Marius Walther.

Versammlungsleiter: Marius Walther  
Protokollant: Christian Soyk

Sitzungsbeginn: 19:30 Uhr  
Sitzungsende: 00:00 Uhr

Es sind 26 von 33 StuRa-Mitgliedern anwesend. Der StuRa ist somit beschlussfähig.

## Inhaltsverzeichnis

<b>1.</b>	<b>Begrüßung und Formalia</b>	<b>3</b>
1.1.	Besonderheiten bei außerordentlichen Sitzungen nach §22 GrO . . . . .	3
1.2.	Meinungsabfrage zur Wahlordnung . . . . .	3
<b>2.</b>	<b>Info-Top Personalkonzept</b>	<b>3</b>
<b>3.</b>	<b>Antrag 16/161 Änderung der Personalstelle Buchhaltung</b>	<b>4</b>
<b>4.</b>	<b>Antrag 16/162 Änderung der Personalstelle Sozialberatung</b>	<b>5</b>
<b>5.</b>	<b>Finanzantrag 16/158 Stellenausschreibung</b>	<b>7</b>
<b>6.</b>	<b>Finanzantrag 16/107 3D Druckstift</b>	<b>13</b>
<b>7.</b>	<b>Finanzantrag 16/115 Schließfachschrank</b>	<b>14</b>
<b>8.</b>	<b>Sonstiges</b>	<b>14</b>
<b>A.</b>	<b>Anhang</b>	<b>16</b>
A.1.	Entgeltgruppen . . . . .	17
A.2.	Stellenbeschreibung Finanzreferent . . . . .	18
A.3.	Eingruppierungsformular SB Kassenwart . . . . .	22

A.4. Stellenbeschreibung Beratung . . . . .	23
A.5. Eingruppierungsformular SB Sozialberater . . . . .	27
A.6. DNN Preisliste . . . . .	28
A.7. Folder Öffentlicher Dienst 16/17 . . . . .	48
A.8. Stellenmarkt FAZ . . . . .	60
A.9. NEUDDV Preisliste . . . . .	76
A.10. Preisliste LVZ . . . . .	117
A.11. Preisliste SZ . . . . .	149
A.12. Stellungnahme von Matthias Zagermann . . . . .	154

## 1. Begrüßung und Formalia

Die heutige Sondersitzung wurde auf Basis der Initiative eines Drittels der Mitglieder am 15.09.16 einberufen, um unter anderem alle TOPs zu behandeln, die voraussichtlich auf der StuRa-Sitzung vom 13.10.16 nicht mehr würden behandelt werden können.

Im Laufe der Sitzung hat sich die Anzahl der aktiven Stimmrechte auf 34 erhöht, da ein Mitglied, dessen Sitz vormals ruhte, zur Sitzung dazukam.

### 1.1. Besonderheiten bei außerordentlichen Sitzungen nach §22 GrO

Protokolle dürfen auf Sondersitzungen nicht behandelt werden (vgl. §6 GO Abs. 2). Es werden nur Anträge bearbeitet, die mit der Einladung bekannt gegeben wurden, d.h. es sind bspw. keine Initiativanträge zulässig (vgl. §22 GrO Abs. 2).

### 1.2. Meinungsabfrage zur Wahlordnung

Beim Einpflegen der Synopse zur Wahlordnung ist eine Unstimmigkeit zur bisherigen Gender-Praxis in den Ordnungen aufgefallen. In der Synopse wird von *Studierenden* und der *Studierendenschaft* gesprochen, in der Präambel der Grundordnung wird jedoch eigentlich *Studentinnen* und *Studentinnenschaft* zur Verwendung festgelegt.

Der StuRa sieht es als redaktionelle Änderung an, den Text an der entsprechenden Stelle dem Prinzip in der Grundordnung anzupassen.

## 2. Info-Top Personalkonzept

**Antragsteller:** Robert Georges (GF Finanzen)

Mit dem Scheitern des Personalkonzept sieht

sich der Studentenrat mit einer schwierigen Lage konfrontiert, insbesondere, da der GF Personal von seinem Amt zurückgetreten ist. In diesem Info-Top möchte ich als Amtsverweser für den Gf Personal folgende Themen besprechen:

1. Auswirkung des gescheiterten Personalkonzeptes auf die Tätigkeit des StuRa Leider kann nicht mehr gewährleistet werden, dass eine nahtlose Nachbesetzung der Angestellten erfolgt. Insofern wird es zwangsläufig zu Einschränkungen im Servicebereich des StuRa kommen müssen. Diese sollen dargelegt werden und welche Lösungen für ein kurzfristiges Überbrücken in Frage kommen können.

2. Analyse der Gründe für das Scheitern des Personalkonzeptes Vor dem Einbringen eines neues Konzeptes erscheint es sinnvoll über die Gründe für das Scheitern des Personalkonzeptes zu sprechen. Hier sind insbesondere diejenigen zur Diskussion aufgerufen, die sich bei der Abstimmung enthalten oder dagegen gestimmt haben. Es soll dabei nicht um eine Rechtfertigung der Entscheidung gehen, vielmehr um die Analyse der Sachgründe. Vielleicht wurde was vergessen, was übersehen? Je genauer und konkreter die Angaben sind, desto eher können sie noch berücksichtigt werden, wenn gleich grundlegende Änderungen z.B. an den Tätigkeitsbeschreibungen nicht mehr bzw. nur noch schwer möglich sein werden.

3. Vorstellung der weiteren Verfahrensweise Unter diesem Punkt möchte ich kurz den weiteren zeitlichen Ablauf sowie das Prozedere (Ausschreibung, Einstellungsverfahren usw.) darlegen. Ebenso sollen schon die Zusammensetzung der Einstellungskommissionen skizziert werden.

**Diskussion und Nachfragen** Robert Georges stellt eine umfangreiche Präsentation vor, die sich im Anhang befindet.

Beim Zeitplan wird angemerkt, dass zunächst die „Stelle“ von Frau Lippmann besetzt werden soll, bevor die Finanzerstelle besetzt wird. Die Stelle von Frau Lippmann soll jedoch gar nicht

nachbesetzt werden. Die weitere inhaltliche Diskussion in den einzelnen TOPs besprochen.

Einige Nachfragen zur Ausschreibung werden gestellt, da das juristische „eventuell, vermutlich nicht“ für Unklarheiten sorgt. Die inhaltliche Debatte wird auf die einzelnen Posten verschoben.

Zur Taylor-Russel-Tafel gibt es einige Nachfragen, da unterstellt wird, dass es sich um eine Binsenweisheit handelt, dass in einer größeren Gruppe mit höherer Wahrscheinlichkeit eine besser geeignete Person enthalten ist.

### 3. Antrag 16/161 Änderung der Personalstelle Buchhaltung

**Antragsteller:** Robert Georges (GF Finanzen & Amtsverweser GF Personal)

#### Antragstext

Der Stura beschließt die Änderung der bestehenden Buchhalterstelle als Vollzeitstelle ab 31.03.2017.

siehe Anhang ab Seite 17

siehe Anhang ab Seite 18

siehe Anhang ab Seite 22

#### Begründung

Der Beschluss bildet die Grundlage für die Stellenausschreibung, die möglichst zeitnah erfolgen soll. Da die Angestellten des StuRa zum 21.12.2016 bzw. voraussichtlich zum 31.03.2017 in den Ruhestand gehen, ist eine Nachbesetzung der Stellen zwingend notwendig. Im Zuge dessen wurden auch die Stellenbeschreibungen überarbeitet, da die tatsächlich anfallenden Tätigkeiten mit den bisherigen Stellenbeschreibungen nur noch wenig übereinstimmen. Nachdem der Antrag zum Personalkonzept am 21.07.2016 nicht bewilligt wurde und die Plenumssitzung vom 15.09.2016, auf der die Gründe für das Scheitern des Antrages besprochen werden sollten, nicht beschlussfähig war, habe ich mit einigen Plenumsmitglieder gesprochen. Hierbei zeigte sich,

dass ein Grund für die Nichtzustimmung darin lag, dass alle 4 Stellen auf einmal beschlossen werden sollten und dabei die Kritik an einer Stelle zur Ablehnung des gesamten Antrages führte. Inhaltliche Kritik an den Arbeitsaufgaben wurde nicht oder nur kaum geäußert. Daher werden die Stellen nun erneut einzeln zur Abstimmung gestellt. Der Beschluss umfasst dabei nur den Personalansatz und die Arbeitsbereiche. Die Stellenbeschreibung und Eingliederung in den Tarifvertrag TVL-Ost sollen nicht fest beschlossen werden, da hierbei noch kleinere Änderungen (z.B. hinsichtlich der Zeitanteile) möglich sein sollen. Sowohl Stellenbeschreibung als auch Eingruppierung erfolgten nach Beratung durch Fachexperten von ver.di und Studentenwerk und wurden noch einmal geprüft. Die Einstellung einer konkreten Bewerberin erfolgt mit einem gesonderten Plenumsbeschluss.

Die Stellebeschreibung und die Eingruppierung in den Tarifvertrag befinden sich im Anhang.

#### Diskussion und Nachfragen

Man einigt sich, dass man zu Fragen, die Ausschreibung betreffend, erst in dem entsprechenden TOP reden sollte und nicht mit der Diskussion über diese Stelle vermischen sollte. Zur Stelle an sich gibt es keine Nachfragen, da im Großen und Ganzen Einigkeit darüber besteht, dass die Stelle in ihrer derzeitigen Ausgestaltung fortgesetzt werden soll. Außerdem ist die Stelle sogar in der Grundordnung festgeschrieben. Kleine Änderungen in der Stellenbeschreibung können noch durch die Gf vorgenommen werden. Es wird angeregt die Stellenbezeichnung „Kaufmann für Büromanagement“ oder „Bürokaufmann“ aufzunehmen. Für die vorgenannte Stelle ist aufgrund der Festschreibung in der Grundordnung nur die einfache Mehrheit notwendig.

Der Antrag wird ohne Gegenrede angenommen.

Im Anschluss an den Antrag wird darüber debattiert, wie die weiteren Stellen abgestimmt werden sollen. Insbesondere ist die Frage, ob es sinnvoll ist schriftlich oder nicht schriftlich abzustimmen.

men. Der Antragsteller spricht sich gegen die schriftliche Abstimmung aus, um Zeit zu sparen. Für dieses Verfahren sprechen sich 27 Mitglieder aus, 3 enthalten sich der Stimme.

5 **4. Antrag 16/162 Änderung der Personalstelle Sozialberatung**

**Antragsteller:** Robert Georges (GF Finanzen & Amtsverweser GF Personal)

10 **Antragstext**

Der Stura beschließt die Änderung der bestehenden Sozialberatungs- und Servicestelle als Vollzeitstelle ab 01.01.2017.

15 siehe Anhang ab Seite 23

siehe Anhang ab Seite 27

**Begründung**

Der Beschluss bildet die Grundlage für die Stellenausschreibung, die möglichst zeitnah erfolgen soll. Da die Angestellten des StuRa zum 21.12.2016 bzw. voraussichtlich zum 31.03.2017 in den Ruhestand gehen, ist eine Nachbesetzung der Stellen zwingend notwendig. Im Zuge dessen wurden auch die Stellenbeschreibungen überarbeitet, da die tatsächlich anfallenden Tätigkeiten mit den bisherigen Stellenbeschreibungen nur noch wenig übereinstimmen. Nachdem der Antrag zum Personalkonzept am 21.07.2016 nicht bewilligt wurde und die Plenumssitzung vom 15.09.2016, auf der die Gründe für das Scheitern des Antrages besprochen werden sollten, nicht beschlussfähig war, habe ich mit einigen Plenumsmitglieder gesprochen. Hierbei zeigte sich, dass ein Grund für die Nichtzustimmung darin lag, dass alle 4 Stellen auf einmal beschlossen werden sollten und dabei die Kritik an einer Stelle zur Ablehnung des gesamten Antrages führte. Inhaltliche Kritik an den Arbeitsaufgaben wurde nicht oder nur kaum geäußert. Daher werden die Stellen nun erneut einzeln zur Abstimmung gestellt. Der Beschluss umfasst dabei

nur den Personalansatz und die Arbeitsbereiche. Die Stellenbeschreibung und Eingliederung in den Tarifvertrag TVL-Ost sollen nicht fest beschlossen werden, da hierbei noch kleinere Änderungen (z.b. hinsichtlich der Zeitanteile) möglich sein sollen. Sowohl Stellenbeschreibung als auch Eingruppierung erfolgten nach Beratung durch Fachexperten von ver.di und Studentenwerk und wurden noch einmal geprüft. Die Einstellung einer konkreten Bewerberin erfolgt mit einem gesonderten Plenumsbeschluss.

Die Stellebeschreibung und die Eingruppierung in den Tarifvertrag befinden sich im Anhang.

**Diskussion und Nachfragen**

Auf die Frage, in welchem Umfang es bereits Weiterbildungen zum Thema Beratungen gegeben hat, wird angegeben, dass es diese bisher nicht gab, auch keine Weiterbildungen vor Ort. Stattdessen nahmen unsere Berater und Interessierte an externen Workshops teil oder haben externe Referenten eingeladen. Die neue Stelle soll vor Ort als Multiplikator wirken und eigene Leute schulen. Es gibt Bedenken bzgl. dieser Stelle, da eine Vollzeit-Stelle überdimensioniert erscheint. Beratungsangebote können auch über Honorarverträge abgewickelt werden. In der Vergangenheit ist die Beratungstätigkeit im StuRa neben dem Semesterticket eines der am sichtbarsten Ergebnisse der Arbeit der studentischen Selbstverwaltung gewesen. Sie wurde über die Jahre auch konstant fortgeführt und ausgebaut unter dem Motto: von Studenten für Studenten. Dies hatte u.a. auch den Sinn von den Problemen der Studierenden zu erfahren und die aus den Beratungen gewonnen Erkenntnisse bezüglich der Probleme der Studierenden in die eigene politische Arbeit einzubinden. Ob die Probleme unserer Studierenden noch den Weg von der Beratung in das Plenum finden werden, wenn diese von Festangestellten wahrgenommen wird, ist fraglich. Die hohen Kosten für die Stelle sollten bei der Entscheidungsfindung auch berücksichtigt werden. Zur Entstehung der Stelle wird gesagt, dass im Rahmen der Gesetzesänderungen am SächsHSFG des Jahres 2012 die

Notwendigkeit bestand als Studentenschaft wieder sichtbarer wahrgenommen zu werden. Dies kann dadurch erreicht werden, dass das Angebot des StuRa ausgebaut wird. Mit Honorarkräften könnte man jedoch flexibler auf die Nachfrage in verschiedenen Bereichen, wie Soziales, LuSt oder auch auf die Schließung einzelner Fakultäten reagieren. Dem wird entgegengehalten, dass der Stelleninhaber hauptsächlich für die Organisation zuständig ist und nur im Notfall selbst Beratungen durchführen soll. Der eigene Beratungsanteil beträgt laut Stellenbeschreibung gerade einmal 5%. Es geht eher um Einführung, Schulung und Information von neuen Ehrenamtlichen unter Berücksichtigung von ständig laufenden Gesetzesänderungen. Der Informationsfluss kann auch in Zukunft gewährleistet werden z.B. über den Gf Personal. Gegen die Nutzung von Honorarkräften spricht, dass diese nur auf Zeit angestellt sind. Viele Probleme in der Beratung können jedoch nicht auf Anhieb gelöst werden, d.h. es wird eine längere Betreuung durch jeweilige Sachbearbeiter benötigt. Bei ehrenamtlich Tätigen sieht es dann sogar noch problematischer aus, weil die jeweiligen Studierenden immer auch mit ihren eigenen Problemen im Studium zu kämpfen haben und nicht so flexibel einsetzbar sind. Ohnehin sieht es im Moment so aus, dass zum 01.04.2017 keine Ehrenamtlichen mehr für die Betreuung zur Verfügung stehen, da sich noch keine Nachfolger gefunden haben. Es wird auch gesagt, dass eine gut ausgebauten Sozialberatung viel mehr Themenfelder als nur das BaFöG im Blick hat, z.B. Härtefälle, LuSt, Prüfungsrecht, Zweitwohnungssteuer, Wohngeld. Während heute diese verschiedenen Themenfelder von mehreren Leuten abgedeckt werden, wäre der Vorteil eines Angestellten der, dass man eine Arbeitskraft damit beauftragen kann sich zu allen diesen Themen zu informieren. Ein weiterer Vorteil des festangestellten wird darin gesehen, dass der bisherige Kontakte zum Studentenwerk zwar gut ist, aber auf persönlichen Kontakten der aktuellen Berater beruht, die mit dem Ende der Tätigkeit der Berater verloren gehen. Bei personeller Kontinuität in diesem Bereich könnten diese Kontakte verstetigt werden. Diesem Argument wird entge-

gehalten, dass sich der Kontakt zum Studentenwerk fast zwangsläufig ergibt und auch immer gut war, auch beim Wechsel zu neuen Beratern. Es wird kritisiert, dass bei der derzeitigen Ausgestaltung der Stellen viele Arbeiten, die derzeit von Frau Lippmann getätigt werden (wie z.B. Posteingang, Ausstellen der Gremienbescheinigungen u.ä. ), auf mehrere Stelleninhaber verteilt werden. Dies könnte ein Problem geben, wenn sich dann keiner mehr als hauptverantwortlich für eine Aufgabe ansieht. Darauf wird erwidert, dass das explizit der Plan war, dass jeder der Angestellten Tätigkeiten im Servicebereich wahrnehmen soll, damit alle Angestellten auch den Kontakt zu den Studierenden haben. Es wird angeregt, Teile der überdimensionierten Beratertätigkeit in den Servicebereich zu verlagern. Dem Argument der Überdimensioniertheit wird entgegengehalten, dass die Stundenzahl schon dadurch gerechtfertigt wäre, weil der Stelleninhaber auch die FSRe schulen soll. Außerdem hat der StuRa beschlossen, dass die Stellen zunächst auf zwei Jahre befristet sind, damit man evtl. notwendige Verschiebungen in der Zuordnung der Arbeiten noch ohne größere Probleme vornehmen könnte. Die Schulung von Beratern für die FSRe wird jedoch kritisiert. Geht man von einer derzeitigen Förderquote von 15% beim BaFöG aus, dann kann man sich ausrechnen, auf wieviele Fälle man bei den vielen kleinen Fachschaften kommt. Das lohnt sich einfach nicht, dazu reicht die Anlaufstelle im StuRa. Außerdem wäre gerade im Prüfungsrecht ohnehin der FSR der bessere Ansprechpartner. Bei manchen entsteht der Eindruck als gäbe es grundsätzliche Ablehnung der Stelle. Man sollte aber besser überlegen, ob man den Zuschnitt der Stelle nicht einfach abändert, statt sie ganz abzulehnen.

Dementsprechend gibt es einen Änderungsantrag (ÄA) von Christian Soyk: Ändere Stellenbeschreibung in Angestellte Service-Büro. Ordne der Service-Stelle 70% Service zu und 30% für Beratung bzw. Organisation von Beratung.

Der vorgenannte ÄA erreicht mit 2/22/6 nicht die notwendige Mehrheit.

Es wird darauf hingewiesen, dass wir über einzel-

ne Stellen reden und ob die einzelne Investition sich auszahlt. Aktuell wird über eine Sozialberatungstelle und ihren Nutzen geredet. Mit dem Änderungsantrag soll die bisher nicht vorhandene Sozialberatung durch einen Festangestellten zunächst aufgebaut werden.

Es gibt nun auch einen ÄA von Matthias Lüth: Gruppieren die Stelle neu ein. Es wird angeregt die Stelle auf E6 oder E8 einzugliedern. Der Antragsteller des Hauptantrages hält entgegen, dass die Stelle nicht brachial über einen ÄA neu eingegliedert werden kann. Es müsste stattdessen über die einzelnen Aufgaben geredet werden und inwiefern diese zu ändern wären. Einigen Plenumsmitgliedern dauert die Diskussion zu lange und bitten um ein vorläufiges Meinungsbild, wie die Tendenz ist, ob man der Einführung der Stelle zustimmen würde. Es gibt 27 Für- und 2 Gegenstimmen.

Der neue Gf Personal bietet an evtl. anfallende Verschiebungen in der Tätigkeit durchzurechnen. Bis dahin könnte man die Stelle zurückstellen. Er könnte das ggf. in der kommenden Woche erledigen.

Daraus abgeleitet gibt es einen GO-Antrag auf Vertagung. Der Antragsteller haben signalisiert, dass Verschiebungen sinnvoll sein könnten und eine erneute Berechnung präsentiert werden könnte. Es wird eine Gegenrede gehalten. Die Änderungen könnten auch nach der Evaluation oder noch vor der Einstellung gemacht werden. An dieser Stelle sollte zunächst eine Grundsatzentscheidung gefällt werden. Bei 10/15/4 erreicht der GO-Antrag nicht die notwendige Mehrheit.

Es wird kritisiert, dass es den Anschein habe, es handele sich hier um eine Friss-oder-Stirb-Entscheidung. Die Grundsatzdebatte, wo die Service- Aufgaben, die Frau Lippmann bisher wahrnimmt, zukünftig am besten aufgehoben ist, wurde nicht geführt. Die heute zu treffende Personalentscheidung ist eine außerordentlich langfristige Entscheidung, die mit Kosten und Beitragserhöhungen verbunden sein wird. Die derzeitigen Angestellten sind seit 1992 beim

StuRa beschäftigt. Sich jetzt noch einmal eine Woche Zeit zu nehmen ist nicht zu viel. Schließlich hätte es auch seine Gründe, dass das Gesamtpersonalkonzept nicht die erforderliche Mehrheit gefunden hätte. Darauf wird erwidert, dass das Personalkonzept nicht abgelehnt wurde, weil eine Mehrheit dagegen war, sondern weil die schriftliche Abstimmung in der vorlesungsfreien stattfand. Zu der Grundsatzfrage, wo der Service verankert werden sollte, wird gesagt, dass es zwei konkurrierende Ansichten gibt, die Aufteilung auf mehrere Stellen oder die Vereinigung in einer Stelle (wie bisher). Bei der Aufteilung auf mehrere Stellen besteht das Problem, dass bei Ablehnung einer Stelle nur 3/4 des Service auf die Stellen geplant sind. Fasst man aber alles in einer Stelle zusammen, vergibt man sich die Chance, die Angestellten besser einzubinden und in regelmäßigen Kontakt mit Studierenden zu bringen. Auch wäre zu bedenken, dass wir mit unseren derzeitigen Angestellten großes Glück in puncto Gesundheit hatten. Sollte dies einmal anders sein, dann wäre es gut, wenn jeder ein wenig Ahnung von der Arbeit des anderen hat und wechselseitige Vertretungen möglich sind.

Es gibt den GO-Antrag auf geheime Abstimmung. Für die Zählkommission werden bestimmt: Dirk Fleischer, Nils Taeger und Christian Prause.

Die geheime Abstimmung ergab 27 Ja-Stimmen, 0 Nein-Stimmen und 3 Enthaltungen.

## 5. Finanzantrag 16/158 Stellenausschreibung

**Antragsteller:** Jan-Malte Jacobsen

### **Antragstext**

Der StuRa möge beschließen 18000 € zur bundesweiten Ausschreibung von 2 Stellen bereitzustellen. Die Stellenausschreibung soll in verschiedenen Tageszeitungen und im Internet geschaltet werden und über einen Monat laufen.

### **Begründung**

Um einen möglichst offenen Bewerbungsprozess

- gewährleisten zu können, sollen die offenen Stellen bundesweit für einen Monat ausgeschrieben werden. Um ein möglichst breites Spektrum von Bewerber\*innen zu erreichen sollen sowohl regional als auch bundesweit erscheinende Zeitungen sowie Onlinejobbörsen im Internet für die Bewerbung verwendet werden.

siehe Anhang ab Seite 28

siehe Anhang ab Seite 48

- 10 siehe Anhang ab Seite 60

siehe Anhang ab Seite 76

siehe Anhang ab Seite 117

siehe Anhang ab Seite 149

Start    Warum Monster ▾    Produkte ▾    Zielgruppen ▾    HR-Magazin ▾

Monster empfiehlt

60 Tage Plus
1 Anzeige

€ 999

**Für schwer besetzbare Positionen**

- Stellenanzeige Standard mit 60 Tagen Laufzeit
- Datumsaktualisierung alle 7 Tage
- Logo in der Suchergebnisliste ?
- 30-Tage CAN-Anzeigenbanner ?
- Design-Varianten zur Auswahl ?

Anzahl	Einzelpreis	Ersparnis
1	999€	
2-4	895€	104€
5	795€	204€

**1 Social Job Ad auf Facebook ?**

95 €

In den Warenkorb

30 Tage Plus
1 Anzeige

€ 895

**Für moderat besetzbare Positionen**

- Stellenanzeige Standard mit 30 Tagen Laufzeit
- Datumsaktualisierung alle 7 Tage
- Ihr Logo in der Suchergebnisliste ?
- 14-Tage CAN-Anzeigenbanner ?
- Design-Varianten zur Auswahl ?

Anzahl	Einzelpreis
1	895€
2-4	833€
5	730€

**1 Social Job Ad auf Facebook ?**

95 €

In den Warenkorb

## Leistungen & Vorteile

- Stellenanzeige jederzeit selbst schalten
- Wählbare Anzeigenlaufzeit von 30 oder 60 Tagen
- Bereits nach einer Stunde aktiv oder Sie schalten zu einem späteren Zeitpunkt
- Darstellung auf monster.de und über [100 Partnerseiten](#): jobpilot.de sowie Se...
- Mobil optimiert für die Ansicht auf Handys und Tablets
- Erhalten Sie direkt mit Schaltung Ihrer Anzeige passende Lebensläufe aus un...
- Ihr Zufriedenheitsplus: Bei Bedarf verlängern wir Ihre Anzeige(n) koste...

Angebot Stellenanzeigende:

# Individuelle Stellenanzeigen

Sie möchten schnellstmöglich offene Position besetzen?

Dann nutzen Sie für Ihre Stellenanzeigen eine höchst attraktive Kombination aus der hohen Online-Reichweite von stellenanzeigen.de, der passgenauen Reichweite unserer Karriereportale sowie der hohen fachspezifischen und regionalen Reichweite unserer Medienkooperationen auch aus dem Printbereich. Denn der Erfolgsfaktor für Ihre effiziente Stellenanzeige lautet: „Hohe Reichweite – aber innerhalb der von Ihnen gesuchten Zielgruppe“.

## Individuelle Stellenanzeige, Laufzeit 30 Tage

Schaltung Ihrer Anzeige auf stellenanzeigen.de und Ausspielung im Mediennetzwerk sowie bei wirkungsvollen Reichweitenpartnern.  
Informationen zu Kontingentlösungen finden Sie [hier](#) »

**EUR 830,-**

**Kontakt aufnehmen**

## Unsere Leistungen - Ihre Vorteile

Laufzeit: 30 Tage	✓
Individuelles Anzeigenlayout inkl. Logo	✓
Schaltung Ihrer Anzeigen auf stellenanzeigen.de und Ausspielung im Mediennetzwerk sowie bei wirkungsvollen Reichweitenpartnern	✓
Aktives Reichweiten-Management mit SmartReach 2.0	✓
Retargeting-Maßnahmen auf Top-Websites, wie z.B. spiegel.de, bild.de, gmx.de, sueddeutsche.de	✓
Kostenlose „Jobs per Mail“ an registrierte Bewerber	✓

**Weitere Leistungen**

Angebot Stepstone:

## Stellenanzeige buchen

Sie müssen schnellstmöglich eine offene Stelle besetzen? Nutzen Sie unseren Online-Service und erstellen Sie Ihre Anzeige selbst. Wählen Sie einfach das für Sie passende Produkt aus, buchen Sie direkt online und Ihre Stellenanzeige ist, nach einer Qualitätsprüfung durch unsere geschulten Mitarbeiter, innerhalb von 24 Stunden veröffentlicht (Mo.-Fr. 9-18 Uhr).

	STARTER	PROFESSIONAL <span style="background-color: #004a99; color: white; padding: 2px;">TOPSELLER</span>	PREMIUM
Laufzeit <sup>?</sup>	30 Tage	30 Tage	
Persönliche Ansprechpartner <sup>?</sup>	✓	✓	
Unternehmensporträt <sup>?</sup>	✓	✓	
Individuelles Layout <sup>?</sup>	295,- €	✓	
Refresh <sup>?</sup>	✓	✓	
Boost <sup>?</sup>	-	✓	
Highlight Job <sup>?</sup>	395,- €	395,- €	
E-Mail Push <sup>?</sup>	595,- €	595,- €	
Anzeigenoptimierung Plus <sup>?</sup>	-	-	
Laufzeitverlängerung (30 Tage) <sup>?</sup>	595,- €	595,- €	
	<b>920,- €</b>	<del>1.410,- €</del> <b>1.195,- €</b>	<del>2.595,- €</del>
	  		
✓ inklusive	<input type="text" value="1"/> ANZEIGE(N) BUCHEN	<input type="text" value="1"/> ANZEIGE(N) BUCHEN	<input type="text" value="1"/> ANZEIGE(N) BUCHEN
- nicht buchbar			

## Diskussion und Nachfragen

5 Vor Beginn der Debatte wird zunächst darauf eingegangen, ob es rechtlich zwingend notwendig ist, eine öffentliche Ausschreibung der Stellen vorzunehmen. Dazu wird ausgeführt, dass vermutlich keine Notwendigkeit zur Ausschreibung besteht. Laut Gf des Studentenwerks besteht auch dort keine juristische Notwendigkeit der Ausschreibung, es ist trotzdem ratsam es zu tun, da sich manchmal unerwartete Möglichkeiten aus den Bewerbungen ergeben, die man vorher selbst nicht im Blick hatte. Bei einem Job wie der Buchhaltung wird jedoch gesagt, dass es nicht notwendig wäre dies auszuschreiben. man wolle der derzeitigen Amtsinhaberhin nicht schlechtes nachsagen, letztlich ist es jedoch eine recht klar fassbare Aufgabe, die nicht allzuviel Kreativität erfordere und stattdessen nach klaren Vorschriften ausgeführt wird. Bei den anderen Stellen sieht das dann schon anders aus. Ein Mitglied des StuRa präsentiert eine Alternative zur Ausschreibung, die von der derzeitigen Stellinhaberin Frau Klaus vorgeschlagen wurde. Sie kennt eine Frau, die genau ihre Arbeit in einem anderen Unternehmen macht und aus ihrer Sicht fachlich besser ist als sie selbst. In den Sitzungsunterlagen zur geschlossenen Sitzung befindet sich auch ein Antrag dazu. Mit dem dort umrissenen Verfahren würde man dem Ausschreibungsverfahren nicht grundsätzlich entgegenstehen. Es gäbe nur die Möglichkeit des ganze Verfahren evtl. abzukürzen, wenn sich herausstellt, dass die betreffende Person tatsächlich gut zu uns passen würde. Auch könnte Frau Klaus motivierter in der Einarbeitung ihrer Nachfolgerin sein, wenn sie die betreffende Person kennt. Es gibt mehrere Gegenreden gegen dieses Verfahren. Solch eine Vermittlung über Vitamin B hat einen faden Beigeschmack und könnte uns der Chance auf einen besseren Bewerber berauben. Den Hinweis auf die Zeitersparnis könne man sich sparen, schließlich ist der StuRa selbst daran schuld, dass er in Zeitnot geraten ist. Außerdem besteht die Gefahr, dass die betreffende Person uns im Rahmen der Evaluation doch verlassen

müsste und das wäre angesichts ihrer privaten Situation vermutlich erst recht nicht das, was sie sich erhofft. Ein jüngerer Bewerber könnte mit dieser Situation sicher besser umgehen. Der aktuelle Zeitplan gibt dem StuRa ohnehin noch ausreichend Zeit für die Besetzung der Stelle.

55 Ein Meinungsbild ergibt, dass 24 Mitglieder für eine Ausschreibung der Stelle in der Buchhaltung sind.

Nun muss darüber diskutiert werden, in welcher Form die Ausschreibung gemacht werden sollen. Dies ist der Inhalt des eigentlichen Antrags.

Es ist klar, dass die Kosten sehr hoch sind, da es sich aber um eine einmalige Aktion, das erste mal nach 20 Jahren wieder handelt, hält der Antragsteller sie für vertretbar. Für die Buchhalterstelle wird eine lokale Ausschreibung als ausreichend angesehen.

Der Antragsteller erläutert, dass in den Printmedien, außer bei der DNN, immer auch eine Ausschreibung in der online- Plattform enthalten ist. Bei der ZEIT gibt es 2€Rabatt für öffentliche Einrichtung, daher ist dieses Angebot günstiger. In der Sächsischen Zeitung wird bei s/w- Druck die Anzeige nur halb so teuer.

Gegen die überregionale Ausschreibung wie auch gegen die in den Printmedien wird Folgendes vorgebracht: In überregionalen Medien werden i.d.R. Manager und höchstqualifizierte Kräfte gesucht und ausgeschrieben. Leute, die sich auf so eine Stelle bewerben, würden hier sicher nicht lange bleiben. Außerdem suchen wir ja gerade solche Leute nicht. Außerdem sollte man sich auch überlegen, ob die Leute, die wir suchen, überhaupt solche Printmedien lesen. Außerdem sollte man davon ausgehen, dass Leute, die auf der Suche sind, sehr wahrscheinlich selbst auf allen möglichen wegen suchen werden, sie müssen also nicht überall abgeholt werden. Man könnte sich also auf einige wenige Zeitungen begrenzen. Zur Zielgruppe gehören Buchhalter, jung bis alt. Die Jüngeren suchen ohnehin online, aber selbst wenn man meint, dass Ältere vorrangig in Printmedien suchen, würde das nicht auf unsere Zielgruppe zutreffen, denn der StuRa sucht ja gerade Leute, die in der Lage sein müssen, sich im

Internet zu bewegen, d.h. wenn sie unsere Ausschreibung im Internet finden haben sich ältere Bewerber schon dadurch ein wenig qualifiziert. Auch sollte man bedenken, was man mit 14.000  
5 besseres an Projekten fördern könne.

Es gibt einen ÄA von Matthias Lüth: Streiche alle Printmedien, kürze die Antragssumme entsprechend. Im weiteren Verlauf der Diskussion wird dieser Antrag aber wieder zurückgezogen. Stattdessen gibt es diesen ÄA von Matthias Lüth: Für die Buchhaltung soll eine Regionalzeitung (SZ) genommen werden und Internetplattformen wie z.B. monster.de, ebenso für die Ausschreibung des Sozialreferenten. Begrenze die Antragssumme auf 8000 Euro. In der gegenrede zu diesem ÄA wird gesagt, dass man sich wenigstens für die stelle des Sozialreferenten eine bundesweite Ausschreibung offenhalten sollte. Der ÄA erreicht mit 8/9/8 nicht die erforderliche Mehrheit.

Es gibt einen weiteren ÄA: Streiche die Summen für Süddeutsche, FAZ, Zeit und LVZ. Dieser Antrag wird ebenfalls im weiteren Verlauf der Diskussion zurückgezogen. Es gibt nun noch einen ÄA von Daniel Förster: Streiche den Anteil der Kosten für die "Zeit" und wir inserieren nicht in der Zeit. Nach einer Gegenrede, die meint, dass die Buchhaltung definitiv nicht bundesweit ausgeschrieben werden müsste, ist das Ergebnis der Abstimmung 14/1/10. Damit ist dieser ÄA angenommen.  
30

Es wird um ein Meinungsbild gebeten, wer für welche Form der Ausschreibung bei der entsprechenden Stelle ist. Für die Stelle in der Finanzbuchhaltung plädieren 2 für eine bundesweite Ausschreibung, 21 für eine regionale und zwei für gar keine Printausschreibung. Für die Stelle als Sozialreferent plädieren 8 für eine bundesweite Ausschreibung, 14 für eine regionale und drei für gar keine Printausschreibung.

Zu der nun folgenden Abstimmung des geänderten Hauptantrages gibt es eine Gegenrede, die auf die zu hohen Kosten abstellt. Mit 17/4/3 ist der Antrag angenommen. Es folgt eine GO-Antrag auf Feststellung der Beschlussfähigkeit und erneute Auszählung. Der Studentenrat ist weiterhin mit 24 anwesenden Stimmberechtigten

beschlussfähig. Das neue Ergebnis 17/4/4 ändert nichts an der Feststellung, dass der Antrag in der geänderten Fassung angenommen ist.

## 50 6. Finanzantrag 16/107 3D Druckstift

**Antragsteller:** Matthias Zagermann

### **Antragstext**

55 Der Studentenrat möge 150 € für die Beschaffung eines 3D-Druckstifts samt Zubehör sowie 100 € für Druckmaterial freigeben. Die Geschäftsführung möge sich mit der Option auf Zuführung in den Materialverleih befassen.

60 **Vorliegende Änderungsanträge:** Der Druckstift soll als Dauerleihgabe an eine thematisch passende Hochschulgruppe gegeben werden. Damit werden mögliche Hürden für Studenten für eine spontane, kurzzeitige Benutzung beseitigt.

### **Begründung**

Ich stelle diesen Antrag aus mehreren Gründen wieder:

1. Es widerspricht meinem Gefühl von Demokratie, dass weit weniger Plenumsmitglieder sich insgesamt an der Abstimmung beteiligten, als für die grundsätzliche Beschlussfähigkeit notwendig sind (da ich kein Mitglied des StuRa-Plenums bin steht mit auch nicht das Recht zur Beantragung von Geschäftsordnungsanträgen zu). Über die Art und Weise sowie Außenwirkung dieser zur Schau gestellten Verfahrensweise werde ich nicht näher eingehen.

2. Mit der Beschaffung eines derartigen Gerätes werden mehrere Hürden vermieden:

- Die Nutzung der im Makerspace und im Turmlabor der FS ET verfügbaren Drucker setzt voraus, dass entsprechende Vorkenntnisse bezüglich der Modellierung vorhanden sind bzw. der Nutzer sich jemanden selbst organisieren muss, der ihm die entsprechenden CAD-Modelle baut und die Daten auch in geeigneter Weise aufbereitet.

- i.d.R. darf die Bedienung nicht vom Nutzer selbst bzw. nicht ohne entsprechende Einweisung erfolgen.

Da beide hier genannten Gruppierungen nicht als Service-Dienstleister agieren und sich auch im Selbstverständnis so sehen (was ja grundsätzlich nicht schlecht ist), schließen die oben genannten Hürden insbesondere die Studenten aus, die weder mit CAD noch mit der entsprechenden Technologie vertraut sind und diese nur als Hilfsmittel verwenden möchten.

Der 3D-Druckstift erfordert weder CAD-Vorkenntnisse noch eine zeit- und betreuungsinensive Einweisung. Es ist ein sehr niederschwelliges Angebot, was auch technikferne Mitglieder der Studentenschaft nutzen können, und für die kein Gatekeeper notwendig ist. Die generierten Strukturen sind einzig von Kreativität und Geschicklichkeit in der Handhabung des Sticks abhängig. Der 3D-Druckstift stellt keine Konkurrenz zu den bestehenden Drucksystemen dar: Während bei 3D-Druckern die Stärken in der Fertigungspräzision in begrenzten Bauraum liegen, liegt diese beim 3D-Druckstift bei der grenzenfreien Handhabung bei geringer, jedoch in vielen Fällen hinreichender Präzision.

Zu dem Punkt technische Verarbeitungseigenschaften: Es können mit diesem Stift sowohl Hochtemperatur-Kunststoffe/Filamente als auch Niedrigtemperatur-Kunststoffe/Filamente verarbeitet werden. Empfohlen wird eine Filamentstärke von 3 mm. In der Position Zubehör sind folgende Einheiten zugeordnet:

- Düsenset: zur Variierung der Strangdicke zwischen 0,6 und 1,5 mm und deren Form.
- Pedal: Steuerung mit dem Fuß statt mit den Druckknöpfen am Stift
- Ständer: Als Ablage für den Stift während des Arbeitens

Ich empfehle den Stift samt Zubehör ohne Nutzungsgebühr in den Materialverleih zu geben sowie - äquivalent zu den Stäben für die Zuckerwattmaschine - das Filament als abzurechnendes Verbrauchsmaterial nach verbrauchtem Gewicht in Rechnung zu stellen.

### Diskussion und Nachfragen

Der Antrag wurde auf der Sitzung vom Antragsteller zurückgezogen.

## 7. Finanzantrag 16/115 Schließfachschrank

**Antragsteller:** Jessica Walter, Sascha Schramm, Daniel Förster

### Antragstext

Der StuRa beschließt die Anschaffung eines Schließfachschrankes mit 6 Fächern für das Zimmer 16 (Soziales-Büro) in Höhe von XX (siehe alter Antrag). siehe Anhang ab Seite 154

### Begründung

Wir haben durch die Beratung häufig mit sensiblen, personenbezogenen und schützenswerten Daten zu tun. Es kommt dabei häufiger vor, dass wir Notizen für spätere Beratungen oder auch Unterlagen kurzzeitig aufbewahren. Aktuell haben wir keinerlei Möglichkeit diese wegzuschließen sondern müssen diese im Büro offen einsehbar liegen lassen und hoffen, dass sie keiner in die Hände bekommt. Der Schrank soll dabei 6 Fächer haben, damit jedem Berater ein solches Fach zugestanden werden kann. Dabei ist uns wichtig, dass nur so wenige Personen wie möglich die Daten einsehen können. Das bedeutet auch, dass andere Berater diese Unterlagen nicht in die Hände bekommen sollten, wenn sie ausschließlich für einen Berater bestimmt sind.

### Diskussion und Nachfragen

**Der Antrag wird auf den 10.11.16 vertagt.**

## 8. Sonstiges

aktive Stimmrechte: 32 <sup>3334</sup>

einfache Mehrheit: 17 <sup>18</sup>

2/3- Mehrheit: 22 <sup>23</sup>

**Anwesenheitsliste vom 20.10.2016**

Fachschafft	Name, Vorname	Art	Amt	Status	Unterschrift
ABS	Schmidt, Nathalie	A			N. Schmidt
	Schramm, Sascha	B			Schramm
Architektur	Däschler, Nick	A		(ruht)	
BIW	Hörnlein, Eric	A		entschuldigt	
Berufspädag.	Herdas, Sven	A			
Biologie	Badstübner, Markus	A			
Chemie	Krause, Thomas	A			
ET	Hostombe Hendrik	A			
	Förster, Daniel	B			
Forst	Philipps, Norman	A			
	Heyder, Levi	A*			
Geo	Kusatz, Theresa	A			T. Kusatz
Hydro	Schlick, Robert	A			R. Schlick
IHI Zittau	Zawartka, Dominik	A		(ruht)	
Informatik	Hoppermann, Robert	A	GF Personal		
	Huster, Sönke	B			
Jura	Hammelehle, Julia	A		entschuldigt	Julia Hammelehle
MW	Nguyen, Mai Anh	A			
	Korb, Henry	B			
	Wendler, Amos	B		entschuldigt	
	Jacobsen, Jan- Malte	C	GF HoPo		
	Meißner, Claudia	C	GF Soziales		
Mathe	Joseph, Felix	A			
Medizin	Schultheiß, Timo	A		<del>(ruht)</del>	
	Schuster, Felix	B			
	Soyk, Christian	B			
Philosophie	Mielisch, Arlett	A		entschuldigt	
	Petzold, Annett	B			A. Petzold
Physik	Köhler, Fabian	A			
Psychologie	Küssel, Lisa	A		(ruht)	
	Georges, Robert	C	GF Finanzen		
Soz.päd/EW	Marr, Sabine	A			
Spralikuwi	Berger, Paul	A			
Verkehr	Duschik, Daniel	A			
	Laura-Teresa von Burski	B			
WiWi	Lüth, Matthias	A			
	Schwabe, Marian	B			M. Schwabe
<b>Gäste</b>					
Christian Prause					
Nils Laeger					
Dirk Fleischer					

## **A. Anhang**

### A.1. Entgeltgruppen

Sheet1

Entgeltgruppen	1	2	3	4	5	6
Beratung – E9k	2.611,75 €	2.885,11 €	3.024,71 €	3.410,25 €		
Sozialabgaben	504,46 €	557,26 €	584,22 €	658,69 €		
Gesamt	3.116,21 €	3.442,37 €	3.608,93 €	4.068,94 €		
		Nach 1 Jahr	Nach 6 Jahren	Nach 15 Jahren		
Finanzen – E9k	2.611,75 €	2.885,11 €	3.024,71 €	3.410,25 €		
Sozialabgaben	504,46 €	557,26 €	584,22 €	658,69 €		
Gesamt	3.116,21 €	3.442,37 €	3.608,93 €	4.068,94 €		
		Nach 1 Jahr	Nach 6 Jahren	Nach 15 Jahren		
Technik – E9k	2.611,75 €	2.885,11 €	3.024,71 €	3.410,25 €		
Sozialabgaben	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €		
Gesamt	2.611,75 €	2.885,11 €	3.024,71 €	3.410,25 €		
		Nach 1 Jahr	Nach 6 Jahren	Nach 15 Jahren		
ÖA – E8	2.448,90 €	2.704,82 €	2.821,13 €	2.931,65 €	3.053,79 €	3.129,40 €
Sozialabgaben	473,01 €	522,44 €	544,90 €	566,25 €	589,84 €	604,44 €
Gesamt	2.921,91 €	3.227,26 €	3.366,03 €	3.497,90 €	3.643,63 €	3.733,84 €
		Nach 1 Jahr	Nach 3 Jahren	Nach 6 Jahren	Nach 10 Jahren	Nach 15 Jahren

Entgeltgruppen	1	2	3	4	5	6
Beratung – E9k	31.341,00 €	34.621,32 €	36.296,52 €	40.923,00 €		
Sozialabgaben	6.053,51 €	6.687,11 €	7.010,67 €	7.904,28 €		
Gesamt	37.394,51 €	41.308,43 €	43.307,19 €	48.827,28 €		
		Nach 1 Jahr	Nach 6 Jahren	Nach 15 Jahren		
Finanzen – E9k	31.341,00 €	34.621,32 €	36.296,52 €	40.923,00 €		
Sozialabgaben	6.053,51 €	6.687,11 €	7.010,67 €	7.904,28 €		
Gesamt	37.394,51 €	41.308,43 €	43.307,19 €	48.827,28 €		
		Nach 1 Jahr	Nach 6 Jahren	Nach 15 Jahren		
Technik – E9k	31.341,00 €	34.621,32 €	36.296,52 €	40.923,00 €		
Sozialabgaben	6.053,51 €	6.687,11 €	7.010,67 €	7.904,28 €		
Gesamt	37.394,51 €	41.308,43 €	43.307,19 €	48.827,28 €		
		Nach 1 Jahr	Nach 6 Jahren	Nach 15 Jahren		
ÖA – E8	29.386,80 €	32.457,84 €	33.853,56 €	35.179,80 €	36.645,48 €	37.552,80 €
Sozialabgaben	5.676,06 €	6.269,23 €	6.538,82 €	6.794,98 €	7.078,07 €	7.253,32 €
Gesamt	35.062,86 €	38.727,07 €	40.392,38 €	41.974,78 €	43.723,55 €	44.806,12 €
		Nach 1 Jahr	Nach 3 Jahren	Nach 6 Jahren	Nach 10 Jahren	Nach 15 Jahren

Sozialabgaben			
Krankenversicherung		7,300%	
Pflegeversicherung		0,675%	
Rentenversicherung		9,350%	
Arbeitslosenversicherung		1,500%	
Umlage 2		-	0,49% Moment
gesetzliche Unfallversicherung		-	188,33 € Moment
		19,3150%	

## A.2. Stellenbeschreibung Finanzreferent

Stellenbeschreibung	Seite 1 von 4
---------------------	---------------

### Stellenbeschreibung

#### 1. Organisatorische Eingliederung des Arbeitsplatzes

<b>1.1</b>	Organisationseinheit <b>Geschäftsbereich Inneres Fachbereich Finanzen</b>	<b>1.2</b>	Funktion <b>Sachbearbeiter Finanzen (m/w)</b>
------------	--	------------	--

#### 2. Aufgabenkreis des Arbeitsplatzinhabers

Verwaltung und finanztechnische Bearbeitung der Mittel des Studentenrates <ul style="list-style-type: none"> <li>- Verwaltungstechnische Bearbeitung der Mittelbewegung der Studentenschaft</li> <li>- Haushaltsplanung</li> <li>- Vermögensverwaltung</li> <li>- Zuarbeit Finanzer des Studentenrates</li> <li>- Servicetätigkeiten</li> <li>- Verwaltungstechnische Bearbeitung der Finanzen Dritter im Rahmen von Vereinbarungen zum Beispiel KSS(Konferenz Sächsischer Studierendenschaften)</li> </ul>	
---	--

#### 3. Befugnisse des Arbeitsplatzinhabers

<b>3.1</b>	Dem Arbeitsplatz sind die folgenden Mitarbeiter fachlich ständig unterstellt
	-/-

<b>3.2</b>	Der Arbeitsplatzinhaber vertritt
	-/-

<b>3.3</b>	Der Arbeitsplatzinhaber hat folgende Befugnisse
	Feststellungsbefugnis von rechnerischer Richtigkeit, Zeichnungsbefugnis im Bereich Materialverleih

#### 4. Darstellung der Tätigkeiten

Lfd. Nr.	Aufgabe	ausführliche Beschreibung der dabei anfallenden Arbeitsschritte	Anteil an der gesamten Arbeitszeit in %
1	2	3	4
<b>1</b>	<b>Verwaltungstechnische Bearbeitung der Mittelbewegung der Studentenschaft</b>	- Buchhaltung - Kontoführung - Finanzüberweisung - Vorprüfung und Abrechnung von Reisekosten	30%

Stellenbeschreibung		Seite 2 von 4	
		<p>- Vorbereitung und Veranlassung von Annahme- und Auszahlungsanordnungen</p> <p>jeweils selbständig und in Anwendung der relevanten rechtlichen Rahmenbedingungen sowie der einschlägigen Gesetzeslage, der wirtschaftlichen Gegebenheiten sowie im Rahmen der internen Vorgaben des StuRa</p>	
<b>2</b>	<b>Haushaltsplanung</b>	<p>Erstellung Haushaltsplan, Jahresabschluss, Buchungsberichte, Erfolgsplan</p> <p>jeweils selbständig und in Anwendung der relevanten rechtlichen Rahmenbedingungen sowie der einschlägigen Gesetzeslage, der wirtschaftlichen Gegebenheiten sowie im Rahmen der internen Vorgaben des StuRa</p>	20%
<b>3</b>	<b>Vermögensverwaltung</b>	<p>- Erstellung, Führung und Verwaltung Inventarverzeichnis</p> <p>- Vermögensverwaltung</p> <p>- Raumverwaltung</p>	10%
<b>4</b>	<b>Zuarbeit Finanzer des Studentenrates</b>	<p>- Erstellung Finanzberichte</p> <p>- Schulung der Finanzer des Studentenrates</p> <p>jeweils selbständig und in Anwendung der relevanten rechtlichen Rahmenbedingungen sowie der einschlägigen Gesetzeslage, der wirtschaftlichen Gegebenheiten sowie im Rahmen der internen Vorgaben des StuRa</p>	10%
<b>5</b>	<b>Servicetätigkeiten</b>	<p>- Mitarbeit im Servicebüro (erste Anlaufstelle)</p> <p>- Verkauf von internationalen Studentenausweis, Semestertickets, Tickets ausgewählter Kulturveranstaltungen, Copykarten, TU-Merchandise</p> <p>- Annahme von Anträgen wie Rückerstattung vom Semesterticket, Aus- und Wiedereintritt aus der verfassten Studentenschaft</p> <p>- Selbstständige Tätigkeiten im Materialverleih: Annahme von Anfragen, Planung der Ausleihen, Vorbereiten des Ausleihvertrages, Bereitstellen des Materials, Übergabe, Rücknahme und Kontrolle des Materials auf Schäden und Vollständigkeit, Nachbereitung der Ausleihen</p>	20%

Stellenbeschreibung	Seite 3 von 4
---------------------	---------------

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Annahme der Hauptposteingänge, Verteilung an die entsprechenden Personen</li> <li>- Belegungsplanung des StuRa-Gebäudes</li> <li>- Kalenderverwaltung von Veranstaltungen der Studentenschaft</li> <li>- Ansprechpartner für Fundsachen</li> <li>- Prüfung und Bestätigung von Anträgen bei uniinternen Dezernaten für die Studentenschaft</li> <li>- selbstständige Erstellung von unterschriftsreifen Gremien- und Tätigkeitsbestätigungen</li> </ul>	
<b>4</b>	<p><b>Verwaltungstechnische Bearbeitung der Finanzen Dritter im Rahmen von Vereinbarungen (zum Beispiel Konferenz Sächsischer Studierendenschaften)</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Buchhaltung</li> <li>- Kontoführung</li> <li>- Finanzüberweisung</li> <li>- Vorprüfung und Abrechnung von Reisekosten</li> <li>- Vorbereitung und Veranlassung von Annahme- und Auszahlungsanordnungen</li> </ul> <p>jeweils selbständig und in Anwendung der relevanten rechtlichen Rahmenbedingungen sowie der einschlägigen Gesetzeslage, der wirtschaftlichen Gegebenheiten sowie im Rahmen der internen Vorgaben des StuRa</p>	10%

**5. Soll-Qualifikation für den Arbeitsplatz**

<b>5.1</b>	
<b>Schulabschluss:</b>	
<b>Facharbeiter:</b> Buchhaltung, Betriebswirt oder Vergleichbares	
<b>Meister:</b>	
<b>Hochschulabschluss:</b>	
<b>5.2</b>	
<b>Sonstige Fachkenntnisse, Fähigkeiten und Erfahrungen</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fremdsprachenkenntnisse in Englisch B1</li> <li>• EDV-Kenntnisse</li> <li>• Kaufmännisch-wirtschaftliche Fachkenntnisse</li> <li>• Buchhalterische Fachkenntnisse</li> <li>• Kenntnisse über die Organisation einer Universität</li> </ul>	

**6. Erstellung, Prüfung, Genehmigung**

<b>6.1</b>		Ort, Datum	Unterschrift
------------	--	------------	--------------

Stellenbeschreibung	Seite 4 von 4
---------------------	---------------

	Erstellt von:	Dresden, _____.2016	
			_____
6.2	Gepüft von:	Dresden, _____.2016	
	GF Personal		_____
6.3	Genehmigt von:	Dresden, _____.2016	
	Geschäftsführer		_____

### A.3. Eingruppierungsformular SB Kassenwart

#### Eingruppierung der Beschäftigten nach der EGO des TV-L

**Geschäftsbereich:**

**Tätigkeit:**

:

Inneres

Sachbearbeiter Kassenwart (m/w)

Tätigkeit Lfd. Nr.	%	Einfachste Tätigkeiten	Einfache Tätigkeiten	Tätigkeiten mit eingehender Einarbeitung bzw. fachlicher Anleitung	Schwierige Tätigkeiten	Gründliche Fach- kenntnisse	Gründliche und vielseitige Fach- kenntnisse	Selbst- ständige Leistungen	Gründliche und umfassende Fach- kenntnisse	Besondere Verant- wortung	Besondere Schwierig- keit und Bedeutung
1	30						30	30			
2	20							20	20		
3	10		10								
4	10				10			10	10		
5	20						20				
6	10						10	10			
	<b>100</b>	<b>0</b>					<b>mind. 50</b>	<b>mind. 50</b>	<b>max. 49</b>	<b>max. 49</b>	<b>0</b>

**Eingruppierung: EG 9 („kleine EG 9 - EGO Allgemeine Verwaltung EG 9, Nr. 3)**

**Vergleich zu innerbetrieblichen Stellen:**

(-)

\_\_\_\_\_  
(-)  
Geschäftsführer

Datum: 22.04.2016

\_\_\_\_\_  
(-)  
Geschäftsführer

### A.4. Stellenbeschreibung Beratung

Stellenbeschreibung	Seite 1 von 4
---------------------	---------------

#### Stellenbeschreibung

#### 1. Organisatorische Eingliederung des Arbeitsplatzes

<b>1.1</b>	Organisationseinheit	<b>1.2</b>	Funktion
	<b>Geschäftsbereich: Soziales Fachbereich: Beratungen</b>		<b>Sozialberater (m/w)</b>

#### 2. Aufgabenkreis des Arbeitsplatzinhabers

Der Arbeitsplatzinhaber ist insbesondere verantwortlich für <ul style="list-style-type: none"> <li>- Durchführung von Weiterbildungen für studentische Berater</li> <li>- Unterstützung der studentischen Beratungen</li> <li>- Ansprechpartner für externe Berater und Beratungsstellen</li> <li>- Durchführung von Beratungen</li> <li>- Servicetätigkeiten</li> </ul>	
--	--

#### 3. Befugnisse des Arbeitsplatzinhabers

<b>3.1</b>	Dem Arbeitsplatz sind die folgenden Mitarbeiter fachlich ständig unterstellt
	-/-

<b>3.2</b>	Der Arbeitsplatzinhaber vertritt
	Finanzreferent im Bereich Buchhaltung, Anweisen, Prüfen von Rechnungen und Finanzanträgen und durch Vertrag gebundene Finanzverwaltungsaufgaben von Dritten

<b>3.3</b>	Der Arbeitsplatzinhaber hat folgende Befugnisse
	Feststellungsbefugnis von rechnerischer Richtigkeit, Zeichnungsbefugnis im Bereich Materialverleih

#### 4. Darstellung der Tätigkeiten

Lfd. Nr.	Aufgabe	ausführliche Beschreibung der dabei anfallenden Arbeitsschritte	Anteil an der gesamten Arbeitszeit in %
1	2	3	4
<b>1</b>	<b>Durchführung von Weiterbildungen für studentische Berater</b>	- Prüfung des Bedarfs an Weiterbildungen  - Vorbereitung und Durchführung von Weiterbildungen zu Sozialberatungen, BAföG, Wohngeld, Themen zu Lehre und Studium und anderen studentischen Beratungsthemen  - Anbieten und Organisation von Weiterbildungen mit externen Referenten	25%

Stellenbeschreibung		Seite 2 von 4	
		jeweils selbständig und in Anwendung der relevanten rechtlichen Rahmenbedingungen sowie der einschlägigen Gesetzeslage, der wirtschaftlichen Gegebenheiten sowie im Rahmen der internen Vorgaben des StuRa	
<b>2</b>	<b>Unterstützung der studentischen Beratungen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Zusammenstellen aktueller Informationen für studentische Berater</li> <li>- Aufarbeitung und Verteilung der Informationen für und an studentische Berater</li> <li>- Beantwortung von Fragen studentischer Berater</li> <li>- Hilfestellung bei Beratungen studentischer Berater</li> </ul> <p>jeweils selbständig und in Anwendung der relevanten rechtlichen Rahmenbedingungen sowie der einschlägigen Gesetzeslage, der wirtschaftlichen Gegebenheiten sowie im Rahmen der internen Vorgaben des StuRa</p>	30%
<b>3</b>	<b>Ansprechpartner für externe Berater und Beratungsstellen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Unterstützung der Beratung externer Berater mit Nachschlagewerken</li> <li>- bereit stehen für Rückfragen</li> <li>- Bereitstellung von allen Studienordnungen</li> <li>- Pflege der Kontakte mit externen Beratungsstellen</li> </ul>	10%
<b>4</b>	<b>Durchführung von Beratungen</b>	<p>Durchführung von Sozialberatungen, Beratungen zu BAföG, Wohngeld, Themen zu Lehre und Studium und anderen studentischen Beratungsthemen, wenn nicht ausreichend studentische Berater da sind</p> <p>jeweils selbständig und in Anwendung der relevanten rechtlichen Rahmenbedingungen sowie der einschlägigen Gesetzeslage, der wirtschaftlichen Gegebenheiten sowie im Rahmen der internen Vorgaben des StuRa</p>	5%
<b>5</b>	<b>Serviceleistungen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mitarbeit im Servicebüro (erste Anlaufstelle)</li> <li>- Verkauf von internationalen Studentenausweis, Semestertickets, Tickets ausgewählter Kulturveranstaltungen, Copykarten, TU-Merchandise</li> <li>- Annahme von Anträgen wie Rückerstattung vom Semesterticket, Aus- und Wiedereintritt aus der verfassten Studentenschaft</li> <li>- Selbstständige Tätigkeiten im Materialverleih:</li> </ul>	30%

Stellenbeschreibung	Seite 3 von 4
---------------------	---------------

		<p>Annahme von Anfragen, Planung der Ausleihen, Vorbereiten des Ausleihvertrages, Bereitstellen des Materials, Übergabe, Rücknahme und Kontrolle des Materials auf Schäden und Vollständigkeit, Nachbereitung der Ausleihen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Annahme der Hauptposteingänge, Verteilung an die entsprechenden Personen</li> <li>- Belegungsplanung des StuRa-Gebäudes</li> <li>- Kalenderverwaltung von Veranstaltungen der Studentenschaft</li> <li>- Ansprechpartner für Fundsachen</li> <li>- Prüfung und Bestätigung von Anträgen bei uninterne Deaternaten für die Studentenschaft</li> <li>- selbstständige Erstellung von unterschrittsreifen Gremien- und Tätigkeitsbestätigungen</li> </ul>
--	--	---

**5. Soll-Qualifikation für den Arbeitsplatz**

<b>5.1</b>	
<b>Schulabschluss:-/-</b>	
<b>Facharbeiter: -/-</b>	
<b>Meister: -/-</b>	
<b>Hochschulabschluss: Bachelor Sozialpädagogik/Sozialarbeit oder vergleichbar</b>	
<b>5.2</b>	Bachelor(FH,BA) Fachrichtung Sozialpädagogik/Sozialarbeit, Jura oder vergleichbar
<b>Sonstige Fachkenntnisse, Fähigkeiten und Erfahrungen</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fremdsprachenkenntnisse in Englisch B2</li> <li>• EDV-Kenntnisse</li> <li>• Buchhalterische Grundkenntnisse</li> <li>• Kenntnisse über die Organisation einer Universität</li> <li>• Grundkenntnisse Sozialrecht</li> </ul>	

**6. Erstellung, Prüfung, Genehmigung**

6.1		Ort, Datum	Unterschrift
	Erstellt von: _____	Dresden_____.2016	_____
6.2	Geprüft von: GF Personal	Dresden, _____.2016	_____
6.3	Genehmigt von: Geschäftsführer	Dresden, _____.2016	_____

Stellenbeschreibung	Seite 4 von 4
---------------------	---------------

--	--	--	--

### A.5. Eingruppierungsformular SB Sozialberater

#### Eingruppierung der Beschäftigten nach der EGO des TV-L

**Geschäftsbereich:**

**Tätigkeit:**

:

Soziales

Sozialberater (m/w)

Tätigkeit Lfd. Nr.	%	Einfachste Tätigkeiten	Einfache Tätigkeiten	Tätigkeiten mit eingehender Einarbeitung bzw. fachlicher Anleitung	Schwierige Tätigkeiten	Gründliche Fachkenntnisse	Gründliche und vielseitige Fachkenntnisse	Selbstständige Leistungen	Gründliche und umfassende Fachkenntnisse	Besondere Verantwortung	Besondere Schwierigkeit und Bedeutung
1	25							25	25		
2	30						30	30			
3	10			10							
4	5							5	5		
5	30						30				
							<b>60</b>	<b>60</b>	<b>30</b>		
	<b>100</b>	<b>0</b>					<b>mind. 50</b>	<b>mind. 50</b>	<b>max. 49</b>	<b>max. 49</b>	<b>max. 33 1/3</b>

Eingruppierung: EG „kleine“ EG 9

**Vergleich zu innerbetrieblichen Stellen:**

(-)

\_\_\_\_\_  
(-)  
Geschäftsführer

Datum: 22.04.2016

\_\_\_\_\_  
(-)  
Geschäftsführer

A.6. DNN Preisliste



# Preisliste 2016

Nr. 17a | Gültig ab 1.2.2016 | Nielsen VII

**Schnellkontakt:**  
Verlag 0351 8075-0  
Anzeigenleitung 0351 8075-191  
Anzeigenabteilung: 0351 8075-149

**Dresdner Neueste Nachrichten**  
Postfach 120 019  
01001 Dresden  
[www.dnn.de](http://www.dnn.de)



**ZMG** **agma**<sup>TM</sup>

**DRESDNER NEUESTE NACHRICHTEN**

Preisliste Nr. 17a BLATT 2  
Gültig ab 01.02.2016

# DRESDNER NEUESTE NACHRICHTEN

Erscheinungsort  
Dresden

## Allgemeine Verlagsangaben

<b>Verlag:</b>	Dresdner Nachrichten GmbH & Co. KG Haus- und Lieferadresse: Dr.-Külz-Ring 12, 01067 Dresden USt.- Ident. Nr.: DE 141515733, Steuer-Nr.: 231/168/10603	<b>Postadresse:</b>	Postfach 120 019, 01001 Dresden
<b>Telefon:</b>	Verlag: 0351 8075-0	<b>Anzeigenleitung:</b>	0351 8075-191
<b>Telefax:</b>	Verlag: 0351 8075-112	<b>Anzeigenabteilung:</b>	0351 8075-149
<b>Internet / E-Mail:</b>	www.dnn.de/anzeigen@dnn.de	<b>Telefonische Anzeigenannahme:</b>	0351 8075-145

- Geschäftsbedingungen:** siehe Blatt 16 und 17
- Erscheinungsweise:** montags bis sonnabends
- Kombinationspreise / Schlusstermine / Rabatte / Chiffregebühren:** Blatt 4
- Bankverbindung:** Commerzbank AG, Konto-Nr. 04 104 420 00, BLZ 850 800 00, IBAN: DE 17850800000410442000, BIC: DRESDEFF 850
- Zahlungsbedingungen:** 14 Tage nach Rechnungserhalt. Bei neuen Geschäftsverbindungen oder bei Zahlungsverzug behält sich der Verlag das Recht vor, die Ausführung des Anzeigen- und Beilagenauftrages vom vorherigen Zahlungsausgleich (Vorkasse) abhängig zu machen.
- Skonto:** Bei Zahlung mittels Bankeinzug 2% Skonto.
- Rabatt:** Befinden sich Forderungen in anwaltlicher Bearbeitung (Mahnverfahren) oder bestehen Vorkassebedingungen, werden keine Rabatte gewährt. Bei Insolvenzen und Zwangsvergleichen entfällt jeglicher Nachlass.
- Zahlungsverzug:** Bei Zahlungsverzug werden sämtliche offenstehenden Rechnungen bzw. Nachberechnungen zur sofortigen Zahlung fällig. Bei Stundungen oder Zahlungsverzug werden Zinsen in Höhe von 1% über dem gültigen Basiszinssatz sowie die Einziehungskosten berechnet.
- Mehrwertsteuer:** Zu den genannten Preisen kommt die gesetzliche Mehrwertsteuer hinzu.
- Satzspiegel:** Nordisches Format (NF): 528 mm hoch, 371 mm breit (1/1 Seite: 4224 mm), Panoramaanzeigen: 528 mm x 770 mm
- |                                 |                      |                  |  |
|---------------------------------|----------------------|------------------|--|
| <b>Spaltenbreite und -zahl:</b> | <b>Anzeigenteil:</b> | <b>Textteil:</b> |  |
|                                 | 45 mm                | 58 mm            |  |
|                                 | 2-spaltig 91 mm      | 2-spaltig 120 mm |  |
|                                 | 3-spaltig 137 mm     | 3-spaltig 183 mm |  |
|                                 | 4-spaltig 184 mm     | 4-spaltig 246 mm |  |
|                                 | 5-spaltig 230 mm     | 5-spaltig 309 mm |  |
|                                 | 6-spaltig 277 mm     | 6-spaltig 371 mm |  |
|                                 | 7-spaltig 323 mm     |                  |  |
|                                 | 8-spaltig 371 mm     |                  |  |

Preisliste Nr. 17a BLATT 3  
Gültig ab 01.02.2016

## DRESDNER NEUESTE NACHRICHTEN

Erscheinungsort  
Dresden

### Technische Angaben, Druckunterlagen, Datenkommunikation

#### Technische Angaben

<b>Grundschrift:</b>	Für Zeilenanzeigen wird in den Dresdner Neueste Nachrichten die Schrift Franklin Gothic in der Schriftgröße 7,3 Punkt verwendet.	<b>Auflösung der Bilder:</b>	200 dpi nach Zeitungsstandard
<b>Rasterform:</b>	Elliptischer Punktraster 60 Linien/cm (150 lpi Rasterweite)	<b>Druckreihenfolge:</b>	Schwarz-Cyan-Magenta-Gelb
<b>Rasterwinkelung:</b>	Schwarz = 45° / Cyan = 105° / Magenta = 75° / Gelb = 90°	<b>Schwärzung:</b>	Dichte 3,2 log
<b>Tonwertumfang:</b>	Zeichnende Tiefe 87 %, Licht 5 %	<b>Max. Flächendeckung 4c:</b>	240%
<b>Tonwertzunahme:</b>	Wir arbeiten entsprechend den Empfehlungen der Dachverbände nach Zeitungsstandard 26% Tonwertzuwachs. Zeitungsprofil „ISOnewspaper26v4.icc“ kostenlos zum Download unter <a href="http://www.ifra.de">www.ifra.de</a> .	<b>Druckverfahren:</b>	Offset Rotationsdruck
<b>Papier:</b>	42 Gramm Zeitungsdruckpapier		
<b>Druckfarben:</b>	Farbangaben nach HKS-Z Farbfächer. 4-Farbdruck nach Eurokala für Zeitungsdruck. Sonderfarben werden im 4 Farbdruk erzielt.		
<b>Andrucke:</b>	Je Zeitungsformat 1 x auf Zeitungsdruckpapier (max. 45 g/qm) - keine Chromalinandrucke.		
<b>Qualität:</b>	Geringfügige Farbabweichungen im Druck berechtigen nicht zu Ersatzansprüchen. Bei Anlieferung von Druckunterlagen, die von den Vorgaben abweichen, kann generell keine Gewähr für Qualitätsverluste bzw. für Druckausfall übernommen werden.		
<b>Archivierung:</b>	Druckunterlagen oder CDs werden nur auf Kundenwunsch zurückgeschickt. Eine Archivierung erfolgt für 3 Monate.		

#### Digitale Druckunterlagen

Anlieferung über den internationalen Quickcut-Service möglich ([www.quickcut.de](http://www.quickcut.de))

<b>Hinweise:</b>	Eine gelieferte Anzeige erscheint nur, wenn ein eindeutiger Auftrag vorliegt. Gelieferte Anzeigen gelten als druckfreie Anzeigen, d.h. inhaltlich komplett. Nachbearbeitungen und inhaltliche Korrekturen können nicht bzw. nur bedingt ausgeführt werden. Bitte die Datenlieferung mit einem eindeutigen, auftragsbezogenen Namen versehen und jeder Übertragung eine Textdatei mit den konkreten Auftragsdaten, Ansprechpartner, Telefon- und Faxnummer beifügen.	
<b>Telefon/Telefax:</b>	Info-Nummer: 0341 2181-1314	Auftrags-Fax: 0341 2181-1639
<b>E-Mail</b>	<a href="mailto:anzeigen@dnn.de">anzeigen@dnn.de</a> (Bei Datenmengen über 10 MB empfiehlt sich der FTP-Upload – FTP-Zugang auf Anfrage)	
<b>Hardware-Plattform:</b>	Windows XP	
<b>Dateiformate:</b>	Lieferformat PDF 1.5 mit ZIP-Kompression. EPS- oder PDF-Dateien mit eingebundenen oder vektorisierten Schriften. Eingebundene Farbbilder nur im CMYK-Modus nach ISO-Standard Zeitungsdruck (ISOnewspaper26v4.icc), nicht im RGB- oder Duplex-Modus.	

Preisliste Nr. 17a BLATT 4  
Gültig ab 01.02.2016

# DRESDNER NEUESTE NACHRICHTEN

Erscheinungsort  
Dresden

**Preise: Dresdner Neueste Nachrichten**

Alle Preise in Euro zuzüglich Mehrwertsteuer.

	Grundpreis	Ortspreis
<b>Schwarz-Weiß (EUR je mm)</b>	<b>1,91</b>	<b>1,62</b>
1/1 Seite	8.068,00	6.843,00
Textteilanzeigen ①	5,85	4,97
Eckfeldanzeigen ②	2,39	2,03
Titelkopfanzeigen ③	501,00	426,00
Griffeckanzeigen ④	5,61	4,77
Amtliche Bekanntmachungen ⑤	-	0,81
Bäderanzeigen	1,73	1,47
Kultur, Vereine(e.V.),gemeinn. Veranstaltungen & Gastronomie	1,67	1,42
Titel-Doppel ⑥	1.338,00	1.137,00
<b>1 Zusatzfarbe (EUR je mm)</b>	<b>2,27</b>	<b>1,93</b>
1/1 Seite	9.588,00	8.152,00
Textteilanzeigen ①	6,74	5,73
Eckfeldanzeigen ②	2,74	2,33
Titelkopfanzeigen ③	675,00	574,00
Griffeckanzeigen ④	6,51	5,53
Kultur, Vereine(e.V.),gemeinn. Veranstaltungen & Gastronomie	1,91	1,62
Titel-Doppel ⑥	1.540,00	1.309,00
<b>2 Zusatzfarben (EUR je mm)</b>	<b>2,51</b>	<b>2,13</b>
1/1 Seite	10.602,00	8.997,00
Textteilanzeigen ①	7,52	6,39
Eckfeldanzeigen ②	3,05	2,59
Titelkopfanzeigen ③	1.505,00	1.279,00
Griffeckanzeigen ④	7,40	6,29
Kultur, Vereine(e.V.),gemeinn. Veranstaltungen & Gastronomie	2,21	1,88
Titel-Doppel ⑥	1.767,00	1.502,00
<b>3 Zusatzfarben (EUR je mm)</b>	<b>2,74</b>	<b>2,33</b>
1/1 Seite	11.574,00	9.842,00
Textteilanzeigen ①	8,29	7,05
Eckfeldanzeigen ②	3,34	2,84
Titelkopfanzeigen ③	1.660,00	1.411,00
Griffeckanzeigen ④	8,24	7,00
Kultur, Vereine(e.V.),gemeinn. Veranstaltungen & Gastronomie	2,51	2,13
Titel-Doppel ⑥	2.031,00	1.726,00
Titel-Streifenanzeige ⑦	ab 3.471,00	ab 2.950,00
<b>Fließsatz-Anzeigen (EUR je Zeile) ⑧</b>	<b>3,46</b>	<b>2,94</b>

**Legende: Spezifische Hinweise**

- ① **Textteilanzeigen:** erscheinen 1- oder 2-spaltig in Textspaltenbreite nur 10 - 150 mm hoch;  
Mindestpreise: 1 Zusatzfarbe GP 113,50, OP 96,50  
2 Zusatzfarben GP 251,00, OP 213,00  
3 Zusatzfarben GP 274,00, OP 233,00
- ② **Eckfeldanzeigen:** erscheinen in Textspaltenbreite; Mindestgröße 800 mm. Berechnungsbasis: Textspaltenzahl x mm x Umrechnungsfaktor 1,333
- ③ **Titelkopfanzeigen** (nur auf Anfrage): Größe (Breite x Höhe) 58 x 50 mm
- ④ **Griffeckanzeigen** (nur auf Anfrage): erscheinen 2 Textspalten breit nur 60 - 135 mm hoch. Berechnungsbasis: Textspaltenzahl x mm x Umrechnungsfaktor 1,333
- ⑤ **Amtliche Bekanntmachungen:** Anzeigen ohne erwerbswirtschaftlichen Charakter, die von Amtswegen pflichtgemäß zu veröffentlichende Sachverhalte beinhalten.
- ⑥ **Titel-Doppel:** (nur auf Anfrage): Größe (Breite x Höhe) 60 x 30 mm x 2
- ⑦ **Titel-Streifenanzeige**  
Festgröße (Breite x Höhe) 371 x 60 mm (siehe Blatt 11)
- ⑧ **Fließsatz-Anzeigen** werden zum Zeilenpreis berechnet. Bei mehr als 13 Zeilen Umfang erfolgt die Berechnung zum entsprechenden mm-Preis.

**Umrechnungsfaktor für die Berechnung von Text- auf Anzeigenspalten (gilt für Griffeck-, Eckfeld- und blattohohe Anzeigen):**  
1 Textspalte = 1,333 Anzeigenspalten

Preisliste Nr. 17 BLATT 5  
Gültig ab 01.02.2016

# DRESDNER NEUESTE NACHRICHTEN

Erscheinungsort  
Dresden

**Kombinationspreise – Schlusstermine – Rabatte – Chiffregebühren**

**Mi/Sa – Sa/Mi Kombinationspreise (Schwarzweiß)**

In den Rubriken Kfz- oder Immobilienmarkt für Anzeigen, die unverändert erscheinen.

	Grundpreis	Ortspreis
<b>Fließsatz-Anzeigen</b>		
je Zeile	5,19	4,41
<b>Gestaltete Anzeigen</b>		
je mm	2,87	2,43

Gewerblicher Fließsatz wird zum Zeilenpreis berechnet. Bei mehr als 13 Zeilen Umfang erfolgt die Berechnung zum entsprechenden Millimeterpreis.

**Prospektanzeigen und Anzeigenstrecken auf Anfrage**

**Chiffregebühr**

Je Erscheinungstermin und Anzeige bei Zusendung 5,88 EUR zzgl. Mehrwertsteuer. Die Chiffregebühr wird als Verwaltungspauschale unabhängig von der Anzahl der eingehenden Zuschriften fällig.

**Anzeigen- und Druckunterlagenschluss**

Erscheinungstag	Schlusstermin	
Montag	Freitag,	10.00 Uhr
Dienstag	Montag,	10.00 Uhr
Mittwoch	Dienstag,	10.00 Uhr
Donnerstag	Mittwoch,	10.00 Uhr
Freitag	Donnerstag,	10.00 Uhr
Sonabend	Freitag,	10.00 Uhr
Kfz-, Immobilien-, Stellenmarkt am Sonabend	Mittwoch,	18.00 Uhr

Nach Anzeigenschluss kann ein Auftrag nicht mehr storniert werden.

**Rabatte**

Malstaffel		Mengenstaffel	
6 Anzeigen	5%	3.000 mm	5%
12 Anzeigen	10%	5.000 mm	10%
24 Anzeigen	15%	10.000 mm	15%
52 Anzeigen	20%	20.000 mm	20%
		über 30.000 mm	nach Absprache

Preisliste Nr. 17a BLATT 6  
Gültig ab 01.02.2016

# DRESDNER NEUESTE NACHRICHTEN

Erscheinungsort  
Dresden

## Der neue Print-Online-Jobmarkt

Profitieren Sie ab sofort bei jeder Anzeigenschaltung vom Crossmedia-Vorteil und erreichen Sie automatisch die für Sie relevante Zielgruppe!

Ihre Print-Online-Anzeige erscheint zum Wunschtermin in Ihrer Tageszeitung und am gleichen Tag für weitere 30 Tage auf dem Jobportal [www.dnn-job.de](http://www.dnn-job.de)

	Einmalschaltung		Kombination Mi/Sa – Sa/Mi	
	Grundpreis	Ortspreis	Grundpreis	Ortspreis
Schwarz-Weiß (Euro je mm)	1,91	1,62	2,87	2,43
1 Zusatzfarbe (Euro je mm)	2,27	1,93	3,41	2,90
2 Zusatzfarben (Euro je mm)	2,51	2,13	3,77	3,20
3 Zusatzfarben (Euro je mm)	2,74	2,33	4,11	3,50
Zeilenanzeigen (Euro je Zeile)	3,46	2,94	5,19	4,41

	Anzeigenpreis	Online-Anteil
Print-Online-Anzeige Basic (auch Fließsatz)	bis 250 Euro	+ 20 Euro
Print-Online-Anzeige Plus	von 251 bis 500 Euro	+ 90 Euro
Print-Online-Anzeige Pro	ab 501 Euro	+ 190 Euro

### Anzeigen- und Druckunterlagenschluss

Stellenmarkt am Mittwoch      Schlusstermin: Dienstag, 10 Uhr  
Stellenmarkt am Samstag      Schlusstermin: Mittwoch, 18 Uhr

\* Sollten mehr als zwei TOP JOBS gleich relevant sein, dann werden die Anzeigen gleich verteilt angezeigt.



### Ihre Crossmedia-Vorteile auf einen Blick:

- Topplatzierung an der Spitze der Trefferliste\* bei Relevanz
- Darstellung aller Inhalte der Zeitungsanzeige
- Keywords für bessere Findbarkeit
- 30 Tage Laufzeit ab Erscheinungstag
- farbliche Hervorhebung

Preisliste Nr. 17a BLATT 7  
Gültig ab 01.02.2016

# DRESDNER NEUESTE NACHRICHTEN

Erscheinungsort  
Dresden

## Anzeigenformate, Sonderformate und -platzierungen (Teil 1)

Alle Sonderplatzierungen sind nur nach Absprache möglich.

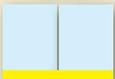
	Mindestgröße	Bemerkung	Beispiel
Titelkopfanzeige	58 x 50 mm	zum Festpreis	
Titel-Doppelanzeige	60 x 30 mm x 2	zum Festpreis	
Griffecke	2 Textspalten breit nur 60 bis 135 mm hoch	Berechnungsbasis: Textspaltenzahl x Millimeterhöhe x Griffecken-Millimeterpreis x Umrechnungsfaktor 1,333	
Eckfeldanzeige	erscheint in Textspaltenbreite Mindestgröße: 800 mm	Berechnungsbasis: Textspaltenzahl x Millimeterhöhe x Eckfeld-Millimeterpreis x Umrechnungsfaktor 1,333	
Textteilanzeige	erscheint 1- oder 2-spaltig in Textspaltenbreite (58 oder 120 mm) nur 10 bis 150 mm hoch	bis zu vier Anzeigen auf einer Textseite  Berechnungsbasis: Textspaltenzahl x Millimeterhöhe x Textteil-Millimeterpreis	
Flexformanzeige	300 mm	Aufschlag von 25 % auf Millimeterpreis	

Preisliste Nr. 17a BLATT 8  
Gültig ab 01.02.2016

# DRESDNER NEUESTE NACHRICHTEN

Erscheinungsort  
Dresden

## Anzeigenformate, Sonderformate und -platzierungen (Teil 2) Alle Sonderplatzierungen sind nur nach Absprache möglich.

	Mindestgröße	Bemerkung	Beispiel
Inselanzeige	300 mm	Aufschlag von 10 % auf den Millimeterpreis  Berechnungsbasis: Textspaltenzahl x Millimeterhöhe x Umrechnungsfaktor 1,333	
Satellitenanzeige	Mindestgröße je Seite: 300 mm	Aufschlag von 25 % auf den Millimeterpreis; nicht mehr als 8 Anzeigen pro Seite nur im Kleinanzeigenmarkt möglich	
Blattbreite Anzeige		1. Streifenanzeige auf der Titelseite (siehe Blatt 11) 8 Spalten breit x 60 mm hoch (Festgröße)  2. Textanschließende blattbreite Anzeigen (1. Lokalseite Maximalhöhe 140 mm)	
Blatthohe Anzeige	Mindestgröße: 1 Textspalte 58 mm x 528 mm Höhe x Umrechnungsfaktor 1,333	auf Textseiten in Textspaltenbreite	
Panoramaanzeige	17 Spalten entspricht 770 mm Breite Mindesthöhe: 120 mm	Millimeterpreis plus Mehrraum von 1 Spalte	
Tunnelanzeige	Mindestbreite: 2 x 3 Spalten plus Steg; Mindesthöhe: 250 mm	Berechnungsbasis: Textspaltenanzahl plus 1 Spalte x mm x Umrechnungsfaktor 1,333 2 x 3 Spalten + Steg = 7 Spalten = 396 mm breit; 2 x 4 Spalten + Steg = 9 Spalten = 522 mm breit; 2 x 5 Spalten + Steg = 11 Spalten = 648 mm breit	

Preisliste Nr. 17a BLATT 9  
Gültig ab 01.02.2016

# DRESDNER NEUESTE NACHRICHTEN

Erscheinungsort  
Dresden

## Verbreitungsgebiet / Auflage



Ausgaben und Auflagen Stand: II/2015	
Ausgabe	Verkaufte Auflage
Gesamtausgabe	23.042
ZIS-Nummer: 100398	

Preisliste Nr. 17a BLATT 10  
Gültig ab 01.02.2016

# DRESDNER NEUESTE NACHRICHTEN

Erscheinungsort  
Dresden

**Prospektbeilagen** **Alle Preise in Euro zuzüglich Mehrwertsteuer.**

Preise je 1000 Exemplare	bis 10 g	bis 20 g	bis 30 g	je weitere 10 g
Grundpreis €	75,93	83,24	97,76	7,81
Ortspreis €	64,49	70,78	83,10	6,64

**Beilagenauflage DNN:** Montag bis Freitag 27.300 Exemplare  
Samstag 29.400 Exemplare

**Lieferanschrift:** Zeitungsdruckerei Leipzig,  
Druckereistraße 1, 04159 Leipzig

**Ansprechpartner im Verlag:** Anzeigenabteilung,  
Telefon: 0351 8075-191, Fax: 0351 8075-149

**Mindestbelegung:** 8.000 Stück  
Bei Teilaufgaben wird ein Zuschlag von 3 % berechnet.

**Auftragsabschluss:** spätestens 10 Tage vor Beilegetermin bei Vorlage eines Musterexemplares

<b>Empfehlung für die technische Beschaffenheit</b>	5. Sonstige Angaben
<p><b>1. Format</b></p> <p>a) Mindestformat: 105 mm x 148 mm b) Höchstformat: 270 mm x 390 mm</p> <p><b>2. Gewicht</b></p> <p>a) Einzelblätter im Format DIN A6 dürfen ein Papiergewicht von 170 g/m<sup>2</sup> nicht überschreiten. b) Einzelblätter mit Formaten größer als DIN A6 bis DIN A4 müssen ein Flächengewicht von mindestens 120 g/m<sup>2</sup> aufweisen. c) Größere Formate mit einem Papiergewicht von mindestens 60 g/m<sup>2</sup>, sind auf eine Größe im Bereich DIN A4 (210 mm x 297 mm) zu falzen. d) Liegt das Gewicht über 50 g/Exemplar, ist eine vorherige Absprache erforderlich. Die Auftragsbestätigung für Einzelblätter erfolgt generell nach vorheriger Absprache und Vorlage von Musterexemplaren.</p> <p><b>3. Verarbeitungszustand</b></p> <p>a) Falzung: Mindestens an einer Seite geschlossen. Bei Prospekten größer A5 (148 mm x 210 mm) geschlossene Falzung unbedingt an einer Längsseite. Andernfalls müssen die Prospekte ein weiteres Mal gefalzt werden. Leporello und Altarfalz sind nicht möglich.</p> <p>b) Beschchnitt: Alle Beilagen müssen rechteckig und formatgleich geschnitten sein. Sie dürfen am Schnitt keine Verblockung durch stumpfe Messer aufweisen. c) Angeklebte Produkte: Postkarten sind in der Beilage grundsätzlich innen anzukleben. Sie müssen dabei bündig im Falz zum Kopf oder Fuß der Beilage angeklebt werden. Alle Beilagen mit außen angeklebten Produkten sowie Sonderformen wie gestanzte Beilagen, Warenmuster oder Proben sind nur nach Anfrage und Vorlage eines Musters möglich. d) Heftung: Bei Draht-Rückenheftung soll die verwendete Drahtstärke der Rückenstärke der Beilage angemessen sein. Dünne Beilagen sollen grundsätzlich mit Rücken- oder Falzeimung hergestellt werden.</p> <p><b>4. Verpackung und Transport</b></p> <p>a) Anlieferungszustand: Die angelieferten Beilagen müssen eine einwandfreie, sofortige Verarbeitung gewährleisten, ohne dass zusätzliche manuelle Aufbereitung notwendig ist. Durch zu frische Druckfarbe zusammengeklebte, stark elektrostatisch aufgeladene oder feucht gewordene Beilagen können nicht verarbeitet werden. Beilagen mit umgeknickten Ecken (Eselsohren) bzw. Kanten, Quetschfalten oder mit verlagertem (rundem) Rücken sind ebenfalls nicht verarbeitbar. b) Palettierung: Die Beilagen müssen sauber auf stabilen Paletten gestapelt sein; Anlieferung nur auf Europaletten. Jede Palette muß analog zum Lieferschein deutlich und sichtbar mit einer Palettenkarte gekennzeichnet sein. Bei kleineren Mengen Kartonverpackung nach Absprache möglich. c) Lagenhöhen: Die unverschränkten, kantengeraden Lagen sollen eine Höhe von 80 bis 100 mm aufweisen, damit sie von Hand greifbar sind. Einzelne Lagen dürfen nicht verschürt oder verpackt sein.</p>	<p>a) Beilagenaufträge sind erst nach Vorlage von einem Muster spätestens 10 Tage vor dem Streutermen und deren Billigung bindend. b) Spätester Anlieferungstermin: 4 Arbeitstage vor Erscheinen frei Haus in der Zeit von 7 - 20 Uhr. Anlieferung Montag bis Freitag. c) Vollständige Begletpapiere (Lieferschein) d) Letzter Rücktrittstermin: 7 Tage vor Erscheinen. e) Bei kurzfristiger Stornierung oder nicht fristgerechter Lieferung wird eine Kostenpauschale zur Deckung der eingetretenen Kosten erhoben. f) Prospekte dürfen keine Fremdanzeigen enthalten und nicht durch Format und Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestands der Zeitung erwecken. g) Konkurrenzschluss kann nicht gewährt werden. h) Der Verlag verteilt die Beilagen mit geschäftsbüblicher Sorgfalt, wobei bis zu 3% Fehlzustellung oder Verlust als verkehrsüblich gelten. Bei Beilagen unter 12g sind Mehrfachbelegungen nicht auszuschließen. Der Beilagenauftrag gilt als ordnungsgemäß erbracht, wenn eine Mängelrüge im Sinne des § 377 HGB nicht binnen 8 Werktagen nach Ausführung postalisch oder per Telefax beim Verlag eingegangen ist. i) Die Unterbringung in genau begrenzten Teilaufgaben erfolgt bestmöglich. Geringfügige Gebietsabweichungen berechtigen nicht zu Ersatzansprüchen. j) Postvertriebsstücke können nicht belegt werden. k) Erscheinungstage für Beilagen: Montag bis Sonnabend nach Vereinbarung. l) In der belegten Ausgabe erscheint ein kostenloser Beilagenhinweis, der jedoch nicht Bestandteil des Auftrages ist. m) Die genannten Beilagenauflagen dienen nur als Planungshilfe, da saisonale Schwankungen möglich sind.</p>

Preisliste Nr. 17a BLATT 11  
Gültig ab 01.02.2016

# DRESDNER NEUESTE NACHRICHTEN

Erscheinungsort  
Dresden

So schaffen Sie es auf die Titelseite:

Streifenanzeige auf der Titelseite



**Platzierung:**

- im unteren Bereich der Titelseite

**Preise:**

Ortspreis pro Anzeige:	2.232,00 €*
Grundpreis pro Anzeige:	2.626,00 €*
Ortspreis Einmalschaltung:	2.950,00 €**
Grundpreis Einmalschaltung:	3.471,00 €**

**Technische Angaben:**

Format: 8 Spalten (371 mm) breit x 60 mm hoch  
Farbe: 4-farbig

- \*Die genannten Preise sind nicht weiter rabattfähig und es muss eine Mindestschaltung von sechs Anzeigen im Jahr erfolgen.
- \*\* Bei anschließender Schaltung der restlichen fünf Anzeigen im Abschlussjahr zum Preis von 2.232,00 € (Ortspreis) bzw. 2.626,00 € (Grundpreis) erfolgt eine Gutschrift für die erste Schaltung von 718,00 € (Ortspreis) bzw. 845,00 € (Grundpreis).

Alle Preise in EURO zuzüglich Mehrwertsteuer.

**Kontakt:**

Telefon: 0351 8075-191  
E-Mail: anzeigen@dnn.de

1.000 EUR  
BONUS  
für gute Noten

Große Aussichten für schlaue Kinder und Enkel.

Jetzt die Chance auf den 1.000 Euro Zusatzbonus für die Kinder oder Ihren Enkel\* sichern mit einer unserer Anwartschaften. Wir beraten Sie gern. Tel. 0351 431-5.

Österrische Sparkasse Dresden

Preisliste Nr. 17a BLATT 12  
Gültig ab 01.02.2016

# DRESDNER NEUESTE NACHRICHTEN

Erscheinungsort  
Dresden

## So schaffen Sie es auf die Titelseite: MemoStick®

**MemoStick®:**  
**Haftet nicht nur auf Papier sondern auch im Kopf!**

MemoStick® der abziehbare Sticker, ist ein innovatives Promotion-Tool auf den Titelseiten unserer Tageszeitungen. Er ist ein abnehmbarer Aufkleber, der auf unterschiedlichsten Objekten eine nachhaltige Wirkung entfacht (Kühlschrank, Terminkalender, Computer, Auto-Cockpit ...)



### Platzierung:

- auf Titelseite oben ca. 6 cm vom linken Rand entfernt

### Belegungsmöglichkeiten:

- selektive Belegung lt. Tourenplan (bei produktionstechnisch bedingten Erfordernissen ist eine Splittung auf mehrere Erscheinungstage notwendig)
- Mindestbelegung je Erscheinungstag 15.000 Expl.

### Preise:

Ortspreis (inkl. Druck):	79,00 EUR je 1.000 Expl.
Grundpreis (inkl. Druck):	92,94 EUR je 1.000 Expl.
Gestaltung (falls gewünscht):	Vorder- und Rückseite 50,00 EUR
Lackierung (empfohlen):	nur Vorderseite zzgl. 1,50 EUR je 1.000 Expl.

### Technische Angaben:

Format:	76 x 76 mm oder 72 x 72 mm
Papiergrammatur:	90 g/m <sup>2</sup>
Farben:	1/0- bis 4/3-farbig

### Druckunterlagen:

Dateiformat:	druckfähiges, vektorisiertes pdf-File (mind. 200 dpi)
Beschnitt:	umlaufend 3 mm
Druckunterlagenschluss:	12 Werktage vor Erscheinungstag

Alle Preise in EURO zuzüglich Mehrwertsteuer.

### Kontakt MemoStick®/Tip-on-Card

Telefon: 0351 8075-191  
E-Mail: anzeigen@dnn.de

Preisliste Nr. 17a BLATT 13  
Gültig ab 01.02.2016

# DRESDNER NEUESTE NACHRICHTEN

Erscheinungsort  
Dresden

## So schaffen Sie es auf die Titelseite: Tip-on-Card

**Tip-on-Card:  
Der Eyecatcher auf der Titelseite der Tageszeitung.**

Wir bieten Ihnen die Möglichkeit, auf der Titelseite eine Tip-on-Card mit Ihrer Werbung zu platzieren. Die Karte wird dabei mit einer dünnen Klebeleinie auf der Zeitung aufgebracht und ist leicht und rückstandslos zu entfernen. Top Platzierung, top Werbeeffekt. Die Tip-on-Card.

- Platzierung:**  
- im unteren linken Bereich der Titelseite
- Belegungsmöglichkeiten:**  
- selektive Belegung lt. Tourenplan (bei produktionstechnisch bedingten Erfordernissen ist eine Splittung auf mehrere Erscheinungstage notwendig)  
- Mindestbelegung je Erscheinungstag 15.000 Expl.
- Preise:**  
Ortspreis (exkl. Herstellung): 79,00 EUR je 1.000 Expl.  
Grundpreis (exkl. Herstellung): 92,94 EUR je 1.000 Expl.  
Gestaltung (falls gewünscht): Vorderseite 35,00 EUR, Vorder- und Rückseite 50,00 EUR  
ab 14,00 EUR je 1.000 Expl.
- Druck (falls gewünscht):**
- Technische Angaben:**  
Format Karte: min. 70 mm breit x 90 mm lang  
max. 148 mm breit x 105 mm lang  
125 mm breit x 125 mm lang  
mattgestrichenes Bilderdruckpapier  
min. 250 g/m<sup>2</sup>  
max. 25 g  
undurchlässig  
Luftdurchlässigkeit: Maximalformat – gehalten  
darf max. 20 mm herunterhängen
- Format CD/DVD:**  
Papier: druckfähiges, vektorisiertes pdf-File (mind. 200 dpi)  
Produktgewicht: 148 mm breit x 105 mm lang (DIN A6)  
Luftdurchlässigkeit: umlaufend 3 mm  
Zulässige Durchbiegung: 12 Werkzeuge vor Erscheinungstag



**Druckunterlagen:**  
Dateiformat: druckfähiges, vektorisiertes pdf-File (mind. 200 dpi)  
Format: 148 mm breit x 105 mm lang (DIN A6)  
Beschnitt: umlaufend 3 mm  
Druckunterlagenschluss: 12 Werkzeuge vor Erscheinungstag

**Lieferangaben:**  
Lieferanschrift: LVZ-Druckerei, Druckereistr. 1, 04159 Leipzig  
Lieferzeitraum: Montag bis Freitag von 7 bis 20 Uhr  
(mind. 4 Arbeitstage vor Produktionstag)

**Alle Preise in EURO zuzüglich Mehrwertsteuer.**

Preisliste Nr. 17a BLATT 14  
Gültig ab 01.02.2016

# DRESDNER NEUESTE NACHRICHTEN

Erscheinungsort  
Dresden

## Online-Portfolio



### Kontakt

E-Mail: [anzeigen@dnn.de](mailto:anzeigen@dnn.de) • Web: [www.dnn.de/werbung](http://www.dnn.de/werbung) • Telefon: 0351/8075-191

Preisliste Nr. 17a BLATT 15  
Gültig ab 01.02.2016

**DRESDNER**  
**NEUESTE NACHRICHTEN**

Erscheinungsort  
Dresden

### Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungstreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.
2. Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.
3. Bei Abschluss ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. in Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.
4. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.
5. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
6. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
7. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
8. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Modells der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
9. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.
10. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden beim Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen. Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt. Darüber hinaus ist im kaufmännischen Geschäftsverkehr die Haftung des Verlages für grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen dem Umfang nach auf den voraussehbaren Schaden – bis zur Höhe des betreffenden Entgelts – beschränkt. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.
11. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.
12. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
13. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber vierzehn Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung auflaufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist vereinbart wurde. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.
14. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
15. Belegversand siehe „Zusätzliche Geschäftsbedingungen“, Ziffer f.
16. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderung ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
17. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder - wenn eine Auflage nicht genannt ist - die durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigter Mangel, wenn sie bei einer Auflage bis zu 50.000 Exemplaren 20 v.H., bei einer Auflage bis zu 100.000 Exemplaren 15 v.H., bei einer Auflage bis zu 500.000 Exemplaren 10 v.H., bei einer Auflage über 500.000 Exemplaren 5 v.H., beträgt. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.
18. Bei Chiffreanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Chiffreanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet! Die Eingänge auf Chiffreanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein! Dem Verlag kann einzelvertraglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anstelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN A4 (Gewicht 50g) überschreiten, sowie Waren, Bücher, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann jedoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.
19. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.
20. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder der gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, zum Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsabschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

Preisliste Nr. 17a BLATT 16  
Gültig ab 01.02.2016

## DRESDNER NEUESTE NACHRICHTEN

Erscheinungsort  
Dresden

### Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages

- a) Mit der Erteilung eines Auftrages erkennt der Auftraggeber die Allgemeinen und die Zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages an. Die ergänzenden Hinweise innerhalb der Preisliste des Verlages sind Bestandteil der Zusätzlichen Geschäftsbedingungen. Bei privaten Aufträgen gilt dies, wenn der Auftraggeber nach Hinweis auf die Anwendung der Geschäftsbedingungen den Auftrag ohne Widerspruch erteilt. Die Zusätzlichen Geschäftsbedingungen gehen den Allgemeinen Geschäftsbedingungen vor. Bei Nichtveröffentlichung ohne Verschulden des Verlages oder in Fällen höherer Gewalt bzw. Streik oder Aussperrung besteht kein Entschädigungsanspruch.
- b) Storniert der Auftraggeber nach Anzeigenschluss den Auftragsauftrag, ist der Verlag berechtigt, mindestens 50% des vereinbarten Auftragswertes der stornierten Anzeige als Ersatzanspruch einzufordern. Erfolgt die Beauftragung ohne konkreten Termin oder für einen Termin, zu dem die Ausgabe / Zeitung nicht erscheint, so ist der Verlag berechtigt, die Anzeige zum nächstmöglichen Termin zu veröffentlichen.
- c) Bei der Auftragserteilung sind durch den Auftraggeber alle erforderlichen Adressdaten anzugeben. Hierzu zählen insbesondere der eigene Vor- und Familienname mit eigener Anschrift bei Privatpersonen; der Name / Firma und Anschrift des handelnden Unternehmens bei kommerziellen Anzeigen. Der Verlag weist darauf hin, dass er Haftungsbeschränkungen des Auftraggebers nur im gesetzlich zulässigen Rahmen akzeptiert.
- d) Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen. Der Verlag wendet bei Entgegennahme und Prüfung der Anzeigentexte die geschäftliche Sorgfalt an, haftet jedoch nicht, wenn er von den Auftraggebern irreführt oder getäuscht wird. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Ist der Kunde wegen der Wettbewerbswidrigkeit einer Anzeige abgemahnt oder ist ihm die Verbreitung dieser Anzeige gerichtlich untersagt worden, so ist hiervon die Anzeigenleitung schriftlich zu benachrichtigen. Sein Wunsch, die entsprechende Anzeige nicht zu veröffentlichen, kann vom Verlag nur berücksichtigt werden, wenn sein Schreiben einen Tag vor Anzeigenschluss für die betreffende Anzeige bei der Anzeigenleitung eingeht. Dem Auftraggeber obliegt es, den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen, die diesen aus der Ausführung des Auftrages, auch wenn er siliert sein sollte, gegen den Verlag erwachsen. Erscheinen silierte Anzeigen, so stehen auch dem Auftraggeber daraus keinerlei Ansprüche gegen den Verlag zu. Durch Erteilung eines Auftrages verpflichtet sich der Inserent, die Kosten der Veröffentlichung einer Gegendarstellung, die sich auf tatsächliche Behauptungen der veröffentlichten Anzeige bezieht, zu tragen, und zwar nach Maßgabe des jeweils gültigen Anzeigentarifs.
- e) Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unrichtigem oder unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Nicht sofort erkennbare Mängel der Druckunterlagen begründen für den Auftraggeber keinen Anspruch auf Zahlungsminderung oder Ersatz. Wenn bei Wiederholungsanzeigen der gleiche Fehler unterläuft, ohne dass dieser nach dem ersten Auftreten durch den Auftraggeber sofort reklamiert wurde, erkennt der Verlag einen Ausgleichsanspruch nur für eine Anzeige an. Erscheint eine vereinbarte Ersatzanzeige nicht in angemessener Frist oder erneut nicht einwandfrei, kann der Auftraggeber von dem Vertrag zurücktreten. Bei fernmündlich aufgegebenen Anzeigen, Termin- und Ausgabenänderungen, Textkorrekturen und Abbestellungen übernimmt der Verlag für Übermittlungsfehler und fehlerhafte Aufzeichnungen keine Haftung. Die Zusicherung bestimmter Eigenschaften ist nur wirksam, wenn sie schriftlich durch die Anzeigenleitung erfolgt.
- f) Anzeigenbelege werden nur auf Anforderung - entsprechend einheitlicher Vorgaben des Verlages - geliefert. Soweit möglich werden Zeilenanzeigen und gestaltete Schwarz-Weiß-Anzeigen (bis zu einer Größe von 3 Spalten / 240 mm) als Beleg direkt auf der Rechnung abgedruckt. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so wird auf Wunsch statt dessen eine rechts verbindliche Aufnahme bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige ausgestellt.
- g) Neue Anzeigenpreise treten mit dem aus der Preisliste ersichtlichen Zeitpunkt in Kraft. Dies gilt auch für laufende Rahmenverträge (Abschlüsse) und Auftragsaufträge. Für Einzelaufträge, die vor Bekanntgabe der neuen Preisliste erteilt wurden, gilt der alte Preis, sofern die Anzeige oder Beilage innerhalb von drei Monaten erscheinen sollte. Ein vom Verlag offerierter Privatpreis ist ein Sonderpreis, er kann nur für Aufträge gewährt werden, die kein kommerzielles oder finanzielles Interesse verfolgen. Es liegt im Ermessen des Verlages einen diesbezüglichen Nachweis vom Auftraggeber zu verlangen.
- h) Der Verlag behält sich vor, für Anzeigen in Sonderveröffentlichungen und Verlagsbeilagen je nach Art und Erscheinungsweise sowie bei Abnahme von 30.000 mm, bei „Neukundenpaketen“ (siehe separates Preisblatt) für Neukunden bzw. Kunden, die mindestens 1 Jahr keine Anzeige geschaltet haben und mehr, Sonderkonditionen zu vereinbaren.
- i) Die gewerbliche Verwertung von Zuschriften auf Anzeigen durch Dritte ist nicht gestattet.
- j) Die Werbungsmitler sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbetreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden. Für die Zahlung der Mittlungsvergütung ist Voraussetzung, dass die Werbungsmitler auch die gesamte Auftragsabwicklung selbst übernehmen, d.h. die Aufträge dem Verlag unmittelbar erteilen und Texte bzw. Druckunterlagen direkt anliefern. Werbungsmitler haben zur Inanspruchnahme der Provision bei Auftragserteilung einen Nachweis für das Vorliegen einer entsprechenden Gewerbetätigkeit zu erbringen.
- k) Anzeigen- und Beilagenaufträge lokaler Inserenten aus dem Verbreitungsgebiet werden zu Ortspreisen berechnet. Bei Auftragserteilung über Werbungsmitler erfolgt die Annahme und Berechnung zu den jeweiligen Grundpreisen.
- l) Die Pflicht zur Aufbewahrung von Druckunterlagen endet drei Monate nach Erscheinen der jeweiligen Anzeige, sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen worden ist.
- m) Platzierungsvorgaben sind nicht verbindlich.
- n) Für die Abrechnung von Zeilenanzeigen ist die tatsächlich in der Zeitung abgedruckte Zeilenanzahl maßgeblich. Bei Chiffreanzeigen werden unter Umständen eine - manchmal auch zwei - zusätzliche Zeilen erforderlich.
- o) Der Verlag ist berechtigt, für die Online-Veröffentlichung genehmigte Anzeigen auf seiner Internetpräsenz sowie in Onlinediensten von Kooperationspartnern des Verlages zu veröffentlichen und in Marktanalysen zu verarbeiten.
- p) Ein Konzernrabatt wird nur bei privatwirtschaftlich organisierten Zusammenschlüssen gewährt, bei denen das abhängige Unternehmen mehrheitlich im Besitz der Obergesellschaft ist. Keine Anwendung findet er z.B. bei Zusammenschlüssen, bei denen Körperschaften des öffentlichen Rechts beteiligt sind.
- q) Entsprechend § 33 BDSG weist der Verlag darauf hin, dass die Vertragsdaten in einer Datenverarbeitungsanlage gespeichert werden, auf Grund der gesetzlichen Aufbewahrungsfristen auch über den Zeitpunkt der Vertragserfüllung hinaus.
- r) Farbanzeigen, die nicht das Mindestformat erreichen, werden mit der Mindestgröße und dem Farbmillimeter-Preis abgerechnet.
- s) Der Auftraggeber ist damit einverstanden, dass die Frist der Versendung der Vorabankündigung (sog. Prenotification), durch welche mitgeteilt wird, dass der genannte Rechnungsbetrag von dem angegebenen Konto des Auftraggebers abgebucht wird, kürzer als 5 Tage ist.



**Die nationale Power.**

Auflage über **5 Mio.**  
IVW-II 2013

Reichweite über **14 Mio.**  
ma 2013 TZ

**MEDIENHAUS  
 DEUTSCHLAND**

**TZ PREMIUM SELECT**  
 Qualität geht einfach.



**National.**

Wir bringen Ihre Anzeige Deutschlandweit in kaufkräftige Haushalte – und das zu einem attraktiven Preis.



**+3.000 EUR.**

Wir erreichen fast jeden vierten Kaufkräftigen in Deutschland mit einem HHNE + 3.000 EUR.\*



**Premium.**

Unsere Leser sind überdurchschnittlich gebildet und gehören zu den Leistungsträgern unserer Gesellschaft.\*



**Einfach und flexibel.**

TZ Premium Select bringt Sie mit nur einer einzigen Buchung in die über 40 hochwertigen regionalen Tageszeitungen unserer Partner.

**Kontakt:** Medienhaus Deutschland GmbH & Co.KG  
 Zülpicher Straße 10 · 40549 Düsseldorf  
 +49 211 50529010 · kontakt@mh-deutschland.de

\* ma 2013 TZ

**Unsere crossmediale Power.**

 TZ PREMIUM SELECT Print	 TZ PREMIUM SELECT Online	 TZ PREMIUM SELECT Mobile	 TZ PREMIUM SELECT Social
<b>Über 40 Titel.</b> Verkaufte Auflage: <b>Über 5 Mio.</b> Nationale Reichweite: <b>Über 14 Mio.</b> Titelselektion nach: <b>HHNE +3000 EUR.</b>	<b>270 Newssites.</b> garantierte Ad-Impressions: <b>6 Mio.</b> Targeting auf: <b>HHNE +3000 EUR.</b>	<b>Kampagnen- verlängerung</b> durch Nutzung von Response-Elementen.  In Kombination mit individuellen Landingpages.	<b>Facebook Dialog</b> bei ausgewählten Fan-Pages unserer Partner.

**MEDIENHAUS  
DEUTSCHLAND**



# NBRZ - Deutsche Zeitungsallianz

NBRZ - Deutsche Zeitungsallianz ist mit 300 Einzeltiteln und Titelkombinationen sowie mit einer Reichweite von über 27 Millionen Leser (MA 2014) Deutschlands größter Printwerbeträger.

**Return on Investment: Anzeigen gewinnen den ROI-Vergleich.**

DEUTSCHE ZEITUNGSALLIANZ  
www.nbrz.de | 089 238865 0

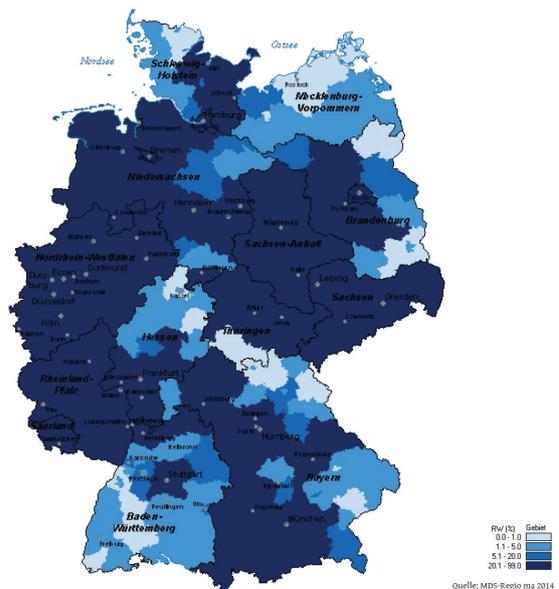
**Rügenwalder Mühle - Test bestätigt Werbewirkung von TZ-Anzeigen**

TV gibt Tageszeitungen für DM 2, die Spotsätze der Rügenwalder Mühle. Ein spannender Test mit einem eindeutigen Sieger. Die Anzeigen in den Tageszeitungen der NBRZ-Deutsche Zeitungsallianz erzielten keine überlegenen hohen Return on Investment, 67,3 gegenüber 0,48 für TV. Der ROI ist die höchste Währung für den Trade von Werbung. Tatsächlich generierter Umsatz. Klingende Mühle, die Tageszeitungs-Anzeigen sorgen im Kampagnenzeitraum sogar für einen identischen Beitrag zum Absatz. Obwohl in TV mehr als das zehnfache an Budget investiert wurde. Wirkungsgrad der NBRZ-Deutsche Zeitungsallianz, über die Sie mit einer Druckverteilung bundesweit 27 Millionen interessierte Leser - Käufer - erreichen. Tag für Tag. Das macht die NBRZ-Deutsche Zeitungsallianz zu Deutschlands größtem Werbeträger.

Weitere Informationen über die Erfolgs-Cases, über den „Motor der Wirtschaft“ finden Sie unter [nbrz.de](http://nbrz.de). Sehr gerne präsentieren wir Ihnen die erfreulichen Zahlen auch persönlich. Anruf genügt. 089 238865 0.

ROI nach Medien im Gesamtmarkt  
Investment: 1000000 €  
Gewinn: 1000000 €

**MOTOR DER WIRTSCHAFT**  
Eine Initiative über Tageszeitungen  
[www.nbrz.de](http://www.nbrz.de)



Weitere Informationen erhalten Sie unter:

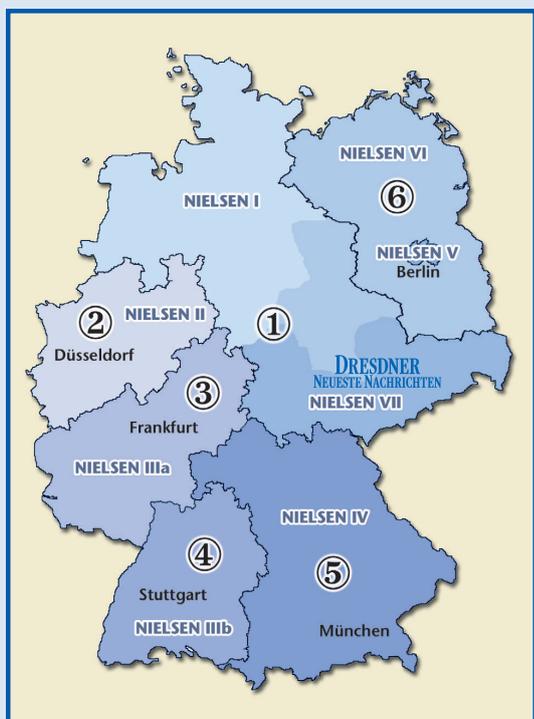
Telefon: 089 - 23 88 65 0  
E-Mail: [info@nbrz.de](mailto:info@nbrz.de)  
Internet: [www.nbrz.de](http://www.nbrz.de)

Preisliste Nr. 17a BLATT 20  
Gültig ab 01.02.2016

# DRESDNER NEUESTE NACHRICHTEN

Erscheinungsort  
Dresden

## Verlagsvertretungen



**1 Anzeigenleitung**  
**Dresdner Neueste Nachrichten**  
Dr.-Külz-Ring 12, 01067 Dresden  
Telefon: 0351 8075-191; Fax: 0351 8075-112  
E-Mail: anzeigen@dnn.de; Internet: www.dnn-online.de

**NIELSEN I, VI und VII**  
Schleswig-Holstein, Bremen,  
Hamburg, Niedersachsen,  
Sachsen-Anhalt,  
Sachsen, Thüringen

**2 TZ-Media GmbH**  
Prinzenallee 11a, 40549 Düsseldorf  
Telefon: 0211 558560; Fax: 0211 556595  
E-Mail: info@tz-media.de; Internet: www.tz-media.de

**NIELSEN II**  
Nordrhein-Westfalen

**3 Verlagsbüro Krimmer GmbH**  
Am Lindenbaum 24, 60433 Frankfurt/Main  
Telefon: 069 530908-0; Fax: 069 530908-50  
E-Mail: frankfurt@krimmer.com; Internet: www.krimmer.com

**NIELSEN IIIa**  
Hessen, Saarland,  
Rheinland-Pfalz

**4 Verlagsbüro Leo Krimmer GmbH**  
Kornstraße 5, 73230 Kirchheim / Teck  
Telefon: 0711 8072255; Fax: 0711 8072257  
E-Mail: stuttgart@krimmer.com; Internet: www.krimmer.com

**NIELSEN IIIb**  
Baden-Württemberg

**5 MAV Media Anzeigen-Verkaufs GmbH**  
Pasinger Straße 2, 82152 Planegg  
Telefon: 089 745083-0; Fax: 089 745083-25  
E-Mail: info@mav-muenchen.com

**NIELSEN IV**  
Bayern

**6 Verlags-Service Harendt**  
Bülowstraße 66, 10783 Berlin  
Telefon: 030 893827-0; Fax: 030 893827-33  
E-Mail: berlin@krimmer.com; Internet: www.krimmer.de

**NIELSEN V und VI**  
Berlin, Brandenburg,  
Mecklenburg-Vorpommern

A.7. Folder Öffentlicher Dienst 16/17

# STELLENANZEIGEN & PERSONALMARKETING

ÖFFENTLICHER DIENST  
2016/17



## HERAUSFORDERUNGEN UND LÖSUNGEN

### ► Vorurteile

**Der öffentliche Dienst ist in Deutschland einer der größten Arbeitgeber.**

Die vielseitigen Tätigkeitsfelder beinhalten Führungsaufgaben von Verwaltung und Management über Wissenschaft, Bildungswesen und Kultur bis hin zu Technik, Sicherheit und Verteidigung. Mit sicheren Arbeitsplätzen, beruflichen Entwicklungsmöglichkeiten und flexiblen Arbeitszeitmodellen ist der öffentliche Dienst ein attraktiver Arbeitgeber. Die ZEIT-Stellenmärkte bieten ideale Möglichkeiten, diese Arbeitgebervorteile in Qualitätsmedien der ZEIT-Verlagsgruppe zu kommunizieren.

### ► Fachkräftemangel

**Der öffentliche Dienst steht im Wettbewerb um qualifizierte Fachkräfte.**

Bund, Länder und Kommunen konkurrieren zunehmend mit der freien Wirtschaft um qualifiziertes Personal. Es gilt daher für öffentliche Verwaltungen, das Personalmarketing anzupassen, um qualifizierte Führungskräfte zu gewinnen.

### ► Media Mix

**Die ideale Kombination: Reichweitenstark in der Zielgruppe der Akademiker**

Bei der Personalgewinnung ist der Media-Mix entscheidend. Mit der Stellenausschreibung in den drei reichweitenstärksten Medien DIE ZEIT, [zeit.de/jobs](http://zeit.de/jobs) und [academics.de](http://academics.de) werden gebildete Leser und User erreicht, die eine neue berufliche Herausforderung suchen. Die ZEIT-Leserschaft überschneidet sich nur 8% mit den Online-Usern. Eine maximale Reichweite, die sich rechnet.



# DIE ZEIT MEDIEN

## ► DIE ZEIT

► **DIE ZEIT** ist Deutschlands führende meinungsbildende Wochenzeitung. Sie erreicht eine anspruchsvolle Leserschaft aus vielen beruflichen Fachrichtungen und dies auch in der Schweiz und Österreich.

Im Ressort »Chancen« informieren sich Leser über aktuelle Themen zu Karriere und Bildung. Im unmittelbaren Umfeld suchen Leser im ZEIT-Stellenmarkt nach neuen Karriere-Herausforderungen.

### Erfolgsfaktoren

- Hohe Leser-Blatt-Bindung (3 Std. Lesezeit pro Ausgabe)
- Hohe Glaubwürdigkeit
- Hochkarätige Autoren
- Qualitätsjournalismus
- Preisgekrönte Layouts und Texte

### Reichweitesieger

# 2,34 Mio.

Leser pro Ausgabe – damit ist DIE ZEIT die größte meinungsbildende Zeitung im deutschsprachigen Raum.

### Akademiker

# 1,04 Mio.

ZEIT-Leser haben ein abgeschlossenes (Fach-) Hochschulstudium.



## ► ZEIT ONLINE

► **ZEIT ONLINE** ist mit 9,83 Mio. Unique Usern im Monat eines der größten Online-Nachrichtenportale Deutschlands und steht für anspruchsvollen Online-Journalismus. ZEIT ONLINE erreicht eine überdurchschnittlich gebildete, treue und vielseitige Nutzerschaft, die sich mit der ZEIT-Leserschaft nur um 8 % überschneidet.

### Erfolgsfaktoren

- Am schnellsten wachsende deutschsprachige Plattform für anspruchsvollen Online-Journalismus.
- Vielfach ausgezeichnete Website (Grimme-Preis, LeadAward, Contentstar).

### Unique User

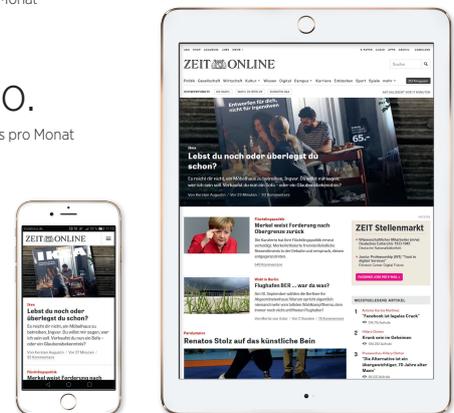
# 9,83 Mio.

besuchen jeden Monat ZEIT ONLINE.

### Seitenaufrufe

# 93 Mio.

Page impressions pro Monat



6 > Quelle: AWA 2016

Quellen: AGOF Digital facts 06/2016, IVW 08/2016 < 7

## DIE ZEIT MEDIEN

### zeit.de/jobs

- > Eingebunden in das Qualitätsumfeld von ZEIT ONLINE ist der Online-Stellenmarkt [zeit.de/jobs](http://zeit.de/jobs). Dort finden sich alle Stellenangebote aus der ZEIT und weitere Online-Stellenanzeigen, außerdem Karrieretipps und Wissenswertes zum Thema Arbeitswelt.



#### Reichweite

650.000

Unique User besuchen jeden Monat die digitalen ZEIT Stellenmärkte.

### academics

- > **academics** ist das Karriereportal aus dem Hause DIE ZEIT für Akademiker. Mit über 1.800 Stellenanzeigen und ausführlichen Informationen und Tipps zu Karrierethemen ist academics der richtige Ratgeber für die gesamte berufliche Entwicklung in Forschung, Lehre oder Industrie z. B. mit Gehaltstabellen, Bewerbungstipps sowie Hochschul- und Arbeitgeberprofilen. Für die Ansprache internationaler Wissenschaftler eignet sich [academics.com](http://academics.com).



#### Hohe Reichweite

61%

der Online-Nutzer sind im öffentlichen Bereich, in der Pädagogik oder im Gesundheitswesen tätig.

# STELLENMÄRKTE

# PRINT-ONLINE-STELLENANZEIGEN

## ► Drei in einem

Mit einer **Print-Online-Stellenanzeige** buchen Sie eine Print-Stellenanzeige in der ZEIT und eine Online-Ausspielung, die automatisch 4 Wochen lang auf [zeit.de/jobs](http://zeit.de/jobs) sowie auf [academics.de](http://academics.de) online ist. Sie schalten somit immer crossmedial.

### Vorteile

- Ideale Kombination: Eine Anzeige in 3 Kanälen (DIE ZEIT + ZEIT ONLINE + academics.de).
- Hohe Reichweite: Nur 8% Überschneidung der ZEIT-Leser und Online-User.
- 4 Wochen Präsenz auf den ZEIT-Stellenmärkten.
- Einmaliger Versand der Anzeige per Job-Newsletter an die geeignete Zielgruppe.

## ► Erscheinungsweise DIE ZEIT

Anzeigenschluss	Erscheinungstermin
dienstags, 12 Uhr	donnerstags



10

## ► Print-Online-Zusatzleistungen

### Individuelle Gestaltung

- Ideal zur Stärkung und Wiedererkennung der Arbeitgebermarke.
- Hohe Wiedererkennung: Das Anzeigen-Layout der Print-Anzeige findet sich auch in der Online-Ausspielung wieder.
- Einbindung des Firmenlogos in der Suchergebnisliste und im Job-Newsletter.



### Sonderplatzierung

- Die Stellenanzeige erscheint zusätzlich rotierend auf der Startseite [zeit.de/jobs](http://zeit.de/jobs) »Positionen im Blick«.
- Die Stellenanzeige erscheint ferner rotierend im Stellenmarkt-Ticker [zeit.de/jobs](http://zeit.de/jobs).
- Einbindung des Firmen-Logos in der Suchergebnis-Liste.
- Ausspielung Social-Media: Die Stellenanzeige wird im Stellenmarkt-Twitter @DIE ZEIT\_Jobs ange teasert.



### Online Plus

- Ausführliche Online-Stellenanzeige, in Kombination mit einer verkürzten Print-Version.
- Höhere Aufmerksamkeit bei Online-Nutzern.
- Individuelle Gestaltung und Sonderplatzierung inklusive.



11

## ONLINE-STELLENANZEIGEN

### ► Zwei in einem

Mit **Buchung einer Online-Stellen-Anzeige** erscheint Ihre Stellenanzeige auf zwei Portalen – [zeit.de/jobs](http://zeit.de/jobs) und [academics.de](http://academics.de). Bis zu 230.000 aktive Jobsuchende werden direkt mit dem Job-Newsletter erreicht.

#### Vorteile

- Hohe Reichweite in einer akademischen Zielgruppe.
- Inklusive individueller Gestaltung.
- Alle Stellen sind 4 Wochen online, verlängerbar bis zum Bewerbungsschluss.
- Zusätzliche Veröffentlichung im Stellenmarkt-Twitter @DIE ZEIT\_Jobs.
- Mit unseren günstigen Paketpreisen sparen Sie schon ab 3 Positionen, die Sie pro Jahr schalten.

## JOB-NEWSLETTER

### ► Profil

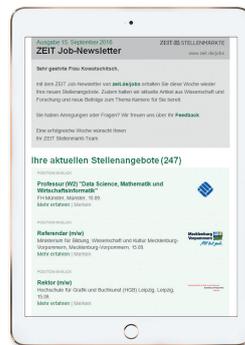
Dieser Newsletter enthält die aktuellen und individuellen Suchergebnisse der ZEIT-Stellenmärkte. Redaktionelle Artikel von ZEIT ONLINE und academics ergänzen den Newsletter. Mit einer Anzeige im Job-Newsletter erreichen Sie 230.000 User unabhängig von ihren Suchprofilen.

### ► Stärken

- Maximal zwei Anzeigenplätze garantieren hohe Aufmerksamkeit.
- Zielgerichtet interessierte Nutzer erreichen.
- Ideale Reichweitenverstärkung in Kombination mit einer Stellenanzeige.



5er-Paket schon für 1.095,- € pro Position



**Abonnenten**  
**230.000**  
User haben den ZEIT Job-Newsletter abonniert.

## FORMATE UND PREISE

### ► DIE ZEIT-Werbeformen

#### Print-Online-Stellenanzeige

Bereich	Millimeterpreis (sw/4c)
Wirtschaftsunternehmen (W)	13,80 €
Öffentliches & Gesundheitswesen (ÖG) <small>(Öffentliche, gemeinnützige und medizinische Einrichtungen)</small>	12,40 €

Berechnung des Preises für eine Stellenanzeige: Spaltenanzahl x Höhe\* (in mm) x Millimeterpreis

1 Spalte = 45 mm	3 Spalten = 138 mm	5 Spalten = 231 mm	7 Spalten = 324 mm
2 Spalten = 91,5 mm	4 Spalten = 184,5 mm	6 Spalten = 277,5 mm	8 Spalten = 371 mm

\* Maximale Höhe 528 mm.

#### Zusatzleistungen zu Print-Online-Stellenanzeigen

Produkt	Portal	Laufzeit	Preis
(Individuelle) Gestaltung	zeit.de/jobs + academics.de	4 Wochen	245,- € je Position
Sonderplatzierung	zeit.de/jobs + academics.de	4 Wochen	295,- € je Position
Gestaltung und Sonderplatzierung	zeit.de/jobs + academics.de	4 Wochen	495,- € je Position
Online Plus < 55 mm / 2-spaltig	zeit.de/jobs + academics.de	4 Wochen	795,- € je Position
Online Plus > 55 mm / 2-spaltig	zeit.de/jobs + academics.de	4 Wochen	495,- € je Position
Print-Anzeigen-Refresh	DIE ZEIT, zeit.de/jobs + academics.de	4 Wochen	1.495,- € je Position

#### Online-Stellenanzeigen

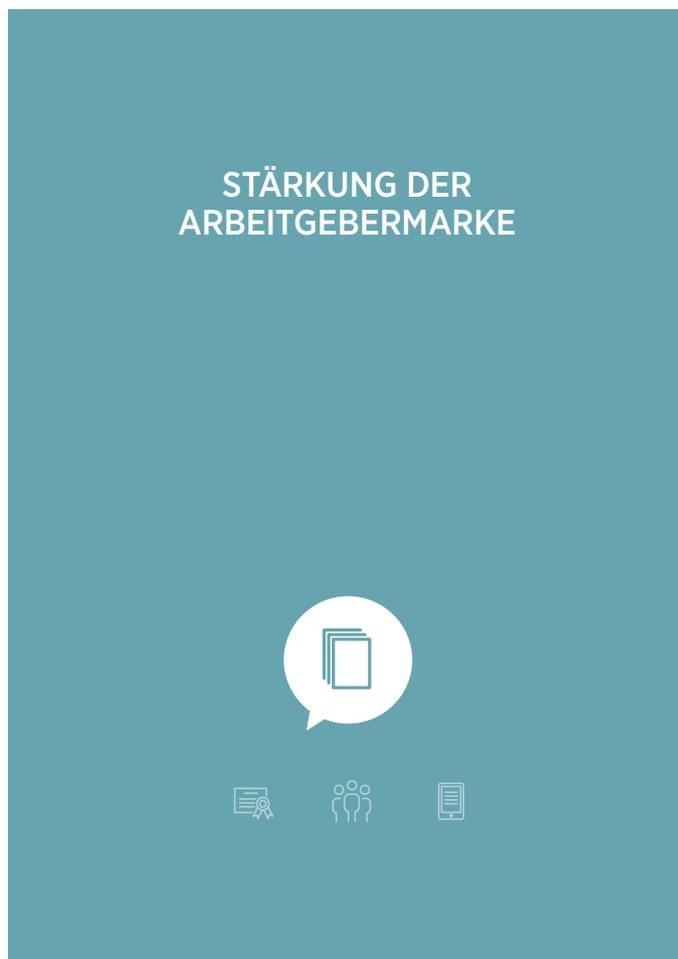
Produkt	Portal	Laufzeit	Preis
Online-Stellenanzeige	zeit.de/jobs + academics.de	4 Wochen	1.495,- € je Position
3er-Paket*	zeit.de/jobs + academics.de	4 Wochen	3.885,- € (1.295,- € je Position)
5er-Paket*	zeit.de/jobs + academics.de	4 Wochen	5.475,- € (1.095,- € je Position)
10er-Paket*	zeit.de/jobs + academics.de	4 Wochen	9.950,- € (995,- € je Position)
Online-Stellenanzeige	academics.com	8 Wochen	795,- € je Position

\* Die Laufzeit der Pakete beträgt 12 Monate. Die Abrechnung erfolgt je Anzeige, keine Vorauszahlung des Paketes notwendig.

#### Job-Newsletter

Produkt	Preis
Anzeige im Job-Newsletter	2.800,- €
Anzeige im Job-Newsletter in Kombination mit einer Print-Online-Stellenanzeige	995,- €

14 > Alle Preise zzgl. MwSt., für Stellenanzeigen gültig ab 1. Oktober 2016, für Imageanzeigen gültig ab 1. Januar 2017. Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen, siehe zeit.de/mediadaten.



## IMAGE-FORMATE IN DER ZEIT

### ► ZEIT Chancen-Themenspeziale

Der öffentliche Dienst kann bei der Umsetzung eines erfolgreichen Personalmarketings vor allem mit aussagekräftigen Personalimage-Anzeigen und Advertorials punkten. Die Qualitätsumfelder der redaktionellen Themen eignen sich ideal für die Ansprache spezieller Zielgruppen, welche die ZEIT-Themen mit großem Interesse lesen.

Ausgabe	Thema	Erscheinungstermin	Anzeigenschluss
5 & 38/2017	Lehrer I & II	26.01.2017/14.09.2017	12.01.2017/31.08.2017
7/2017	Didacta 2017	09.02.2017	13.01.2017
12/2017	IT & Telekommunikation I	16.03.2017	02.03.2017
23/2017	Mediziner & Psychiater	01.06.2017	17.05.2017
41/2017	Internationale Karriere	05.10.2017	20.09.2017
42/2017	ZEIT Chancen Abitur	12.10.2017	08.09.2017
50/2017	Naturwissenschaft & Technik	07.12.2017	23.11.2017



#### Platzierungsbeispiele

- 1 Großes Eckfeld (220,5 x 220 mm)
- 2 Kleines Eckfeld (140 x 140 mm)

### ► ZEIT CAMPUS

ZEIT CAMPUS begleitet Studierende und Absolventen durch Hochschule, Berufsbeginn und weitere Lebensphasen. Als größtes Magazin für Studierende stellt ZEIT CAMPUS ein qualitativ besonders hochwertiges Umfeld zum Beispiel für Personalimage-Anzeigen dar.



Starke Reichweite

600.000

Leser bei einer verkauften Auflage von 96.885 Exemplaren.

Meist gelesenes Hochschulmagazin 2016

### ► Themen & Termine

Ausgabe	Themenschwerpunkt im Ressort »Arbeiten«	Themenschwerpunkt Service-Spezial	Erscheinungs-termin	Anzeigen-schluss*
2/2017	Geisteswissenschaftler	Studienfinanzierung/ Stipendien	07.02.2017	03.01.2017
3/2017	Banken & Versicherungen	Auslandsstudium/ Sprachen lernen	04.04.2017	28.02.2017
4/2017	Wirtschaftswissenschaftler	Masterstudium	06.06.2017	27.04.2017
5/2017	Unternehmensberater	Technik	01.08.2017	27.06.2017
6/2017	Wirtschaftsprüfer & Juristen	Promotion	10.10.2017	04.09.2017
1/2018	Pharma, Chemie, Medizin	Masterstudium	05.12.2017	30.10.2017

## IMAGE-FORMATE IN DER ZEIT

### ► Banner-Formate auf ZEIT ONLINE

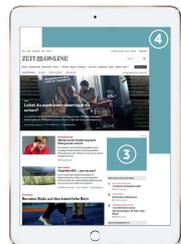
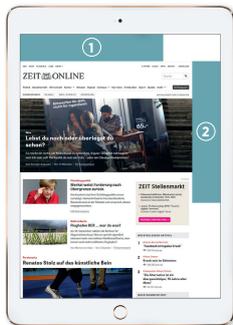
Die klassischen Banner-Formate können animiert und in der Frequenz flexibel eingesetzt werden, um die Zielgruppe dort zu erreichen, wo sie sich informiert. Die Werbebotschaft kann dabei über verschiedene Ressorts wie Karriere, Wissen und Wirtschaft oder mit dem Fokus auf eine spezifische Zielgruppe geschaltet werden.

#### Banner-Werbung auf ZEIT ONLINE ist ideal, für

- den Aufbau oder Ausbau der Arbeitgebermarke.
- die Verlinkung des Banners zur eigenen Karriereseite: Von ZEIT ONLINE direkt auf die Firmen-Homepage.
- den Hinweis auf mehrere Ausbildungsmöglichkeiten oder Jobangebote.

#### Platzierungsbeispiele

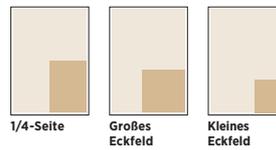
- 1 Superbanner
- 2 Skyscraper
- 3 Medium Rectangle
- 4 Wallpaper



Ideal zum Aufbau einer Arbeitgebermarke

## FORMATE UND PREISE

### ► Imageanzeigen ZEIT CHANCEN



Produkt	Format (B x H)	Preis
1/4-Seite	184,5 x 264 mm	8.900,- €
Großes Eckfeld	220,5 x 220 mm	11.900,- €
Kleines Eckfeld*	140 x 140 mm	4.990,- €

\*Keine Alleinplatzierung möglich

### ► Online-Image-Formate auf academics

Produkt	Portal	Laufzeit	Preis
Arbeitgeberplus	zeit.de/jobs + academics.de	12 Monate	2.795,- €
ArbeitgeberPlus Upgrade*	academics.com	12 Monate	1.200,- €
Homepage-Banner	academics.de	2 Wochen	995,- €
Banner (run-of-network)	academics.de	20.000 AIs	1.295,- €
		35.000 AIs	1.575,- €
		50.000 AIs	1.995,- €

\*Bei bestehender Buchung Arbeitgeberplus academics.de + zeit.de/jobs  
AIs = Ad Impressions = Ausstrahlung eines Werbemittels



# KONTAKT



**Zeitverlag**  
**Gerd Bucerius GmbH & Co. KG**  
 Buceriusstraße, Eingang Speersort 1  
 D-20095 Hamburg  
 Fax: +49-40/32 80-472

## Beratung:

**Saskia Thiele**  
 Tel.: +49-40/3280-4766  
 Fax: +49-40/3280-472  
 saskia.thiele@zeit.de

**Ayse Mese**  
 Tel.: +49-40/3280-2674  
 Fax: +49-40/3280-472  
 ayse.mese@zeit.de

## Anzeigen:

*Customer Care Center*  
[Print](#)  
 Tel.: +49-40/3280-396  
 Fax: +49-40/3280-446

[Online](#)  
 Tel.: +49-40/3202-7350  
 Fax: +49-40/3202-7344  
 customercare@zeit.de

A.8. Stellenmarkt FAZ

# Preisliste

Nr. 10 vom 1. Januar 2016

[www.faz.media/stellenmarkt](http://www.faz.media/stellenmarkt)



Frankfurter Allgemeine  
**MEDIA SOLUTIONS**  
Stellenmarkt

**INHALTSVERZEICHNIS**

	<i>Seite</i>
▶ <i>Medienmarke für Recruiting und Employer Branding</i>	3
▶ <i>Der Stellenmarkt der Frankfurter Allgemeinen</i>	4
▶ <i>Sichern Sie sich den Zugang zu Top-Kandidaten</i>	5
▶ <i>Preise und Formate</i>	6
▶ <i>Premiumpplatzierung</i>	7
▶ <i>Dreifach-Schaltung</i>	8
▶ <i>Twin Power</i>	9
▶ <i>Employer-Branding-Magazin</i>	10
▶ <i>Im richtigen Umfeld bestens plaziert</i>	11
▶ <i>Frankfurter Allgemeine Hochschulanzeiger</i>	12
▶ <i>Allgemeine Verlagsangaben</i>	13
▶ <i>Technische Angaben zum Print-Stellenmarkt</i>	14



Weitere Informationen finden Sie unter [www.faz.media/stellenmarkt](http://www.faz.media/stellenmarkt)

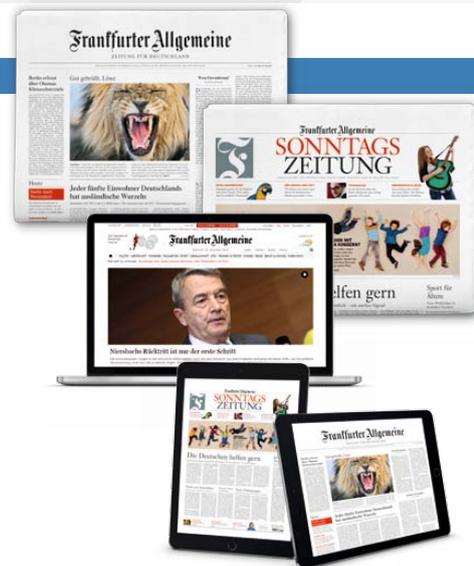
FRANKFURTER ALLGEMEINE

# Medienmarke für Recruiting und Employer Branding

*Hohes Renommee der Print- und Digitalmedien*

Der Stellenmarkt der Frankfurter Allgemeinen bietet vernetzte, kluge Konzepte für Ihre erfolgreiche Kommunikation mit Top-Kandidaten. Was den F.A.Z.-Stellenmarkt von seinen Wettbewerbern unterscheidet, ist ein exklusiver Zugang zur Elite, deren Multiplikatorfunktion der entscheidende Faktor für erfolgreiche HR-Kommunikation ist.

Basis des hohen Anspruchs sind die Medien der Frankfurter Allgemeinen: Sie alle stehen für erstklassigen, unabhängigen Qualitätsjournalismus und sind deshalb die bevorzugten Informationsquellen wertvoller Zielgruppen. Genau dieses hohe Renommee macht die Frankfurter Allgemeine so unverzichtbar für Recruiting und Employer-Branding-Kampagnen.



### Frankfurter Allgemeine Zeitung

Erscheinungsweise: Mo–Sa  
 Copypreis: Mo–Fr 2,50 Euro, Sa 2,70 Euro  
 Verkaufte Auflage: 264.628 Exemplare  
 Reichweite: 1.060.000 Leser

### Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung

Erscheinungsweise: sonntags  
 Copypreis: 3,80 Euro  
 Verkaufte Auflage: 276.030 Exemplare  
 Reichweite: 1.129.000 Leser

### FAZ.NET

Page Impressions: 144,30 Mio.  
 Visits: 30,25 Mio.  
 Unique User: 4,84 Mio.  
 Unique Mobile User: 2,30 Mio.

*AWA 2015, IVW III/2015, AGOF digital facts 2015-07*

## STELLENMARKT

## Der Stellenmarkt der Frankfurter Allgemeinen

*Die klügsten Köpfe auf allen Kanälen erreichen*

### Präsent in Print, online auf dem PC und mobil auf Smartphone und Tablet

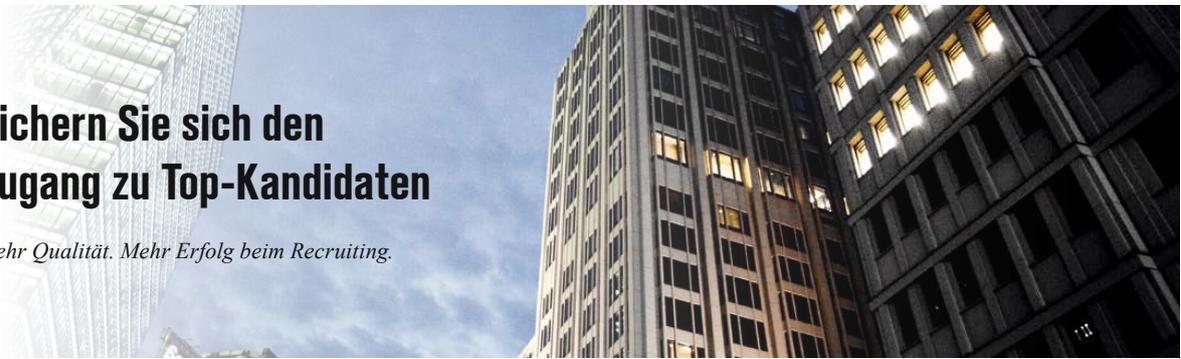
- ▶ Der Stellenmarkt der Frankfurter Allgemeinen erscheint in „Beruf und Chance“. Er bietet Anzeigen jeden Samstag und Sonntag ein hochwertiges redaktionelles Umfeld mit Informationen zum Thema Karriere.
- ▶ Im Stellenmarkt der Frankfurter Allgemeinen suchen viele Spitzenkräfte nach einer neuen Stelle. Der Großteil der Leser bringt überdurchschnittliche Bildung und Qualifikation mit (AWA 2015).
- ▶ Arbeitgeber profitieren vom Renommee der starken Marke, die für Meinungsführung, journalistische Qualität und wirtschaftliche Kompetenz steht.

Samstags erreichen Arbeitgeber in der F.A.Z. Bewerber, die aktiv eine neue Stelle suchen oder sich über den Markt informieren wollen. Sonntags sprechen sie in der F.A.S. latent suchende Fach- und Führungskräfte in entspannter Wochenendstimmung an. Digital bietet FAZ.NET den Online- und Mobile-Zugang zu einem der renommiertesten Stellenmärkte Deutschlands.



### Wichtiges auf einen Blick

- ▶ 15% **Vermittlungsprovision** für Werbemittler
- ▶ **Mittlervergütung** wird nur eingetragenen Werbemittlern gewährt.
- ▶ Bei Produkten des Print-Stellenmarktes finden die **Mal- und Euro-Umsatzstaffeln keine Anwendung** (Ausnahme Anzeigen des Bildungsmarktes).
- ▶ **Anzeigen- und Druckunterlagenschluss:**  
Mittwoch der Erscheinungswoche, 16.00 Uhr
- ▶ **Anzeigenschluss für Anzeigen mit Korrekturabzügen:**  
Dienstag der Erscheinungswoche, 14.00 Uhr
- ▶ **Anzeigenschluss für Premiumpplatzierungen** in „Beruf und Chance“:  
Mittwoch der Vorwoche, 13.00 Uhr
- ▶ Festplatzierungen sind als Auftragsbestandteil nicht möglich.
- ▶ 1-spaltige Formate sind unter „Lehre und Forschung“ nicht möglich.



## Sichern Sie sich den Zugang zu Top-Kandidaten

*Mehr Qualität. Mehr Erfolg beim Recruiting.*

### Die besten Bewerber für sich gewinnen

Genau dieses Ziel verfolgen Arbeitgeber, die auf den Stellenmarkt der Frankfurter Allgemeinen setzen. Denn hier treffen sie auf Menschen, die hohe Ansprüche stellen – an sich selbst und an ihren künftigen Arbeitgeber. Und zwar unabhängig davon, ob sie gerade in den Job einsteigen, den nächsten Schritt nach oben gehen möchten oder eine neue Führungsaufgabe anstreben.

Engagement und Leistungsbereitschaft machen sie zu Top-Kandidaten im Markt für Human Resources. Hohe Qualität ist das, was sie in allen Bereichen ihres beruflichen Lebens erwarten und selbst geben wollen. Deshalb bevorzugen sie bei der Jobsuche einen der traditionsreichsten und zugleich modernsten Stellenmarkt Deutschlands: Die Frankfurter Allgemeine zieht als starke Medienmarke sowohl in der Zeitung als auch digital die klügsten Köpfe an.

### Der Stellenmarkt der Frankfurter Allgemeinen erreicht

- ▶ **1,9 Millionen Leser** in F.A.Z. und F.A.S.
- ▶ **6,8 Millionen Unique User** im digitalen Stellenmarkt von FAZ.NET
- ▶ hochqualifizierte Bewerber und Berufsgruppen, zum Beispiel **136.000 Ingenieure**
- ▶ überdurchschnittlich viele **leitende Angestellte und Entscheidungsträger**
- ▶ **22 Prozent der Elite** in Deutschland – und damit mehr Menschen in der Spitze der Gesellschaft als der direkte Wettbewerb (davon 83 % im Alter von 21 bis 59 Jahren, siehe [www.faz.media/elite](http://www.faz.media/elite)).

AWA 2015, LAE 2015, AGOF digital facts 2015–07, Elite-Studie 2015

**STELLENMARKT: PRINT**

# Preise und Formate

Stellenanzeigen, Personalimageanzeigen, Rekrutierungsveranstaltungen

**Millimeterpreise**

	s/w	2c-4c				
Stellenangebote	15,60	21,90	Berechnung: mm-Preis × Gesamt-mm (Anzeighöhe in mm × Anzeigenspalten)			
Format	1-spaltig	2-spaltig	3-spaltig	4-spaltig	6-spaltig	8-spaltig
	45 mm (B)	91 mm (B)	138 mm (B)	184 mm (B)	277 mm (B)	371 mm (B)
s/w						
50 mm (H)	780,00	1.560,00	2.340,00	3.120,00	4.680,00	6.240,00
100 mm (H)	1.560,00	3.120,00	4.680,00	6.240,00	9.360,00	12.480,00
200 mm (H)	3.120,00	6.240,00	9.360,00	12.480,00	18.720,00	24.960,00
300 mm (H)	4.680,00	9.360,00	14.040,00	18.720,00	28.080,00	37.440,00
400 mm (H)	6.240,00	12.480,00	18.720,00	24.960,00	37.440,00	49.920,00
514 mm (H)	8.018,00	16.037,00	24.055,00	32.074,00	48.110,00	64.147,00
2c-4c						
50 mm (H)	1.095,00	2.190,00	3.285,00	4.380,00	6.570,00	8.760,00
100 mm (H)	2.190,00	4.380,00	6.570,00	8.760,00	13.140,00	17.520,00
200 mm (H)	4.380,00	8.760,00	13.140,00	17.520,00	26.280,00	35.040,00
300 mm (H)	6.570,00	13.140,00	19.710,00	26.280,00	39.420,00	52.560,00
400 mm (H)	8.760,00	17.520,00	26.280,00	35.040,00	52.560,00	70.080,00
514 mm (H)	11.257,00	22.513,00	33.770,00	45.026,00	67.540,00	90.053,00

Rubriken: „Stellenangebote“, „Internationale Stellenangebote“, „Lehre und Forschung“, „Medizinische Berufe und Klinikmanagement“, „Rekrutierungsveranstaltungen“.



**Formatbeispiele**

- 1/8 Seite**  
184 mm (B) × 128 mm (H)  
Preis: 7.987,20 (s/w)  
11.212,80 (2c-4c)
- 1/4 Seite**  
184 mm (B) × 264 mm (H)  
Preis: 16.473,60 (s/w)  
23.126,40 (2c-4c)

Die genannten Preise gelten für die Veröffentlichung der Stellenangebote samstags in der F.A.Z. und sonntags in der Frankfurter Allgemeinen Sonntagszeitung. Für nur 195,00 € Aufpreis erscheint Ihre Anzeige zusätzlich für 60 Tage online im digitalen Stellenmarkt der F.A.Z.

**BESONDERE WERBEFORMEN**



# Premiumpplatzierung

*Exklusiv platziert im redaktionellen Teil*

**Ihre Anzeige in „der ersten Reihe“**

Ambitionierte Leserinnen und Leser planen ihren nächsten Schritt auf der Karriereleiter mit dem Ressort „Beruf und Chance“. Noch vor dem Anzeigenteil finden sich hier Artikel, die Fach- und Führungskräfte weiterbringen. In diesem redaktionellen Teil bietet die Premiumpplatzierung Anzeigen eine „Top-Position“.

Ob Stellenangebot oder Employer-Branding-Anzeige: Integriert in ein hochwertiges redaktionelles Umfeld erhält HR-Kommunikation hier noch mehr Aufmerksamkeit.

*Anzeigenschluss:*  
Mittwoch der Vorwoche, 13.00 Uhr  
*Druckunterlagenchluss:* Mittwoch  
der Erscheinungswoche, 16.00 Uhr

**Format- und Preisbeispiele**

*(Personalimageanzeigen, Rekrutierungsveranstaltungen, Stellenanzeigen)\**



**Streifen quer**  
371 mm (B) × 135 mm (H)  
Preis: 19.380,00 (s/w)  
27.200,00 (2c-4c)



**1/4 Seite Eckfeld**  
183 mm (B) × 264 mm (H)  
Preis: 18.950,00 (s/w)  
26.600,00 (2c-4c)

*\*Sofern es sich um eine Stellenanzeige handelt, wird diese zusätzlich für 60 Tage online im digitalen Stellenmarkt veröffentlicht. Preis: 195,00 €. Weitere Formate auf Anfrage.*

## Dreifach-Schaltung

*Dreifache Präsenz zum unschlagbaren Preis*

Mit dieser Werbeform zeigen Arbeitgeber starke Präsenz im Markt über mehrere Wochen und sichern sich damit die Aufmerksamkeit der besten Kandidaten – und das zu besonders attraktiven Konditionen. Das Format der Print-Anzeige ist frei wählbar.

**Zur Dreifach-Schaltung gehören:**

- ▶ eine einzige Buchung
- ▶ drei Schaltungen der gleichen Anzeige innerhalb von sechs Wochenenden
- ▶ sechs Print-Anzeigen insgesamt (an drei Wochenenden)
- ▶ bis zu 14 Wochen Dauerpräsenz im digitalen Stellenmarkt
- ▶ die Platzierung in der F.A.Z./F.A.S.-App am jeweiligen Erscheinungstag

**Sie sparen insgesamt 55 % im Vergleich zu drei Einzelbuchungen der identischen Anzeige.**

*Mit der ersten Schaltung der Anzeige ist das erste Wochenende realisiert. Die Dreifach-Schaltung ist nur in Verbindung mit Stellenangeboten, aber nicht mit Twin Power oder Personalimageanzeigen buchbar.*



1. Schaltung



2. Schaltung



3. Schaltung

**Berechnungsbeispiel:**

- |   |                   |
|---|-------------------|
| 1. Anzeige am 6. und 7. Februar 2016:   | 135 % des Preises |
| 2. Anzeige am 20. und 21. Februar 2016: | 0 % des Preises   |
| 3. Anzeige am 5. und 6. März 2016:      | 0 % des Preises   |

# Twin Power

Print und Online mit Preisvorteil kombiniert

### Das Angebot

- ▶ Print-Anzeige\* plus Online-Anzeige
- ▶ Die Anzeige wird innerhalb des Stellenanzeigeteils von „Beruf und Chance“ platziert: samstags in der F.A.Z., sonntags in der F.A.S. und zusätzlich in der F.A.Z./F.A.S.-App des gebuchten Wochenendes.
- ▶ Die Online-Anzeige erscheint 60 Tage im digitalen Stellenmarkt der Frankfurter Allgemeinen.

### Die Vorteile

- ▶ Kompakte und prominente Darstellung im Print-Stellenmarkt mit Verweis auf die ausführliche Anzeige im digitalen Stellenmarkt.
- ▶ Mit Eingabe der Online-ID erhalten Bewerber schnell und unkompliziert weitere Informationen zu der ausgeschriebenen Position.
- ▶ Qualifizierte Bewerber erreichen Arbeitgeber auf diese Weise dreifach zum hervorragenden Preis-Leistungs-Verhältnis.

### Der Preis

- ▶ Twin Power (für ausschließlich eine Position): 2.995,00\*\* (statt 4.137,00, Preisvorteil: 1.142,00)

\*Bei der Print-Anzeige ist die Nennung der Online-ID obligatorisch. Bitte sehen Sie dafür einen Platzhalter vor, d. h. Online-ID plus 9 Ziffern. Mit der Auftragsbestätigung teilen wir Ihnen die Online-ID mit, die dann von Ihnen in das dafür vorgesehene Feld eingetragen wird. Danach können Sie uns die fertige Druckunterlage zusenden.  
 \*\*Twin Power ist nicht mit der Dreifach-Schaltung buchbar.



Print  
farbig, 91 mm (B) x 90 mm (H)



Online  
individuelles Layout, HTML-Format

9  
Alle Preise in Euro (G) zzgl. USt.

## Employer-Branding-Magazin

### Präzise Verteilung in der Region Ihrer Wahl

Mit dem Employer-Branding-Magazin können sich Arbeitgeber großflächig, ausführlich und außergewöhnlich darstellen. Im Wettbewerb um die besten Köpfe gewinnen starke Arbeitgebermarken noch mehr Aufmerksamkeit – direkt und regional in ihrer Zielgruppe. Layout, Redaktion, Druck und Konfektionierung kann entweder die Frankfurter Allgemeine in gewohnt hoher Qualität übernehmen, oder der Arbeitgeber liefert das fertige Magazin selbst an.

#### Die Fakten

- ▶ Das Employer-Branding-Magazin wird der F.A.Z. oder F.A.S. beigelegt.
- ▶ zielgerichtete regionale Verteilung nach Bundesländern, Nielsen-Gebieten oder Druckstandorten möglich
- ▶ Mindestauflage 30.000 Exemplare

#### Preisbeispiel für Druck, Papier und Media: 8.650,00

- ▶ 8-seitiges Magazin, farbig
- ▶ Format: DIN A4+ (23,5 cm × 30,3 cm), geklebt
- ▶ Rollenoffset, Papier: 55 g/m<sup>2</sup> Zeitungsdruckpapier aufgebessert (75er Weiße), Gewicht ca. 16 g
- ▶ 50.000 Exemplare (F.A.Z. oder F.A.S.)
- ▶ plus 500 Exemplare, zum Beispiel zur Verteilung an Ihrem „Tag der offenen Tür“ oder am Messestand

#### Optional: Gestaltung (Redaktion und Layout): ab 6.000,00

Weitere Preise für andere Auflagenzahlen auf Anfrage.



Beispiel-Magazin der Kunden FH Mainz, Siemens und P&C



**SONDERTHEMEN**

## Im richtigen Umfeld bestens platziert

### *Themenaffines Recruiting und Employer Branding*

Die redaktionellen Sonderthemen im Stellenmarkt bieten den Lesern fundierte Informationen, die sie weiterbringen – und Arbeitgebern optimale Umfeldler für die gezielte Ansprache potentieller Bewerber. Die Sonderthemen beleuchten ausgewählte Branchen, Regionen und übergreifende Karrierethemen.

Thema	Erscheinungstermin	Anzeigenschluss	Druckunterlagenchluss
<i>Elektroingenieure dringend gesucht</i>	30. und 31. Januar 2016	22. Januar 2016	27. Januar 2016
<i>Karriere in der Automobilindustrie</i>	6. und 7. Februar 2016	29. Januar 2016	3. Februar 2016
<i>Consulting</i>	5. und 6. März 2016	26. Februar 2016	19. Februar 2016
<i>Ausbildung &amp; duales Studium (Karrieremagazin)</i>	12. und 13. März 2016	12. Februar 2016	19. Februar 2016
<i>Karriere in der ITK-Branche</i>	12. und 13. März 2016	4. März 2016	9. März 2016
<i>Ingenieure*</i>	23. und 24. April 2016	20. April 2016	20. April 2016
<i>Karriere in Luft- und Raumfahrt</i>	28. und 29. Mai 2016	20. Mai 2016	24. Mai 2016
<i>Baden-Württemberg</i>	11. und 12. Juni 2016	3. Juni 2016	8. Juni 2016
<i>Ingenieure*</i>	17. und 18. September 2016	14. September 2016	14. September 2016
<i>Frauen erfolgreich im Beruf</i>	24. und 25. September 2016	16. September 2016	21. September 2016
<i>Karriere in der Windenergie</i>	24. und 25. September 2016	16. September 2016	21. September 2016
<i>Ausbildung &amp; duales Studium (Karrieremagazin)</i>	8. und 9. Oktober 2016	9. September 2016	16. September 2016
<i>Attraktives Arbeitgeberland Bayern</i>	5. und 6. November 2016	28. Oktober 2016	2. November 2016
<i>Consulting</i>	12. und 13. November 2016	4. November 2016	9. November 2016
<i>Trainees</i>	19. und 20. November 2016	11. November 2016	14. November 2016

\*Schwerpunktthema der F.A.Z.-Wirtschaftsredaktion  
Änderungen und weitere Themen vorbehalten.

DIE JUNGE ELITE

# Frankfurter Allgemeine Hochschulanzeiger

*Themen, Termine und Preise*

Der Hochschulanzeiger ist das Karrieremagazin für die Fach- und Führungskräfte von morgen, für die junge Elite auf der Zielgeraden des Studiums: das Examen in Sichtweite, kurz vor dem ersten Job. Das Magazin für Studierende unterstützt beim Einstieg ins Berufsleben, berichtet aus der Praxis und entschlüsselt die ungeschriebenen Codes der Arbeitswelt. Erfolgreiche Führungskräfte und Experten geben exklusive Einblicke, spannende Berufe werden vorgestellt.

Arbeitgeber erreichen die Elite von morgen hier zielgenau und nahezu ohne Streuverluste: Der Hochschulanzeiger wird direkt an den Universitäten verteilt sowie an die Bezieher des F.A.Z.-Studentenabonnements verschickt. Beste Voraussetzungen, qualifizierten Nachwuchs direkt fürs eigene Unternehmen zu gewinnen.



Ausgabe	Erscheinungstermin	Anzeigen-/ Druckunterlagenschluss	Kernzielgruppen	Berufsbilder im Heft
Nr. 142	12. April 2016	14. März 2016	Rechts- und Wirtschaftswissenschaftler	Juristen, Consultants, Wirtschaftsprüfer, Handelsmanager, Wirtschaftsinformatiker, Logistiker, Steuerberater
Nr. 143	14. Juni 2016	9. Mai 2016	Ingenieure	Elektrotechniker, Luft- und Raumfahrttechniker, Maschinenbauer, Wirtschaftsingenieure, Lebensmitteltechnologien, Consultants
Nr. 144	18. Oktober 2016	19. September 2016	Rechts- und Wirtschaftswissenschaftler	Juristen, Consultants, Wirtschaftsprüfer, Handelsmanager, Wirtschaftsinformatiker, Logistiker, Steuerberater
Nr. 145	6. Dezember 2016	14. November 2016	Naturwissenschaftler und Mathematiker	Biotechniker, Bioingenieure, Chemiker, Informatiker, Mathematiker, Consultants

**Formatbeispiele**

**1/1 Seite**  
 235 mm (B) × 303 mm (H)  
 Preis: 16.845,00

**1/2 Seite**  
 235 mm (B) × 151 mm (H)  
 Preis: 8.430,00

12  
 Alle Preise in Euro (G) zzgl. gesetzl. USt.

## ALLGEMEINE VERLAGSANGABEN

## Wichtige Informationen

*Die Abwicklung auf einen Blick*

**Verlag**  
Frankfurter Allgemeine Zeitung  
GmbH

**Postanschrift**  
60267 Frankfurt am Main

**Hausanschrift**  
Hellerhofstraße 2–4  
60327 Frankfurt am Main

**Handelsregister**  
HRB 7344  
Amtsgericht  
Frankfurt am Main

**USt-IdNr.**  
DE 114 232 723

**Steuer-Nr.**  
045 227 77055

**Vorsitzender des Aufsichtsrates**  
Karl Dietrich Seikel

**Geschäftsführung**  
Thomas Lindner (Vorsitzender)  
Burkhard Petzold

**Gesamtleiter Werbemärkte &  
Media Solutions**  
Ingo Müller

**Bankverbindungen**  
Postbank AG,  
Frankfurt am Main  
BIC: PBNKDEFF  
IBAN: DE73 5001 0060 0105 9766 05

Commerzbank AG,  
Frankfurt am Main  
BIC: COBADEFF  
IBAN: DE43 5004 0000 0589 8200 00

Deutsche Bank AG,  
Frankfurt am Main  
BIC: DEUTDEFF  
IBAN: DE61 5007 0010 0092 7046 00

**Zahlungsbedingungen**  
Zahlbar innerhalb von 14 Tagen  
nach Rechnungsdatum ohne Abzug.  
Bei Vorauszahlung oder Teilnahme  
am Bankabbuchungsverfahren 2 %  
Skonto. Bei Zahlungsverzug behält  
sich der Verlag das Recht vor, neue  
Aufträge nur gegen Vorauszahlung  
auszuführen. Die Rechnungsstellung  
erfolgt in Euro.

**Mittlervergütung**  
Seite 4

**Technische Angaben**  
Seiten 14 und 15

**Allgemeine Geschäftsbedingungen**  
[www.faz.media/agb-print](http://www.faz.media/agb-print)

**TECHNISCHE ANGABEN**

# Print-Stellenmarkt

*Informationen zu Druckunterlagen und Anzeigenübermittlung*

**Druckvorlagen für digital übermittelte Anzeigen**

Tonwertumfang	Rastertonwerte mindestens 3 % und maximal 90 %
Tonwertzunahme	Die Tonwertzunahme beträgt im Mitteltonbereich ca. 26 %.
Gesamt-Farbauftrag	Maximal 240 %
Farbseparation	Schmuckfarben werden vom Verlag separiert. Keine RGB- oder LAB-Daten.
Bildauflösung	240 dpi für Farb- und Graustufenbilder 1.270 dpi für Strichzeichnungen

*Für Ihren Color-Management-Workflow benutzen Sie bitte als Ausgabeprofil „ISOnewspaper26v4.icc“.*

**Minimale Schriftgrößen**

Positiv	6 Punkt
Negativ	8 Punkt
Gerastert	12 Punkt

**Minimale Strichbreiten**

Positiv	0,5 Punkt
Negativ	1 Punkt

**Folgende Dokumente können verwendet werden:**

PDF/X1a, EPS mit eingebetteten Schriften und Bildern.  
Offene Office-Dokumente (Word, PowerPoint etc.) können nur als Satzvorlage verwendet werden.

**Elektronische Anzeigenübermittlung**

Bei der Anzeigenübermittlung sollten folgende Informationen innerhalb des Dateinamens enthalten sein (in entsprechender Reihenfolge):

1. Kundenname
2. Stichwort
3. Erscheinungstermin
4. Farbinformation

Beispiel: musterkunde\_stichwort\_31-12\_4c

Bitte schicken Sie uns im Ordner der Druckunterlagen eine Info-Datei, die den Absender und eine Telefonnummer für Rückfragen enthält.

**Drucktechnische Angaben**

Druckverfahren	Rollenoffsetdruck
Prozessstandard	Prozessstandard Zeitungsdruck ISO 12647-3: 2005
Farben	Farbstandard ISO 2846-2 Die Schmuckfarben sind aus den Grundfarben CMYK aufgebaut.
Kopierverfahren	Computer to Plate
Rasterweite	48 Linien/cm
Tonwertumfang	Tonwerte im Licht auslaufend gegen 3%, in der Tiefe 90% Flächendeckung. Im Mittelton (40%) muss mit einem Punktzuwachs von ca. 26% gerechnet werden.
Rasterwinkelung	C = 15°, K = 135°, M = 75°, Y = 0°
Zieldichte im Fortdruck	C (Cyan) = 0.90; K (Schwarz) = 1.10; M (Magenta) = 0.90; Y (Gelb) = 0.90

**Übertragungsmöglichkeiten:**

E-Mail	stellenangebote@faz.de
Upload-Portal	<a href="https://www.faz.net/anzeigenupload">https://www.faz.net/anzeigenupload</a> (Zugangsdaten auf Anfrage)

FTP-Zugang auf Anfrage +49 69 75 91-11 45

Bei Fragen zur Übermittlung von Druckvorlagen können Sie uns montags bis freitags von 8.00 bis 18.00 Uhr unter der Telefonnummer +49 69 75 91-11 45 erreichen.



**Ihre Kundenbetreuung für den Stellenmarkt nach Regionen****Berlin/Hamburg**

Stephan-Andreas Schaefer  
Telefon: +49 40 3 09 56-3 12  
E-Mail: s.schaefer@faz.de

**Düsseldorf**

Sven Retz  
Telefon: +49 211 8 62 26-3 11  
E-Mail: s.retz@faz.de

**Frankfurt**

Norbert Horz  
Telefon: +49 69 75 91-34 52  
E-Mail: n.horz@faz.de

**Piero Dutkiewicz**

Telefon: +49 69 75 91-34 11  
E-Mail: p.dutkiewicz@faz.de

**München**

Jörg Meyer  
Telefon: +49 69 75 91-34 21  
E-Mail: j.meyer@faz.de

**Stuttgart**

Nathan Klein  
Telefon: +49 711 1 66 25-3 02  
E-Mail: n.klein@faz.de

Erste Fragen beantwortet Ihnen  
unser Verkaufssinnendienst-Team:

Anne Bender  
Daniela Werner  
Jana Winkler  
Telefon +49 69 75 91-34 00  
E-Mail: stellenmarkt@faz.de

**Bildungsmarkt und Seminarkalender**

Andrea Wetzel (Verlagsvertretung)  
Telefon: +49 40 53 32-72 50  
E-Mail: bildungsmarkt@faz.de

**Leiter Stellenmarkt**

Jörg Meyer  
Telefon: +49 69 75 91-34 21  
E-Mail: j.meyer@faz.de

**Anschrift des Verlages**

Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH  
Media Solutions Stellenmarkt  
60267 Frankfurt am Main

[www.faz.media/stellenmarkt](http://www.faz.media/stellenmarkt)

A.9. NEUDDV Preisliste

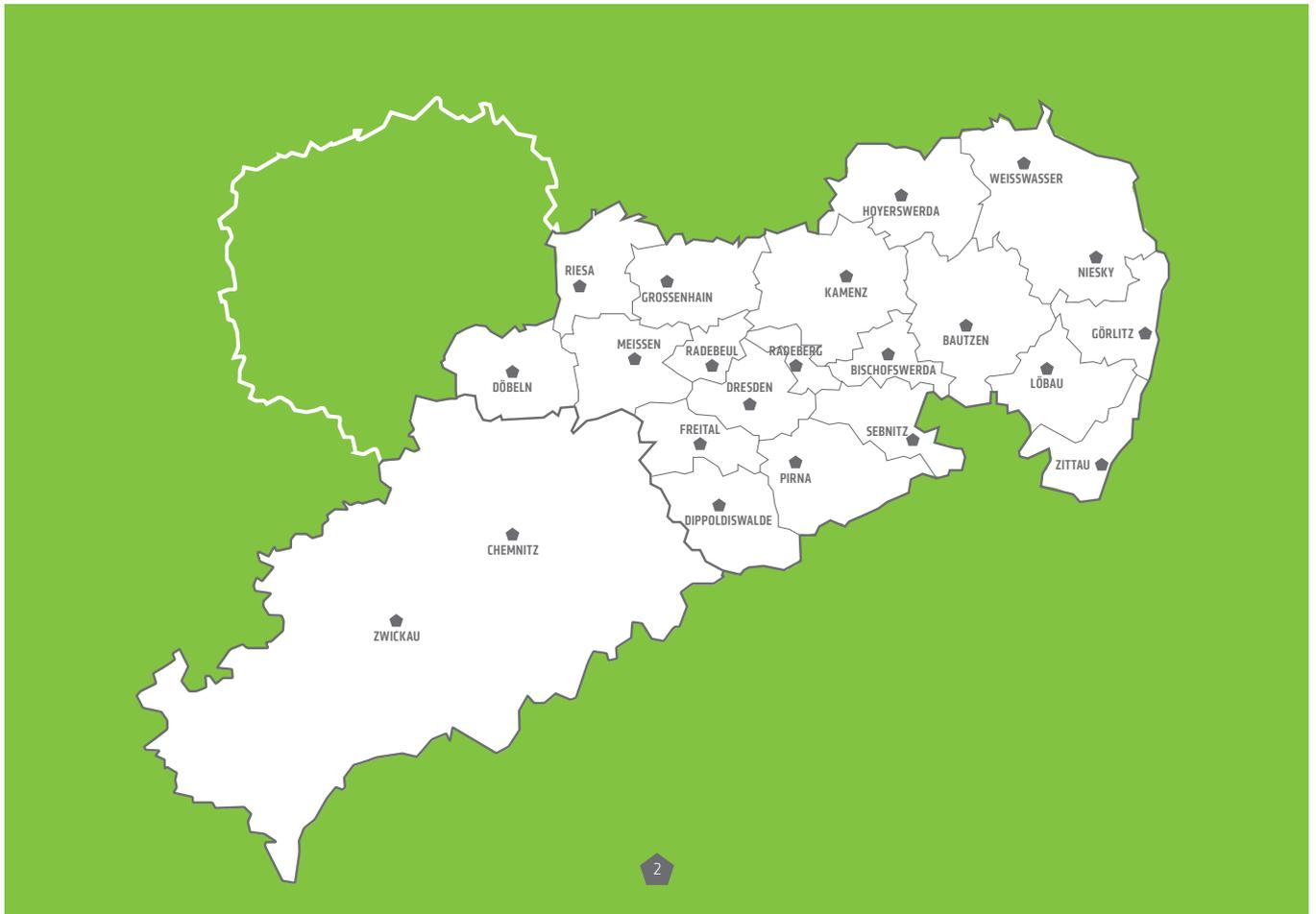
**DDV**  **MEDIEN  
GRUPPE**

**PREISLISTE  
2016**

Gültig ab 01. Januar 2016  
Nr. 19 Nielsen VII

 **agma**<sup>TM</sup>  
Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V.

 **NBRZ**  
NIELSEN  
BRAND REPUTATIONS  
ZENTRUM



## INHALTSVERZEICHNIS



Allgemeine Verlagsangaben	4	<b>PREISE – MORGENPOST</b>	
Rabatte	5	Gesamtausgabe	22
<b>TECHNISCHE ANGABEN</b>		Ausgabe Dresden	23
Allgemein/Übernahme von Anzeigen in digitaler Form	6	Ausgabe Chemnitz	24
Sächsische Zeitung	7	freitagSZ	25
Morgenpost	8	Dresden am Wochenende	26
freitagSZ	9	Reiseanzeigen	27
Dresden am Wochenende	10	Stellenanzeigen	28
<b>AUFLAGE</b>		Immobilienanzeigen	29
Sächsische Zeitung	11	Beilagenwerbung	30
Morgenpost, freitagSZ, Dresden am Wochenende	12	<b>ANZEIGENSONDERFORMATE</b>	
<b>ANZEIGENSCHLUSS, RÜCKTRITTSSTERMIN, RUBRIKEN</b>		Sächsische Zeitung	31
Sächsische Zeitung, Morgenpost	13	Morgenpost	32
<b>PREISE – SÄCHSISCHE ZEITUNG</b>		MemoStick®	33
Gesamt- und Regionalausgabe	14	Tip-on-Card	34
Hauptausgabe West und Ost	15	<b>ONLINEWERBUNG</b>	
<b>LOKALAUSGABEN</b>		sz-online	35
Bautzen, Bischofswerda, Dippoldiswalde	16	MOPQ24	36
Döbelner Anzeiger, Dresdner/Meißner Land, Freital	17	Geschäftsbedingungen	37/38
Görlitz, Großenhain, Hoyerswerda	18	Anzeigenverkauf im Verbreitungsgebiet	39
Kamenz, Löbau, Meißen	19	Servicebüros	40
Niesky/Weißwasser, Pirna, Riesa	20	Die DDV Mediengruppe	41
Rödertal, Sebnitz, Zittau	21		

## ALLGEMEINE VERLAGSANGABEN



<b>ERSCHEINUNGSWEISE</b>	montags bis samstags	<b>CHIFFRE GEBÜHR</b>	bei Abholung der Offerten je Anzeige: € 4,00* bei Zusendung der Offerten je Anzeige: € 9,00*
<b>BANKVERBINDUNG</b>	Deutsche Bank AG Dresden, IBAN: DE 96 8707 000 005 149 000 01 BIC: DEUTDE8C USt.-ID: DE 140 136 611	<b>AGENTURPROVISION</b>	Der Chiffre-Zusatz zählt bei Kleinanzeigen als eine Zeile. Die Chiffre-Gebühr wird als Verwaltungspauschale erhoben, auch wenn keine Zuschriften eingehen. *inkl. MwSt.
<b>ZAHLUNGSBEDINGUNGEN</b>	innerhalb von 14 Tagen nach Rechnungsdatum ohne Abzüge. Bei neuen Geschäftsverbindungen oder bei Zahlungsverzug behält der Verlag sich das Recht vor, die Veröffentlichung der Anzeigen und Beilagen von der Vorauszahlung der Insertionskosten abhängig zu machen.	<b>GRUNDPREISE</b>	Vom Verlag anerkannte Werbemittler erhalten 15 % Provision für Anzeigen und Beilagen vom Kunden-Nettobetrag bei Abrechnung zum Grundpreis.
<b>MEHRWERTSTEUER</b>	Alle Preise in Euro zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer.	<b>ORTSPREISE</b>	gelten für Aufträge von Inserenten aus Handel, Handwerk und Gewerbe mit Sitz im Verbreitungsgebiet der belegten Titel – ohne Einschaltung einer Werbeagentur.
<b>KLEINANZEIGEN</b>	sind einspaltige, ungerahmte, nicht gestaltete Anzeigen. Die Abrechnung erfolgt nach Zeilen. Auf Anfrage senden wir Ihnen gerne die aktuellen Preise zu.		

<p><b>VERLAG</b> DDV Mediengruppe GmbH &amp; Co. KG <b>POSTANSCHRIFT</b> Anzeigenabteilung, 01055 Dresden <b>HAUSANSCHRIFT</b> Ostra-Allee 20, 01067 Dresden <b>INTERNET</b> www.ddv-mediengruppe.de</p>	<p><b>GESTALTETE ANZEIGEN</b> Telefon 0351 4864 2477, Telefax 0351 4864 2385 E-Mail anzeigen@ddv-mediengruppe.de <b>PRIVAT- UND KLEINANZEIGEN</b> Telefon 0351 840 444, Telefax 0351 840 42555 E-Mail anzeigenannahme@ddv-mediengruppe.de</p>	<p><b>ANZEIGENLEITUNG</b> Telefon 0351 4864 2200, Telefax 0351 4864 2835 <b>SONDERTHEMEN</b> Telefon 0351 4864 2345, Telefax 0351 4864 2465 <b>REISEMARKT</b> Telefon 0351 4864 2404, Telefax 0351 4864 2385 <b>BEILAGEN</b> Telefon 0351 4864 2822, Telefax 0351 4864 2439</p>
--	---	---

Preisliste Nr. 19 Gültig ab 01. Januar 2016 Nielsen VII



# RABATTE



## SACHSENKOMBI

Bei gleichzeitiger Belegung der Sächsischen Zeitung und Morgenpost (innerhalb von 3 Tagen in beiden Titeln) mit gleichem Motiv wird 15 % Kombinationsnachlass auf den Anzeigenpreis der Morgenpost gewährt.

## KOMBINATIONSRABATTE (SÄCHSISCHE ZEITUNG)

Bei gleichzeitiger Belegung von mehreren Lokalausgaben der Sächsischen Zeitung mit unverändertem Anzeigenmotiv werden folgende Kombinationsrabatte gewährt:

<b>2 Lokalausgaben</b>	<b>5 %</b>
<b>3 Lokalausgaben</b>	<b>10 %</b>
<b>4 Lokalausgaben</b>	<b>15 %</b>
<b>5 Lokalausgaben</b>	<b>20 %</b>
<b>ab 6 Lokalausgaben</b>	<b>25 %</b>

## MALSTAFFEL

für mehrmalige Veröffentlichungen bei mindestens:

<b>6 Anzeigen</b>	<b>5 %</b>
<b>12 Anzeigen</b>	<b>10 %</b>
<b>24 Anzeigen</b>	<b>15 %</b>
<b>52 Anzeigen</b>	<b>20 %</b>

## MENGENSTAFFEL

für mehrmalige Veröffentlichungen bei mindestens:

<b>3.000 mm</b>	<b>5 %</b>
<b>5.000 mm</b>	<b>10 %</b>
<b>10.000 mm</b>	<b>15 %</b>
<b>20.000 mm</b>	<b>20 %</b>

Alle Rabattstufen gelten nur für gestaltete Anzeigen. Zur Abschlusserfüllung dienen sowohl Anzeigen in der Sächsischen Zeitung als auch in der Morgenpost. Alle Aufträge, auf die Kombinationsrabatte gewährt werden, werden im Abschluss als eine Anzeige gezählt. Weitere Hinweise in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen § 2 ff. sowie in den Zusätzlichen Geschäftsbedingungen Punkt I.

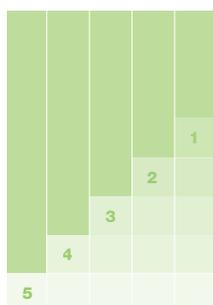
# TECHNISCHE ANGABEN



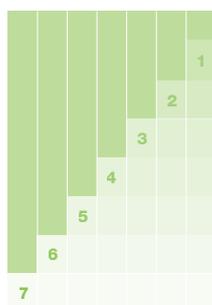
<b>DRUCKVERFAHREN</b>	Rollenoffset Zeitungsdruck	<b>PRODUKTIONSABTEILUNG</b>	Tel. 0351 4864 2688
<b>PROZESSSTANDARD</b>	Zeitungsdruck ISO 12647-3 gemäß ifra/FOGRA	<b>E-MAIL</b>	vorstufe.isdn@ddv-mediengruppe.de Bei Datenmengen über 10 MB empfiehlt sich ein ftp-upload.
<b>GRUNDSCHRIFT</b>	Anzeigen: Positiv 6 Punkt   Negativ 8 Punkt, halbfett		
<b>DRUCKUNTERLAGEN ART</b>	Wir bitten vorzugsweise um digitale Übermittlung von Druckunterlagen.		URL: ftp://fritz.dd-v.de User: isdn Passwort: Z09xgoin Info über: vorstufe.isdn@ddv-mediengruppe.de
<b>RASTERWEITE</b>	52 L/cm	<b>TEXTKENNUNG</b>	Stichwort, Name der Zeitung (Kurzform), Erscheinungstag oder Auftragsnummer, z. B.: Schnellerreisen_SZ_03102015
<b>RASTERPUNKTFORM</b>	gemäßigter Kettenpunkt, elliptische Punktform	<b>DATENFORMATE</b>	PDF- oder EPS-Dateien mit eingebetteten oder vektorisierten Schriften. Enthaltene Bilder müssen mind. 200 dpi Auflösung aufweisen und im CMYK-Modus nach ISO-Standard Zeitungsdruck (ISOnewspaper 26v4.icc), nicht im RGB-Modus sein, da es bei der Umwandlung zu erheblichen Farbveränderungen kommen kann. Bildformate: tif, jpg Bei Word-Dokumenten werden nur qualitätsgerechte Bilder bzw. Logos verwendet. Exe- bzw. CorelDraw-Dateien können nicht bearbeitet werden. Quickcut-Zugang ist vorhanden.
<b>TONWERTUMFANG</b>	druckbarer Rastertonwert ab 3 %, zeichnende Tiefe bis 95 %	<b>HINWEIS</b>	Anzeigen in digitaler Form erscheinen nur, wenn ein eindeutiger Auftrag vorliegt. Bei mehrfarbig aufgebauten Anzeigen kann eine optimale Druckqualität nur gewährleistet werden, wenn ein kundengelieferter farbverbindlicher Proof vorliegt, der den Prozessstandard Zeitungsdruck simuliert. Zu jedem Auftrag ist ein Kontrollfax, Fax 0351 4864 2439, oder ein Ansichts-PDF der Anzeige mitzusenden.
<b>STRICHBREITE</b>	positive Striche druckbar ab 0,15 mm (bezogen auf die Vorlage), negative Striche druckbar ab 0,20 mm (bezogen auf die Vorlage)		
<b>TONWERTZUNAHME</b>	Bei einer 40 %igen Flächendeckung im Rasterpositiv der Vorlage beträgt die verfahrensbedingte Druckzunahme ca. 26 %, maximaler Gesamtfarbauftrag von 240 % muss eingehalten werden.		
<b>FARBSEPARATION</b>	entsprechend der Vorgaben Prozessstandard Zeitungsdruck, ICC-Profile Download unter <a href="http://szlink.de/farbprofil">http://szlink.de/farbprofil</a>		
<b>ZUSATZFARBEN</b>	nach HKS-Farbfächer Z für den Zeitungsdruck. Der Verlag behält sich vor, Schmuckfarben aus den Skalenfarben Yellow, Magenta und Cyan annähernd zu erzeugen. Sonderfarben auf Anfrage.		
<b>DATENTRÄGER</b>	CD-/DVD-ROM, USB-Sticks, Kamera-Speicherkarten CF, XD, MMC, SMC alles im PC- oder Macintosh-Format		

## TECHNISCHE ANGABEN

## SÄCHSISCHE ZEITUNG



ANSICHT SZ-TEXTTEIL



ANSICHT SZ-ANZEIGENTEIL



\*  
**SÄCHSISCHE  
ZEITUNG**

<b>SATZSPIEGEL</b>	485 mm hoch, 327 mm breit
	1/1 Seite: 3.395 mm
	Panorama-Anzeigen: 485 mm hoch, 677 mm breit
<b>SPALTENZAHL</b>	Anzeigenteil: 7
	Textteil: 5
<b>UMRECHNUNGSFAKTOR</b>	1,4

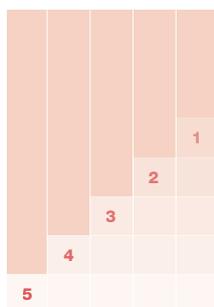
SPALTENBREITE	ANZEIGENTEIL	TEXTTEIL
1 Spalte	45 mm	62 mm
2 Spalten	92 mm	128 mm
3 Spalten	139 mm	194 mm
4 Spalten	186 mm	260 mm
5 Spalten	233 mm	327 mm
6 Spalten	280 mm	
7 Spalten	327 mm	

MINDESTHÖHEN	GESTALTETE ANZEIGEN
1- bis 3-spaltig:	15 mm
4- bis 5-spaltig:	20 mm
6- bis 7-spaltig:	35 mm

MINDESTBERECHNUNGSGRÖSSEN FÜR FARBANZEIGEN	
ANZEIGENTEIL	TEXTTEIL
100 mm	50 mm

# TECHNISCHE ANGABEN

## MORGENPOST



ANSICHT MORGENPOST



<b>SATZSPIEGEL</b>	327 mm hoch, 233 mm breit
	1/1 Seite: 1.635 mm
	Panorama-Anzeigen: 327 mm hoch, 485 mm breit
<b>SPALTENZAHL</b>	Anzeigenteil: 5
	Textteil: 5

SPALTENBREITE	ANZEIGEN-/TEXTTEIL
1 Spalte	45 mm
2 Spalten	92 mm
3 Spalten	139 mm
4 Spalten	186 mm
5 Spalten	233 mm

MINDESTHÖHEN	GESTALTETE ANZEIGEN
1- bis 3-spaltig:	15 mm
4- bis 5-spaltig:	20 mm

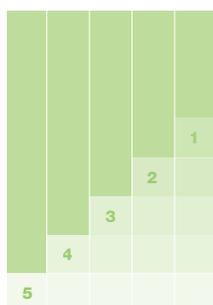
MINDESTBERECHNUNGSGRÖSSEN FÜR FARBANZEIGEN	
ANZEIGENTEIL	TEXTTEIL
100 mm	50 mm

Preisliste Nr. 19 Gültig ab 01. Januar 2016 Nielsen VII

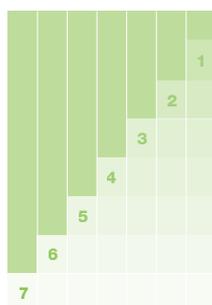
\*Die Morgenpost ist ein Produkt der DDV MEDIENGRUPPE

## TECHNISCHE ANGABEN

FREITAGSZ



ANSICHT TEXTTEIL



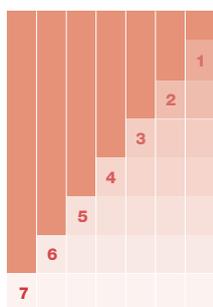
ANSICHT ANZEIGENTEIL

freitagSZ\*

<b>SATZSPIEGEL</b>	485 mm hoch, 327 mm breit	
	1/1 Seite: 3.395 mm	
	Panorama-Anzeigen: 485 mm hoch, 677 mm breit	
<b>SPALTENZAHL</b>	Anzeigenteil: 7	
	Textteil: 5	
<b>UMRECHNUNGSFAKTOR</b>	1,4	
<b>SPALTENBREITE</b>	<b>ANZEIGENTEIL</b>	<b>TEXTTEIL</b>
1 Spalte	45 mm	62 mm
2 Spalten	92 mm	128 mm
3 Spalten	139 mm	194 mm
4 Spalten	186 mm	260 mm
5 Spalten	233 mm	327 mm
6 Spalten	280 mm	
7 Spalten	327 mm	
<b>MINDESTHÖHEN</b>	<b>GESTALTETE ANZEIGEN</b>	
1- bis 3-spaltig:	15 mm	
4- bis 5-spaltig:	20 mm	
6- bis 7-spaltig:	35 mm	
<b>MINDESTBERECHNUNGSGRÖSSEN FÜR FARBANZEIGEN</b>		
<b>ANZEIGENTEIL</b>	<b>TEXTTEIL</b>	
100 mm	50 mm	

## TECHNISCHE ANGABEN

DAWO!



ANSICHT DAWO

# DAWO!\*

<b>SATZSPIEGEL</b>	485 mm hoch, 327 mm breit
	1/1 Seite: 3.395 mm
	Panorama-Anzeigen: 485 mm hoch, 677 mm breit
<b>SPALTENZAHL</b>	7

<b>SPALTENBREITE</b>	
1 Spalte	45 mm
2 Spalten	92 mm
3 Spalten	139 mm
4 Spalten	186 mm
5 Spalten	233 mm
6 Spalten	280 mm
7 Spalten	327 mm

<b>MINDESTHÖHEN</b>	<b>GESTALTETE ANZEIGEN</b>
1- bis 6-spaltig:	20 mm
7-spaltig:	30 mm

## AUFLAGE 3. QUARTAL 2015

## SÄCHSISCHE ZEITUNG

NUMMER	AUSGABE	ZIS Code	DRUCKAUFLAGE	VERKAUFTE AUFLAGE*
100	Gesamtausgabe	101627	238.320	227.940
Hauptausgabe (HA)				
113	HA West	100868	153.822	146.339
112	HA Ost	101803	84.498	81.601
Regionalausgabe (RA)				
221	RA Dresden	101557	83.942	79.728
Lokalausgabe (LA)				
403	LA Bautzen	101084	17.575	17.207
404	LA Bischofswerda	101772	5.647	5.464
405	LA Dippoldiswalde	100040	7.408	7.133
420	LA Döbelner Anzeiger	100485	9.756	8.737
401	LA Dresdner und Meißner Land	101797	10.303	9.910
407	LA Freital	100818	10.445	10.112
409	LA Görlitz	100607	12.409	11.965
410	LA Großenhain	100540	6.653	6.464
418	LA Hoyerswerda	100826	6.431	6.019
481	WK Hoyerswerda (Sächsische Zeitung + Lausitzer Rundschau)	Verlagsangabe	11.314	10.503
411	LA Kamenz	102016	11.512	11.247
412	LA Löbau	101020	11.271	10.867
413	LA Meißen	101484	12.391	11.844
318	LA Niesky/Weißwasser	104476	7.761	7.340
414	LA Pirna	100106	15.425	14.962
415	LA Riesa	101355	11.696	11.155
402	LA Rödertal	101123	6.136	5.890
416	LA Sebnitz	101132	6.551	6.316
417	LA Zittau	101789	11.892	11.492

\*inkl. e-paper

## AUFLAGE 3. QUARTAL 2015

### MORGENPOST

NUMMER	AUSGABE	ZIS Code	DRUCKAUFLAGE	VERKAUFTE AUFLAGE
710	Gesamtausgabe	100054	109.203	82.335
	Gesamtausgabe	Sa/So-WE-Kombi	104329	122.610
720	Ausgabe Dresden	100550	75.505	58.031
	Ausgabe Dresden	Sa/So-WE-Kombi	104332	88.206
730	Ausgabe Chemnitz	100288	33.698	24.324
	Ausgabe Chemnitz	Sa/So-WE-Kombi	104334	34.404

### FREITAGSZ

NUMMER	AUSGABE	DRUCKAUFLAGE <sup>1</sup>
491	Dresden	181.300
493	Elbland	62.600
492	Sächsische Schweiz/ Osterzgebirge	60.200
494	Oberlausitz	54.300
495	Neiße	70.250

### DAWO!

NUMMER	AUSGABE	DRUCKAUFLAGE <sup>1</sup>
821	Dresden	168.400

## ANZEIGENSCHLUSS, RÜCKTRITTSTERMIN, RUBRIKEN

### SÄCHSISCHE ZEITUNG

AUSGABE	RUBRIKEN	ANZEIGENSCHLUSS/RÜCKTRITTSTERMIN FREITAG
Montagsausgabe	-	Freitag 13 Uhr
Dienstagsausgabe	-	Freitag 15 Uhr
Mittwochsausgabe	-	Montag 13 Uhr
Donnerstagsausgabe	-	Dienstag 13 Uhr
Freitagsausgabe	Immobilien	Mittwoch 13 Uhr
Samstagsausgabe	Stellenmarkt, Kfz-Markt, Reisemarkt, Treffpunkt, Verkäufe/Kaufgesuche	Donnerstag 13 Uhr

### MORGENPOST

AUSGABE	RUBRIKEN	ANZEIGENSCHLUSS/RÜCKTRITTSTERMIN FREITAG
Montagsausgabe	-	Freitag 15 Uhr
Dienstagsausgabe	-	Montag 9 Uhr
Mittwochsausgabe	-	Dienstag 9 Uhr
Donnerstagsausgabe	-	Mittwoch 9 Uhr
Freitagsausgabe	Immobilien, Kfz-Markt	Donnerstag 9 Uhr
Sa/So-Ausgabe (WE-Kombi)	Verkäufe/Kaufgesuche, Treffpunkt	Donnerstag 13 Uhr
Samstagsausgabe	Stellenmarkt, Reisemarkt	Donnerstag 13 Uhr

- ! Bis zu den hier genannten Terminen können Anzeigenaufträge erteilt bzw. schon vorliegende Aufträge storniert werden.
- Druckunterlagen für erteilte Aufträge müssen bis zum Schlusstermin im Verlag vorliegen.

**PREISE**

**SÄCHSISCHE ZEITUNG GESAMT- UND REGIONALAUSGABEN**

	<b>GESAMTAUSGABE</b>		<b>RA DRESDEN*</b>	
	Grundpreis	Ortspreis	Grundpreis	Ortspreis
	(Nr. 100)		(Nr. 221)	
<b>SCHWARZ-WEISS</b>				
Anzeigenteil (mm-Preis)	13,05	11,08	4,65	3,95
Textteil (mm-Preis)	52,20	44,32	18,60	15,80
Titelseite/Kopf (Festpreis)	2.750,00	2.325,00	975,00	830,00
Titelseite/Fuß (Festpreis)	3.300,00	2.800,00	1.175,00	995,00
1. Lokalseite/Kopf (Festpreis)	1.830,00	1.550,00	650,00	555,00
Anzeige über dem Wetter (Festpreis)	3.655,00	3.100,00	1.300,00	1.105,00
Premium-Anzeige (Festpreis)	12.600,00	10.700,00	4.490,00	3.815,00
<b>FARBIG</b>				
Anzeigenteil (mm-Preis)	18,20	15,47	6,60	5,63
Textteil (mm-Preis)	72,80	61,88	26,40	22,52
Titelseite/Kopf (Festpreis)	3.820,00	3.250,00	1.385,00	1.185,00
Titelseite/Fuß (Festpreis)	4.600,00	3.900,00	1.665,00	1.420,00
1. Lokalseite/Kopf (Festpreis)	2.550,00	2.165,00	925,00	790,00
Anzeige über dem Wetter (Festpreis)	5.100,00	4.330,00	1.850,00	1.575,00
Premium-Anzeige (Festpreis)	17.600,00	14.950,00	6.375,00	5.440,00



\*Regionalausgabe (RA) Dresden umfasst die Stadt Dresden und die Lokalausgaben Dresdner/ Meißner Land, Rödertal und Freital.

Anzeigensonderformen siehe Blatt 31

**PREISE**

**SÄCHSISCHE ZEITUNG HAUPTAUSGABEN**

	HAUPTAUSGABE WEST (Nr. 113)		HAUPTAUSGABE OST (Nr. 112)	
	Grundpreis	Ortspreis	Grundpreis	Ortspreis
<b>SCHWARZ-WEISS</b>				
Anzeigenteil (mm-Preis)	10,40	8,83	6,00	5,12
Textteil (mm-Preis)	41,60	35,32	24,00	20,48
Titelseite/Kopf (Festpreis)	2.185,00	1.850,00	1.260,00	1.075,00
Titelseite/Fuß (Festpreis)	2.620,00	2.225,00	1.515,00	1.300,00
1. Lokalseite/Kopf (Festpreis)	1.455,00	1.235,00	840,00	715,00
Anzeige über dem Wetter (Festpreis)	2.910,00	2.475,00	1.680,00	1.435,00
Premium-Anzeige (Festpreis)	10.050,00	8.530,00	5.800,00	4.945,00
<b>FARBIG</b>				
Anzeigenteil (mm-Preis)	14,55	12,36	8,45	7,17
Textteil (mm-Preis)	58,20	49,44	33,80	28,68
Titelseite/Kopf (Festpreis)	3.055,00	2.595,00	1.775,00	1.505,00
Titelseite/Fuß (Festpreis)	3.665,00	3.115,00	2.130,00	1.810,00
1. Lokalseite/Kopf (Festpreis)	2.050,00	1.730,00	1.185,00	1.000,00
Anzeige über dem Wetter (Festpreis)	4.075,00	3.460,00	2.365,00	2.010,00
Premium-Anzeige (Festpreis)	14.055,00	11.950,00	8.150,00	6.925,00



Anzeigensonderformen siehe Blatt 31

**PREISE**

SÄCHSISCHE ZEITUNG LOKALAUSGABEN

	<b>BAUTZEN</b>		<b>BISCHOWSWERDA</b>		<b>DIPPOLDISWALDE</b>	
	(Nr. 403)		(Nr. 404)		(Nr. 405)	
	Grundpreis	Ortspreis	Grundpreis	Ortspreis	Grundpreis	Ortspreis
<b>SCHWARZ-WEISS</b>						
Anzeigenteil (mm-Preis)	1,87	1,59	0,81	0,69	1,13	0,96
Textteil (mm-Preis)	7,48	6,36	3,24	2,76	4,52	3,84
Titelseite/Kopf (Festpreis)	395,00	335,00	170,00	145,00	235,00	200,00
Titelseite/Fuß (Festpreis)	470,00	400,00	205,00	175,00	285,00	245,00
1. Lokalseite/Kopf (Festpreis)	260,00	220,00	115,00	95,00	160,00	135,00
Anzeige über dem Wetter (Festpreis)	525,00	445,00	225,00	195,00	315,00	270,00
Premium-Anzeige (Festpreis)	1.805,00	1.535,00	785,00	665,00	1.090,00	925,00
<b>FARBIG</b>						
Anzeigenteil (mm-Preis)	2,68	2,28	1,16	0,99	1,62	1,38
Textteil (mm-Preis)	10,72	9,12	4,64	3,96	6,48	5,52
Titelseite/Kopf (Festpreis)	563,00	480,00	245,00	210,00	340,00	290,00
Titelseite/Fuß (Festpreis)	675,00	575,00	295,00	250,00	410,00	350,00
1. Lokalseite/Kopf (Festpreis)	375,00	320,00	165,00	140,00	230,00	195,00
Anzeige über dem Wetter (Festpreis)	750,00	640,00	325,00	280,00	455,00	385,00
Premium-Anzeige (Festpreis)	2.590,00	2.200,00	1.120,00	955,00	1.565,00	1.335,00

Anzeigensonderformen siehe Blatt 31

Preisliste Nr. 19 Gültig ab 01. Januar 2016 Nielsen VII

**PREISE**

SÄCHSISCHE ZEITUNG LOKALAUSGABEN

	<b>DÖBELNER ANZEIGER</b>		<b>DRESDNER/MEISSNER LAND</b>		<b>FREITAL</b>	
	(Nr. 420)		(Nr. 401)		(Nr. 407)	
	Grundpreis	Ortspreis	Grundpreis	Ortspreis	Grundpreis	Ortspreis
<b>SCHWARZ-WEISS</b>						
Anzeigenteil (mm-Preis)	1,02	0,87	1,22	1,04	1,38	1,17
Textteil (mm-Preis)	4,08	3,48	4,88	4,16	5,52	4,68
Titelseite/Kopf (Festpreis)	215,00	185,00	255,00	220,00	290,00	245,00
Titelseite/Fuß (Festpreis)	260,00	220,00	310,00	265,00	350,00	295,00
1. Lokalseite/Kopf (Festpreis)	145,00	120,00	170,00	145,00	195,00	165,00
Anzeige über dem Wetter (Festpreis)	285,00	245,00	340,00	290,00	385,00	330,00
Premium-Anzeige (Festpreis)	985,00	840,00	1.180,00	1.005,00	1.335,00	1.130,00
<b>FARBIG</b>						
Anzeigenteil (mm-Preis)	1,38	1,17	1,74	1,48	1,96	1,67
Textteil (mm-Preis)	5,52	4,68	6,96	5,92	7,84	6,68
Titelseite/Kopf (Festpreis)	290,00	245,00	365,00	310,00	410,00	350,00
Titelseite/Fuß (Festpreis)	350,00	295,00	440,00	375,00	495,00	420,00
1. Lokalseite/Kopf (Festpreis)	195,00	165,00	245,00	210,00	275,00	235,00
Anzeige über dem Wetter (Festpreis)	385,00	330,00	485,00	415,00	550,00	470,00
Premium-Anzeige (Festpreis)	1.335,00	1.130,00	1.680,00	1.430,00	1.895,00	1.615,00

Anzeigensonderformen siehe Blatt 31

Preisliste Nr. 19 Gültig ab 01. Januar 2016 Nielsen VII

**PREISE**

SÄCHSISCHE ZEITUNG LOKALAUSGABEN

	<b>GÖRLITZ</b>		<b>GROSSENHAIN</b>		<b>HOYERSWERDA</b>	
	(Nr. 409)		(Nr. 410)		(Nr. 481)	
	Grundpreis	Ortspreis	Grundpreis	Ortspreis	Grundpreis	Ortspreis* (WK)
<b>SCHWARZ-WEISS</b>						
Anzeigenteil (mm-Preis)	1,54	1,31	1,12	0,95	1,44	1,22
Textteil (mm-Preis)	6,16	5,24	4,48	3,80	5,76	4,88
Titelseite/Kopf (Festpreis)	325,00	275,00	235,00	200,00	-	-
Titelseite/Fuß (Festpreis)	390,00	330,00	285,00	240,00	-	-
1. Lokalseite/Kopf (Festpreis)	215,00	185,00	155,00	135,00	-	-
Anzeige über dem Wetter (Festpreis)	430,00	365,00	315,00	265,00	-	-
Premium-Anzeige (Festpreis)	1.490,00	1.265,00	1.080,00	915,00	-	-
<b>FARBIG</b>						
Anzeigenteil (mm-Preis)	2,18	1,85	1,59	1,35	2,05	1,77
Textteil (mm-Preis)	8,72	7,40	6,36	5,40	8,20	7,08
Titelseite/Kopf (Festpreis)	460,00	390,00	335,00	285,00	-	-
Titelseite/Fuß (Festpreis)	550,00	465,00	400,00	340,00	-	-
1. Lokalseite/Kopf (Festpreis)	305,00	260,00	220,00	190,00	-	-
Anzeige über dem Wetter (Festpreis)	610,00	520,00	445,00	380,00	-	-
Premium-Anzeige (Festpreis)	2.105,00	1.790,00	1.535,00	1.305,00	-	-

\* Die Anzeigenbelegung Hoyerswerda beinhaltet eine Kombination der Lokalausgabe Hoyerswerda der Sächsischen Zeitung und der Lausitzer Rundschau (Wirtschaftskombi).

Anzeigensonderformen siehe Blatt 31

## PREISE

## SÄCHSISCHE ZEITUNG LOKALAUSGABEN

	<b>KAMENZ</b>		<b>LÖBAU</b>		<b>MEISSEN</b>	
	(Nr. 411)		(Nr. 412)		(Nr. 413)	
	Grundpreis	Ortspreis	Grundpreis	Ortspreis	Grundpreis	Ortspreis
<b>SCHWARZ-WEISS</b>						
Anzeigenteil (mm-Preis)	1,54	1,31	1,51	1,28	1,69	1,44
Textteil (mm-Preis)	6,16	5,24	6,04	5,12	6,76	5,76
Titelseite/Kopf (Festpreis)	325,00	275,00	315,00	270,00	355,00	300,00
Titelseite/Fuß (Festpreis)	390,00	330,00	380,00	325,00	425,00	365,00
1. Lokalseite/Kopf (Festpreis)	215,00	185,00	210,00	180,00	235,00	200,00
Anzeige über dem Wetter (Festpreis)	430,00	365,00	425,00	360,00	475,00	405,00
Premium-Anzeige (Festpreis)	1.490,00	1.265,00	1.460,00	1.235,00	1.635,00	1.390,00
<b>FARBIG</b>						
Anzeigenteil (mm-Preis)	2,18	1,85	2,13	1,81	2,44	2,07
Textteil (mm-Preis)	8,72	7,40	8,52	7,24	9,76	8,28
Titelseite/Kopf (Festpreis)	460,00	390,00	450,00	380,00	510,00	435,00
Titelseite/Fuß (Festpreis)	550,00	465,00	535,00	455,00	615,00	520,00
1. Lokalseite/Kopf (Festpreis)	305,00	260,00	300,00	255,00	340,00	290,00
Anzeige über dem Wetter (Festpreis)	610,00	520,00	595,00	505,00	685,00	580,00
Premium-Anzeige (Festpreis)	2.105,00	1.790,00	2.060,00	1.750,00	2.360,00	2.000,00

Anzeigensonderformen siehe Blatt 31

Preisliste Nr. 19 Gültig ab 01. Januar 2016 Nielsen VII

19

**PREISE**

SÄCHSISCHE ZEITUNG LOKALAUSGABEN

	<b>NIESKY/WEISSWASSER</b>		<b>PIRNA</b>		<b>RIESA</b>	
	(Nr. 318)		(Nr. 414)		(Nr. 415)	
	Grundpreis	Ortspreis	Grundpreis	Ortspreis	Grundpreis	Ortspreis
<b>SCHWARZ-WEISS</b>						
Anzeigenteil (mm-Preis)	1,06	0,90	1,76	1,50	1,56	1,33
Textteil (mm-Preis)	4,24	3,60	7,04	6,00	6,24	5,32
Titelseite/Kopf (Festpreis)	225,00	190,00	370,00	315,00	330,00	280,00
Titelseite/Fuß (Festpreis)	270,00	225,00	445,00	380,00	395,00	335,00
1. Lokalseite/Kopf (Festpreis)	150,00	125,00	245,00	210,00	220,00	185,00
Anzeige über dem Wetter (Festpreis)	295,00	250,00	495,00	420,00	435,00	375,00
Premium-Anzeige (Festpreis)	1.025,00	870,00	1.700,00	1.450,00	1.505,00	1.285,00
<b>FARBIG</b>						
Anzeigenteil (mm-Preis)	1,47	1,25	2,52	2,14	2,25	1,91
Textteil (mm-Preis)	5,88	5,00	10,08	8,56	9,00	7,64
Titelseite/Kopf (Festpreis)	310,00	265,00	530,00	450,00	475,00	400,00
Titelseite/Fuß (Festpreis)	370,00	315,00	635,00	540,00	570,00	480,00
1. Lokalseite/Kopf (Festpreis)	205,00	175,00	355,00	300,00	315,00	270,00
Anzeige über dem Wetter (Festpreis)	410,00	350,00	705,00	600,00	630,00	535,00
Premium-Anzeige (Festpreis)	1.420,00	1.205,00	2.435,00	2.070,00	2.175,00	1.845,00

Anzeigensonderformen siehe Blatt 31

Preisliste Nr. 19 Gültig ab 01. Januar 2016 Nielsen VII

**PREISE**

SÄCHSISCHE ZEITUNG LOKALAUSGABEN

	<b>RÖDERTAL</b>		<b>SEBNITZ</b>		<b>ZITTAU</b>	
	(Nr. 402)		(Nr. 416)		(Nr. 417)	
	Grundpreis	Ortspreis	Grundpreis	Ortspreis	Grundpreis	Ortspreis
<b>SCHWARZ-WEISS</b>						
Anzeigenteil (mm-Preis)	0,82	0,70	1,15	0,98	1,52	1,29
Textteil (mm-Preis)	3,28	2,80	4,60	3,92	6,08	5,16
Titelseite/Kopf (Festpreis)	175,00	150,00	240,00	205,00	320,00	270,00
Titelseite/Fuß (Festpreis)	205,00	175,00	290,00	250,00	385,00	325,00
1. Lokalseite/Kopf (Festpreis)	115,00	100,00	160,00	135,00	215,00	180,00
Anzeige über dem Wetter (Festpreis)	230,00	195,00	320,00	275,00	425,00	360,00
Premium-Anzeige (Festpreis)	790,00	675,00	1.110,00	945,00	1.470,00	1.245,00
<b>FARBIG</b>						
Anzeigenteil (mm-Preis)	1,18	1,00	1,65	1,40	2,15	1,83
Textteil (mm-Preis)	4,72	4,00	6,60	5,60	8,60	7,32
Titelseite/Kopf (Festpreis)	250,00	210,00	345,00	295,00	450,00	375,00
Titelseite/Fuß (Festpreis)	300,00	250,00	415,00	355,00	540,00	460,00
1. Lokalseite/Kopf (Festpreis)	165,00	140,00	230,00	195,00	300,00	255,00
Anzeige über dem Wetter (Festpreis)	330,00	280,00	460,00	390,00	600,00	515,00
Premium-Anzeige (Festpreis)	1.140,00	965,00	1.595,00	1.350,00	2.075,00	1.770,00

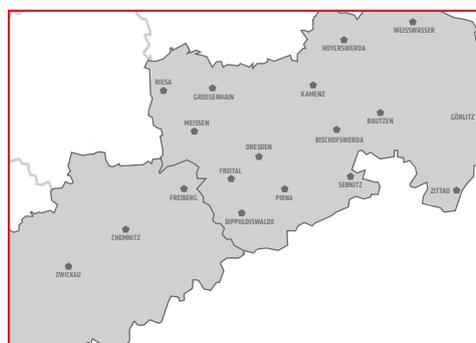
Anzeigensonderformen siehe Blatt 31

**PREISE**

**MORGENPOST GESAMTAUSGABE**

	<b>MO - FR</b> (Nr. 710)		<b>ERMÄSSIGTE PREISE IN KOMBINATION MIT SZ</b>	
	Grundpreis	Ortspreis	Grundpreis	Ortspreis
<b>SCHWARZ-WEISS</b>				
Anzeigenteil (mm-Preis)	3,96	3,37	3,37	2,86
Textteil (mm-Preis)	11,88	10,11	10,11	8,58
Titelseite/Kopf (Festpreis)	1.120,00	950,00	-	-
<b>FARBIG</b>				
Anzeigenteil (mm-Preis)	5,75	4,89	4,89	4,16
Textteil (mm-Preis)	17,25	14,67	14,67	12,48
Titelseite/Kopf (Festpreis)	1.625,00	1.380,00	-	-

	<b>WOCHENEND-KOMBI (SA/SO)</b> (Nr. 710)		<b>ERMÄSSIGTE PREISE IN KOMBINATION MIT SZ</b>	
	Grundpreis	Ortspreis	Grundpreis	Ortspreis
Anzeigenteil (mm-Preis)	4,95	4,21	4,21	3,58
Textteil (mm-Preis)	14,85	12,63	12,63	10,74
Titelseite/Kopf (Festpreis)	1.400,00	1.190,00	-	-
Anzeigenteil (mm-Preis)	7,18	6,10	6,10	5,19
Textteil (mm-Preis)	21,54	18,30	18,30	15,57
Titelseite/Kopf (Festpreis)	2.030,00	1.725,00	-	-



Anzeigensonderformen siehe Blatt 32

**PREISE**

**MORGENPOST AUSGABE DRESDEN**

	<b>MO - FR</b> (Nr. 720)		<b>ERMÄSSIGTE PREISE IN</b> <b>KOMBINATION MIT SZ</b>		<b>WOCHENEND-KOMBI (SA/SO)</b> (Nr. 730)		<b>ERMÄSSIGTE PREISE IN</b> <b>KOMBINATION MIT SZ</b>	
	Grundpreis	Ortspreis	Grundpreis	Ortspreis	Grundpreis	Ortspreis	Grundpreis	Ortspreis
<b>SCHWARZ-WEISS</b>								
Anzeigenteil (mm-Preis)	2,44	2,07	2,07	1,76	3,05	2,59	2,59	2,20
Textteil (mm-Preis)	7,32	6,21	6,21	5,28	9,15	7,77	7,77	6,60
Titelseite/Kopf (Festpreis)	690,00	585,00	-	-	860,00	730,00	-	-
Anzeige im Kreuzworträtsel	580,00	490,00	-	-	725,00	615,00	-	-
<b>FARBIG</b>								
Anzeigenteil (mm-Preis)	3,53	3,00	3,00	2,54	4,42	3,76	3,76	3,19
Textteil (mm-Preis)	10,59	9,00	9,00	7,62	13,26	11,28	11,28	9,57
Titelseite/Kopf (Festpreis)	1.000,00	845,00	-	-	1.250,00	1.060,00	-	-
Anzeige im Kreuzworträtsel	840,00	710,00	-	-	1.050,00	895,00	-	-



Anzeigensonderformen siehe Blatt 32

**PREISE**

MORGENPOST CHEMNITZ

	MO - FR (Nr. 730)		ERMÄSSIGTE PREISE IN KOMBINATION MIT SZ	
	Grundpreis	Ortspreis	Grundpreis	Ortspreis
<b>SCHWARZ-WEISS</b>				
Anzeigenteil (mm-Preis)	1,84	1,56	1,56	1,33
Textteil (mm-Preis)	5,52	4,68	4,68	3,99
Titelseite/Kopf (Festpreis)	520,00	440,00	-	-
Anzeige im Kreuzworträtsel	435,00	370,00	-	-
<b>FARBIG</b>				
Anzeigenteil (mm-Preis)	2,66	2,26	2,26	1,92
Textteil (mm-Preis)	7,98	6,78	6,78	5,76
Titelseite/Kopf (Festpreis)	750,00	640,00	-	-
Anzeige im Kreuzworträtsel	630,00	535,00	-	-

	WOCHENEND-KOMBI (SA/SO) (Nr. 730)		ERMÄSSIGTE PREISE IN KOMBINATION MIT SZ	
	Grundpreis	Ortspreis	Grundpreis	Ortspreis
	2,29	1,95	1,95	1,66
	6,87	5,85	5,85	4,98
	650,00	550,00	-	-
	545,00	465,00	-	-
	3,33	2,83	2,83	2,41
	9,99	8,49	8,49	7,23
	940,00	800,00	-	-
	790,00	670,00	-	-

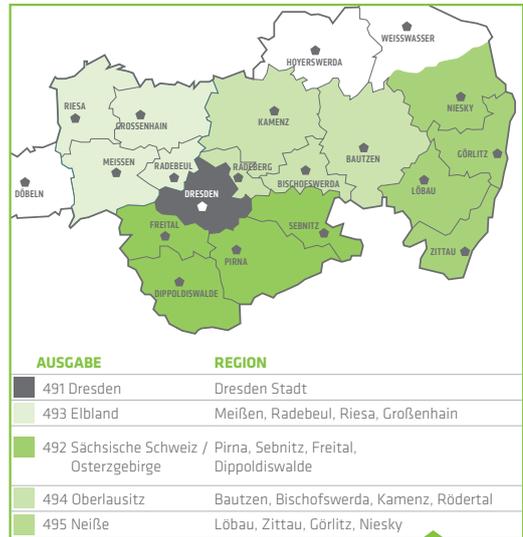


Anzeigensonderformen siehe Blatt 32

**PREISE**

freitagSZ

	AUSGABE DRESDEN		JE REGIONAL AUSGABE	
	Grundpreis	Ortspreis	Grundpreis	Ortspreis
<b>SCHWARZ-WEISS</b>				
Anzeigenteil (mm-Preise)	1,84	1,56	1,40	1,20
Ermäßigter Preis in Kombination mit der SZ	0,92	0,78	0,70	0,60
<b>FARBIG</b>				
Anzeigenteil (mm-Preise)	2,56	2,18	1,76	1,50
Ermäßigter Preis in Kombination mit der SZ	1,28	1,09	0,88	0,75
<b>BEILAGENPREISE</b>				
	Grundpreis	Ortspreis		
bis 10 g	49,00	41,50		
Ermäßigter Preis in Kombination mit der SZ	41,00	35,00		
bis 20 g	56,00	47,00		
Ermäßigter Preis in Kombination mit der SZ	47,00	40,00		
bis 30 g	62,00	52,50		
Ermäßigter Preis in Kombination mit der SZ	52,00	44,00		
bis 40 g	71,00	60,50		
Ermäßigter Preis in Kombination mit der SZ	60,00	51,00		
bis 50 g	83,00	70,50		
Ermäßigter Preis in Kombination mit der SZ	69,50	59,00		
bis 60 g	95,00	80,50		
Ermäßigter Preis in Kombination mit der SZ	79,50	67,50		



**KONTAKT UND BERATUNG  
AUSGABE DRESDEN**  
Tel. 0351 4864 2901, Fax 0351 4864 2924

**KONTAKT UND BERATUNG  
REGIONAL AUSGABEN**  
Tel. 0351 4864 2611, Fax 0351 4864 2465

**E-MAIL**  
anzeigen@ddv-mediengruppe.de

**ANZEIGENSCHLUSS**  
Mittwoch 10 Uhr

Weitere Informationen unter [www.sz-online.de/mediadaten](http://www.sz-online.de/mediadaten)

**PREISE**

**DAWO!**

SCHWARZ-WEISS	Grundpreis	Ortspreis
Anzeige (mm-Preis)	1,55	1,32

FARBIG	Grundpreis	Ortspreis
Anzeige (mm-Preis)	2,17	1,85

STELLENANZEIGEN*	Grundpreis	Ortspreis
4 Zeilen	60,00	50,00

REISEANZEIGEN**	Grundpreis	Ortspreis
4 Zeilen	52,00	44,00

BEILAGENPREISE (je 1.000 Exemplare)		
bis 10 g	41,50	35,00
bis 20 g	48,50	41,00
bis 30 g	54,50	46,00
bis 40 g	63,50	54,00
bis 50 g	75,50	64,00
bis 60 g	87,50	74,00

\* SZ am Samstag + DAWO + 4 Wochen auf [www.sz-jobs.de](http://www.sz-jobs.de)  
 \*\* SZ am Samstag + DAWO + Morgenpost am Sonntag

**KOMBIRABATT**  
 in Kombination mit der Sächsischen Zeitung  
 20 % Kombinationsrabatt auf die mm-Preise  
 der DAWO.

ZUSCHLÄGE	Prozent
Titelseitenzuschlag	100 %
Festplatzierungszuschlag	25 %

NACHLÄSSE (Malstaffel)	
6 Anzeigen	5 %
12 Anzeigen	10 %
24 Anzeigen	15 %
48 Anzeigen	20 %
<hr/>	
ab 3.000 mm	5 %
ab 5.000 mm	10 %
ab 10.000 mm	15 %
ab 20.000 mm	20 %



**KONTAKT UND BERATUNG DAWO**  
 Tel. 0351 4864 2883, Fax 0351 4864 2872  
[www.dawo-dresden.de](http://www.dawo-dresden.de)

**E-MAIL**  
[dawo@ddv-mediengruppe.de](mailto:dawo@ddv-mediengruppe.de)

**ANZEIGENSCHLUSS**  
 Donnerstag 13 Uhr

Weitere  
 Informationen unter  
[www.sz-online.de/  
 mediadaten](http://www.sz-online.de/mediadaten)

**PREISE**

**REISEANZEIGEN**

	GESAMTAUSGABE SZ		MORGENPOST AM SONNTAG		SACHSENKOMBI SZ + MORGENPOST	
	Grundpreis	Ortspreis	Grundpreis	Ortspreis	Grundpreis	Ortspreis
<b>SCHWARZ-WEISS</b>						
Fremdenverkehr (mm-Preis)	6,05	5,15	1,53	1,30	7,35	6,26
Reiseveranstalter (mm-Preis)	13,05	11,08	2,34	1,99	15,04	12,77
Zeilenanzeigen (4 Zeilen)*	-	-	-	-	52,00*	44,00*
jede weitere Zeile oder Signet/Duplozeile*	-	-	-	-	13,00*	11,00*
<b>FARBIG</b>						
Fremdenverkehr (mm-Preis)	8,75	7,45	2,22	1,89	10,64	9,06
Reiseveranstalter (mm-Preis)	18,20	15,47	3,40	2,89	21,09	17,93
Zeilenanzeigen (4 Zeilen in HKS 56)*	-	-	-	-	65,00*	55,00*
jede weitere Zeile oder Signet/Duplozeile*	-	-	-	-	16,25*	13,75*
Bildanzeige**	-	-	-	-	149,00*	125,00*

Fremdenverkehrspreise gelten nur für Fremdenverkehrsämter, Kurverwaltungen, Verbände und Beherbergungsbetriebe. Es kann ein eigener Abschluss getätigt werden.

\*Vorteilskombination = SZ am Samstag + Dresden am Wochenende + Morgenpost am Sonntag  
 \*\*Bildanzeige = 1-spaltig, 45 mm, Foto + 6 Zeilen Fließtext

<p><b>KONTAKT UND BERATUNG</b>                  Tel. 0351 4864 2404, Fax 0351 4864 2383</p>	<p><b>E-MAIL</b>                  reisen@ddv-mediengruppe.de</p>	<p><b>ANZEIGENSCHLUSS</b>                  Donnerstag 13 Uhr</p>	<p>Weitere Informationen unter <a href="http://www.sz-online.de/mediadaten" style="color: white;">www.sz-online.de/mediadaten</a></p>
---	--	--	---

Preisliste Nr. 19 Gültig ab 01. Januar 2016 Nielsen VII

**PREISE**

**STELLENANZEIGEN PRINT - ONLINE - KOMBI**

	SCHWARZ-WEISS		FARBIG		AUFLAGE 3. QUARTAL 2015	ZIS CODE
	Grundpreis	Ortspreis	Grundpreis	Ortspreis		
<b>GESAMTAUSGABE SZ</b> (Nr. 100)						
Anzeigenteil (mm-Preis)	13,70	11,65	19,10	16,25	227.940	101627
Kleinanzeigen (4 Zeilen)*	60,00*	50,00*	-	-		
<b>HAUPTAUSGABE WEST SZ</b> (Nr. 113)						
Anzeigenteil (mm-Preis)	10,90	9,27	15,30	13,00	146.339	110868
<b>HAUPTAUSGABE OST SZ</b> (Nr. 112)						
Anzeigenteil (mm-Preis)	6,33	5,38	8,90	7,55	81.601	101803
<b>REGIONALAUSGABE SZ DRESDEN</b>						
(Dresden, Dresdner/Meißner Land, Rödertal, Freital) (Nr. 221)						
Anzeigenteil (mm-Preis)	5,30	4,50	7,55	6,40	79.728	101557
<b>REGIONALAUSGABE SZ BAUTZEN</b>						
(Bautzen, Bischofswerda, Kamenz, Hoyerswerda) (Nr. 228)						
Anzeigenteil (mm-Preis)	3,18	2,70	4,47	3,80	39.937	101411
<b>REGIONALAUSGABE SZ GÖRLITZ</b>						
(Niesky/Weißwasser, Görlitz, Löbau, Zittau) (Nr. 229)						
Anzeigenteil (mm-Preis)	3,18	2,70	4,47	3,80	41.664	101593
<b>REGIONALAUSGABE SZ MEISSEN</b>						
(Meißen, Großenhain, Riesa, Döbeln) (Nr. 226)						
Anzeigenteil (mm-Preis)	3,18	2,70	4,47	3,80	38.200	101464
<b>REGIONALAUSGABE SZ PIRNA</b>						
(Pirna, Sebnitz, Dippoldiswalde) (Nr. 227)						
Anzeigenteil (mm-Preis)	2,48	2,11	3,48	2,96	28.411	104914

Stellenanzeigen erscheinen in Print und 4 Wochen online auf [www.sz-jobs.de](http://www.sz-jobs.de)  
 \* 4 Zeilen in Vorteilskombination: SZ Gesamtausgabe + DAWO + 4 Wochen auf [www.sz-jobs.de](http://www.sz-jobs.de)

Premium-Angebot: 4 Wochen online zu jeder Printanzeige im Premiumnetzwerk von [www.stellenanzeigen.de](http://www.stellenanzeigen.de) GP 488,- € und OP 415,- €

<p><b>KONTAKT UND BERATUNG</b>                  Tel. 0351 4864 2477, Fax 0351 4864 2385</p>	<p><b>E-MAIL</b>  <a href="mailto:stellen@dv-mediengruppe.de">stellen@dv-mediengruppe.de</a></p>	<p><b>ANZEIGENSCHLUSS</b>                  Donnerstag 13 Uhr</p>
---	--	--

**PREISE**

**IMMOBILIENANZEIGEN**

	SCHWARZ-WEISS		FARBIG	
	Grundpreis	Ortspreis	Grundpreis	Ortspreis
<b>GESAMTAUSGABE SZ</b> (Nr. 100)				
Anzeigenteil (mm-Preis)	13,05	11,08	18,20	15,47
Kleinanzeigen (4 Zeilen)*	42,00*	36,00*		
<b>REGIONALAUFGABE SZ DRESDEN</b> (Dresden, Dresdner/Meißner Land, Rödertal, Freital) (Nr. 221)				
Anzeigenteil (mm-Preis)	4,65	3,95	6,60	5,63
Kleinanzeigen (4 Zeilen)*	33,00*	28,00*		
<b>freitagSZ AUSGABE DRESDEN</b> (Nr. 491)				
Anzeigenteil (mm-Preis)	1,84	1,56	2,56	2,18
Ermäßigter Preis in Kombination mit der SZ	0,92	0,78	1,28	1,09

\* Vorteilskombination = SZ + freitagSZ Ausgabe Dresden

**ONLINE TO PRINT:**  
NUTZEN SIE UNSERE ATTRAKTIVEN KOMBINATIONSORBOTE MIT [WWW.SZ-IMMO.DE](http://WWW.SZ-IMMO.DE)



**KONTAKT UND BERATUNG**

Tel. 0351 4864 2418, Fax 0351 4864 2385

**E-MAIL**

[immobilien@ddv-mediengruppe.de](mailto:immobilien@ddv-mediengruppe.de)

**ANZEIGENSCHLUSS**

Donnerstag 13 Uhr



**PREISE**

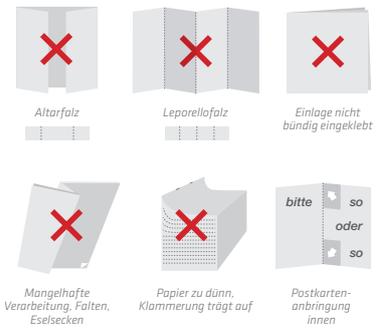
JE 1.000 EXEMPLARE	Grundpreis	Ortspreis
bis 10 g	81,-	69,-
bis 20 g	88,-	75,-
bis 30 g	102,-	87,-
bis 40 g	116,-	99,-
bis 50 g	130,-	111,-
Mehrpreis je 10 g höheres Gewicht pro 1.000 Exemplare	18,-	15,-

**PRODUKTANGABEN:**  
 Mindestformat: DIN A6 (105 mm x 148 mm)  
 Höchstformat: 225 mm x 335 mm  
 Mindestgewicht gesamt: 9 g  
 Maximalgewicht gesamt: 50 g  
 Mindest-Papiergrammatur Einzelblätter  
 DIN A6: 170 g/m<sup>2</sup>  
 DIN A5/DIN A4: 120 g/m<sup>2</sup>

**ANLIEFERUNGSTERMIN:**  
 frühestens 4, spätestens  
 2 Werktage vor Erscheinungstermin

**ANLIEFERUNG:**  
 Montag bis Freitag 7 bis 18 Uhr

**BEILAGENWERBUNG**



Bei Beilagen unter 9 g sind Fehl- bzw. Mehrfachbelegungen nicht auszuschließen. Bei Beilagen über 50 g ist eine Rückfrage beim Verlag erforderlich.

Anlieferung der Beilagen mit vollständigen Begleitpapieren: Lieferschein mit Titel und Belegungstermin, zu belegendes Objekt und Ausgabe, das Gewicht, die Anzahl Paletten und die Exemplarmenge der Teil- und Gesamtmenge. Weiterhin die korrekte Absenderanschrift mit Telefonnummer für eine Kontaktaufnahme. Bei Teillieferungen ist ab dem 1. Lieferschein für die folgenden Anlieferungen das jeweilige Datum und die Uhrzeit beim Empfänger auf dem Lieferschein anzugeben. Bitte beachten Sie die Richtlinien für Verpackung und Anlieferung des bvdn unter: [http://www.bvdn.org/ad-specials/de/v\\_a\\_bl.html](http://www.bvdn.org/ad-specials/de/v_a_bl.html)  
 Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage von drei Mustern und deren Billigung bindend. Die Muster müssen spätestens 14 Tage vor dem Streutermin vorliegen. Beauftragung mit Angabe des Beilagengewichts. Beilagen dürfen keine Fremdanzeigen enthalten. Überschüssige Beilagen werden am Erscheinungstag vernichtet. Teilbelegung ist möglich. Bedingungen auf Anfrage. Warenproben können nicht beigelegt werden. Die Veröffentlichung eines kostenlosen Hinweises liegt im Ermessen des Verlages. Beilagen können an allen Erscheinungstagen beigelegt werden. Prospektverteilung auch an Nichtleser-Haushalte (Resthaushaltsabdeckung) ist möglich.

<p><b>VERSANDANSCHRIFT</b>                  Sächsische Zeitung/Morgenpost                  Dresdner Verlagshaus Druck GmbH                  Meinholdstraße 2, Gebäude L                  Stichwort Zeitung                  01129 Dresden</p>	<p><b>FRAGEN ZUR ANLIEFERUNG</b>                  Warenannahme Zeitungsdruckerei                  Tel. 0351 4864 6656</p>	<p><b>ANSPRECHPARTNER                  BUCHUNG</b>                  Tel. 0351 4864 2822</p>	<p><b>AUFTRAGSSCHLUSS UND                  RÜCKTRITTSSTERMIN</b>                  1 Woche vor                  Erscheinungstermin</p>	<p>Weitere                  Informationen unter  <a href="http://www.sz-online.de/mediadaten">www.sz-online.de/                  mediadaten</a></p>
---	---	---	---	---

Preisliste Nr. 19 Gültig ab 01. Januar 2016 Nielsen VII

# ANZEIGENSONDERFORMATE

SÄCHSISCHE ZEITUNG

	POSITION	GRÖÖE	PREISE	
<b>TITELSEITE/KOPF 1. LOKALSEITE/KOPF</b>	rechts im Kopf der Titelseite oder der 1. Lokalseite	Festgröße: 50 mm hoch 62 mm breit	Festpreise siehe Preistabellen	
<b>TITELSEITE/FUSS PREMIUMANZEIGE</b>	Im Fuß der Titelseite am Fuß jeder Buchaufschlagseite	Festgröße: 200 x 20 mm Festgröße: 327 x 120 mm	Festpreise siehe Preistabellen Festpreise siehe Preistabellen	
<b>ECKFELDDANZEIGE</b>	auf einer linken oder rechten Textseite	Spaltenbreite: 62 mm (=Textspalten) Mindestvolumen: 750 mm Maximalhöhe: 350 mm	Berechnung nach mm-Preis Anzeigenteil mit Umrechnungs- faktor 1,4 (Anzeigenspalten: Textspalten), farbig möglich	
<b>TEXTTEILANZEIGE</b>	dreiseitig von Text eingeschlossene Anzeige	1-spaltig: min. Höhe 20 mm max Höhe 125 mm 2-spaltig: min. Höhe 40 mm max. Höhe 100 mm Breite: 62 mm (=Textspalten)	Berechnung nach mm-Preis Textteil	
<b>INSELANZEIGE</b>	auf Anzeigenseiten im Kleinanzeigenmarkt (Belegungseinheiten auf Anfrage)	Breite: 2 bis 5 Spalten Mindestvolumen: 400 mm	Berechnung nach mm-Preis Anzeigenteil	
<b>SATELLITEN-/ TREPPENANZEIGE</b>	auf Anzeigenseiten, nicht mehr als 7 Anzeigen je Seite (Belegungseinheiten und Rubriken auf Anfrage)	Mindestvolumen: 300 mm	Berechnung nach mm-Preis Anzeigenteil	
<b>PANORAMA-ANZEIGE</b>		Breite: 150 mm Mindestvolumen: 677 mm (15 Spalten)	Berechnung nach mm-Preis Anzeigenteil x mm-Höhe x 15 Spalten	
<b>TEXTANSCHLIESSENDE ANZEIGE</b>		Mindestgröße: 120 mm blattbreit Maximalhöhe: 350 mm		
<b>WETTER-ANZEIGE</b>	auf der Panoramaseite über dem Wetterbericht	Festgröße: 327 x 20 mm	Festpreise siehe Preistabellen	

# ANZEIGENSONDERFORMATE

MORGENPOST

	POSITION	GRÖÖE	PREISE	
<b>TITELSEITE/KOPF</b>	im Kopf der Titelseite rechts oben	Festgröße 50 mm hoch 54 mm breit	Festpreise siehe Preistabellen	
<b>ECKFELDDANZEIGE</b>	auf einer linken oder rechten Textseite	Spaltenbreite: 45 mm Mindestvolumen: 545 mm Maximalhöhe: 280 mm	Berechnung nach mm-Preis Anzeigenteil	
<b>TEXTTEILANZEIGE</b>	dreiseitig von Text eingeschlossene Anzeige	1-spaltig: min. Höhe 20 mm, max. Höhe 125 mm 2-spaltig: min. Höhe 40 mm, max. Höhe 100 mm Breite: 45 mm	Berechnung nach mm-Preis Textteil	
<b>ANZEIGE IM KREUZWORTRÄTSEL</b>	im Zentrum der Seite	Festgröße: 105 mm hoch, 75 mm breit	Festpreise siehe Preistabellen	
<b>SONDERWERBE-FORMEN</b>	auf Textseiten ohne klassische Größenvorgaben		Bedingungen auf Anfrage	
<b>PANORAMA-ANZEIGE</b>		Breite: 100 mm Mindestvolumen: 485 mm (11 Spalten)	Berechnung nach mm-Preis Anzeigenteil x mm-Höhe x 11 Spalten	
<b>TEXTANSCHLIESSENDE ANZEIGE</b>		Mindestgröße: 120 mm blattbreit Maximalhöhe: 250 mm	Berechnung nach mm-Preis, Anzeigenteil, ab 280 mm wird die volle Seitenhöhe berechnet	
<b>ANZEIGENSTRECKE</b>	mindestens drei ganze Anzeigenseiten, die aufeinander folgen		Bedingungen auf Anfrage	

# MemoStick

# SÄCHSISCHE ZEITUNG

<b>PLATZIERUNG</b>	auf Titelseite unterhalb des Bruchs	
<b>BELEGUNGSMÖGLICHKEITEN</b>	Lokalausgaben Bei produktionstechnisch bedingten Erfordernissen ist eine Splittung auf mehrere Erscheinungstage notwendig	
	Mindestbelegung je Erscheinungstag:	12.500 Exemplare
<b>PREISE</b>	Ortspreis (inkl. Druck): je 1.000 Expl. (auflagenabhängig)	99,- bis 117,- EUR
	Grundpreis (inkl. Druck): je 1.000 Expl. (auflagenabhängig)	112,- bis 130,- EUR
<b>TECHNISCHE ANGABEN</b>	Format: Papiergrammatur: Farben:	76 mm x 76 mm 90 g/m <sup>2</sup> 4/0 bis 4/3-farbig, Vorderseite lackiert
<b>DRUCKUNTERLAGEN</b>	Dateiformat: Beschnitt: Druckunterlagenschluss:	druckfähiges, vektorisiertes PDF (mind. 200 dpi) umlaufend 3 mm 12 Werkzeuge vor Anzeigenschluss

Der MemoStick® ist ein aufmerksamkeitsstarker Werbeaufkleber, der auf der Titelseite der Sächsischen Zeitung platziert wird. Er ist zweiseitig bedruckbar, selbsthaftend und leicht ablösbar. Dadurch ist er idealerweise als Respons messendes Instrument bei Gutschein- und Couponaktionen einsetzbar.



<b>KONTAKT UND BERATUNG</b> Tel. 0351 4864 2813, Fax 0351 4864 2835	<b>E-MAIL</b> titelsticker@ddv-mediengruppe.de	<b>ANZEIGENSCHLUSS</b> nach Absprache
--	---	--

# TIP-ON-CARD

SÄCHSISCHE ZEITUNG

<b>PLATZIERUNG</b>	auf Titelseite unterhalb des Bruchs	
<b>BELEGUNGSMÖGLICHKEITEN</b>	Lokalausgaben Bei produktionstechnisch bedingten Erfordernissen ist eine Splittung auf mehrere Erscheinungstage notwendig	
	Mindestbelegung je Erscheinungstag und Ausgabe:	5.000 Exemplare
<b>PREISE</b>	Ortspreis (exkl. Herstellung): Grundpreis (exkl. Herstellung):	99,00 EUR je 1.000 Expl. 116,00 EUR je 1.000 Expl.
<b>TECHNISCHE ANGABEN</b>	Format: Papiergrammatur:  Zulässige Durchbiegung:	148 x 105 mm (A6) mind. 170 g/m2 in Schmalbahn gedruckt Maximalformat – gehalten darf max. 20 mm herunterhängen
<b>DRUCKUNTERLAGEN</b>	Dateiformat:  Beschnitt: Druckunterlagenschluss:	druckfähiges, vektorisiertes PDF-File (mind. 200 dpi) umlaufend 3 mm 12 Werktage vor Anzeigenschluss
<b>LIEFERANGABEN</b>	Lieferanschrift: Sächsische Zeitung/Morgenpost Dresdner Verlagshaus Druck GmbH Meinholdtstr. 2, Gebäude L Stichwort „Zeitung“ 01129 Dresden  Lieferzeitraum: mind. 3 Arbeitstage vor Produktionstag	

Die angelieferten Tip-on-Cards müssen eine einwandfreie, sofortige Verarbeitung gewährleisten – ohne zusätzliche manuelle Aufbereitung. Die Tip-on-Cards dürfen nicht durch elektrische Aufladung, Druckfarbe, Beschnitt, Stanzung oder Perforation aneinander haften. Ecken und Kanten dürfen nicht umgeknickt sein. Alle Kanten müssen rechtwinklig und formatgleich geschnitten sein.



**KONTAKT UND BERATUNG**

Tel. 0351 4864 2813, Fax 0351 4864 2835

**E-MAIL**

titelsticker@ddv-mediengruppe.de

**ANZEIGENSCHLUSS**

nach Absprache

# ONLINEWERBUNG



## KLASSISCHE WERBEFORMEN

<b>SUPERBANNER</b>	Das Banner (728x90 Px) im Querformat wird über dem Seitenkopf an exponierter Stelle auf der Website angezeigt.
<b>SKYSCRAPER</b>	Die hochformatige Werbung (120x600 Px) schließt am rechten Seitenrand direkt an die redaktionellen Inhalte an.
<b>WALLPAPER</b>	Der auffällige Doppelpack besteht aus Superbanner und Skyscraper mit passend eingefärbtem Hintergrund.
<b>RECTANGLE</b>	Das großflächige Banner innerhalb der rechten Seitenspalte wird direkt im redaktionellen Umfeld platziert.
<b>MICROSITE</b>	Die Microsite ist eine im Layout angepasste kleine Kundeninternetpräsenz, die als Werbeformat in die Webseite eingebunden ist.

## SONDERFORMEN

<b>DIGITALE BEILAGE</b>	Onlineausgabe eines Printproduktes, die dieses digital aufgewertet darstellt und mit multimedialen Inhalten versehen werden kann. Lauffähig auf mobilen Endgeräten.
-------------------------	---

**DURCHSCHNITTLICHE ABRUFZAHLEN (IVW 11/2015)**  
 Visits (Besuche): 3.748.880 pro Monat  
 Page Impressions (Seitenabrufe): 15.810.589 pro Monat

**DURCHSCHNITTLICH 710.000 UNIQUE-USER\* PRO MONAT.**

\*AGOF internet facts 2015-1 bis 2015-5,  
 AGOF digital facts 2015-6 bis 2015-12

<p><b>KONTAKT UND BERATUNG</b>                  Tel. 0351 4864 2292, Fax 0351 4864 2606</p>	<p><b>E-MAIL</b>                  werbung@sz-online.de</p>	<p><b>AUSFÜHRLICHE INFORMATIONEN ZU EINZELNEN WERBEFORMEN, RUBRIKEN, REICHWEITEN, PREISEN UND ZU BUCHUNGEN ERHALTEN SIE UNTER: <a href="http://WWW.SZ-ONLINE.DE/MEDIADATEN">WWW.SZ-ONLINE.DE/MEDIADATEN</a></b></p>
---	--	---

## ONLINEWERBUNG



### NATIVE-AD MIT VIDEO

pro Woche	3.750 €
pro Monat	7.500 €

### NATIVE-AD OHNE VIDEO

pro Woche	2.250 €
pro Monat	6.000 €

**TOP3 - AD:** 750€/Tag (Mindestbuchung 2 Tage)

**SONSTIGE LEISTUNGEN:**

- Livestream
- Video
- Suchmaschinenoptimierung
- Suchmaschinenmarketing
- Social Media Marketing
- > Alle Preise auf Anfrage

**DURCHSCHNITTLICHE ABRUFZAHLEN (IVW 10/2015)**  
 Visits (Besuche): 5.312.303 pro Monat  
 Pageimpressions (Seitenabrufe): 15.565.896 pro Monat  
**10.000 FLIES 10/2015 - PLATZ 18 IN D-A-CH**

<p><b>KONTAKT UND BERATUNG</b>                  Tel. 0351 4864 2880, Fax 0351 4864 2872</p>	<p><b>E-MAIL</b>                  werbung@mopo24.de</p>
---	---

Preisliste Nr. 19 Gültig ab 01. Januar 2016 Nielsen VII



\* Wir gehören zur **DDV** MEDIENGRUPPE

# GESCHÄFTSBEDINGUNGEN



## ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN FÜR ANZEIGEN UND FREMDBEILAGEN IN ZEITUNGEN UND ZEITSCHRIFTEN

- „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.
- Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht auf Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Kalenderjahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.
- Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 2 genannten Frist – auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus – weitere Anzeigen abzurufen.
- Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.
- Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeter dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet. Die über NBRZ geschalteten Anzeigen werden bei der Gewährung von Rabatten durch den Verlag nicht berücksichtigt.
- Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
- Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Zeilen aus dem Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
- Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch rechtsverbindlich bestätigte Aufträge sowie einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze, behördliche Bestimmungen oder die guten Sitten verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage von drei Mustern der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteiles der Zeitung erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
- Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.
- Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte, angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung – auch bei telefonischer Auftragserteilung – sind ausgeschlossen. Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen des Fehlers zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts beschränkt. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von 4 Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.
- Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch bis 24 Stunden vor Anzeigenschluss geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm

- innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.
- Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
- Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist.
- Bei Zahlungsverzug oder -Stundung werden Zinsen sowie die Einzelzahlungskosten berechnet. Im Falle des Verzuges darf sich der Verlag zur Rechtsverfolgung eines Inkassounternehmens bedienen. Die hierfür anfallenden Kosten gelten zwischen den Vertragspartnern als Verzugsschaden auch dann als vereinbart, wenn durch anhaltenden Verzug des Schuldners die Beauftragung eines Rechtsanwaltes notwendig wird. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenschlusses, das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offener Rechnungen Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
- Kleinanzeigen werden als Beleg direkt auf der Rechnung abgedruckt. Für gestaltete Anzeigen werden Belege nur auf Anforderung geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
- Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
- Aus einer Auftragsminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisermäßigung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt dies mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder – wenn eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittlich verkaufte Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auftragsminderung ist nur dann ein zur Preisermäßigung berechtigender Mangel, wenn sie – bis zu 50.000 Exemplaren 20 v. H. – bis zu 100.000 Exemplaren 15 v. H. – bis zu 500.000 Exemplaren 10 v. H. – über 500.000 Exemplaren 5 v. H. beträgt. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisermäßigungs- und Schadensersatzansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.
- Bei Chiffreanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Chiffreanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Chiffreanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Dem Verlag kann einzelvertraglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anstelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN A 4 (Gewicht 50 g) überschreiten, sowie Waren-, Bacher-, Katalogsendungen und Packchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann dennoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.
- Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.
- Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Im Geschäftsverkehr mit Vollkaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen wird als Gerichtsstand Dresden vereinbart. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahrver fahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nichtkaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, zum Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsabschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

# GESCHÄFTSBEDINGUNGEN



## ZUSÄTZLICHE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN DES VERLAGES

- a) Die Werbemittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlervergütung darf an Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden. Voraussetzung für eine Provisionszahlung an Werbemittler ist, dass der Auftrag unmittelbar vom Werbemittler erteilt und berechnet wird, die Texte bzw. Druckunterlagen auch von ihm geliefert werden.
- b) Bei fermündlich aufgegebenen Bestellungen und Änderungen übernimmt der Verlag keine Haftung für die Richtigkeit der Wiedergabe. Abbestellungen und Änderungen müssen schriftlich erfolgen und spätestens zum Anzeigenschluss der betreffenden Ausgabe beim Verlag vorliegen. Für bereits gesetzte Anzeigen können Satzkosten berechnet werden. Bei nicht rechtzeitig eingetroffenen Beilagen sind die entstandenen Kosten zu ersetzen.
- c) Der Verlag wendet bei Entgegennahme und Prüfung der Anzeigentexte die geschäftsbübliche Sorgfalt an, haftet jedoch nicht, wenn er von den Auftraggebern irreführt oder getauscht wird. Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen. Dem Auftraggeber obliegt es, den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen, die diesem aus der Ausführung des Auftrages, auch wenn er sistiert sein sollte, gegen den Verlag erwachsen. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Erscheinen sistierte Anzeigen, so stehen auch dem Auftraggeber daraus keinerlei Ansprüche gegen den Verlag zu.
- d) Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden dieselben erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Werbungtreibende bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche. Das gleiche gilt bei fehlerhaften Wiederholungsanzeigen, wenn der Werbungtreibende nicht vor Drucklegung der nachfolgenden Anzeige auf den Fehler hinweist.
- e) Anspruch auf einen Korrekturabzug besteht nur bei Aufgabe der Anzeige 3 Arbeitstage vor Erscheinen.
- f) Bei Belegung der Gesamtausgabe, der Regionalausgaben sowie bei Kombinationsbelegungen wird nur ein Beleg verschickt.
- g) Bei Anzeigen, die nach dem Wortlauf berechnet werden, behält sich der Verlag die Anwendung von allgemein verständlichen Kürzungen vor. Der Anzeigenteil wird nach typographischen Gesichtspunkten gesetzt und umbrochen. Daraus ergeben sich für die Gestaltung der rubrizierten Anzeigen gewisse Regeln, denen Berücksichtigung der Verlag sich vorbehalt. Anzeigen von Handel, Handwerk und Gewerbe aus dem Freistaat Sachsen werden dem Werbemittler verprovisioniert, wenn sie zum Grundpreis abgerechnet werden.
- h) Auf Anzeigen, die zu ermäßigten Preisen disponiert werden, mit Ausnahme von Reise- und Bäderanzeigen und privaten Kleinanzeigen, wird dem Werbemittler keine Provision eingeräumt.
- i) Für Anzeigen in Sonderveröffentlichungen und Kollektiven, für PR-Anzeigen sowie für in dieser Preisliste nicht erwähnte Teilbelegungen, Anzeigenrücken, Prospektanzeigen, Kombinationen mit anderen Titeln und zeitlich befristete Angebote können vom Verlag abweichende Preise festgelegt werden. Für Jahresabschlüsse ab 100.000 mm Anzeigenraum und / oder einem Bruttumsatzvolumen ab 500.000 Euro ist Einzelkalkulation möglich.
- j) Bei Änderung der Anzeigenpreise treten mangels anderer Vereinbarung die neuen Bedingungen auch für laufende Aufträge sofort in Kraft.
- k) Bei Nichterscheinen der Zeitung im Falle höherer Gewalt oder bei Störung des Arbeitsfriedens erlischt jede Verpflichtung auf Erfüllung von Aufträgen und Leistungen von Schadenersatz. Insbesondere wird auch kein Schadenersatz für Nichtveröffentlichung oder nicht rechtzeitig veröffentlichte Anzeigen und nicht ausgeführte Beilagenaufträge geleistet.
- l) Die in der Anzeigenpreisliste bezeichneten Nachlässe werden nur für die innerhalb eines Jahres in einer Druckschrift erscheinenden Anzeigen eines Werbungtreibenden gewährt. Die Frist beginnt mit dem Erscheinen der ersten Anzeige aufgrund eines vorher schriftlich getätigten Anzeigenabschlusses. Der vereinbarte Abschlussrabatt wird auf alle Anzeigen, unabhängig von der Ausgabenbelegung, gewährt. Ein Anzeigenauftrag gilt, unabhängig von der belegten Ausgabenanzahl, als eine Anzeige. Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung beansprucht, ist der schriftliche Nachweis des Konzernstatus des Werbungtreibenden erforderlich. Eine Zusammenfassung verschiedener, rechtlich voneinander und kapitalmäßig nicht verbundener Unternehmen zu einem Abschluss ist nicht möglich. Voraussetzung für die Gewährung eines Konzernrabattes ist eine kapitalmäßige Beteiligung von mehr als 50 Prozent.
- m) Ein Ausschluss von Anzeigen- und Beilagenaufträgen (einschl. Produktauschluss) von Mitbewerbern kann weder für eine bestimmte Ausgabe oder im Innenteil einer Ausgabe noch für einen bestimmten Zeitraum zugesichert werden.
- n) In Ergänzung der Ziffer 14 der Allgemeinen Geschäftsbedingungen werden bei Zahlungsverzug oder Stundung Verzugszinsen erhoben, die 2 v. H. über dem jeweils gültigen Basiszinssatz liegen, es sei denn, dass der Auftraggeber nachweist, dass dem Verlag ein geringerer Schaden entstanden ist. Im Geschäftsverkehr mit Vollkaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen gilt zudem, dass der Verlag ab Fälligkeit der Forderung berechtigt ist, Fälligkeitszinsen in gleicher Höhe zu berechnen.
- o) Eine SEPA-Lastschrift erfolgt mit dem vereinbarten Rechnungsbetrag und mit Fälligkeitsdatum jeweils sieben Kalendertage nach dem Erscheinungstermin der Anzeige bzw. mit dem in der Rechnung ausgewiesenen Betrag und dem vermerkten Fälligkeitsdatum.
- p) Aus verlegerischen und/oder typographischen Gründen behält sich der Verlag ein Prüfungsrecht für Anzeigen auf der Titelseite vor. Die verbindliche Annahme eines Auftrages kann erst dann erfolgen, wenn dem Verlag der Entwurf der Anzeige vorgelegen hat.
- q) Vervielfältigte Druckunterlagen sowie montagefähige Papiervorlagen (z. B. Fotopapier) stehen dem Verlag mit Auftragserteilung zur freien Verfügung und unterliegen nicht der Aufbewahrungspflicht für Druckunterlagen.
- r) Digitale Druckunterlagen werden nur nach schriftlicher Auftragserteilung bearbeitet. Die Dokumentangaben müssen im Auftrag enthalten sein bzw. müssen vor Druckunterlagenübermittlung der Anzeigenabteilung vorliegen. Dem Anzeigenauftrag muss eine Kopie bzw. ein Ausdruck der Anzeige beigelegt sein.
- s) Bei Rechtsgeschäften, in denen der Vertragspartner nicht dem Personenkreis des § 24 des Gesetzes über Allgemeine Geschäftsbedingungen zuzuordnen ist, gehen die §§ 2, 10, 11 und 12 des Gesetzes den Allgemeinen Geschäftsbedingungen vor.
- t) Der Verlag speichert im Rahmen der Geschäftsbeziehungen bekannt gewordene Daten – aufgrund der gesetzlichen Aufbewahrungspflichten auch über den Zeitpunkt der Vertragserfüllung hinaus – die gemäß Bundesdatenschutzgesetz zu keinen anderen Zwecken als zu Vertragszwecken verwendet werden.
- u) Die Aufrechnung mit Gegenforderungen ist nur soweit zulässig, als diese unbestritten bleiben oder rechtskräftig gerichtlich festgestellt sind.
- v) Platzierungswünsche und -vorgaben sind für den Verlag nicht bindend. Die Rubrizierung in Lokalausgaben erfolgt nach Maßgabe des Verlages.
- w) Der Verlag ist berechtigt, Anzeigenaufträge im Rahmen seiner technischen und betrieblichen Möglichkeiten ebenfalls in einem Online-Dienst zu veröffentlichen.
- x) Mit der Erteilung eines Anzeigenauftrages erkennt der Auftraggeber die Allgemeinen und die Zusätzlichen Geschäftsbedingungen sowie die Preisliste des Verlages an.

## ANZEIGENVERKAUF IM VERBREITUNGSGEBIET

**BAUTZEN/BISCHOWSWERDA**

Lauengraben 18  
02625 Bautzen  
Telefon: 03591 4950 5020  
Telefax: 03591 4950 5022

**CHEMNITZ**

Straße der Nationen 12  
09111 Chemnitz  
Telefon: 0371 690 6633 43  
Telefax: 0371 690 6633 33

**DIPPOLDISWALDE**

Sparkassenhaus Markt 27  
01744 Dippoldiswalde  
Telefon: 03504 6425 5170  
Telefax: 03504 6425 5177

**DÖBELN**

Niedermarkt 4  
04720 Döbeln  
Telefon: 03431 6793 3511  
Telefax: 03431 6793 3555

**DRESDEN**

Ostra-Allee 20  
01067 Dresden

Lokale Anzeigen  
Telefon: 0351 4864 2901  
Telefax: 0351 4864 2924

Überregionale Anzeigen  
Telefon: 0351 4864 2477  
Telefax: 0351 4864 2385

**FREITAL**

Dresdner Straße 72  
01705 Freital  
Telefon: 0351 640 0952 10  
Telefax: 0351 640 0952 11

**GÖRLITZ/NIESKY/  
WEISSWASSER**

City Center Frauentor  
An der Frauenkirche 12  
02826 Görlitz  
Telefon: 03581 4710 5270  
Telefax: 03581 4710 5277

**HOYERSWERDA**

Lausitzer Platz 1/Lausitzcenter  
02977 Hoyerswerda  
Telefon: 03571 4870 5370  
Telefax: 03571 4870 5377

**KAMENZ**

Theaterstraße 3  
01917 Kamenz  
Telefon: 03578 3447 5420  
Telefax: 03578 3447 5422

**PIRNA/SEBNITZ**

Schössergasse 3  
01796 Pirna  
Telefon: 03501 5633 5620  
Telefax: 03501 5633 5622

**RADEBEUL/MEISSEN**

Bahnhofstraße 18  
01445 Radebeul  
Telefon: 0351 837 4756 70  
Telefax: 0351 837 4756 77

**RIESA/GROSSENHAIN**

Hauptstraße 56  
01587 Riesa  
Telefon: 03525 7241 5720  
Telefax: 03525 7241 5733

**ZITTAU/LÖBAU**

Neustadt 18  
02763 Zittau  
Telefon: 03583 7755 5870  
Telefax: 03583 7755 5877

---

## SERVICEBÜROS

**NIELSEN 1**

PMS  
PrintMedien-Service GmbH  
Fuhlsbüttler Str. 145  
22305 Hamburg

Telefon: 040 6390 840  
Telefax: 040 6390 8444  
E-Mail: [info@pms-tz.de](mailto:info@pms-tz.de)  
[www.pms-tz.de](http://www.pms-tz.de)

**NIELSEN 2**

VERLAGS-MEDIEN-SERVICE  
Egberts und Goralczyk OHG  
Weinsbergstraße 190  
50825 Köln

Telefon: 0221 7090 430  
Telefax: 0221 7090 4310  
E-Mail: [info@zeitungsteam-koeln.de](mailto:info@zeitungsteam-koeln.de)  
[www.zeitungsteam-koeln.de](http://www.zeitungsteam-koeln.de)

**NIELSEN 3A**

Verlagsbüro Krimmer  
Am Lindenbaum 24  
60433 Frankfurt/M.

Telefon: 069 5309 080  
Telefax: 069 5309 0850  
E-Mail: [frankfurt@krimmer.com](mailto:frankfurt@krimmer.com)  
[www.krimmer.com](http://www.krimmer.com)

**NIELSEN 3B**

Verlagsbüro Süd  
Glauner & Partner GmbH  
Dachauer Str. 37a  
85232 Bergkirchen-Feldgeding

Telefon: 08131 3766 00  
Telefax: 08131 3766 025  
E-Mail: [info@vbs-feldgeding.de](mailto:info@vbs-feldgeding.de)  
[www.vbs-feldgeding.de](http://www.vbs-feldgeding.de)

**NIELSEN 4**

MEDIEN-SERVICE-BAYERN  
Verlagsbüro von Schroetter e.K.  
Friedrichshafener Straße 1  
82205 Oberpfaffenhofen/Gilching

Telefon: 08105 9070 0  
Telefax: 08105 9070 30  
E-Mail: [kontakt@vonschroetter.de](mailto:kontakt@vonschroetter.de)  
[www.vonschroetter.de](http://www.vonschroetter.de)

**NIELSEN 5, 6 UND 7 (ohne Sachsen)**

TSB Tageszeitungs-Service Berlin  
Printmedien Marketing GmbH  
Giesensdorfer Str. 29  
12207 Berlin

Telefon: 030 7730 060  
Telefax: 030 7730 0620  
E-Mail: [kontakt@verlagsbuero-tsb.de](mailto:kontakt@verlagsbuero-tsb.de)  
[www.verlagsbuero-tsb.de](http://www.verlagsbuero-tsb.de)



Dresdner Verlagshaus kaufmännische Dienste GmbH · Dresdner Verlagshaus Druck GmbH · Dresdner Verlagshaus Technik GmbH · MVD Medien Vertrieb Dresden GmbH · KURIER Direktservice Dresden GmbH · Redaktions- und Verlagsgesellschaft Bautzen / Kamenz mbH · Redaktions- und Verlagsgesellschaft Elbland mbH · Redaktions- und Verlagsgesellschaft Freital / Pirna mbH · Redaktions- und Verlagsgesellschaft Neiße mbH · Döbelner Verlagsgesellschaft mbH Verlag und Redaktion



Preisliste Nr. 19 Gültig ab 01. Januar 2016 Nielsen VII

A.10. Preisliste LVZ



# Preisliste 2016

Nr. 25 a | Gültig ab 1.1.2016 | Nielsen VII

**Schnellkontakt:**  
Gestaltete Anzeigen: 0341 2181-1100  
Zeilenanzeigen: 0800 2181-010

Leipziger Volkszeitung 04088 Leipzig    Telefon: 0341 2181-0  
www.lvz.de



**ZMG**                      **agma**<sup>TM</sup>

**LEIPZIGER VOLKSZEITUNG**

01.03.16

LEIPZIGER VOLKSZEITUNG - Anzeigenpreisliste Nr. 25 a • Gültig ab 01.01.2016 • NIELSEN VII

**1 Allgemeine Verlagsangaben**

<b>Verlag:</b>	<b>Leipziger Verlags- und Druckereigesellschaft mbH &amp; Co. KG</b>	USt.-IdNr.: DE141515733	Steuer-Nr.: 231/168/10603
<b>Postanschrift:</b>	04088 Leipzig	<b>Gestaltete Anzeigen:</b>	<b>Anzeigenleitung:</b>
<b>Hausanschrift:</b>	Peterssteinweg 19 04107 Leipzig	Telefon: 0341 2181-1100 Telefax: 0341 2181-1639 0341 2181-1657 E-Mail: anzeigen@lvz.de	Telefon: 0341 2181-1500 0341 2181-1501 Telefax: 0341 2110765
<b>Geschäftsstelle:</b>	Peterssteinweg 14 04107 Leipzig	<b>Zeilenanzeigen:</b>	<b>Sonderthemen:</b>
<b>Internet:</b>	www.lvz.de	Telefon (kostenfrei): 0800 2181-010 Telefax (Ortstarif): 0341 2181-2010 E-Mail: kleinanzeigen@lvz.de	Telefon: 0341 2181-1266 Telefax: 0341 2181-1789 <b>Beilagen:</b> Telefon: 0341 2181-1456 Telefax: 0341 2181-1479 <b>Rechnungswesen:</b> Telefon: 0341 2181-1714 Telefax: 0341 2181-1689

**Erscheinungsweise:** montags bis samstags  
**Bankverbindung:** Postbank Leipzig; IBAN DE65 8601 0090 0065 5029 01; BIC PBNKDEFFXXX  
**Zahlungsbedingungen:** 14 Tage nach Rechnungserhalt. Bei neuen Geschäftsverbindungen oder bei Zahlungsverzug behält sich der Verlag das Recht vor, die Ausführung des Anzeigen- oder Beilagenauftrages vom vorherigen Zahlungsausgleich (Vorkasse) abhängig zu machen.  
**Skonto:** Bei Zahlung mittels Bankeinzug 2 % Skonto.  
**Rabatt:** Befinden sich Forderungen in anwaltlicher Bearbeitung (Mahnverfahren) oder bestehen Vorkassebedingungen, werden keine Rabatte gewährt. Bei Insolvenzen und Zwangsvergleichen entfällt jeglicher Nachlass.  
**Zahlungsverzug:** Bei Zahlungsverzug werden sämtliche offenstehenden Rechnungen bzw. Nachberechnungen zur sofortigen Zahlung fällig. Bei Stundungen oder Zahlungsverzug werden Zinsen in Höhe von 1 % über dem gültigen Basiszinssatz sowie die Einziehungskosten berechnet.  
**Mehrwertsteuer:** Zu den genannten Preisen kommt die gesetzliche Mehrwertsteuer hinzu.

Die Ausgaben der Leipziger Volkszeitung erscheinen im Nordischen Format. Eine Ausnahme bildet das Naumburger Tageblatt (Rheinisches Format). Bitte beachten Sie dies bei ganzseitigen und seiteinteiligen Anzeigen sowie Anzeigen im Textteil.

**Satzspiegel:** Nordisches Format (NF): 371 mm breit, 528 mm hoch (1/1 Seite: 4224 mm); Panoramaanzeigen: 770 mm x 528 mm  
 Rheinisches Format (RF): 327 mm breit, 484 mm hoch (1/1 Seite: 3388 mm = 88% vom NF); Panoramaanzeigen: 676 mm x 484 mm

Spaltenbreite und -zahl:	Anzeigenteil:	NF: 45 mm	RF: 45 mm	Textteil:	NF: 58 mm	RF: 52 mm
2-spaltig		91 mm	91 mm	2-spaltig	120 mm	107 mm
3-spaltig		137 mm	137 mm	3-spaltig	183 mm	162 mm
4-spaltig		184 mm	184 mm	4-spaltig	246 mm	217 mm
5-spaltig		230 mm	230 mm	5-spaltig	309 mm	272 mm
6-spaltig		277 mm	277 mm	6-spaltig	371 mm	327 mm
7-spaltig		323 mm	323 mm			
8-spaltig		371 mm				

**Berechnung Eckfeld bzw. blattthohe Anzeigen im Textteil:** Textspaltenzahl x mm x Umrechnungsfaktor **Umrechnungsfaktor: NF: 1,333 RF: 1,167**

**Technische Angaben, Hinweise zu Druckunterlagen und Datenkommunikation siehe Seite 27.**

**2 Schlusstermine, Rabatte, Kombinationen, Chiffregebühr**

**Anzeigen-/Druckunterlagenchluss**

Erscheinungstag	Schlussstermin	
Montag	Freitag	10 Uhr
Dienstag	Montag	9 Uhr
Mittwoch	Montag	15 Uhr
Donnerstag	Dienstag	15 Uhr
Freitag	Mittwoch	15 Uhr

**Wochenendausgabe**

Wochenendausgabe	Schlussstermin	
<b>Samstag</b>		
Allgemein	Donnerstag	15 Uhr
Immobilienmarkt	Donnerstag	9 Uhr
Stellenmarkt	Mittwoch	17 Uhr
Automarkt	Donnerstag	13 Uhr
Bekanntschafmarkt	Mittwoch	13 Uhr
Reisemarkt	Donnerstag	10 Uhr

**Chiffregebühr**

Zusendung je Erscheinungstermin und Anzeige 5,88 EUR zzgl. MwSt. Die Chiffregebühr wird als Verwaltungspauschale unabhängig von der Anzahl der eingehenden Zuschriften fällig.

**Rabatte und Kombinationen**

**Mengenstaffel \***

5 %	bei	3 000 mm
10 %	bei	5 000 mm
15 %	bei	10 000 mm
20 %	bei	20 000 mm
21 %	bei	30 000 mm
22 %	bei	50 000 mm
23 %	bei	70 000 mm
24 %	bei	90 000 mm
25 %	bei	110 000 mm

Anzeigenstrecken auf Anfrage.

**Malstaffel \***

5 %	bei	6 Anzeigen
10 %	bei	12 Anzeigen
15 %	bei	24 Anzeigen
20 %	bei	52 Anzeigen

**Doppelschaltungen für Gestaltete Anzeigen und Zeilenanzeigen**

In der Gesamt-, Haupt- bzw. Stadtausgabe wird bei zweimaligem Erscheinen **der gleichen Gestalteten Anzeige** in den Rubriken Kfz- oder Immobilienmarkt an zwei aufeinanderfolgenden Markttagen (Sa./Mi. oder Mi./Sa.) auf den Preis der zweiten Anzeige ein **Rabatt von 40 %** gewährt.

Bei zweimaligem Erscheinen **der gleichen Zeilenanzeige** jeder Rubrik (außer Stellenmarkt) in der Gesamt-, Haupt- bzw. Stadtausgabe an zwei aufeinanderfolgenden Markttagen (Sa./Mi. oder Mi./Sa.) wird auf den Preis der zweiten Anzeige ein **Rabatt von 20 %** gewährt.

Stornierungen oder Änderungen nach dem ersten Termin sind nicht möglich. Beide Anzeigen tragen zur Erfüllung eines Abschlusses bei.

**Regional-Kombi \*\***

Für die Belegung von mehreren Regionalausgaben:

10 %	bei	2 Ausgaben
15 %	ab	3 Ausgaben

**Nach Anzeigenschluss kann ein Auftrag nicht mehr storniert werden.**

\* Rabattabschlüsse sind in den Abschlussebenen Gesamt-/Hauptausgabe, Stadtausgabe oder Regionalausgaben möglich. Zur Erfüllung des Abschlusses zählen nur Anzeigen innerhalb der Abschlussebene. Bei Nichterfüllung des Abschlusses erfolgt eine Nachbelastung.

\*\* Erscheint die gleiche Anzeige am gleichen Tag in mehreren Regionalausgaben, wird der Abschlussrabatt plus Regional-Kombi-Rabatt gewährt. Die Anzeige trägt jedoch nur einmal zur Erfüllung des Abschlusses bei.

Soweit nicht anders vermerkt, gelten alle Angaben in der Preisliste, soweit sie die Gesamt-, Haupt- oder Stadtausgabe betreffen, auch für die Belegungseinheiten Gesamtausgabe Plus (GESP), Hauptausgabe Plus (HAUP) bzw. Stadtausgabe Plus (LSTP).

LEIPZIGER VOLKSZEITUNG - Anzeigenpreisliste Nr. 25 a • Gültig ab 01.01.2016 • NIELSEN VII

### 3 Ausgaben, Auflagen, Preise im Überblick IVW II/2015

IT-Code	Ausgabe/Titel	ZIS-Nummer	Verkaufte Auflage	Grundpreis (mm sw)	Ortspreis (mm sw)
<b>GESA</b>	<b>Gesamtausgabe</b>	100 059	<b>190.842</b>	<b>11,85</b>	<b>10,07</b>
<b>HAU</b>	<b>Hauptausgabe</b>	100 671	<b>167.800</b>	<b>10,04</b>	<b>8,53</b>
<b>LST</b>	<b>Stadtausgabe</b>	100 844	<b>120.981</b>	<b>5,49</b>	<b>4,67</b>

#### Regionalausgaben der Stadtausgabe

BGZ	Borna-Geithain	100 152	14.457	1,60	1,36
DEK	Delitzsch-Eilenburg	102 923	12.314	1,58	1,34
MTK	Muldental	102 924	17.504	1,71	1,45

#### Regionalausgaben

DOE	Döbelner Allgemeine Zeitung (DAZ)	101 122	7.155	0,92	0,78
OSZ	Oschatzer Allgemeine (OAZ)	101 431	7.299	1,06	0,90
OVZ	Osterländer Volkszeitung (OVZ)	101 966	11.313	1,37	1,16
TZG	Torgauer Zeitung (TZ)	100 876	8.793	1,33	1,13
NMT	Naumburger Tageblatt (NT)*	100 643	12.259	1,48	1,26
DNN	Dresdner Neueste Nachrichten (DNN)	100 398	23.042	1,91	1,62

\*Rheinisches Format

Alle Preise in EURO zuzüglich Mehrwertsteuer. Bitte beachten Sie die abweichenden Preise für Stellenanzeigen.

LEIPZIGER VOLKSZEITUNG - Anzeigenpreisliste Nr. 25 a • Gültig ab 01.01.2016 • NIELSEN VII

**4 Verbreitungsgebiet**



(1)	Gesamtausgabe	Seite	7
(2)	Hauptausgabe	Seite	7
(3)	Stadtausgabe	Seite	8
(4)	Regionalausgaben der Stadtausgabe	Seiten	13 - 14
(5)	Regionalausgaben	Seiten	15 - 17



LEIPZIGER VOLKSZEITUNG - Anzeigenpreisliste Nr. 25 a • Gültig ab 01.01.2016 • NIELSEN VII

**5 Anzeigenformate, Sonderformate und -platzierungen (1)**

	Ausgabe	Mindestgröße	Maximalgröße	Bemerkungen	Beispiel
<b>Gestaltete Anzeigen im Anzeigenteil schwarz/weiß</b>	alle Ausgaben	-	-	eingeschränkte Rubrizierung; Preise für <b>Amtliche Bekanntmachungen</b> (auf Anfrage) sind gültig für Anzeigen ohne erwerbswirtschaftlichen Charakter, die von Amts wegen pflichtgemäß zu veröffentlichende Sachverhalte beinhalten; Preise für <b>Kulturanzeigen</b> (auf Anfrage) sind gültig für eingetragene Vereine, gemeinnützige Veranstaltungen und Gastronomie	
	alle Regionalausgaben	-	-	keine Rubrizierung	
<b>Gestaltete Anzeigen im Anzeigenteil mit Zusatzfarben (ZF)</b>	GESA, HAU, LST	-	-	eingeschränkte Rubrizierung	
	BGZ, DEK, MTK, DAZ, OAZ, OVZ, TZ	-	-	keine Rubrizierung	
	NT	Mindestvolumen: 1, 2 und 3 ZF 100 mm	-	keine Rubrizierung; Anzeigen mit 2 ZF werden zum Preis von 3 ZF berechnet	
	DNN	-	-	eingeschränkte Rubrizierung	
<b>Zeilenanzeigen</b>	GESA, HAU, LST	1 Zeile	bei mehr als 15 Zeilen Berechnung zum mm-Preis	eingeschränkte Rubrizierung; bei Belegung GESA oder HAU nicht im NT Für komplett in Schriftschnitt "fett" gedruckte Zeilenanzeigen wird ein Aufschlag von 15% berechnet. nicht möglich	
	BGZ, DEK, MTK, OAZ, OVZ, TZ	-	-	nicht möglich	
	NT, DNN	NT: Mindestberechnung 3 Zeilen	DNN: 13 Zeilen	siehe Preislisten NT und DNN	
<b>blattbreite Anzeigen textanschließend</b>	GESA, HAU, LST	Mindesthöhe: NF 80 mm; RF 71 mm	-	Aufschlag 10 % bei s/w-Anzeigen in einer Höhe von NF 80 bis 120 mm; RF 71 bis 106 mm	
	BGZ, DEK, MTK, DAZ, OAZ, OVZ, TZ	auf erster Lokalseite Mindesthöhe: 60 mm	-		
	NT, DNN	NT: 60 mm	NT: 370 mm	NT: Sonderfälle siehe Preisliste NT; DNN: 1. Lokalseite max. 120 mm	
<b>blatthohe Anzeigen neben Text</b>	alle Ausgaben außer Regionalausgabe NT	1 Textspalte	4 Textspalten	erscheint in Textspaltenbreite; Berechnung mit Umrechnungsfaktor (UF) (NF 1,333; RF 1,167)	
	NT	2 Textspalten		Berechnung mit UF; siehe Preisliste NT	
<b>Textteilanzeigen</b>	GESA, HAU, LST, BGZ, DEK, MTK, DAZ, OAZ, OVZ, TZ	1- oder 2-spaltig möglich; Mindestvolumen: s/w 10 mm, 1 ZF 50 mm; 2 und 3 ZF 65 mm	Maximalhöhe: 1-spaltig 150 mm, 2-spaltig 100 mm	erscheint in Textspaltenbreite	
	NT, DNN	-	-	siehe Preislisten NT und DNN	
<b>Eckfeldanzeigen</b>	GESA, HAU, LST	Mindestvolumen: NF 1.000 mm; RF 744 mm	-	erscheint in Textspaltenbreite; Berechnung mit UF	
	BGZ, DEK, MTK, DAZ, OAZ, OVZ, TZ	Mindestvolumen: 500 mm	-	erscheint in Textspaltenbreite; Berechnung mit UF	
	NT	Mindestvolumen: 1.008 mm	Maximalhöhe: 370 mm	erscheint in Textspaltenbreite; Berechnung mit UF; siehe Preisliste NT	
	DNN	Mindestvolumen: 800 mm	-	erscheint in Textspaltenbreite; Berechnung mit UF	

Für Platzierungen im Kleinanzeigenmarkt und Sonderplatzierungen im Rubrikenmarkt werden 25 % Aufschlag berechnet. Alle Sonderplatzierungen sind nur nach Absprache möglich.

**6 Anzeigenformate, Sonderformate und -platzierungen (2)**

	Ausgabe	Mindestgröße	Maximalgröße	Bemerkungen	Beispiel
Titelkopfanzeigen	GESA, HAU, LST, DNN	Festgröße (B x H) zum Festpreis: 58 x 50 mm	-	bei Belegung GESA oder HAU nicht im NT	
	BGZ, DEK, MTK, DAZ, OAZ, OVZ, TZ	-	-	nach Absprache	
	NT	Festgröße (B x H) zum Festpreis: 51 x 56 mm	-	siehe Preisliste NT	
Griffecke	GESA, HAU, LST, BGZ, DEK, MTK, DAZ, OAZ, OVZ, TZ	Größe (B x H): 1-spaltig: 58 x 90 bis 135 mm; 2-spaltig: 120 x 90 bis 135 mm	-	bei Belegung GESA oder HAU nicht im NT	
	NT, DNN	Festgrößen	-	siehe Preislisten NT und DNN	
Satellitenanzeige	nur möglich in GESA, HAU, LST, DNN	Mindestvolumen je Seite: 300 mm	nicht mehr als 8 Anzeigen pro Seite	nur im Kleinanzeigenmarkt möglich; Aufschlag von 25 % auf den mm-Preis	
	NT			siehe Preisliste NT	
Inselanzeige	nur möglich in GESA, HAU, LST, DNN	Mindestvolumen: 300 mm	-	nur im Kleinanzeigenmarkt möglich; Aufschlag von 10 % auf den mm-Preis	
Flexformanzeige	alle Ausgaben	Mindestvolumen: 300 mm	-	Aufschlag von 25 % auf den mm-Preis	
Panoramaanzeige	alle Ausgaben	Mindesthöhe: NF 120 mm; RF auf Anfrage	-	Tarifpreis plus Mehrraum von 1 Spalte (NF 17 Spalten = 770 mm Breite; RF auf Anfrage)	
Tunnelanzeige	alle Ausgaben	Mindestbreite: 2 x 3 Spalten plus Steg; Mindesthöhe: NF 250 mm; RF 221 mm	Maximalbreite: 2 x 5 Spalten plus Steg; Maximalhöhe: NF 370 mm; RF 327 mm	Berechnungsbasis: (Textspaltenanzahl plus 1 Spalte) x mm x UF (NF 1,333; RF 1,167) 2 x 3 Sp. + Steg = 7 Sp. NF = 396 mm breit; 2 x 4 Sp. + Steg = 9 Sp. NF = 522 mm breit; 2 x 5 Sp. + Steg = 11 Sp. NF = 648 mm breit; Größen RF auf Anfrage	

**Für Platzierungen im Kleinanzeigenmarkt und Sonderplatzierungen im Rubrikenmarkt werden 25 % Aufschlag berechnet. Alle Sonderplatzierungen sind nur nach Absprache möglich.**

Weitere Anzeigen Sonderformate und -platzierungen im Naumburger Tageblatt siehe Preisliste NT

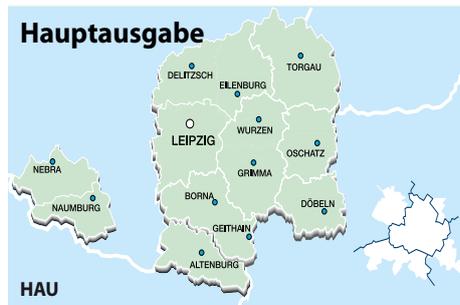
**7 Preise: Gesamtausgabe und Hauptausgabe**

	Gesamtausgabe		Hauptausgabe	
	Grundpreis	Ortspreis	Grundpreis	Ortspreis
<b>Schwarz-Weiß (EUR je mm)</b>	<b>11,85</b>	<b>10,07</b>	<b>10,04</b>	<b>8,53</b>
1/1 Seite (Festpreis)	49.903,92	42.410,28	42.258,48	35.905,32
Textteilanzeigen	47,40	40,28	40,16	34,12
Eckfeldanzeigen	14,82	12,59	12,55	10,66
Titelkopfanzeigen (Festpreis)	4.175,35	3.549,04	3.537,67	3.007,01
Griffecke	52,21	44,37	44,22	37,58
Firmennachrufe	8,30	7,05	7,03	5,97
<b>1 Zusatzfarbe (EUR je mm)</b>	<b>14,22</b>	<b>12,09</b>	<b>12,04</b>	<b>10,23</b>
1/1 Seite (Festpreis)	59.881,36	50.909,32	50.673,04	43.061,04
Textteilanzeigen	56,88	48,36	48,16	40,92
Eckfeldanzeigen	17,78	15,11	15,06	12,79
Titelkopfanzeigen (Festpreis)	5.010,42	4.258,85	4.243,68	3.607,12
Griffecke	62,63	53,23	53,05	45,09
<b>2 Zusatzfarben (EUR je mm)</b>	<b>15,78</b>	<b>13,41</b>	<b>13,37</b>	<b>11,36</b>
1/1 Seite (Festpreis)	66.454,08	56.468,28	56.274,24	47.809,08
Textteilanzeigen	94,68	80,46	80,22	68,16
Eckfeldanzeigen	20,80	17,68	17,63	14,98
Titelkopfanzeigen (Festpreis)	5.559,69	4.725,73	4.710,56	4.003,97
Griffecke	104,26	88,62	88,33	75,08
<b>3 Zusatzfarben (EUR je mm)</b>	<b>17,52</b>	<b>14,89</b>	<b>14,84</b>	<b>12,61</b>
1/1 Seite (Festpreis)	73.778,76	62.703,08	62.458,44	53.072,36
Textteilanzeigen	105,12	89,34	89,04	75,66
Eckfeldanzeigen	22,89	19,45	19,39	16,48
Titelkopfanzeigen (Festpreis)	6.171,49	5.245,76	5.230,58	4.445,99
Griffecke	115,72	98,36	98,07	83,35
Firmennachrufe	12,27	10,43	10,40	8,84
<b>Zeilenanzeigen (EUR je Zeile)</b>	<b>19,67</b>	<b>16,72</b>	<b>15,06</b>	<b>12,80</b>

Alle Preise in EURO zuzüglich Mehrwertsteuer. Titelkopfanzeigen und Griffecken nur auf Anfrage.



**Rubrikenpreise** siehe Seite 9–11.  
 Zeilenanzeigen, Titelkopfanzeigen und Griffecken erscheinen nicht in der Ausgabe Naumburger Tageblatt.  
 Splittingpreise für seitenteilige Anzeigen siehe Seite 12.



LEIPZIGER VOLKSZEITUNG - Anzeigenpreisliste Nr. 25 a • Gültig ab 01.01.2016 • NIELSEN VII

**8 Preise: Stadtausgabe**

	Grundpreis	Ortspreis
<b>Stadtausgabe</b>		
<b>Schwarz-Weiß (EUR je mm)</b>	<b>5,49</b>	<b>4,67</b>
1/1 Seite (Festpreis)	23.189,76	19.726,08
Textteilanzeigen	21,96	18,68
Eckfeldanzeigen	6,86	5,83
Titelkopfanzeigen (Festpreis)	2.645,57	2.248,73
Griffecke	25,25	21,46
Firmennachrufe	3,84	3,26
<b>1 Zusatzfarbe (EUR je mm)</b>	<b>6,60</b>	<b>5,61</b>
1/1 Seite (Festpreis)	27.878,40	23.696,64
Textteilanzeigen	26,40	22,44
Eckfeldanzeigen	8,24	7,00
Titelkopfanzeigen (Festpreis)	3.176,58	2.700,09
Griffecke	30,29	25,74
<b>2 Zusatzfarben (EUR je mm)</b>	<b>7,32</b>	<b>6,22</b>
1/1 Seite (Festpreis)	30.919,68	26.273,28
Textteilanzeigen	43,92	37,32
Eckfeldanzeigen	9,64	8,19
Titelkopfanzeigen (Festpreis)	3.524,79	2.996,07
Griffecke	50,43	42,86
<b>3 Zusatzfarben (EUR je mm)</b>	<b>8,12</b>	<b>6,90</b>
1/1 Seite (Festpreis)	34.298,88	29.145,60
Textteilanzeigen	48,72	41,40
Eckfeldanzeigen	10,61	9,01
Titelkopfanzeigen (Festpreis)	3.911,30	3.324,60
Griffecke	56,00	47,60
Firmennachrufe	5,69	4,83
<b>Zeilenanzeigen (EUR je Zeile)</b>	<b>9,55</b>	<b>8,12</b>



Rubrikenpreise siehe Seite 9–11.

Rubrikenpreise in der Gesamt-, Haupt- bzw. Stadtausgabe betreffen die Rubriken Stellenmarkt, Kfz- und Immobilienmarkt sowie Reisemarkt.

Alle Preise in EURO zuzüglich Mehrwertsteuer. Titelkopfanzeigen und Griffecken nur auf Anfrage.

**9 Rubrikenpreise**

**Stellenmarkt: Print-Online-Anzeige**

Profitieren Sie ab sofort bei jeder Anzeigenschaltung vom Crossmedia-Vorteil der Leipziger Volkszeitung. Ihre Print-Online-Anzeige erscheint zum Wunschtermin in der Tageszeitung und weitere 30 Tage auf dem Stellenportal [www.lvz-job.de](http://www.lvz-job.de).

Print-Preis	Gesamtausgabe Plus		Hauptausgabe Plus		Stadtausgabe Plus	
	Grundpreis	Ortspreis	Grundpreis	Ortspreis	Grundpreis	Ortspreis
Schwarz-Weiß (EUR je mm)	13,89	11,81	11,91	10,12	7,20	6,12
1 Zusatzfarbe (EUR je mm)	16,69	14,19	14,27	12,13	8,66	7,36
2 Zusatzfarben (EUR je mm)	18,45	15,68	15,79	13,42	9,54	8,11
3 Zusatzfarben (EUR je mm)	20,39	17,33	17,45	14,83	10,51	8,93
Zeilenanzeigen (EUR je Zeile)	22,36	19,01	17,44	14,82	11,99	10,19

Bei Belegung der Samstagsausgabe wird die gleiche Printanzeige am darauffolgenden Samstag gratis wiederholt. Die berechnete Printanzeige trägt zur Erfüllung eines Abschlusses innerhalb der Abschlussebene bei.

Print-Online-Anzeige im Stellenmarkt	Print-Preis	Online-Preis
Print-Online-Anzeige <i>Basic</i>	bis 250 €	+ 20 €
Print-Online-Anzeige <i>Plus</i>	251 bis 500 €	+ 90 €
Print-Online-Anzeige <i>Pro</i>	ab 501 €	+190 €
Zeilenanzeigen		+ 20 €

Alle Preise in EURO zuzüglich Mehrwertsteuer. Zeilenanzeigen erscheinen nicht in der Ausgabe Naumburger Tageblatt.



**10 Rubrikenpreise**

**Kfz- und Immobilienmarkt**

	Gesamtausgabe		Hauptausgabe		Stadttausgabe	
	Grundpreis	Ortspreis	Grundpreis	Ortspreis	Grundpreis	Ortspreis
Schwarz-Weiß (EUR je mm)	11,85	10,07	10,04	8,53	5,49	4,67
1 Zusatzfarbe (EUR je mm)	14,22	12,09	12,04	10,23	6,60	5,61
2 Zusatzfarben (EUR je mm)	15,78	13,41	13,37	11,36	7,32	6,22
3 Zusatzfarben (EUR je mm)	17,52	14,89	14,84	12,61	8,12	6,90
Zeilenanzeigen (EUR je Zeile)	19,67	16,72	15,06	12,80	9,55	8,12



**2. Erscheinungstag**

bei Doppelschaltung (rabattierter Preis)	Gesamtausgabe		Hauptausgabe		Stadttausgabe	
	Grundpreis	Ortspreis	Grundpreis	Ortspreis	Grundpreis	Ortspreis
Schwarz-Weiß (EUR je mm)	7,11	6,04	6,02	5,12	3,29	2,80
1 Zusatzfarbe (EUR je mm)	8,53	7,25	7,22	6,14	3,96	3,37
2 Zusatzfarben (EUR je mm)	9,47	8,05	8,02	6,82	4,39	3,73
3 Zusatzfarben (EUR je mm)	10,51	8,93	8,90	7,57	4,87	4,14
Zeilenanzeigen (EUR je Zeile)	15,74	13,38	12,05	10,24	7,64	6,50



Bei zweimaligem Erscheinen **der gleichen Gestalteten Anzeige** an zwei aufeinanderfolgenden Markttagen (Sa./Mi. oder Mi./Sa.) wird auf den Preis der zweiten Anzeige ein **Rabatt von 40 %** gewährt.

Bei zweimaligem Erscheinen **der gleichen Zeilenanzeige** an zwei aufeinanderfolgenden Markttagen (Sa./Mi. oder Mi./Sa.) wird auf den Preis der zweiten Anzeige ein **Rabatt von 20 %** gewährt.

Stornierungen oder Änderungen für den zweiten Erscheinungstag sind nicht möglich. Beide Anzeigen tragen zur Erfüllung eines Abschlusses innerhalb der Abschlussebene bei.

Alle Preise in EURO zuzüglich Mehrwertsteuer. Zeilenanzeigen erscheinen nicht in der Ausgabe Naumburger Tageblatt.



**11 Rubrikenpreise**

**Reisemarkt**

	Touristik				Touristik ermäßigt	
	Gesamtausgabe		Stadtausgabe		GESA	LST
	Grundpreis	Ortspreis	Grundpreis	Ortspreis	Grundpreis	Grundpreis
<b>Schwarz-Weiß (EUR je mm)</b>	<b>8,36</b>	<b>7,11</b>	<b>4,68</b>	<b>3,98</b>	<b>5,88</b>	<b>3,51</b>
1/1 Seite (Festpreis)	35.203,96	29.940,68	19.768,32	16.811,52	24.761,88	14.826,24
Textteilanzeigen	33,44	28,44	18,72	15,92	23,52	14,04
Eckfeldanzeigen	10,46	8,89	5,86	4,98	7,37	4,38
<b>1 Zusatzfarbe (EUR je mm)</b>	<b>10,05</b>	<b>8,54</b>	<b>5,61</b>	<b>4,76</b>	<b>7,06</b>	<b>4,21</b>
1/1 Seite (Festpreis)	42.325,80	35.964,28	23.696,64	20.106,24	29.729,48	17.783,04
Textteilanzeigen	40,20	34,16	22,44	19,04	28,24	16,84
Eckfeldanzeigen	12,55	10,67	7,02	5,96	8,84	5,26
<b>2 Zusatzfarben (EUR je mm)</b>	<b>11,14</b>	<b>9,46</b>	<b>6,23</b>	<b>5,29</b>	<b>7,83</b>	<b>4,67</b>
1/1 Seite (Festpreis)	46.913,24	39.833,64	26.315,52	22.344,96	32.973,60	19.726,08
Textteilanzeigen	66,84	56,76	37,38	31,74	46,98	28,02
Eckfeldanzeigen	14,68	12,48	8,22	6,98	10,33	6,15
<b>3 Zusatzfarben (EUR je mm)</b>	<b>12,37</b>	<b>10,51</b>	<b>6,92</b>	<b>5,88</b>	<b>8,69</b>	<b>5,19</b>
1/1 Seite (Festpreis)	52.092,04	44.260,48	29.230,08	24.837,12	36.597,88	21.922,56
Textteilanzeigen	74,22	63,06	41,52	35,28	52,14	31,14
Eckfeldanzeigen	16,16	13,73	9,04	7,68	11,37	6,77
<b>Zeilenanzeigen (EUR je Zeile)</b>	<b>10,20</b>	<b>8,67</b>	<b>8,04</b>	<b>6,83</b>	<b>9,49</b>	<b>6,03</b>



**Ermäßigte Anzeigen im Reisemarkt am Samstag**

**Touristikpreise** gelten für Reiseveranstalter, Reisebüros, Fluggesellschaften, Schifffahrtlinien.

**Touristikpreise ermäßigt** gelten für Ferienwohnungen, Hotels, Pensionen, Fremdenverkehrsverbände und -vereine, Kurverwaltungen, Sanatorien.



Alle Preise in EURO zuzüglich Mehrwertsteuer. Zeilenanzeigen erscheinen nicht in der Ausgabe Naumburger Tageblatt.

**12 Splittingpreise**

Für seitenteilige Anzeigen in der Gesamt- bzw. Hauptausgabe werden für den Titel **Naumburger Tageblatt** (erscheint im Rheinischen Format) Splittingpreise berechnet.

Daraus ergeben sich folgende Anteile in Prozent:

	<b>Gesamtausgabe</b>	<b>Hauptausgabe</b>
Anteil Nordisches Format:	98,4661 %	98,1944 %
Anteil Rheinisches Format:	1,5339 %	1,8056 %

Auf dieser Berechnungsbasis werden folgende (gerundete) Splittingpreise angesetzt:

**Gesamtausgabe**

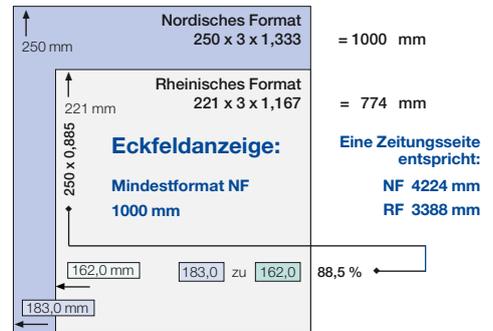
	Grundpreise			Ortspreise		
	NF	RF	Σ	NF	RF	Σ
mm s/w	11,67	0,18	11,85	9,92	0,15	10,07
mm 1 ZF	14,00	0,22	14,22	11,90	0,19	12,09
mm 2 ZF	15,54	0,24	15,78	13,20	0,21	13,41
mm 3 ZF	17,25	0,27	17,52	14,66	0,23	14,89
Eckfeld s/w	14,59	0,23	14,82	12,40	0,19	12,59
Eckfeld 1 ZF	17,51	0,27	17,78	14,88	0,23	15,11
Eckfeld 2 ZF	20,48	0,32	20,80	17,41	0,27	17,68
Eckfeld 3 ZF	22,54	0,35	22,89	19,15	0,30	19,45

**Hauptausgabe**

	Grundpreise			Ortspreise		
	NF	RF	Σ	NF	RF	Σ
mm s/w	9,86	0,18	10,04	8,38	0,15	8,53
mm 1 ZF	11,82	0,22	12,04	10,05	0,18	10,23
mm 2 ZF	13,13	0,24	13,37	11,15	0,21	11,36
mm 3 ZF	14,57	0,27	14,84	12,38	0,23	12,61
Eckfeld s/w	12,32	0,23	12,55	10,47	0,19	10,66
Eckfeld 1 ZF	14,79	0,27	15,06	12,56	0,23	12,79
Eckfeld 2 ZF	17,31	0,32	17,63	14,71	0,27	14,98
Eckfeld 3 ZF	19,04	0,35	19,39	16,18	0,30	16,48

Alle Preise in EURO zuzüglich Mehrwertsteuer.

**Berechnung der Formate**



**Berechnungsbeispiel: 1/4 Seite, blattbreit, Gesamtausgabe, Grundpreis (s/w)**

NF 132 x 8 =	1.056 x	11,67	=	12.323,52 €
RF 116 x 7 =	812 x	0,18	=	146,16 €

**Gesamtbetrag: 12.469,68 €**

**Berechnungsbeispiel: Eckfeld, 1000er-Format, Hauptausgabe, Grundpreis (s/w)**

Berechnung der Anzeigenrößen:			
NF 250 x 3 T x 1,333	entspricht		1.000 mm
RF 221 x 3 T x 1,167	entspricht		774 mm

Berechnung nach Splittingpreisen:			
NF 1.000 x	12,32	=	12.320,00 €
RF 774 x	0,23	=	178,02 €

**Gesamtbetrag: 12.498,02 €**

LEIPZIGER VOLKSZEITUNG - Anzeigenpreisliste Nr. 25 a • Gültig ab 01.01.2016 • NIELSEN VII

**13 Preise: Regionalausgaben der Stadtausgabe**

**Borna-Geithain**

	Grundpreis	Ortspreis
<b>Schwarz-Weiß (EUR je mm)</b>	<b>1,60</b>	<b>1,36</b>
1/1 Seite (Festpreis)	6.758,40	5.744,64
Stellenanzeigen*	1,92	1,63
Textteilanzeigen	6,40	5,44
Eckfeldanzeigen	2,01	1,70
Griffecke	7,69	6,53
<b>1 Zusatzfarbe (EUR je mm)</b>	<b>1,92</b>	<b>1,63</b>
1/1 Seite (Festpreis)	8.110,08	6.885,12
Stellenanzeigen*	2,31	1,96
Textteilanzeigen	7,68	6,52
Eckfeldanzeigen	2,11	1,79
Griffecke	9,22	7,83
<b>2 Zusatzfarben (EUR je mm)</b>	<b>2,13</b>	<b>1,81</b>
1/1 Seite (Festpreis)	8.997,12	7.645,44
Stellenanzeigen*	2,55	2,17
Textteilanzeigen	8,52	7,24
Eckfeldanzeigen	2,35	1,99
Griffecke	15,37	13,06
<b>3 Zusatzfarben (EUR je mm)</b>	<b>2,37</b>	<b>2,01</b>
1/1 Seite (Festpreis)	10.010,88	8.490,24
Stellenanzeigen*	2,84	2,41
Textteilanzeigen	9,48	8,04
Eckfeldanzeigen	2,62	2,22
Griffecke	17,06	14,50



\*zzgl. Online-Veröffentlichung siehe Seite 9. Bei Belegung der Samstagsausgabe wird die gleiche Anzeige am darauffolgenden Samstag gratis wiederholt. Die berechnete Anzeige trägt zur Erfüllung eines Abschlusses innerhalb der Abschlussebene bei.  
 Alle Preise in EURO zuzüglich Mehrwertsteuer. Zeilanzeigen nicht möglich. Titelpoppanzeigen und Griffecken nur auf Anfrage.

LEIPZIGER VOLKSZEITUNG - Anzeigenpreisliste Nr. 25 a • Gültig ab 01.01.2016 • NIELSEN VII

**14 Preise: Regionalausgaben der Stadtausgabe**

	Delitzsch-Eilenburg		Muldental	
	Grundpreis	Ortspreis	Grundpreis	Ortspreis
<b>Schwarz-Weiß (EUR je mm)</b>	<b>1,58</b>	<b>1,34</b>	<b>1,71</b>	<b>1,45</b>
1/1 Seite (Festpreis)	6.673,92	5.660,16	7.223,04	6.124,80
Stellenanzeigen*	1,89	1,61	2,05	1,74
Textteilanzeigen	6,32	5,36	6,84	5,80
Eckfeldanzeigen	1,98	1,68	2,15	1,82
Griffecke	7,59	6,45	8,21	6,98
<b>1 Zusatzfarbe (EUR je mm)</b>	<b>1,90</b>	<b>1,61</b>	<b>2,05</b>	<b>1,74</b>
1/1 Seite (Festpreis)	8.025,60	6.800,64	8.659,20	7.349,76
Stellenanzeigen*	2,27	1,93	2,46	2,09
Textteilanzeigen	7,60	6,44	8,20	6,96
Eckfeldanzeigen	2,09	1,77	2,26	1,92
Griffecke	9,11	7,74	9,84	8,36
<b>2 Zusatzfarben (EUR je mm)</b>	<b>2,11</b>	<b>1,79</b>	<b>2,28</b>	<b>1,94</b>
1/1 Seite (Festpreis)	8.912,64	7.560,96	9.630,72	8.194,56
Stellenanzeigen*	2,53	2,15	2,74	2,33
Textteilanzeigen	8,44	7,16	9,12	7,76
Eckfeldanzeigen	2,31	1,96	2,51	2,13
Griffecke	15,17	12,89	16,48	14,00
<b>3 Zusatzfarben (EUR je mm)</b>	<b>2,34</b>	<b>1,98</b>	<b>2,53</b>	<b>2,15</b>
1/1 Seite (Festpreis)	9.884,16	8.363,52	10.686,72	9.081,60
Stellenanzeigen*	2,80	2,38	3,04	2,58
Textteilanzeigen	9,36	7,92	10,12	8,60
Eckfeldanzeigen	2,57	2,18	2,80	2,37
Griffecke	16,80	14,27	18,26	15,52



\*zzgl. Online-Veröffentlichung siehe Seite 9. Bei Belegung der Samstagsausgabe wird die gleiche Anzeige am darauffolgenden Samstag gratis wiederholt. Die berechnete Anzeige trägt zur Erfüllung eines Abschlusses innerhalb der Abschlussebene bei.  
 Alle Preise in EURO zuzüglich Mehrwertsteuer. Zeilanzeigen nicht möglich. Titelpopfanzeigen und Griffecken nur auf Anfrage.

**15 Preise: Regionalausgaben**

**Döbelner Allgemeine Zeitung**

**Oschatzer Allgemeine**

	Grundpreis	Ortspreis	Grundpreis	Ortspreis
<b>Schwarz-Weiß (EUR je mm)</b>	<b>0,92</b>	<b>0,78</b>	<b>1,06</b>	<b>0,90</b>
1/1 Seite (Festpreis)	3.886,08	3.294,72	4.477,44	3.801,60
Stellenanzeigen*	1,11	0,94	1,27	1,08
Textteilanzeigen	3,68	3,12	4,24	3,60
Eckfeldanzeigen	1,14	0,97	1,34	1,13
Titelkopfanzeigen (Festpreis)	276,00	234,00	318,00	270,00
Griffecke	4,43	3,76	5,10	4,33
<b>1 Zusatzfarbe (EUR je mm)</b>	<b>1,10</b>	<b>0,93</b>	<b>1,27</b>	<b>1,08</b>
1/1 Seite (Festpreis)	4.646,40	3.928,32	5.364,48	4.561,92
Stellenanzeigen*	1,32	1,12	1,53	1,30
Textteilanzeigen	4,40	3,72	5,08	4,32
Eckfeldanzeigen	1,39	1,18	1,60	1,36
Titelkopfanzeigen (Festpreis)	330,00	279,00	381,00	324,00
Griffecke	5,33	4,52	6,15	5,22
<b>2 Zusatzfarben (EUR je mm)</b>	<b>1,23</b>	<b>1,04</b>	<b>1,42</b>	<b>1,20</b>
1/1 Seite (Festpreis)	5.195,52	4.392,96	5.998,08	5.068,80
Stellenanzeigen*	1,47	1,25	1,69	1,44
Textteilanzeigen	4,92	4,16	5,68	4,80
Eckfeldanzeigen	1,63	1,38	1,87	1,58
Titelkopfanzeigen (Festpreis)	369,00	312,00	426,00	360,00
Griffecke	8,87	7,54	10,26	8,72
<b>3 Zusatzfarben (EUR je mm)</b>	<b>1,37</b>	<b>1,16</b>	<b>1,58</b>	<b>1,34</b>
1/1 Seite (Festpreis)	5.786,88	4.899,84	6.673,92	5.660,16
Stellenanzeigen*	1,64	1,39	1,89	1,61
Textteilanzeigen	5,48	4,64	6,32	5,36
Eckfeldanzeigen	1,79	1,52	2,06	1,75
Titelkopfanzeigen (Festpreis)	411,00	348,00	474,00	402,00
Griffecke	9,83	8,35	11,37	9,66

**Döbelner Allgemeine Zeitung (DAZ)**



DOE

**Oschatzer Allgemeine (OAZ)**



OSZ

\*zzgl. Online-Veröffentlichung siehe Seite 9. Bei Belegung der Samstagsausgabe wird die gleiche Anzeige am darauffolgenden Samstag gratis wiederholt. Die berechnete Anzeige trägt zur Erfüllung eines Abschlusses innerhalb der Abschlussebene bei.  
 Alle Preise in EURO zuzüglich Mehrwertsteuer. Zeilenanzeigen nicht möglich. Titelkopfanzeigen und Griffecken nur auf Anfrage.

**16 Preise: Regionalausgaben**

	Osterländer Volkszeitung		Torgauer Zeitung	
	Grundpreis	Ortspreis	Grundpreis	Ortspreis
<b>Schwarz-Weiß (EUR je mm)</b>	<b>1,37</b>	<b>1,16</b>	<b>1,33</b>	<b>1,13</b>
1/1 Seite (Festpreis)	5.786,88	4.899,84	5.617,92	4.773,12
Stellenanzeigen*	1,64	1,39	1,60	1,36
Textteilanzeigen	5,48	4,64	5,32	4,52
Eckfeldanzeigen	1,72	1,45	1,65	1,40
Titelkopfanzeigen (Festpreis)	411,00	348,00	399,00	339,00
Griffecke	6,58	5,58	6,37	5,41
<b>1 Zusatzfarbe (EUR je mm)</b>	<b>1,64</b>	<b>1,39</b>	<b>1,60</b>	<b>1,36</b>
1/1 Seite (Festpreis)	6.927,36	5.871,36	6.758,40	5.744,64
Stellenanzeigen*	1,96	1,67	1,92	1,63
Textteilanzeigen	6,56	5,56	6,40	5,44
Eckfeldanzeigen	2,06	1,75	2,00	1,70
Titelkopfanzeigen (Festpreis)	492,00	417,00	480,00	408,00
Griffecke	7,90	6,71	7,66	6,50
<b>2 Zusatzfarben (EUR je mm)</b>	<b>1,82</b>	<b>1,54</b>	<b>1,78</b>	<b>1,51</b>
1/1 Seite (Festpreis)	7.687,68	6.504,96	7.518,72	6.378,24
Stellenanzeigen*	2,18	1,85	2,13	1,81
Textteilanzeigen	7,28	6,16	7,12	6,04
Eckfeldanzeigen	2,42	2,05	2,34	1,98
Titelkopfanzeigen (Festpreis)	546,00	462,00	534,00	453,00
Griffecke	13,16	11,18	12,73	10,82
<b>3 Zusatzfarben (EUR je mm)</b>	<b>2,02</b>	<b>1,71</b>	<b>1,98</b>	<b>1,68</b>
1/1 Seite (Festpreis)	8.532,48	7.223,04	8.363,52	7.096,32
Stellenanzeigen*	2,41	2,05	2,38	2,02
Textteilanzeigen	8,08	6,84	7,92	6,72
Eckfeldanzeigen	2,66	2,25	2,57	2,18
Titelkopfanzeigen (Festpreis)	606,00	513,00	594,00	504,00
Griffecke	14,61	12,42	14,14	12,02



\*zzgl. Online-Veröffentlichung siehe Seite 9. Bei Belegung der Samstagsausgabe wird die gleiche Anzeige am darauffolgenden Samstag gratis wiederholt. Die berechnete Anzeige trägt zur Erfüllung eines Abschlusses innerhalb der Abschlussebene bei. Alle Preise in EURO zuzüglich Mehrwertsteuer. Zeilenanzeigen nicht möglich. Titelkopfanzeigen und Griffecken nur auf Anfrage.

**17 Preise: Regionalausgaben**

	Naumburger Tageblatt		Dresdner Neueste Nachrichten*	
	Grundpreis	Ortspreis	Grundpreis	Ortspreis
<b>Schwarz-Weiß (EUR je mm)</b>	<b>1,48</b>	<b>1,26</b>	<b>1,91</b>	<b>1,62</b>
1/1 Seite (Festpreis)	5.014,24	4.268,88	8.068,00	6.843,00
Textteilanzeigen	2,96	2,52	5,85	4,97
Eckfeldanzeigen	siehe Preisliste NT		2,39	2,03
Titelkopfanzeigen (Festpreis)	siehe Preisliste NT		501,00	426,00
Griffecke	siehe Preisliste NT		5,61	4,77
<b>1 Zusatzfarbe (EUR je mm)</b>	<b>1,85</b>	<b>1,58</b>	<b>2,27</b>	<b>1,93</b>
1/1 Seite (Festpreis)	6.267,80	5.353,04	9.588,00	8.152,00
Textteilanzeigen	3,70	3,16	6,74	5,73
Eckfeldanzeigen	siehe Preisliste NT		2,74	2,33
<b>2 Zusatzfarben (EUR je mm)</b>			<b>2,51</b>	<b>2,13</b>
1/1 Seite (Festpreis)	Anzeigen mit 2 ZF		10.602,00	8.997,00
Textteilanzeigen	werden zum Preis		7,52	6,39
Eckfeldanzeigen	von 3 ZF berechnet		3,05	2,59
<b>3 Zusatzfarben (EUR je mm)</b>	<b>2,00</b>	<b>1,70</b>	<b>2,74</b>	<b>2,33</b>
1/1 Seite (Festpreis)	6.776,00	5.759,60	11.574,00	9.842,00
Textteilanzeigen	4,00	3,40	8,29	7,05
Eckfeldanzeigen	siehe Preisliste NT		3,34	2,84



Die vollständigen Preisinformationen und Geschäftsbedingungen entnehmen Sie bitte den separaten Preislisten beider Ausgaben. Wenn Anzeigen für diese Ausgaben über die LVDG aufgegeben werden, gelten die Geschäftsbedingungen (AGB/ZGB) der LVDG. Das Naumburger Tageblatt erscheint im Rheinischen Format; verantwortlich für die Mantelredaktion ist die Mitteldeutsche Zeitung.



\*Bei Stellenanzeigen zzgl. Online-Veröffentlichung siehe Seite 9.  
Alle Preise in EURO zuzüglich Mehrwertsteuer. Titelkopfanzeigen und Griffecken nur auf Anfrage.

**18 Prospektbeilagen**

Preise (EUR je 1.000 Expl.)		
	Grundpreis	Ortspreis
bis 10 Gramm	87,75	75,00
bis 15 Gramm	90,38	77,25
bis 20 Gramm	93,09	79,57
bis 25 Gramm	95,88	81,96
bis 30 Gramm	98,76	84,42
bis 35 Gramm	101,72	86,95
bis 40 Gramm	104,77	89,56
je weitere angefangene 10 Gramm	7,68	6,56

*Alle Preise in EURO zuzüglich Mehrwertsteuer.*

**Mindestbelegung:** 8.000 Stück  
Bei Teilaufgaben der Ausgaben wird ein Zuschlag von 3 % berechnet.

**Lieferanschrift:** LVZ-Druckerei  
Druckereistraße 1, 04159 Leipzig

**Ansprechpartner:** Telefon: 0341 2181-1356 / -1456  
Telefax: 0341 2181-1479

**E-Mail:** prospektbeilagen@lvz.de

Belegungen mit Beilagenauflagen		
Gesamtausgabe	(Mo-Fr)	206.300
	(Sa)	230.500
Hauptausgabe	(Mo-Fr)	179.000
	(Sa)	201.100
Stadtausgabe	(Mo-Fr)	128.200
	(Sa)	147.600
Cityausgabe <sup>1)</sup>	(Mo-Fr)	80.000
	(Sa)	93.000
Borna-Geithain <sup>2)</sup>	(Mo-Fr)	16.000
	(Sa)	17.700
Delitzsch-Eilenburg <sup>2)</sup>	(Mo-Fr)	13.300
	(Sa)	14.900
Muldental <sup>2)</sup>	(Mo-Fr)	18.900
	(Sa)	22.000
Döbelner Allgemeine Zeitung	(Mo-Fr)	7.900
	(Sa)	8.400
Oschatzer Allgemeine	(Mo-Fr)	7.900
	(Sa)	8.900
Osterländer Volkszeitung	(Mo-Fr)	12.500
	(Sa)	13.000
Torgauer Zeitung	(Mo-Fr)	9.500
	(Sa)	10.200
Naumburger Tageblatt <sup>2)</sup>	(Mo-Fr)	13.000
	(Sa)	13.000
Dresdner Neueste Nachrichten	(Mo-Fr)	27.300
	(Sa)	29.400

<sup>1)</sup> Belegungseinheit <sup>2)</sup> Ausgaben auch einzeln belegbar

## 19 Technische Angaben und Bedingungen für Prospektbeilagen

### 1. Format

- a) Mindestformat: 105 mm x 148 mm
- b) Höchstformat: 270 mm x 390 mm

### 2. Gewicht

- a) Einzelblätter im Format DIN A6 dürfen ein Papiergewicht von 250 g/m<sup>2</sup> nicht unterschreiten.
- b) Einzelblätter mit Formaten größer als DIN A6 bis DIN A4 müssen ein Flächengewicht von mindestens 120 g/m<sup>2</sup> aufweisen.
- c) Größere Formate mit einem Papiergewicht von mindestens 60 g/m<sup>2</sup> sind auf eine Größe im Bereich DIN A4 (210 mm x 297 mm) zu falzen.
- d) Liegt das Gewicht über 50 g/Exemplar, ist eine vorherige Absprache erforderlich. Die Auftragsbestätigung für Einzelblätter erfolgt generell nach vorheriger Absprache und Vorlage von Musterexemplaren.

### 3. Verarbeitungszustand

- a) **Falzung:** Mindestens an einer Seite geschlossen. Bei Prospekten größer A5 (148 mm x 210 mm) geschlossene Falzung unbedingt an einer Längsseite. Andernfalls müssen die Prospekte ein weiteres Mal gefalzt werden. Leporello und Altarfalz sind nicht möglich.
- b) **Beschnitt:** Alle Beilagen müssen rechteckig und formatgleich geschnitten sein. Sie dürfen am Schnitt keine Verblockung durch stumpfe Messer aufweisen.
- c) **Angeklebte Produkte:** Postkarten sind in der Beilage grundsätzlich innen anzukleben. Sie müssen dabei bündig im Falz zum Kopf oder Fuß der Beilage angeklebt werden. Alle Beilagen mit außen angeklebten Produkten sowie Sonderformen wie gestanzte Beilagen, Warenmuster oder Proben sind nur nach Anfrage und Vorlage eines Musters möglich.
- d) **Heftung:** Bei Draht-Rückenheftung soll die verwendete Drahtstärke der Rückenstärke der Beilage angemessen sein. Dünne Beilagen sollen grundsätzlich mit Rücken- oder Falzleimung hergestellt werden.

### 4. Verpackung und Transport

- a) **Anlieferungszustand:** Die angelieferten Beilagen müssen eine einwandfreie, sofortige Verarbeitung gewährleisten, ohne dass zusätzliche manuelle Aufbereitung notwendig ist. Durch frische Druckfarbe zusammengeklebte, stark elektrostatisch aufgeladene oder feucht gewordene Beilagen können nicht verarbeitet werden.  
Beilagen mit umgeknickten Ecken (Eselsohren) bzw. Kanten, Quetschfalten oder mit veralgertem (rundem) Rücken sind ebenfalls nicht verarbeitbar.

- b) **Palettierung:** Die Beilagen müssen sauber auf stabilen Paletten gestapelt sein; Anlieferung nur auf Europaletten. Jede Palette muss analog zum Lieferschein deutlich und sichtbar mit einer Palettenkarte gekennzeichnet sein. Bei kleineren Mengen Kartonverpackung nach Absprache möglich.
- c) **Lagenhöhen:** Die unverschränkten, kantengeraden Lagen sollen eine Höhe von 80 bis 100 mm aufweisen, damit sie von Hand greifbar sind. Einzelne Lagen dürfen nicht verschnürt oder verpackt sein.

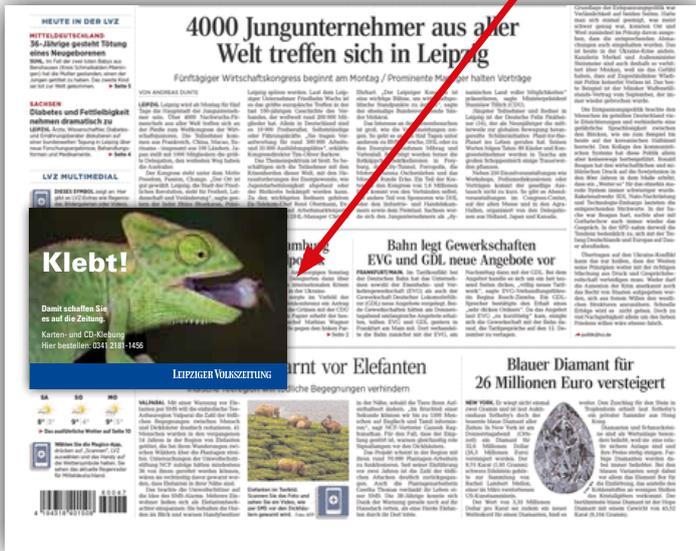
### 5. Sonstige Angaben

- a) **Beilagenaufträge sind erst nach Vorlage von einem Muster spätestens 10 Tage vor dem Streutermin und deren Billigung bindend.**
- b) **Spätester Anlieferungstermin: 4 Arbeitstage vor Erscheinen frei Haus in der Zeit von 7 – 20 Uhr. Anlieferung Montag – Freitag.**
- c) Vollständige Begleitpapiere (Lieferschein)
- d) Letzter Rücktrittstermin: 7 Tage vor Erscheinen.
- e) Bei kurzfristiger Stornierung oder nicht fristgerechter Lieferung wird eine Kostenpauschale zur Deckung der eingetretenen Kosten erhoben.
- f) Prospekte dürfen keine Fremdanzeigen enthalten und nicht durch Format und Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung erwecken.
- g) Konkurrenzausschluss kann nicht gewährt werden.
- h) Der Verlag verteilt die Beilagen mit geschäftsbüblicher Sorgfalt, wobei bis zu 3% Fehlzustellung oder Verlust als verkehrsbüblich gelten. Bei Beilagen unter 12 g sind Mehrfachbelegungen nicht auszuschließen. Der Beilagenauftrag gilt als ordnungsgemäß erbracht, wenn eine Mängelrüge im Sinne des § 377 HGB nicht binnen 8 Werktagen nach Ausführung postalisch oder per Telefax beim Verlag eingegangen ist.
- i) Die Unterbringung in genau begrenzten Teilaufgaben erfolgt bestmöglich. Geringfügige Gebietsabweichungen berechtigen nicht zu Ersatzansprüchen.
- j) Erscheinungstage für Beilagen: Montag bis Sonnabend nach Vereinbarung.
- k) In der belegten Ausgabe erscheint ein kostenloser Beilagenhinweis, der jedoch nicht Bestandteil des Auftrages ist.
- l) Die genannten Beilagenauflagen dienen nur als Planungshilfe, da saisonale Schwankungen möglich sind.

20 So schaffen Sie es auf die Titelseite: Tip-on-Card

Tip-on-Card: Der Eyecatcher auf der Titelseite der Tageszeitung. Wir bieten Ihnen die Möglichkeit, auf der Titelseite eine Tip-on-Card mit Ihrer Werbung zu platzieren. Die Karte wird dabei mit einer dünnen Klebelinie auf der Zeitung aufgebracht und ist leicht und rückstandslos zu entfernen. Top Platzierung, top Werbeeffekt. Die Tip-on-Card.

NEU: Tip-on-Cards mit Lentikulardruck - ein innovatives Verfahren zur Erzeugung von 3D-, Wackel-/Wechselbild-, Zoom- und Animationseffekten



- Platzierung - im unteren linken Bereich der Titelseite
Belegungsmöglichkeiten - selektive Belegung lt. Tourenplan (bei produktionstechnisch bedingten Erfordernissen ist eine Spaltung auf mehrere Erscheinungstage notwendig)
Preise - Ortspreis (exkl. Herstellung): 79,00 EUR je 1.000 Expl.
Technische Angaben - Format Karte: min. 70 mm breit x 90 mm lang
Druckunterlagen - Dateiformat: druckfähiges, vektorisiertes pdf-File (mind. 200 dpi)

21 So schaffen Sie es auf die Titelseite: MemoStick®

Sonderformen auf Anfrage

**MemoStick®:**  
**Haftet nicht nur auf Papier sondern auch im Kopf!**  
 MemoStick® der abziehbare Sticker, ist ein innovatives Promotion-Tool auf den Titelseiten unserer Tageszeitungen. Er ist ein abnehmbarer Aufkleber, der auf unterschiedlichsten Objekten eine nachhaltige Wirkung entfacht (Kühlschrank, Terminkalender, Computer, Auto-Cockpit ...)



**Platzierung**

- auf Titelseite oben ca. 5 cm vom rechten Rand entfernt

**Belegungsmöglichkeiten**

- selektive Belegung lt. Tourenplan (bei produktionstechnisch bedingten Erfordernissen ist eine Splittung auf mehrere Erscheinungstage notwendig)
- Lokalausgaben sind separat belegbar
- Mindestbelegung je Erscheinungstag 15.000 Expl.
- Maximalbelegung je Erscheinungstag 40.000 Expl.

**Preise**

Ortspreis (inkl. Druck):	79,00 EUR je 1.000 Expl.
Grundpreis (inkl. Druck):	92,94 EUR je 1.000 Expl.
Gestaltung (falls gewünscht):	Vorder- und Rückseite 50,00 EUR
Lackierung (empfohlen):	nur Vorderseite zzgl. 1,50 EUR je 1.000 Expl.

**Technische Angaben**

Format:	76 x 76 mm oder 72 x 72 mm
Papiergrammatur:	90 g/m <sup>2</sup>
Farben:	1/0- bis 4/3-farbig

**Druckunterlagen**

Dateiformat:	druckfähiges, vektorisiertes pdf-File (mind. 200 dpi)
Beschnitt:	umlaufend 3 mm
Druckunterlagenschluss:	12 Werktage vor Erscheinungstag

Alle Preise in EURO zuzüglich Mehrwertsteuer.

**Kontakt MemoStick®/Tip-on-Card**

Telefon: 0341 2181-1456 / -1356  
 E-Mail: prospektbeilagen@lvz.de

**22 Fakten Online-Netzwerk**

Mit **LVZ.de** von der Messestadt Leipzig bis zur Landeshauptstadt Dresden

**17,9 Mio. Pageimpression**  
**960.000 Unique User**

**Fakten im Überblick:**

- 3,6 Mio. Visits/Monat
- Altersstruktur: 83,7 % im Alter von 20 – 59 Jahren
- Berufstätigkeit: 85,9 % sind im Beruf oder in Ausbildung

(Quelle AGOF „internet facts 2015-06“ und IVW-Online 05-07/2015)

**Werben auf LVZ.de, DNN.de und Leipzig.de**



**Kontakt**

E-Mail: [werbung@lvz.de](mailto:werbung@lvz.de) ■ Web: [www.lvz.de/werbung](http://www.lvz.de/werbung) ■ Telefon: 0341 2181-1824 oder -1588

LEIPZIGER VOLKSZEITUNG - Anzeigenpreisliste Nr. 25 a • Gültig ab 01.01.2016 • NIELSEN VII

**23 Online-Portfolio**



**Kontakt**

E-Mail: [werbung@lvz.de](mailto:werbung@lvz.de) • Web: [www.lvz.de/werbung](http://www.lvz.de/werbung) • Telefon: 0341 2181-1824 oder -1588

**Allgemeine Geschäftsbedingungen (1)****für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften**

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zwecke der Verbreitung.

2. Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.

3. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.

4. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.

5. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.

6. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.

7. Textteilanzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die auf Grund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

8. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der tech-

nischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

9. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.

10. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen; Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt. Darüber hinaus ist im kaufmännischen Geschäftsverkehr die Haftung des Verlages für grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen dem Umfang nach auf den voraussehbaren Schaden – bis zur Höhe des betreffenden Entgelts – beschränkt. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

## 25

**Allgemeine Geschäftsbedingungen (2)****für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften**

11. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzugs gesetzten Frist mitgeteilt werden.

12. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.

13. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber vierzehn Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

14. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

15. Belegversand siehe „Zusätzliche Geschäftsbedingungen“, Ziffer f.

16. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderung ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

17. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder – wenn eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich – tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigter Mangel, wenn

sie bei einer Auflage bis zu 50.000 Exemplaren 20 v.H., bei einer Auflage bis zu 100.000 Exemplaren 15 v.H., bei einer Auflage bis zu 500.000 Exemplaren 10 v.H., bei einer Auflage über 500.000 Exemplaren 5 v.H., beträgt. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.

18. Bei Chiffreanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Chiffreanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Chiffreanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Dem Verlag kann einzelvertraglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anstelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN A4 (Gewicht 50 g) überschreiten sowie Waren, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann jedoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.

19. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.

20. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder der gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, zum Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsabschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart. ■

## 26

## Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages

a) Mit der Erteilung eines Auftrages erkennt der Auftraggeber die Allgemeinen und die Zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages an. Die ergänzenden Hinweise innerhalb der Preisliste des Verlages sind Bestandteil der Zusätzlichen Geschäftsbedingungen. Bei privaten Aufträgen gilt dies, wenn der Auftraggeber nach Hinweis auf die Anwendung der Geschäftsbedingungen den Auftrag ohne Widerspruch erteilt. Die Zusätzlichen Geschäftsbedingungen gehen den Allgemeinen Geschäftsbedingungen vor. Bei Nichtveröffentlichung ohne Verschulden des Verlages oder in Fällen höherer Gewalt bzw. Streik oder Aussperrung besteht kein Entschädigungsanspruch.

b) Storniert der Auftraggeber nach Anzeigenschluss den Auftragsauftrag, ist der Verlag berechtigt, mindestens 50% des vereinbarten Auftragswertes der stornierten Anzeige als Ersatzanspruch einzufordern. Erfolgt die Beauftragung ohne konkreten Termin oder für einen Termin, zu dem die Ausgabe / Zeitung nicht erscheint, so ist der Verlag berechtigt, die Anzeige zum nächstmöglichen Termin zu veröffentlichen.

c) Bei der Auftragserteilung sind durch den Auftraggeber alle erforderlichen Adressdaten anzugeben. Hierzu zählen insbesondere der eigene Vor- und Familienname mit eigener Anschrift bei Privatpersonen; der Name / Firma und Anschrift des handelnden Unternehmens bei kommerziellen Anzeigen. Der Verlag weist darauf hin, dass er Haftungsbeschränkungen des Auftraggebers nur im gesetzlich zulässigen Rahmen akzeptiert.

d) Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen. Der Verlag wendet bei Entgegennahme und Prüfung der Anzeigentexte die geschäftliche Sorgfalt an, haftet jedoch nicht, wenn er von den Auftraggebern irreführt oder getäuscht wird. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Ist der Kunde wegen der Wettbewerbswidrigkeit einer Anzeige abgemahnt oder ist ihm die Verbreitung dieser Anzeige gerichtlich untersagt worden, so ist hiervon die Anzeigenleitung schriftlich zu benachrichtigen. Sein Wunsch, die entsprechende Anzeige nicht zu veröffentlichen, kann vom Verlag nur berücksichtigt werden, wenn sein Schreiben einen Tag vor Anzeigenschluss für die betreffende Anzeige bei der Anzeigenleitung eingeht. Dem Auftraggeber obliegt es, den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen, die diesen aus der Ausführung des Auftrages, auch wenn er sinstiert sein sollte, gegen den Verlag erwachsen. Erscheinen sinstierte Anzeigen, so stehen auch dem Auftraggeber daraus keinerlei Ansprüche gegen den Verlag zu. Durch Erteilung eines Auftrages verpflichtet sich der Inserent, die Kosten der Veröffentlichung einer Gegendarstellung, die sich auf tatsächliche Behauptungen der veröffentlichten Anzeige bezieht, zu tragen, und zwar nach Maßgabe des jeweils gültigen Anzeigentarifs.

e) Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unrichtigem oder unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Nicht sofort erkennbare Mängel der Druckunterlagen begründen für den Auftraggeber keinen Anspruch auf Zahlungsminderung oder Ersatz. Wenn bei Wiederholungsanzeigen der gleiche Fehler unterläuft, ohne dass dieser nach dem ersten Auftreten durch den Auftraggeber sofort reklamiert wurde, erkennt der Verlag einen Ausgleichsanspruch nur für eine Anzeige an. Erscheint eine vereinbarte Ersatzanzeige nicht in angemessener Frist oder erneut nicht einwandfrei, kann der Auftraggeber von dem Vertrag zurücktreten. Bei fernmündlich aufgegebenen Anzeigen, Termin- und Ausgabenänderungen, Textkorrekturen und Abbestellungen übernimmt der Verlag für Übermittlungsfehler und fehlerhafte Aufzeichnungen keine Haftung. Die Zusicherung bestimmter Eigenschaften ist nur wirksam, wenn sie schriftlich durch die Anzeigenleitung erfolgt.

f) Anzeigenbelege werden nur auf Anforderung – entsprechend einheitlicher Vorgaben des Verlages – geliefert. Soweit möglich werden Zeilenanzeigen und Gestaltete Schwarz-Weiß-Anzeigen (bis zu einer Größe von 3 Spalten / 240 mm) als Beleg direkt auf der Rechnung abgedruckt. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so wird auf Wunsch statt dessen eine rechtsverbindliche Aufnahmebescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige ausgestellt.

g) Neue Anzeigenpreise treten mit dem aus der Preisliste ersichtlichen Zeitpunkt in Kraft. Dies gilt auch für laufende Rahmenverträge (Abschlüsse) und Auftragsaufträge. Für Einzelaufträge, die vor Bekanntgabe der neuen Preisliste erteilt wurden, gilt der alte Preis, sofern die Anzeige oder Beilage innerhalb von drei Monaten erscheinen sollte. Ein vom Verlag offerierter Privatpreis ist ein Sonderpreis, er kann nur für Aufträge gewährt werden, die kein kommerzielles oder finanzielles Interesse verfolgen. Es liegt im Ermessen des Verlages einen diesbezüglichen Nachweis vom Auftraggeber zu verlangen.

h) Der Verlag behält sich vor, für Anzeigen in Sonderveröffentlichungen und Verlagsbeilagen je nach Art und Erscheinungsweise sowie bei Abnahme von 200.000 mm und mehr, Sonderkonditionen zu vereinbaren.

i) Bei der Belegung von Kreis- bzw. Teilausgaben oder sonstigen Verlagsdruckschriften mit eigenen Preisen ist ein gesonderter Abschluss für die betreffende Ausgabe oder Kombination zu tätigen.

j) Die gewerbliche Verwertung von Zuschriften auf Anzeigen durch Dritte ist nicht gestattet.

k) Die Werbemittel sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden. Für die Zahlung der Mittlungsvergütung ist Voraussetzung, dass die Werbemittel auch die gesamte Auftragsabwicklung selbst übernehmen, d.h. die Aufträge dem Verlag unmittelbar erteilen und Texte bzw. Druckunterlagen direkt anliefern. Werbemittel haben zur Inanspruchnahme der Provision bei Auftragserteilung einen Nachweis für das Vorliegen einer entsprechenden Gewerbetätigkeit zu erbringen.

l) Anzeigen- und Beilagenaufträge lokaler Inserenten aus dem Verbreitungsgebiet werden zu Ortspreisen berechnet. Bei Auftragserteilung über Werbemittel erfolgt die Annahme und Berechnung zu den jeweiligen Grundpreisen.

m) Die Pflicht zur Aufbewahrung von Druckunterlagen endet drei Monate nach Erscheinen der jeweiligen Anzeige, sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen worden ist.

n) Platzierungsvorgaben sind nicht verbindlich.

o) Für die Abrechnung von Zeilenanzeigen ist die tatsächlich in der Zeitung abgedruckte Zeilenanzahl maßgeblich. Bei Chiffreanzeigen werden unter Umständen eine – manchmal auch zwei – zusätzliche Zeilen erforderlich.

p) Der Verlag ist berechtigt, in der Zeitung erscheinende Anzeigen ergänzend in die Online-Dienste des Verlages und ggf. seiner Online-Kooperationspartner einzustellen. Bei Anzeigen, die im Internet veröffentlicht werden, ist der Verlag berechtigt, die Anzeigen technisch zu bearbeiten und optisch zu verändern.

q) Ein Konzernrabatt wird nur bei privatwirtschaftlich organisierten Zusammenschlüssen gewährt, bei denen das abhängige Unternehmen mehrheitlich im Besitz der Obergesellschaft ist. Keine Anwendung findet er z.B. bei Zusammenschlüssen, bei denen Körperschaften des öffentlichen Rechts beteiligt sind.

r) Entsprechend § 33 BDSG weist der Verlag darauf hin, dass die Vertragsdaten in einer Datenverarbeitungsanlage gespeichert werden, auf Grund der gesetzlichen Aufbewahrungsfristen auch über den Zeitpunkt der Vertragserfüllung hinaus.

s) Farbanzeigen, die nicht das Mindestformat erreichen, werden mit der Mindestgröße und dem Farbmillimeter-Preis abgerechnet.

t) Der Auftraggeber ist damit einverstanden, dass die Frist der Versendung der Vorabankündigung (sog. Prenotification), durch welche mitgeteilt wird, dass der genannte Rechnungsbetrag von dem angegebenen Konto des Auftraggebers abgebucht wird, kürzer als 5 Tage ist.

**Technische Angaben**

<b>Grundschrift:</b>	Für Zeilenanzeigen wird in der Leipziger Volkszeitung die Schrift Franklin Gothic in der Schriftgröße 7,3 Punkt verwendet.		
<b>Rasterform:</b>	Elliptischer Punktraster 60 Linien/cm (150 lpi Rasterweite)	<b>Auflösung der Bilder:</b>	200 dpi nach Zeitungsstandard
<b>Rasterwinkelung:</b>	Schwarz = 45° / Cyan = 105° / Magenta = 75° / Gelb = 90°	<b>Druckreihenfolge:</b>	Schwarz-Cyan-Magenta-Gelb
<b>Tonwertumfang:</b>	Zeichnende Tiefe 87 %, Licht 5 %	<b>Schwärzung:</b>	Dichte 3,2 log
<b>Tonwertzunahme:</b>	Wir arbeiten entsprechend den Empfehlungen der Dachverbände nach Zeitungsstandard 26% Tonwertzuwachs. Zeitungsprofil „ISOnewspaper26v4.icc“ kostenlos zum Download unter <a href="http://www.ifra.de">www.ifra.de</a> .	<b>Max. Flächendeckung 4c:</b>	240%
<b>Papier:</b>	42,5 Gramm Zeitungsdruckpapier	<b>Druckverfahren:</b>	Offset Rotationsdruck
<b>Druckfarben:</b>	Farbangaben nach HKS-Z Farbfächer. 4-Farbdruck nach Eurokala für Zeitungsdruck. Sonderfarben werden im 4 Farbdruck erzielt.		
<b>Qualität:</b>	Geringfügige Farbabweichungen im Druck berechtigen nicht zu Ersatzansprüchen. Bei Anlieferung von Druckunterlagen, die von den Vorgaben abweichen, kann generell keine Gewähr für Qualitätsverluste bzw. für Druckausfall übernommen werden.		
<b>Archivierung:</b>	Druckunterlagen oder CDs werden nur auf Kundenwunsch zurückgeschickt. Eine Archivierung erfolgt für 3 Monate.		

**Digitale Druckunterlagen**Anlieferung über den internationalen Quickcut-Service möglich ([www.quickcut.de](http://www.quickcut.de))

<b>Hinweise:</b>	Eine gelieferte Anzeige erscheint nur, wenn ein eindeutiger Auftrag vorliegt. Gelieferte Anzeigen gelten als druckfreie Anzeigen, d.h. inhaltlich komplett. Nachbearbeitungen und inhaltliche Korrekturen können nicht bzw. nur bedingt ausgeführt werden. Bitte die Datenlieferung mit einem eindeutigen, auftragsbezogenen Namen versehen und jeder Übertragung eine Textdatei mit den konkreten Auftragsdaten, Ansprechpartner, Telefon- und Faxnummer beifügen.
<b>Telefon/Telefax:</b>	<b>Info-Nummer: 0341 2181-1314</b>
<b>E-Mail</b>	<b>anzeigenleitstand@lvz.de</b> (Bei Datenmengen über 10 MB empfiehlt sich der FTP-Upload – FTP-Zugang auf Anfrage)
<b>Hardware-Plattform:</b>	Windows 7
<b>Dateiformate:</b>	Lieferformat PDF 1.5 mit ZIP-Kompression. EPS- oder PDF-Dateien mit eingebundenen oder vektorisierten Schriften. Eingebundene Farbbilder nur im CMYK-Modus nach ISO-Standard Zeitungsdruck (ISOnewspaper26v4.icc), nicht im RGB- oder Duplex-Modus.





**Die nationale Power.**

Auflage über **5 Mio.**  
IVW-II 2013

Reichweite über **14 Mio.**  
ma 2013 TZ

**MEDIENHAUS  
DEUTSCHLAND**

**TZ PREMIUM SELECT**  
Qualität geht einfach.



**National.**

Wir bringen Ihre Anzeige Deutschlandweit in kaufkräftige Haushalte – und das zu einem attraktiven Preis.



**+3.000 EUR.**

Wir erreichen fast jeden vierten Kaufkräftigen in Deutschland mit einem HHNE + 3.000 EUR.\*



**Premium.**

Unsere Leser sind überdurchschnittlich gebildet und gehören zu den Leistungsträgern unserer Gesellschaft.\*



**Einfach und flexibel.**

TZ Premium Select bringt Sie mit nur einer einzigen Buchung in die über 40 hochwertigen regionalen Tageszeitungen unserer Partner.

**Kontakt:** Medienhaus Deutschland GmbH & Co.KG  
Zülpicher Straße 10 · 40549 Düsseldorf  
+49 211 50529010 · kontakt@mh-deutschland.de

\* ma 2013 TZ

## Unsere crossmediale Power.

Icon	Category	Key Metrics
	<b>TZ PREMIUM SELECT Print</b>	<b>Über 40 Titel.</b> Verkaufte Auflage: <b>Über 5 Mio.</b> Nationale Reichweite: <b>Über 14 Mio.</b> Titelselektion nach: <b>HHNE +3000 EUR.</b>
	<b>TZ PREMIUM SELECT Online</b>	<b>270 Newssites.</b> garantierte Ad-Impressions: <b>6 Mio.</b> Targeting auf: <b>HHNE +3000 EUR.</b>
	<b>TZ PREMIUM SELECT Mobile</b>	<b>Kampagnenverlängerung</b> durch Nutzung von Response-Elementen. In Kombination mit individuellen Landingpages.
	<b>TZ PREMIUM SELECT Social</b>	<b>Facebook Dialog</b> bei ausgewählten Fan-Pages unserer Partner.

**MEDIENHAUS DEUTSCHLAND**

LEIPZIGER VOLKSZEITUNG - Anzeigenpreisliste Nr. 25 a • Gültig ab 01.01.2016 • NIELSEN VII

**31 Verlagsvertretungen**



- 1 Anzeigenleitung Leipziger Volkszeitung**  
 Peterssteinweg 19, 04107 Leipzig  
 Telefon: 0341 2181-1500; Telefax: 0341 2110765  
 E-Mail: anzeigenleitung@lvz.de
  - 2 TZ-Media GmbH**  
 Prinzenallee 11a, 40549 Düsseldorf  
 Telefon: 0211 558560; Telefax: 0211 556595  
 E-Mail: info@tz-media.de; Internet: www.tz-media.de
  - 3 Verlagsbüro Krimmer GmbH**  
 Am Lindenbaum 24, 60433 Frankfurt/Main  
 Telefon: 069 530908-0; Telefax: 069 530908-50  
 E-Mail: frankfurt@krimmer.com; Internet: www.krimmer.com
  - 4 Verlagsbüro Krimmer GmbH**  
 Birkenwaldstraße 42 b, 70191 Stuttgart  
 Telefon: 0711 25943445; Telefax: 0711 25943449  
 E-Mail: stuttgart@krimmer.com; Internet: www.krimmer.com
  - 5 MAV Media Anzeigen-Verkaufs GmbH**  
 Stievestraße 16, 80638 München  
 Telefon: 089 745083-0; Telefax: 089 745083-25  
 E-Mail: info@mav-muenchen.com
  - 6 Verlags-Service Harendt**  
 Bülowstraße 66, 10783 Berlin  
 Telefon: 030 893827-0; Telefax: 030 893827-33  
 E-Mail: berlin@krimmer.com; Internet: www.krimmer.com
- NIELSEN I, VI und VII**  
 Schleswig-Holstein, Bremen, Hamburg,  
 Niedersachsen, Sachsen-Anhalt,  
 Sachsen, Thüringen
  - NIELSEN II**  
 Nordrhein-Westfalen
  - NIELSEN IIIa**  
 Hessen, Saarland,  
 Rheinland-Pfalz
  - NIELSEN IIIb**  
 Baden-Württemberg
  - NIELSEN IV**  
 Bayern
  - NIELSEN V und VI**  
 Berlin, Brandenburg,  
 Mecklenburg-Vorpommern

**Regionalansprechpartner**

<b>Leipzig</b>	Telefon: 0341 2181-1100
	Telefax: 0341 2181-1639
<b>Borna/ Geithain</b>	Telefon: 03433 2707-15
	03433 2707-16
	03433 2707-44
	Telefax: 03433 2707-14
<b>Delitzsch/ Eilenburg</b>	Telefon: 034202 3850-36
	034202 3850-37
	034202 3850-38
	Telefax: 034202 3850-40

<b>Muldental</b>	Telefon: 03425 9029-23
	03425 9029-25
	03425 9029-44
	Telefax: 03425 9029-90
<b>Döbeln</b>	Telefon: 03431 7195-36
	03431 7195-37
	Telefax: 03431 7195-40
<b>Oschatz</b>	Telefon: 03435 9768-37
	03435 9768-38
	Telefax: 03435 9768-39

<b>Altenburg</b>	Telefon: 03447 5749-37
	03447 5749-38
	Telefax: 03447 5749-40
<b>Torgau</b>	Telefon: 03421 7210-0
	Telefax: 03421 7210-50
<b>Naumburg</b>	Telefon: 03445 23078-36
	03445 23078-38
	Telefax: 03445 23078-39
<b>Dresden</b>	Telefon: 0351 8075-145
	Telefax: 0351 8075-149

A.11. Preisliste SZ

Mediadaten

Preisliste Nr. 79 – gültig ab 01. Oktober 2015

**Süddeutsche Zeitung – die Nr. 1!\***  
**Erstklassig. Reichweitenstark. Wirkungsvoll.**



\* Die Nr. 1 unter den überregionalen Qualitätstageszeitungen bei verkaufter Auflage und Reichweite (MA 2015, LAE 2015, IVW I/2015)

Seien Sie anspruchsvoll.

**Süddeutsche Zeitung**

## Stellenmarkt



Crossmedia	Laufzeit	Festpreise
<b>Stellenangebot auf SZ.de mit Content-Ad-Funktion</b>		
Aufpreis zur Printanzeige bis 399 mm	4 Wochen	200 €
Aufpreis zur Printanzeige ab 400 mm	4 Wochen	375 €

Preise/mm	s/w	farbig
<b>Stellenmarkt (bis zu 8 Anzeigenspalten)</b>	<b>14,40 €</b>	<b>19,75 €</b>

Beruf & Karriere	Festpreise
<b>Redaktionsseite (bis zu 6 Textspalten)</b>	
<b>Titelkopfanzeige</b> Breite 58,5 mm, Höhe 40 mm	<b>4.800 €</b>
<b>Textteilanzeige</b> Breite 58,5 mm, Höhe 80 mm Weitere Formate auf Anfrage	<b>7.100 €</b>
<b>Eckfeldanzeige</b> unter bzw. neben Text (1/4 Seite) Breite 183,5 mm, Höhe 264 mm	<b>27.800 €</b>

inkl. Veröffentlichung in der Digitalausgabe der Süddeutschen Zeitung

### HR-Image-Anzeige

Präsentieren Sie Ihre Firma, deren Ziele und Unternehmenskultur im Stellenmarkt der Süddeutschen Zeitung.

<b>1/1 Seite</b> Breite 371 mm, Höhe 528 mm	<b>1/2 Seite</b> Breite 184,5 mm, Höhe 528 mm
--	--

 <b>39.000 €</b>	 <b>25.000 €</b>
---	---

<b>1/4 Seite</b> Breite 184,5 mm, Höhe 264 mm	<b>1/8 Seite</b> Breite 184,5 mm, Höhe 132 mm
--	--

 <b>13.000 €</b>	 <b>7.900 €</b>
---	--

Preisliste Nr. 79 – gültig ab 01. Oktober 2015  
Alle Preise zzgl. gesetzlicher MwSt.

[www.sz-media.de](http://www.sz-media.de)

**Beratung und Buchung**  
Telefon: +49 89 / 21 83 - 10 30  
E-Mail: [anzeigenannahme@sueddeutsche.de](mailto:anzeigenannahme@sueddeutsche.de)

**Druckunterlagen:** [www.sz.de/upload](http://www.sz.de/upload)

**Schlusstermine**  
**Wochenendausgabe Stellenmarkt:**  
Donnerstag 11.00 Uhr  
mit Korrekturabzug: Mittwoch 12.00 Uhr  
**Redaktionsseite:**  
zwei Wochen vor Erscheinungstag  
**Sonderveröffentlichung:**  
zwei Wochen vor Erscheinungstag

**Agenturprovision:** 15 %

Rabatte:	Mengenstaffel
	für mm-Abschlüsse von mind.
3%	10.000 mm
5%	20.000 mm
8%	30.000 mm
10%	60.000 mm
12,5%	100.000 mm

### Berechnung Anzeigenmillimeter

- Anzeigenspalten x Höhe (mm) oder
- Textspalten x Höhe (mm) x Umrechnungsfaktor  
Umrechnungsfaktor: 1,333 von Text- in Anzeigenspalten

### Content-Ad-Funktion

Die Positionsbezeichnungen ausgewählter Online-Stellenanzeigen werden direkt auf Artikelenebene in den Ressorts Wirtschaft, Karriere und Wissen eingeblenDET - und zwar immer dann, wenn sie inhaltlich zum Thema passen.

## jobs.sz.de

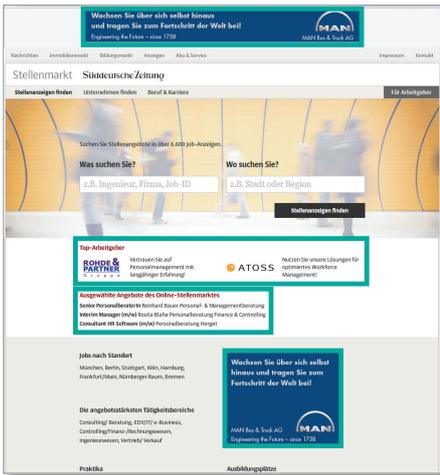
### Prominente Platzierungen auf der Startseite

#### Display

Skyscraper oder Superbanner  
Größe: 728 x 90 oder 120 x 600 Pixel  
**3.200 € pro Monat**

Wallpaper  
Größe: 728 x 90 + 120 x 600 Pixel  
**3.900 € pro Monat**

Medium Rectangle  
Größe: 300 x 250 Pixel  
**3.900 € pro Monat**



**Top-Arbeitgeber**  
Präsentieren Sie Ihr Unternehmen mit Logo, Text und Verlinkung auf der Startseite des Stellenmarktes.  
Preis: **390 € pro Woche**  
**890 € pro Monat**

**Premiumanzeige**  
Positionieren Sie Ihre aktuelle Stellenausschreibung zusätzlich direkt auf der Startseite des Stellenmarktes.  
Preis: **90 € pro Woche**

Online	Laufzeit	Festpreise
<b>Einzelanzeige</b>		
Standardanzeige pro ausgeschriebene Position mit Content-Ad-Funktion, Aktualisierung nach 14 Tagen	4 Wochen	<b>995 €</b>
Ausbildungsanzeige pro ausgeschriebener Position für eine berufliche Ausbildung mit Content-Ad-Funktion und Aktualisierung nach 14 Tagen	4 Wochen	<b>50 €</b>
Verlängerung der Laufzeit einer Einzelanzeige	4 Wochen	<b>470 €</b>
<b>Flexible Anzeigen-Stellplätze</b> Bei Laufzeiten von drei, sechs oder zwölf Monaten können Sie auf Ihrem gebuchten Stellplatz Ihre Stellenanzeigen beliebig oft erneuern, verändern oder verlängern.	3 Monate	<b>1.550 €</b>
	6 Monate	<b>2.950 €</b>
	12 Monate	<b>5.250 €</b>
<b>Kontingente auf Anfrage</b>		

Preisliste Nr. 79 – gültig ab 01. Oktober 2015  
Alle Preise zzgl. gesetzlicher MwSt.

[www.sz-media.de](http://www.sz-media.de)

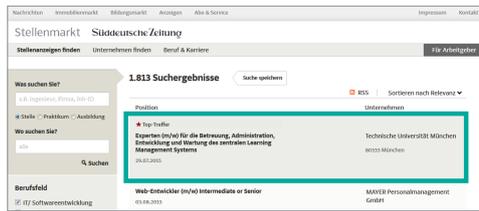
**Beratung und Buchung**  
Telefon: +49 89 / 21 83 - 97 33  
E-Mail: [stellen-online@sueddeutsche.de](mailto:stellen-online@sueddeutsche.de)

Gerne übernehmen wir für Sie die professionelle Gestaltung Ihrer Anzeigen inklusive Texteingabe und Kategorisierung.  
Preis: **130 €**

Detaillierte Informationen zu diesen und anderen Angeboten erhalten Sie auch unter [www.sz-media.de](http://www.sz-media.de).

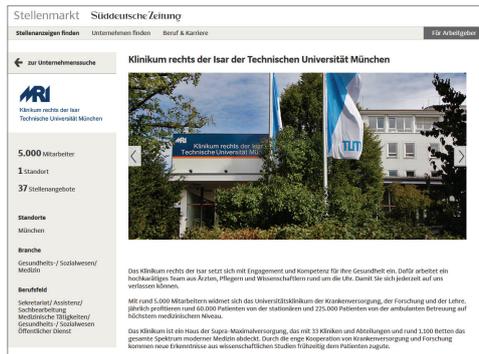
**Content-Ad-Funktion**  
Die Positionsbezeichnungen ausgewählter Online-Stellenanzeigen werden direkt auf Artikelbene in den Ressorts Wirtschaft, Karriere und Wissen eingebildet - und zwar immer dann, wenn sie inhaltlich zum Thema passen.

# jobs.sz.de



### Top-Treffer

Ihr Angebot steht farblich hervorgehoben an vorderer Stelle der Ergebnisliste bei passenden Suchanfragen. Zusätzlich werden die Positionsbezeichnungen der Top-Treffer auch in der Online-Ausgabe der Süddeutschen Zeitung auf den Übersichtsseiten der Ressorts Wirtschaft, Wissen und Karriere eingeblendet.  
 Preis: **395 € pro Woche**



### Unternehmensprofil

Mit dieser Darstellung in Text und Bildern können Sie Ihr Unternehmen Bewerbern ausführlich vorstellen. Beschreiben Sie Ihr Unternehmen und erläutern Sie Ihre Philosophie und Tätigkeitsbereiche. Ihre Online-Anzeigen werden direkt darunter eingeblendet. Zusätzlich erscheint neben Ihren offenen Positionen in der Ergebnisliste auf jobs.sz.de Ihr Firmenlogo.  
 Preis: **2.800 € pro 6 Monate**  
**4.500 € pro 12 Monate**

### Attraktive Print-Online-Kombinationen

#### Teaser-Anzeigen

Die Printanzeige im Festformat (ab 2sp/25 mm Höhe) erscheint mit Positionsbezeichnung, Firmenlogo in Farbe und Online-ID der Anzeige in der Wochenendausgabe im Stellenmarkt der SZ. Die ausführliche Online-Stellenausschreibung der Position steht vier Wochen auf jobs.sz.de online.  
 Preis ab **1.200 €**

#### Print mit Online-Paketen

Das Stellenangebot für eine Position wird vier Wochen unter jobs.sz.de und auf weiteren ausgewählten Jobbörsen veröffentlicht. Kombiniert wird dieses Online-Paket mit einer Farbanzeige im Festformat (ab 2sp/130mm Höhe) in der Wochenendausgabe im Stellenmarkt der Süddeutschen Zeitung.  
 Preis ab **3.744 €**

Preisliste Nr. 79 – gültig ab 01. Oktober 2015  
 Alle Preise zzgl. gesetzlicher MwSt.

### www.sz-media.de

#### Beratung und Buchung

Telefon: +49 89 / 21 83 - 97 33  
 E-Mail: [stellen-online@sueddeutsche.de](mailto:stellen-online@sueddeutsche.de)

Gerne übernehmen wir für Sie die professionelle Gestaltung Ihrer Anzeigen inklusive Texteingabe und Kategorisierung.  
 Preis: **130 €**

Detaillierte Informationen zu diesen und anderen Angeboten erhalten Sie auch unter [www.sz-media.de](http://www.sz-media.de).

## jetzt-Magazin

Die **jetzt**-Magazine bieten ihren Lesern Orientierung und Begleitung auf dem Weg vom Schulabschluss bis in die ersten Jahre der Selbstbestimmung, Berufstätigkeit und Selbständigkeit hinein. Sie sind kein Ratgeber zur beruflichen Weiterentwicklung im üblichen Sinne, sondern geben anhand von Reportagen und Geschichten über und von jungen Leuten Antworten auf Fragen. „Wie findet man seinen Weg in einer unübersichtlichen Welt?“ „Wer sagt, was richtig ist, wenn selbst die klassischen Autoritäten den Überblick über die sich rasant verändernde Welt verlieren?“

Nutzen Sie diesen Zugang zu der junge Zielgruppe: Die **jetzt**-Magazine liegen der **Süddeutschen Zeitung** bei, die täglich 1,13 Millionen Leser<sup>1</sup> erreicht.



### Zielgruppe Schüler

Rund 30.000 Exemplare der März- und Septemberausgabe des **jetzt**-Magazins werden von Lehrern aus dem gesamten Bundesgebiet angefordert und direkt an die Schüler verteilt. Mit diesen Heften erreichen Sie besonders gut die Schüler der höheren Klassen und der Abschlussklassen zwischen 16 und 19 Jahren sowie deren Eltern und Ausbilder.

### Zielgruppe Hochschulabsolventen

Unter den 1,13 Mio. Lesern der Süddeutschen Zeitung befinden sich rund 120.000 Studenten. Im April und Oktober wird das **jetzt**-Magazin zusätzlich an Universitäten und Fachhochschulen verteilt.<sup>1</sup>

### Anzeigenformate und Preise

#### 1/1 Seite

S: Breite 191 mm, Höhe 246,5 mm  
A: Breite 215 mm, Höhe 274 mm

Innenteil	17.900 €
U2	20.600 €
U3	19.700 €
U4	21.500 €

Die Printanzeigen im Format 1/1 Seite auf den Umschlagseiten erscheinen zusätzlich digital in der App-Ausgabe des **jetzt**-Magazins.

#### 1/4 Seite

hoch: S: Breite 45 mm, Höhe 246,5 mm  
A: Breite 56 mm, Höhe 274 mm  
quer: S: Breite 191 mm, Höhe 62 mm  
A: Breite 215 mm, Höhe 79,5 mm  
Eckfeld: S: Breite 94 mm, Höhe 122 mm

	6.000 €
--	---------

**Erscheinungstermine und weitere Formate auf Anfrage.**

Preisliste Nr. 79 – gültig ab 01. Oktober 2015  
Alle Preise zzgl. gesetzlicher MwSt.

[www.sz-media.de](http://www.sz-media.de)

### Beratung und Buchung

Telefon: +49 89 / 21 83 - 82 73  
Fax: +49 89 / 21 83 - 87 19  
E-Mail: [stellen-anzeigen@sueddeutsche.de](mailto:stellen-anzeigen@sueddeutsche.de)

**Druckunterlagen:** [www.sz.de/upload](http://www.sz.de/upload)

**Agenturprovision:** 15 %

### Reproformat Anschnitt

1/1 Seite 215 mm x 274 mm + 3 mm Beschnitt  
S = Satzspiegelformat; A = Anschnittformat

### Ausbildungsrabatt: 20 %

Dieser gilt nur für Anzeigen, in denen ausschließlich Auszubildende und Praktikanten gesucht werden. Entscheidend ist dabei das Anzeigenmotiv.

### Bildungsrabatt: 40 %

Dieser gilt ausschließlich für Bildungsangebote und Imageanzeigen von Bildungsträgern (Schulen, Hochschulen und Akademien).

### Schlusstermin

Fünf Wochen vor dem Erscheinungstag

<sup>1</sup> Media-Analyse (agma) 2015 Tageszeitungen

## A.12. Stellungnahme von Matthias Zagermann

imap://mail.stura.tu-dresden.de:143/fetch>UID>/INBOX/Sent...

Stellungnahme zum FA 16/115

**Betreff:** Stellungnahme zum FA 16/115  
**Von:** Matthias Zagermann <matthias.zagermann@stura.tu-dresden.de>  
**Datum:** 23.06.2016 19:42  
**An:** Sitzungsleitung Studenterrat <sitzungsleitung@stura.tu-dresden.de>  
**Kopie (CC):** sascha.schramm@stura.tu-dresden.de, jessica.walter@stura.tu-dresden.de, daniel.foerster@stura.tu-dresden.de

Hallo Leute,  
Ich würde gebeten mich zu im Betreff genannten Finanzantrag als Referent Datenschutz zu äußern:  
Ich befürworte die Beschaffung des Schrankes mit sechs beraterbezogenen Schließfächer. Nach Rücksprache mit einzelnen Beratern entspricht dies der Notwendigkeit infolge der gängigen Beratungspraxis sowie den für diese Unterlagen anzuwendenden - teilweise gesetzlich vorgeschriebenen - Schutzmaßnahmen.

LG, Matthias Zagermann

--  
Referent für Datenschutz  
Referat Technik  
Studenterrat der TU Dresden  
Heinrichstr. 10  
01069 Dresden  
Tel: 0351 46 33 29 42  
Fax: 0351 46 33 39 49  
E-Mail: datenschutz@stura.tu-dresden.de  
[ref.technik@stura.tu-dresden.de](mailto:ref.technik@stura.tu-dresden.de)

**Matthias Zagermann** <[technik@stura.tu-dresden.de](mailto:technik@stura.tu-dresden.de)>  
Referat Technik  
Geschäftsbereich Inneres  
Studenterrat der TU Dresden

--Anhänge:  
matthias\_zagermann.vcf 395 Bytes

von 1

23.06.2016 19:49