

Mediadaten 2026

Bildung

TAGESSPIEGEL IMPACT



Tagesspiegel-Leser:innen in der Hauptstadt sind besonders affin für Bildungsthemen

Erreichen Sie die hochgebildete Zielgruppe des Tagesspiegels in dieser positiv besetzten und aufmerksamkeitsstarken Beilage mit Ihrer Botschaft!

10.000



Tagesspiegel-Leser:innen

studieren und sind damit angehende Akademiker:innen.

Der Tagesspiegel erreicht hier überdurchschnittlich viele Personen der Zielgruppe.

31%



der Tagesspiegel-Leser:innen

sind zwischen 16-49 Jahre alt und haben Abitur oder ein abgeschlossenes Studium.

Der Tagesspiegel erreicht hier überdurchschnittlich viele Personen der Zielgruppe.

Von den insgesamt 235.000 täglichen Tagesspiegel-Leser:innen in der Hauptstadt sind

2.000



Schüler:innen

in den Klassenstufen 11 bis 13. Das sind genau diejenigen, für die das Thema „Abitur und wie weiter“ relevant ist.

Hinzukommen die Verwandten wie Eltern und Großeltern, die auch an der Beilage interessiert sind.

Warum Data Driven Marketing?



Zielgenaues Targeting

Basierend auf Daten
(Demografie, Interessen,
Nutzerverhalten etc.)



Geringe Streuverluste

Minimierung von Streuverlusten,
da nur an relevante Nutzer
ausgespielt wird → Effektivitäts-
steigerung Ihres Budgets!



Personalisierung

Für mehr Aufmerksamkeit
können Anzeigen
personalisiert werden



Transparenz

Leistung der Anzeigen kann
genau überwacht und
analysiert werden → bessere
Kontrolle über Kosten



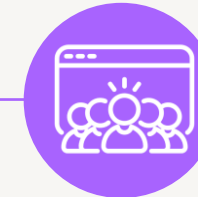
Effizienz und Automatisierung:

Kampagnen können in Echtzeit
überwacht und angepasst
werden, um die Leistung zu
verbessern.



Flexibilität

Große Vielfalt an
Formaten und Targeting-
Optionen



Große Reichweite

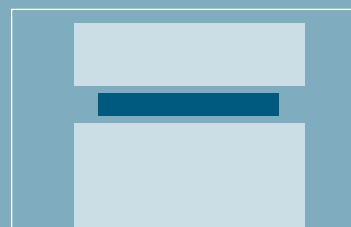
Programmatisches Advertising ermöglicht den Zugriff auf ein breites
Spektrum an Online-Inventar und eine skalierbare Ausspielung über
verschiedene Plattformen und Geräte hinweg, einschließlich
Connected TV und digitaler Außenwerbung.

DDM - Ad Bundle

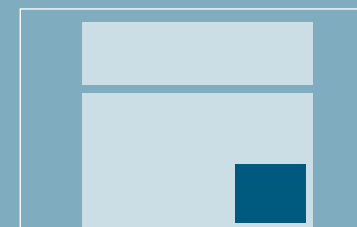
Desktop & Mobile

Technische Informationen:

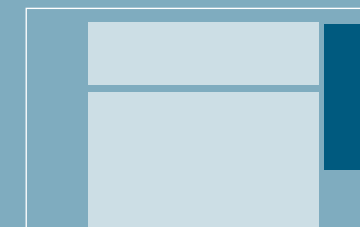
- Dateigewicht Desktop: max. 200 KB
- Dateigewicht Mobile: max. 100 KB
- Dateiformat:
 - html5-Zip-File (für optimale Ausspielung der Werbemittel empfohlen; [weitere Infos](#))
 - jpg
 - png
 - gif (statisch oder animiert), Animationsdauer: max. 30 Sek.
- Anlieferungshinweise:
 - Zur optimalen Darstellung auf hochauflösenden Displays bitte die Werbemittel in doppelter Pixelgröße anliefern.
 - Anlieferung einer Ziel-URL



Superbanner
B 728 x H 90 px



Medium Rectangle
B 300 x H 250 px



Skyscraper
B 120/160/200 x H 600 px

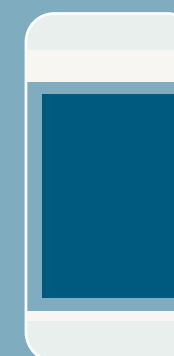


Mobile Medium Rectangle
B 300 x H 250 Pixel

In der Ausspielung inklusive:



Halfpage Ad
B 300 x H 600 px



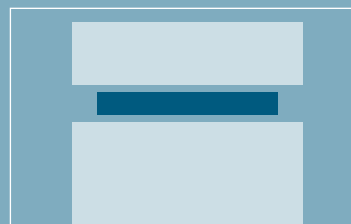
Mobile Interstitial
B 320 x H 480 Pixel

Display Ads - Desktop Werbeformate im Überblick

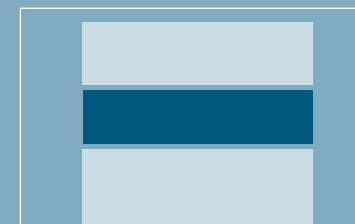
**Crossdevice-
Kombi**
Desktop & Mobil
Format nach Wahl

Technische Informationen:

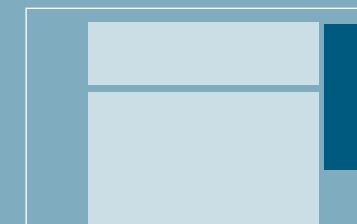
- Dateigewicht: max. 200 KB
- Dateiformat:
 - html5-Zip-File (für optimale Ausspielung der Werbemittel empfohlen; [weitere Infos](#))
 - jpg
 - png
 - gif (statisch oder animiert), Animationsdauer: max. 30 Sek.
- Anlieferungshinweise:
 - Zur optimalen Darstellung auf hochauflösenden Displays bitte die Werbemittel in doppelter Pixelgröße anliefern.
 - Anlieferung einer Ziel-URL



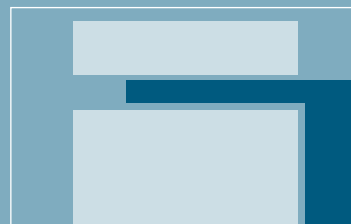
Superbanner
B 728 x H 90 px



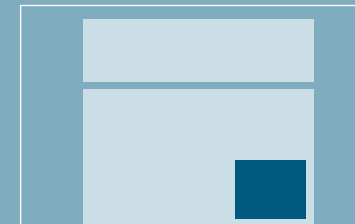
Billboard
B 800 /970/1.000 x H 250 px



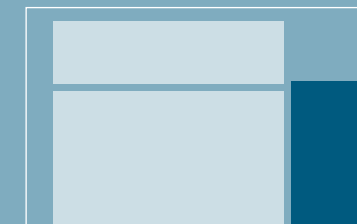
Skyscraper
B 120/160/200 x H 600 px



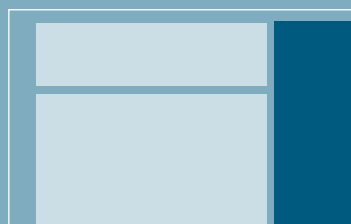
Wallpaper
Oben: B 800/729 x H 90 px
Rechts: B 120/ 200 x H 600 px



Medium Rectangle
B 300 x H 250 px



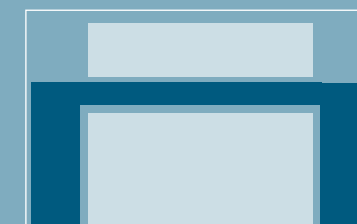
Halfpage Ad
B 300 x H 600 px



Sitebar Ad
Dynamisch; Seitenverhältnis
1:2



Ad Bundle
Formate siehe Superbanner,
Skyscraper, Medium Rectangle



(Dyn.) Fireplace
Oben: B 1.020 x H 90/ 250 px
Rechts: B 120/ 140/ 160 x H 600 px
Links: B 120/ 140 / 160 x H 600 px

Tagesspiegel Bezirke Newsletter – hyperlokale Berichterstattung direkt aus dem Kiez

12 Newsletter & 12 Kiez-Kenner für Berliner Berichterstattung. Im Bezirke-Newsletter berichtet einmal pro Woche ein ausgewiesener Kiez-Kenner aus der Tagesspiegel-Redaktion über Namen und Nachrichten aus den Berliner Bezirken. Die Newsletter stellen Menschen aus den Berliner-Kiezen vor & beleuchten die spannenden Winkel in Ihrer Nachbarschaft.

Darum sollten Sie hier werben!

Erreichen Sie über 1/4 Millionen Empfänger:innen. Sie möchten hyperlokal werben und Nachbar:innen aus einem speziellen Berliner Kiez erreichen? Dann machen Sie sich die hohe Reichweite in Ihrem Wunsch-Bezirk zunutze und aktivieren Sie die Leser:innen mit Ihrer Werbebotschaft.

Zur Leseprobe!

>250.000

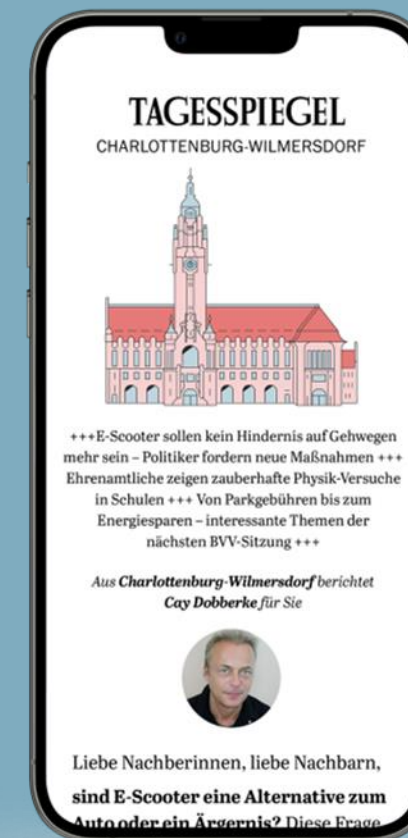
Empfänger:innen*

45%

Öffnungsrate*

Erscheinungstermine: jeden Wochentag ein anderer Bezirk

Anzeigenschluss: 3 Werktage vor Erscheinen, 16 Uhr



Die Langstrecke – Preise, Erscheinungsweise und Reichweite

Empfänger	Textanzeige	Bildanzeige	Bild-Text-Anzeige	Breaking Ad	Opening Ad	Stellenanzeige (Jobportal)	Stellenanzeige (indiv.)
Bis 12.000	149 €	149 €	309 €	329 €	359 €	109 €	119 €
12.001 - 21.000	209 €	209 €	389 €	439 €	479 €	129 €	159 €
21.001 - 27.000	249 €	249 €	489 €	559 €	599 €	169 €	199 €
27.001 +	299 €	299 €	579 €	669 €	699 €	209 €	229 €
Alle Bezirke	1.249 €	1.249 €	2.339 €	2.509 €	2.749 €	379 €	429 €

	Marzahn-Hellersdorf	Lichtenberg	Treptow-Köpenick	Reinickendorf	Neukölln	Spandau	Tempelhof-Schöneberg	Friedrichshain-Kreuzberg	Pankow	Mitte	Steglitz-Zehlendorf	Charlottenburg-Wilmersdorf
Empfänger:innen (gerade Kalenderwochen)* Aussendung an zahlende High-Interest Abo-Leser:innen	1.215	1.849	2.507	3.633	3.166	3.981	5.853	4.829	4.334	5.080	7.766	8.589
Empfänger:innen (ungerade Kalenderwochen)* Gesamtaussendung	8.764	11.131	15.065	15.667	16.713	20.795	23.793	24.473	24.338	25.141	29.356	35.292
Versandtag	Dienstag	Montag	Montag	Mittwoch	Mittwoch	Dienstag	Dienstag	Donnerstag	Donnerstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag

*Quelle: verlagseigene Angabe über AGNITAS; Stand November 2025

Die Preise verstehen sich zzgl. MwSt. und sind AE- und rabattfähig. Es gelten die Preisliste Nr. 67, gültig ab 01.01.2026, sowie die AGB des Tagesspiegels: [impact.tagesspiegel.de/agb](https://www.tagesspiegel.de/agb).

Bezirke Newsletter – Erscheinungsweise und Reichweite

	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag
Bezirk	Lichtenberg <ul style="list-style-type: none"> • 11.131 Subscriber • 1.849 davon mit Abo Treptow-Köpenick <ul style="list-style-type: none"> • 15.065 Subscriber • 2.507 davon mit Abo 	Marzahn-Hellersdorf <ul style="list-style-type: none"> • 8.764 Subscriber • 1.215 davon Paid Spandau <ul style="list-style-type: none"> • 20.795 Subscriber • 3.981 davon mit Abo Tempelhof-Schöneberg <ul style="list-style-type: none"> • 23.793 Subscriber • 5.853 davon mit Abo 	Neukölln <ul style="list-style-type: none"> • 16.713 Subscriber • 3.166 davon mit Abo Reinickendorf <ul style="list-style-type: none"> • 15.667 Subscriber • 3.633 davon mit Abo Mitte <ul style="list-style-type: none"> • 25.141 Subscriber • 5.080 mit Abo 	Friedrichshain-Kreuzberg <ul style="list-style-type: none"> • 24.473 Subscriber • 4.829 davon mit Abo Pankow <ul style="list-style-type: none"> • 24.338 Subscriber • 4.334 davon mit Abo Steglitz-Zehlendorf <ul style="list-style-type: none"> • 29.356 Subscriber • 7.766 davon mit Abo 	Charlottenburg-Wilmersdorf <ul style="list-style-type: none"> • 35.292 Subscriber • 8.589 davon mit Abo
Ungerade Kalenderwoche	Langstrecke für alle Subscriber:innen				
Gerade Kalenderwoche	Langstrecke für alle Subscriber:innen mit Tagesspiegel-Abonnement Kurzstrecke für Subscriber:innen ohne Tagesspiegel-Abonnement				

Formatangaben Newsletter

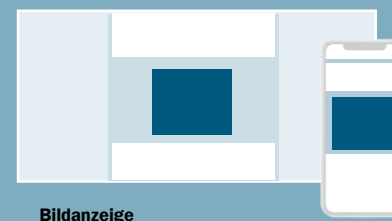
Technische Anlieferungsdetails:

Max. 50 KB & URL-Anlieferung

Opening Ad	B 1.200 x H 400 px
Bildanzeige	B 600 x H 500 px jpg oder png
Textanzeige	350 Zeichen inkl. Leerzeichen
Bild-Text-Anzeige	Bild: B 600 x H 500 px; Text: 350 Zeichen inkl. Leerzeichen
Breaking Ad	B 1.200 x H 400 px
Native Teaser Ad	Bild: B 400 x H 300 Pixel Dachzeile (optional): max. 50 Zeichen Titel (optional): max. 70 Zeichen Teaser: max. 220 Zeichen
Job-Empfehlung	Logo: B max. 400 x H max. 100 px Job Beschreibung: max. 300 Zeichen inkl. Leerzeichen Unternehmensname und Ort Job-Bezeichnung: max. 100 Zeichen inkl. Leerzeichen



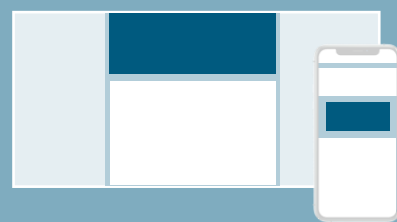
Textanzeige



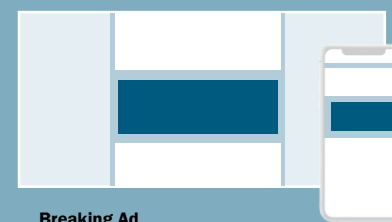
Bildanzeige



Bild-Text-Anzeige



Opening Ad



Breaking Ad



Job-Empfehlung

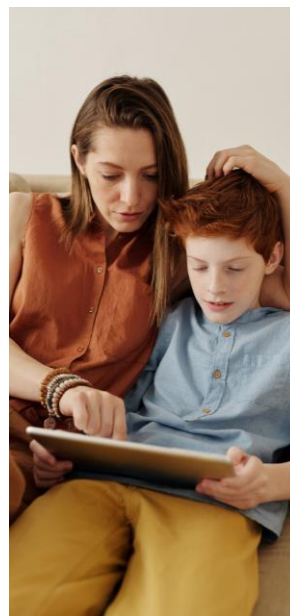
Logoeinbindung oben rechts und
Call-to-Action „Mehr erfahren“

Passende Zielgruppen im Bildungsmarkt

Mit den Bildungsmarktangeboten von Tagesspiegel Impact erreichen Sie Ihre Zielgruppe: von Schüler:innen und Eltern, über (angehende) Studierende bis hin zu Fachkräften, die sich weiterbilden wollen.

Finden Sie den passenden Kanal für Ihre Bildungsangebote im täglichen redaktionellen Berlin Buch sowie am Samstag im Buch "Leben". Darüber hinaus im Ressort Arbeiten für berufliche Weiterbildungsangebote sowie verschiedene Themenspeziale und auch passgenaue Lösungen.

Schüler:innen, Eltern, Multiplikator:innen



Themenumfelder

Täglich im Berlin Ressort, Samstags im Buch "Leben", Themenspezial Privatschulen & Internate, digitale Kampagnen, Newsletter-Marketing

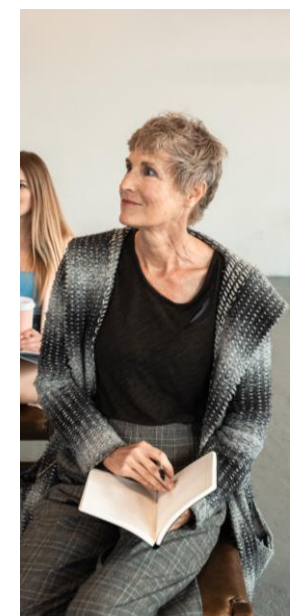
(angehende) Studierende, beratende Eltern



Themenumfelder

Themenspezial Abitur & Themenspezial Ausbildung und Studium, digitale Kampagnen, Newsletter-Marketing, Social Media

Bildungsinteressierte Fachkräfte



Themenumfelder

Ressort Arbeiten, digitale Kampagnen, Newsletter-Marketing, Social Media

Redaktionelle Seiten im Tagesspiegel mit Bildungsthemen

Bildung für alle: Jeden Tag von Montag bis Freitag informiert der Tagesspiegel entsprechend aktueller Anlässe seine Leser:innen über **Themen rund um Schule und Bildung** in Berlin.

Am Samstag finden sich auch Beiträge im Buch "Leben" Im Berlin-Buch berichtet die Tagesspiegel-Redaktion über Aktuelles, Hintergründiges und Exklusives und gibt so einen Überblick über das Bildungs- und Schulwesen in Berlin.

Präsentieren Sie den Berliner:innen Ihr Bildungsangebot im Tagesspiegel und erreichen Sie so passgenau Ihre Zielgruppe.

Erscheinungsweise: täglich und nach Absprache
Anzeigenschluss: zwei Werktage vor Erscheinungstermin

B 8 Berlin Schule

tagesspiegel.de Dienstag, 16. Februar 2021

Programmierkurse für den Unterricht Kostenlos vom HPI

Das Hans-Platner-Institut (HPI) bietet seit Montag zwei kostenlose Onlinekurse an, in denen Schüler:innen mit den populären Programmiersprachen Java und Python lernen können. Die 14-wöchigen Kurse können laut HPI auch für den regulären Unterricht genutzt werden und werden auf der Lernplattform des Instituts „openHPI“ zur Verfügung gestellt. Der Kurs in Python ist für die Mittelstufe ab Klasse 7, der in Java für die Oberstufe ab Klasse 10 geeignet. Möglichkeiten zur Anmeldung sowie weitere Informationen sind zu finden unter www.hpi.de/unter_kurse/. Rund 5000 Einschreibungen hat es laut HPI schon gegeben.

Lehrkräfte können selbst entscheiden, ob sie einzelne Aufgaben für ihren Unterricht einsetzen oder mit ihrer Klasse den gesamten Kurs durchlaufen wollen, erklärt HPI-Geschäftsführer Christoph Meinel. Die Kurse stehen unter einer freien Lizenz und können selbstverständlich als auch in Form eines Fernstudiums eingesetzt werden. „Das Wissen wird meist in kurzen Videoclips vermittelt. Anschließend können die Schüler:innen und Lehrer:innen das Gelernte direkt auf unserer integrierten Programmierplattform CodeOcean und in Multiple-Choice-Tests anwenden“, sagt Meinel. (hpi)



Das neue Tool „BeoKi“ wird derzeit an 50 Einrichtungen getestet und soll 2024/2025 in allen 2500 Berliner Kitas ausrolliert werden.

Qualitätsentwicklung in der Kita Sprachlerntagebuch hat ausgedient

Von Susanna Voth-Etten

Berlin 2000 Kitas bekommen ein neues Werkzeug für Diagnose und Förderung ihrer Kinder an die Hand. An der Stelle des Sprachlerntagebuchs soll nach fast 20 Jahren ein neues Verfahren treten, das besser zu handhaben und wirksamer ist. Das kleine Familienorientierte Aneki-Sabine Busse (SPD) am Montag an und sollte gleich die druckreife Arbeitsmaterialien für die Erzieherinnen und Erzieher von „BeoKi“ heißt das neue Instrument, und die Abkürzung gibt bereits einen Hinweis darauf, dass es darin vor allem um Beobachten der Kinder geht. Ziel ist, ihren Entwicklungsstand einschätzen zu können und daraus die richtige Förderung ableiten. „egal, ob es sich um ein hochbegabtes Kind handelt oder ein Kind mit Entwicklungsdefiziten.“

In 20 Kitas wird das neue Verfahren erprobt, bevor es ab dem Kinjahr 2024/25 flächendeckend ausrolliert werden und - so die Hoffnung - den Kindern durch auf sie zugeschnittene Unterstützung letztlich auch den Schulerfolg erleichtern soll.

Die „Melliensätze“ der Kinder sollen überprüft werden
 Woher wir wissen die Erzieherinnen, wie sie auswirken sollen, um jedes einzelne Kind, gerichtet zu unterstützen? Um das herauszufinden, gibt Ihnen das BeoKi-Material zwei Fragebögen an die Hand - einen für die zweieinhalbjährigen Kinder. Diese Fragebögen listen die Kompetenzen auf, die ein Kind haben sollte, wenn es sich altersangemessen entwickelt. Bei BeoKi heißen diese Kompetenzen „Melliensätze“.

Das neue Instrument
 „In dem Begriff steckt die Abkürzung für „Beobachtung und Einschätzung im Kita-Alltag“ konzentriert und generativ.“

• Entwickelt wurde es von der Hochschule Potsdam und der Hochschule Döbeln auf der Grundlage der Senatsempfehlung für Bildung, Jugend und Familie.

• Weitere Informationen unter beoki.de.

zu vier Rückwürfen, Hilfen oder Worten. So wird die Gehörtheit überprüft. Um die Feinmotorik zu testen, soll beobachtet werden, wie geschickt Kinder sich beim Essen mit dem Löffel, beim Zeichnen von Linien oder beim Ausstechen anstellen. „Dem Denkvermögen wird auf dem Grund gegangen, indem festgelegt wird, ob das Kind Dinge sortieren und etwas einen Turm bauen kann. Weiter geht es dann mit dem Umfang des aktiven Wortschatzes - 50 Worte sollten sein - oder mit der Nutzung von Mehrzahlwörtern. Auch die Farben sollten bereits beherrscht werden. Zudem wird das Sozialverhalten eingeschätzt.“

Eine der 50 Kitas, die BeoKi zur Zeit erproben, liegt in der Driesener Straße in Prenzlauer Berg. Bei den „Dreieinleiner“ kam Busse am Montag vorbei, um das neue Programm vorzustellen. Sie begleitet sind die dortigen Erzieherinnen über ihre ersten Erfahrungen. Das sie gern weitere Kitas in das neue Tool einarbeiten würden, klar. Lektorin Marie-Luise Hilsdorf gibt davon aus, dass eine intensive Einarbeitung wichtig ist, damit BeoKi einen besseren Status hat als das Lerntagbuch von 2006, das demnach zu den Akten gelegt werden soll.

Busse: Kita-Referentin Kerstin Thümler kündigt an, dass alle rund 10.000 Erzieherinnen in dem neuen Tool geschult werden sollen. Die Bildungsministerin selbst lobt das Programm sei „genau, was die Kindererzieherinnen brauchen, um Kinder gut zu begleiten und zu stärken und dabei damit den Weg in die nächste Bildungsinstitution zu ebnen.“

Das BeoKi-Verfahren sei langjährig als „wesentlicher Bestandteil der Qualitätsicherung im Bereich der frühen Bildung“.

So enthält der Bogen für die zweieinhalbjährigen Melliensätze

Alle 30.000 Erzieherinnen und Erzieher werden geschult
 Busse: Vergleichsweise Sandra Scherer (SPD) hatte das Verfahren 2010 ausarbeiten lassen, weil die von ihr im Jahr 2009 beauftragte Qualitätskommission die Arbeit der Kitas verbessern wollte. Sie hatte nicht nur das Sprachlerntagebuch und die Art der Sprachanforderung durch das Instrument „Quantar“ kritisiert, sondern auch die Qualität der Vorschularbeit. Mehr als drei Jahre nach dessen „Klassenschick“ wurde nun also am Montag erstmals darüber berichtet, wie es weitergehen soll.

„Von Trägerverband „Kita-Stimme“ gab es am Montag Kritik. Zwar sei es „vernünftig“, sich für die Entwicklung eines neuen Instruments zur Sprachstandserhebung Zeit zu nehmen, sagte Stefan Spilger, Geschäftsführer des großen Trägers. Nicht vernünftig sei es aber, die Kitas dabei zu verpflichten, mit dem veralteten Sprachlerntagebuch und „Quantar“ zu arbeiten, obwohl beide Verfahren vor mehr als drei Jahren von der Expertenkommission kritisiert und als unzuverlässig eingestuft worden waren. Laut Spilger gebe es genug etablierte Verfahren aus anderen Bundesländern, die erprobte Träger sicherstellen können. „Wenn man sie nur lernt.“

Zu weiteren Kritik führt, dass BeoKi trotz der ihm zugemessenen großen Bedeutung noch nicht alle Kitazugänge bekannt gemacht hat. Das Programm sei „genau, was die Kindererzieherinnen brauchen, um Kinder gut zu begleiten und zu stärken und dabei damit den Weg in die nächste Bildungsinstitution zu ebnen.“

Das BeoKi-Verfahren sei langjährig als „wesentlicher Bestandteil der Qualitätsicherung im Bereich der frühen Bildung“.

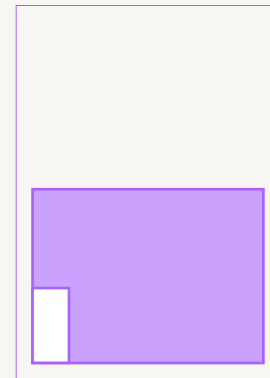
So enthält der Bogen für die zweieinhalbjährigen Melliensätze

Formate & Preise für Bildungskunden im redaktionellen Umfeld

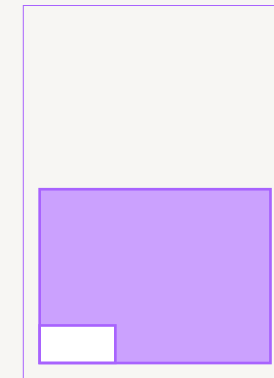
Formate	Größe (B x H in mm)	Preis
Mittel (quer)	80,6 x 40	867 €
Mittel (hoch)	39 x 80	882 €
Jumbo (Würfel)	80,6 x 80	1.716 €
Giga (quer)	122,2 x 80	2.479 €
1/4 Seite (quer)	247 x 93	5.853 €
1/4 Seite Eckfeld	139 x 165	5.934 €

Verbreitung: Tagesspiegel Hauptausgabe Berlin
Format: Tabloid
Reichweite: 394.000 Leser:innen täglich
 Quelle: best 4 planning 2024, Basis:
 Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre

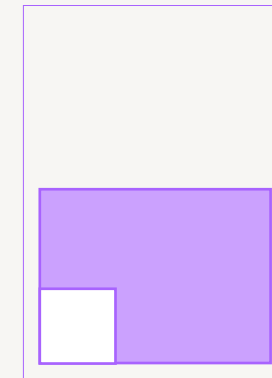
Anlieferung Druckunterlage und Ziel-URL: dispo@tagesspiegel.de



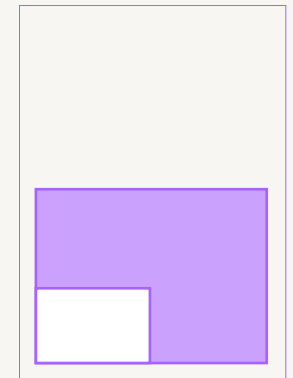
Mittel (hoch)
B 39 x H 80 mm



Mittel (quer)
B 80,6 x H 40 mm



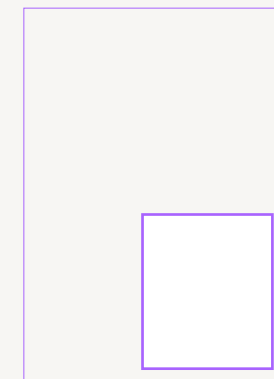
Jumbo (Würfel)
B 80,6 x H 80 mm



Giga (quer)
B 122,2 x H 80 mm



1/4 Seite quer
B 247 x H 93 mm



Eckfeld 1/4 Seite
B 139 x H 165 mm

Die Preise gelten ausschließlich für regionale Kunden ohne Konzernbindung mit Firmensitz in Berlin und Brandenburg und regional ausgerichteten Kampagnen. Die Preise verstehen sich zzgl. MwSt. Es gelten die Preisliste Nr. 67, gültig ab 01.01.2026, sowie die AGB des Tagesspiegels: <https://impact.tagesspiegel.de/agb/>. Der Preis inkludiert die Printanzeige, die Verlinkung im E-Paper (Clickable Ad) und crossmediale Verlängerung. Änderungen/Irrtümer vorbehalten.

Terminankündigungen im Timeplaner

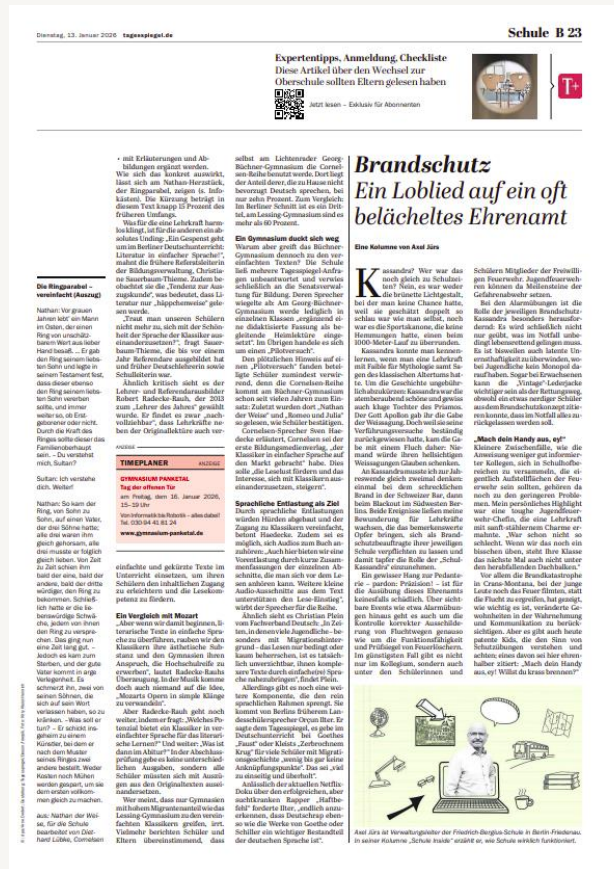
Nutzen Sie zur Terminbekanntgabe von Workshops, Lehrgängen oder Kursen das auffällige Ankündigungsformat im Timeplaner.

Format	Elemente	Preis
Ankündigungs-Textanzeige im Timeplaner	Headline, Informationszeilen und Ziel-URL	292 €

Verbreitung: Tagesspiegel Hauptausgabe Berlin
Format: Tabloid
Reichweite: 394.000 Leser:innen täglich
 Quelle: best 4 planning 2024, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre

Anlieferungsdetails: 1. Headline, zweizeilig: max. 60 Zeichen inkl. Leerzeichen
 2. Infotext: max. 100 Zeichen inkl. Leerzeichen
 3. Ziel-URL: max. 30 Zeichen

Anlieferung Druckunterlage und Ziel-URL: dispo@tagesspiegel.de



TIMEPLANER ANZEIGE

**Ausbildung mit IHK-Abschluss
Im E-Commerce & Tourismus**

Online-Infoabend, 5. Juni, 17-19 Uhr
Hier steht eine knappe Ausführung zum Ausbildungsgang.
www.kontakt-url.de

Berlin MBA zum Kennenlernen

Zeitgemäßes Studium mit individueller Betreuung und NV-frei. Lernen Sie uns am 10.09.2022 kennen!
www.info-url.de

Passende Umfeldler 2026 auf einen Blick

Alle Tagesspiegel Themen finden Sie hier

Thema 2026	Format	Erscheinungstermin	Anzeigenschluss	Druckunterlagenchluss
Internationaler Tag der Bildung	Themenspezial	24.01.2026	05.01.2026	19.01.2026
Privatschulen und Internate I	Themenspezial	30.01.2026	09.01.2026	26.01.2026
Privatschulen und Internate II	Themenspezial	27.03.2026	06.03.2026	23.03.2026
Ausbildung & Studium	Themenspezial	08.05.2026	17.04.2026	04.05.2026
Privatschulen und Internate III	Themenspezial	22.05.2026	30.04.2026	18.05.2026
Abiturbeilage 2026	Beilage Tabloid	26.06.2026	22.05.2026	20.06.2026
Privatschulen und Internate IV	Themenspezial	25.09.2026	04.09.2026	21.09.2026
Tag der Bildung	Themenspezial	08.12.2026	17.11.2026	01.12.2026

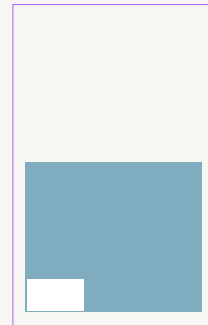


Themenspezial Kombi Privatschulen & Internate

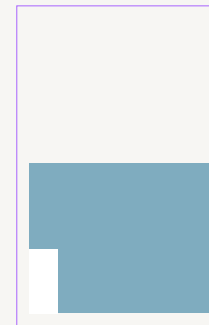
Ihre Anzeige erscheint auf den redaktionellen Seiten des
Themenspezials Privatschulen & Internate (Einzelbuchung).

Formate	Native Teaser Ad auf tagesspiegel.de	Kombi Preis
Mittel (quer)	30.000 AI	1.321 €
Mittel (hoch)	30.000 AI	1.321 €
Jumbo (Würfel)	30.000 AI	2.286 €
Giga (quer)	30.000 AI	2.896 €
1/4 Seite (quer)	30.000 AI	6.162 €
1/4 Seite Eckfeld	30.000 AI	6.235 €

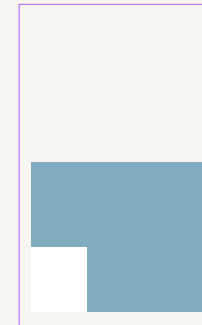
Reichweite: 394.000 Leser:innen täglich (Quelle: best 4 planning 2024, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre)
Anlieferung: Druckunterlage & Ziel-URL an dispo@tagesspiegel.de



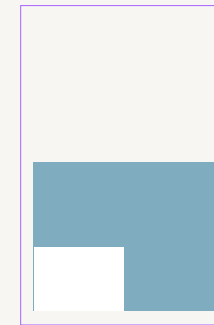
Mittel (quer)
B 80,6 x H 40 mm



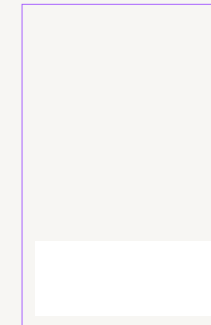
Mittel (hoch)
B 39 x H 80 mm



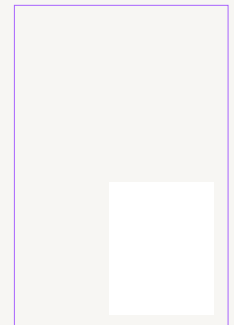
Jumbo (Würfel)
B 80,6 x H 80 mm



Giga (quer)
B 122,2 x H 80 mm



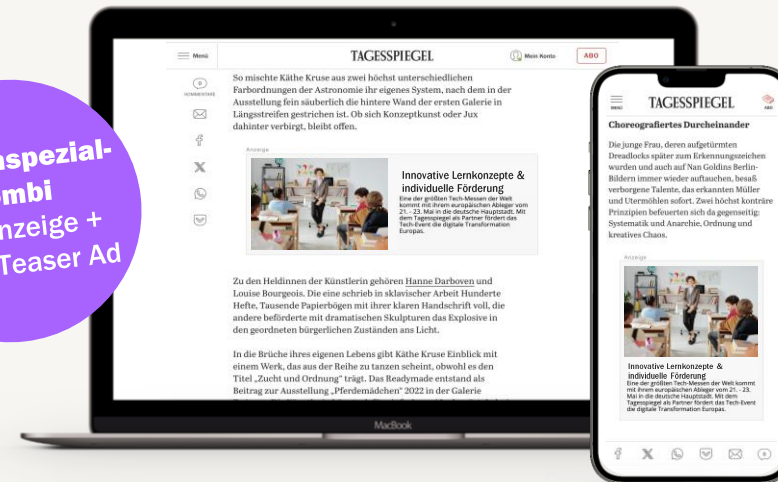
1/4 Seite quer
B 247 x H 93 mm



Eckfeld 1/4 Seite
B 139 x H 165 mm



**Themenspezial-
Kombi
Printanzeige +
Native Teaser Ad**



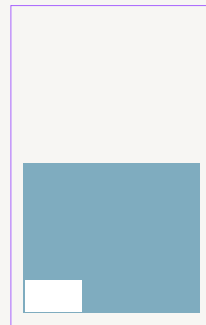
Die Preise gelten ausschließlich für regionale Kunden ohne Konzernbindung mit Firmensitz in Berlin und Brandenburg und regional ausgerichteten Kampagnen. Preise verstehen sich zzgl. MwSt., sind nicht rabatt- und nicht AE-fähig. Es gelten die Preisliste Nr. 67, gültig ab 01.01.2026 sowie die AGB des Tagesspiegels: [impact.tagesspiegel.de/agb/](https://www.tagesspiegel.de/agb/). Der Preis inkludiert die Printanzeige, die Verlinkung im E-Paper sowie die crossmediale Verlängerung. Änderungen/Irrtümer vorbehalten. Foto: Max Fischer / Pexels

Themenspezial Kombi Plus Privatschulen & Internate

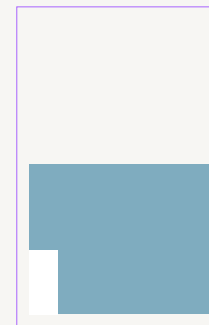
Die Themenspezial-Kombi Plus sorgt für mehr Reichweite und erhöhte Sichtbarkeit Ihres Bildungsangebots:

- ✓ Veröffentlichung Ihrer **Printanzeige im Themenspezial Privatschulen & Internate sowie dienstags im Berlin-Ressort** (Schule-Seite).
- ✓ **Native Teaser Ad** im redaktionellen Umfeld auf tagesspiegel.de (**50.000 AI**)
- ✓ **Bild-Text-Anzeige im Bezirke-Newsletter** Ihrer Wahl*

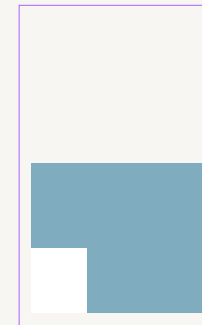
Themenspezial-Kombi Plus / Formate	Media-Volumen	Kombi-Sonderpreis
Mittel (quer) + Native Teaser Ad + Bild-Text-Anzeige	3.454 €	1.648 €
Mittel (hoch) + Native Teaser Ad + Bild-Text-Anzeige	3.454 €	1.648 €
Jumbo (Würfel) + Native Teaser Ad + Bild-Text-Anzeige	4.882 €	2.718 €
Giga (quer) + Native Teaser Ad + Bild-Text-Anzeige	6.508 €	3.557 €



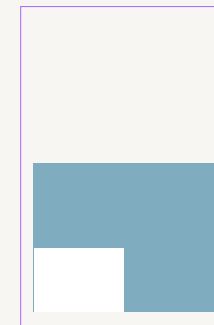
Mittel (quer)
B 80,6 x H 40 mm



Mittel (hoch)
B 39 x H 80 mm

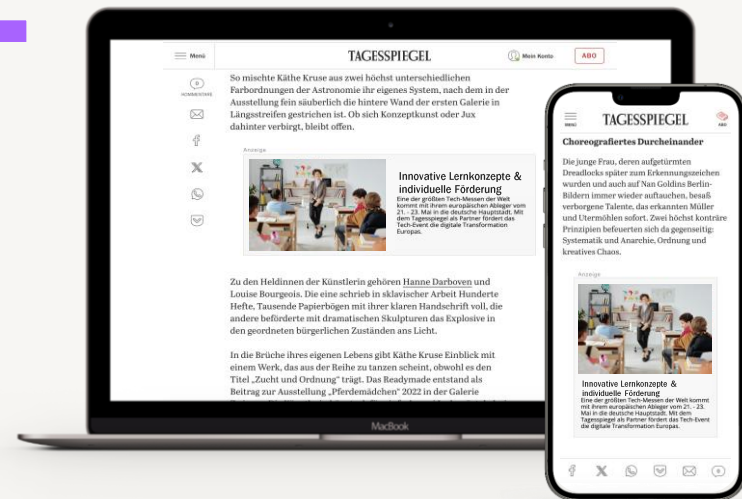


Jumbo (Würfel)
B 80,6 x H 80 mm



Giga (quer)
B 122,2 x H 80 mm

Themenspezial-Kombi Plus
2x Printanzeige +
Native Teaser Ad +
Newsletter-Anzeige



***Bezirke-Newsletter:**
Lichtenberg,
Treptow-Köpenick, Marzahn-
Hellersdorf, Spandau,
Tempelhof-Schöneberg,
Neukölln,
Reinickendorf,
Mitte,
Friedrichshain-Kreuzberg,
Pankow
Steglitz-Zehlendorf,
Charlottenburg-Wilmersdorf

Die Preise gelten ausschließlich für regionale Kunden ohne Konzernbindung mit Firmensitz in Berlin und Brandenburg und regional ausgerichteten Kampagnen. Preise verstehen sich zzgl. MwSt., sind nicht rabatt- und nicht AE-fähig. Es gelten die Preisliste Nr. 67, gültig ab 01.01.2026 sowie die AGB des Tagesspiegels: impact.tagesspiegel.de/agb/. Der Preis inkludiert die Printanzeige, die Verlinkung im E-Paper sowie die crossmediale Verlängerung. Änderungen/Irrtümer vorbehalten. Foto: Max Fischer / Pexels

Reichweite: 394.000 Leser:innen täglich (Quelle: best 4 planning 2024, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre)
Anlieferung: Druckunterlage & Ziel-URL an dispo@tagesspiegel.de

Technische Angaben

Tabloid Format: B 285 mm x H 400 mm
Satzspiegel: B 247 mm x H 371 mm

Spalten	Anzeigenspalten
1	39 mm
2	80,6 mm
3	122,2 mm
4	163,8 mm
5	205,4 mm
6	247 mm

Druckverfahren

Rollenoffset Zeitungsdruck nach ISO 12647-3:2013

Druckform Offsetplatten, Computer to plate

Vierfarb-Anzeigen Druckreihenfolge: Schwarz, Cyan, Magenta, Yellow
 Raster 40 Linien pro cm bzw. 102 Linien pro Inch (lpi)

Druckunterlagen

Digitale Anlieferung immer bevorzugt!

Analoge Anlieferung von Anzeigen bitte nur auf Anfrage.

Farbanzeigen Datenaufbereitung und Druck nach ISO 12647-3:2013

ICC-Profil: WAN-IFRAnewspaper26v5.icc (Farbprofil) sowie

WAN-IFRAnewspaper26v5_gray.icc (Graustufenprofil)

Farbanzeigen Europa-Skalen-Farben

Aufgebaute Zusatzfarben: Aus drucktechnischen Gründen werden Zusatzfarben aus der Euro-Skala aufgebaut und können deshalb vom Farbton anderer Fächer abweichen.

Farbbezeichnungen: Yellow = Y; Magenta = M; Cyan = C; Schwarz = K
 Sonderfarben sind auszuschreiben (z. B. HKS04, Farbnummer 2-stellig, ohne Leerzeichen).

Farbführung: Volltondichte (Null-Justierung auf Zeitungspapier-Weiß)
 K-Schwarz = 1.05 C-Cyan = 0.85 M-Magenta = 0.85 Y-Yellow = 0.85
 (mit Polfilter und trocken gemessen)

Farbdeckung: Nicht über 220 %; bei großen Flächen oder schweren Motiven Farbdeckung bei ca. 200 % bis 210 %.

Gewährleistungshinweis: Geringfügige Farbabweichungen berechtigen nicht zu Ersatzansprüchen. Bei Anlieferung abweichender Druckunterlagen (auch digitaler) kann keine Gewähr für den Druckausfall übernommen werden.

Wir empfehlen, mit Bild- und Textelementen einen Abstand von mindestens 8 mm zum Anschnitt einzuhalten.

Rasterabbildungen

Rasterweite: 40 Linien pro cm bzw. 102 Linien pro Inch (lpi)

Bildauflösung: Farb- und Graustufenbilder 203 dpi; Strichzeichen max. 1.270 dpi

Tonwertumfang (Punkt Tiefe/Lichter):

Lichter Ton auslaufend bis 0 %, erster druckbarer Ton ca. 4 %, zeichnende

Tiefe: Neutraltiefe max. 88 %

Rasterpunktform Elliptischer Punkt, Kettenraster.

Harlequin: elliptical point, centered rosette

Rasterwinkelung: Yellow = 0°; (horizontal 3 Uhr) Cyan = 15°; Magenta = 75°; Schwarz = 135° (gegen Uhrzeigersinn)

Feinster Strich 0,3 mm

Tonwertzunahme im Mitteltonbereich 26 %

Druckunterlagenübertragung

1. Ihr Auftrag:

Schriftlicher Auftrag an Tagesspiegel Impact.

2. Was Sie senden:

Anzeigendatei: Bitte mindestens im Standard PDF/X-3:2003 (mit PDF-Version 1.4 oder höher). Andere Formate ohne Gewähr. Bitte keine DCS-EPS! Formatierte Anzeigen aus Office-Programmen bitte nur als PDF.

Bei Anzeigen, die in PDF-Versionen < 1.4 angeliefert werden, können in digitalen Ausspielungskanälen Darstellungsprobleme (z.B. Haarlinien, Mosaik) auftreten.

Ihre Begleitmail enthält bitte folgende Angaben:

- Kundenname
- Erscheinungstermin
- Größe der Anzeige
- Ansprechpartner mit Telefonnummer für Rückfragen

3. Wohin Sie Ihre Anzeige senden

E-Mail: dispo@tagesspiegel.de

Verlinkung im E-Paper/Anlieferung der URL

Mit dem Auftrag ist je Anzeigenmotiv eine URL zur Wunschwebseite mitzuliefern. Sie wird im E-Paper verlinkt.

Smart Ads

Die digitale Smart Ads-Verlängerung erfolgt automatisch zur gebuchten Printanzeige und umfasst ein kostenpflichtiges Digitalpaket, das ein digitales Werbemittel und eine Landingpage beinhaltet.

Kontakt


Ela Arman
Digital Sales Managerin
Health, Policy, Public & Education
+49 173 629 10 60
ela.arman@tagesspiegel.de

Postanschrift
Verlag Der Tagesspiegel
Askanischer Platz 3
10963 Berlin

Anzeigenaufträge
dispo@tagesspiegel.de

Tagesspiegel Impact ist die Vermarktungs-Unit der
Verlag Der Tagesspiegel GmbH.

TAGESSPIEGEL

Folgen Sie uns auf: 

Für den Tagesspiegel gelten die aktuelle Preisliste sowie die AGB:
media.tagesspiegel.de/agb/.