

RUNDUM setzt auf inhaltliche Schwerpunkte



Stand: 16. Dezember 2009

Inhalte, die bewegen

Sonderthemen sind seit einigen Jahren ein fixer Bestandteil im RONDO, diese werden unter der eigenen Marke – RUNDUM – zusammengefasst.

Diese Promotionstrecken werden besonders aufmerksamkeitsstark durch ein eigenes Subcover eingeleitet. Ob in regelmäßig wiederkehrenden Zyklen oder aus konkretem Anlass, RUNDUM garantiert die thematische Aufbereitung der Schwerpunkte im gewohnt frechen, kreativen RONDO Style.

Die regelmässige Abwechslung zum Schmökern, Nachlesen und als Inspiration kommt u. a. aus den Bereichen: Bauen & Wohnen, Genuss, Reisen, Luxus, Tradition, Gesund, Vital und vielen mehr.

Eckdaten zu RUNDUM 2010

Format:	RONDO-Format (285 x 440 mm)
Anzeigenschluss:	3 Wochen vor Erscheinen
Druckunterlagenschluss:	2 Wochen vor Erscheinen
Mediadaten (MA 2008/09):	<ul style="list-style-type: none"> • DER STANDARD Reichweite 6,0 % • Das entspricht 421.000 Leserinnen und Lesern • In der Kernzielgruppe der ABC1 Schicht, Alter bis 49 Jahre, erreicht DER STANDARD eine Reichweite von 9,1 % • Über 50 % der Leserinnen und Leser sind in den höchsten Kaufkraftstufen (1 & 2) zu finden

Kontakt:

STANDARD Anzeigenteam

Tel. +43(0)1/531 70-229

Fax +43(0)1/531 70-363

rondo.anzeigen@derStandard.at

derStandard.at/Anzeigen



Die Zeitung für Leser