

Die Themenwelt auf derStandard.at

Übersicht der redaktionellen Schwerpunkte 2011



Ihre Vorteile auf einen Blick

- Die Redaktion bereitet ein für Sie relevantes Thema redaktionell auf und schafft damit das optimale Umfeld für Ihre Kampagne.
- Unsere Themenstrecken bieten Ihnen eine selektive Zielgruppenansprache und ein affines Werbeumfeld für Ihre Dienstleistungen und Produkte.
- Kampagnen in einem passenden redaktionellen Umfeld zeichnen sich durch eine deutlich bessere Performance aus und führten zu einer bis zu 40 % höheren Markenbekanntheit.*
- Das gewünschte Thema wird den **1.047.000** monatlichen Leser/innen von derStandard.at und damit einer breiten Öffentlichkeit kommuniziert.

* Quelle: Comcult Research 2002;
http://www.horizont.net/aktuell/digital/pages/protected/Studie-Redaktionelles-Umfeld-kann-Werbewirkung-von-Bannern-erhoeuen_36453.html

Die redaktionelle Aufbereitung und Ihre Präsenz

- Umfassende redaktionelle Aufbereitung Ihres Themas über einen vereinbarten Zeitraum. Auf diese redaktionellen Inhalte hat ein Partner keinen Einfluss.
- Jeder Beitrag wird jeweils für einen Tag auf der Startseite von derStandard.at platziert und generiert so täglich mindestens 400.000 Sichtkontakte.
- Platzierung Ihres Logos im Umfeld der redaktionellen Ankünder auf der Startseite.
- In der Themenstrecke können Sie jede Seite mit der Werbeform Ihrer Wahl belegen.
- Sämtliche Beiträge werden in einem eigenen Ressort zusammengefasst, welches auch nach Ende der Laufzeit abrufbar bleibt.

Der redaktionelle Aufbau

Beispiel für einen redaktionellen Ankünder auf der Startseite, der in den Themenschwerpunkt verlinkt, und Ihrem Logo im Umfeld.

The screenshot shows the homepage of derStandard.at on Monday, 09. November 2009, at 10:12. The page features a navigation bar with categories like International, Inland, Wirtschaft, Web, Sport, Panorama, etc. A red box highlights a redactional announcement for HIPP baby food. The announcement includes a photo of a baby eating, the headline 'Gläschen oder selbstgekocht?', and a sub-headline 'Fastfood für Babys: Auch Gläschenkost wird den Ansprüchen von Säuglingen gerecht.' The HIPP logo is visible at the bottom of the announcement. A red arrow points from the text in the top box to the announcement.

derStandard.at

express BETA Mobil TV Radio derStandard.at

International Inland Wirtschaft Web Sport Panorama Etat Kultur Wissenschaft Gesundheit Bildung dieStandard.at MEINUNG
Reisen Essen & Trinken Aussehen & Gestalten Spielen & Lesen Kaufen KARRIERE IMMOBILIEN AUTOMOBIL ZUZWEIT

Montag, 09. November 2009, 10:12 | update vor 1min

Chronologie RSS Textversion Permalink

MAYERS EUROPA-BLOG
Brite Miliband sagt als EU-Außenminister ab
68 Postings
Italiener Massimo D'Alema nun Favort, aber die Chancen für Ex-Kanzler Alfred Gusenbauer steigen

AB HEUTE
Jetzt dürfen alle zur H1N1 Impfung
5 Postings
Risikogruppen haben Vorrang - Gratis-Schutzmasken für Angehörige von Erkrankten

Wien-Wieden: Private Volksschule wird gesperrt [107]

20 JAHRE NACH MAUERFALL
Weltweite Unzufriedenheit mit Kapitalismus
79 Postings
Studie: In 27 Ländern finden nur 11 Prozent, dass der Kapitalismus gut funktioniert - Feierlichkeiten in Berlin

Studium bringt Männern mehr Einkommen als Frauen
250 Postings
Akademikerinnen verdienen um über ein Viertel weniger als Akademiker - Hat Frau "nur" Matura, ist sie näher dran

airberlin.com
Your Airline.

BUNDESLIGA
LASK gibt gegen Rapid wieder Vorsprung her
110 Postings
3:3 in Linz nach 3:1-Führung der Gastgeber - Gelb-Rote Karte für Piernmayr leitete Wende ein - Macho-Debüt mit Patzer

STELLENABBAU
AUA-Schonfrist läuft mit Jahresende aus
17 Postings
Bis zu 300 Bodenbedienstete der AUA werden Anfang 2010 gekündigt, sagt Bodenpersonal-

Gläschen oder selbstgekocht?
Fastfood für Babys: Auch Gläschenkost wird den Ansprüchen von Säuglingen gerecht.
THEMA BABYNAHRUNG
HIPP
Für das Wohlbefinden im Leben.

SalzburgerLand
THE SOUND OF SNOW
JETZT ENTDECKEN

THEMA: FACTORING
"Hinter dem Rücken der Kunden arbeiten"
Export-Factoring: Forderungen versilbern bei grenzüberschreitenden Geschäften

Wien: 8° Archiv Sales Impressum

Der redaktionelle Aufbau

Im Themenschwerpunkt befinden sich die Beiträge sowie die von Ihnen gewählte Werbeform

The screenshot shows the derStandard.at website with the navigation bar at the top. The main content area features an article titled "Mysteriöses Sterben im Schlaf" (Mysterious death in sleep) under the "KINDER & GESUNDHEIT" (Children & Health) category. The article text discusses the sudden infant death syndrome (SIDS) and lists risk factors. To the right of the article is a sidebar with various health-related links and a video player. The video player is titled "Video wird geladen" (Video is loading) and shows a person in a white lab coat. The bottom of the page features a footer with the user's name "Melanie Schriber" and a list of services: Express, Mobil, Zeitung, TV, Radio, Feeds, Sales, and Services.

Die Werbeform findet sich auch auf Articlebene wieder. Zusätzlich wird ein Button integriert.

The screenshot shows the derStandard.at website with the navigation bar at the top. The main content area features an article titled "Alter macht relaxter" (Getting older makes you more relaxed) under the "Gesundheit" (Health) category. The article text discusses the benefits of aging and the importance of social interaction. To the right of the article is a sidebar with various health-related links and a video player. The video player is titled "Video wird geladen" (Video is loading) and shows a person in a white lab coat. The bottom of the page features a footer with the user's name "Melanie Schriber" and a list of services: Express, Mobil, Zeitung, TV, Radio, Feeds, Sales, and Services.

Drei Formate stehen zur Verfügung

Je nach gewünschter Laufzeit bzw. nach erforderlichem Umfang stehen folgende Formate zur Verfügung:

- **Themenwoche(n) – intensiv & kompakt**
In einer Woche erscheint täglich ein Beitrag, mehrere Themenwochen können hintereinander oder aufgeteilt umgesetzt werden.
- **Themenserie – längerfristig & regelmäßig**
In einer bestimmten Frequenz erscheinen einzelne Serienteile über einen vereinbarten Zeitraum.
- **Themenmonat – umfassend & ressortübergreifend**
Über vier Wochen erscheint täglich mindestens ein Beitrag.

derStandard.at Themen 2011

Channel „Web“

- Unterhaltungselektronik
- Home Entertainment („Digitales Wohnzimmer“)
- Games
- Best of Electronics
- Internet & TV
- DigiCam (Foto/Video)
- Software
- Hardware
- Breitband
- IT-Sicherheit
- Digitale Beziehungen

Channel „Gesundheit“

- Zahngesundheit
- Mann und Gesundheit
- Bewegung & Fitness
- Haut & Haar
- Jugend & Sexualität
- Kindergesundheit
- Vorsorge
- Laufen
- Sport in the City
- Jugend & Sexualität
- Ernährung

Channel „Wirtschaft“

- Umwelttechnologie
- Alternative Energie & Energielieferanten
- Osteuropa
- Rohstoffe
- Franchising
- Vorsorge
- Versicherungen
- Lebensmittelindustrie
- Wirtschaftsraum Asien
- Fonds
- Treasury
- Privates Vermögensmanagement
- KMUs
- EPU
- Leasing

Channel „Immobilien“

- Bauen & Energie
- Home Security
- Umbauen & Sanieren

Channel „Panorama“

- Kindersicherheit
- Summer in the City
- Radfahren in der Stadt
- Umweltmanagement & Klimaschutz
- Energie & Umwelt
- Haustiere

Channel „Lifestyle“

- Garten
- Licht & Beleuchtung
- Ökodesign & Ökoprodukte
- Fashion Weeks
- Kaffee
- Tee
- Nationale Mode & Jungdesigner
- Strickmode
- Businessoutfits
- Düfte
- Jeans
- Grillen
- Pflege & Kosmetik
- Wohnen & Einrichten
- Haustiere

derStandard.at Themen 2011

Channel „Reise“

- Abenteuerreisen
- Reisesicherheit
- Frühlingsdestinationen
- Kinderreisen
- Städte- & Kulturreisen
- Fernreisen & exotische Destinationen
- Sportreisen
- Tauchreisen
- Outdoor
- Kreuzfahrten
- Winterurlaub
- Wellness
- Pauschalreisen
- Individuelle Länder- & Regionenschwerpunkte

Channel „Automobil“

- Alternative Antriebstechniken
- E-Mobilität
- Cabrios
- Familienautos
- SUVs
- Reisemotorräder
- Scooter
- Sportwagen
- Stadtautos
- Fahrrad
- Sicherheit
- Nutfahrzeuge
- Luxus-Limousinen
- Allrad/Offroad

Channel „Bildung“

- Einstieg ins Berufsleben
- Zukunft der Bildung
- Studium international

Channel „Etat“

- Onlinewerbung
- Internet & TV

Channel „Karriere“

- Soft Skills & Soziale Kompetenzen

Für Anfragen zu diesen und weiteren Themenstrecken kontaktieren Sie bitte unsere Sales-MitarbeiterInnen unter +43 1 53 170 DW 707.

Weitere Infos zu den Themen finden Sie unter <http://derStandard.at/Themen>

dieStandard.at

- Altersvorsorge für Frauen
- Frauen & Arbeit

Leistung & Budgetbedarf

Folgende Formate stehen zur Auswahl:

	Leistungen	Preis branchenexklusiv ^{*)}
Themenwoche	• Erstellung des redaktionellen Umfelds mit fünf Beiträgen • Ihr Logo im Umfeld der redaktionellen Ankünder auf der Startseite mit 2 Mio. Sichtkontakten • 100.000 Als in der Themenwoche und im passenden Channel: - Button 200 x 100 Pixel bei Artikeln - Eine Werbeform Ihrer Wahl	€ 13.000,-
Themenserie	• Erstellung des redaktionellen Umfelds • Ihr Logo im Umfeld der redaktionellen Ankünder auf der Startseite mit 400.000 Sichtkontakten/Ankünder • 20.000 Als pro Serienteil und im passenden Channel: - Button 200 x 100 Pixel bei Artikeln - Eine Werbeform Ihrer Wahl	€ 2.600,- pro Serienteil
Themenmonat	• Erstellung des redaktionellen Umfelds mit 20 Beiträgen • Ihr Logo im Umfeld der redaktionellen Ankünder auf der Startseite mit 8 Mio. Sichtkontakten • 400.000 Als im Themenmonat und im passenden Channel: - Button 200 x 100 Pixel bei Artikeln - Eine Werbeform Ihrer Wahl	€ 52.000,-

^{*)} Maximal zwei weitere Kunden

Die angegebenen Preise verstehen sich brutto exkl. 20% Ust.

Beispiel: Themenmonat „Digitale Beziehungen“

<http://derstandard.at/TMDigitaleBeziehungen>

Digitale Beziehungen - derStandard.at - Web - Innovationen - Mozilla Firefox

Datei Bearbeiten Ansicht Chronik Lesezeichen Extras Hilfe

http://derstandard.at/r1259281932520/Digitale-Beziehungen

Meistbesuchte Seiten Erste Schritte Aktuelle Nachrichten

Digitale Beziehungen - derStandard.at

derStandard.at > Web > Innovationen > Digitale Beziehungen

Wien 17°

International Inland Wirtschaft Web Sport Panorama Etat Kultur Wissenschaft Gesundheit Bildung Reisen Lifestyle

Innovationen IT-Business Telekom Netpolitik Games Webmix Preisvergleich

mobile.futuretalk 09

The Power of We
(Digital Relationships - The Resource of the Future?)

Dienstag, 27. April 2010, 12:28 | chronologisch sortieren



Nachricht aus dem Jenseits

Neue Dienstleister im Internet bieten ihren Kunden an, die Zugänge zu ihren Online-Accounts im Todesfall an ihre Angehörigen weiterzuleiten - Auch Videos und Abschiedsbriefe können nach dem Tod verschickt werden



SITELINK
mobile.futuretalk 09:
"The Power of We. Digital Relationships - The Resource of the Future?" Obama-Wahlkämpfer und Hirnforscherin über Chancen und Risiken digitaler Beziehungen.

BEZAHLTE WERBUNG


Diese Facebook-Seite ist ein Teil von "The Power of We" und gehört zu einer Gruppe von Menschen, die sich für digitale Beziehungen interessieren. Sie ist eine Mischung aus einem Blog und einer sozialen Netzwerk-Plattform.

**FACEBOOK-BLOG, TAG 31
31 Tage Facebook und kein Ende**

Richtig. Kein Ende. Ich bleibe natürlich auf Facebook, auch wenn dies der letzte Blog-Eintrag ist



**"Spam King" erwischt:
711 Millionen Dollar für Facebook-Spam**

Hoffnung auf abschreckende Wirkung

IN ERINNERUNG
Facebook führt künftig

Dieser Schwerpunkt wird in Kooperation mit mobil.kom.austria umgesetzt.
Die redaktionelle Verantwortung liegt bei derStandard.at.

SOCIAL NETWORKS IM ÜBERBLICK



Wo man tratscht, arbeitet und die Welt rettet
Es gibt noch mehr als Facebook - ein Streifzug durch die Welt der Social Networks als Ansichtssache

DIGITALE VISITENKARTE



Nephele87 Delilah abmelden

Express Mobil Zeitung TV Radio Feeds Sales Services

Beispiel: Themenwochen „Going Green“

<http://derStandard.at/goinggreen>

Going Green - derStandard.at > Panorama > Umwelt > Windows Internet Explorer

http://derStandard.at/1242317223754/Going-Green

Datiel Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ? X Snagit

Favoriten Vorgeschlagene Sites Kostenlose Hotmail Web Slice-Katalog

Going Green - derStandard.at > Panorama > Umwelt

derStandard.at > Panorama > Umwelt > Going Green

Wien 13°

International Inland Wirtschaft Web Sport Panorama Etat Kultur Wissenschaft Gesundheit Bildung dieStandard.at MEINUNG

Chronik Integration Wien Verkehr Umwelt Vermischtes Wetter

Dienstag, 24. November 2009, 11:18 | chronologisch sortieren

 GÄRTNERN IN DER STADT
"Wir sind so eine Art Gemüsekommune"
51 Postings
Junges Gemüse sucht bio-affinen Pächter: Auf den Ökoparzellen der Stadt Wien kann nach Herzenslust gegärtnert und geerntet werden - Wenn man eines der Felder für ein Jahr ergattert

 ADVERTORIAL
"Wir wollen Antworten bieten"
Dorothea Sulzbacher, Geschäftsführerin des OMV Future Energy Fund, im Interview über bisherige Projekte und die Energielandschaft der Zukunft
BEZAHLTE WERBUNG

 RALLYE
Mit Erdgas auf den Spuren von Walter Röhrl
13 Postings
Hannes Danzinger ist einer der erfolgreichsten heimischen Rallye-Piloten und er gewinnt mit Erdgas

 GETRÄNKEVERPACKUNGEN
Mehrweganteil sinkt beständig
88 Postings
Greenpeace und Arbeiterkammer fordern Regelungen für Mehrweggebinde - Wirtschaftskammer gegen "Zwangsbeglückung"

 BLOGS, FACEBOOK & CO
Karotten im ökosozialen Web
7 Postings
Im Web tummeln sich viele Blogs, Facebook-Gruppen & Co. die Menschen ermuntern wollen, ein nachhaltigeres Leben zu führen - Einige Vernetzungsbeispiele als Ansichtssache

Der Schwerpunkt wird unterstützt von:
OMV Future Energy Fund
Die redaktionelle Verantwortung liegt bei derStandard.at.

GOING GREEN

14 Tage auf derStandard.at [3]

USER-VOTING

Die beste Birne [56]
Die User haben abgestimmt - wir gratulieren den Gewinnern!

Nephele87 Delilah abmelden

Express Mobil Zeitung TV Radio Feeds Sales Services

Fertig Internet 100%

Beispiel: Themenserie „Zehn Studien mit Zukunft“

<http://derstandard.at/fs/r1250691442308/Zehn-Studien-mit-Zukunft>

derStandard.at/Bildung/Zehn Studien mit Zukunft - Windows Internet Explorer

http://red.derstandard.at/fs/r1242317223754/Going-Green

derStandard.at > Bildung > Zehn Studien mit Zukunft

Mobil TV Radio DERSTANDARD

derStandard.at/Bildung

International Inland Wirtschaft Web Sport Panorama Etat Kultur Wissenschaft Gesundheit Bildung dieStandard.at MEINUNG

Schule Uni Fachhochschule Berufseinstieg

Mittwoch, 30. September 2009, 17:22

godot.derStandard.at Chronologie RSS Textversion Permalink

WISSEN
EntwicklungsingenieurIn Metall und Kunststofftechnik
Das Berufspraktikum dient häufig als Einstieg in die Arbeitswelt - Höher qualifiziertes Personal hat im Bereich Metall/Kunststoff in der Krise die besten Chancen

WISSEN
Finanz-, Rechnungs- und Steuerwesen
Am Ende des Studiums warten nicht nur gute Aussichten auf einen Job sondern auch eine steile Karriereleiter

WISSEN
Wirtschaftsingenieurwesen - Maschinenbau
Technische und ingenieurwissenschaftliche Studien sind lern- und zeitintensiv - wer sich durchbeißt, kann Karriere machen

SITELINK
Alles drum, alles dran, alles gratis
Das kostenlose Studentenkonto. Von der Kontoführung über die BankCard bis zur EinkaufsReserve: Das Gratis-Studentenkonto gibt's jetzt mit cooler Laptoptasche!

BEZAHLTE WERBUNG

Serie "Zehn Studien mit Zukunft"
derStandard.at stellt in dieser zehnteiligen Serie wöchentlich ein Studium mit guten Zukunftschancen vor.
Die Serie wird von folgenden Partnern unterstützt:
FH Oberösterreich
FH Vorarlberg
Bank Austria
Die redaktionelle Verantwortung liegt bei derStandard.at

WERBUNG
Zukunft wählen... Mobile Computing ...studieren
Mehr >>
CAMPUS HAGENBERG
FH OBERÖSTERREICH

Login / Registrierung

Wien: 17° Archiv Sales Impressum

http://austria1.adverserve.net/RealMedia/ads/click_ix.ads/derstandard.at/studienzukunft/11254331361996/1020377201

Internet 100%

Weitere Infos

- Alle in den Themenstrecken zur Verfügung stehenden Werbeformen finden Sie unter <http://derStandard.at/Sales>
- Weitere Informationen zum redaktionellen Umfeld sowie eine Auswahl erfolgreich umgesetzter Beispiele finden Sie unter <http://derStandard.at/Themen>
- Am Ende der Laufzeit erhalten Sie ein Reporting über den Erfolg Ihrer Werbeformen.
- Alle Werbeformen und Logos werden mit der von Ihnen gewählten Zielseite verlinkt.

Mediadaten derStandard.at

	Ergebnis	Quellen * ÖWA Plus QII 2011 ** ÖWA 09/2011
unterschiedliche Personen (Unique User ab 14 Jahren, Inland)	1.047.000*	pro Monat
unterschiedliche Personen (Unique User ab 14 Jahren, Inland)	160.297*	pro Tag (Mo-Fr)
unterschiedliche Endgeräte (Unique Clients)	2.299.599**	pro Monat
Seitenaufrufe (PageImpressions)	64.319.510**	pro Monat
Verweildauer	09:58**	gesamtes Angebot (min.)
Usetime je Seite = Werbekontaktzeit	1:47**	min. je Seite

*) Menschen in Österreich ab 14 Jahren, die im Beobachtungszeitraum mehrmals unser Angebot besucht haben. Dieser Wert ist mit erreichten Personen im Zervice oder in der Media-Analyse (für andere Mediengattungen) am besten vergleichbar.

Wir freuen uns auf eine erfolgreiche Zusammenarbeit!

derStandard.at GmbH

Wallnerstraße 8, A-1010 Wien

Tel: +43-1-53170 DW 707

Fax: +43-1-53170 DW 485

<http://derStandard.at>

derStandard.at