

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

Alle Vorteile auf einen Blick

- Die Redaktion bereitet ein für Sie relevantes Thema für eine Woche 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

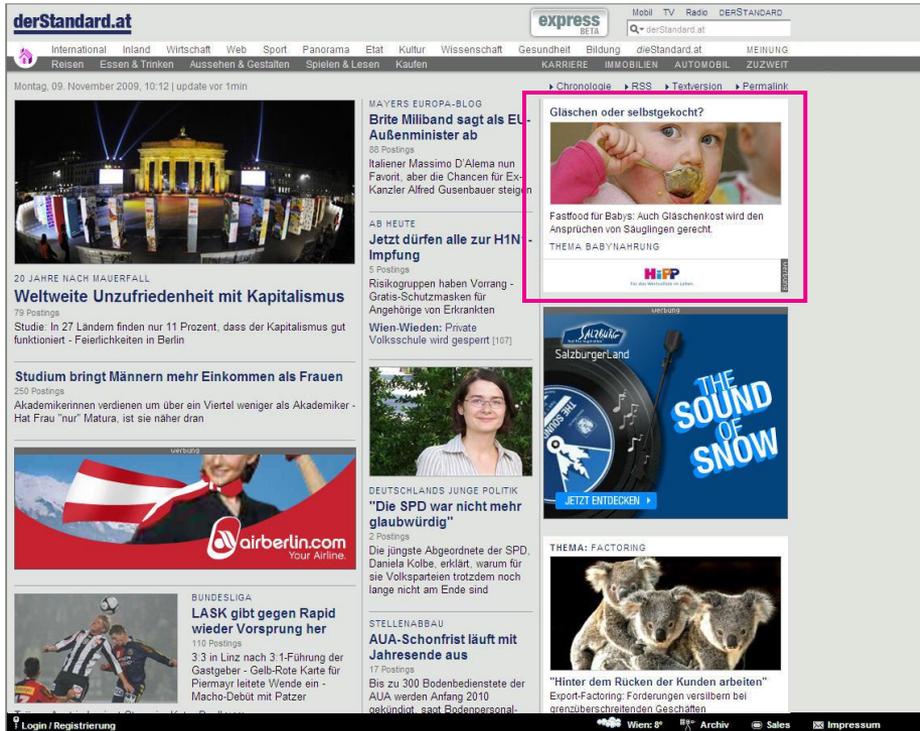
Der redaktionelle Ablauf und Ihre Präsenz

- Umfassende redaktionelle Aufbereitung des Themas über den Zeitraum von einer Woche.
- Tägliche Erstellung eines redaktionellen Beitrages durch die Redaktion.
- 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.
- Sämtliche Beiträge werden in einem Ressort zusammengefasst, welches auch nach Ende der Laufzeit abrufbar bleibt.
- Sie können im Rahmen der Themenwoche jede Seite mit der Werbeform Ihrer Wahl belegen.

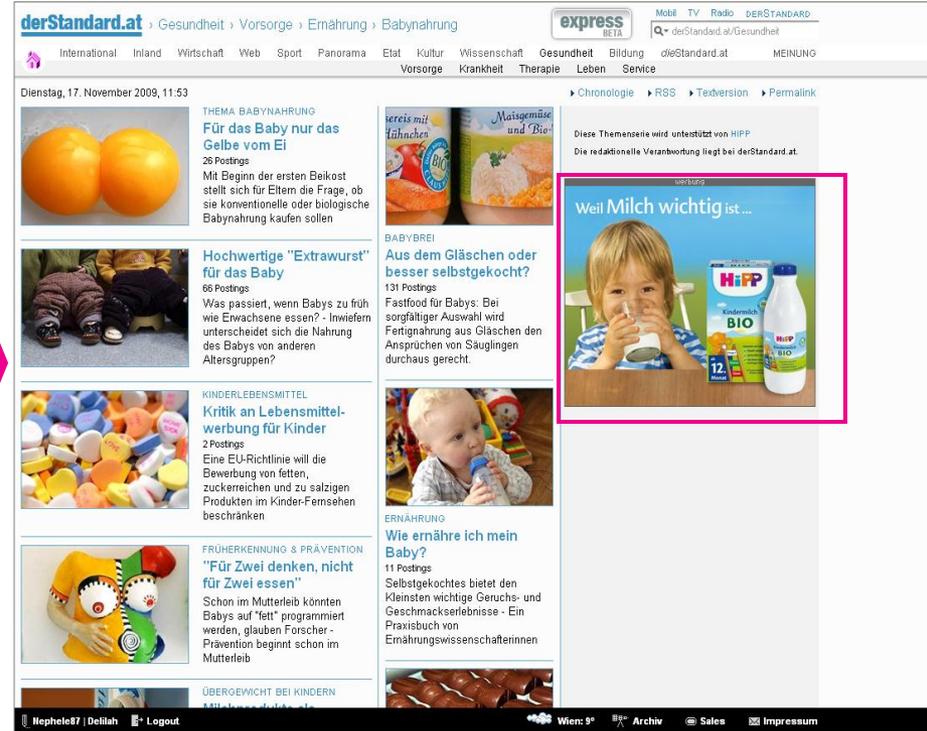
Die redaktionelle Einbindung

Der redaktionelle Ankünder mit Ihrem Logo auf der Startseite erreicht 400.000 Sichtkontakte pro Tag (Screen1) und verlinkt in das Themenressort 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>

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

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

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

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!

Express Mobil Zeitung TV Radio Feeds Sales Services

Ferbog Internet 100%

Leistung & Budgetbedarf

In einer Themenwoche sind folgende Leistungen inkludiert:

- Erstellung eines hochwertigen redaktionellen Umfelds mit fünf Beiträgen
- Ihr Logo im redaktionellen Umfeld der redaktionellen Ankünder (2 Mio. geschätzte Sichtkontakte)
- Button auf allen Seiten der Themenwoche
- Eine Werbeform Ihrer Wahl platziert auf allen Seiten im Themenressort
- Branchen-Exklusivität

Der Kostenbeitrag für die Unterstützung und die Präsenz im Rahmen der Kooperation wie beschrieben liegt bei **€ 13.000,-** brutto.

Alle Preise verstehen sich exklusive 20 % USt. (vor Abzug von Rabatten und Agenturprovision)

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)	1.047.000*	pro Monat
unterschiedliche Personen (Unique User ab 14 Jahren, Inland)	160.297*	pro Tag (Mo-Fr)
unterschiedliche Endgeräte (Unique Clients)	2.282.607**	pro Monat
Seitenaufrufe (PageImpressions)	65.201.219**	pro Monat
Verweildauer	10:17**	gesamtes Angebot (min.)
Usetime je Seite = Werbekontaktzeit	1:46**	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