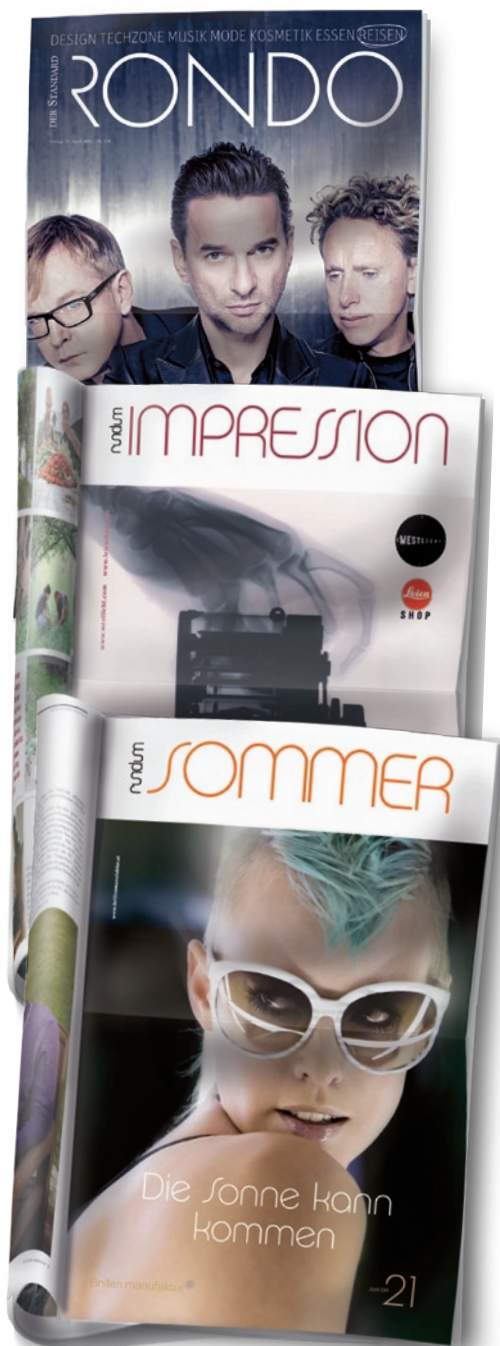


## RUNDUM setzt auf inhaltliche Schwerpunkte



Stand: 23. März 2010 / FSRON07.1

### 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

<b>Format:</b>	RONDO-Format (285 x 440 mm)
<b>Anzeigenschluss:</b>	3 Wochen vor Erscheinen
<b>Druckunterlagenschluss:</b>	2 Wochen vor Erscheinen
<b>Mediadaten (MA 2009):</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• DER STANDARD Reichweite 5,6 %</li> <li>• Das entspricht 394.000 Leserinnen und Lesern</li> <li>• In der Kernzielgruppe der ABC1 Schicht, Alter bis 49 Jahre, erreicht DER STANDARD eine Reichweite von 7,9 %</li> <li>• Über 50 % der Leserinnen und Leser sind in den höchsten Kaufkraftstufen (1 &amp; 2) zu finden</li> </ul>

Kontakt:

STANDARD Anzeigenteam  
Tel. +43(0)1/531 70-229  
Fax +43(0)1/531 70-363  
rondo.anzeigen@derStandard.at

[derStandard.at/Anzeigen](http://derStandard.at/Anzeigen)



Die Zeitung für Leser