

Die Themenwelt auf derStandard.at



Übersicht der redaktionellen Schwerpunkte 2012

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-erhoehen_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. The navigation bar includes categories like International, Inland, Wirtschaft, Web, Sport, Panorama, etc. A red box highlights a redaction advertisement for HiPP baby food. The ad features a photo of a baby eating and the headline "Gläschen oder selbstgekocht?". Below the headline, it says "Fastfood für Babys: Auch Gläschenkost wird den Ansprüchen von Säuglingen gerecht." and "THEMA BABYNAHRUNG". The HiPP logo is visible at the bottom of the ad. A red arrow points from the text above to the ad. Other articles on the page include "Weltweite Unzufriedenheit mit Kapitalismus", "Studium bringt Männern mehr Einkommen als Frauen", and "LASK gibt gegen Rapid wieder Vorsprung her".

Der redaktionelle Aufbau

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

derStandard.at > Gesundheit > Leben > Familie

Wien 14°

International Inland Wirtschaft Web Sport Panorama Etat Kultur Wissenschaft Gesundheit Bildung Reisen Lifestyle
Vorsorge Krankheit Therapie **Leben** Service

Mittwoch, 08. September 2010, 14:36 | chronologisch sortieren

FÖRDERUNG DER ÄRZTEKAMMER Gesundheitsunterricht und mehr Sport
21 Postings
Regelmäßige Schularzt-Sprechstunden und Neubestückung der Buffets

SCHULTASCHEN
"Finger weg von Trolleys" [73]
Schwere Schultaschen sind gut für die Rumpfmuskulatur und erzeugen keine Haltungsschäden. Oliver Ludwig, wissenschaftlicher Leiter der Aktion "Kid-Check" im Gespräch

BABY'S Zuckerwasser ohne Wirkung auf Schmerzempfinden
12 Postings
Ändert nur den Gesichtsausdruck

KINDER & GESUNDHEIT Mysteriöses Sterben im Schlaf
196 Postings
Der plötzliche Säuglingstod ist nach wie vor ein ungeklärtes Phänomen - Möglichkeiten Risikofaktoren zu minimieren gibt es

AK-SCHULTÜTEN-TEST Candy Sprays gefährden Zähne und Augen
4 Postings
Sprüfflaschen mit Zitronensäure als Gefahrgutquelle - Kalorienwerte entsprechen bis zu neun Hamburgern

PROMOTION DryNites®. Der beste Schutz bei Bettnässen. Wieder ganz entspannt Schäfchen zählen.
Bettnässen zählt zu den häufigsten Störungen im Kindesalter. In Österreich sind 60.000 Kinder davon betroffen.

SCHULÄRZTE-BEFragung Schüler in Bildschirm-Suchtgefahr
1 Posting
Auch hoher Anteil an sonstigen Gesundheitsproblemen

Kleinkinder sind psychologische Naturtalente
9 Postings
Auch statistische Fähigkeiten bei der Bildung von Empathie beteiligt

TABAKKONSUM Scheidungskinder greifen eher zur Zigarette
20 Postings
Höherer Anteil an Rauchern bei Aufwachsen in Alleinerzieher-Haushalten

KREBS Kindern Krankheiten nicht verheimlichen

BEZAHLTER INHALT

NEONATOLOGIE Frühchen sind an wenig

Melanie Schrieber abmelden

Express Mobil Zeitung TV Radio Feeds Sales Services

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

derStandard.at > Gesundheit > Leben > Familie

Wien 13°

International Inland Wirtschaft Web Sport Panorama Etat Kultur Wissenschaft Gesundheit Bildung Reisen Lifestyle
Vorsorge Krankheit Therapie **Leben** Service

Alter macht relaxter
29. Juni 2010, 12:21

Toleranzgrenze für Probleme in Beziehungen steigt mit dem Alter - Bei negativer Interaktion reagieren Jüngere konfrontationsbereiter

Lafayette - Probleme in Beziehungen, Freundschaften und Familie werden im Alter deutlich einfacher. Das hängt damit zusammen, dass mit dem Alter auch die Toleranzgrenze deutlich steigt. Forscher der **Purdue-University** in Indiana haben das Verhalten von jungen Erwachsenen im Alter von 22 bis 35 Jahren mit jenen von 65 bis 77 Jahren verglichen. Die älteren Erwachsenen berichteten über bessere Paar-Beziehungen, tiefere Freundschaften und weniger Konflikte mit Kindern und Geschwistern.

"Während physische und kognitive Fähigkeiten mit dem Alter abnehmen, verbessern sich Beziehungen", so Studienautorin Karen Fingerman, Professorin für Gerontologie und Familienforschung. "Die Empfindung, dass die Zeit limitiert ist, der Wille zur Vergebung, alternde Stereotypen und Respekt im Allgemeinen spielen dabei eine Rolle." Es gehe dabei um deutlich mehr als nur darum, wie sich Jüngere gegenüber Älteren verhalten. "Entscheidend ist, wie Menschen miteinander interagieren", schreibt Fingerman im Fachmagazin "Current Directions in Psychological Science".

Alter macht Unterschied

Den Studienteilnehmern wurde eine Geschichte in zwei verschiedenen Versionen erzählt. Ein Teil der Probanden hörte die Version, bei der ältere Erwachsene sich schlecht gegenüber Servierpersonal benahmen und menschliche Grenzen missachteten. Ein anderer Teil hörte die gleiche Geschichte, allerdings waren die Übeltäter dabei jüngere Erwachsene. Die Reaktionen waren deutlich verschieden. Wenn ältere Menschen sich schlecht benahmten, gingen die Probanden davon aus, dass der Betroffene den Konflikt

Ältere Menschen berichteten über bessere Paarbeziehungen, tiefere Freundschaften und weniger Konflikte mit Kindern und Geschwistern.

Video wird geladen

Melanie Schrieber abmelden

Express Mobil Zeitung TV Radio Feeds Sales Services

Drei Formate stehen zur Verfügung

Je nach gewünschter Laufzeit bzw. nach erforderlichlichem 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 2012

Channel „Web“

- Best of Electronics
- Games
- DigiCam (Foto/Video)
- IT-Sicherheit
- Aktuelle Berichterstattung zu den Top-Messen:
 - CES
 - E3
 - Mobile World Congress
 - Gamescom
 - IFA
 - Apple WWDC
 - Google IO

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's
- Leasing

Channel „Immobilien“

- Bauen & Energie
- Home Security
- Umbauen & Sanieren

Channel „Panorama“

- Kindersicherheit
- Sommer in der Stadt
- Radfahren in der Stadt
- Umwelt
- Grätzel in Wien

Channel „Lifestyle“

- Garten
- Licht & Beleuchtung
- Ökodesign & Ökoprodukte
- Fashion Weeks
- Kaffee
- Tee
- Nationale Mode & Jungdesigner
- Strickmode
- Businessoutfits
- Düfte
- Jeans
- Grillen
- Pflege & Kosmetik
- Wohnen & Einrichten
- Hochzeit
- Schokolade
- Cradle to Cradle
- Schlafen

derStandard.at Themen 2012

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
- Social Media in der Schule

Channel „Etat“

- Onlinewerbung
- Internet & TV

Channel „Karriere“

- Bewerbung
- Neue Berufsfelder
- Berufe in der Medienbranche
- Lebensraum Büro

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>

daStandard.at

- Berufswahl mit Migrationshintergrund
- Mehrsprachigkeit

dieStandard.at

- Altersvorsorge für Frauen
- Frauen & Arbeit
- Verhütung

Leistung & Budgetbedarf

Folgende Formate stehen zur Auswahl:

	Leistungen	Preis branchenexklusiv ¹⁾
Themenwoche	<ul style="list-style-type: none">• 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:<ul style="list-style-type: none">- Button 200 x 100 Pixel bei Artikeln- Eine Werbeform Ihrer Wahl	€ 13.000,-
Themenserie	<ul style="list-style-type: none">• 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:<ul style="list-style-type: none">- Button 200 x 100 Pixel bei Artikeln- Eine Werbeform Ihrer Wahl	€ 2.600,- pro Serienteil
Themenmonat	<ul style="list-style-type: none">• 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:<ul style="list-style-type: none">- Button 200 x 100 Pixel bei Artikeln- Eine Werbeform Ihrer Wahl	€ 52.000,-

¹⁾ Maximal zwei weitere Kunden

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

Beispiel: Themenmonat „Digitale Beziehungen“

<http://derstandard.at/TMDigitaleBeziehungen>

The screenshot shows a Mozilla Firefox browser window displaying the derStandard.at website. The page is titled "Digitale Beziehungen" and features a navigation menu with categories like International, Inland, Wirtschaft, Web, Sport, Panorama, Etat, Kultur, Wissenschaft, Gesundheit, Bildung, Reisen, and Lifestyle. The main content area is a green-themed layout with several articles and sections:

- mobile.futuretalk 09**: "The Power of We. Digital Relationships - The Resource of the Future?"
- 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"
- 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"
- 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**: "IN ERINNERUNG" - "Facebook führt künftig"

The bottom of the page features a navigation bar with icons for Express, Mobil, Zeitung, TV, Radio, Feeds, Sales, and Services. The derStandard.at logo is visible in the bottom right corner.

Beispiel: Themenserie „Zehn Studien mit Zukunft“

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

The screenshot shows a Windows Internet Explorer browser window displaying the website derStandard.at. The address bar shows the URL: <http://red.derstandard.at/fs/r1242317223754/Going-Green>. The page title is "derStandard.at > Bildung > Zehn Studien mit Zukunft". The main content area features a large image of a person in a white protective suit and a gold visor working with industrial machinery. Below the image is the headline "Vom Rohstoff bis zum fertigen Produkt" and a sub-headline "EntwicklungsingenieurIn Metall und Kunststofftechnik". To the right of the main article is a sidebar with a section titled "Serie 'Zehn Studien mit Zukunft'" and a list of partners: FH Oberösterreich, FH Vorarlberg, and Bank Austria. Below the main article is a "SITELINK" section with the headline "Alles drum, alles dran, alles gratis" and a sub-headline "Wirtschaftsingenieurwesen - Maschinenbau". At the bottom of the page, there is a "BEZAHLTE WERBUNG" section with a "SITELINK" for "CAMPUS HAGENBERG OBERÖSTERREICH". The browser's taskbar shows the date "Mittwoch, 30. September 2009, 17:22" and the system tray includes "Wien: 17°", "Archiv", "Sales", and "Impressum".

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 11/2011
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)	2.589.607**	pro Monat
Seitenaufrufe (PageImpressions)	64.909.862**	pro Monat
Verweildauer	09:23**	gesamtes Angebot (min.)
Usetime je Seite = Werbekontaktzeit	1:50**	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