

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



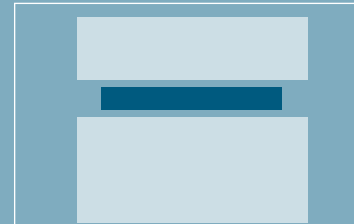
Große Reichweite

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.

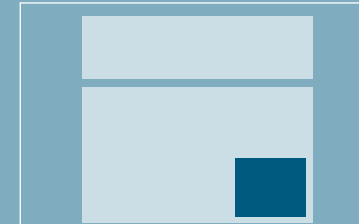
DDM - Ad Bundle Desktop & Mobile

Technische Informationen:

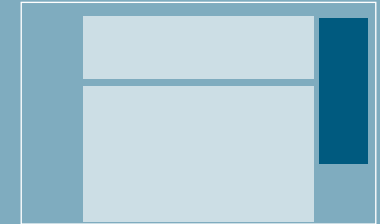
- Dateigewicht Desktop: max. 200 KB
- Dateigewicht Mobile: max. 100 KB
- Dateiformat:
 - html5-Zip-File (für optimale Ausspielung der Werbemittel empfohlen; [weitere Infos](#))
 - jpg
 - png
 - gif (statisch oder animiert),
Animationsdauer: max. 30 Sek.
- Anlieferungshinweise:
 - Zur optimalen Darstellung 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

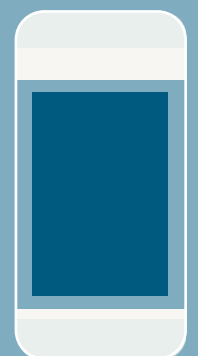


Mobile Medium Rectangle
B 300 x H 250 Pixel

In der Ausspielung inklusive:



Halfpage Ad
B 300 x H 600 px



Mobile Interstitial
B 320 x H 480 Pixel

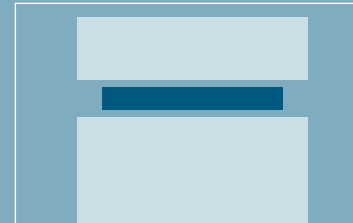
Display Ads - Desktop Werbeformate im Überblick

Crossdevice- Kombi

Desktop & Mobil
Format nach Wahl

Technische Informationen:

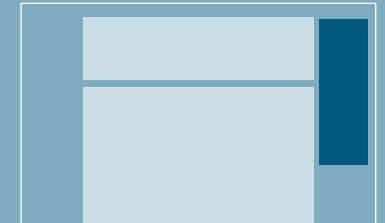
- Dateigewicht: max. 200 KB
- Dateiformat:
 - html5-Zip-File (für optimale Ausspielung der Werbemittel empfohlen; [weitere Infos](#))
 - jpg
 - png
 - gif (statisch oder animiert), Animationsdauer: max. 30 Sek.
- Anlieferungshinweise:
 - Zur optimalen Darstellung auf hochauflösenden Displays bitte die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



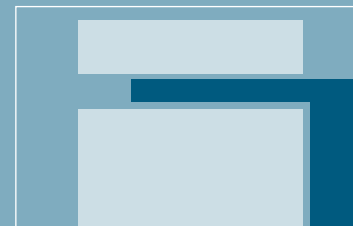
Superbanner
B 728 x H 90 px



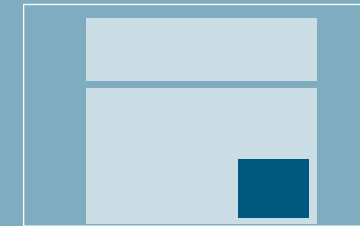
Billboard
B 800 /970/1.000 x H 250 px



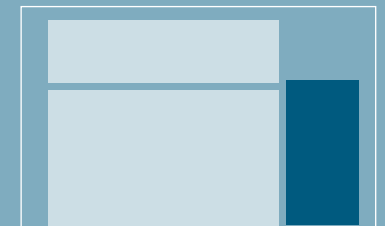
Skyscraper
B 120/160/200 x H 600 px



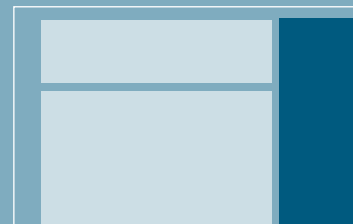
Wallpaper
Oben: B 800/729 x H 90 px
Rechts: B 120/ 200 x H 600 px



Medium Rectangle
B 300 x H 250 px



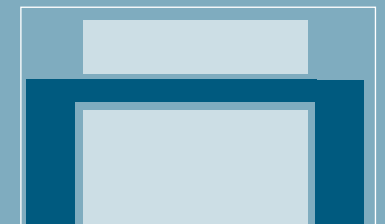
Halfpage Ad
B 300 x H 600 px



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.

>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 • 11.131 Subscriber • 1.849 davon mit Abo Treptow-Köpenick • 15.065 Subscriber • 2.507 davon mit Abo	Marzahn-Hellersdorf • 8.764 Subscriber • 1.215 davon Paid Spandau • 20.795 Subscriber • 3.981 davon mit Abo Tempelhof-Schöneberg • 23.793 Subscriber • 5.853 davon mit Abo	Neukölln • 16.713 Subscriber • 3.166 davon mit Abo Reinickendorf • 15.667 Subscriber • 3.633 davon mit Abo Mitte • 25.141 Subscriber • 5.080 mit Abo	Friedrichshain-Kreuzberg • 24.473 Subscriber • 4.829 davon mit Abo Pankow • 24.338 Subscriber • 4.334 davon mit Abo Steglitz-Zehlendorf • 29.356 Subscriber • 7.766 davon mit Abo	Charlottenburg-Wilmersdorf • 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

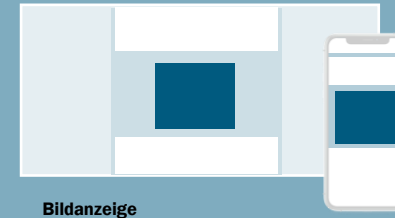
Technische Anlieferungsdetails:

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



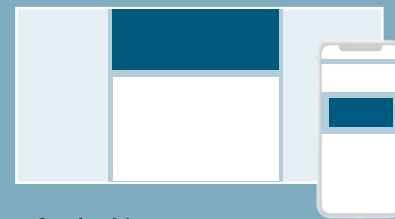
Textanzeige



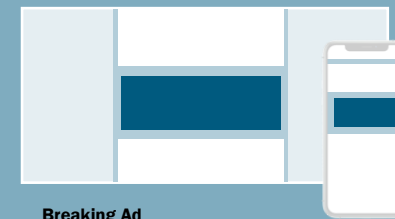
Bildanzeige



Bild-Text-Anzeige



Opening Ad



Breaking Ad



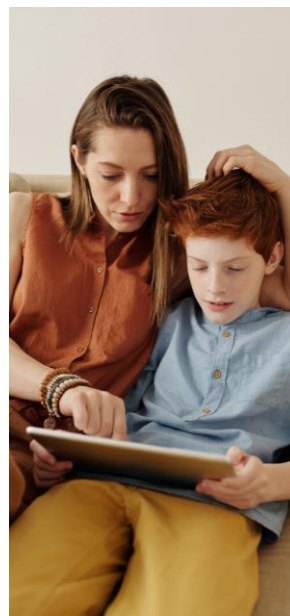
Job-Empfehlung
Logoeinbindung oben rechts und
Call-to-Action „Mehr erfahren“

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 bietet Ihnen das Ressort Arbeiten das Umfeld für berufliche Weiterbildungsangebote. Verschiedene Themenspeziale und auch passgenaue Lösungen ergänzen das Angebot für Ihre Zielgruppenansprache.

Schüler:innen, Eltern, Multiplikator:innen



Themenumfelder

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

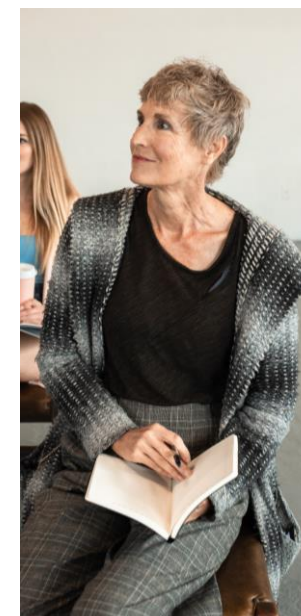
(angehende) Studierende, beratende Eltern



Themenumfelder

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

Bildungsinteressierte Fachkräfte



Themenumfelder

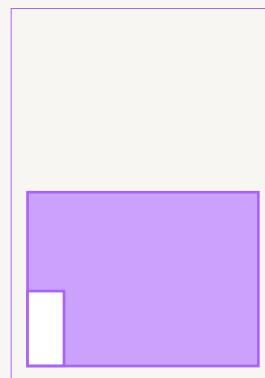
Ressort Arbeiten, digitale Kampagnen, Newsletter-Marketing, Social Media

Formate & Preise für Bildungskunden im redaktionellen Umfeld

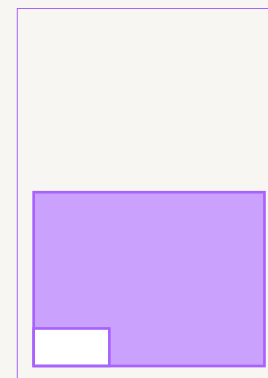
Formate	Größe (B x H in mm)	Preis
Mittel (hoch)	39 x 80	902 €
Mittel (quer)	80,6 x 40	902 €
Jumbo (Würfel)	80,6 x 80	1.736 €
Giga (quer)	122,2 x 80	2.499 €
1/4 Seite (quer)	247 x 93	5.873 €
1/4 Seite Eckfeld	139 x 165	5.954 €

Reichweite: 9,67 Mio Crossmediale Reichweite Tagesspiegel (Leser
Print/E-Paper pro Monat & Unique User pro Monat.(Quelle:
best 4 planning 2025, Basis: Deutschsprachige
Bevölkerung ab 14 Jahre)

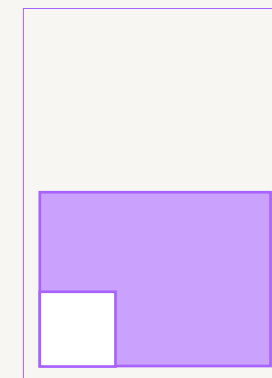
Anlieferung: Druckunterlage & Ziel-URL an dispo@tagesspiegel.de



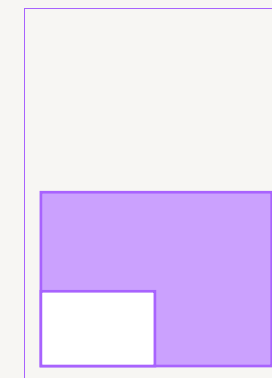
Mittel (hoch)
B 39 x H 80 mm



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



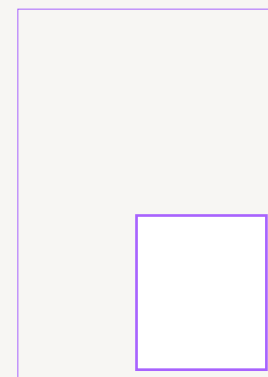
Jumbo (Würfel)
B 80,6 x H 80 mm



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. 67a, gültig ab 01.07.2026, 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	307 €

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

Reichweite: 9,67 Mio Crossmediale Reichweite Tagesspiegel (Leser Print/E-Paper pro Monat & Unique User pro Monat.(Quelle: best 4 planning 2025, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre)

Anlieferung: Druckunterlage & Ziel-URL an dispo@tagesspiegel.de

Dringender, 12. Januar 2026 tagesspiegel.de

Schule B 23

Expertentipps, Anmeldung, Checkliste
Diese Artikel über den Wechsel zur
Oberschule sollten Eltern gelesen haben



Artikeln - Exklusiv für Abonnenten

mit Erläuterungen und Ab-
bildungen ergänzt werden.
Wie sich das konkret auswirkt,
lässt sich am Nathan-Herzstück,
der Eingangszeit, zeigen. In Infor-
mation. Die Kürzung beträgt in
diesem Text knapp 15 Prozent des
früheren Umfangs.

Was für eine Lehrkraft harm-
los klingt, ist für die anderen ein al-
tantes Ungeheuer. Ein Gespenst geht
um im besten Deutschunterricht:
Literatur in einfacher Sprache?
malt die frühere Referendarin der
Bildungsberatung, Christa
ne Bauhaus-Thema. Zudem be-
achtet sie die „Tendenz zur Aus-
zugskunde“, was bedeutet, dass Li-
teratur nur „Aussparung“ ge-
hen würde.

„Denn, wenn unsere Schüler
nicht mehr zu, sich mit der fischen
heit der Sprache der Klausur aus-
einanderzusetzen“, fragt Bau-
haus-Thema, die bis vor einem
Jahr Referendarin ausgebildet hat
und früher Deutschlehrerin sowie
Schulleiterin war.

Klassisch kritisch sieht es der
Lehrer- und Referendarinhaber
Robert Radtke-Bach, der 2013
zum „Lehrer des Jahres“ gewählt
wurde. Er findet es zwar „auch
vollständig“, dass Lehrkräfte aus-
beim der Originalität auch von

selbst am Lichtenauer Georg-
Richter-Gymnasium die Gese-
hen Radtke-Bach weiß. Der liegt
der Anteil daran, die zu Hause nicht
bevorzugt Deutsch sprechen, bei
nur zehn Prozent. Zum Vergleich:
im besten Schuljahr ist es mit 100
ist, am Lichtenauer-Gymnasium sind es
mehr als 40 Prozent.

Ein Gymnasium duckt sich weg.
Warum aber groß das Richter-
Gymnasium dennoch zu den ver-
schafften Texten? Die Schule
hat mehrere Tagesspiegel-Auf-
gaben selbstverarbeitet und vorwie-
send schließlich an die Bundesver-
waltung für Bildung. Deren Sprecher
erwähnt als Am Georg-Richter-
Gymnasium wurde lediglich in
einzelnen Klassen, angereichert
ne didaktisierte Fassung als be-
geleitete Heimarbeit, „einige
start“ im Übertrag handeln es sich
um einen „Platzwechsel“.

Der pädagogische Hinweis auf di-
nen „Flüchtlings“-Tendenzen be-
trifft Schüler zumindest ver-
einzelt, dass die Gerd-Richter-
Gymnasium am Richter-Gymnasium
schon seit vielen Jahren zum Ein-
satz. Zuletzt wurden dort „Nathan
der Weise“ und „Romeo und Julia“
zu gelesen, wie Schüler bestätigen.
Gerd-Richter-Sprecher Hans-
Richter erläutert, Gerd-Richter sei der
erste Bildungsausschuss, der
Klausur in einfacher Sprache auf
den Markt gebracht“ habe. Frau
sollte „die Lesart fördern und das
Interesse, sich mit Klausuren aus-
einanderzusetzen, steigern“.

Spezielle Entlastung als Ziel
Spezielle Entlastungen
wurden Hinder abgebaut und der
Zugang zu Klausuren vereinfacht,
beinhaltet Handzettel. Zudem sei es
möglich, sich Auslassungen zum
abgeben. Auch hier hätten wir eine
Entlastung durch kurze Zusammen-
fassungen der einzelnen Ab-
schritte, die man sich vor dem
Lesen anschauen kann. Welche Klausur
sollte Klausurteil aus dem Text
unterstützen das Lesefähigkeit“.

Aber Radtke-Bach geht noch
weiter. In der ersten didaktischen
Texte in einfacher Sprache
sollte zu überlegen, warum wir den
Klausuren ihre inhaltliche Sub-
stanz und den Gymnasien ihren
Anspruch, die Hochschulfähigkeit
zu erweisen“, heißt Radtke-Bach.
Übersetzung, in der Munk können
durch auch niemand auf die Idee
„Maurer Opern in simple Klänge
zu übersetzen“.

Aber Radtke-Bach geht noch
weiter. In der ersten didaktischen
Texte in einfacher Sprache
sollte zu überlegen, warum wir den
Klausuren ihre inhaltliche Sub-
stanz und den Gymnasien ihren
Anspruch, die Hochschulfähigkeit
zu erweisen“, heißt Radtke-Bach.
Übersetzung, in der Munk können
durch auch niemand auf die Idee
„Maurer Opern in simple Klänge
zu übersetzen“.

Aber Radtke-Bach geht noch
weiter. In der ersten didaktischen
Texte in einfacher Sprache
sollte zu überlegen, warum wir den
Klausuren ihre inhaltliche Sub-
stanz und den Gymnasien ihren
Anspruch, die Hochschulfähigkeit
zu erweisen“, heißt Radtke-Bach.
Übersetzung, in der Munk können
durch auch niemand auf die Idee
„Maurer Opern in simple Klänge
zu übersetzen“.



Am 12. ist ein Newsletter der Friedrich-Schiller-Schule in Berlin erschienen.
In seiner Rubrik „Schule heute“ erklärt er, wie Schule wirklich funktioniert.

TIMEPLANNER

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 individuel-
ler Betreuung und NV-frei. Lernen Sie
uns am 10.09.2022 kennen!
www.info-url.de

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 Preislis... Die Preise verstehen sich zzgl. MwSt., sind nicht rabatt- und nicht AE-fähig. Es gelten die Preislis... Die Preise verstehen sich zzgl. MwSt., sind nicht rabatt- und nicht AE-fähig. Es gelten die Preislis...

14

Immer mehr Eltern entscheiden sich bewusst für Privatschulen und Internate, die mit individuellen Konzepten und hohen Bildungsstandards überzeugen. Dieser Trend spiegelt das wachsende Interesse an zukunftsweisenden Schulformen wider.

In der vierteiligen Themenreihe „Privatschulen & Internate“ berichtet die Tagesspiegel-Redaktion über Bildungseinrichtungen mit besonderen Bildungskonzepten.

Nutzen Sie diese Reichweite, um Ihre Schule oder Ihr Internat ins Rampenlicht zu rücken. Präsentieren Sie Ihre Vision, Ihre Werte und Ihr Engagement für die Bildung von morgen. Die Themenreihe bietet Ihnen das ideale Umfeld.

Präsentieren Sie Ihr Bildungsangebot einer äußerst bildungsorientierten Leserschaft, denn 88 % der Tagesspiegel-Leser:innen finden eine gute, vielseitige Bildung besonders wichtig.*

Druckunterlagenschluss: 26.01. | 23.03. | 18.05. | 21.09.



MOSER SCHULE
AN DER UNIVERSITÄT ZÜRICH

Eine Schule mit
Engagement und
innovativer Pädagogik




 8000 Zürich
 0041 (0)20 321 1111
www.moserschule.ch

Themenspezial Tag der Bildung

Zum Tag der Bildung am 8. Dezember 2026 bündelt unser Themenspezial Stimmen, Debatten und Perspektiven rund um die Frage, was gute Bildung heute ausmacht – und warum sie für jede und jeden eine zentrale Voraussetzung für Teilhabe und Zukunftschancen ist. Wir nehmen aktuelle Entwicklungen in den Blick, erzählen Geschichten aus dem Alltag von Lernenden und Lehrenden und zeigen, wo Veränderungen gelingen, wo sie scheitern – und was es braucht, damit Bildung verlässlich wirkt.

Geplante Themen

- Bildung für alle: Dieser Anspruch erfüllt sich für Kinder aus sozial schwachen Familien selten.
- Unternehmerisch denken: Bildung soll Zutrauen vermitteln, Vertrauen in die Fähigkeit, die eigene Umgebung zu gestalten und Ideen umzusetzen. Vielen Schüler:innen fehlt dieses Vertrauen.
- Immer weniger Kinder lesen Bücher und sind in der Lage, längere Texte zu erfassen. Drei ehrenamtliche Lesepaten erzählen, wie sie es schaffen, Kinder fürs Lesen zu begeistern.

Erscheinungstermin: 08. Dezember 2026

Anzeigenschluss: 17. November 2026

Druckunterlagenschluss: 01. Dezember 2026

Finanzierung

„Unsere Vorschläge werden Unruhe in den Sektor bringen“

Die SPD zieht mit einem Vorkostenmodell in den Berlin-Wahlkampf. Träger, die profitieren wollen, müssten aber Freiheiten aufgeben.

Von Margarethe Gallandorfer

„Wir wollen, dass öffentliche und freie Schulen sich möglichst weit annähern.“

Maja Lant, Bildungs-Expertin und SPD-Abgeordnete

Die Privatschule ohne Elterngebühren, zu 100 Prozent vom Land Berlin finanziert. Im Wahlprogramm der Berliner SPD steht eine knappe 20 Jahre alte Idee im Mittelpunkt. Auch an Privatschulen fordern wir soziale Durchlässigkeit und Bildungsgerechtigkeit“, heißt es da. „Freie Schulen, die wie öffentliche Schulen arbeiten, ermöglichen wir eine Vollfinanzierung.“

Der Punkt ist eine Initiative der sozialdemokratischen Bildungs-Expertin und Abgeordneten Maja Lant, die federführend die im Februar bereits gewundene neue Schulgesetzgebung mit den Schulen in freier Trägerschaft verhandelt hatte. „Wir wollen, dass öffentliche und freie Schulen sich möglichst weit annähern“, sagt Lant. „Die öffentlichen Schulen werden immer selbstständiger. Freie Schulen schließen an den öffentlichen Sektor an.“

Viele freie Schulen sind sehr knapp bei Kasse
Der Vorschlag: Eine Stadt oder ein Landkreis soll die Kosten für die Familien, die eine Privatschule besuchen, übernehmen. Die Kosten für die Familien, die eine Privatschule besuchen, übernehmen. Die Kosten für die Familien, die eine Privatschule besuchen, übernehmen.

Die Kosten für die Familien, die eine Privatschule besuchen, übernehmen. Die Kosten für die Familien, die eine Privatschule besuchen, übernehmen. Die Kosten für die Familien, die eine Privatschule besuchen, übernehmen.



Welche Schule darf es sein? Die SPD möchte „maximale Wahlfreiheit“.

Umsetzung das Lager der Berliner Privatschulen noch stärker spalten würde, als es sowieso schon der Fall ist. Wenn Berlin ein Vorkostenmodell einführt, dürfte es für Schulen, die unabhängig bleiben wollen, schwieriger werden, an mehr Zuschüssen zu kommen. Die SPD möchte, dass die Schulen hier einmündig.

Die Kosten für die Familien, die eine Privatschule besuchen, übernehmen. Die Kosten für die Familien, die eine Privatschule besuchen, übernehmen. Die Kosten für die Familien, die eine Privatschule besuchen, übernehmen.

BEST-SABEL OBERSCHULEN KÖPENICK

Unsere Campus umfasst:

- Gymnasien
- Internate
- Fachhochschulen
- Wirtschaft und Sozialpädagogik

Dein persönlicher Weg zum Abitur
BEST-SABEL.DE

Collegia

an der Universität zu Köln

• Fachliche Betreuung
• Persönliche Betreuung
• IBA
• Fachlehrer

MOSER SCHULE

Eine Schule mit Engagement und innovativer Pädagogik

Gymnasium Panketal

hochwertige Bildung für Klasse 7

KÖNIGIN LUISE STIFTUNG

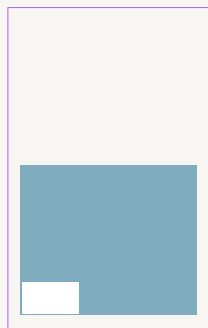
• Grundschule
• Integrierte Sekundarstufe
• Spezialisierte Gymnasien
• Jugendberufshilfe

Themenspezial Crossmediale Kombi

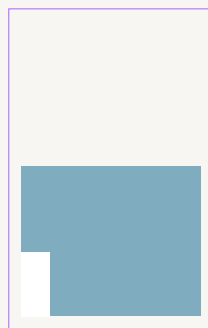
Ihre Anzeige erscheint auf den redaktionellen Seiten des
Themenspezials Privatschulen & Internate (Einzelbuchung).

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 €

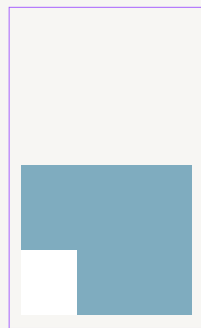
Reichweite: 9,67 Mio Crossmediale Reichweite Tagesspiegel (Leser
Print/E-Paper pro Monat & Unique User pro Monat.(Quelle:
best 4 planning 2025, Basis: Deutschsprachige
Bevölkerung ab 14 Jahre)
Anlieferung: Druckunterlage & Ziel-URL an dispo@tagesspiegel.de



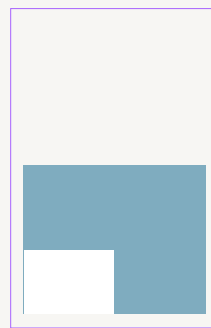
Mittel (quer)
B 80,6 x H 40 mm



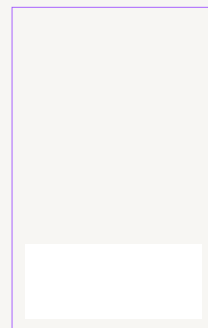
Mittel (hoch)
B 39 x H 80 mm



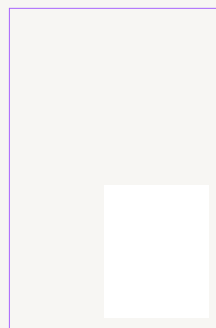
Jumbo (Würfel)
B 80,6 x H 80 mm



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



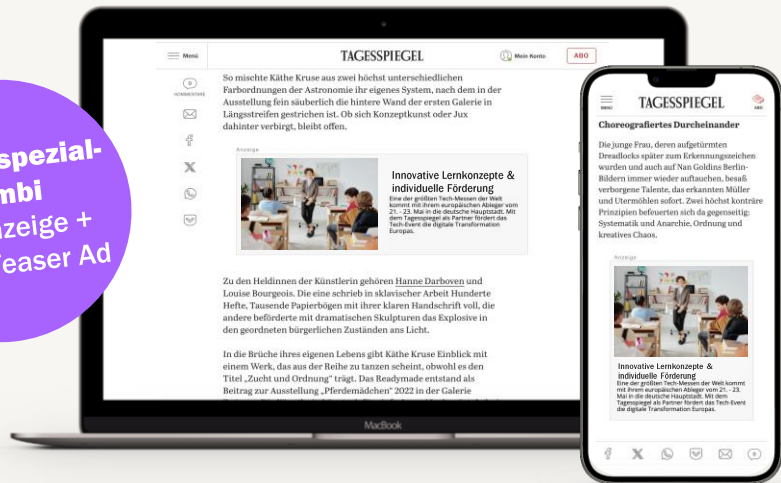
1/4 Seite quer
B 247 x H 93 mm



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. 67a, gültig ab 01.07.2026 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 Crossmediale Kombi Plus

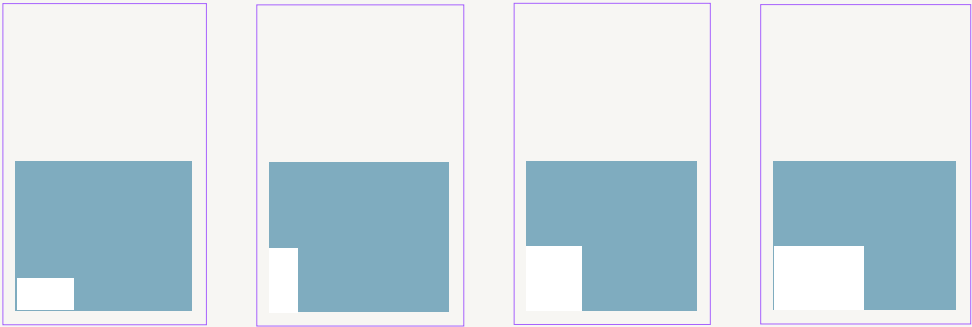
Die Themenspezial-Kombi Plus sorgt für mehr Reichweite und erhöhte Sichtbarkeit Ihres Bildungsangebots:

- ✓ 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 €

Reichweite: 9,67 Mio Crossmediale Reichweite Tagesspiegel (Leser Print/E-Paper pro Monat & Unique User pro Monat.(Quelle: best 4 planning 2025, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre)

Anlieferung: Druckunterlage & Ziel-URL an dispo@tagesspiegel.de



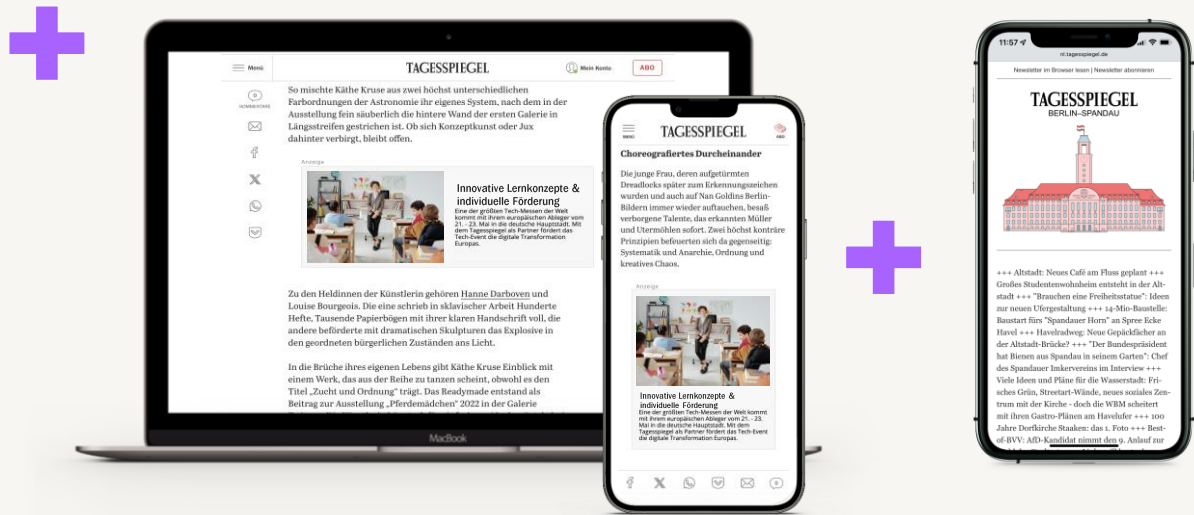
Mittel (quer)
B 80,6 x H 40 mm

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

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. 67a, gültig ab 01.07.2026 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

Themenspeziale auf tagesspiegel.de

Alle Themenspeziale erscheinen online in den Themenspezial-Umfeldern auf tagesspiegel.de.

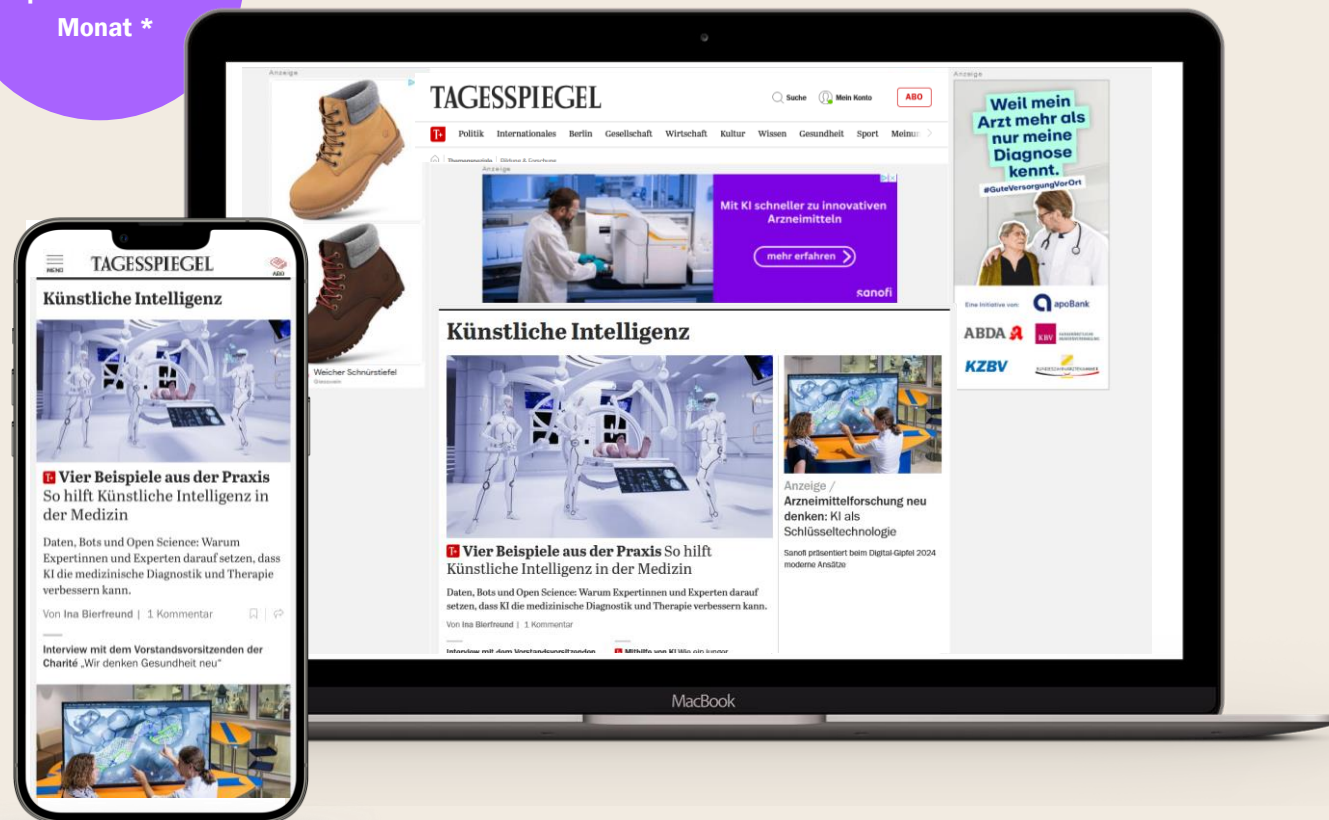
Mit einer Display-Kampagne oder einem digitalen Advertorial profitieren Sie von diesem außerordentlich **hochwertigen thematischen Umfeld für Ihre Werbebotschaft.**

Ihre Leistungen:

- **Werbemittel** oder **digitales Advertorial** im **gewünschten Themenspezial-Umfeld** mit Link zur Kundenwebsite
- **Traffic von tagesspiegel.de** durch Rotation Ihrer Werbemittel in thematisch passenden Ressorts und Artikeln sowie dem Themenspezial-Umfeld
- **Traffic von weiteren Premium-Websites/Apps** nach Absprache mit passendem Zielgruppen-Targeting
- **mind. 50.000 AIs und 1000 Klicks** je nach Wunschkpaket

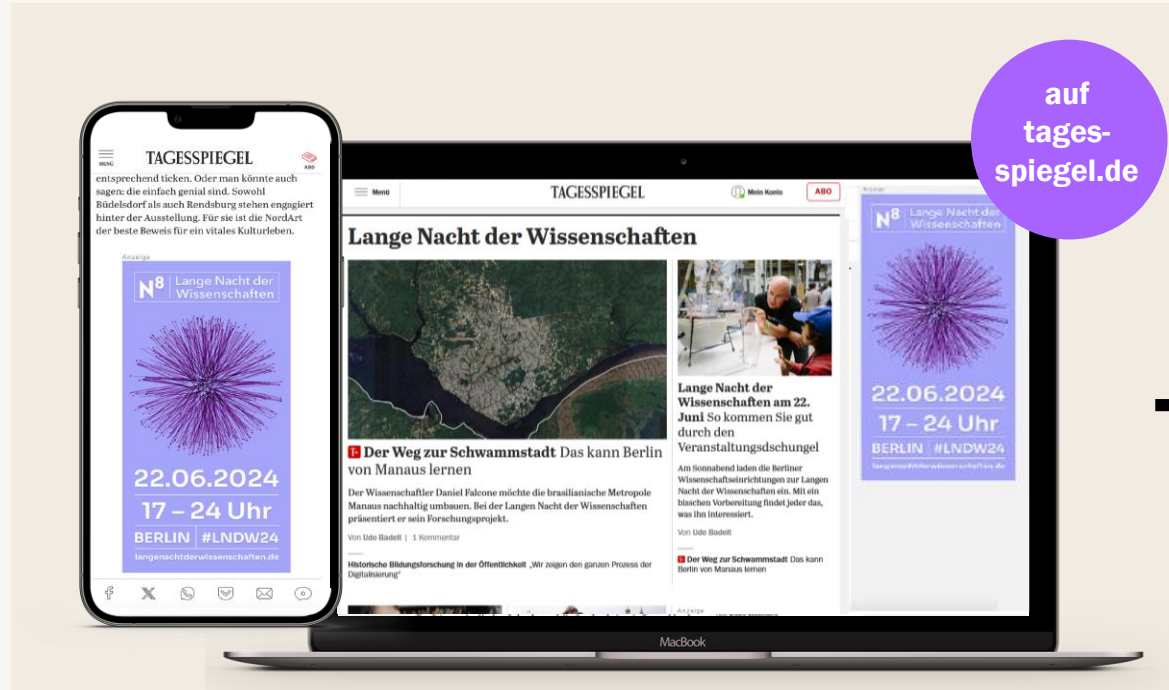
9,67 Mio.

Unique User:innen im
Monat *



Hier
Themenspezial-
Umfelder
entdecken

Werbemittel im Themenspezial-Umfeld & Kombinationen für noch mehr Reichweite



+

Noch mehr Reichweite erhalten Sie in Kombination mit einem Data Driven Paket



Die Redaktion des Tagesspiegels verfasst und bündelt **mehrere Artikel** zu digitalen Themenspezialen, die in einem von acht Themenspezial-Umfeldern veröffentlicht werden. **Kundenwerbemittel sind für die Vermarktungsdauer im gewünschten Themenspezial-Umfeld fest platziert** und werden auf Artikel-Ebene sowie zusätzlich **in passenden Ressorts auf tagesspiegel.de in Rotation** ausgespielt.

Mit einer **Data Driven Kampagne** über tagesspiegel.de hinaus (gern prüfen wir Ihre Wunschwebsites) erreichen Sie zusätzlich passgenaue Zielgruppen im Internet

Angebotspakete

Ad Impressions & Klicks im Themenspezial-Umfeld

Basic

50.000 Ad Impressions auf tagesspiegel.de

ausgespielt....

- im **Themenspezial-Umfeld**
- in passenden Ressorts und Artikeln

**1.000 Klicks
per Data Driven Marketing (Display)**

ausgespielt....

- auf Premium-Webseiten / Apps nach Abstimmung
- mit passendem Zielgruppen-Targeting

**Angebotspreis: 2.700 €
1 Woche Laufzeit**

Premium

50.000 Ad Impressions auf tagesspiegel.de

ausgespielt....

- im **Themenspezial-Umfeld**
- in passenden Ressorts und Artikeln

**1.000 Klicks & 100.000 Ad Impressions
per Data Driven Marketing (Display)**

ausgespielt....

- auf Premium-Webseiten / Apps nach Abstimmung
- mit passendem Zielgruppen-Targeting

**Angebotspreis: 4.700 €
2 Wochen Laufzeit**

Premium Plus

50.000 Ad Impressions auf tagesspiegel.de

ausgespielt....

- im **Themenspezial-Umfeld**
- in passenden Ressorts und Artikeln

**2.000 Klicks & 150.000 Ad Impressions
per Data Driven Marketing (Display)**

ausgespielt....

- auf Premium-Webseiten / Apps nach Abstimmung
- mit passendem Zielgruppen-Targeting

**Angebotspreis: 7.200 €
4 Wochen Laufzeit**

Digitale Advertorials

Ihr Content im redaktionellen Look & Feel

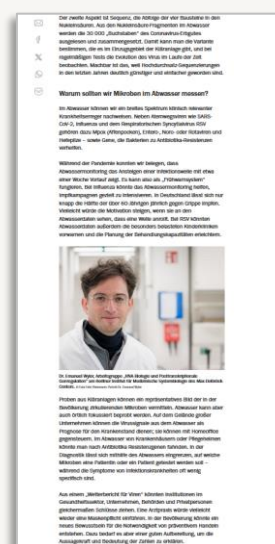
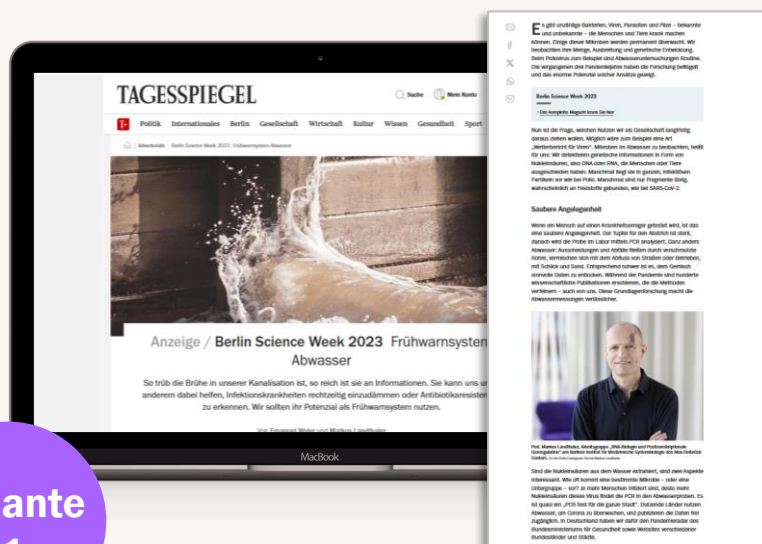
Klassisch-redaktionelle Anmutung

Starker Fokus auf News und Informations-Charakter

Visuell-bildlastiges Layout

Mit Ihrem Content positive Emotionen erzeugen

Variante
1



Variante
2



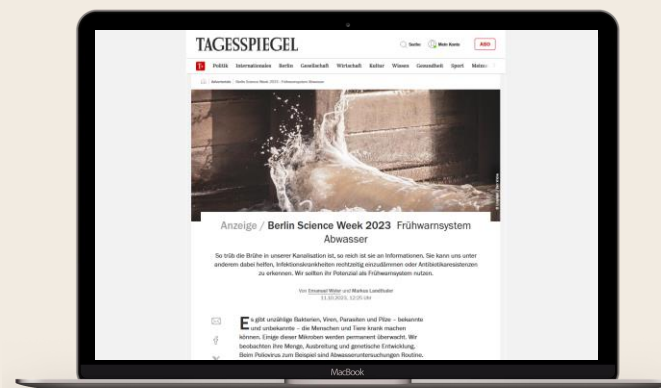
Digitale Advertorials Pakete & Preise

Gesamtpreis inkl. Bewerbung auf tagesspiegel.de und auf weiteren Websites mit Targeting:

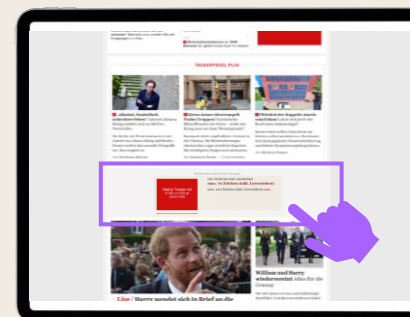
Als	zzgl. garantierte Klicks	Gesamtpreis
50.000		2.649 €
50.000	500	3.399 €
100.000		3.649 €
100.000	1000	5.149 €
250 000		6.649 €
250 000	2000	9.649 €
500 000		11.649 €
500 000	5000	19.149 €

Leistungsbestandteile:

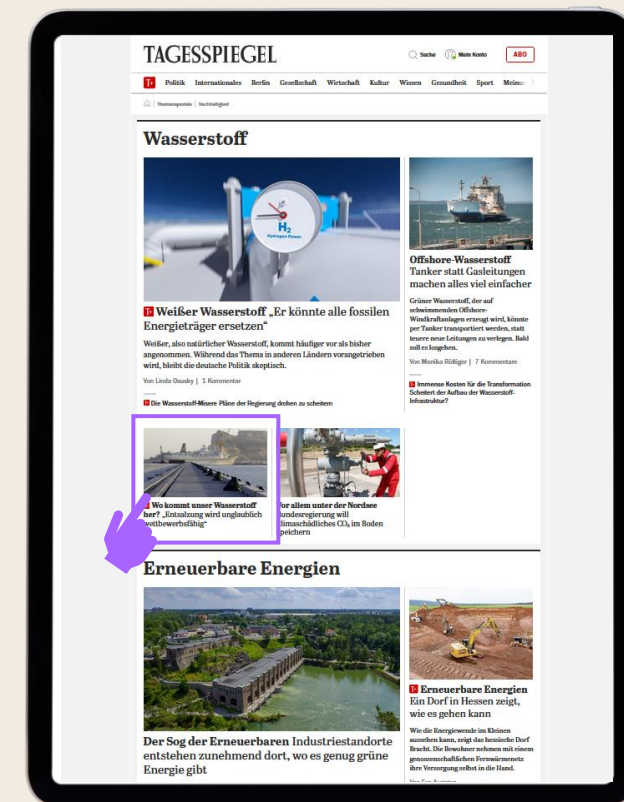
- Erstellen des Advertorials auf Basis der vom Kunden gelieferten fertigen Inhalte (Text, Bild, Video) inkl. Korrektorat
- Hosting durch Tagesspiegel
- Platzierung: **im redaktionellen Themenspezial-Umfeld**
- Trafficgenerierung durch diverse digitale Werbemittel (z.B. Halfpage Ad, Mobile Interstitial, Native Ad) auf tagesspiegel.de und/oder auf weiteren Websites/Apps mit wählbarem Targeting
- Optional: garantierte Klicks
- Indiv. Laufzeitvereinbarung und Reporting



Digitales Advertorial in klassisch redaktioneller Anmutung oder visuell-bildlastigem Layout im **Themenumfeld**



Bewerbung des Advertorials über Werbemittel auf tagesspiegel.de und auf weiteren Websites nach Wunsch inkl. Targeting



Digitales Werbemittel zum Advertorial im redaktionellen Themenspezial-Umfeld Ihrer Wahl auf tagesspiegel.de

Weitere Formate auf Anfrage. Umsetzung ab 2 Partnern möglich, Abweichungen auf Anfrage. Die Preise verstehen sich zzgl. MwSt. und sind rabatt- und AE-fähig sowie rabattbildend. Es gelten die Preisliste Nr. 67a, gültig ab 01.07.2026, sowie die AGB des Tagesspiegels: [impact.tagesspiegel.de/agb/](https://www.tagesspiegel.de/agb/).

Passende Umfelder 2026 auf einen Blick

Alle
Tagesspiegel
Themen finden
Sie hier

Thema 2026	Format	Erscheinungstermin	Anzeigenschluss	Druckunterlagenschluss
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



Gern erstelle ich Ihnen ein individuelles Angebot.

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:
impact.tagesspiegel.de/agb/.