

Sitzungsunterlagen vom 20.10.2016 (Sondersitzung)

Erstellt am 17. Oktober 2016 von Matthias Lüth.

Inhaltsverzeichnis

| | |
|---|-----------|
| 1. Begrüßung und Formalia | 3 |
| 1.1. Besonderheiten bei außerordentlichen Sitzungen nach §22 GrO | 3 |
| 1.2. Meinungsabfrage zur Wahlordnung | 3 |
| 2. FA Antrag 15/106 KFZ | 4 |
| 3. Finanzantrag 16/107 3D Druckstift | 6 |
| 4. Antrag 16/108 Neubefassung FA 16/100 Beitritt zur FinV 16/17 der KSS | 8 |
| 5. Antrag 16/114 Anpassung des Ini-Antrag Büromöbel | 9 |
| 6. Finanzantrag 16/115 Schließfachschrank | 10 |
| 7. Geschlossene Sitzung | 11 |
| 8. Finanzantrag 16/131 Papierersatz fürs Plenum | 12 |
| 9. Antrag 16/136 Vertrag mit Nextbike | 13 |
| 10. Antrag 16/142 Stellungnahme zur Bereichsbildung, insbesondere im Bereich Geistes- und Sozialwissenschaften | 14 |
| 11. Finanzantrag 16/144 Fruchtgummis mit StuRa-Logo | 16 |
| 12. Info-Top Personalkonzept | 17 |
| 13. Antrag 16/146 Ersatzvertreter LSR | 18 |

| | |
|--|-----------|
| 14. Antrag 16/147 Vertreter*innenregelung LSR | 19 |
| 15. Finanzantrag 16/157 GründerTourBreslau#6 | 20 |
| 16. Antrag 16/153 Entwurf der Antwort auf die Anfrage von Matthias Zagermann | 21 |
| 17. Finanzantrag 16/158 Stellenausschreibung | 22 |
| 18. Finanzantrag 16/159 Unterstützung des PVT | 26 |
| 19. Antrag 16/160 1. Nachtragshaushalt für das Wirtschaftsjahr 2016-2017, 3. Lesung | 27 |
| 20. Antrag 16/161 Änderung der Personalstelle Buchhaltung | 28 |
| 21. Antrag 16/162 Änderung der Personalstelle Sozialberatung | 29 |
| 22. Antrag 16/163 Änderung der Personalstelle Technik | 30 |
| 23. Antrag 16/164 Änderung der Personalstelle Sozialberatung | 31 |
| 24. Antrag 16/165 Gründung einer Projektgruppe zur Einstellung | 32 |
| 25. Info-TOP Sachsenweites Semesterticket | 33 |
| 26. Sonstiges | 34 |
| A. Anhang | 35 |
| A.1. Tischvorlage KFZ | 36 |
| A.2. Änderungsantrag Daniel Förster | 37 |
| A.3. Antrag auf Neubefassung FinV 16/17 | 38 |
| A.4. Finanzantrag Büromöbel | 39 |
| A.5. Stellungnahme von Matthias Zagermann | 45 |
| A.6. Anlagen zum FA Papierersatz fürs Plenum | 46 |
| A.7. Anlage zum Datenschutz | 72 |
| A.8. Stationsvorschläge | 75 |
| A.9. Finanzantrag zum FA Fruchtgummis | 76 |
| A.10. DNN Preisliste | 102 |
| A.11. Folder Öffentlicher Dienst 16/17 | 122 |
| A.12. Stellenmarkt FAZ | 134 |
| A.13. NEUDDV Preisliste | 150 |
| A.14. Preisliste LVZ | 191 |
| A.15. Preisliste SZ | 223 |
| A.16. Finanzkalkulation PVT | 228 |
| A.17. Nachtragshaushalt für das Wirtschaftsjahr 16/17 | 230 |
| A.18. Entgeltgruppen | 236 |
| A.19. Stellenbeschreibung Finanzreferent | 237 |
| A.20. Eingruppierungsformular SB Kassenwart | 241 |
| A.21. Stellenbeschreibung Beratung | 242 |
| A.22. Eingruppierungsformular SB Sozialberater | 246 |
| A.23. Stellenbeschreibung Technik | 247 |
| A.24. Bewertung IT StuRa.pdf | 250 |

A.25. Stellenbeschreibung PR-Referent 251
A.26. Eingruppierungsformular SB Öffentlichkeitsarbeit StuRa 256

1. Begrüßung und Formalia

Diese Sondersitzung wurde auf Basis der Initiative eines Drittels der Mitglieder vom 15.09.16 einberufen, um unter anderem alle TOPs zu behandeln, die auf der StuRa-Sitzung vom 13.10.16 nicht mehr behandelt werden konnten.

5 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

- 10 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.

2. FA Antrag 15/106 KFZ

Antragsteller: Daniel Förster

Antragstext

- 5 Der StuRa beschließt sich ein KFZ für maximal 50.000 € anzuschaffen.

Das KFZ muss folgenden Anforderungen genügen:

- 1.) Personentransport von min. 6 Personen
- 2.) Transport von StuRa-Equipment, Zeltkiste mit einer Länge von 2,30m
- 3.) Sitze müssen einfach und für jedermann ausbaubar sein
- 10 4.) benötigte Führerscheinklasse B

Das KFZ soll folgende Ausstattung haben:

- A) Airbags, so viele wie möglich
- B) Parksensoren, vorn und hinten
- C) Navigation
- 15 D) Klimaanlage, auch für Mitfahrer
- E) Ersatzrad
- F) Versorgung mit 220V im Fahrgastraum
- G) Diesel
- H) min. 100 PS
- 20 I) abnehmbare Anhängerkupplung

Folgende Unterlagen müssen erstellt und durch das Plenum abgestimmt werden:

- I.) Ausleihrichtlinie
- II.) Nutzungsrichtlinie
- 25 III.) Übergabeprotokoll
- IV.) KFZ-Akte

siehe Anhang ab Seite 36 siehe Anhang ab Seite 37

Begründung

- 30 1.) Das KFZ soll für FSR'e auch für Fahrten zu Fachschaftentagungen genutzt werden. Umso mehr Personen damit transportiert werden können um so besser.
- 2.) Material welches beim StuRa ausgeliehen werden kann soll auch mit den Mitteln des StuRa transportiert werden. Wenn also eine StuRa-Veranstaltung ist, bei der die Soundanlage benötigt wird soll diese auch mit einer Fahrt transportiert werden, oder wenn der Pavillion benötigt wird ist es wichtig
35 das die Kiste mit dem Gestänge in das Auto passt.
- 3.) Wir können es nicht gewährleisten, dass immer zwei kräftige Personen zum Umbau vor oder nach der Ausleihe zur Verfügung stehen, deshalb sollen die Sitze so einfach wie möglich ausbaubar sein, so dass entweder eine Person oder auch zwei nicht so starke Personen diese ausbauen können.
- 4.) Die Führerscheinklasse B sollte das Maximale sein, nicht jeder Student hat einen Führerschein für
40 Anhänger(BE) oder sogar einen LKW-Führerschein(C/CE), da aber gerade sehr viele Studenten auch die Möglichkeit haben sollen das KFZ leihen zu können sollte das Fahrzeug mit B-Führerschein fahrbar sein

- A) Sicherheit geht vor, nicht jede Marke hat serienmäßig Airbags bei Beifahrer und Mitfahrer, da mir das aber äußerst wichtig ist sollte das KFZ auch so viele Airbags haben wie es möglich ist.
- B) Da das KFZ ein Bus/Transporter wird und nicht jeder die Größe gewohnt ist sollte aus Schutz und Sicherheit eine Einparkhilfe vorhanden sein. Als Mindestes sollten Piep-Parksensoren eingebaut sein.
5 Über eine Rückfahrkamera oder sogar einen Einparkassistenten kann man reden.
- C) Ich selbst bin ein Freund von Straßenkarten, doch heutzutage wird viel mit Handy navigiert. Für die bessere Bedienung und evtl. Stauupdates ect. sollte ein eingebaute Navigationsgerät mit eingebaut sein.
- D) Für die bessere Beheizung im Winter oder eine angenehme Temperatur im Sommer sollte darauf
10 geachtet werden, dass die eingebaute Klimaanlage auch für die Mitfahrer gedacht ist.
- E) Sollte es zu einem Unfall kommen, oder man eine Bordsteinkante zu schnell genommen worden sein, kann es passieren, das der Reifen nicht nur platt ist sondern auch die Felge verbeult ist. Eine Notreparatur via Reperaturspray ist dann unsinnig, außerdem ist dann die wiederverwendung des Reifen nicht möglich.
- 15 F) Für den Anschluß von PC's oder anderem sollte eine Versorgung mit 220V Bordstrom möglich sein, so können bei längeren Fahrten Laptops wieder aufgeladen werden.
- G) Diesel ist die bevorzugte Wahl bei Fahrzeugen die auch lange Wege vor sich haben. Die Laufleistung eines Dieselfahrzeuges ist höher als bei Benzinmotoren.
- H) Die PS Zahl sollte möglichst höher als 100 sein, da man viel Material und Personen transportiert
20 werden müssen.
- I) Es war der Wunsch einiger eine Anhängerkupplung mit einzuplanen, ich bin der Meinung wenn dann soll sie abnehmbar sein, da sie beim Be- und Entladen störend sein kann.
- I.) Da es eine sehr spezielle Anschaffung ist und es bestimmte Ausleihkreise geben soll muss eine spezielle Richtlinie zur Ausleihe geschrieben werden
- 25 II.) Die Nutzungsrichtlinie soll die StVO enthalten und bestimmte Sachen mehr enthalten.
- III.) Für das KFZ ist das momentane Übergabe-/Ausleihprotokoll nicht sinnvoll, daher sollte ein spezielles Formular für das Auto erstellt werden.
- IV.) Für das KFZ soll eine Akte mit Fotos erstellt und geführt werden, Inhalt soll auch sein, ein monatlicher Auszug aus den Ausleihen, Aufnahme von Schäden.

3. Finanzantrag 16/107 3D Druckstift

Antragsteller: Matthias Zagermann

Antragstext

- 5 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.

- Vorliegende Änderungsanträge:** Der Druckstift soll als Dauerleihgabe an eine thematisch passende Hochschulgruppe gegeben werden. Damit werden mögliche Hürden für Studenten für eine spontane, 10 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 15 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:

- 20
- 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 25 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.

- 30 Der 3D-Druckstift erfordert weder CAD-Vorkenntnisse noch eine zeit- und betreuungsintensive 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 35 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:

- 40
- 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 Zuckerwattemaschine - das Filament als abzurechnendes Verbrauchsmaterial nach verbrauchtem Gewicht in Rechnung zu stellen.

4. Antrag 16/108 Neubefassung FA 16/100 Beitritt zur FinV 16/17 der KSS

Antragsteller: Robert Georges (GF Finanzen)

5 Antragstext

Zum Beitritt zur FinV 16/17 wird das Finanzerveto eingelegt.

Begründung

siehe Anhang ab Seite 38

5. Antrag 16/114 Anpassung des Ini-Antrag Büromöbel

Antragsteller: Jessica Walter, Sascha Schramm, Daniel Förster

Antragstext

- 5 Die Summe des Finanzantrages wird auf insgesamt 1300 € erhöht. Die anzuschaffenden Gegenstände bleiben die gleichen.

siehe Anhang ab Seite 39

Vorliegende Änderungsanträge: Streiche den 80 x 80 cm Tisch und die zugehörigen Kosten von 180 € + MwSt, da genug Tische (auch kleine) im StuRa vorhanden sind.

10

Begründung

Leider haben wir bei der Aufstellung des Finanzantrages ein altes und damit unpassendes Angebot verwendet. Die Aktenschränke der aktuellen Serie im StuRa kosten jeweils 400 € plus MwSt., der kleine 80*80cm Tisch 180 € plus MwSt. Wir bitten den Fehler zu verzeihen und die Summe des Antrages

- 15 entsprechend zu erhöhen.

6. Finanzantrag 16/115 Schließfachschrank

Antragsteller: Jessica Walter, Sascha Schramm, Daniel Förster

Antragstext

- 5 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 45

Begründung

- 10 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,
- 15 dass andere Berater diese Unterlagen nicht in die Hände bekommen sollten, wenn sie ausschließlich für einen Berater bestimmt sind.

7. Geschlossene Sitzung

8. Finanzantrag 16/131 Papierersatz fürs Plenum

Antragsteller: Matthias Zagermann

Antragstext

- 5 Der Studentenrat möge die Beschaffung von 40 Tablets zur papierlosen Versorgung der Plenummitglieder mit den zur Sitzung notwendigen Unterlagen beschließen und dafür 4040 € bereitstellen.

siehe Anhang ab Seite 46

Begründung

- 10 erfolgt mündlich.

9. Antrag 16/136 Vertrag mit Nextbike

Antragsteller: Referat Mobilität (David Färber)

Antragstext

- 5 Der StuRa schließt einen Vertrag mit Nextbike zur Integration von SZ-Bike in das Studentenjahresticket. Dabei sollen folgende Randbedingungen gelten:
- Kündigungsmöglichkeit nach 5 Semestern Testphase, Start zum SS 2017 - 2,40 € als Teil des Semesterbeitrages pro Mitglied der Studentenschaft und Semester - Befreiungsmöglichkeiten gemäß BO der Studentenschaft - Nutzung von SZ-Bike in Dresden und Nextbike in Leipzig - Erste 30min einer
- 10 Ausleihe kostenfrei, je weiterer 30min 0,50 € und maximal 5 € /Tag - 500 Fahrräder in Dresden zzgl. 100 bei Vertragsabschluss - mindestens 17 neue Stationen gemäß Vorschlägen des StuRa TU & HTW Dresden - Sonderkündigungsrecht für Nutzer des RadCard-Tarifs

Begründung

- 15 Erfolgt mündlich mit einer Präsentation. Weitere Randbedingungen können gerne per Änderungsantrag ergänzt werden. Nach Beschluss kann eine Abstimmung der Stationsstandorte mit der Univerwaltung u. a. beginnen. Im Oktober ist noch eine Änderung der Beitragsordnung notwendig. Der Vertrag wird nach erfolgter Änderung der BO unterzeichnet.

siehe Anhang ab Seite 72

- 20 siehe Anhang ab Seite 75

10. Antrag 16/142 Stellungnahme zur Bereichsbildung, insbesondere im Bereich Geistes- und Sozialwissenschaften

Antragsteller: FSR WiWi, Matthias Lüth

5 Antragstext

Der StuRa beschließt und veröffentlicht folgende Stellungnahme: Die aktuellen Entwicklungen im Rahmen der Bereichsbildung an der TU Dresden führen in eine falsche Richtung. Insbesondere die mangelnde Beteiligung und die fehlende Transparenz wird kritisiert. Nur durch erhebliche Nachbesserungen ist das Projekt für alle universitären Statusgruppen vertretbar und sinnvoll.

- 10 Im Rahmen der Bewerbung für die zweite Förderphase der Exzellenzinitiative wurde an der TU Dresden ein Zukunftskonzept ausgearbeitet, das unter anderem eine Bildung von Bereichen in drei Phasen vorsieht. In den Bereichen werden bestehende Fakultäten zunächst zusammengefasst und ihre Aufgaben an die Verwaltungsinstanzen des Bereichs übertragen, so dass diese letztlich Großfakultäten darstellen. Ziel der Bereichsbildung ist die Nutzung von Synergieeffekten und die bessere Bewältigung
- 15 von Problemen bei Erhalt der wissenschaftlichen Vielfalt. Die Umstrukturierung wurde dabei insbesondere durch das Rektorat vorangetrieben und durch den Senat mit einer Grundordnungsänderung beschlossen. Der Imboden-Bericht zur Analyse des Erfolgs der Exzellenzinitiative zeigt im Abschnitt „Governance der Universitäten“ auf, dass für eine internationale Wettbewerbsfähigkeit zum einen eine starke Leitung mit Top-Down-Entscheidungen zum anderen aber auch Selbstverwaltungsgremien
- 20 mit Bottom-Up-Entscheidungen benötigt werden. Dieser Analyse laufen die Bereichsstrukturen doppelt entgegen, da sie einerseits die Beteiligung von unten kategorisch ausschließen und zum anderen die bestehende Leitungsebene Dekanat schwächen. Außerdem ist das Ergebnis der Analyse, dass Entscheidungen möglichst am Wirkungsort getroffen werden sollen, um die Verantwortlichkeit zu erhöhen. Mit der Hebung von Entscheidungen auf Bereichsebene entfernen sich die Leitungsebene und der Wirkungsort der Entscheidungen voneinander.
- 25

Zum aktuellen Zeitpunkt befindet sich der Bereich Geistes- und Sozialwissenschaften in der zweiten Phase der Transformation, d.h. zum aktuellen Zeitpunkt sollen von den bestehenden fünf Fakultäten im Bereich gemeinsame Aufgaben identifiziert und auf Bereichsebene zusammengefasst werden. Zu diesen identifizierten Aufgabenfeldern gehört auf Verwaltungsebene bspw. die Zusammenfassung von

30 Prüfungsämtern und Studienberatungen in „Studienbüros“. Welche weiteren gemeinsamen Aufgaben es derzeit gibt, ist allerdings unklar, da keine transparente Kommunikation durch den Bereich besteht. Bisherige Maßnahmen wie ein Bereichsnewsletter und die Ankündigung von Turnusgesprächen sind absolut unzureichend, um Kommunikationen und Informationen transparent zu gestalten.

Bei der Bildung der Bereiche gab es bisher keinerlei Einbeziehung der universitären Statusgruppen

35 (Professoren, Mitarbeiter und Studierende) und auch in der weiteren Entwicklung gibt es keine Anzeichen für eine künftige Einbindung. Es ist dabei nicht ersichtlich, warum die Statusgruppen trotz Initiativen ihrerseits nicht in den Entwicklungsprozess der Bereiche eingebunden wurden. Ebenfalls ist unklar, welche Ergebnisse die Bereichsbildung anstrebt und welche Erfolgsaussichten bestehen, da auch diese weder transparent kommuniziert noch gemeinsam entwickelt werden. Es hat den Anschein, dass die Bestrebung besteht, die Technische Universität verstärkt unternehmerisch mit Top-Down-Entscheidungen

40 von oben herab zu führen ohne die notwendige Balance zu den Bottom-Up-Entscheidungen der akademischen Selbstverwaltung herzustellen. Bei einem solchen Ansatz geht der Vorteil der gemeinsamen Gestaltung und Mitbestimmung verloren, der insbesondere gegenüber vielen Unternehmen der freien Wirtschaft besteht und einen Anreiz bei der Arbeitsplatzwahl darstellt.

In der aktuellen Phase werden alle Entscheidungen im Bereich durch das Bereichskollegium im Geheimen ohne anschließende Veröffentlichung der Protokolle getroffen. Die Entscheidungen der fünf Dekane, beraten durch die Bereichsdezernentin, sollen dem Subsidiaritätsprinzip folgen und somit richtungsweisend für den Bereich wirken. Entgegen dem im Hochschulbetrieb üblichen Prinzip wird eine Beteiligung der Statusgruppen auf Bereichsebene bisher systematisch ausgeschlossen, obwohl die Möglichkeiten dazu bestehen. Dieser kategorische Ausschluss ist nicht nachvollziehbar, da so der gegenseitige Informationsaustausch, die Interessenvertretung aller Statusgruppen und die Optimierung von Abläufen mit einer vollständigen Informationsbasis von Seiten des Bereichskollegiums verhindert wird. Die Notwendigkeit der Geheimhaltung von Informationen und Protokollen ist weder nachvollziehbar noch wird sie begründet.

Mit dem bisherigen Stand der Bereichsbildung deutet sich ein starker Demokratieverlust an, der nur durch erhebliche Nachbesserungen oder die Rückkehr zum System ohne Bereiche abgewendet werden kann. Ein weiterer Ausbau der Bereichsstrukturen mit einer Übertragung von Rechten der Fakultäten und Fakultätsräte an die Bereiche kann nur erfolgen, wenn alle Statusgruppen dabei einbezogen werden, ihre auf Fakultätsebene gesicherten Rechte erhalten bleiben und eine Verbesserung der Verwaltungs- und Entscheidungsprozesse an der TU erreicht wird.

Begründung

Ergibt sich aus dem Antragstext und vorangegangenen Berichte.

11. Finanzantrag 16/144 Fruchtgummis mit StuRa-Logo

Antragsteller: Claudia Meißner

Antragstext

- 5 Der StuRa beschließt 1200 € für die Anschaffung von Fruchtgummis mit StuRa-Logo
siehe Anhang ab Seite 76

Begründung

erfolgt mündlich.

12. Info-Top Personalkonzept

Antragsteller: Robert Georges (GF Finanzen)

5 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:

10 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.

15 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.

20 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.

13. Antrag 16/146 Ersatzvertreter LSR

Antragsteller: Robert Georges

Antragstext

- 5 Der Stura möge beschließen zukünftig einen 1. und einen 2.Ersatzvertreter in den LSR zu entsenden.

Begründung

- Der Studentenrat der TU Dresden (StuRa) hält als größte Universität des Freistaates Sachsen vier Sitze im Landessprecherinnenrat (LSR) der Konferenz der Sächsischen Studierendenschaften (KSS).
- 10 Durch Wahl entsendet der StuRa demnach vier Vertreter in den LSR. In der Vergangenheit zeigte sich allerdings, dass nicht immer alle gewählten Vertreter zu allen Sitzungen anwesend sein können. Entsprechend §4, Abs. 4 der Geschäftsordnung der KSS besteht die Möglichkeit der Stimmenübertragung, sodass ein anwesender Vertreter des StuRa notfalls alle vier Stimmen auf sich vereinigen könnte. Dieser Verfahrensweise hat sich der StuRa bisher verwehrt, da bei einer Stimmenhäufung auf eine oder
- 15 wenige Personen auch die Vielfalt der Meinungen und Ansichten verloren geht, obwohl die Vertreter womöglich genau wegen dieser gewählt worden sind. Um die Arbeitsfähigkeit der KSS aufrecht zu erhalten, aber auch die Meinungsvielfalt der Studierendenschaft der TU Dresden zu wahren, erscheint es sinnvoll zwei vom Plenum legitimierte Ersatzvertreter zu wählen. Zu den LSR-Sitzungen, zu denen ein Hauptvertreter nicht anwesend sein kann, erhalten sie von diesem das Stimmrecht übertragen.

14. Antrag 16/147 Vertreter*innenregelung LSR

Antragsteller: Claudia Meißner, Robert Hoppermann

Antragstext

- 5 Der StuRa möge 2 Vertreter*innenplätze für den LSR mit folgenden Auflagen ausschreiben: Die Ausschreibung und Entsendung erfolgen wie bei den bisherigen LSR-Entsandten. Die Entsandten können den Vertreter*innen ihre Stimme nach den Ordnungen der KSS übertragen. Eine Person darf nur 1 Stimme tragen.

10 **Begründung**

Auch wenn die LSR-Sitzungen immer sehr langfristig geplant sind, lässt sich trotzdem nicht immer gewährleisten, dass alle kommen können. Mit dieser Regelung soll dem Abhilfe geschaffen werden.

15. Finanzantrag 16/157 GründerTourBreslau#6

Antragsteller: GründerGarten e.V. (vertreten durch Wikentij Koshukow - Stellvertretender Finanzvorstand)

5 **Antragstext**

Für die Jährlich stattfindende GründerTour beantragen wir einen Zuschuss von 600 Euro. Auf einer 2 tägigen Tour durch Breslau werden 6 Start-Ups besucht und die Entstehungsgeschichte inklusive aller Herausforderungen diskutiert.

10 **Begründung**

Die GründerTour dient zur Vermittlung von Fachwissen und Know-How für Studenten jeder Fachrichtungen im Bereich vom Gründung, Unternehmertum und Selbstständigkeit. Dadurch werden die Studenten animiert sich mit dem Thema der Selbstständigkeit praktisch auseinander zu setzen und potentiell selbst zu gründen.

15 **Finanzaufstellung:**

- Ausgaben (für 20 Teilnehmer):
 - 500 Euro Hin- und Rückreise mit der Bahn
 - 100 Euro Ticket im Verkehrsverbund Breslau
 - 400 Euro Übernachtungskoten

20 – 300 Euro Verpflegungspauschale

- Gesamtausgaben: 1300 €

- Einnahmen:

- 600 Euro StuRa (für Reisekosten)
- 600 Euro Teilnehmergebühr (Für Übernachtung und Verpflegung)

25 – 100 Euro FSR WiWi (Für Übernachtung)

- Gesamteinnahmen: 1300 €

16. Antrag 16/153 Entwurf der Antwort auf die Anfrage von Matthias Zagermann

Antragsteller: Robert Georges (GF Finanzen)

5 **Antragstext**

Der StuRa möge folgenden Antwortvorschlag auf die Anfrage nach § 4a Grundordnung von Matthias Zagermann vom 04.07.2016 beschließen.

Begründung

- 10 Am 04.07.2016 wurde eine Anfrage gemäß § 4a Grundordnung der Studentenschaft der TU Dresden an den Studentenrat gestellt. Darin geht es um die Frage, ob zwei Finanzanträge zur selben Veranstaltung zulässig sind oder nicht. Diesbezüglich wurde auch um die konkrete Einschätzung des Geschäftsführer Finanzen zu zwei Veranstaltungen des FSR Maschinenwesen - Dies academicus und Konstruktionswettbewerb im Jahr 2016 - gefragt. Das Plenum hat daher die Anfrage zur Bearbeitung an den GF
- 15 Finanzen weitergeleitet und um einen entsprechenden Antwortvorschlag gebeten, welchen ich nun hiermit einreichen möchte.

17. Finanzantrag 16/158 Stellenausschreibung

Antragsteller: Jan-Malte Jacobsen

Antragstext

- 5 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

- 10 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 102

- 15 siehe Anhang ab Seite 122

siehe Anhang ab Seite 134

siehe Anhang ab Seite 150

siehe Anhang ab Seite 191

siehe Anhang ab Seite 223

- 20 Angebot Monster:

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 nach 14 Tagen
- Ihr Logo in der Suchergebnisliste [?](#)
- 14-Tage CAN-Anzeigenbanner [?](#)
- Design-Varianten zur Auswahl [?](#)

| Anzahl | Einzelpreis | Ersparnis |
|--------|-------------|-----------|
| 1 | 895€ | |
| 2-4 | 833€ | 62€ |
| 5 | 730€ | 165€ |

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 Seiten wie z.B. spiel
- Mobil optimiert für die Ansicht auf Handys und Tablets
- Erhalten Sie direkt mit Schaltung Ihrer Anzeige passende Lebensläufe aus unserer Lebenslauf
- Ihr Zufriedenheitsplus: Bei Bedarf verlängern wir Ihre Anzeige(n) kostenfrei. Beim Kauf

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 TOPSELLER | PREMIUM |
|---|---|--|--|
| Laufzeit [?] | 30 Tage | 30 Tage | |
| Persönliche Ansprechpartner [?] | ✓ | ✓ | |
| Unternehmensporträt [?] | ✓ | ✓ | |
| Individuelles Layout [?] | 295,- € | ✓ | |
| Refresh [?] | ✓ | ✓ | |
| Boost [?] | - | ✓ | |
| Highlight Job [?] | 395,- € | 395,- € | |
| E-Mail Push [?] | 595,- € | 595,- € | |
| Anzeigenoptimierung Plus [?] | - | - | |
| Laufzeitverlängerung (30 Tage) [?] | 595,- € | 595,- € | |
| | 920,- € | 1.410,- € 1.195,- € | 2.595,- € |
| |    | | |
| ✓ 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 | | | |

18. Finanzantrag 16/159 Unterstützung des PVT

Antragsteller: Jan-Malte Jacobsen

Antragstext

- 5 Der StuRa möge beschließen zur Unterstützung des StuRa der Universität Leipzig bei der Durchführung des Poolvernetzungstreffens (PVT) im Dezember 1000 € bereitzustellen.

Begründung

- 10 Der Studentische Akkreditierungspool veranstaltet in der Regel ein mal im Quartal ein Vernetzungstreffen als höchstes Entscheidungsgremium des studentischen Pools. Bei diesem Treffen werden verschiedene Anträge behandelt, aber auch inhaltsreiche Workshops durchgeführt. Im August letzten Jahres wurde dieses Vernetzungstreffen vom StuRa der TU Dresden durchgeführt. Nun hat sich der StuRa der Uni Leipzig bereiterklärt das nächste treffen auszurichten. Da eine derartige Veranstaltung jedoch einen großen finanziellen Aufwand bedeutet, hat der leipziger StuRa um unterstützung gebeten.
- 15 Traditionell sind im Pool eher die westlichen Hochschulen aktiv. Daher ist es sehr begrüßenswert, dass auch im osten der Republik das ein oder andere PVT stattfindet. Als größter StuRa Sachsens ist es auf jeden Fall angebracht sich an der Durchführung eines PVTs in Sachsen zu beteiligen, da auf diese Weise die sächsische Partizipation an eben diesem Treffen verbessert werden kann. Es ist angedacht, dass sich auch weitere StuRä an der Veranstaltung beteiligen.
- 20 siehe Anhang ab Seite 228

19. Antrag 16/160 1. Nachtragshaushalt für das Wirtschaftsjahr 2016-2017, 3. Lesung

Antragsteller: Robert Georges (GF Finanzen)

5 Antragstext

Der Stura möge den 1. Nachtragshaushalt für das Wirtschaftsjahr 2016-2017 beschließen.

siehe Anhang ab Seite 230

Begründung

- 10 Aufgrund der Auslastung einzelner Kontenpositionen und der Anmeldung weiterer nachträglicher Ausgaben, die im ursprünglichen Wirtschaftsplan nicht berücksichtigt wurden, ist die Verabschiedung eines Nachtragshaushaltes notwendig. Eine genaue Begründung der einzelnen Änderungen finden sich im Anhang bzw. können auf der Sitzung erläutert werden. Nach §11, Abs. 1 GO sind für den Haushaltsplan nur die 2. und 3. Lesung erforderlich.

20. Antrag 16/161 Änderung der Personalstelle Buchhaltung

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

Antragstext

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

siehe Anhang ab Seite 236

siehe Anhang ab Seite 237

siehe Anhang ab Seite 241

10 **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 Ruhe-

- stand gehen, ist eine Nachbesetzung der Stellen zwingend notwendig. Im Zuge dessen wurden auch die Stellenbeschreibungen überarbeitet, da die tatsächlich anfallenden Tätigkeiten mit den bisherigen
15 Stellenbeschreibungen nur noch wenig übereinstimmen. Nachdem der Antrag zum Personalkonzept am 21.07.2016 nicht bewilligt wurde und die Plenumsitzung 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
20 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
25 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.

21. Antrag 16/162 Änderung der Personalstelle Sozialberatung

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

Antragstext

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

siehe Anhang ab Seite 242

siehe Anhang ab Seite 246

10 **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
- 15 Stellenbeschreibungen nur noch wenig übereinstimmen. Nachdem der Antrag zum Personalkonzept am 21.07.2016 nicht bewilligt wurde und die Plenumsitzung 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
- 20 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
- 25 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.

22. Antrag 16/163 Änderung der Personalstelle Technik

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

Antragstext

- 5 Der Stura beschließt die Einrichtung einer Technikerstelle als Vollzeitstelle.

siehe Anhang ab Seite 247

siehe Anhang ab Seite 250

Begründung

- 10 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
- 15 21.07.2016 nicht bewilligt wurde und die Plenumsitzung 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
- 20 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. Zu beachten ist hierbei, dass aufgrund der inhaltlichen Tätigkeitsbeschreibung eine Eingruppierung nach TVL-Ost vorgegeben ist. Sowohl Stellenbeschreibung als auch Eingruppierung erfolgten nach Beratung durch Fachexperten von ver.di und
- 25 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.

23. Antrag 16/164 Änderung der Personalstelle Sozialberatung

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

Antragstext

- 5 Der Stura beschließt die Einrichtung einer Stelle für Öffentlichkeitsarbeit als Vollzeitstelle.

siehe Anhang ab Seite 251

siehe Anhang ab Seite 256

Begründung

- 10 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
- 15 am 21.07.2016 nicht bewilligt wurde und die Plenumsitzung 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
- 20 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
- 25 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.

24. Antrag 16/165 Gründung einer Projektgruppe zur Einstellung

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

Antragstext

- 5 Der Stura beschließt die Einrichtung einer Projektgruppe zur Personaleinstellung. Ziel ist die Bildung
je einer Einstellungskommission pro zu besetzender Stelle, die aus der Vielzahl von Bewerbungen dem
Plenum eine Anzahl geeigneter Bewerber zur Einstellung empfehlen soll. Sie besteht aus 5 stimmbe-
rechtigten Mitgliedern. Vorsitz führt der amtierende GF Personal, darüber hinaus soll ein Fachvertreter
aus der Exekutive für die zu besetzende Stelle Mitglied der Kommission sein. Die 4 Mitglieder sollen
10 durch Plenumsentsendung bestimmt werden.

Begründung

- In Anbetracht der zeitnahen Berentung unserer Angestellten müssen wir dringend für eine Neube-
setzung der Stellen sorgen. Sofern die Stellen beschlossen wurden, ist die Bildung von Einstellungs-
15 kommissionen, der die Sichtung und Auswahl der Bewerbungsunterlagen sowie die Durchführung der
Bewerbungsgespräche obliegen soll, zeitnah erforderlich. Die Kommissionen sollen dabei dem Plenum
eine Rangreihe der geeignete Bewerberinnen und Bewerber zur Einstellung vorschlagen. Da dies mit
erheblichem Zeitaufwand verbunden ist, soll den Mitgliedern auch die Möglichkeit zur Beantragung
von AEs gegeben werden.

25. Info-TOP Sachsenweites Semesterticket

Antragsteller: Robert Hoppermann

Am 23.08.2016 waren Bernd Hahn (TU Chemnitz) und Paul Hösler (Sprecher KSS) bei dem Treffen der Mitteldeutschen Verkehrsverbände in Görlitz. Im Dezember 2015 gab es schon das erste Treffen, woraufhin sich darauf geeinigt wurde, sich im August/September 2016 noch einmal zu treffen. Thematisch ging es um Wege zur Ermöglichung eines sachsenweiten Semestertickets.

Dafür wurde eingangs eine Übersicht über alle Semestertickets gegeben, die zum jetzigen Zeitpunkt bestehen. Anschließend folgte eine Diskussionsrunde, in der einerseits auf die finanzielle Situation der Studierenden hingewiesen wurde (BAföG und die nicht an die aktuellen Bedürfnisse angepasste Erhöhung des BAföGs zum Wintersemester 2016/17) und andererseits über die Vorstellung der Landesstudierendenvertretung über die Kosten für ein solches sachsenweites Semesterticket. Die Mitteldeutschen Verkehrsverbände wiesen darauf hin, dass sie verlässliche Zahlen brauchen, die belegen, dass ein sachsenweites Semesterticket überhaupt gewünscht wird. Generell besteht dennoch Interesse seitens der Verkehrsverbände, Sachsentickets für alle Studierendenschaften bereitstellen zu können.

An der TU Chemnitz wird gerade eine Befragung der Studierenden vorbereitet, da Verhandlungen zum Semesterticket in Chemnitz bevorstehen. Dieser Fragebogen soll als Grundgerüst für eine sachsenweite Befragung benutzt werden, damit an den einzelnen Standorten ein Bild darüber gewonnen werden kann. Sie soll aber vorerst in einem Ausschuss Semesterticket der KSS mit allen studentischen Mobilitätsreferent*innen besprochen werden.

Dem vorausgreifend soll ein Meinungsbild der StuRä eingeholt werden, um überhaupt den Bedarf abschätzen zu können und weitere Schritte planen zu können.

26. Sonstiges

A. Anhang

A.1. Tischvorlage KFZ

Sitzungsvorlage StuRa-Auto

Nutzungsszenarien

| | Kilometer | Zeitbedarf | Sonstiges | Fahrzeug |
|-------------------|-----------|------------|-----------|-------------------|
| Einkauf | 20 km | 4 h | | Kombi/Lieferwagen |
| Materialtransport | 20 km | 2 h | | Transporter |
| FSR-Fahrt | 200 km | 72 h | Fr - So | Kombi/Lieferw. |
| Bufata | 600 km | 96 h | | 9 Sitzer |
| Wahl Zittau | 220 km | 6h | | Kleinwagen |

Kosten für Szenarien (brutto):

| | Sixt | Lex | Carl & Carla | Europcar/ Unikonditionen | teilAuto |
|-----------------|----------|----------|--------------|--------------------------|----------|
| Einkauf | 66,54 € | 36,98 € | 29,00 € | 51,17 € | 11,60 € |
| Materialtransp. | 64,47 € | 41,18 € | 29,00 € | 59,55 € | 14,76 € |
| FSR-Fahrt | 129,10 € | 100,00 € | 195,00 € | 105,67 € | 119,48 € |
| Bufata | 475,12 € | 325,72 € | 260,00 € | 460,77 € | 426,50 € |

Abfrage Nutzungshäufigkeit: 14 Rückmeldungen von 22 (ohne IHI)

| | Einkauf | Materialtr. | FSR-Fahrt | Bufata | Zittau/Wahl |
|--------------------------|---------|-------------|-----------|--------|-------------|
| Summe 14 FSR | 20 | 70 | 29 | 5 | 0 |
| Summe 22 FSR (*22/14) | 31,4 | 110,0 | 45,6 | 7,9 | 0,0 |
| + | | | | | |
| StuRa | 2 | 5 | 15 | 0 | 2 |
| = | | | | | |
| Summe | 33,4 | 115,0 | 60,6 | 7,9 | 2,0 |

2.19 Nutzungen pro Jahr -> mehr als ein Auto notwendig?

Gesamtkosten je Anbieter und Jahr

| Sixt | Europcar/ Unikond. | Carl & Carla | eigenes VW | Lex | eigenes Mercedes | eigenes Ford | teilAuto |
|----------|--------------------|--------------|------------|----------|------------------|--------------|----------|
| 19.607 € | 16.281 € | 13.653 € | 13.645 € | 12.649 € | 11.336 € | 10.019 € | 9.573 € |

Anmerkungen:

- ohne Spritkosten, außer bei teilAuto
- ohne Personalkosten bei eigenem Kfz
- StuRa-Autos: Kaufpreis/6 (Abschreibungszeitraum) + ca. 330€ Steuer + 4656€ Versicherung + 500€ Service
- teilAuto Fahrer anlegen: 10€, dann Selbstbeteiligung 350€

A.2. Änderungsantrag Daniel Förster

Änderungsantrag zum Antrag 15/106 Anschaffung eines KFZ's

Antragsteller: Daniel Förster

Der StuRa möge den Antrag wie folgt ändern: Da die beantragte Summe über 25000€ liegt müssen wir eine Ausschreibung machen.

A.3. Antrag auf Neubefassung FinV 16/17



I
Sitzungsvorstand des Studentenrates
- im Haus -

Bearbeiter: Robert Georges
Geschäftsführer Finanzen
Fon: 0351 46334485
Fax: 0351 46333949
E-Mail: finanzer@stura.tu-dresden.de
Datum: 06.06.2016

Neubefassung FA 16/100 – Beitritt zur FinV 16/17 der KSS

Liebe Sitzungsleitung,

hiermit ersuche ich die Neubefassung des am 26.05.2016 beschlossenen Finanzantrages 16/100 (Beitritt zur FinV 2016/2017 der KSS).

Begründung:

Gemäß §3, Abs. 1 der Finanzordnung der Studentenschaft der TU Dresden (FO) bin ich als Geschäftsführer des Bereiches Finanzen verpflichtet, die einschlägigen Bestimmungen bei der Verwaltung der Einnahmen und Ausgaben der Studentenschaft einzuhalten.

Nach §10, Abs. 2, Satz 3 ist Anträgen, die einen finanzwirksamen Beschluss herbeiführen sollen, eine entsprechende Finanzaufstellung beizulegen.

Zwar enthielt der Antragstext selbst keine explizite, finanzwirksame Aufforderung, allerdings ergibt sich aus dem Beitritt zur Finanzvereinbarung 2016/2017 (FinV 16/17) der Konferenz der Sächsischen Studierendenschaften (KSS) eine Zahlungsverpflichtung für die Studierendenschaft der TU Dresden i.H.v. 0,25€ je Mitglied der Studierendenschaft (vgl. §4, FinV 16/17). Eine konkrete Antragssumme ist aus dieser Angabe allein nicht ersichtlich, da dem Antrag keine Berechnungsgrundlagen beigelegt waren. Für den einzelnen Entscheidungsträger im Plenum war daher nicht erkennbar, welche Gesamtkosten der Studierendenschaft der TU Dresden durch den Beitritt zur FinV 16/17 entstehen. Des Weiteren lag den Unterlagen kein Haushaltsplan über die geplante Mittelverwendung bei.

Zudem ist anzumerken, dass auf der Sitzung des Landessprecherinnenrates (LSR) am 12.03.2016 nur der textliche Teil der FinV 16/17 sowie der Grundsatzbeschluss zur FinV 16/17 beschlossen wurden. Eine Beitragsberechnung für die einzelnen Studierendenschaften wurde mangels Daten und Vorbereitung des KSS-Finanzers bisher nicht beschlossen. Die geplante Mittelverwendung für das Wirtschaftsjahr 2016/2017 wurde seitens der KSS bisher nicht veröffentlicht und auch nicht begründet. Ebenso wenig liegt kein zumindest vorläufiger Abschlussbericht für das vorangegangene Wirtschaftsjahr 2015/2016 vor.

Empfehlung:

Ich empfehle dem Plenum, den Antrag zu vertagen, bis durch die KSS die entsprechenden Berechnungsgrundlagen, die Übersicht der Mittelverwendung nebst Begründung der Positionen sowie ein zumindest vorläufiger Abschlussbericht des vorangegangenen Wirtschaftsjahres beschlossen und dem Studentenrat der TU Dresden zur Verfügung gestellt werden können. Der Antragssteller und Koordinator der KSS wurde durch mich hierüber bereits informiert.

Mit freundlichen Grüßen

Robert Georges
Geschäftsführer Finanzen und Inneres

Postadresse:
Studentenrat der TU Dresden
Helmholtzstr. 10
01069 Dresden

Besucheradresse:
StuRa – Haus der Jugend
George-Bähr-Straße 1e
01069 Dresden

Bankverbindung:
Ostsächsische Sparkasse DD
Bankleitzahl: 850 503 00
Konto: 312 026 3710

Kontakt:
Telefon: 0351 46332042
Telefax: 0351 46333949
E-Mail: stura@stura.tu-dresden.de

A.4. Finanzantrag Büromöbel



**TECHNISCHE
UNIVERSITÄT
DRESDEN**



Finanzantrag
An den StuRa TU Dresden

Angaben zur Antragsstellerin

Name, Vorname: Janina Hoff Walter

Straße, Nr.: _____

PLZ, Ort: _____

E-Mail-Adresse: _____

Telefonnummer: _____

Zahlungsmodalitäten

Zahlungsart: Bar oder Überweisung an:

Kreditinstitut: _____

IBAN: _____

BIC: _____

KontoinhaberIn: _____

Angaben zum Antrag

Gruppenname: _____

Antragsgegenstand: Nachbestellung Möbel

Betrag: 717 € Ausfallbürgschaft:

Antragstext, Kostenaufstellung und Begründung bitte per Mail an Finanzantrag@stura.tu-dresden.de (direkt in den E-Mail-Text, nicht in den Anhang).
Alle Ausgaben sowie Aufträge in Namen und auf Rechnung des Studierenden sind bedingten der vorherigen Anmeldung bei der Geschäftsführung Finanzen. Genehmigte und nicht abgeforderte Finanzanträge werden innerhalb von 4 Monate nach Bewilligung. Die Auszahlung erfolgt nach vollständiger Abrechnung und Einreichung der Originalbelege im Servicebüro.

Vom StuRa auszufüllen

Genehmigung

StuRa

Geschäftsführung: _____

Förderausschuss: _____

Anweisung

Konto: _____

Überweisung erfolgt FinanzreferentIn: _____

Bestätigung: Betrag bar erhalten

Von der Antragsstellerin auszufüllen

Datum: 25.10.16 Unterschrift: J. Walter

Sitzungsleitung: J. Hoff Datum: 16.10.16

ProtokollantIn: J. Hoff Datum: 17.10.16

GF Finanzen: _____ Betrag: _____

FinanzreferentIn: _____ Betrag: _____

Datum: _____ Unterschrift: _____

Postadresse:
StuRa - Haus der Jugend
Dresden
George-Bähr-Str. 1e
Heimholzstr. 10
01069 Dresden

Besucheradresse:
StuRa - Haus der Jugend
George-Bähr-Str. 1e
01069 Dresden

Bankverbindung:
Ostsächsische Sparkasse DD
BIC: OSDDDE33XXX
IBAN: DE
8650503003120263710

Kontakt:
Telefon: 0351-463-32043
Telefax: 0351-463-33949
E-Mail: stura@stura.tu-dresden.de



Kurze Beschreibung des Antragsgegenstandes (Veranstaltung / Honorar / Material / TeilnehmerInnenanzahl / ...)

Leider haben wir bei der ersten Bewertung einige Punkte beachtet, bei der es nur eine Bewertung gab. Hier hat 3 Klausurfragen, die noch nicht beantwortet waren.
Wo verbleibt übrig gebliebenes Material? (privat / Schenkung / Stura / FSRV ...)

Besteht die Möglichkeit, das Stura-Logo zu publizieren?

Sonstiges (Bemerkungen zur Zahlungsweise, Vorschläge zur weiteren Zusammenarbeit, etc.)
Möchte gerne was zu, da die neue Ordnung (gleiches) sein können. Soll ich die bereits angeforderten Infos ergänzen? Ich würde mich freuen, wenn Sie mir Rückmeldung geben.

Angaben zu den entstehenden Ausgaben (Auch Kosten angeben, die den Stura nicht betreffen)

| Betrag [€] | Verwendungszweck |
|------------|--|
| 500 € | 2 x Barzahlung (für 8. 17. 8. 6. 2.) wie die vorhergehenden |
| 105 € | Kosten für 3. 7. (Ergänzung zum ersten, Möglichkeit dann zu prüfen als Sitzungraum TU rufen) |
| 50 € | RfK / Versand |

Angaben zu den entstehenden Einnahmen (Auch Erträge angeben, die den Stura nicht betreffen)

| Betrag [€] | Quelle | Datum | Unterschrift |
|------------|--------|----------|--------------|
| 255 € | Stura | 25.10.16 | H. Müller |

Wir würden uns freuen, wenn Ihr auch den Evaluationsbogen für vom Stura geforderte Veranstaltungen (zu finden auf unserer Homepage, im Service-Büro oder bei der Referentin für Service und Förderpolitik) ausfüllen und uns zukommen lassen könnten.

Postadresse: Studentental der TU Dresden, Heinrichstr. 10, 01069 Dresden
Besucheradresse: Stura - Haus der Jugend, George-Bahr-Str. 1e, 01069 Dresden
Bankverbindung: Ostsächsische Sparkasse DD, BIC: OSDDDE33XXX, IBAN: DD 01 00 00 00 00 00 00 00 00 00 00 00, Kto-Nr.: 86930030003120263710
Kontakt: Telefon: 0351 463-32043, Telefax: 0351 463-32046, E-Mail: stura@stura.tu-dresden.de



Sitzungsvorstand des Studentenrates
- im Haus -

Bearbeiter: Robert Georges
Geschäftsführer Finanzen
Fon: 0351 46334485
Fax: 0351 46333949
E-Mail: finanzier@stura.tu-dresden.de
Datum: 09.06.2016

Antrag auf Neubefassung – Nachbestellung Möbel

Liebe Sitzungsleitung,

hiermit möchte ich folgenden Antrag auf Neubefassung zum TOP 3 des Protokolls der Geschäftsführer-
sitzung vom 06.06.2016 einbringen:

Antragsteller: Robert Georges (GF Finanzen)

Antragstext: Die Geschäftsführung überweist den Antrag in Plenum.

Begründung:

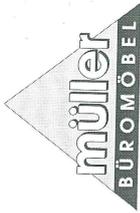
Auf der GF-Sitzung am 06.06.2016 wurde eine Nachbestellung von Möbeln i.H.v. 715€ (siehe Antrags-
formular) beschlossen. Hierbei handelt es sich um eine Änderung eines vom Stuka-Plenum am
17.12.2015 beschlossenen Antrages, sodass er auch vom Plenum diskutiert bzw. ggf. geändert und be-
schlossen werden sollte.

Postadresse:
Studenterrat der TU Dresden
Heinrichstr. 10
01059 Dresden

Beschickung:
Stura – Haus der Jugend
George-Bähr-Str. 6/1e
01059 Dresden

Bankverbindung:
Sparkasse Dresden
Bankleitzahl: 85050000000000000000
Konto: 312 026 370

Kontakt:
Telefon: 0351 46334042
Telefax: 0351 46333949
E-Mail: stura@stura.tu-dresden.de



Büromöbel Müller Dresden GmbH - Berliner Straße 1-3 - 01067 Dresden

Studentenrat TUD
 Georg-Bähr-Str. 1 e
 01069 Dresden

Telefon: 0351-46332042
 Fax: 0351-46333949

Bitte bei Rückfragen angeben

Datum : 14.06.2016
 Ihre Kundennummer: 06094
 Ihre Ust.-Id.-Nr. :
 Sachbearbeiter : Hr. Krüger
 Email: dkrueger@bmsofort.de
 Seite : 1

ANGEBOT Nr. : DD/0028489

| Pos. | Artikel-Nr. | Bezeichnung | Menge | KW | Einzelpreis € | Gesamt-€ |
|------|-------------|---|-------|----|---------------|----------|
| 1 | .AS6B/3/SG | Aktenschrank 6 OH Profi Ahorn - mit Schließung - Dreholive SG Streifenoptik BXTXH 80 x 40 x 216 cm | 2,00 | | 439,00 10% | 790,20 |
| 2 | .RH | separate Schließung 2x für Aktenschrank | 2,00 | | 19,50 | 39,00 |
| 3 | .BMH-S08/3 | Schreibtisch 80x80 cm Ahorn 4-Fuß-Gestell silber höhenstellbar 68-76 cm BXTXH 80 x 80 x 68-76 cm | 1,00 | | 199,00 10% | 179,10 |
| 4 | .LIEF | Lieferkosten (zur Verwendungsstelle - OHNE Montage) | 1,00 | | 30,00 | 30,00 |

+++ Rahmenbedingungen +++
 Bestellzeit: ca. 2-3 Wochen

| | | | | | | |
|------------|------------|-------|------|----------|-------------|------------|
| Nettosumme | 1.036,30 € | MwSt. | 19 % | 197,28 € | Gesamtsumme | 1.235,58 € |
|------------|------------|-------|------|----------|-------------|------------|

Zahlungsbedingung: Zahlung fällig 8 Tage ab Rechnungsdatum m. 2% Skonto

Dieses Angebot ist freibleibend, es gelten unsere allgemeinen Geschäftsbedingungen.

| | | | | | | | |
|---------------|----------|----------|------|--------------|-------|---------------------|----------|
| Gesamt-Brutto | 1.235,58 | Skonto % | 2,00 | Skontobetrag | 24,71 | Zu zahlender Betrag | 1.210,87 |
|---------------|----------|----------|------|--------------|-------|---------------------|----------|

Büromöbel Müller Dresden GmbH - Berliner Straße 1-3 - 01067 Dresden - Tel.: 0351-3 18 53-0 - Fax: 0351-3 18 53-53
 E-Mail: dresden@bmsofort.de - Geschäftsführer: Denis Krüger - HRB 26183 - Sitz und Registergericht: Dresden
 Ostsächsische SK Dresden - BLZ 850 503 00 - Kont.Nr.: 310 033 9265 - St.-Nr.: 203/106/11027 - UST-ID: DE 258179509
 IBAN DE41 8505 0300 3100 3392 66 BIC: OSDDDE33XXX

A.5. 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 wurde 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
cf.technik@stura.tu-dresden.de

Matthias Zagermann <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

A.6. Anlagen zum FA Papierersatz fürs Plenum



Finanzantrag

an den StuRa der TU Dresden

| Angaben zum Antragsteller | |
|---|---|
| Name, Vorname | Zagermann, Matthias |
| Straße, Nr. | [REDACTED] |
| PLZ, Ort | [REDACTED] |
| E-Mail | [REDACTED] |
| Telefon | bekannt |
| Zahlungsmodalitäten | |
| Zahlungsart | <input checked="" type="radio"/> bar oder <input type="radio"/> Überweisung an: |
| Kreditinstitut | |
| Kontonummer | Bankleitzahl |
| Kontoinhaber | |
| Angaben zum Antrag | |
| Gruppenname | Referat Technik |
| Antragsgegenstand | Papierersatz fürs Plenum |
| Betrag | € 4.040,00 <input type="checkbox"/> Ausfallbürgschaft |
| Antragstext, Kostenaufstellung und Begründung bitte per Mail an finanzantrag@stura.tu-dresden.de (direkt in den E-Mail-Text, nicht in den Anhang). Alle Ausgaben sowie Aufträge im Namen und auf Rechnung der Studentenschaft bedürfen der vorherigen Anmeldung bei dem Geschäftsführer Finanzen. Genehmigte und nicht abgerufene Finanzanträge verfallen vier Monate nach Bewilligung. Die Auszahlung erfolgt nach vollständiger Abrechnung und Einreichung der Originalbelege im Servicebüro. | |
| Datum | 22.06.2016 |
| Unterschrift | |
| vom StuRa auszufüllen | |
| Genehmigung | Datum |
| <input type="checkbox"/> StuRa | Sitzungsleitung |
| <input type="checkbox"/> Geschäftsführung | Protokollant |
| <input type="checkbox"/> Förderausschuss | |
| Anweisung | GF Finanzen |
| Konto | Betrag |
| Überweisung erfolgt | Finanzreferent |
| von der Antragsteller auszufüllen | |
| Bestätigung: Betrag bar erhalten | |
| Datum | Unterschrift |



Kurze Beschreibung des Antragsgegenstands (Veranstaltung / Honorar / Material / Teilnehmeranzahl / ...)

Der Studentenrat möge die Beschaffung von 40 Tablets zur papierlosen Versorgung der Plenumsmitglieder mit den zur Sitzung notwendigen Unterlagen beschließen und dafür 4040 € bereitstellen.
 Hierfür sind folgende Schlagworte anwendbar: Papier einsparen; Dokumente per Cloudshare-Over-WLAN (synchronisieren nur bei ohne-WLAN-Sitzungen); Durchsuchbarkeit der Dokumente; Alternative zum Einsatz privater Endgeräte; weil wir es können;

Wo verbleibt übrig gebliebenes Material? (privat / Schenkung / StuRa / FSR/ ...)

-

Besteht die Möglichkeit, das StuRa-Logo zu publizieren?

Sonstiges (Bemerkungen zur Zahlungsweise, Vorschläge zur weiteren Zusammenarbeit, etc.)

- Synchronisierung kann via StuRa-WLAN erfolgen (Daten aus Cloud auf Gerät kopieren)
- sofern Gerät dazu in der Lage ist: Einbindung eines eigenen USB-Sticks (für digitale Notizen etc.)

Angaben zu den entstehenden Ausgaben (Auch Kosten angeben, die den StuRa nicht betreffen.)

| Betrag [€] | Verwendungszweck |
|------------|------------------------------------|
| 3999,60 € | 40 Tablets, max. 99,99 € pro Stück |
| 40,40 € | Spesen (Versandkosten etc.) |

Angaben zu den entstehenden Einnahmen (Auch Erträge angeben, die den StuRa nicht betreffen.)

| Betrag [€] | Quelle |
|------------|--------------|
| 4040,00 € | Studentenrat |

Datum 22.06.2016

Unterschrift 

Wir würden uns freuen, wenn Ihr auch den **Evaluationsbogen** für vom StuRa geförderte Veranstaltungen (zu finden auf unserer Homepage, im Service-Büro oder bei dem Referenten für Service und Förderpolitik) ausfüllen und uns zukommen lassen könntet.

Postadresse:
 Studentenrat der TU Dresden
 Helmholtzstr. 10
 01069 Dresden

Besucheradresse:
 StuRa – Haus der Jugend
 George-Bähr-Straße 1e
 01069 Dresden

Bankverbindung:
 Ostsächsische Sparkasse DD
 Bankleitzahl: 850 503 00
 Konto: 3 120 263 710

Kontakt:
 Telefon: 0351 46332043
 Telefax: 0351 46333949
 E-Mail: stura@stura.tu-dresden.de

| | | |
|---|----------------------------------|----------------------|
| 99,00 € <small>inkl. MwSt., inkl. Versand</small> | Versandkosten Inland: | keine |
| auf Lager <small>☑️ Lieferzeit: 2-3 Tage</small> | Premium-Versand: | mit 2,99 € Aufschlag |
| | Lieferung an Packstation: | möglich |
| | Anschluss-Garantie: | zzgl. 8,00 € |

Artikel-Nr.: W707871
 Hersteller-Nr.: 29083C38
 EAN: 4016139055220

☑️ Kostenfreie Rücksendung 30 Tage lang möglich

Produktdaten

Überblick

Display: 25.7 cm (10.1 Zoll) 16:9 HD Multitouch-Display (1024 x 600 Pixel)
 Prozessor: Intel® Atom™ x3-C3230RK Quad Core (4 x 1.2 GHz); 1 GB DDR3-RAM
 Speicherkapazität: 16 GB Flash + microSD Karte (bis 32 GB)
 Senden und Empfangen von Telefonanrufen via eingebautem Mikrofon und Lautsprecher oder Headset,
 SMS- & MMS-Funktion; OTG-Fähig; A-GPS/GPS
 Eingebaute Kamera auf Front (VGA) & Rückseite (2MP); 3 Achsen G-Sensor;
 WLAN 802.11 b/g/n; Bluetooth 4.0;
 HSPA/UMTS & GSM/GPRS dank micro SIM-Karten-Einschub
 Grafikprozessor: Leistungsstarker ARM Mali-450MP4
 Betriebssystem: Android™ 5.1 Lollipop

Beschreibung

Odys Xelio plus 3G - überall mobil

Das Odys ist ein weiteres neues Flaggschiff der Odys Tablet PC Serie. Ein Tab ohne Kompromisse. Kompakt, flexibel und mobil dank 3 G, ausgestattet mit einem riesigem HQ Display (1024*600) von 25,7 cm (10,1 Zoll) und einem ultraschnellen 4x1,2 GHz Intel Atom X3 Quad Core Prozessor. Funktionsreich, fast wie ein Mini PC, aber mit einem Leichtgewicht von ca. 600 Gramm. Ideal für alle, die mobile Kommunikationsfreiheit erleben und leben möchten. So ist die Kombination aus Tablet PC mit mobilem Internet, Entertainment-Center, Ortungsdienst und optionaler Navigationsfunktion die perfekte Lösung für alle, die ein All-in-One Gerät suchen. Durch den Einsatz von Android 5.1 haben Sie über Googleplay Zugriff auf tausende praktische, lehrreiche und unterhaltsame Apps. Funktionen wie WLAN, 3G und Bluetooth sorgen auch unterwegs für einen leichten Datenaustausch auf lokale oder online gespeicherte Dokumente, auf die jederzeit zugegriffen werden kann. Auch der Genuss beim Ansehen von flashbasierenden Webseiten ist möglich. Das Arbeiten unterstützt die vorinstallierte Microsoft Office for Android Software und macht dadurch pure Freude. Ein kapazitives Display ermöglicht eine streichelzarte Bedienung, der schmale Rahmen und das hochwertige Gehäuse machen das Tab zu einem echten "Handschmeichler". Das neue Power Tab Odys Xelio plus 3G ist grenzenlose Vielfalt, immer und überall. Die Kombination aus 25,7 cm-Display für die Tablet-Anwendungen und dem Simlockfreien 3G Simkartenfach lässt Sie direkt und überall mit Familie, Freunden,

Kunden und Kollegen in Verbindung treten.

Schneller Internetzugang

Inhalte kommen Dank 3 G/UMTS oder mit dem schnellen WLAN b/g-Standard rasant auf den Schirm. Der super schnelle Intel Atom X3 Quad-Core Prozessor mit 4x1,2 GHz, der große 1 GB Arbeitsspeicher und der integrierte Chip sorgen bei der Darstellung dafür, das nichts ruckelt. Auf Wunsch geben Sie den schnellen Internetzugang auch an andere Ihrer Geräte wie Notebook über WLAN- oder USB-Tethering weiter.

E-Mail, Instant Messages, Social Networking und Kontaktdaten an einer zentralen Stelle

Der Odys Xelio plus 3G stellt eine Zentrale für alle Kommunikationswege zur Verfügung. Über diverse Apps oder den herkömmlichen Browser nutzen Sie alles an verfügbaren Netzwerken. Google +, Facebook, Twitter und vieles mehr macht Kommunikation und ein mobiles vernetztes Leben spielend einfach. Mit der integrierten Kamera halten Sie entweder alles digital fest und laden es auf Ihren Social network Account oder versenden diese per Mail oder nutzen sie, um mit Freunden und Bekannten weltweit zu skypen. E-Mails können selbstverständlich einfach und schnell verwaltet und bearbeitet werden.

Ortskundiger zum Mitnehmen

Der Odys Xelio plus 3G sagt Ihnen auch, wo Sie gerade sind und wie Sie woanders hinkommen. Mit GPS und Active GPS erhalten Sie die Möglichkeit der Ortsbestimmung aber auch die Möglichkeit über einen Drittanbieter eine vollwertige Navigationslösung an Bord zu nehmen, die Ihnen den optimalen Weg zeigt. Unabhängig davon, ob Sie zu Fuß, mit dem Rad oder mit dem Auto unterwegs sind, überzeugt der Odys Xelio Plus 3G als vielseitige und praktische Ortsbestimmung mit über großem Bildschirm.

Unerschöpflicher Lesestoff

Mit dem integrierten Reader haben Sie Zugriff auf unzählige Zeitschriften, Zeitungen und Bücher. Egal ob Sie nun im Supermarkt ein Rezept für ein gutes Essen suchen oder entspannt im Café oder im Park sitzen, der Odys Xelio plus 3G bietet anregenden Lesestoff. Die eigene Bücherei mit tausenden von Büchern kompakt und immer dabei. Das große aber dennoch handliche Format des Xelio plus 3G und der G-Sensor, welches ein automatisches Drehen ermöglicht, macht das Lesen auf dem scharfen 25,7 cm HQ Display zu einem natürlichen und ermüdungsfreien Erlebnis. Im Zusammenspiel mit einem Kopfhörer versorgt Sie der Xelio plus 3G, ob auf Reisen, im Garten oder gemütlich im Bett mit dem puren Kinoerlebnis und erstklassigem Musikgenuss. Ein zusätzliches Highlight ist die Wiedergabe von HD Videos. Der große 16 GB interne HDD Flash Speicher bietet genug Platz für die eine Videothek, wem das aber nicht reicht, kann durch eine Micro SD seine Video- und Musiksammlung fast endlos und flexibel erweitern. Nie wieder Langeweile egal ob auf Reisen oder zu Hause.

Bluetooth – Ihre musikalische Freiheit

Ein Highlight ist das integrierte Bluetooth 4.0 Modul. Neben seinem oben beschriebenen Nutzen in Sachen Telefonie macht es auch das Tablet in Sachen Musik zu Ihrem Liebling. Das qualitativ hochwertige Streaming der Lieblingsmusik oder Lieblingshörbücher an die BT Soundbar, den BT Lautsprecher oder an Ihr Bluetooth KFZ Mediacenter verwandelt den Xelio plus 3G zu einer tragbaren Jukebox.Mehr Power – mehr Unterhaltung. ... Alle paar Stunden aufladen? Nicht mit dem Odys Xelio plus 3G! Das kleine Unterhaltungswunder ermöglicht bis zu 5 Stunden Dauersurfen oder Videos gucken, bei 400 Std. Stand by. Ein Langstreckenflug oder die nervenaufreibende Bahnfahrt wird da zum Kinoerlebnis. Wer lieber die Augen schließen will und in die Musikwelt eintauchen möchte, kann dies bei bis zu 30 Stunden Dauerbetrieb, ohne mit der Wimper zu zucken, tun.

Hochwertiges HQ Display mit einer Auflösung von 1024*600 Pixel gepaart mit einem rasend schnellen Quad-Core-Prozessor Intel Inside

Der Intel Atom Quad-Core-Prozessor ist leistung pur. Die Hauptrecheninheit besitzt 4 Kerne und kann somit 4 Rechenprozesse gleichzeitig ausführen. Sie unterscheidet sich hiermit zu einem normalen Prozessor, der diese Prozesse hintereinander ausführen müsste und somit mehr Zeit benötigt. Mit seinen somit 4x1,2 GHz ist der Xelio in der Gesamtperformance und bei anspruchsvollen Anwendungen für die Zukunft bestens gerüstet.

Eigenschaften

Eingebauter wiederaufladbarer Li-Polymer Akku (5.800 mAh) · Ladegerät: Eingang: 100-240V, 50/60Hz, Ausgang: 5V, 2A via USB · Eingebautes Mikrofon und Stereolautsprecher, 3,5 mm Kopfhörerausgang · 3 Achsen G-Sensor · Eingebaute Kamera auf Front (VGA) & Rückseite (2MP).

Lieferumfang

ODYS Xelio 10 plus 3G Tablet + USB-Kabel, Ladegerät, + Schnellanleitung

Stichwörter

4260087120688, Odys, 29083C38, XELIO 10 plus 3G, Internet Tablet, Tablet Pc

Downloads

- 📄 Anleitung (Version 1)
- 📄 Anleitung (Version 1)

Technische Daten

| | |
|----------------------------------|-----------------------------|
| Bluetooth® Version: | 4.0 |
| Bluetooth®: | Ja |
| Speicherkartenslots: | microSD Karte (bis 32 GB) |
| Farbe: | Weiß |
| Höhe: | 16.3 cm |
| Breite: | 26.5 cm |
| Display (cm): | 25.7 cm |
| Display (Zoll): | 10.1 Zoll |
| Display-Format: | 16:9 |
| Display-Auflösung: | 1024 x 600 Pixel |
| Marke: | Odys |
| GSM-Frequenz: | 850 + 900 + 1800 + 1900 MHz |
| Prozessor-Kerne (Anzahl): | 4 x |

| | |
|----------------------------------|---|
| GPS integriert: | Ja |
| Kategorie: | Android-Tablet |
| Schnittstellen: | Bluetooth® + WLAN 802.11 b/g/n + Kopfhörer (3.5 mm Klinke) + Micro USB Host |
| Mobiles Internet: | WiFi + GSM/2G + UMTS/3G |
| Prozessor / Model: | x3-C3230RK |
| Prozessor-Serie: | Intel® Atom™ x3 |
| Besonderheiten: | WiFi / 3G + OTG-fähig + A-GPS |
| Telefonfunktion: | Ja |
| Speicherkapazität: | 16 GB |
| Betriebssystem (Version): | Android™ 5.1 Lollipop |
| Prozessor Taktfrequenz: | 1.2 GHz |
| Prozessor / Typ: | Quad Core |
| Arbeitsspeicher: | 1 GB |
| Speichertyp: | DDR3-RAM |
| SIM-Karte: | Micro SIM |
| Mitgel. Software: | Microsoft Office for Android vorinstalliert + Skype + OneDrive |
| Speichermedium: | Flash |
| UMTS-Frequenz: | 900 + 2100 MHz |
| Gewicht: | 577 g |

Geprüfte Sicherheit

Bequemes Bezahlen

Wir helfen Ihnen gerne weiter

Anfragen per Telefon:

☎ **0911 27430933**

(aus dem Ausland: +49 911 27430933)

Anfragen per E-Mail:

ANFRAGE STELLEN >

Impressum

AGB

Datenschutz

*Alle Preise inkl. MwSt. zzgl. Versand

Copyright © 2010-2016 Re-In Retail International GmbH

Geprüfte Sicherheit

Bequemes Bezahlen

Copyright © 2010-2016 Re-In Retail International GmbH. Alle Rechte vorbehalten. Alle Preise inkl. MwSt. zzgl. Versand

digitalo 

Computer & Zubehör ▾ **tablet android lollipop**

Alle **Kategorien** ▾

Computer Angebote Notebooks ▾ Tablets ▾ Desktop-PCs ▾ PC-Gaming ▾ Computer-Zubehör ▾ Komponenten ▾ Monitore ▾ Drucker ▾ Bestseller ▾ Software

Matthias' Amazon Angebote Gutscheine Verkaufen Hilfe

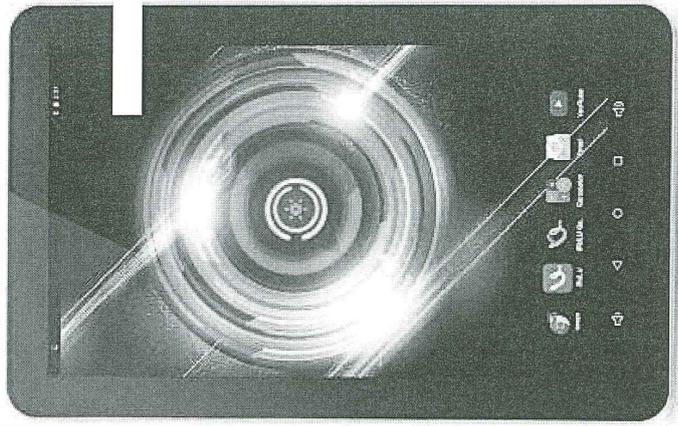
Hallo, Matthias **Mein Konto** ▾ Mein **Prime** ▾ Meine **Listen** ▾ **0** Einkaufswagen

Computer Angebote

← Zurück zu den Suchergebnissen für "tablet android lollipop"



... **Tablet PC (X1Plus), Quad**
Core i7, 16GB RAM, 16 GB
mit Auflösung 1024 * 600,



... sionen

...

... bestellen Sie innerhalb 5 Stunden
 ... an der Kasse. Siehe Details.
 ... und durch Amazon. Für weitere
 ... d Widerrufsrecht klicken Sie bitte auf

... mit Google Android 5.1 Lollipop-
 ... en; 1024 x 600 Pixel / Auflösung
 ... an 2,0 MP
 ... iterbar mit einer SD-Karte
 ... iden

Empfehlen

Hinzufügen Amazon Protect
 1-Jahr Geräte- &
 Diebstahlschutz für EUR 14,99

Menge:

Dieser Artikel kann nicht per 1-Click®
 bestellt werden.

Lieferort:
 Matthias Zagerman- Dresden

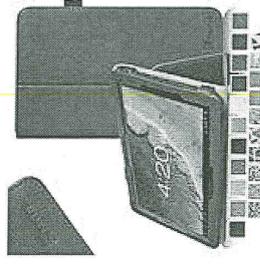
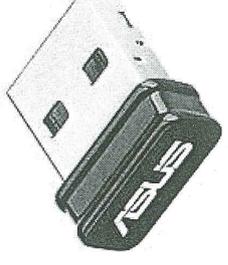
Andere Verkäufer auf Amazon

2 neu ab EUR 67,99

Möchten Sie verkaufen?

Für größere Ansicht Maus über das Bild ziehen

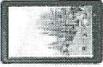
Kunden, die diesen Artikel gekauft haben, kauften auch

| | | | | |
|--|--|--|---|---|
|  |  |  |  |  |
| Fintie Folio Hülle Case Schutzhülle Tasche für 10.1" Android Tablet-PC Inklusive. iRULU eXpro... 51 EUR 13,99 | Fintie Folio Hülle Case Schutzhülle Tasche für 10.1" Android Tablet-PC Inklusive. iRULU eXpro... 51 EUR 13,99 | Fintie Folio Hülle Case Schutzhülle Tasche für 10.1" Android Tablet-PC Inklusive. iRULU eXpro... 51 EUR 13,99 | Asus USB-BT400 Nano Bluetooth-Stick (Bluetooth 4.0, Windows 10/8/7/XP (32/64 Bit)) schwarz 133 EUR 14,79 | Canon PG-510 / CL-511 Tintenpatronen Multipack 2 x 9 ml schwarz/mehrfarbig 302 EUR 26,81 (EUR 148,94 / 100 ml) |

Hinweise und Aktionen

- Wir haben für Sie eine Liste mit Hersteller-Service-Informationen zusammengestellt, für den Fall, dass Probleme bei einem Produkt auftreten sollten, oder Sie weitere technische Informationen benötigen.
- **Sie brauchen Hilfe beim Tablet-Kauf?** Finden Sie den passenden Tablet-PC speziell für Ihre Bedürfnisse ganz leicht mit unserem **Ratgeber Tablet-PCs**.

Welche anderen Artikel kaufen Kunden, nachdem sie diesen Artikel angesehen haben?

| | |
|---|---|
|  | IRULU eXpro X1Plus Tablet PC, Android 5.1 Lollipop, Quad Core, 16 GB Nand Flash, 10,1 Zoll mit HD-Auflösung 1024... |
| | 55 EUR 72,99 |
|  | IRULU eXpro 1Plus Tablet PC (X1Plus), Quad Core, Android 5.1 Lollipop, 1GB RAM, 8 GB Nand Flash, 10,1 Zoll mit... |
| | 6 EUR 74,99 |
|  | Fire, 17,7 cm (7 Zoll) Display, WLAN, 8 GB (Schwarz) - mit Spezialangeboten |
| | 2.983 EUR 49,99 |
|  | 500 Amazon Coins |
| | 327 EUR 4,80 |

Produktinformation

Größe und/oder Gewicht: 26 x 16,4 x 1 cm ; 558 g

Produktgewicht inkl. Verpackung: 1,1 Kg

Modellnummer: IRULU-eXpro X1Plus

ASIN: B01CCA900W

Im Angebot von Amazon.de seit: 4. März 2016

Durchschnittliche Kundenbewertung:

5 Kundenrezensionen

Amazon Bestseller-Rang: Nr. 5.459 in Elektronik (Siehe Top 100 in Elektronik)

Nr. 200 in Computer & Zubehör > Tablet PCs

Möchten Sie **Feedback zu Bildern** geben oder uns **über einen günstigeren Preis informieren**?

Produktbeschreibungen

IRULU ist ein professioneller Tablet-PC-Hersteller. Wir entwickeln Hochleistungs-Tablet PCs, die wir zu günstigen Preisen an Endkunden anbieten.

Seit 2011 hat iRULU jedes Jahr Millionen von Tablet PCs verkauft. Im Dezember 2014 wurden iRULU's Produkte vom Balancing Act-Programm des US Senders Lifetime TV als die besten Budget-High-Tech Produkte auserwählt.

Die Tablet-PCs von iRULU sind definitiv einen Versuch wert.

Technische Daten:

CPU: Quad-Core ARM Cortex-A7-CPU (4X1.3 GHZ)

Bildschirm: 10,1 Zoll mit 1024 * 600 Auflösung

RAM: 1 GB DDR3-RAM

ROM: 16 GB NAND Flash (erweiterbar auf 32 GB)

Kamera: Dual-Kamera (vorne und hinten) mit 0,3 MP vorne und 2 MP hinten

Konnektivität:

Wi-Fi (802.11 b, n, g)

3G Unterstützung: Ja via 3G Dongle (nicht im Lieferumfang enthalten)

Bluetooth 2.1

OTG Host

Lieferumfang:

1 x iRULU Tablet PC

1 x Handbuch

1 x USB Kabel

1 x Netzadapter

Kunden Fragen und Antworten

Fragen und Antworten anzeigen

Kundenrezensionen

5
4.2 von 5 Sternen

- 5 Sterne 2
- 4 Sterne 2
- 3 Sterne 1
- 2 Sterne 0
- 1 Stern 0

Sagen Sie Ihre Meinung zu diesem Artikel

Kundenrezensionen suchen

Alle 5 Kundenrezensionen anzeigen

Top-Kundenrezensionen

Klein aber fein

Von lev1n am 27. April 2016

Was erwartet man sich von einem Tablet, was 80€ kostet? - Bin zwar dennoch positiv überrascht aber habe zugleich auch einige Kritikpunkte. Dazu komme ich aber noch.

" Verpackung - Design "

Die Verpackung ist ziemlich schlicht gehalten. Es ist nur ein Pappkarton. Auf dieser befindet sich nur ein Aufdruck des Tablettahmens. Keine Bilder, Schriften oder sonstiges. Nur ein Logo mit kurzen Werbungen eben.

Designtechnisch finde ich das Gesamtpaket gut/ausreichend für den Preis. Die Kanten sind abgerundet. Die Größe ist in etwa so wie ein Ipad. Nur das dieser um einiges dicker ist. Ein Ladekabel und Usbkabel ist mitenthalten.

" Verarbeitung / Funktion des Produktes "

Das Tablet besteht aus Kunststoff. Wenn ich an der Frontseite auf den Rand drücke, merke ich, wie das Display ca 1mm sich verbiegen lässt. Man könnte meinen, mit etwas mehr Druck, zerbricht das Tablet.

Dem ist aber nicht so :

Android 5.1 funktioniert einwandfrei, läuft stabil und flüssig.

Apps, Pdfs, Videos usw laufen auch flüssig. Spiele die eine hohe Beanspruchungen (große Animationen etc) ruckeln extrem und sind nicht spielbar. (Getestet wurden Spiele wie: Marvel - Contest of Champions, Clash of Clans)

Touchscreen funktioniert überraschend gut, reagiert auch sehr schnell.

Ich habe das Tablet als Testprodukt bekommen und hätte es vielleicht sonst gar nicht gewagt, mir dieses Tablet anzuschaffen. Eltern, die ihren Kindern ein Tablet zulegen möchten, würde dieses Tablet ausreichen.

Es ist immer eine Frage, wie einer das Tablet benutzt, welche Funktionen und auch wofür. Lesen Sie weiter...

2 Kommentare 8 Personen fanden diese Informationen hilfreich. War diese Rezension für Sie hilfreich? Missbrauch melden

Das Rablet funktioniert einwandfrei

Von Yuliya am 30. April 2016

Die Preis-Leistung ist ok. Das Tablet funktioniert einwandfrei. Natürlich mit 1 Gb RAM nicht so schnell. Aber ich wusste das im voraus. Außerdem habe ich es bei den Blitzangeboten für 35 Euro bekommen, ich habe kein Recht zu meckern. Für diesen Preis gern wieder. Die Batterie hält 304 Stunden Spiel

Kommentar Missbrauch melden

Gutes Schnelles Tablet

Von Ady Sama am 14. April 2016

Habe mich für dieses Tablet entschieden da ich schon länger auf der Suche nach einem günstigen Tablet bin.

Das Tablet kam wie erwartet schnell und sicher verpackt bei mir an, immer wieder Super Service von Amazon.

Natürlich kann man nicht allzu viel erwarten von dem Tablet, jedoch ist es in meinen Augen die mehr als

100 € wert.

Android 5.1 bewegt sich wirklich super und flüssig drauf!

Man kann man damit prima YouTube schauen oder PDFs lesen uvm. Die mobilen apps laufen auch alle sehr schnell. Alles funktioniert sehr flüssig und ohne zu ruckeln. Akkulaufzeit geht bei mir bis jetzt immer über 3-4 Stunden, was meiner Meinung nach auch ganz gut ist.
Tastatur, Drucker und Maus werden sofort über Bluetooth oder WiFi erkannt.

Die Helligkeit vom Display ist ausreichend, bei nur 60% der Helligkeit. Daheim arbeite ich meist mit einer Helligkeitsstufe von 40-50%.

Die Qualität des Displays ist für diesen Preis ok, man erkennt zwar die Pixel deswegen auch ein Stern Punkte Abzug. Farben werden aber gut dargestellt.

Der Touchscreen reagiert gut und auch präzise, zumindest konnte ich noch keine fehlerhaften Eingaben feststellen.

Auch wenn das Tablet aus Plastik ist, wirkt dies doch relativ wertig. Es kracht nichts, wenn man leichten Druck auf das Gehäuse ausübt.

Fazit

Das Tablet ist keine Rechen-Maschine oder sonstiges :) Möchte man aufwändige Apps/Programme /Spiele betreiben, sollte man vielleicht doch ein paar Euro mehr drauf legen und ein anderes Tablet kaufen, das etwas mehr Power unterm Gehäuse bietet. Lesen Sie weiter... >

Kommentar 5 Personen fanden diese Informationen hilfreich. War diese Rezension für Sie hilfreich?

Für meinen Zweck genügt es

Von M. Mühling am 1. Juni 2016

Verifizierter Kauf

Das Bild finde ich schlimm, aber ich habe es als Steuergerät für Z21 gekauft, und dafür reicht es. Für den Preis sollte man nicht mehr erwarten.

Kommentar War diese Rezension für Sie hilfreich?

Sehr zufrieden. Für Senioren als Einstiegsmodell geeignet. Preis und Leistung sind

über einstimmend!

Von Ulro am 26. April 2016

Verifizierter Kauf

Gestern bestellt und heute frueh, sehr ordentlich verpackt, erhalten. Bin sehr zufrieden! Schnelle Einrichtung und Synchronisation mit Laptop, davor natürlich aufgeladen (2std.!).

Kommentar War diese Rezension für Sie hilfreich? Ja Nein

Missbrauch melden

Alle 5 Kundenrezensionen anzeigen (neueste zuerst)

Kundenrezension verfassen

Ähnliche Artikel finden

- Computer & Zubehör > Tablet PCs

Datenschutzerklärung von iRULU-DE

Versandbedingungen von iRULU-DE

Umtausch- & Rücknahme bei iRULU-DE



Zurück zum Seitenanfang

Über uns

- Karriere bei Amazon
- Pressemitteilungen
- Amazon und unser Planet
- Amazon gemeinsam
- Amazon Storys
- Amazon Logistikblog
- Impressum

Geld verdienen mit Amazon

- Jetzt verkaufen
- Partnerprogramm
- Versand durch Amazon
- Bewerben Sie Ihre Produkte
- Ihr Buch mit uns veröffentlichen
- Login und Bezahlen mit Amazon
- Werden Sie ein Amazon-Lieferant
- › Alle anzeigen

Amazon Zahlungsarten

- Amazon.de VISA Karte
- Kreditkarten
- Gutscheine
- Rechnung
- Bankeinzug
- Amazon Currency Converter
- Mein Amazon-Konto aufladen

Wir helfen Ihnen

- Lieferung verfolgen oder Bestellung anzeigen
- Versand & Verfügbarkeit
- Amazon Prime
- Rückgabe & Ersatz
- Meine Inhalte und Geräte
- Amazon App
- Amazon Assistent
- Hilfe



Sprache: DE - Deutsch >

- Australien
- Brasilien
- China
- Frankreich
- Großbritannien
- Indien
- Italien
- Japan
- Kanada
- Mexiko
- Niederlande
- Österreich
- Spanien
- USA

AbeBooks
Antiquarische
& gebrauchte Bücher

CreateSpace
Ihr Buch als gedruckte
Version veröffentlichen

Amazon BuyVIP
Shopping Club
für Mode

IMDb
Filme, TV
& Stars

Amazon Web Services
Cloud Computing Dienste
von Amazon

Kindle Direct Publishing
Ihr E-Book
veröffentlichen

Audible
Hörbücher
herunterladen

MYHABIT
Private Modeschöpfer
Verkäufe

Book Depository
Bücher mit kostenfreier
Lieferung weltweit

Shoppop
Designer
Modemarken

Warehouse Deals
Reduzierte B-Ware

ZVAB
Zentrales Verzeichnis
Antiquarischer Bücher

LOVEFILM
DVD & Blu-ray
Verleih per Post

Unsere AGB Datenschutzerklärung Impressum Cookies & Internet-Werbung © 1998-2016, Amazon.com, Inc. oder Tochtergesellschaften

Kaufberater

Kategorien

Angebote & Aktionen

ASUS Aktion - LAST CALL...

Gaming Special

Notebooks

Tablets

Neue Tablets

Galaxy TabPro S

Windows Tablet Kracher

Windows Tablets

Android Tablets

Acer

Apple iPad

ASUS

Blaupunkt

bq

Cavion

DELL

Fujitsu

Suchbegriff eingeben...

Startseite Tablets

Ihr Werbeblocker verhindert, dass sie hier ein **aktuelles Angebot** sehen!
Bitte erstellen Sie eine Ausnahme für notebooksbilliger.de

Odys Space 10 Plus 3G mit Telefonfunktion, 10,1" Display, Intel Atom Quad-Core, 1GB RAM, 16GB...

(1)

Artikelnummer: A 606681

Gültig solange der Vorrat reicht.

sofort ab Lager / 24h Express

SAME DAY heute zwischen
LIEFERUNG MÖGLICH 19 und 22 Uhr.

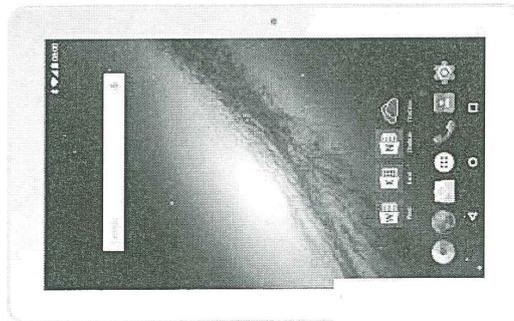
In diesen Stores erhältlich

99,00

inkl. MwSt.

UVP: 139,00 Euro

In den Warenkorb



Wunschkonfigurator:



Speicherkarte

WERBUNG GEBLOCKT:

Sie verpassen unsere aktuellen Angebote und Aktionen!
Bitte erstellen Sie eine Werbeblocker Ausnahme für unsere Seite

Merken Vergleichen



Jetzt die Big Ben Tablettasche dazu kaufen und 40% sparen!

7,99 EURO

Statt: 13,32 Euro

Beides in den Warenkorb



Inklusive **Microsoft Office 365 Personal** mit Word, Excel, PowerPoint, OneNote und Outlook

25,00 EURO

Beides in den Warenkorb

- SanDisk 16GB Ultra microSD Sp... **12,99 EURO**
- SanDisk 32GB Ultra microSD Sp... **13,99 EURO**
Ersparnis: 6,00 Euro (30%)
- SanDisk 64GB Ultra microSDC S... **17,99 EURO**
Ersparnis: 7,00 Euro (28%)

Taschen & Stift

Schutz & SIM

TOP Zubehör

BLOG NEWS



Kurztest: MP Man MPQC730 Tablet mit 7" Multitouch-Display

...
Tipp: Das MP Man MPQC730 Tablet findet Ihr bis zum 17.01.2016 für ...

[weiterlesen](#)

[PDF Druckansicht](#)

[Produktbeschreibung](#)
[Technische Daten](#)
[Kundenbewertungen](#)
[Fragen & Antworten](#)

[Weitere Infos](#)

Der Odys Space plus 3G ist ein weiteres neues Flaggschiff der Odys Tablet PC Serie. Ein Tab ohne Kompromisse. Kompakt, flexibel und mobil dank 3G, ausgestattet mit einem riesigem HQ Display (1024*600) von 25,7 cm (10,1 Zoll) und einem ultraschnellen 4x1,2 GHz Intel Atom X3 Quad Core Prozessor. Funktionsreich, fast wie ein Mini PC, aber mit einem Leichtgewicht von ca. 600 Gramm. Ideal für alle, die mobile Kommunikationsfreiheit erleben und leben möchten. So ist die Kombination aus Tablet PC mit mobilem Internet, Entertainment-Center, Ortungsdienst und optionaler Navigationsfunktion die perfekte Lösung für alle, die ein All-in-One Gerät suchen. Durch den Einsatz von Android 5.1 haben Sie über Googleplay Zugriff auf tausende praktische, lehrreiche und unterhaltsame Apps. Funktionen wie WLAN, 3G und Bluetooth sorgen auch unterwegs für einen leichten Datenaustausch auf lokale oder online gespeicherte Dokumente, auf die jederzeit zugegriffen werden kann. Auch der Genuss beim Ansehen von flashbasierenden Webseiten ist möglich. Das Arbeiten unterstützt die vorinstallierte Microsoft Office for Android Software und macht dadurch pure Freude. Ein kapazitives Display ermöglicht eine streichelzarte Bedienung, der schmale Rahmen und das hochwertige Gehäuse machen das Tab zu einem echten "Handschmeichler". Das neue Power Tab Odys Space plus 3G ist grenzenlos vielfältig, immer und überall. Die Kombination aus 25,7 cm-Display für die Tablet-Anwendungen und dem Simlockfreien 3G Simkartenfach lässt Sie direkt und überall mit Familie, Freunden, Kunden und Kollegen in Verbindung treten.

Schneller Internetzugang

Inhalte kommen Dank 3G/UMTS oder mit dem schnellen WLAN b/g-Standard rasant auf den Schirm. Der super schnelle Intel Atom X3 Quad-Core Prozessor mit 4x1,2 GHz, der große 1 GB Arbeitsspeicher und der integrierte Chip sorgen bei der Darstellung dafür, das nichts ruckelt. Auf Wunsch geben Sie den schnellen Internetzugang auch an andere Ihrer Geräte wie Notebook über WLAN- oder USB-Tethering weiter.

E-Mail, Instant Messages, Social Networking und Kontaktdaten an einer zentralen Stelle

Der Odys Space plus 3G stellt eine Zentrale für alle Kommunikationswege zur Verfügung. Über diverse Apps oder den herkömmlichen Browser nutzen Sie alles an verfügbaren Netzwerken. Google +, Facebook, Twitter und vieles mehr macht Kommunikation und ein mobiles vernetztes Leben spielend einfach. Mit der integrierten Kameras halten Sie entweder alles digital fest und laden es auf Ihren Social network Account oder versenden diese per Mail oder nutzen sie, um mit Freunden und Bekannten weltweit zu skypen. E-Mails können selbstverständlich einfach und schnell verwaltet und bearbeitet werden.

Audio, Video & Car

Ortskundiger zum Mitnehmen

Der Odys Space plus 3G sagt Ihnen auch, wo Sie gerade sind und wie Sie woanders hinkommen. Mit GPS und Active GPS erhalten Sie die Möglichkeit der Ortsbestimmung aber auch die Möglichkeit über einen Drittanbieter eine vollwertige Navigationslösung an Bord zu nehmen, die Ihnen den optimalen Weg zeigt. Unabhängig davon, ob Sie zu Fuß, mit dem Rad oder mit dem Auto unterwegs sind, überzeugt der Odys Space Plus 3G als vielseitige und praktische Ortsbestimmung mit übergroßem Bildschirm.

Server, ThinClients & USV

Unerschöpflicher Lesestoff

Mit dem integrierten Reader haben Sie Zugriff auf unzählige Zeitschriften, Zeitungen und Bücher. Egal ob Sie nun im Supermarkt ein Rezept für ein gutes Essen suchen oder entspannt im Café oder im Park sitzen, der Odys Space plus 3G bietet anregenden Lesestoff. Die eigene Bücherei mit tausenden von Büchern kompakt und immer dabei. Das große aber dennoch handliche Format des Space plus 3G und der G-Sensor, welches ein automatisches Drehen ermöglicht, macht das Lesen auf dem scharfen 25,7 cm HQ Display zu einem natürlichen und ermüdungsfreien Erlebnis. Im Zusammenspiel mit einem Kopfhörer versorgt Sie der Space plus 3G, ob auf Reisen, im Garten oder gemütlich im Bett mit dem reinen Kinoerlebnis und erstklassigem Musikgenuss. Ein zusätzliches Highlight ist die Wiedergabe von HD Videos. Der große 16 GB interne HDD Flash Speicher bietet genug Platz für die eine Videothek, wenn das aber nicht reicht, kann durch eine Micro SD seine Video- und Musiksammlung fast endlos und flexibel erweitern. Nie wieder Langeweile egal ob auf Reisen oder zu Hause.

0% Finanzierung

Bluetooth – Ihre musikalische Freiheit

Ein Highlight ist das integrierte Bluetooth 4.0 Modul. Neben seinem oben beschriebenen Nutzen in Sachen Telefonie macht es auch das Tablet in Sachen Musik zu Ihrem Liebling. Das qualitativ hochwertige Streaming der Lieblingsmusik oder Lieblingshörbücher an die BT Soundbar, den BT Lautsprecher oder an Ihr Bluetooth KFZ Mediacenter verwandelt den Space plus 3G zu einer tragbaren Jukebox.Mehr Power – mehr Unterhaltung. ... Alle paar Stunden aufladen? Nicht mit dem Odys Space plus 3G! Das kleine Unterhaltungswunder ermöglicht bis zu 5 Stunden Dauersurfen oder Videos gucken, bei 400 Std. Stand by. Ein Langstreckenflug oder die nervenaufreibende Bahnfahrt wird da zum Kinoerlebnis. Wer lieber die Augen schließen will und in die Musikwelt eintauchen möchte, kann dies bis bis zu 30 Stunden Dauerbetrieb, ohne mit der Wimper zu zucken, tun.

Restposten & Gutscheine

Gebraucht- & Vorführware

Campusprogramm

Samsung Wechselwochen

Service & Support

Infocenter / Hilfe

Kundenkonto

Karrierecenter

Ladengeschäfte: Hannover
/ München / Düsseldorf

Öffentliche Auftraggeber

Forum

notebooksbilliger.de Blog

Hochwertiges HQ Display mit einer Auflösung von 1024*600 Pixel gepaart mit einem rasend schnellen Quad-Core-Prozessor

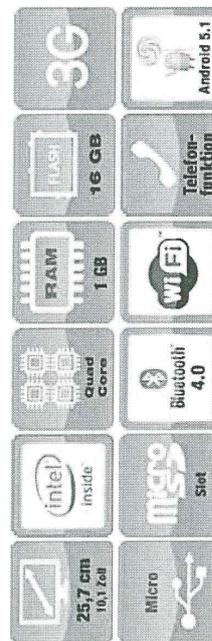
Intel Inside

Der Intel Atom Quad-Core-Prozessor ist leistung pur.

Die Hauptrecheninheit besitzt 4 Kerne und kann somit 4 Rechenprozesse gleichzeitig ausführen. Sie unterscheidet sich hiermit zu einem normalen Prozessor, der diese Prozesse hintereinander ausführen müsste und somit mehr Zeit benötigt. Mit seinen somit 4x1,2 GHz ist der Space in der Gesamtleistung und bei anspruchsvollen Anwendungen für die Zukunft bestens gerüstet.

Das Odys Space 10 Plus 3G zeichnet sich durch folgende spezifische Produkteigenschaften aus:

- Display: 10,1 Zoll kapazitives Multitouch-Display
- Auflösung: 1024 x 600 Pixel
- Prozessor: Intel® Atom™ x3-C3230RK Quad-Core Prozessor (bis zu 1,2 GHz)
- Grafikkarte: ARM Mali 450
- Arbeitsspeicher: 1 GB DDR3 RAM
- Speicher: 16 GB, erweiterbar über microSD um bis zu 32 GB
- Netzwerk: 3G, WLAN 802.11 b/g/n, Bluetooth 4.0
- Akku: 5800 mAh
- Abmessungen (B x H x T): 265 x 163 x 10,2 mm
- Gewicht: 577 g
- Sound: Lautsprecher, 3,5 mm-Anschluss
- Kameras: 2-Megapixel-Kamera (Rückseite), VGA-Kamera (Vorderseite)
- Betriebssystem: Android 5.1
- Besonderheit: Telefonfunktion



Herstellernummer:

X610123

Weitere Infos

| | |
|------------------------------|--|
| Display | |
| Größe | 25,65 cm (10,1") |
| Auflösung | 1024 x 600 Pixel |
| Prozessor | |
| |  |
| TurboBoost bis zu | Intel® Atom™ x3-C3230RK Prozessor 4x 1,0 GHz |
| Arbeitsspeicher | 4 x 1,2 GHz |
| Größe | 1 GB |
| Technologie | DDR3 |
| Grafik | |
| Hersteller | ARM |
| Grafikkarte | Mali 450 |
| Festplatte | |
| Typ | Flash |
| Kapazität (Gesamt) | 16 GB |
| Betriebssystem | |
| Betriebssystem | Android 5.1 |
| Kommunikationsschnittstellen | |
| SIM-Kartengröße | Micro-SIM |
| UMTS | |
| Bluetooth | Bluetooth 4.0 |
| WLAN | WLAN 802.11 b/g/n |
| GPS | A-GPS |

| | |
|--------------------------|---|
| Multimediaschnittstellen | |
| micro-USB | |
| Card-Reader | MicroSD Cardreader (bis zu 32GB SDHC 2.0) |
| Audio | |
| Lautsprecher | 1 Lautsprecher |
| Klinkenstecker | 3,5 mm |
| Sensoren | |
| G-Sensor | |
| Digitalkamera hinten | |
| Auflösung | 2 MP |
| Digitalkamera front | |
| Auflösung | VGA |
| Akkuleistung | |
| Akku-Ladezeit | 5,00 h |
| Akkuleistung | 5.800,00 mAh |
| Abmessungen | |
| Gewicht (Tablet) | 576,00 g |
| Breite | 265 mm |
| Höhe | 163 mm |
| Tiefe | 10,2 mm |
| Abmessungen Tablet | |
| Breite | 26,50 cm |
| Höhe | 16,30 cm |
| Tiefe | 1,00 cm |
| Lieferumfang | |

Besonderes Odys Space 10 Plus 3G, USB-Kabel, Ladegerät, Schnellanleiung

Garantie

Garantie 1 Jahr Herstellergarantie

Schützen Sie Ihr Gerät gegen Sturz- und Flüssigkeitsschäden oder Einbruch-Diebstahl. Den passenden Schutzbrief für nur 19,99 Euro finden Sie hier.



SCHUTZBRIEF

Durchschnittliche Kundenbewertung 5 / 5:

(1)

Sagen Sie ihre Meinung zu diesem Produkt

Bewertungen: für diese Serie / für diesen Artikel

Bewertung schreiben

Detlef Regber

Sonntag, 01. Mai 2016

Pro: sehr gutes Preis-Leistungs-Verhältnis

Contra: kein echtes HD (1920x1080)

Fazit: für den Preis ist es ein echtes Schnäppchen, und in diesem Preissegment gibte es wenige Tabs mit SIM Karten Einschub und Telefon-Funktion und aktuellem Android.

Bewertung für: Odys Space 10 Plus 3G mit Telefonfunktion, 10,1" Display, Intel Atom Quad-Core, 1GB RAM, 16GB Flash, Android 5.1

Verstoß melden

War diese Bewertung für Sie hilfreich?

Ja 52

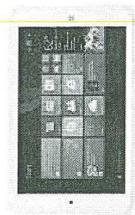
Nein 2

Kommentar schreiben 0

Haben Sie eine Frage? Suchen Sie hier nach Antworten.

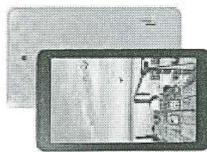
Stellen Sie Ihre Frage in der Community.

Frage stellen



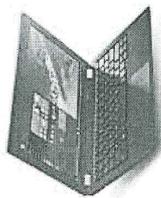
i.onik TW 8 Windows Pad
White,

99,00 EURO



MP Man MP110CTA Space
Grey,

119,00 EURO



Lenovo 100S-11BY
80R2002JGE Notebook

199,00 EURO

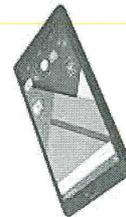
Bisher 229,00 Euro



SanDisk 32GB Ultra microSD
Speicherkarte 80MB/s

13,99 EURO

Bisher 19,99 Euro



Point of View TAB i847,

77,00 EURO

Bisher 119,00 Euro

Testieger im Deutschlandtest



Schneller Versand

Wir versenden überwiegend mit:



Flexible Zahlung



| Meine Daten | Unternehmen | Service | Bestellung | mobil informiert |
|-------------|----------------------|-------------------|----------------|------------------|
| Anmelden | Über Uns | Kontakt | Versandkosten | |
| Warenkorb | Partnerprogramm | Pressecenter | Lieferzeiten | |
| Kasse | Impressum | Produktberater | 24h Express | |
| Merktzettel | AGB / Widerrufsrecht | Studentenprogramm | Ladengeschäfte | Android App |
| Datenschutz | Karrierecenter | NBB BonusCard | Ratenzahlung | iOS App |

Alle Preisangaben sind in Euro inkl. MwSt. und zzgl. Versandkosten ab 7,99 Euro innerhalb Deutschlands. Die Versandkosten richten sich nach Versandart, Größe und Logistikdienstleister. Großmengenabgaben vorbehalten. Versand von TV-Geräten über 107 cm (42") ab 19,99 Euro innerhalb Deutschlands. Produktbilder und Angaben zu technischen Produkteigenschaften ohne Gewähr.

*Bei versandkostenfreien/frachtfreien Artikeln ist der Versand innerhalb Deutschlands mit Hermes bei Zahlung per Vorkasse für Sie kostenfrei.

1) Repräsentatives Beispiel: Nettokreditbetrag 1.000 €, 0% eff. Jahreszins, 0% Sollzinssatz p.a. gebunden, 12 Monate Laufzeit, mtl. Rate 83,33 Euro, Gesamtfinanzierungsbetrag 1.000 Euro, Rechenbeispiel entspricht dem repräsentativen Beispiel nach § 6a PangV. Berechnung ohne Kreditversicherung. Es handelt sich hierbei um ein repräsentatives Beispiel. Die monatliche Rate für Ihre Bestellung ist abhängig von der gewählten Laufzeit und dem Warenwert und wird Ihnen auf den Artikelseiten, im Warenkorb und an der Kasse angezeigt. Voraussetzungen für die 0% Finanzierung sind der Abschluss eines entsprechenden Darlehensvertrages und des damit verbundenen Kreditkartenvertrages zwischen dem Kunden und der Hanseatic Bank GmbH & Co KG, Bramfelder Chaussee 101, 22177 Hamburg. Mehr Informationen finden Sie in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Hanseatic Bank.

Copyright 2002-2016 notebooksbilliger.de AG. Alle Rechte vorbehalten.

Ultrabook, Celeron, Celeron Inside, Core Inside, Intel Logo, Intel Atom, Intel Atom Inside, Intel Core, Intel Inside, Intel Inside Logo, Intel vPro, Itanium, Itanium Inside, Pentium, Pentium Inside, vPro Inside, Xeon, Xeon Phi, und Xeon Inside sind Marken der Intel Corporation in den USA und anderen Ländern.

A.7. Anlage zum Datenschutz

wird der § 18 bzw. der Datenschutz wie folgt geregelt:

- a. Die nextbike GmbH ist berechtigt, die persönlichen Daten des Kunden zu speichern. Die nextbike GmbH verpflichtet sich dazu, diese ausschließlich im Einklang mit den Bestimmungen des Bundesdatenschutzgesetzes zu verwenden.
- b. Die nextbike GmbH ist berechtigt, alle Vorgänge, die einen Kunden, ein Kundenkonto und die entsprechenden Nutzerdaten betreffen, insbesondere Anrufe, zu Beweis Zwecken aufzuzeichnen. Die Aufzeichnung wird zur Überprüfung der Richtigkeit der eingezogenen Rechnungsbeträge genutzt. Die gespeicherten Daten werden vor dem Zugriff nicht autorisierter Personen gesichert aufbewahrt.
- c. Die nextbike GmbH ist berechtigt, an Behörden in erforderlichem Umfang Informationen über den Kunden, insbesondere die Anschrift, weiterzugeben, sollte die Behörde die Einleitung eines Ordnungswidrigkeits- oder Strafverfahrens im Zusammenhang mit der (Unsachgemäßen-)Nutzung des Fahrradverleihsystems der nextbike GmbH nachweisen.
- d. Bei der Zahlungsart Kreditkarte werden die kundenspezifischen Daten an die nextbike Partner World Pay zur Verifizierung und weiteren Abrechnung der Ausleihgebühren weitergegeben. Nach der Registrierung sind die Kreditkartendaten für Mitarbeiter der nextbike GmbH nicht mehr einsehbar.
- e. Die nextbike GmbH verpflichtet sich, die persönlichen Daten der Fahrnutzerinnen, bei den für studentische Fahrnutzerinnen kostenlosen Fahrten unter 30 min, nach 48 Stunden zu löschen und die statistischen Fahrdaten damit zu anonymisieren
- f. Die nextbike GmbH ist berechtigt, den studentischen Fahrnutzerinnen im Falle eines erloschenen Vertragsverhältnisses mit der Studierendenschaft, ein ordentliches Kundenkonto anzubieten. Soweit die studentischen Fahrnutzerinnen von diesem Angebot nicht innerhalb von 14 Tagen nach Erlöschen des Vertragsverhältnisses Gebrauch machen, sind die Kundenkonten und persönlichen Daten der studentischen Fahrnutzerinnen zu löschen.
- g. Löschen Studierende ihr Kundenkonto bei der nextbike GmbH selbstständig, so werden alle persönlichen Daten der studentischen Fahrnutzerinnen gelöscht.

Im Weiteren wird eine Stellungnahme des Datenschutzbeauftragten der nextbike GmbH, Georg Ruppelt, hinsichtlich der Datenspeicherung innerhalb der Kooperation mit der Leipziger Studierendenschaft beigefügt:

Stellungnahme des Datenschutzbeauftragten der nextbike GmbH, Georg Ruppelt, hinsichtlich der Datenspeicherung innerhalb der Kooperation mit der Leipziger Studierendenschaft.

Regulär werden für nextbike- Kunden bei der Erstanmeldung folgende Daten abgefragt.

PIN vergessen?

Login

Registrierung

Gutscheine können im Kundenkonto eingelöst werden, dorthin werden Sie automatisch nach erfolgreicher Registrierung hingeleitet.

Telefonnummer*
Handynummer im internationalen Format. Kein Handy? Festnetznummer genügt auch!

Vorname*

Nachname*

Straße

PLZ

Ort

Land

E-Mail-Adresse

Partner

Tarifoption

Bitte senden Sie mir eine Kundenkarte. (EUR 2.00)

Bitte senden Sie mir aktuelle News und besondere Angebote per E-Mail oder SMS.

Ich habe die Allgemeinen Geschäftsbedingungen gelesen und bin damit einverstanden. Dem Abgleich einer angegebenen Partner-Nummer stimme ich zu.*

Zahlungspflichtig bestellen

[Was bedeutet das?](#)

Screenshot <https://secure.nextbike.net/de/de/registrierung/>

Aus Haftungsgründen und bezüglich der Zahlungsabwicklung ist es notwendig ein Minimum an Nutzerdaten zu speichern. Hierzu gehören:

für Studierende in Dresden:

- Vor- und Nachname
- Telefonnummer + Hochschul-Emailadresse

Wird das Freifahrterkontingent überschritten, wird das Kundenkonto automatisch deaktiviert und automatisch per SMS zur Vervollständigung des Kundenprofils (Meldeadresse), insbesondere der Angabe gültiger Kontodaten aufgefordert.

Hier kann gewählt werden zwischen:

- Lastschriftinzug
- Kreditkartendaten (Daten werden an unseren Zahlungsdienstleister WorldPay weitergeleitet)

WorldPay ist ein führender Anbieter von elektronischen Zahlungsverarbeitungslösungen und bietet seit unserer Firmengründung einen sicheren End-to-End Zahlungsverkehrsdienst. Zur Abwicklung der Zahlung werden die Kreditkartendaten des Kunden direkt an WorldPay weitergeleitet.

Die Angabe einer E-Mail und Abonnement des Newsletters sind optional. Lediglich bei der TU bzw. HTW Dresden ist die E-Mail als Verifizierungsmittel festgelegt.

Es wird kein Bewegungsprofil angelegt. Lediglich eine Übersicht zu getätigten Ausleihen (Start/Ende Ausleihort/Rückgabeort, Radnummer). Regulär sind die Ausleihdaten mit den persönlichen Kundendaten verknüpft, aber bereits bei unseren eigenen internen Evaluierungen werden diese anonymisiert, hier interessiert nicht mehr wer gefahren ist, sondern nur noch die Fahrtetails.

Die Daten werden als erstes zu Abrechnungszwecken, dann zur Optimierung und Qualitätssicherung des Angebotes und aus haftungsrechtlichen Gründen gespeichert. Darüber hinaus übermitteln wir gelegentlich mit der Bestätigungs-SMS zusätzlich auch die Botschaft eines Werbekunden. Hierbei ist explizit zu betonen, dass eine solche Botschaft nur durch nextbike versendet wird und dies im Rahmen der Werbevermarktung der Finanzierung des Verleihsystems dient.

Die persönlichen Daten werden nach Beendigung des Vertragsverhältnisses gelöscht. Die Ausleihdaten, also Fahrtetails, bleiben anonymisiert erhalten, damit rückblickende, vergleichende Evaluierungen möglich sind.

Eine Überlassung der Datensätze an Vertragspartner (auch anonymisiert) ist nicht vorgesehen. In dem Falle, dass dies explizit erwünscht ist, muss eine Einverständniserklärung des Nutzers (automatisiert im Registrierungsformular) bei der Erstanmeldung erfolgen.

A.8. Stationsvorschlaege

| Station | Lage | anstelle von | Anzahl Räder |
|---------|----------------------------------|-------------------------------|--------------|
| 1 | Andreas-Schubert-Bau | | 5 |
| 2 | SE1-SE2/Mohr-Bau | | 5 |
| 3 | HSZ/Bergstraße | | 10 |
| 4 | Hettnerstraße/George-Bähr-Straße | | 5 |
| 5 | Wiener Straße | Strehleener Platz | |
| 6 | Strehleener Straße/Immaamt | | 3 |
| 7 | August-Bebel-Straße | | 7 |
| 8 | Weberplatz | Reichenbach-/Teplitzer Straße | |
| 9 | Wohnheime Wundtstraße | | 5 |
| 10 | Willersbau/Treffzbau/Physikbau | | |
| 11 | Alte Mensa | | 7 |
| 12 | Barkhausenbau | | 7 |
| 13 | Andreas-Pfitzmann-Bau | | 5 |
| 14 | Münchner Platz | Georg-Schumann-Straße | |
| 15 | Wohnheim Hochschulstraße | Fritz-Förster-Platz | |
| 16 | Mensa Reichenbachstraße | HTW Dresden/Hochschulstraße | |
| 17 | Friedrich-List-Platz/HTW | | 10 |
| 18 | Schnorrstraße/Gutzkowstraße | | 4 |
| 19 | Reichenbachstraße HST | | 5 |
| 20 | Marschnerstraße | | 3 |
| 21 | Pillnitz Lehrgebäude | | 5 |
| 22 | Pillnitz Mensa | | 2 |
| 23 | Pillnitz Versuchsfeld | | 2 |
| | Zusätzliche Räder SLUB | | 10 |
| | | | 100 |

A.9. Finanzantrag zum FA Fruchtgummis



**TECHNISCHE
UNIVERSITÄT
DRESDEN**



Finanzantrag
An den StuRa TU Dresden

Angaben zur AntragsstellerIn

Name, Vorname: David Peter Clavero Neßler

Straße, Nr.: _____

PLZ, Ort: _____

E-Mail-Adresse: _____

Telefonnummer: _____

Zahlungsmodalitäten

Zahlungsart: Bar oder Überweisung an: _____

Kreditinstitut: _____

IBAN: _____

BIC: _____

KontoinhaberIn: _____

Angaben zum Antrag

Gruppenname: GB OA

Antragsgegenstand: Fruchtgummis mit StuRa-Logo

Betrag: 1200 €

Ausfallbürgschaft:

Antragstext, Kostenaufstellung und Begründung bitte per Mail an finanzantrag@stura.tu-dresden.de (direkt in dem E-Mail-Text, nicht in der Anlage) einreichen.
Alle Ausgaben sowie Aufträge in Namen und auf Rechnung der Studentenschaft bedürfen der vorherigen Anmeldung bei der Geschäftsführerin Finanzen. Genehmigte und nicht abgerufene Finanzanträge verfallen 4 Monate nach Bewilligung.
Die Auszahlung erfolgt nach vollständiger Abrechnung und Einreichung der Originalbelege im Servicebüro.

Genehmigung

von stuRa auszufüllen

Datum: 25.08.16 Unterschrift: CRP

Anweisung

StuRa: _____ Datum: _____

Geschäftsleitung: _____

Geschäftsführung: _____ ProtokollantIn: _____

Förderausschuss: _____

GF Finanzen: _____

Überweisung erfolgt

Konto: _____ FinanzreferentIn: _____ Betrag: _____

Bestätigung: Betrag bar erhalten

Datum: _____ Unterschrift: _____

Von der AntragsstellerIn auszufüllen

Postadresse:
StuRa - Haus der Jugend
Dresden
Heinrichstr. 10
01069 Dresden

Besucheradresse:
StuRa - Haus der Jugend
01069 Dresden

Bankverbindung:
Ostsächsische Sparkasse DD
BIC: OSDDDE33XXX
IBAN: DE
86950503003120263710

Kontakt:
Telefon: 0351-463-22043
Telefax: 0351-463-33849
E-Mail: stura@stura.tu-dresden.de



Kurze Beschreibung des Antragsgegenstandes (Veranstaltung / Honorar / Material / Teilnehmeranzahl / ...)

Anmeldung von kleinen Buntbären-Tüten (A08) für Verteiler mit Stura-Logo und eine kleinen Leberpastete.

Wo verbleibt übrig gebliebenes Material? (privat / Schenkung / Stura / FSU / ...)

Stura

Besteht die Möglichkeit, das Stura-Logo zu publizieren?

Sonstiges (Bemerkungen zur Zahlungsweise, Vorschläge zur weiteren Zusammenarbeit, etc.)

Angaben zu den entstehenden Ausgaben (Auch Kosten angeben, die den Stura nicht betreffen)

Betrag [€]

Verwendungszweck

1200€

108 - Tüten Fruchtgummi mit Stura-Logo

Angaben zu den entstehenden Einnahmen (Auch Erträge angeben, die den Stura nicht betreffen)

Betrag [€]

Quelle

1200€

Stura

Datum 25.08.16 Unterschrift CRD

Wir würden uns freuen, wenn Ihr auch den Evaluationsbogen für vom Stura geförderte Veranstaltungen (zu finden auf unserer Homepage, im Service-Büro oder bei der Referentin für Service und Förderpolitik) ausfüllen und uns zukommen lassen könnten.

Postadresse:
Studenterrat der TU
Dresden
Heinrichsstr. 10
01069 Dresden

Besucheradresse:
Stura - Haus der Jugend
George-Bähr-Str. 1e
01069 Dresden

Bankverbindung:
Ostdeutsche Sparkasse DD
BIC: OSDDDE33XXX
IBAN: DE
0695030303120282710

Kontakt:
Telefon: 0351 463-32043
Telefax: 0351 463-33949
E-Mail: stura@stura.tu-
dresden.de



Angeboteinholung

Zur Entscheidungsfindung für Ausgaben aus Lieferung und Leistung

Allgemeines

Projekt / Inhalt der Ausschreibung

Fischgenuss mit Stuba Logo

Geschäftsbereich

Einholung des Angebots per:

Telefon Fax Mail Internet

Sonstige:

Beginn *05.08.16* Ende *15.08.16*

Angebote (Alle Angebote sind schriftlich an dieses Protokoll anzuhängen.)

Firma

| | | Betrag (in Euro) |
|----|------------------------------------|----------------------------|
| 1) | <i>Flycatcher 3000 Stück</i> | <i>763,22€ + Versand</i> |
| 2) | <i>Promo Store 3500 Stück</i> | <i>975,42€ + Versand</i> |
| 3) | <i>kleine Jochwis 3000 Stück</i> | <i>824,69€</i> |
| 4) | <i>Luipi de 3000 Stück vegan</i> | <i>1061,43€ + Versand</i> |
| 5) | <i>ADICOR 3000 Stück vegan</i> | <i>960,05€ + Versand</i> |
| 6) | <i>Munke 2Co 3.000 Stück vegan</i> | <i>1263,78€ + Versand?</i> |

Entscheidung für Position *2*

Begründung:

günstigstes veganes Angebot

Bestätigung

Datum

Datum

Datum

BearbeiterIn

GF

weitere GF

Postadresse:
Südferment der TU Dresden
Postfach 10
01065 Dresden

Beschwerdestelle:
Stuba - Haus der Jugend
George-Bahr-Str. 1c
01065 Dresden

Bankbuchung:
Österreichische Sparkasse OÖ
BIC: OESB3333
IBAN: DE88 9505 0000 0005 6790

Kontakt:
Telefon: 0391 4613009
Telefax: 0391 4613949
E-Mail: stura@stura.tu-dresden.de

A7

| | | | |
|--------------------------|--------------|----------|------------|
| <input type="checkbox"/> | 4000 Stk. 12 | 817,95 € | 873,34 € |
| <input type="checkbox"/> | 5000 Stk. 12 | 929,32 € | 1.105,89 € |

wird digital gedruckt, kein Dubesondruck möglich.

Preise inklusive Mehrwertsteuer, keine Versandkosten, keine vegane Variante möglich
Einzige Firma, die auch kleinere Mengen unter 2500/3500/5000 Stück (übliche Mindestmengen) zu vernünftigen Preisen druckt!

A2-1

promostore Finden Sie Ihren Weblogarithmus... Finden

Startseite / Themenwelten / Silvester / Fruchtgummi-Standardformen 10 g

0 Artikel 0,00 €

FRUCHTGUMMI-STANDARDFORMEN 10 G
 Art-Nr. 844300443
 Preis inkl. 19% MwSt.
0,18 €

Reihe: 3500
 Form: 3500
 Verpackung: 3500
 Einheiten: 3500

WE LIKE IT!
TOPDRUCK
 100% VEGETARISCH

MADE IN GERMANY

FARBEN & VARIANTEN

0201 - 946 180
 Mo-Fr 09:00 - 17:00 Uhr

WERBEMITTEL

- Auto & Reise
- Büro & Office
- Computer & Elektronik
- Frisch & Outdoor
- Gitarren
- Kalender
- Kugelschreiber & Stifte
- Küche & Heim
- Lebens & Unisex
- Sport & Spiele
- Veranstaltung für Kinder
- Strukturpapier
- Steuersystem & Gabel
- Taschen & Clutch
- Trillen & Befestigung
- Wellness & Kosmetik
- Werkzeuge & Handwerk
- Marine-Veranstaltung
- Smartphone-Veranstaltung
- Themenwelten
- Fußball
- Celebration
- Halloween

Jetzt kalkulieren

Fruchtgummi-Standardformen 10 g 5000 x 0,18 € 925,00 €
 Bearbeitungsgebühr 30 €
 Druckkosten 2 x 230,00 € 460,00 €
818,00 €

Angebot drucken
Jetzt kaufen
Muster bestellen
Anfrage

818,00€
+ 155,42€ MwSt.
= 973,42€
+ Versandkosten, Höhe unklar

Mindestmenge: 3500 Stück, keine vegane Variante gefunden

A2-2

[Startseite](#) / [Themenwelten](#) / [Shopper](#) / [Fruchtgummi-Standardformen 10 g](#)

[VERSANDKOSTEN](#) **0,18 €**

FRUCHTGUMMI-STANDARDFORMEN 10 g
 Art-Nr.: 848300443
 Preis inkl. 19% MwSt.

Menge: 4200
 Form *
 Struktur
 Veredelung
 Bedruckung: 2-farbig

898,00 €

Jetzt kalkulieren
 Jetzt kaufen
 Muster bestellen
 Anfrage

MADE IN GERMANY

WE LIKE IT!
TOPDRUCK
 Druckqualität

FARBEN & VARIANTEN

WERBEMITTEL
 ▶ Auto & Reise
 ▶ Büro & Office
 ▶ Computer & Elektronik
 ▶ Freizeit & Outdoor
 ▶ Geschenke
 ▶ Kalender
 ▶ Kopierschreiber & Stifte
 ▶ Küche & Heim
 ▶ Lifestyle & Uhren
 ▶ Sport & Spiele
 ▶ Werbeartikel für Helfer
 ▶ Werbeartikel
 ▶ Süßwaren & Gebäck
 ▶ Taschen & Capack
 ▶ Textilien & Bekleidung
 ▶ Weinregal & Kosmetik
 ▶ Werkzeug & Handwerk
 ▶ Waren-/Werbekasse
 ▶ Smartphone-/Werbemittel
 ▶ Themenwelten
 Fußball
 Oster

898,00€
 + 170,62€ MwSt.
 = 1068,62€
 + Versandkosten, Höhe unklar

A3-3

Meine-Jockers
Mein Personal Online

Fruchtgummi Miniüte 7g mit 4x Digitaldruck

Wegmarken: Fruchtgummi Miniüte 7g mit 4x Digitaldruck
W: 183334, 289820



1. Meine 5x5x5 Anzahl an Druckseiten
Quadratanz
2. Meine 5x5x5 gelb 18g
4900

833,32 €

Ihr Preis
Ihr Online-Preis bei 4.000 Stk.
inklusive Verpackungsgang
Digitaldruck-CC/Print
Für Kompletten 100-Jahr-Richtstil und
Digitaldruck-CC/Print
7g 3 Jahre 100%

In den Warenkorb

- Gratissupport
Einen Monat lang
- versandkostenfrei
Einsparung auf Fracht
- kostenloser Vorlaufabzug
bei Preisanstieg
- CC-Zahlung bequem auf Rechnung
nach Erhalt der Bestätigung

Preis
48 200 2026 01388 426
48 200 2026 01388 426

Wählen Sie ein Produkt
+49 (0)40 23 66 221 0

Fruchtgummi Miniüte 7g mit 4x Digitaldruck
Beschreibung
Wegmarken: Fruchtgummi Miniüte 7g mit 4x
Digitaldruck
Wegmarken: Fruchtgummi Miniüte 7g mit 4x
Digitaldruck
Wegmarken: Fruchtgummi Miniüte 7g mit 4x
Digitaldruck

833,32€
+ 158,33€ MwSt.
= 991,65€
Versandkostenfrei

Mindestbestellmenge 3000 Stück, keine vegane Variante gefunden

B1



Angebot 1124021.0-16

Lupi.de Dirschauer Weg 43 DE-47279 Duisburg
 SuRa TU Dresden
 Helmholtzstraße 10
 01069 Dresden

Angebotsdatum 03.08.2016
 Belegnummer 7939-16
 Ihre Kunden-Nr. 4062 / 0
 Ansprechpartner Karl-Ernst Pikelj
 E-Mail-Adresse info@lupi.de

Duisburg, den 03.08.2016

Gerne bieten wir Ihnen gem. unserer AGB freibleibend an (Zwischenverkauf vorbehalten):

| Position | Bezeichnung | Menge | Einzelpreis | Gesamtpreis |
|-----------------------|--|------------|---------------------------|-------------|
| 1 | 1000767 BIO Fruchtgummi Mini Früchte oder Soft Berries  Gelatinefrei - BIO Mini Früchte: Zitrone, Erdbeere, Apfel, Orange, Schwarze Johannisbeere, BIO Soft Berries: Heidelbeere, Himbeere, Preiselbeere, Erdbeere, Schwarze Johannisbeere Format: 70 x 90 mm, Inhalt: ca. 10 gr. inkl. 2-farbigem Druck | 3.000 Stck | 20,90 EUR pro 100 Stck | 627,00 |
| 2 | 1000754 Druckvorkosten pro Farbe | 2 Stck | 135,00 EUR pro Stck | 270,00 |
| Zwischensumme in EUR | | | | 897,00 |
| +19% MwSt. von 897,00 | | | | 170,43 |
| Gesamtsumme in EUR | | | | 1.067,43 |

Lieferbedingung Ab Werk

Wir bitten um Beachtung:
 Die Produktions-/Lieferzeit beträgt voraussichtlich ca. 15 Arbeitstage nach Druckfreigabe.
 Zzgl. Versandkosten, Zwischenverkauf vorbehalten.

Mit freundlichen Grüßen

Seite 1 von 3

Individuell angefertigte, betruckte oder veredelte Ware kann nicht zurückgenommen werden. Mehr- oder Mindertlieferung von +/- 10% vorbehalten und werden in der Rechnung berücksichtigt. Wenn nicht ausdrücklich anders angegeben gelten alle Preise zzgl. des. MWSt. zzgl. Verpackung und zzgl. Versandkosten in EURO. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist Duisburg. Es gelten unsere AGB (Einsehbar und download unter www.lupi.de/verbeitrueckel-lupiliegemeine-geschäftsbedingungen.html)

Anschrift:
 Lupi.de
 Werbaartikel Handel & Vertrieb UG haftungsbeschränkt
 Dirschauer Weg 43
 DE-47279 Duisburg

Kommunikation:
 Telefon 0322 - 224 15 44
 Telefax 0322 - 224 15 47
 E-Mail info@lupi.de
 Web www.lupi.de

Bankverbindung:
 Sparkasse Duisburg
 Hauptkassenstr. 1
 41221 Duisburg
 BLZ 35050000 BIC: DUISDE33XXX
 IBAN DE44 3505 0000 1770 79

Geschäftsführer:
 Karl-Ernst Pikelj
 Handelsregister HRB 22603
 Ust-Id-Nr. DE2659
 Amtsgericht Duisburg

B2

Werbeartikel zur Kundenbindung



ADICOR Medien Services GmbH - Landwehrstr. 55 - D-64293 Darmstadt

StuRa TU Dresden
Jessica Walter
Helmholtzstraße 10

01069 Dresden
Deutschland

Kunden Nr.: 146709
Bearbeiter: Petra Tiesch
Datum: 03.08.2016

Angebot Nr. 281638

Sehr geehrte Frau Walter,
wir danken für Ihr Interesse an unseren Produkten und bieten Ihnen an:

| Pos | Menge | Art.-Nr | Text | Einzelpr. € | MwSt. % | Gesamt € |
|-------------------------|-------------|---------|--|-------------|---------|---------------|
| 1 | 3.000 Stück | SR-3057 | Gelatinfreie BIO-Bärchen 2-farbiger Druck Tütchen weiße oder transparente OPP-Folie | 0,1990 | 7,00 | 597,00 |
| 2 | 2 je Farbe | DR-9055 | Druckvorkosten je Farbe - 60x90 mm | 135,0000 | 19,00 | 270,00 |
| Gesamt Netto | | | | | | 867,00 |
| zzgl. 7,00 % MwSt. auf | | | | | | 597,00 |
| zzgl. 19,00 % MwSt. auf | | | | | | 270,00 |
| Gesamtbetrag | | | | | | 960,09 |

Tütchen: weiße oder transparente OPP-Folie Füllung: Gelatinfreie BIO-Bärchen Geschmack: Apfel, Erdbeere, Orange, schwarze Johannisbeere, Zitrone
Format: 60 x 90 mm, Inhalt ca. 10 g Umkarton: 500 Werbetütchen Haltbarkeit: 12 Monate

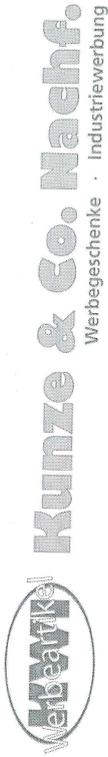
Alle Preise sind freibleibend und verstehen sich zuzügl. Versandkosten.
Druckvorlagen werden 1:1 digital vom Kunden gestellt. Lieferzeit ca. 15-20 Arbeitstage nach Druckfreigabe.
Mengenabweichungen von +/- 10% sind aus technischen Gründen vorbehalten.
Ansonsten gelten unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen (<http://www.werbung-schenken.de/agb.htm>).

Über Ihren Auftrag würden wir uns sehr freuen.

Mit besten Wünschen
Ihr Team von Werbung-Schenken.de

+ Versandkosten

ADICOR Medien Services GmbH Telefon: +49 (0)6151 / 50027-0 Sparkasse Darmstadt Geschäftsführer:
Landwehrstr. 55 Telefon: +49 (0)6151 / 50027-19 IBAN: DE25 5085 0150 0064 0009 79 Thorsten Wagner
64293 Darmstadt E-Mail: mail@werbung-schenken.de BIC: HELADEF1DAS HRE DE 3305 55153
Deutschland Internet: www.werbung-schenken.de Blog: www.promotionalblog.de UST-Id.Nr.: DE21466893



Rosenheimer Str. 90
83064 Raubling
Telefon: 08035 9662-0
Fax: 08035 2347
www.kwi-werbeartikel.de
email: info@kwi-werbeartikel.de



Kunze & Co. Nachf., Rosenheimer Str. 90, 83064 Raubling

| | |
|----------------------|------------------------------|
| Artikel: Art-Nr.: | Einrichten W005 |
| Preis: | EUR 30,00 |
| Artikel: Art-Nr.: | Korrektur per e-mail W006 |

30€

Unsere Liefer- und Zahlungsbedingungen (Auszug) lauten wie folgt:

Liefertermin:
Lieferbedingung:
Zahlungsbedingung:
Preise:

ca. 4 Wochen nach Auftragsklarheit; Zwischenverkauf generell vorbehalten!
ab Werk, aussch. Verpackung, an eine Versandansicht
14 Tage netto - nach Freigabe unserer Forderungsausfallversicherung
zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer

Dieses Angebot hat eine Gültigkeit von 30 Tagen und gilt vorbehaltlich eventueller Rohstoffpreis- oder Paritätenschwankungen. Die Druckkosten sind unter Vorbehalt angeboten. Eine definitive Zusage kann erst nach Vorlage des Motivs bzw. der Original-Druckunterlagen gemacht werden.

Eventuell zum Tragen kommende Rabatte sind bei den Angebotspreisen bereits berücksichtigt.

Bitte prüfen Sie unser Angebot und teilen Sie uns mit, ob wir Ihren geschätzten Auftrag entgegennehmen dürfen. Für Rückfragen stehen wir Ihnen jederzeit gerne zur Verfügung.

Über Ihren Auftrag würden wir uns sehr freuen.

Mit freundlichen Grüßen

M. Redl
Kunze & Co. Nachf.

I. A. Brigitte Reilhofer
Verkauf

Dieses Dokument wurde elektronisch erstellt und ist daher ohne Unterschrift gültig.

Unsere AGB können Sie im Internet unter folgender Adresse abrufen:

<http://www.kwi-werbeartikel.de/unternehmen/agbs/>

30€
1263,78€

Sparkasse Rosenheim-Bad Aibling (BLZ 71 500 00) VR-Bank Rosenheim-Chiemsee (BLZ 71 600 00)
Kto. Nr. 35 725 Kto. Nr. 9204415
IBAN: DE 35 71 50 00 00 00 00 20 44 15 IBAN: DE 35 71 50 00 00 00 00 38 88 08
BIC: SGLA 3333 BIC: RBNKDE33
Lieferung ausschließlich für den privaten Gebrauch. Bei Forderungen aus Vertriebsaufträgen behalten wir uns eine Mahn- oder Inkassoforderung bis zu 10% von der Forderung für die volle Bearbeitung eines Einspruchs, einschließlich Gerichtsgebühren vor. Bei Forderungen aus Vertriebsaufträgen behalten wir uns eine Mahn- oder Inkassoforderung bis zu 10% von der Forderung für die volle Bearbeitung eines Einspruchs, einschließlich Gerichtsgebühren vor. Bei Forderungen aus Vertriebsaufträgen behalten wir uns eine Mahn- oder Inkassoforderung bis zu 10% von der Forderung für die volle Bearbeitung eines Einspruchs, einschließlich Gerichtsgebühren vor.

C1

Shop Offere gestalten Produktmuster Sticks Layerkugeln Dreckbän FAQ

Schokoladenherzen

Zeigen Sie Ihren Kunden, dass Ihnen die gemeinsame Zusammenarbeit am Herzen liegt! Bedienen Sie unsere Schokoladenherzen mit Ihrem Logo, Ihrem Slogan oder einem wichtigen Spruch – schon ist Ihnen Aufmerksamkeit garantiert. Die Herzen sind in weißer oder goldener Folie verpackt, stehen in weißer Aufsicht verpackt, deren Vorderseite wir nach Ihren Wünschen bedrucken. So können Sie zusätzlich auch bei Jubiläen und Marketing mit besonderen Herzbildern Glücken punkten.

- Schokoladenherzen aus Vollmilch-Schokolade mit mindestens 34,5 % Kakao
- verpackt in weißer Aufsicht
- Umverpackung individuell bedruckbar (140 x 40 mm)
- Mindestbestellst ca. 6 Monate bei ausreichender Lagerung
- haben einen Vorrat im Lager




Wichtige Hinweise:

- Schokolade: Vollmilchpulver, Kokosnuss, MILCHZUCKER, SÜßIGKEITSMILCH, Emulgator
- Schokolade: Vollmilchpulver, Kokosnuss, MILCHZUCKER, SÜßIGKEITSMILCH, Emulgator
- Kein Spuren von MANDLERN und HASELNÜSSEN enthalten
- Das Mindesthaltbarkeitsdatum ist aufgedruckt
- Wenn Sie den Namen Ihres Unternehmens eintragen möchten, dann können Sie auch in Datenblatt
- Durch das Verpacken kann es zu minimalen Verzerrungen des Druckblasses auf der Vorderseite kommen

Per Auftrag ist nur ein Motiv möglich.

Produktinfos: Vorderseitebreite mit 34,5 % Kakao: 40 mm (inklusive Druck, DWR)

Bestellen und bestellen **Spezialbestell als Bestellung**

Schokoladenherzen bestellen

1. Basispreis
2. Optionen
3. Checkout und Upload

1. Basispreis und Versand wählen

Durch Klick auf Ihre gewünschte Menge von Produkten der Tabelle gelangen Sie zum nächsten Schritt.

Daten-Annahmefrist: **09** 9 Uhr **10** 10 Uhr **12** 12 Uhr **14** 14 Uhr **16** 16 Uhr

Alle Preise sind inklusive Versand

| Menge | Standard | Lieferzeit: 12 - 13 Werktage (gel. Mo - Fr) | netto | brutto |
|------------|----------|---|------------|------------|
| 1000 Stk. | 12 | 230,61 € | 230,61 € | 300,45 € |
| 1500 Stk. | 12 | 410,95 € | 410,95 € | 524,74 € |
| 2000 Stk. | 12 | 551,30 € | 551,30 € | 698,05 € |
| 2500 Stk. | 12 | 681,68 € | 681,68 € | 872,38 € |
| 3000 Stk. | 12 | 779,61 € | 779,61 € | 994,40 € |
| 5000 Stk. | 12 | 1.218,10 € | 1.218,10 € | 1.549,05 € |
| 10000 Stk. | 12 | 2.229,83 € | 2.229,83 € | 2.852,31 € |

Info zu Versand und Lieferzeiten

Ihr Produkt
Schokoladenherzen
Vorderseitebreite mit 34,5 % Kakao: 40 mm (inklusive Druck, DWR)

Dienstag neuverpacken
Produkttyp: Schokolade

☑️ wird digital gedruckt. Kein Dispersionslack möglich.

Eine Option zu Fruchtgummi ☺️

A.10. 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



ZMG **agma**TM

DRESDNER NEUESTE NACHRICHTEN

Preisliste Nr. 17a BLATT 2
Gültig ab 01.02.2016

DRESDNER NEUESTE NACHRICHTEN

Erscheinungsort
Dresden

Allgemeine Verlagsangaben

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

| | | | | |
|---------------------------------|----------------------|--------|------------------|--------|
| Spaltenbreite und -zahl: | Anzeigenteil: | | Textteil: | |
| | 2-spaltig | 45 mm | 2-spaltig | 58 mm |
| | 3-spaltig | 91 mm | 3-spaltig | 120 mm |
| | 4-spaltig | 137 mm | 4-spaltig | 183 mm |
| | 5-spaltig | 184 mm | 5-spaltig | 246 mm |
| | 6-spaltig | 230 mm | 6-spaltig | 309 mm |
| | 7-spaltig | 277 mm | | |
| | 8-spaltig | 323 mm | | |
| | | 371 mm | | |

Preisliste Nr. 17a BLATT 3
Gültig ab 01.02.2016

DRESDNER NEUESTE NACHRICHTEN

Erscheinungsort
Dresden

Technische Angaben, Druckunterlagen, Datenkommunikation

Technische Angaben

| | | |
|-------------------------|--|--|
| Grundschrift: | Für Zeilenanzeigen wird in den Dresdner Neueste Nachrichten die Schrift Franklin Gothic in der Schriftgröße 7,3 Punkt verwendet. | |
| Rasterform: | Elliptischer Punktraster 60 Linien/cm (150 lpi Rasterweite) | Auflösung der Bilder: 200 dpi nach Zeitungsstandard |
| Rasterwinkelung: | Schwarz = 45° / Cyan = 105° / Magenta = 75° / Gelb = 90° | Druckreihenfolge: Schwarz-Cyan-Magenta-Gelb |
| Tonwertumfang: | Zeichnende Tiefe 87 %, Licht 5 % | Schwärzung: Dichte 3,2 log |
| Tonwertzunahme: | Wir arbeiten entsprechend den Empfehlungen der Dachverbände nach Zeitungsstandard 26% Tonwertzuwachs. Zeitungsprofil „ISOnewspaper26v4.icc“ kostenlos zum Download unter www.ifra.de . | Max. Flächendeckung 4c: 240% |
| Papier: | 42 Gramm Zeitungsdruckpapier | Druckverfahren: Offset Rotationsdruck |
| Druckfarben: | Farbangaben nach HKS-Z Farbfächer. 4-Farbdruck nach Eurokala für Zeitungsdruck. Sonderfarben werden im 4 Farbdruk erzielt. | |
| Andrucke: | Je Zeitungsformat 1 x auf Zeitungsdruckpapier (max. 45 g/qm) - keine Chromalinandrucke. | |
| Qualität: | 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. | |
| Archivierung: | 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)

| | | |
|----------------------------|---|------------------------------|
| Hinweise: | 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. | |
| Telefon/Telefax: | Info-Nummer: 0341 2181-1314 | Auftrags-Fax: 0341 2181-1639 |
| E-Mail | anzeigen@dnn.de (Bei Datenmengen über 10 MB empfiehlt sich der FTP-Upload – FTP-Zugang auf Anfrage) | |
| Hardware-Plattform: | Windows XP | |
| Dateiformate: | 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 |
|--|-------------|-------------|
| Schwarz-Weiß (EUR je mm) | 1,91 | 1,62 |
| 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 |
| 1 Zusatzfarbe (EUR je mm) | 2,27 | 1,93 |
| 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 |
| 2 Zusatzfarben (EUR je mm) | 2,51 | 2,13 |
| 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 |
| 3 Zusatzfarben (EUR je mm) | 2,74 | 2,33 |
| 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 |
| Fließsatz-Anzeigen (EUR je Zeile) ⑧ | 3,46 | 2,94 |

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 |
|----------------------------|------------|-----------|
| Fließsatz-Anzeigen | | |
| je Zeile | 5,19 | 4,41 |
| Gestaltete Anzeigen | | |
| 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

| | 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

Empfehlung für die technische Beschaffenheit

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 170 g/m² nicht überschreiten.
- b) Einzelblätter mit Formaten größer als DIN A6 bis DIN A4 müssen ein Flächengewicht von mindestens 120 g/m² aufweisen.
- c) Größere Formate mit einem Papiergewicht von mindestens 60 g/m², 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 Falzeimung 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 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.

5. Sonstige Angaben

- 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 Bestandteils der Zeitung erwecken.
Konkurrenzausschluss kann nicht gewährt werden.
- g) Der Verlag verteilt die Beilagen mit geschäftsbüblicher Sorgfalt, wobei bis zu 3% Fehlzustellung oder Verlust als verkehrsbüblich 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.
- h) Die Unterbringung in genau begrenzten Teilaufgaben erfolgt bestmöglich. Geringfügige Gebietsabweichungen berechtigen nicht zu Ersatzansprüchen.
- i) Postvertriebsstücke können nicht belegt werden.
- 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.

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 freuen 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 ² |
| 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@dn.dn

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/m²
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: Beschnitt: umlaufend 3 mm
Zulässige Durchbiegung: Druckunterlagenschluss: 12 Werkzeuge vor Erscheinungstag



Die angelieferten Tip-on-Cards müssen eine einwandfreie, sofortige Verarbeitung gewährleisten, ohne dass zusätzliche manuelle Aufbereitung notwendig ist. Die Tip-on-Cards dürfen nicht durch elektrische Aufladung, Druckfarbe, Beschnitt, Stanzung oder Perforation aneinander haften. Ecken und Kanten dürfen nicht umgenickelt sein. Alle Kanten müssen rechteckig und formatgleich geschnitten sein. Verformte Einzelblätter oder Kanten, sowie offene und gefaltete Produkte sind nicht verarbeitbar.

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 • Web: 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, Auftragsaufträge – 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 Anzeigenaufträge. 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 |
|---|--|--|---|
| Über 40 Titel. Verkaufte Auflage: Über 5 Mio. Nationale Reichweite: Über 14 Mio. Titelselektion nach: HHNE +3000 EUR. | 270 Newssites. garantierte Ad-Impressions: 6 Mio. Targeting auf: HHNE +3000 EUR. | Kampagnen- verlängerung durch Nutzung von Response-Elementen. In Kombination mit individuellen Landingpages. | Facebook Dialog 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.

Rügenwalder Mühle - Test bestätigt Werbewirkung von TZ-Anzeigen

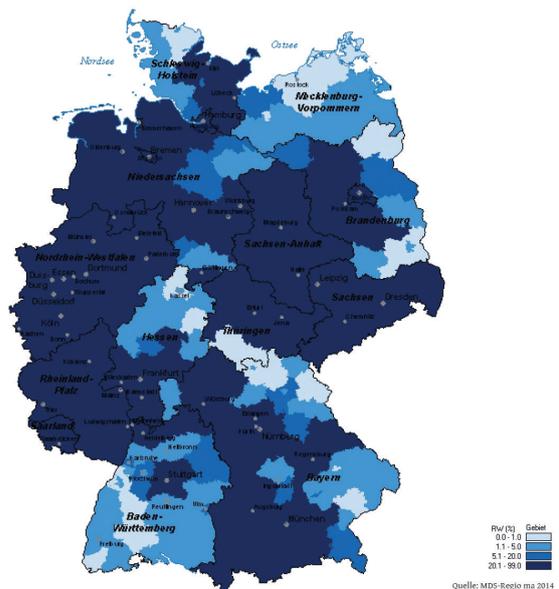
TV gibt Tageszeitungen für DM&C. Die Spotsitäten der Rügenwalder Mühle. Ein spannender Test mit einem eindeutigen Sieger. Die Anzeigen in den Tageszeitungen der NBRZ Deutsche Zeitungsallianz erzielten keine überlegenen hohen Return on Investment. 6,73 gegenüber 0,48 für TV. Der ROI ist die höchste Währung 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. Rügenwalder Mühle ist ein weiterer Erfolgs-Case der NBRZ Deutsche Zeitungsallianz, über die Sie mit einer Druckvertrags-basis von 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. Sehr gerne präsentieren wir Ihnen die erfreulichen Zahlen auch persönlich. Anruf genügt. 089 2388 65 0.

ROI nach Medien im Gesamtmarkt
 (Investment in Euro)

| Medium | ROI |
|--------|------|
| TV | 0,48 |
| NBRZ | 6,73 |

MOTOR DER WIRTSCHAFT
 Eine Kolumne über Tageszeitungen
www.nbrz.de



Weitere Informationen erhalten Sie unter:

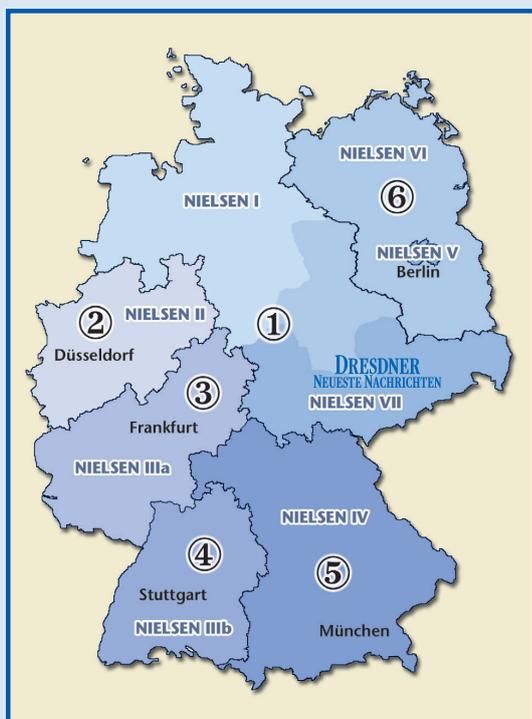
Telefon: 089 - 23 88 65 0
 E-Mail: info@nbrz.de
 Internet: www.nbrz.de

Preisliste Nr. 17a BLATT 20
Gültig ab 01.02.2016

DRESDNER NEUESTE NACHRICHTEN

Erscheinungsort
Dresden

Verlagsvertretungen



- | | |
|---|--|
| <p>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</p> | <p>NIELSEN I, VI und VII Schleswig-Holstein, Bremen, Hamburg, Niedersachsen, Sachsen-Anhalt, Sachsen, Thüringen</p> |
| <p>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</p> | <p>NIELSEN II Nordrhein-Westfalen</p> |
| <p>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</p> | <p>NIELSEN IIIa Hessen, Saarland, Rheinland-Pfalz</p> |
| <p>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</p> | <p>NIELSEN IIIb Baden-Württemberg</p> |
| <p>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</p> | <p>NIELSEN IV Bayern</p> |
| <p>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</p> | <p>NIELSEN V und VI Berlin, Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern</p> |

A.11. 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 und 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

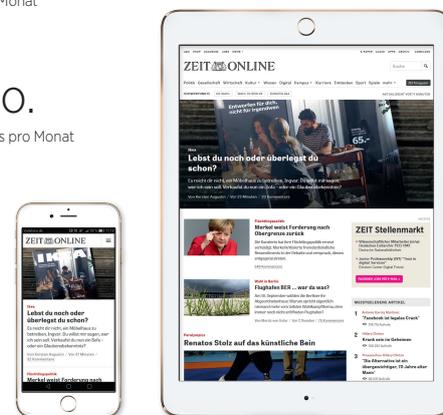
9,83 Mio.

besuchen jeden Monat ZEIT ONLINE.

Seitenaufrufe

93 Mio.

Page impressions pro Monat



DIE ZEIT MEDIEN

zeit.de/jobs

- > Eingebunden in das Qualitätsumfeld von ZEIT ONLINE ist der Online-Stellenmarkt 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.



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 sowie auf 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 »Positionen im Blick«.
- Die Stellenanzeige erscheint ferner rotierend im Stellenmarkt-Ticker zeit.de/jobs.
- Einbindung des Firmen-Logos in der Suchergebnisliste.
- 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 und 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.

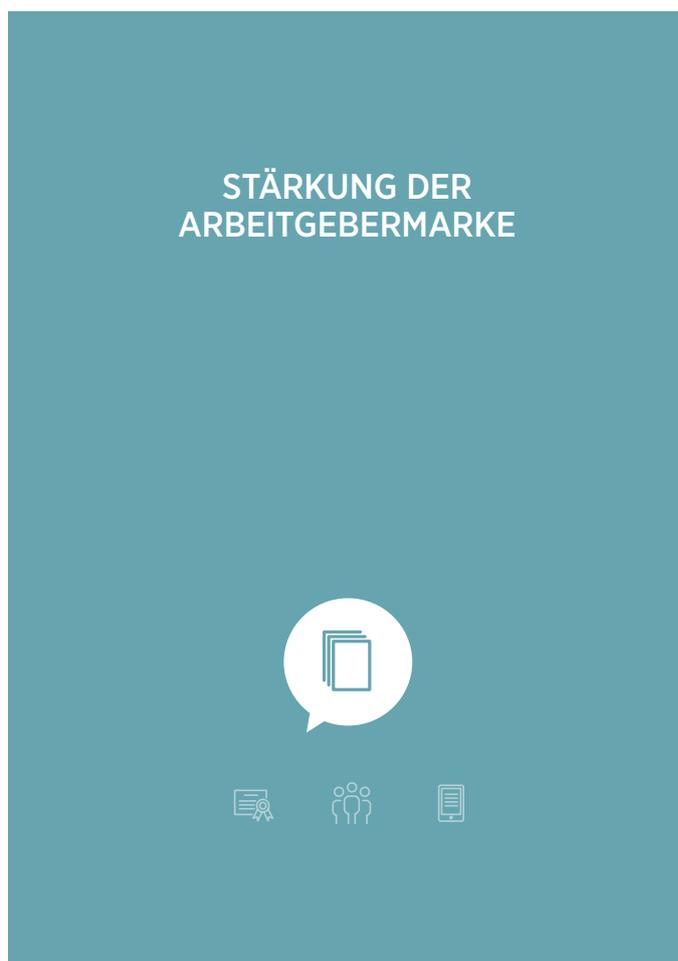


IMAGE-FORMATE IN DER ZEIT

► 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

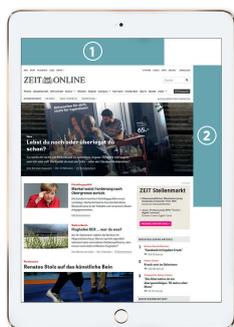
Die klassischen Banner-Formate können animiert und in der Frequenz flexibel eingesetzt werden, um die Zielgruppe dort zu erreichen, wo sie sich informiert. Die Werbebotschaft kann dabei über verschiedene Ressorts wie Karriere, Wissen und Wirtschaft oder mit dem Fokus auf eine spezifische Zielgruppe geschaltet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

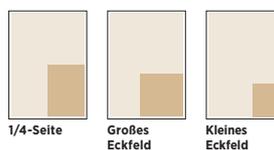
- 1 Superbanner
- 2 Skyscraper
- 3 Medium Rectangle
- 4 Wallpaper



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.: +49-40/32 80-4766
Fax: +49-40/32 80-472
saskia.thiele@zeit.de

Ayse Mese
Tel.: +49-40/32 80-2674
Fax: +49-40/32 80-472
ayse.mese@zeit.de

Anzeigen:

Customer Care Center
[Print](#)
Tel.: +49-40/32 80-396
Fax: +49-40/32 80-446

[Online](#)
Tel.: +49-40/32 02-7350
Fax: +49-40/32 02-7344
customercare@zeit.de

A.12. Stellenmarkt FAZ

Preisliste

Nr. 10 vom 1. Januar 2016

www.faz.media/stellenmarkt



Frankfurter Allgemeine
MEDIA SOLUTIONS
Stellenmarkt

INHALTSVERZEICHNIS

| | Seite |
|---|-------|
| ▶ <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

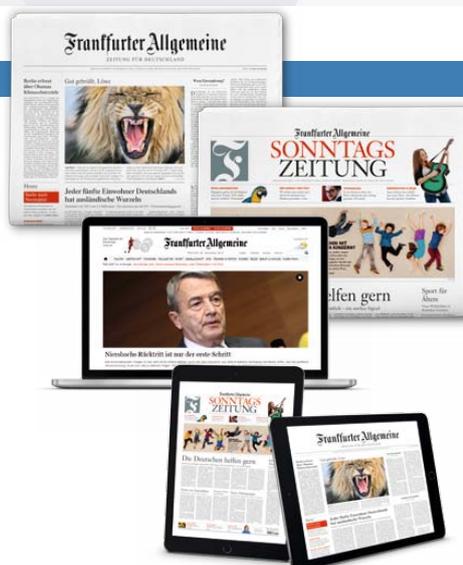
FRANKFURTER ALLGEMEINE

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

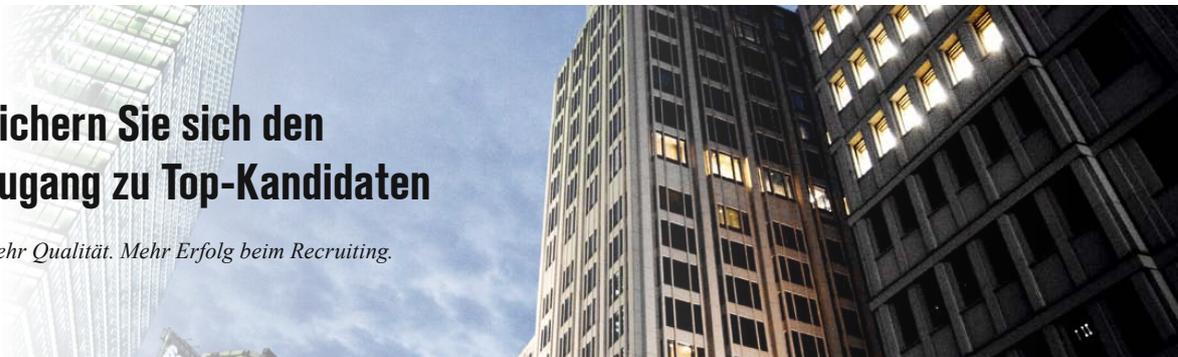
- ▶ Der Stellenmarkt der Frankfurter Allgemeinen erscheint in „Beruf und Chance“. Er bietet Anzeigen jeden Samstag und Sonntag ein hochwertiges redaktionelles Umfeld mit Informationen zum Thema Karriere.
- ▶ Im Stellenmarkt der Frankfurter Allgemeinen suchen viele Spitzenkräfte nach einer neuen Stelle. 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).

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) × 90 mm (H)



Online
individuelles Layout, HTML-Format

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/m² Zeitungsdrukpapier 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 & 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 & 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

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

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 | https://www.faz.net/anzeigenupload (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

A.13. NEUDDV Preisliste

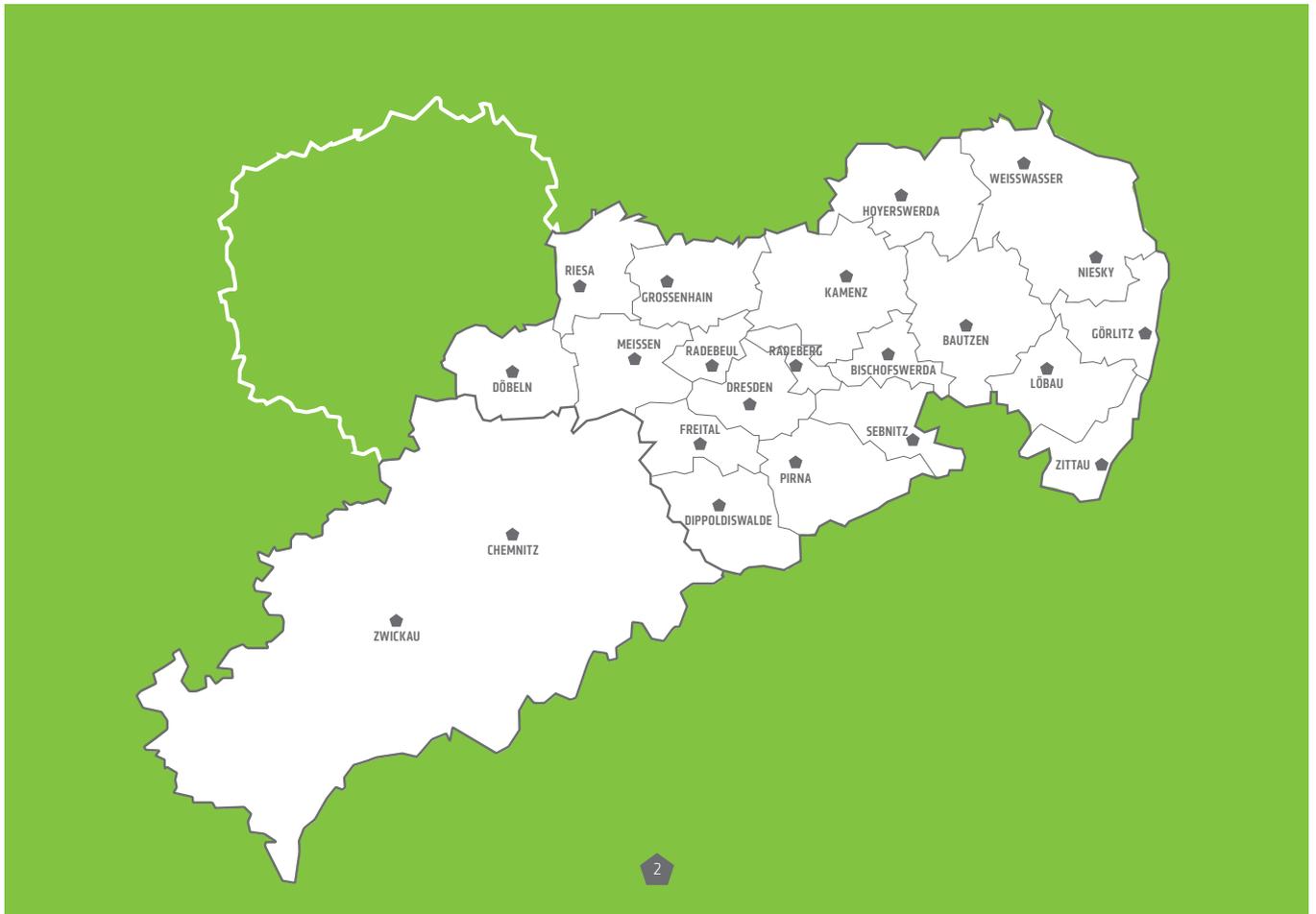
DDV  **MEDIEN GRUPPE**

**PREISLISTE
2016**

Gültig ab 01. Januar 2016
Nr. 19 Nielsen VII

 **agma**TM
Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V.





INHALTSVERZEICHNIS



| | | | |
|---|----|---------------------------------------|-------|
| Allgemeine Verlagsangaben | 4 | PREISE – MORGENPOST | |
| Rabatte | 5 | Gesamtausgabe | 22 |
| TECHNISCHE ANGABEN | | 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 |
| AUFLAGE | | Immobilienanzeigen | 29 |
| Sächsische Zeitung | 11 | Beilagenwerbung | 30 |
| Morgenpost, freitagSZ, Dresden am Wochenende | 12 | ANZEIGENSONDERFORMATE | |
| ANZEIGENSCHLUSS, RÜCKTRITTSSTERMIN, RUBRIKEN | | Sächsische Zeitung | 31 |
| Sächsische Zeitung, Morgenpost | 13 | Morgenpost | 32 |
| PREISE – SÄCHSISCHE ZEITUNG | | MemoStick® | 33 |
| Gesamt- und Regionalausgabe | 14 | Tip-on-Card | 34 |
| Hauptausgabe West und Ost | 15 | ONLINEWERBUNG | |
| LOKALAUSGABEN | | 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



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

VERLAG
DDV Mediengruppe GmbH & Co. KG
POSTANSCHRIFT
Anzeigenabteilung, 01055 Dresden
HAUSANSCHRIFT
Ostra-Allee 20, 01067 Dresden
INTERNET
www.ddv-mediengruppe.de

GESTALTETE ANZEIGEN
Telefon 0351 4864 2477, Telefax 0351 4864 2385
E-Mail anzeigen@ddv-mediengruppe.de
PRIVAT- UND KLEINANZEIGEN
Telefon 0351 840 444, Telefax 0351 840 42555
E-Mail anzeigenannahme@ddv-mediengruppe.de

ANZEIGENLEITUNG
Telefon 0351 4864 2200, Telefax 0351 4864 2835
SONDERTHEMEN
Telefon 0351 4864 2345, Telefax 0351 4864 2465
REISEMARKT
Telefon 0351 4864 2404, Telefax 0351 4864 2385
BEILAGEN
Telefon 0351 4864 2822, Telefax 0351 4864 2439

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:

| | |
|---------------------------|-------------|
| 2 Lokalausgaben | 5 % |
| 3 Lokalausgaben | 10 % |
| 4 Lokalausgaben | 15 % |
| 5 Lokalausgaben | 20 % |
| ab 6 Lokalausgaben | 25 % |

MALSTAFFEL

für mehrmalige Veröffentlichungen bei mindestens:

| | |
|--------------------|-------------|
| 6 Anzeigen | 5 % |
| 12 Anzeigen | 10 % |
| 24 Anzeigen | 15 % |
| 52 Anzeigen | 20 % |

MENGENSTAFFEL

für mehrmalige Veröffentlichungen bei mindestens:

| | |
|------------------|-------------|
| 3.000 mm | 5 % |
| 5.000 mm | 10 % |
| 10.000 mm | 15 % |
| 20.000 mm | 20 % |

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.

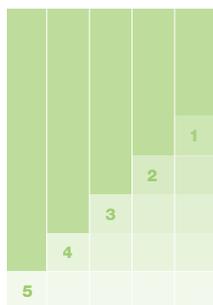
TECHNISCHE ANGABEN



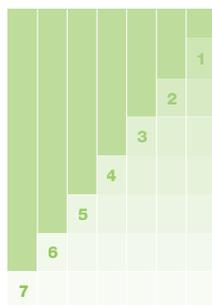
| | | | |
|----------------------------|---|-----------------------------|--|
| DRUCKVERFAHREN | Rollenoffset Zeitungsdruck | PRODUKTIONSABTEILUNG | Tel. 0351 4864 2688 |
| PROZESSSTANDARD | Zeitungsdruck ISO 12647-3 gemäß ifra/FOGRA | E-MAIL | vorstufe.isdn@ddv-mediengruppe.de Bei Datenmengen über 10 MB empfiehlt sich ein ftp-upload. |
| GRUNDSCHRIFT | Anzeigen: Positiv 6 Punkt Negativ 8 Punkt, halbfett | | URL: ftp://fritz.dd-v.de User: isdn Passwort: Z09xgoin Info über: vorstufe.isdn@ddv-mediengruppe.de |
| DRUCKUNTERLAGEN ART | Wir bitten vorzugsweise um digitale Übermittlung von Druckunterlagen. | TEXTKENNUNG | Stichwort, Name der Zeitung (Kurzform), Erscheinungstag oder Auftragsnummer, z. B.: Schnellerreisen_SZ_03102015 |
| RASTERWEITE | 52 L/cm | DATENFORMATE | 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. |
| RASTERPUNKTFORM | gemäßigter Kettenpunkt, elliptische Punktform | HINWEIS | 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. |
| TONWERTUMFANG | druckbarer Rastertonwert ab 3 %, zeichnende Tiefe bis 95 % | | |
| STRICHBREITE | positive Striche druckbar ab 0,15 mm (bezogen auf die Vorlage), negative Striche druckbar ab 0,20 mm (bezogen auf die Vorlage) | | |
| TONWERTZUNAHME | Bei einer 40 %igen Flächendeckung im Rasterpositiv der Vorlage beträgt die verfahrensbedingte Druckzunahme ca. 26 %, maximaler Gesamtfarbauftrag von 240 % muss eingehalten werden. | | |
| FARBSEPARATION | entsprechend der Vorgaben Prozessstandard Zeitungsdruck, ICC-Profile Download unter http://szlink.de/farbprofil | | |
| ZUSATZFARBEN | 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. | | |
| DATENTRÄGER | 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**

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

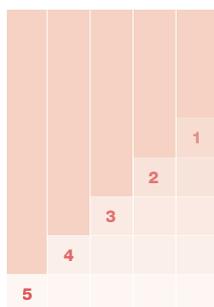
| SPALTENBREITE | ANZEIGENTEIL | TEXTTEIL |
|---------------|--------------|----------|
| 1 Spalte | 45 mm | 62 mm |
| 2 Spalten | 92 mm | 128 mm |
| 3 Spalten | 139 mm | 194 mm |
| 4 Spalten | 186 mm | 260 mm |
| 5 Spalten | 233 mm | 327 mm |
| 6 Spalten | 280 mm | |
| 7 Spalten | 327 mm | |

| 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



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

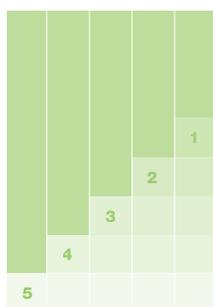
| SPALTENBREITE | ANZEIGEN-/TEXTTEIL |
|---------------|--------------------|
| 1 Spalte | 45 mm |
| 2 Spalten | 92 mm |
| 3 Spalten | 139 mm |
| 4 Spalten | 186 mm |
| 5 Spalten | 233 mm |

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

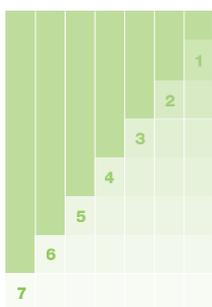
| MINDESTBERECHNUNGSGRÖSSEN FÜR FARBANZEIGEN | |
|--|----------|
| ANZEIGENTEIL | TEXTTEIL |
| 100 mm | 50 mm |

TECHNISCHE ANGABEN

FREITAGSZ



ANSICHT TEXTTEIL



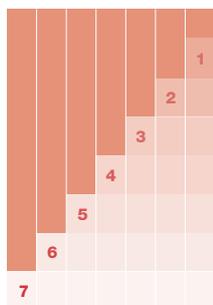
ANSICHT ANZEIGENTEIL

freitagSZ*

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

DAWO!



ANSICHT DAWO

DAWO!*

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

| | |
|----------------------|--------|
| SPALTENBREITE | |
| 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 |

| | |
|---------------------|----------------------------|
| MINDESTHÖHEN | GESTALTETE ANZEIGEN |
| 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 | 164.267 |
| 720 | Ausgabe Dresden | 100550 | 75.505 | 58.031 |
| | Ausgabe Dresden | Sa/So-WE-Kombi | 104332 | 115.597 |
| 730 | Ausgabe Chemnitz | 100288 | 33.698 | 24.324 |
| | Ausgabe Chemnitz | Sa/So-WE-Kombi | 104334 | 48.670 |

FREITAGSZ

| NUMMER | AUSGABE | DRUCKAUFLAGE ¹ |
|--------|--------------------------------------|---------------------------|
| 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 ¹ |
|--------|---------|---------------------------|
| 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

| | GESAMTAUSGABE | | RA DRESDEN* | |
|-------------------------------------|---------------|-----------|-------------|-----------|
| | Grundpreis | Ortspreis | Grundpreis | Ortspreis |
| | (Nr. 100) | | (Nr. 221) | |
| SCHWARZ-WEISS | | | | |
| 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 |
| FARBIG | | | | |
| 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 Dresden/ Meißner Land, Rödertal und Freital.

Anzeigensonderformen siehe Blatt 31

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

14

PREISE

SÄCHSISCHE ZEITUNG HAUPTAUSGABEN

| | HAUPTAUSGABE WEST (Nr. 113) | | HAUPTAUSGABE OST (Nr. 112) | |
|-------------------------------------|--------------------------------|-----------|-------------------------------|-----------|
| | Grundpreis | Ortspreis | Grundpreis | Ortspreis |
| SCHWARZ-WEISS | | | | |
| 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 |
| FARBIG | | | | |
| 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

| | BAUTZEN | | BISCHOWSWERDA | | DIPPOLDISWALDE | |
|-------------------------------------|----------------|-----------|----------------------|-----------|-----------------------|-----------|
| | (Nr. 403) | | (Nr. 404) | | (Nr. 405) | |
| | Grundpreis | Ortspreis | Grundpreis | Ortspreis | Grundpreis | Ortspreis |
| SCHWARZ-WEISS | | | | | | |
| 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 |
| FARBIG | | | | | | |
| 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

16

PREISE

SÄCHSISCHE ZEITUNG LOKALAUSGABEN

| | DÖBELNER ANZEIGER | | DRESDNER/MEISSNER LAND | | FREITAL | |
|-------------------------------------|--------------------------|-----------|-------------------------------|-----------|----------------|-----------|
| | (Nr. 420) | | (Nr. 401) | | (Nr. 407) | |
| | Grundpreis | Ortspreis | Grundpreis | Ortspreis | Grundpreis | Ortspreis |
| SCHWARZ-WEISS | | | | | | |
| 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 |
| FARBIG | | | | | | |
| 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

PREISE

SÄCHSISCHE ZEITUNG LOKALAUSGABEN

| | GÖRLITZ | | GROSSENHAIN | | HOYERSWERDA | |
|-------------------------------------|----------------|-----------|--------------------|-----------|--------------------|-----------------|
| | (Nr. 409) | | (Nr. 410) | | (Nr. 481) | |
| | Grundpreis | Ortspreis | Grundpreis | Ortspreis | Grundpreis | Ortspreis* (WK) |
| SCHWARZ-WEISS | | | | | | |
| 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 | - | - |
| FARBIG | | | | | | |
| 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

| | KAMENZ | | LÖBAU | | MEISSEN | |
|-------------------------------------|---------------|-----------|--------------|-----------|----------------|-----------|
| | (Nr. 411) | | (Nr. 412) | | (Nr. 413) | |
| | Grundpreis | Ortspreis | Grundpreis | Ortspreis | Grundpreis | Ortspreis |
| SCHWARZ-WEISS | | | | | | |
| 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 |
| FARBIG | | | | | | |
| 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

PREISE

SÄCHSISCHE ZEITUNG LOKALAUSGABEN

| | NIESKY/WEISSWASSER (Nr. 318) | | PIRNA (Nr. 414) | | RIESA (Nr. 415) | |
|-------------------------------------|---------------------------------|-----------|--------------------|-----------|--------------------|-----------|
| | Grundpreis | Ortspreis | Grundpreis | Ortspreis | Grundpreis | Ortspreis |
| SCHWARZ-WEISS | | | | | | |
| 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 |
| FARBIG | | | | | | |
| 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

PREISE

SÄCHSISCHE ZEITUNG LOKALAUSGABEN

| | RÖDERTAL | | SEBNITZ | | ZITTAU | |
|-------------------------------------|-----------------|-----------|----------------|-----------|---------------|-----------|
| | (Nr. 402) | | (Nr. 416) | | (Nr. 417) | |
| | Grundpreis | Ortspreis | Grundpreis | Ortspreis | Grundpreis | Ortspreis |
| SCHWARZ-WEISS | | | | | | |
| 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 |
| FARBIG | | | | | | |
| 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 |

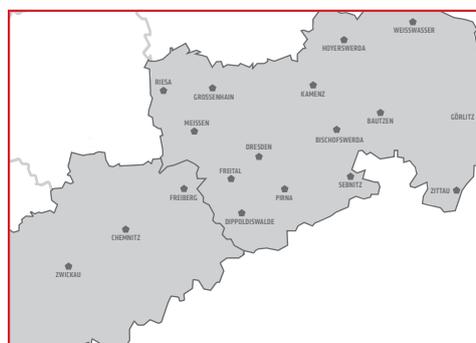
Anzeigensonderformen siehe Blatt 31

PREISE

MORGENPOST GESAMTAUSGABE

| | MO - FR (Nr. 710) | | ERMÄSSIGTE PREISE IN KOMBINATION MIT SZ | |
|-----------------------------|-----------------------------|-----------|--|-----------|
| | Grundpreis | Ortspreis | Grundpreis | Ortspreis |
| SCHWARZ-WEISS | | | | |
| 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 | - | - |
| FARBIG | | | | |
| 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 | - | - |

| | WOCHENEND-KOMBI (SA/SO) (Nr. 710) | | ERMÄSSIGTE PREISE IN KOMBINATION MIT SZ | |
|---------------------------------------|---|-----------|--|-----------|
| | 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 | - | - |
| Wochenend-Kombi (SA/SO) Gesamt | | | | |
| 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

| | MO - FR (Nr. 720) | | ERMÄSSIGTE PREISE IN KOMBINATION MIT SZ | | WOCHENEND-KOMBI (SA/SO) (Nr. 730) | | ERMÄSSIGTE PREISE IN KOMBINATION MIT SZ | |
|-----------------------------|-----------------------------|-----------|--|-----------|---|-----------|--|-----------|
| | Grundpreis | Ortspreis | Grundpreis | Ortspreis | Grundpreis | Ortspreis | Grundpreis | Ortspreis |
| SCHWARZ-WEISS | | | | | | | | |
| 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 | - | - |
| FARBIG | | | | | | | | |
| 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 |
| SCHWARZ-WEISS | | | | |
| 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 | - | - |
| FARBIG | | | | |
| 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 | - | - |



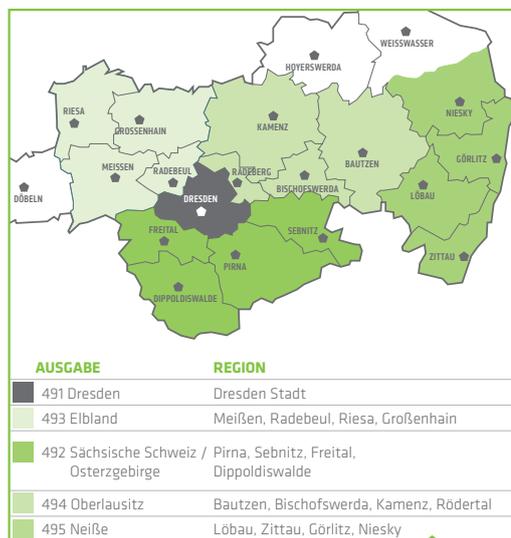
Anzeigensonderformen siehe Blatt 32

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

PREISE

freitagSZ

| | AUSGABE DRESDEN | | JE REGIONAL AUSGABE | |
|--|-----------------|-----------|---------------------|-----------|
| | Grundpreis | Ortspreis | Grundpreis | Ortspreis |
| SCHWARZ-WEISS | | | | |
| 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 |
| FARBIG | | | | |
| 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 |
| BEILAGENPREISE | | | | |
| | 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

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
 ** 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 % |
| ab 3.000 mm | |
| 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

E-MAIL
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 |
| SCHWARZ-WEISS | | | | | | |
| 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* |
| FARBIG | | | | | | |
| 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

KONTAKT UND BERATUNG

Tel. 0351 4864 2404, Fax 0351 4864 2383

E-MAIL

reisen@ddv-mediengruppe.de

ANZEIGENSCHLUSS

Donnerstag 13 Uhr

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

PREISE

STELLENANZEIGEN PRINT - ONLINE - KOMBI

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

* 4 Zeilen in Vorteilskombination: SZ Gesamtausgabe + DAWO + 4 Wochen auf www.sz-jobs.de

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

KONTAKT UND BERATUNG

Tel. 0351 4864 2477, Fax 0351 4864 2385

E-MAIL

stellen@dv-mediengruppe.de

ANZEIGENSCHLUSS

Donnerstag 13 Uhr

PREISE

IMMOBILIENANZEIGEN

| | SCHWARZ-WEISS | | FARBIG | |
|--|---------------|-----------|------------|-----------|
| | Grundpreis | Ortspreis | Grundpreis | Ortspreis |
| GESAMTAUSGABE SZ (Nr. 100) | | | | |
| Anzeigenteil (mm-Preis) | 13,05 | 11,08 | 18,20 | 15,47 |
| Kleinanzeigen (4 Zeilen)* | 42,00* | 36,00* | | |
| REGIONALAUSGABE SZ DRESDEN (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* | | |
| freitagSZ AUSGABE DRESDEN (Nr. 491) | | | | |
| Anzeigenteil (mm-Preis) | 1,84 | 1,56 | 2,56 | 2,18 |
| Ermäßigtter 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



KONTAKT UND BERATUNG

Tel. 0351 4864 2418, Fax 0351 4864 2385

E-MAIL

immobilien@ddv-mediengruppe.de

ANZEIGENSCHLUSS

Donnerstag 13 Uhr



PREISE

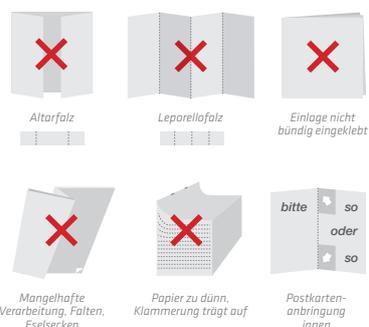
| JE 1.000 EXEMPLARE | Grundpreis | Ortspreis |
|---|------------|-----------|
| bis 10 g | 81,- | 69,- |
| bis 20 g | 88,- | 75,- |
| bis 30 g | 102,- | 87,- |
| bis 40 g | 116,- | 99,- |
| bis 50 g | 130,- | 111,- |
| Mehrpreis je 10 g höheres Gewicht pro 1.000 Exemplare | 18,- | 15,- |

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/m²
 DIN A5/DIN A4: 120 g/m²

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

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

ANZEIGENSONDERFORMATE

SÄCHSISCHE ZEITUNG

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

ANZEIGENSONDERFORMATE

MORGENPOST

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

MemoStick

SÄCHSISCHE ZEITUNG

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



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

TIP-ON-CARD

SÄCHSISCHE ZEITUNG

| | | |
|-------------------------------|--|---|
| PLATZIERUNG | auf Titelseite unterhalb des Bruchs | |
| BELEGUNGSMÖGLICHKEITEN | Lokalausgaben Bei produktionstechnisch bedingten Erfordernissen ist eine Splittung auf mehrere Erscheinungstage notwendig | |
| | Mindestbelegung je Erscheinungstag und Ausgabe: | 5.000 Exemplare |
| PREISE | Ortspreis (exkl. Herstellung): Grundpreis (exkl. Herstellung): | 99,00 EUR je 1.000 Expl. 116,00 EUR je 1.000 Expl. |
| TECHNISCHE ANGABEN | Format: Papiergrammatur: Zulässige Durchbiegung: | 148 x 105 mm (A6) mind. 170 g/m2 in Schmalbahn gedruckt Maximalformat – gehalten darf max. 20 mm herunterhängen |
| DRUCKUNTERLAGEN | Dateiformat: Beschnitt: Druckunterlagenschluss: | druckfähiges, vektorisiertes PDF-File (mind. 200 dpi) umlaufend 3 mm 12 Werktage vor Anzeigenschluss |
| LIEFERANGABEN | 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

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

SONDERFORMEN

| | |
|-------------------------|---|
| DIGITALE BEILAGE | 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>KONTAKT UND BERATUNG Tel. 0351 4864 2292, Fax 0351 4864 2606</p> | <p>E-MAIL werbung@sz-online.de</p> | <p>AUSFÜHRliche INFORMATIONEN ZU EINZELNEN WERBEFORMEN, RUBRIKEN, REICHWEITEN, PREISEN UND ZU BUCHUNGEN ERHALTEN SIE UNTER: WWW.SZ-ONLINE.DE/MEDIADATEN</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

KONTAKT UND BERATUNG

Tel. 0351 4864 2880, Fax 0351 4864 2872

E-MAIL

werbung@mopo24.de

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

36

* Wir gehören zur **DDV** MEDIENGRUPPE

GESCHÄFTSBEDINGUNGEN



ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN FÜR ANZEIGEN UND FREMDEBELAGEN 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 Zweck der Verbreitung.
2. 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.
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-Millimeter dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet. Die über NBRZ geschalteten Anzeigen werden bei der Gewährung von Rabatten durch den Verlag nicht berücksichtigt.
6. Aufträge für Anzeigen und Fremdebelagen, 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 rechtsverbindlich bestätigte Aufträge sowie einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Belagenaufträge 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. Belagenaufträge 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.
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 – 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.
11. 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.
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 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.
14. Bei Zahlungsverzug oder -Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Im Falle des Verzuges darf sich der Verlag zur Rechtsverfolgung eines Inkassounternehmens bedienen. Die hierfür anfallenden Kosten gelten zwischen den Vertragspartnern als Verzugschaden 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.
15. 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.
16. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
17. Aus einer Auflagenminderung 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 Auflagenminderung 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.
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 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.
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 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 fernmündlich 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 Wortlaut berechnet werden, behält sich der Verlag die Anwendung von allgemein verständlichen Abkürzungen 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
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
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
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
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
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
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



A.14. 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 Telefon: 0341 2181-0
04088 Leipzig www.lvz.de



ZMG

agmaTM

LEIPZIGER VOLKSZEITUNG

01.03.16

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

1 Allgemeine Verlagsangaben

| | | | |
|-------------------------|---|--|--|
| Verlag: | Leipziger Verlags- und Druckereigesellschaft mbH & Co. KG | USt.-IdNr.: DE141515733 | Steuer-Nr.: 231/168/10603 |
| Postanschrift: | 04088 Leipzig | Gestaltete Anzeigen: | Anzeigenleitung: |
| Hausanschrift: | 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 |
| Geschäftsstelle: | Peterssteinweg 14 04107 Leipzig | Zeilenanzeigen: | Sonderthemen: |
| Internet: | 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 Beilagen: Telefon: 0341 2181-1456 Telefax: 0341 2181-1479 Rechnungswesen: Telefon: 0341 2181-1714 Telefax: 0341 2181-1689 |
| Kundendienst: | | Telefon (kostenfrei): 0800 2181-010 Telefax (Ortstarif): 0341 2181-2010 | |

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); Rheinisches Format (RF): 327 mm breit, 484 mm hoch (1/1 Seite: 3388 mm = 88% vom NF); | Panoramaanzeigen: 770 mm x 528 mm Panoramaanzeigen: 676 mm x 484 mm | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Spaltenbreite und -zahl: | <table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 30%;">Anzeigenteil:</td> <td style="width: 15%;">NF: 45 mm</td> <td style="width: 15%;">RF: 45 mm</td> <td style="width: 10%;"></td> <td style="width: 15%;">Textteil:</td> <td style="width: 15%;">NF: 58 mm</td> <td style="width: 10%;">RF: 52 mm</td> </tr> <tr> <td>2-spaltig</td> <td>91 mm</td> <td>91 mm</td> <td style="border-left: 1px solid black;"></td> <td>2-spaltig</td> <td>120 mm</td> <td>107 mm</td> </tr> <tr> <td>3-spaltig</td> <td>137 mm</td> <td>137 mm</td> <td style="border-left: 1px solid black;"></td> <td>3-spaltig</td> <td>183 mm</td> <td>162 mm</td> </tr> <tr> <td>4-spaltig</td> <td>184 mm</td> <td>184 mm</td> <td style="border-left: 1px solid black;"></td> <td>4-spaltig</td> <td>246 mm</td> <td>217 mm</td> </tr> <tr> <td>5-spaltig</td> <td>230 mm</td> <td>230 mm</td> <td style="border-left: 1px solid black;"></td> <td>5-spaltig</td> <td>309 mm</td> <td>272 mm</td> </tr> <tr> <td>6-spaltig</td> <td>277 mm</td> <td>277 mm</td> <td style="border-left: 1px solid black;"></td> <td>6-spaltig</td> <td>371 mm</td> <td>327 mm</td> </tr> <tr> <td>7-spaltig</td> <td>323 mm</td> <td>323 mm</td> <td style="border-left: 1px solid black;"></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>8-spaltig</td> <td>371 mm</td> <td></td> <td style="border-left: 1px solid black;"></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table> | 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 | | | | | | |
| 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.

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

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

| Samstag | Schlussstermin | |
|-------------------|----------------|--------|
| 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) |
|---------|----------------------|------------|-------------------|-----------------------|----------------------|
| GESA | Gesamtausgabe | 100 059 | 190.842 | 11,85 | 10,07 |
| HAU | Hauptausgabe | 100 671 | 167.800 | 10,04 | 8,53 |
| LST | Stadtausgabe | 100 844 | 120.981 | 5,49 | 4,67 |

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 |
|--|--|--|---|--|----------|
| Gestaltete Anzeigen im Anzeigenteil schwarz/weiß | alle Ausgaben | - | - | eingeschränkte Rubrizierung; Preise für Amtliche Bekanntmachungen (auf Anfrage) sind gültig für Anzeigen ohne erwerbswirtschaftlichen Charakter, die von Amts wegen pflichtgemäß zu veröffentlichende Sachverhalte beinhalten; Preise für Kulturanzeigen (auf Anfrage) sind gültig für eingetragene Vereine, gemeinnützige Veranstaltungen und Gastronomie | |
| | alle Regionalausgaben | - | - | keine Rubrizierung | |
| Gestaltete Anzeigen im Anzeigenteil mit Zusatzfarben (ZF) | 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 | |
| Zeilenanzeigen | 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 | |
| blattbreite Anzeigen textanschließend | 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 | |
| blatthohe Anzeigen neben Text | 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 | |
| Textteilanzeigen | 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 | |
| Eckfeldanzeigen | 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.

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

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.

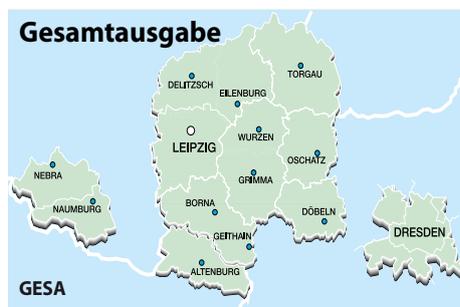
Weitere Anzeigen Sonderformate und -platzierungen im Naumburger Tageblatt siehe Preisliste NT

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

7 Preise: Gesamtausgabe und Hauptausgabe

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

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

| | Stadtausgabe | |
|--------------------------------------|---------------------|-------------|
| | Grundpreis | Ortspreis |
| Schwarz-Weiß (EUR je mm) | 5,49 | 4,67 |
| 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 |
| 1 Zusatzfarbe (EUR je mm) | 6,60 | 5,61 |
| 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 |
| 2 Zusatzfarben (EUR je mm) | 7,32 | 6,22 |
| 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 |
| 3 Zusatzfarben (EUR je mm) | 8,12 | 6,90 |
| 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 |
| Zeilenanzeigen (EUR je Zeile) | 9,55 | 8,12 |

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



Rubrikenpreise siehe Seite 9–11.

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

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.

| 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 | Gesamtausgabe | | Hauptausgabe | | Stadttausgabe | |
|--|---------------|-----------|--------------|-----------|---------------|-----------|
| | Grundpreis | Ortspreis | Grundpreis | Ortspreis | Grundpreis | Ortspreis |
| bei Doppelschaltung (rabattierter Preis) | | | | | | |
| 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.

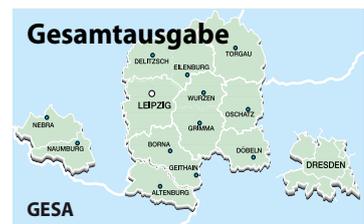
Alle Preise in EURO zuzüglich Mehrwertsteuer. Zeilenanzeigen erscheinen nicht in der Ausgabe Naumburger Tageblatt.



11 Rubrikenpreise

Reisemarkt

| | Touristik | | | | Touristik ermäßigt | |
|--------------------------------------|---------------|--------------|--------------|-------------|--------------------|-------------|
| | Gesamtausgabe | | Stadtausgabe | | GESA | LST |
| | Grundpreis | Ortspreis | Grundpreis | Ortspreis | Grundpreis | Grundpreis |
| Schwarz-Weiß (EUR je mm) | 8,36 | 7,11 | 4,68 | 3,98 | 5,88 | 3,51 |
| 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 |
| 1 Zusatzfarbe (EUR je mm) | 10,05 | 8,54 | 5,61 | 4,76 | 7,06 | 4,21 |
| 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 |
| 2 Zusatzfarben (EUR je mm) | 11,14 | 9,46 | 6,23 | 5,29 | 7,83 | 4,67 |
| 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 |
| 3 Zusatzfarben (EUR je mm) | 12,37 | 10,51 | 6,92 | 5,88 | 8,69 | 5,19 |
| 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 |
| Zeilenanzeigen (EUR je Zeile) | 10,20 | 8,67 | 8,04 | 6,83 | 9,49 | 6,03 |



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:

| | Gesamtausgabe | Hauptausgabe |
|----------------------------|---------------|--------------|
| Anteil Nordisches Format: | 98,4661 % | 98,1944 % |
| Anteil Rheinisches Format: | 1,5339 % | 1,8056 % |

Auf dieser Berechnungsbasis werden folgende (gerundete) Splittingpreise angesetzt:

Gesamtausgabe

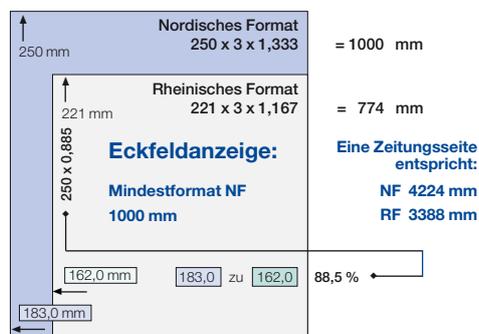
| | Grundpreise | | | Ortspreise | | |
|--------------|-------------|------|-------|------------|------|-------|
| | NF | RF | Σ | NF | RF | Σ |
| mm s/w | 11,67 | 0,18 | 11,85 | 9,92 | 0,15 | 10,07 |
| mm 1 ZF | 14,00 | 0,22 | 14,22 | 11,90 | 0,19 | 12,09 |
| mm 2 ZF | 15,54 | 0,24 | 15,78 | 13,20 | 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 |
|-----------------------------------|-------------|-------------|
| Schwarz-Weiß (EUR je mm) | 1,60 | 1,36 |
| 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 |
| 1 Zusatzfarbe (EUR je mm) | 1,92 | 1,63 |
| 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 |
| 2 Zusatzfarben (EUR je mm) | 2,13 | 1,81 |
| 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 |
| 3 Zusatzfarben (EUR je mm) | 2,37 | 2,01 |
| 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 |
| Schwarz-Weiß (EUR je mm) | 1,58 | 1,34 | 1,71 | 1,45 |
| 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 |
| 1 Zusatzfarbe (EUR je mm) | 1,90 | 1,61 | 2,05 | 1,74 |
| 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 |
| 2 Zusatzfarben (EUR je mm) | 2,11 | 1,79 | 2,28 | 1,94 |
| 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 |
| 3 Zusatzfarben (EUR je mm) | 2,34 | 1,98 | 2,53 | 2,15 |
| 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 |

Delitzsch-Eilenburg



DEK

Muldental



MTK

*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.

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

15 Preise: Regionalausgaben

Döbelner Allgemeine Zeitung

Oschatzer Allgemeine

| | Grundpreis | Ortspreis | Grundpreis | Ortspreis |
|-----------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Schwarz-Weiß (EUR je mm) | 0,92 | 0,78 | 1,06 | 0,90 |
| 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 |
| 1 Zusatzfarbe (EUR je mm) | 1,10 | 0,93 | 1,27 | 1,08 |
| 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 |
| 2 Zusatzfarben (EUR je mm) | 1,23 | 1,04 | 1,42 | 1,20 |
| 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 |
| 3 Zusatzfarben (EUR je mm) | 1,37 | 1,16 | 1,58 | 1,34 |
| 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.

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

16

Preise: Regionalausgaben

| | Osterländer Volkszeitung | | Torgauer Zeitung | |
|-----------------------------------|--------------------------|-------------|------------------|-------------|
| | Grundpreis | Ortspreis | Grundpreis | Ortspreis |
| Schwarz-Weiß (EUR je mm) | 1,37 | 1,16 | 1,33 | 1,13 |
| 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 |
| 1 Zusatzfarbe (EUR je mm) | 1,64 | 1,39 | 1,60 | 1,36 |
| 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 |
| 2 Zusatzfarben (EUR je mm) | 1,82 | 1,54 | 1,78 | 1,51 |
| 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 |
| 3 Zusatzfarben (EUR je mm) | 2,02 | 1,71 | 1,98 | 1,68 |
| 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.



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

17 Preise: Regionalausgaben

| | Naumburger Tageblatt | | Dresdner Neueste Nachrichten* | |
|-----------------------------------|----------------------|-------------|-------------------------------|-------------|
| | Grundpreis | Ortspreis | Grundpreis | Ortspreis |
| Schwarz-Weiß (EUR je mm) | 1,48 | 1,26 | 1,91 | 1,62 |
| 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 |
| 1 Zusatzfarbe (EUR je mm) | 1,85 | 1,58 | 2,27 | 1,93 |
| 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 |
| 2 Zusatzfarben (EUR je mm) | | | 2,51 | 2,13 |
| 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 |
| 3 Zusatzfarben (EUR je mm) | 2,00 | 1,70 | 2,74 | 2,33 |
| 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.

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

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 ¹⁾ | (Mo-Fr) | 80.000 |
| | (Sa) | 93.000 |
| Borna-Geithain ²⁾ | (Mo-Fr) | 16.000 |
| | (Sa) | 17.700 |
| Delitzsch-Eilenburg ²⁾ | (Mo-Fr) | 13.300 |
| | (Sa) | 14.900 |
| Muldental ²⁾ | (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 ²⁾ | (Mo-Fr) | 13.000 |
| | (Sa) | 13.000 |
| Dresdner Neueste Nachrichten | (Mo-Fr) | 27.300 |
| | (Sa) | 29.400 |

¹⁾ Belegungseinheit ²⁾ 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/m² nicht unterschreiten.
- b) Einzelblätter mit Formaten größer als DIN A6 bis DIN A4 müssen ein Flächengewicht von mindestens 120 g/m² aufweisen.
- c) Größere Formate mit einem Papiergewicht von mindestens 60 g/m² 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)
 - Lokalausgaben sind separat belegbar
 - Mindestbelegung je Erscheinungstag 15.000 Expl.
 - Maximalbelegung je Erscheinungstag 40.000 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
 - Druck (falls gewünscht): ab 14,00 EUR je 1.000 Expl.
- Technische Angaben**
- Format Karte: min. 70 mm breit x 90 mm lang
 max. 148 mm breit x 105 mm lang
- Format CD/DVD: 125 mm breit x 125 mm lang
- Papier: mattgestrichenes Bilderdruckpapier
- Papiergrammaturn: min. 250 g/m²
- Produktgewicht: max. 25 g
- Luftdurchlässigkeit: undurchlässig
- Zulässige Durchbiegung: Maximalformat – gehalten darf max. 20 mm herunterhängen
- Die angelieferten Tip-on-Cards müssen eine einwandfreie, sofortige Verarbeitung gewährleisten, ohne dass zusätzliche manuelle Aufbereitung notwendig ist. 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 rechteckig und formatgleich geschnitten sein. Verformte Einzelblätter oder Kanten, sowie offene und gefaltete Produkte sind nicht verarbeitbar.
- 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 Werktage 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.

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 ² |
| 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 • Web: 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 • Web: www.lvz.de/werbung • Telefon: 0341 2181-1824 oder -1588

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 sinstig sein sollte, gegen den Verlag erwachsen. Erscheinen sinstige 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

| | | | |
|-------------------------|--|--------------------------------|-------------------------------|
| Grundschrift: | Für Zeilenanzeigen wird in der Leipziger Volkszeitung die Schrift Franklin Gothic in der Schriftgröße 7,3 Punkt verwendet. | | |
| Rasterform: | Elliptischer Punktraster 60 Linien/cm (150 lpi Rasterweite) | Auflösung der Bilder: | 200 dpi nach Zeitungsstandard |
| Rasterwinkelung: | Schwarz = 45° / Cyan = 105° / Magenta = 75° / Gelb = 90° | Druckreihenfolge: | Schwarz-Cyan-Magenta-Gelb |
| Tonwertumfang: | Zeichnende Tiefe 87 %, Licht 5 % | Schwärzung: | Dichte 3,2 log |
| Tonwertzunahme: | Wir arbeiten entsprechend den Empfehlungen der Dachverbände nach Zeitungsstandard 26% Tonwertzuwachs. Zeitungsprofil „ISOnewspaper26v4.icc“ kostenlos zum Download unter www.ifra.de . | Max. Flächendeckung 4c: | 240% |
| Papier: | 42,5 Gramm Zeitungsdruckpapier | Druckverfahren: | Offset Rotationsdruck |
| Druckfarben: | Farbangaben nach HKS-Z Farbfächer. 4-Farbdruck nach Eurokala für Zeitungsdruck. Sonderfarben werden im 4 Farbdruck erzielt. | | |
| Qualität: | 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. | | |
| Archivierung: | 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)

| | |
|----------------------------|---|
| Hinweise: | 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. |
| Telefon/Telefax: | Info-Nummer: 0341 2181-1314 |
| E-Mail | anzeigenleitstand@lvz.de (Bei Datenmengen über 10 MB empfiehlt sich der FTP-Upload – FTP-Zugang auf Anfrage) |
| Hardware-Plattform: | Windows 7 |
| Dateiformate: | 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.

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

Leipzig Telefon: 0341 2181-1100
 Telefax: 0341 2181-1639

**Borna/
 Geithain** Telefon: 03433 2707-15
 03433 2707-16
 03433 2707-44
 Telefax: 03433 2707-14

**Delitzsch/
 Eilenburg** Telefon: 034202 3850-36
 034202 3850-37
 034202 3850-38
 Telefax: 034202 3850-40

Muldental Telefon: 03425 9029-23
 03425 9029-25
 03425 9029-44
 Telefax: 03425 9029-90

Döbeln Telefon: 03431 7195-36
 03431 7195-37
 Telefax: 03431 7195-40

Oschatz Telefon: 03435 9768-37
 03435 9768-38
 Telefax: 03435 9768-39

Altenburg Telefon: 03447 5749-37
 03447 5749-38
 Telefax: 03447 5749-40

Torgau Telefon: 03421 7210-0
 Telefax: 03421 7210-50

Naumburg Telefon: 03445 23078-36
 03445 23078-38
 Telefax: 03445 23078-39

Dresden Telefon: 0351 8075-145
 Telefax: 0351 8075-149

A.15. Preisliste SZ

Preisliste Nr. 79 – gültig ab 01. Oktober 2015

Mediadaten

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



The advertisement features a collage of Süddeutsche Zeitung content. On the left is the 'Süddeutsche Zeitung Magazin' with a cover image of a stone stack and sunglasses. In the center is the 'Süddeutsche Zeitung AM WOCHENENDE' with a cover image of a starfish and the headline 'Essen unter Wasser'. Below these are two main newspaper front pages. The top one has the headline 'Wie es euch gefällt: Eine Sexologin und die Lust der Chinesen' and 'Die Seite Drei'. The bottom one has the headline 'Blatter stellt sich trotzig zur Wahl'. To the right, digital versions of the newspaper are shown on a tablet, a laptop, and a smartphone.

Seien Sie anspruchsvoll.

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

Süddeutsche Zeitung

Stellenmarkt



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

| Preise/mm | s/w | farbig |
|--|----------------|----------------|
| Stellenmarkt (bis zu 8 Anzeigenspalten) | 14,40 € | 19,75 € |

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

inkl. Veröffentlichung in der Digitalausgabe der Süddeutschen Zeitung

HR-Image-Anzeige
Präsentieren Sie Ihre Firma, deren Ziele und Unternehmenskultur im Stellenmarkt der Süddeutschen Zeitung.

| | |
|--|--|
| 1/1 Seite Breite 371 mm, Höhe 528 mm | 1/2 Seite Breite 184,5 mm, Höhe 528 mm |
|--|--|

| | |
|---|---|
|  39.000 € |  25.000 € |
|---|---|

| | |
|--|--|
| 1/4 Seite Breite 184,5 mm, Höhe 264 mm | 1/8 Seite Breite 184,5 mm, Höhe 132 mm |
|--|--|

| | |
|---|--|
|  13.000 € |  7.900 € |
|---|--|

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 - 10 30
E-Mail: anzeigenannahme@sueddeutsche.de

Druckunterlagen: 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 Artelebene in den Ressorts Wirtschaft, Karriere und Wissen eingebundet - und zwar immer dann, wenn sie inhaltlich zum Thema passen.

jobs.sz.de

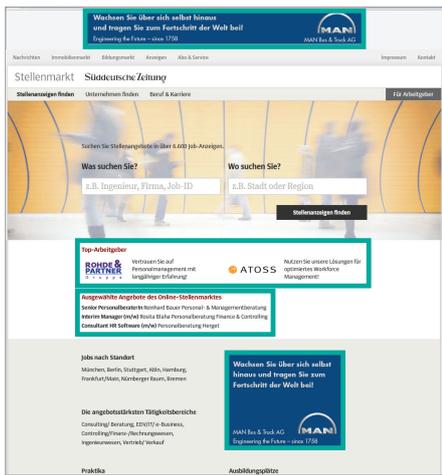
Prominente Platzierungen auf der Startseite

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

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

www.sz-media.de

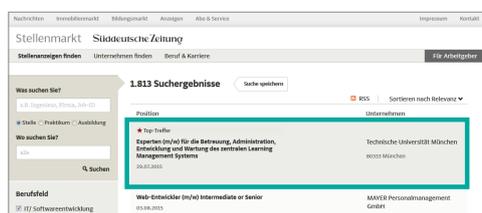
Beratung und Buchung
Telefon: +49 89 / 21 83 - 97 33
E-Mail: stellen-online@sueddeutsche.de

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.

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

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.

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 Leser¹ erreicht.



Zielgruppe Schüler

Rund 30.000 Exemplare der März- und Septemбераusgabe 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.¹

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

Beratung und Buchung

Telefon: +49 89 / 21 83 - 82 73

Fax: +49 89 / 21 83 - 87 19

E-Mail: stellen-anzeigen@sueddeutsche.de

Druckunterlagen: 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

¹ Media-Analyse (agma) 2015 Tageszeitungen

A.16. Finanzkalkulation PVT

Antrag

zur Sitzung des Student_innenRates am 13.09.2016

Antragsteller_innen: Sebastian Adam - Referent für Lehre u. Studium
Felix Ramberg - Referent für Hochschulpolitik

Antragsgegenstand: Ausrichtung des 38. Poolvernetzungstreffens

TOP: Akkreditierungswesen

Antrag:

Der Student_innenRat beschließt die Ausrichtung des 38. Poolvernetzungstreffens (PVT) vom 16.-18.12.2016. Organisatorisch zeichnen sich die Referate LuSt und HoPo dafür verantwortlich. Das PVT und die im Rahmen des PVT stattfindenden Workshops zum Akkreditierungswesen sind grundsätzlich öffentlich abzuhalten.

Antragsbegründung:

Der Studentische Akkreditierungspool stellt die studentischen Mitglieder der Akkreditierungsverfahren an deutschen Hochschulen. Auf den mehrmals im Jahr stattfindenden Vernetzungstreffen tauschen sich Pooltragende Organisationen (BuFatas, Landesstudierendenvertretungen und Interessierte) miteinander über den Stand des Akkreditierungswesens aus und beschließen unter anderem über Entsendungen in Pools für Verfahren. Das letzte Vernetzungstreffen fand in Kiel statt - an diesem nahmen auch Vertreter des StuRa Uni Leipzig teil. Da sich die Universität Leipzig weiterhin in einer Umbruchphase befindet, an deren Ende die Systemakkreditierung stehen soll, stellt es eine großartige Chance für uns dar, diesen Wissen nach Leipzig zu holen und im Rahmen der Veranstaltung, auf welcher es Vorträge und Workshops geben soll, voll und ganz auszuschöpfen. Dies wäre ebenfalls eine gute Gelegenheit das eher spröde Thema der Akkreditierung öffentlichkeitswirksam zu begleiten. So wurde bspw. auf dem letzten PVT folgendes Positionspapier verabschiedet: <http://ow.ly/lGkr3Q3Wqja>
Die Konferenz Sächsischer Studierendenschaften (KSS) wird sich als Pooltragende Organisation ebenfalls am PVT beteiligen, ob dies auch mit finanziellen Mitteln geschieht oder nur organisatorischer Natur sein wird, wird auf dem kommenden Landessprecher*innenRat (LSR) behandelt. Ebenfalls soll nicht unerwähnt bleiben, das der StuRa TUD alleinig das 35. PVT ausgerichtet hat.

| Einnahmen | | | |
|---|---------------|---------|--------------------|
| Organisation | PLAN | Was | Status |
| StuRa UL | max. 2.200,00 | SK & PK | Antrag zum Plenum |
| StuRa TU Dresden | max. 1.000,00 | SK & PK | Angefragt |
| StuRa HTWK Leipzig | max. 500,00 | SK & PK | Angefragt |
| StURa TU Chemnitz | max. 1000,00 | SK & PK | Angefragt |
| StuRa HTW Dresden | max. 1.000,00 | SK & PK | Angefragt |
| KSS | max. 350,00 | SK & PK | Antrag zum 08. LSR |
| Teilnehmer_innen Beitrag (20 € p.P.) | ca. 900,00 | SK & PK | |
| SUMME | max. 6.950,00 | | |
| Ausgaben | | | |
| Unterkunft | ca. 2.000,00 | | |
| Verpflegung | ca. 2.000,00 | Inkl. | |

| | | | |
|--------------------------|------------|---|--|
| | | Seminarverpflegung + Abendessen+Mittag | |
| Honorare (inkl. RK) | ca. 500,00 | | |
| Sonstige Materialien | ca. 300,00 | | |
| Sonstige Aufwendungen | ca. 300,00 | Sonderschließung, Reinigung etc. | |
| SUMME | 5.100,00 | | |

A.17. Nachtragshaushalt für das Wirtschaftsjahr 16/17

Studentenrat der TU Dresden



1. Nachtragshaushalt zum Wirtschaftsplan 2016-2017 der Studentenschaft der TU Dresden

- Entwurf 2. Lesung -

von

Robert Georges

- Geschäftsführer Finanzen und Inneres -

Studentenrat der TU Dresden



Übersicht Wirtschaftsplan 2016-2017

Aufgrund der Auslastung einzelner Haushaltspositionen und der angemeldeten Ausgaben bzw. Projektvorhaben, ist eine Änderung des am 12.05.2016 beschlossenen Haushaltsplanes für das aktuelle Wirtschaftsjahr 2016/2017 notwendig. Nachfolgende Tabelle geben einen Überblick über die aktuelle Auslastung der einzelnen Haushaltspositionen sowie die geplanten Änderungen.

Tabelle 1: Ausgaben

| K.-Nr. | Bezeichnung | IST 30.09.16 | Auslastung | HH 16/17 | NHH 16/17 | Differenz |
|--------|-----------------------------------|--------------|------------|-------------|-------------|-------------|
| 0311 | Computer und Ähnliches | 2.116,28 € | 20,16% | 10.500,00 € | 8.000,00 € | -2.500,00 € |
| 0420 | Büroeinrichtung | 24631,38 € | 98,53% | 25.000,00 € | 28.000,00 € | 3.000,00 € |
| 0480 | Geringwertige Güter | 322,83 € | 16,14% | 2.000,00 € | 2.000,00 € | 0,00 € |
| 4100 | Löhne und Gehälter | 46.219,24 € | 51,35% | 90.000,00 € | 90.000,00 € | 0,00 € |
| 4111 | Honorare | 0,00 € | 0,00% | 1.500,00 € | 1.500,00 € | 0,00 € |
| 4130 | Gesetzliche Sozialaufwendungen | 8.927,22 € | 50,15% | 17.800,00 € | 17.800,00 € | 0,00 € |
| 4169 | Aufwandsentschädigung allgemein | 968,00 € | 32,27% | 3.000,00 € | 3.000,00 € | 0,00 € |
| 4170 | AE GB Inneres | 6.100,50 € | 61,01% | 10.000,00 € | 12.000,00 € | 2.000,00 € |
| 4171 | AE GB Öffentlichkeitsarbeit | 2.922,00 € | 58,44% | 5.000,00 € | 6.000,00 € | 1.000,00 € |
| 4172 | AE GB Soziales | 2.710,00 € | 54,20% | 5.000,00 € | 6.000,00 € | 1.000,00 € |
| 4173 | AE GB Lehre und Studium | 2.457,00 € | 61,43% | 4.000,00 € | 5.000,00 € | 1.000,00 € |
| 4174 | AE GB Hochschulpolitik | 4.827,00 € | 60,34% | 8.000,00 € | 10.000,00 € | 2.000,00 € |
| 4175 | AE GB Personal | 670,00 € | 26,80% | 2.500,00 € | 2.000,00 € | -500,00 € |
| 4176 | AE Sitzungsvorstand | 230,00 € | 11,50% | 2.000,00 € | 1.000,00 € | -1.000,00 € |
| 4260 | Instandhaltung | 867,64 € | 57,84% | 1.500,00 € | 1.500,00 € | 0,00 € |
| 4360 | Versicherung | 182,95 € | 8,71% | 2.100,00 € | 2.100,00 € | 0,00 € |
| 4380 | Beiträge | 0,00 € | 0,00% | 700,00 € | 700,00 € | 0,00 € |
| 4385 | Überregionale Zusammenarbeit/KSS | 0,00 € | 0,00% | 10.000,00 € | 10.000,00 € | 0,00 € |
| 4530 | Betriebskosten Notstromaggregat | 0,00 € | 0,00% | 150,00 € | 150,00 € | 0,00 € |
| 4570 | Fremdfahrzeuge (teilAuto) | 627,47 € | 0,00% | 0,00 € | 5.000,00 € | 5.000,00 € |
| 4601 | Transportkosten allgemein | 18,86 € | 18,86% | 100,00 € | 100,00 € | 0,00 € |
| 4650 | Bewirtung | 1.304,43 € | 52,18% | 2.500,00 € | 3.000,00 € | 500,00 € |
| 4660 | Reisekosten | 822,40 € | 20,56% | 4.000,00 € | 4.000,00 € | 0,00 € |
| 4700 | Aufwand für studentische Projekte | 16.873,04 € | 33,75% | 50.000,00 € | 50.000,00 € | 0,00 € |
| 4701 | Sportreferat | 8.159,44 € | 81,59% | 10.000,00 € | 15.000,00 € | 5.000,00 € |
| 4702 | Demonstrationen | 0,00 € | 0,00% | 10.000,00 € | 10.000,00 € | 0,00 € |
| 4705 | Wahlen | 0,00 € | 0,00% | 4.000,00 € | 25.000,00 € | 21.000,00 € |

Studentenrat der TU Dresden



| K.-Nr. | Bezeichnung | IST 30.09.16 | Auslastung | HH 16/17 | NHH 16/17 | Differenz |
|------------------|------------------------------|---------------------|---------------|---------------------|---------------------|--------------------|
| 4706 | Öffentlichkeitsarbeit | 3.670,15 € | 22,94% | 16.000,00 € | 10.000,00 € | -6.000,00 € |
| 4709 | Referat Kultur | 0,00 € | 0,00% | 500,00 € | 500,00 € | 0,00 € |
| 4710 | Bildung/Hochschulpolitik | 3.054,15 € | 25,45% | 12.000,00 € | 15.000,00 € | 3.000,00 € |
| n.n. | Lehre und Studium | 0,00 € | 0,00% | 2.000,00 € | 4.000,00 € | 2.000,00 € |
| 4711 | Arbeitsgemeinschaften | 1.579,17 € | 45,12% | 3.500,00 € | 3.500,00 € | 0,00 € |
| 4712 | Referat Vernetzung | 0,00 € | 0,00% | 8.500,00 € | 8.500,00 € | 0,00 € |
| 4714 | Soziales | 401,73 € | 20,09% | 2.000,00 € | 2.000,00 € | 0,00 € |
| 4715 | Soziales-Härtefälle | 13.668,70 € | 68,34% | 20.000,00 € | 23.400,00 € | 3.400,00 € |
| 4750 | TUUWI | 780,11 € | 22,94% | 3.400,00 € | 3.400,00 € | 0,00 € |
| 4800 | Fachschaftsbeiträge | 0,00 € | 0,00% | 85.000,00 € | 85.000,00 € | 0,00 € |
| 4900 | sonstige Aufwendungen | 105,81 € | 21,16% | 500,00 € | 500,00 € | 0,00 € |
| 4910 | Porto | 6,00 € | 6,00% | 100,00 € | 100,00 € | 0,00 € |
| 4920 | Telefon | 0,00 € | 0,00% | 150,00 € | 150,00 € | 0,00 € |
| 4930 | Bürobedarf | 269,64 € | 44,94% | 600,00 € | 800,00 € | 200,00 € |
| 4940 | Zeitschriften / Bücher | 114,00 € | 22,80% | 500,00 € | 600,00 € | 100,00 € |
| 4950 | Rechts- / Beratungskosten | 2.441,41 € | 30,52% | 8.000,00 € | 8.000,00 € | 0,00 € |
| 4970 | Nebenkosten des Geldverkehrs | 138,39 € | 76,88% | 180,00 € | 500,00 € | 320,00 € |
| INSGESAMT | | 158.186,94 € | 35,61% | 444.280,00 € | 484.800,00 € | 35.520,00 € |

Tabelle 2: Einnahmen

| K.-Nr. | Bezeichnung | IST 30.09.16 | Auslastung | HH 16/17 | NHH 16/17 | Differenz |
|------------------|---------------------------------|---------------------|---------------|---------------------|---------------------|--------------------|
| 2708 | Nutzungsentgelt Materialverleih | 1.782,00 € | 59,40% | 3.000,00 € | 3.000,00 € | 0,00 € |
| 8051 | Bewirtung | 717,81 € | 71,78% | 1.000,00 € | 1.000,00 € | 0,00 € |
| 8625 | Semesterbeiträge | 251.615,40 € | 78,14% | 322.000,00 € | 322.000,00 € | 0,00 € |
| 8650 | Zinsen Sparkassenkonto | 0,00 € | 0,00% | 200,00 € | 200,00 € | 0,00 € |
| 8655 | Zinsen Sparkonto | 79,19 € | 26,40% | 300,00 € | 300,00 € | 0,00 € |
| 8660 | Erlös ISIC-Ausweise | 637,50 € | 42,50% | 1.500,00 € | 1.500,00 € | 0,00 € |
| n.n. | Erstattung teilAuto | 0,00 € | 0,00% | 0,00 € | 4.000,00 € | 4.000,00 € |
| | Entnahme aus Rücklagen | 0,00 € | 0,00% | 116.280,00 € | 152.800,00 € | 36.520,00 € |
| INSGESAMT | | 254.831,90 € | 57,36% | 444.280,00 € | 484.800,00 € | 40.520,00 € |

Studentenrat der TU Dresden



Hinweis:

Im Folgenden werden nur die Änderungen gegenüber dem am 12.05.2016 beschlossenen Haushaltsplan für das Wirtschaftsjahr 2016/2017 erläutert.

Erläuterung der Ausgaben

Konto 311 (Computer und Technikausstattung)

Zu Beginn des Wirtschaftsjahres 2016/2017 wurde seitens des Referates die Anschaffung einer neuen Präsentationstechnik für das Sitzungszimmer sowie die Aufrüstung der Büro-PCs geplant. Hiervon wurde nur wenig umgesetzt, ebenso erfolgte keine Rückmeldung des Referenten zu weiteren geplanten Ausgaben bzw. der Umsetzung der bereits skizzierten Maßnahmen. Daher erfolgt eine Reduktion der eingeplanten Hausmittel, die aber noch Raum für die Umsetzung eines Teils der geplanten Maßnahmen lässt.

Konto 420 (Büroausstattung)

Derzeit liegen noch konkrete Finanzanträge zur Nachbestellung von weiteren Möbeln im Gesamtwert von ca. 2000€ vor. Insofern erfolgt eine Anpassung der eingestellten Mittel, ebenso ist ein kleiner Puffer für weitere Nachkäufe vorgesehen.

Konten 4169-4176 (Aufwandsentschädigungen)

Insgesamt zeigt sich bei den Aufwandsentschädigungen eine erwartete Auslastung, sodass nur geringfügige Anpassungen vorgenommen wurden. Aufgrund der dem Stura bevorstehenden Aufgaben ist mit einer erhöhten Arbeitsleistung zu rechnen.

Konto 4570 (Fremdfahrzeuge teilAuto)

Im aktuellen Wirtschaftsjahr hat der Studentenrat einen Vertrag mit teilAuto über die vergünstigte Nutzung von Leihfahrzeugen geschlossen. Die Abrechnung der von FSR gebuchten Fahrzeuge gegenüber teilAuto erfolgt über den Studentenrat. Insofern ist ein separates Buchungskonto eingerichtet worden.

Konto 4650 (Bewirtungskosten)

Entsprechend der Auslastung erfolgt eine geringfügige Erhöhung, da ggf. noch Bewirtungskosten im Rahmen einer Weihnachtsveranstaltung o.ä. anfallen können.

Studentenrat der TU Dresden



Konto 4701 (Sportreferat)

Es haben bereits mehrere Sportobleute um eine Förderung von Sportveranstaltungen bzw. einer Kofinanzierung von Sportmaterialien angefragt. Es ist daher zu erwarten, dass im kommenden Semester mehrere Finanzanträge zur Unterstützung des studentischen Sports eingereicht werden. Da keine konkreten Zahlen genannt wurden, ist die Erhöhung nur pauschal geschätzt.

Konto 4705 (Wahlen)

Derzeit liegen dem Studentenrat zwei konkrete, großvolumige Anträge zur Wahlbenachrichtigung und zur Wahlwerbung im Gesamtumfang von 21.000€ vor. Daneben müssen auch noch Kosten für die Wahlunterlagen und -materialien berücksichtigt werden. Die Haushaltsposition wurde entsprechend angepasst.

Konto 4706 (Öffentlichkeitsarbeit)

Da die Wahlwerbung über das Buchungskonto 4705 gebucht wird, wurde eine entsprechende Anpassung vorgenommen.

Konto 4710 & n.n. (Hochschulpolitik & Lehre und Studium)

Das Referat politische Bildung plant im Wintersemester die Durchführung von zwei Vortragsreihen (u.a. im Rahmen des Projektes Zivilcourage) und mehreren Seminaren zum Thema „Die Wiederkehr des europäischen Faschismus? - Zur Kritik der gegenwärtigen Situation“. Das Referat Gleichstellungspolitik plant erneut eine Beteiligung an den Aktionstagen gegen Sexismus und Homophobie sowie die Erstellung von mehreren Infoflyern.

Das Referat Lehre und Studium plant einige Teilnahmen an Weiterbildungsmaßnahmen. Das Referat Qualitätsentwicklung beabsichtigt die Durchführung eines Seminars zur Systemakkreditierung sowie die Unterstützung des Poolvernetzungstreffens im Dezember in Leipzig.

Konto 4712 (Referat Vernetzung)

Der Referent Vernetzung hat mitgeteilt, dass es auch im kommenden Jahr wieder eine „Uniweite Fachschaftentagung“ (UFATA) geben soll. Daher werden trotz keiner derzeitigen Auslastung entsprechende Mittel vorgehalten.

Konto 4715 (Soziale Härtefälle)

Der Referent Soziales hat um die Erhöhung der Mittel für die Sozialen Härtefälle gebeten. Aufgrund der gestiegenen Antragszahlen im letzten Semester, wird nunmehr von ca. 45 bewilligten Anträgen auf Härtefallanerkennung ausgegangen. Gründe hierfür sind die größere Be-

Studentenrat der TU Dresden



kanntheit der Härtefallregelung sowie die Anhebung der Freibetragsgrenze von 320€ auf 340€ im letzten Jahr.

Konten 4900 - 4940 & 4970 (Porto, Bürobedarf usw.)

Die Kontengruppe umfasst Sachausgabekonten für den regulären Bürobetrieb des StuRas. Aufgrund der Auslastungen erscheinen kleine Anpassungen gegenüber dem beschlossenen Haushaltsplan notwendig. Besonders beim Zahlungsverkehr ist zukünftig mit höheren Kosten zu rechnen.

Erläuterung der Einnahmen

Konto n.n. (Erstattung teilAuto)

Für die Einnahmen aus der Erstattung von teilAuto-Rechnungen ist zu dem Konto 4570 ein entsprechendes Gegenkonto vorzusehen. Eine genaue Kontobezeichnung wird aber noch gegeben.

A.18. 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% | | |

Page 1

A.19. Stellenbeschreibung Finanzreferent

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

Stellenbeschreibung**1. Organisatorische Eingliederung des Arbeitsplatzes**

| | | | |
|------------|--|------------|--|
| 1.1 | Organisationseinheit Geschäftsbereich Inneres Fachbereich Finanzen | 1.2 | Funktion Sachbearbeiter Finanzen (m/w) |
|------------|--|------------|--|

2. Aufgabenkreis des Arbeitsplatzinhabers

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

3. Befugnisse des Arbeitsplatzinhabers

| | |
|------------|--|
| 3.1 | Dem Arbeitsplatz sind die folgenden Mitarbeiter fachlich ständig unterstellt |
| | -/- |

| | |
|------------|----------------------------------|
| 3.2 | Der Arbeitsplatzinhaber vertritt |
| | -/- |

| | |
|------------|--|
| 3.3 | 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 Arbeitsze it in % |
|--------------------------|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1 | Verwaltungstechnische Bearbeitung der Mittelbewegung der Studentenschaft | <ul style="list-style-type: none"> - 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> | |
| 2 | Haushaltsplanung | <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% |
| 3 | Vermögensverwaltung | <p>- Erstellung, Führung und Verwaltung Inventarverzeichnis</p> <p>- Vermögensverwaltung</p> <p>- Raumverwaltung</p> | 10% |
| 4 | Zuarbeit Finanzer des Studentenrates | <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% |
| 5 | Servicetätigkeiten | <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"> - Annahme der Hauptposteingänge, Verteilung an die entsprechenden Personen - Belegungsplanung des StuRa-Gebäudes - Kalenderverwaltung von Veranstaltungen der Studentenschaft - Ansprechpartner für Fundsachen - Prüfung und Bestätigung von Anträgen bei uniinternen Dezernaten für die Studentenschaft - selbstständige Erstellung von unterschriftsreifen Gremien- und Tätigkeitsbestätigungen | |
| 4 | <p>Verwaltungstechnische Bearbeitung der Finanzen Dritter im Rahmen von Vereinbarungen (zum Beispiel Konferenz Sächsischer Studierendenschaften)</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Buchhaltung - Kontoführung - Finanzüberweisung - Vorprüfung und Abrechnung von Reisekosten - Vorbereitung und Veranlassung von Annahme- und Auszahlungsanordnungen <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

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

6. Erstellung, Prüfung, Genehmigung

| | | | |
|-----|--|------------|--------------|
| 6.1 | | | |
| | | Ort, Datum | Unterschrift |

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

| | | |
|---------------|-----------------------------------|------------------------------|
| Erstellt von: | Dresden, _____.2016 | _____ |
| 6.2 | Geprüft von: GF Personal | Dresden, _____.2016 _____ |
| 6.3 | Genehmigt von: Geschäftsführer | Dresden, _____.2016 _____ |

A.20. 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 | | | |
| | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | |
| | 100 | 0 | | | | | mind. 50 | mind. 50 | max. 49 | max. 49 | 0 |

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

Vergleich zu innerbetrieblichen Stellen:

(-)

(-)
Geschäftsführer

Datum: 22.04.2016

(-)
Geschäftsführer

A.21. Stellenbeschreibung Beratung

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

Stellenbeschreibung**1. Organisatorische Eingliederung des Arbeitsplatzes**

| | | | |
|------------|---|------------|----------------------------|
| 1.1 | Organisationseinheit | 1.2 | Funktion |
| | Geschäftsbereich: Soziales Fachbereich: Beratungen | | Sozialberater (m/w) |

2. Aufgabenkreis des Arbeitsplatzinhabers

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

3. Befugnisse des Arbeitsplatzinhabers

| | |
|------------|--|
| 3.1 | Dem Arbeitsplatz sind die folgenden Mitarbeiter fachlich ständig unterstellt |
| | -/- |

| | |
|------------|---|
| 3.2 | Der Arbeitsplatzinhaber vertritt |
| | Finanzreferent im Bereich Buchhaltung, Anweisen, Prüfen von Rechnungen und Finanzanträgen und durch Vertrag gebundene Finanzverwaltungsaufgaben von Dritten |

| | |
|------------|--|
| 3.3 | 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 Arbeitsze- it in % |
|------------------|--|--|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1 | Durchführung von Weiterbildungen für studentische Berater | <ul style="list-style-type: none"> - 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 | |
| 2 | Unterstützung der studentischen Beratungen | <ul style="list-style-type: none"> - Zusammenstellen aktueller Informationen für studentische Berater - Aufarbeitung und Verteilung der Informationen für und an studentische Berater - Beantwortung von Fragen studentischer Berater - Hilfestellung bei Beratungen studentischer Berater <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% |
| 3 | Ansprechpartner für externe Berater und Beratungsstellen | <ul style="list-style-type: none"> - Unterstützung der Beratung externer Berater mit Nachschlagewerken - bereit stehen für Rückfragen - Bereitstellung von allen Studienordnungen - Pflege der Kontakte mit externen Beratungsstellen | 10% |
| 4 | Durchführung von Beratungen | <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% |
| 5 | Serviceleistungen | <ul style="list-style-type: none"> - Mitarbeit im Servicebüro (erste Anlaufstelle) - Verkauf von internationalen Studentenausweis, Semestertickets, Tickets ausgewählter Kulturveranstaltungen, Copykarten, TU-Merchandise - Annahme von Anträgen wie Rückerstattung vom Semesterticket, Aus- und Wiedereintritt aus der verfassten Studentenschaft - Selbstständige Tätigkeiten im Materialverleih: | 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"> - Annahme der Hauptposteingänge, Verteilung an die entsprechenden Personen - Belegungsplanung des StuRa-Gebäudes - Kalenderverwaltung von Veranstaltungen der Studentenschaft - Ansprechpartner für Fundsachen - Prüfung und Bestätigung von Anträgen bei uniinternen Dezernaten für die Studentenschaft - selbstständige Erstellung von unterschriftsreifen Gremien- und Tätigkeitsbestätigungen |
|--|--|--|

5. Soll-Qualifikation für den Arbeitsplatz

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

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.22. 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 Fach- kenntnisse | Gründliche und vielseitige Fach- kenntnisse | Selbst- ständige Leistungen | Gründliche und umfassende Fach- kenntnisse | Besondere Verant- wortung | Besondere Schwierig- keit und Bedeutung |
|-----------------------|------------|---------------------------|-------------------------|--|---------------------------|-----------------------------------|---|-----------------------------------|--|---------------------------------|--|
| 1 | 25 | | | | | | | 25 | 25 | | |
| 2 | 30 | | | | | | 30 | 30 | | | |
| 3 | 10 | | | 10 | | | | | | | |
| 4 | 5 | | | | | | | 5 | 5 | | |
| 5 | 30 | | | | | | 30 | | | | |
| | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | 60 | 60 | 30 | | |
| | 100 | 0 | | | | | mind. 50 | mind. 50 | max. 49 | max. 49 | max. 33 1/3 |

Eingruppierung: EG „kleine“ EG 9

Vergleich zu innerbetrieblichen Stellen:

(-)

(-)
Geschäftsführer

Datum: 22.04.2016

(-)
Geschäftsführer

A.23. Stellenbeschreibung Technik

| | |
|---------------------|---------------|
| Stellenbeschreibung | Seite 1 von 3 |
|---------------------|---------------|

Stellenbeschreibung**1. Organisatorische Eingliederung des Arbeitsplatzes**

| | | | |
|------------|---|------------|------------------------|
| 1.1 | Organisationseinheit | 1.2 | Funktion |
| | Geschäftsbereich Inneres Fachbereich Technik | | Techniker (m/w) |

2. Aufgabenkreis des Arbeitsplatzinhabers

| |
|---|
| Pflege der Technik und IT-Systeme des Studentenrates |
| <ul style="list-style-type: none"> - IT-Dienst zur Unterstützung von Arbeitsabläufen von Studentenrat und Fachschaftsräten - System Admin - CMS-System - Servicetätigkeiten |

3. Befugnisse des Arbeitsplatzinhabers

| | |
|------------|--|
| 3.1 | Dem Arbeitsplatz sind die folgenden Mitarbeiter fachlich ständig unterstellt |
| | -/- |

| | |
|------------|---|
| 3.2 | Der Arbeitsplatzinhaber vertritt |
| | Finanzreferent im Bereich Buchhaltung, Anweisen, Prüfen von Rechnungen und Finanzanträgen und durch Vertrag gebundene Finanzverwaltungsaufgaben von Dritten |

| | |
|------------|--|
| 3.3 | Der Arbeitsplatzinhaber hat folgende Befugnisse |
| | Feststellungsbefugnis von rechnerischer Richtigkeit, Sperrbefugnis bei Verstößen gegen Richtlinien, Feststellungsbefugnis von Sicherheitslücken, Zeichnungsbefugnis im Bereich Materialverleih |

4. Darstellung der Tätigkeiten

| Lfd · Nr. | Aufgabe | ausführliche Beschreibung der dabei anfallenden Arbeitsschritte | Anteil an der gesamten Arbeitsze it in % |
|--------------------------|--|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1 | IT-Dienst zur Unterstützung von Arbeitsabläufen von Studentenrat und Fachschaftsräten | <ul style="list-style-type: none"> - Einrichtung von neuen EDV-Systemen, Software und Hardware - Schulung der Studenten zur Anwendung der Systeme - Fehlerbehebung | 50% |

| | |
|---------------------|---------------|
| Stellenbeschreibung | Seite 2 von 3 |
|---------------------|---------------|

| | | | |
|----------|----------------------------|--|-----|
| | | - Pflege von EDV-Systemen, Software und Hardware | |
| 2 | System Admin | Verwaltung von Logins und Mail-Verteiler | 10% |
| 3 | CMS-System | Einführung, Betreiben und Pflegen eines Content-Management-Systemes für Studentenrat und Fachschaftsrat | 10% |
| 4 | Service-tätigkeiten | <ul style="list-style-type: none"> - Mitarbeit im Servicebüro (erste Anlaufstelle) - Verkauf von internationalen Studentenausweis, Semestertickets, Tickets ausgewählter Kulturveranstaltungen, Copykarten, TU-Merchandise - Annahme von Anträgen wie Rückerstattung vom Semesterticket, Aus- und Wiedereintritt aus der verfassten Studentenschaft - 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 - Annahme der Hauptposteingänge, Verteilung an die entsprechenden Personen - Belegungsplanung des StuRa-Gebäudes - Kalenderverwaltung von Veranstaltungen der Studentenschaft - Ansprechpartner für Fundsachen - Prüfung und Bestätigung von Anträgen bei uninterne Dezentern für die Studentenschaft - selbstständige Erstellung von unterschrittsreifen Gremien- und Tätigkeitsbestätigungen | 30% |

5. Soll-Qualifikation für den Arbeitsplatz

| | |
|---|--|
| 5.1 | |
| Schulabschluss: | |
| Facharbeiter: Fachinformatiker, Informatikkaufmann, IT-Systemtechniker oder Vergleichbares | |
| Meister: | |
| Hochschulabschluss: | |
| 5.2 | |
| Sonstige Fachkenntnisse, Fähigkeiten und Erfahrungen | |

| | |
|---------------------|---------------|
| Stellenbeschreibung | Seite 3 von 3 |
|---------------------|---------------|

| |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Fremdsprachenkenntnisse in Englisch B1 • EDV-Kenntnisse • Buchhalterische Grundkenntnisse • Kenntnisse über die Organisation einer Universität • Grundkenntnisse technischer Art |
|--|

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 | _____ _____ |

A.24. Bewertung IT StuRa.pdf

11.4 Beschäftigte in der IT-Organisation EG 9

Anlage: Tätigkeitsbewertung

Ergebnis der tariflichen Bewertung

Die zu bewertende Stelle „*Techniker* (m/w)“ umfasst schwerpunktmäßig bis zu **70%** der Arbeitszeit die selbständige Ausübung von Tätigkeiten in der IT-Organisation mit einer hohen Funktionsvielfalt.

Dies entspricht einer vorzunehmenden Eingruppierung in Anwendung des Teils 2 Nr. 11.2 (Beschäftigte in der IT-Organisation) der Entgeltordnung (EGO) des TV-L.

Aufgrund der dort aufgeführten schwerpunktmäßigen Tätigkeiten

- die Entwicklung neuer IT-Verfahren und die wesentliche Änderung bzw. Ergänzung bestehender IT-Verfahren für Fachaufgaben
- Übernahme vorhandener T-Verfahren für Fachaufgaben mit Vergleich, Bewertung und Auswahl von geeigneten Verfahren sowie Festlegung der erforderlichen Anpassungsmaßnahmen
- Einführung neu entwickelter, geänderter oder ergänzter sowie übernommener IT-Verfahren für Fachaufgaben im Fachbereich bzw. beim Anwender und die Mitwirkung an der Einführung im Rechenzentrum
- Kontrolle eingeführter IT-Verfahren für Fachaufgaben
- Aufgaben mit einer hohen Funktionsvielfalt

wird die gesamte auszuübende Tätigkeit mithin bewertet nach:

Entgeltgruppe 9 Fallgruppe 6 des TV-L

Die Bewertung wurde durchgeführt von:

Dresden, _____

(-)
Geschäftsführer

(-)
Geschäftsführer

A.25. Stellenbeschreibung PR-Referent

| | |
|---------------------|---------------|
| Stellenbeschreibung | Seite 1 von 5 |
|---------------------|---------------|

Stellenbeschreibung**1. Organisatorische Eingliederung des Arbeitsplatzes**

| 1.1 | Organisationseinheit | 1.2 | Funktion |
|------------|---|------------|---|
| | Geschäftsbereich Öffentlichkeitsarbeit Fachbereich Öffentlichkeitsarbeit | | Sachbearbeiter Öffentlichkeitsarbeit (m/w) |

2. Aufgabenkreis des Arbeitsplatzinhabers

| |
|---|
| Unterstützung der studentischen Öffentlichkeitsarbeit <ul style="list-style-type: none"> - Pflege der Homepage - Pflege SocialMedia - Zusammenstellung eines Pressespiegels - Beratung der Fachschaftsräte und anerkannten Hochschulgruppen im Bereich Öffentlichkeitsarbeit - Erarbeitung von Dateivorlagen und Layouts - Unterstützung bei Presseterminen - Verwaltung von Kontakten - Servicetätigkeiten |
|---|

3. Befugnisse des Arbeitsplatzinhabers

| | |
|------------|---|
| 3.1 | Dem Arbeitsplatz sind die folgenden Mitarbeiter fachlich ständig unterstellt |
| | -/- |
| 3.2 | Der Arbeitsplatzinhaber vertritt |
| | Finanzreferent im Bereich Buchhaltung, Anweisen, Prüfen von Rechnungen und Finanzanträgen und durch Vertrag gebundene Finanzverwaltungsaufgaben von Dritten |
| 3.3 | Der Arbeitsplatzinhaber hat folgende Befugnisse |
| | Feststellungsbefugnis von rechnerischer Richtigkeit, Zeichnungsbefugnis im Bereich Materialverleih |

| | |
|---------------------|---------------|
| Stellenbeschreibung | Seite 2 von 5 |
|---------------------|---------------|

4. Darstellung der Tätigkeiten

| Lfd · Nr. | Aufgabe | ausführliche Beschreibung der dabei anfallenden Arbeitsschritte | Anteil an der gesamten Arbeitsze it in % |
|--------------------------|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1 | Pflege der Homepage | <ul style="list-style-type: none"> - Überprüfung der Inhalte auf Aktualität - Aktualisierung der Inhalte - Eintragung von Terminen vom Studentenrat, den Fachschaftsräten, Hochschulgruppen und Drittanbietern in den Veranstaltungskalender | 10% |
| 2 | Pflege SocialMedia | <ul style="list-style-type: none"> - Veröffentlichung von Pressemitteilungen und Aktivitäten der Studentenschaft auf Facebook, Twitter u.a. - Reaktion auf Anfragen Dritter im Sinne aller Ordnungen und Richtlinien der Studentenschaft nach erfolgter Rücksprache mit dem Geschäftsführer Öffentlichkeitsarbeit - Zusammentragen von Informationen aus dem Studentenrat, Fachschaftsräten und anerkannten Hochschulgruppen <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% |
| 3 | Zusammenstellung eines Pressespiegels | <ul style="list-style-type: none"> - Sammeln von für die Studentenschaft relevanten Informationen aus sächsischen öffentlichen Medien sowie von für die Studentenschaft relevanten öffentlichen Institutionen - Kategorisierung von Informationen nach Dringlichkeit, Reichweite und Relevanz - Weiterleitung an betreffende StuRa-Vertreter | 10% |
| 4 | Beratung der Fachschaftsräte und anerkannten Hochschulgruppen im Bereich Öffentlichkeitsarbeit | <ul style="list-style-type: none"> - Beratung zu Werbemöglichkeiten, Werbewegen und deren Finanzierung - Unterstützung beim Erstellen eines Werbepplans <p>jeweils selbständig und in Anwendung der relevanten rechtlichen Rahmenbedingungen sowie der einschlägigen Gesetzeslage, der</p> | 10% |

| Stellenbeschreibung | | Seite 3 von 5 | |
|---------------------|--|--|-----|
| | | wirtschaftlichen Gegebenheiten sowie im Rahmen der internen Vorgaben des StuRa | |
| 5 | Erarbeitung von Dateivorlagen und Layouts | <ul style="list-style-type: none"> - Erstellung von Corporate Design Vorlagen - Layouten von Digital- und Printmedien nach Vorgaben des Geschäftsführer Öffentlichkeitsarbeit <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> | 15% |
| 6 | Unterstützung bei Presseterminen | <ul style="list-style-type: none"> - Einladung von Pressevertretern - Unterstützung in der Durchführung - Zusammenstellen von Berichten, Pressemitteilungen, Fotos und Vorlage beim Geschäftsführer Öffentlichkeitsarbeit | 5% |
| 7 | Verwaltung von Kontakten | <ul style="list-style-type: none"> - Überprüfung der Presseverteiler - Recherche zu neuen Ansprechpartnern - Pflege der Kontakte | 10% |
| 8 | Serviceleistungen | <ul style="list-style-type: none"> - Mitarbeit im Servicebüro (erste Anlaufstelle) - Verkauf von internationalen Studentenausweis, Semestertickets, Tickets ausgewählter Kulturveranstaltungen, Copykarten, TU-Merchandise - Annahme von Anträgen wie Rückerstattung vom Semesterticket, Aus- und Wiedereintritt aus der verfassten Studentenschaft - 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 - Annahme der Hauptposteingänge, Verteilung an die entsprechenden Personen - Belegungsplanung des StuRa-Gebäudes - Kalenderverwaltung von Veranstaltungen der Studentenschaft - Ansprechpartner für Fundsachen | 30% |

| | |
|---------------------|---------------|
| Stellenbeschreibung | Seite 4 von 5 |
|---------------------|---------------|

| | | |
|--|--|---|
| | | - Prüfung und Bestätigung von Anträgen bei uniinternen Dezernaten für die Studentenschaft - selbstständige Erstellung von unterschriftsreifen Gremien- und Tätigkeitsbestätigungen |
|--|--|---|

5. Soll-Qualifikation für den Arbeitsplatz

| | |
|---|-----|
| 5.1 | |
| Schulabschluss: -/- | |
| Facharbeiter: Medien-u.Informationsdienst, Mediengestalter Digital und Print, Gestaltungstechnischer Assistent | |
| Meister: -/- | |
| Hochschulabschluss: | |
| 5.2 | -/- |
| Sonstige Fachkenntnisse, Fähigkeiten und Erfahrungen | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Fremdsprachenkenntnisse in Englisch B1 • EDV-Kenntnisse • Buchhalterische Grundkenntnisse • Kenntnisse über die Organisation einer Universität • Redaktionelle Grundkenntnisse • Grundkenntnisse auf dem Gebiet der Fotografie und Layouting | |

6. Erstellung, Prüfung, Genehmigung

| | | | |
|-----|-----------------------------|---------------------|----------------|
| 6.1 | | Ort, Datum | Unterschrift |
| | Erstellt von: _____ | Dresden, _____.2016 | _____ _____ |
| 6.2 | Geprüft von: GF Personal | Dresden, _____.2016 | _____ |

| | |
|---------------------|---------------|
| Stellenbeschreibung | Seite 5 von 5 |
|---------------------|---------------|

| | | | |
|-----|-----------------|---------------------|-------|
| | | | |
| 6.3 | Genehmigt von: | Dresden, _____.2016 | |
| | Geschäftsführer | | _____ |

A.26. Eingruppierungsformular SB Öffentlichkeitsarbeit StuRa

Eingruppierung der Beschäftigten nach der EGO des TV-L

Geschäftsbereich:

Tätigkeit:

:

Öffentlichkeitsarbeit

Sachbearbeiter Öffentlichkeitsarbeit (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 | 10 | | 10 | | | | | | | | |
| 2 | 10 | | | | | | 10 | 10 | | 10 | |
| 3 | 10 | | | 10 | | 10 | | | | | |
| 4 | 10 | | | | | | 10 | 10 | | | |
| 5 | 15 | | | | 15 | | | 15 | | | |
| 6 | 5 | | | | | | 5 | | | | |
| 7 | 10 | | | 10 | | | | | | | |
| 8 | 30 | | | | | | 30 | | | | |
| | 100 | 0 | 10 | 20 | 15 | 10 | mind. 50 | mind. 33 % max. 50% | 0 | max. 49 | 0 |

Eingruppierung: EG 8

Vergleich zu innerbetrieblichen Stellen:

(-)

(-) Geschäftsführer

Datum: 22.04.2016

(-) Geschäftsführer