

# Die Themenserie auf [derStandard.at](https://www.derstandard.at)

# Alle Vorteile auf einen Blick

- Die Redaktion bereitet ein für Sie relevantes Thema in einer redaktionellen Serie auf und schafft damit das optimale Umfeld für Ihre Kampagne. Auf diese redaktionellen Inhalte hat ein Partner keinen Einfluss.
- In diesem redaktionellen Umfeld können Sie Ihr Unternehmen und Ihre Produkte über die gewünschten Werbeformen bestmöglich präsentieren.
- Kampagnen in einem passenden redaktionellen Umfeld zeichnen sich durch eine deutlich bessere Performance aus und führten zu einer bis zu 40 % höheren Markenbekanntheit.\*
- Das 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-erhoehen\\_36453.html](http://www.horizont.net/aktuell/digital/pages/protected/Studie-Redaktionelles-Umfeld-kann-Werbewirkung-von-Bannern-erhoehen_36453.html)

# Der redaktionelle Ablauf und Ihre Präsenz

- Aufbereitung des Themas mit einer definierten Anzahl an redaktionellen Beiträgen. Auf diese redaktionellen Inhalte hat ein Partner keinen Einfluss.
- Jeder Beitrag wird für einen Tag auf der Startseite sowie in einem thematisch passenden Channel platziert und generiert so mindestens 400.000 Sichtkontakte pro Tag.
- Platzierung Ihres Logos im Umfeld dieser redaktionellen Ankünder auf der Startseite.
- Sie können im Rahmen der Themenstrecke jede Seite mit der Werbeform Ihrer Wahl belegen.
- Sämtliche Beiträge werden in eigenen Ressort zusammengefasst, welches auch nach Ende der Laufzeit abrufbar bleibt.

# Erscheinungsweise & Dauer

Für die Umsetzung der Themenstrecke schlagen wir folgende zwei Varianten vor:

- **Themenwoche(n) – kurz & kompakt**

Von Montag bis Freitag erscheint täglich ein Beitrag

- **Themenserie – längerfristig & regelmäßig**

In regelmäßigen Abständen (z.B. wöchentlich) erscheint ein Beitrag

# Leistung & Budgetbedarf

## Variante 1: Themenstrecke mit **fünf** redaktionellen Beiträgen

- Erstellung des hochwertigen redaktionellen Umfelds mit fünf Beiträgen
- Ihr Logo im Umfeld der redaktionellen Ankünder auf der Einstiegsseite mit mindestens 2 Millionen Sichtkontakten
- 100.000 Als in der Themenstrecke und im passenden Channel über
  - einen Button auf allen Seiten der Themenstrecke
  - eine Werbeform Ihrer Wahl platziert auf allen Seiten der Themenstrecke
- Branchen-Exklusivität

Der Budgetbedarf für die Kooperation wie oben beschrieben liegt bei **13.000 € brutto**.

# Leistung & Budgetbedarf

## Variante 2: Themenstrecke mit **zehn** redaktionellen Beiträgen

- Erstellung des hochwertigen redaktionellen Umfelds mit zehn Beiträgen
- Ihr Logo im Umfeld der redaktionellen Ankünder auf der Einstiegsseite mit mindestens 4 Millionen Sichtkontakten
- 200.000 Als in der Themenstrecke und im passenden Channel über
  - einen Button auf allen Seiten der Themenstrecke
  - eine Werbeform Ihrer Wahl platziert auf allen Seiten der Themenstrecke
- Branchen-Exklusivität

Der Budgetbedarf für die Kooperation wie oben beschrieben liegt bei **26.000 € brutto**.

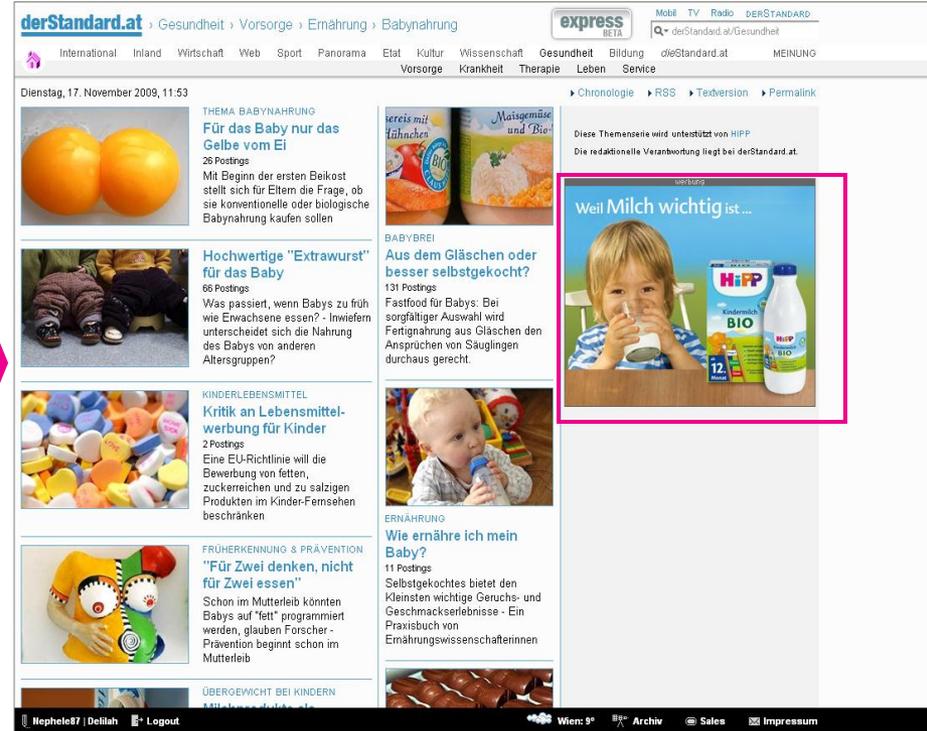
# Die redaktionelle Einbindung

Der redaktionelle Ankünder auf der Startseite und die darunter platzierte Werbung mit Ihrem Logo erreichen 400.000 Sichtkontakte pro Tag (Screen1). Der Ankünder verlinkt auf das Ressort mit den gesammelten Artikeln (Screen2).

Auf dieser Seite sind die gewünschten Werbeformen integriert.



Screen 1



Screen 2

# Aktuelles Beispiel: Themenwochen „Going Green“

<http://derStandard.at/goinggreen>

The screenshot shows the derStandard.at website interface. The browser window title is "Going Green - derStandard.at - Panorama - Umwelt - Windows Internet Explorer". The address bar shows the URL "http://derStandard.at/1242317223754/Going-Green". The website header includes navigation links like "International", "Inland", "Wirtschaft", "Web", "Sport", "Panorama", "Etat", "Kultur", "Wissenschaft", "Gesundheit", "Bildung", "dieStandard.at", and "MEINUNG". The main content area is titled "Going Green" and features several articles and sections:

- GARTNERN 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 ergärtet
- 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 Mehrweggebirde - 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
- GOING GREEN**  
14 Tage auf derStandard.at [3]
- USER-VOTING**  
**Die beste Birne [56]**  
Die User haben abgestimmt - wir gratulieren den Gewinnern!

The bottom of the page features a navigation bar with icons for "Express", "Mobil", "Zeitung", "TV", "Radio", "Feeds", "Sales", and "Services". The user profile "Nephele87" is visible in the bottom left corner.

# Weitere Infos

- Alle 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 der Themenstrecke sowie Ihrer Werbeformen.
- Alle Werbeformen und Logos werden mit der von Ihnen gewählten Zielseite verlinkt.

# Mediadaten derStandard.at

	Ergebnis	Quellen * ÖWA Plus QII 2011 ** ÖWA 08/2011
unterschiedliche Personen (Unique User ab 14 Jahren, Inland)	<b>1.047.000*</b>	pro Monat
unterschiedliche Personen (Unique User ab 14 Jahren, Inland)	<b>160.297*</b>	pro Tag (Mo-Fr)
unterschiedliche Endgeräte (Unique Clients)	<b>2.282.607**</b>	pro Monat
Seitenaufrufe (PageImpressions)	<b>65.201.219**</b>	pro Monat
Verweildauer	<b>10:17**</b>	gesamtes Angebot (min.)
Usetime je Seite = Werbekontaktzeit	<b>1:46**</b>	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**