

# 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](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. At the top, there is a navigation bar with categories like International, Inland, Wirtschaft, Web, Sport, Panorama, etc. Below this, a date and time stamp reads 'Montag, 09. November 2009, 10:12 | update vor 1min'. The main content area is divided into several columns. On the left, there are several article teasers with images and headlines. In the center, there is a large article titled 'Weltweite Unzufriedenheit mit Kapitalismus'. On the right, there is a redactional announcement for HiPP baby food. This announcement is highlighted with a pink box and a pink arrow pointing to it from the text above. The announcement includes a photo of a baby eating, the headline 'Gläschen oder selbstgekocht?', and the text 'Fastfood für Babys: Auch Gläschenkost wird den Ansprüchen von Säuglingen gerecht.' Below the text is the HiPP logo and the tagline 'Für das Wohlleben im Leben.' The bottom of the page features a footer with 'Login / Registrierung', 'Wien: 8°', 'Archiv', 'Sales', and 'Impressum'.

# 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**  
106 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  
Sprühdosen mit Zitronensäure als Gefahrgutklasse - 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 Naturalen**  
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 Fingeram, 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 Fingeram 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 benahmen, gingen die Probanden davon aus, dass der Betroffene den Konflikt

**TRENNUNG Scheidungskinder brauchen Ehrlichkeit** [8]  
Eltern sollten Kindern die Gründe für eine Trennung ehrlich erklären - Von Vorteil: Eine gemeinsame Version der Geschichte

**Alter macht relaxter** [3]

**SELEKTIVER AUTISMUS Das Schweigen der Kinder** [28]  
Über 5.000 Schulanfänger schalten auf stumm - Sprechhemmung wird oft mit Schüchternheit verwechselt

**GESUNDES LEBEN Stehen statt Sitzen bleiben** [6]  
Stehliche und elastische Schuhamstümpfen fördern Bewegung an zehn Wiener Schulen

**MUTPROBEN Risiko-Vorfällen in Pubertät nur schwer erklärbar** [7]  
Schwache kognitive Funktionen nicht allein verantwortlich

**POSTNATALE DEPRESSION Gymnastik verhindert Babyblues** [10]  
Stimmungsschwankungen nach der Geburt: Bewegung kann gegen anhaltendes Stimmungstief helfen

**LANGZEITSTUDIE Zuviel Fernsehsehe schadet Kleinkindern langfristig** [11]  
"Die frühe Kindheit ist eine entscheidende

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 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
- Nutzfahrzeuge
- 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

## dieStandard.at

- Altersvorsorge für Frauen
- Frauen & Arbeit

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>

# Leistung & Budgetbedarf

Folgende Formate stehen zur Auswahl:

	Leistungen	Preis branchenexklusiv <sup>1)</sup>
<b>Themenwoche</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Erstellung des redaktionellen Umfelds mit fünf Beiträgen</li><li>• Ihr Logo im Umfeld der redaktionellen Ankünder auf der Startseite mit 2 Mio. Sichtkontakten</li><li>• 100.000 AIs in der Themenwoche und im passenden Channel:<ul style="list-style-type: none"><li>- Button 200 x 100 Pixel bei Artikeln</li><li>- Eine Werbeform Ihrer Wahl</li></ul></li></ul>	€ 13.000,-
<b>Themenserie</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Erstellung des redaktionellen Umfelds</li><li>• Ihr Logo im Umfeld der redaktionellen Ankünder auf der Startseite mit 400.000 Sichtkontakten/Ankünder</li><li>• 20.000 Ais pro Serienteil und im passenden Channel:<ul style="list-style-type: none"><li>- Button 200 x 100 Pixel bei Artikeln</li><li>- Eine Werbeform Ihrer Wahl</li></ul></li></ul>	€ 2.600,- pro Serienteil
<b>Themenmonat</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Erstellung des redaktionellen Umfelds mit 20 Beiträgen</li><li>• Ihr Logo im Umfeld der redaktionellen Ankünder auf der Startseite mit 8 Mio. Sichtkontakten</li><li>• 400.000 AIs im Themenmonat und im passenden Channel:<ul style="list-style-type: none"><li>- Button 200 x 100 Pixel bei Artikeln</li><li>- Eine Werbeform Ihrer Wahl</li></ul></li></ul>	€ 52.000,-

<sup>1)</sup> Maximal zwei weitere Kunden

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

# Beispiel: Themenmonat „Digitale Beziehungen“

<http://derstandard.at/TMDigitaleBeziehungen>

The screenshot shows the derStandard.at website interface. At the top, the browser address bar displays the URL <http://derstandard.at/r1259281932520/Digitale-Beziehungen>. The website header includes the derStandard.at logo and navigation menus for various categories like International, Inland, Wirtschaft, Web, Sport, Panorama, etc. A search bar is visible on the right. The main content area features a large banner for 'mobile.futuretalk 09' with the subtitle 'The Power of We (Digital Relationships - The Resource of the Future?)'. Below the banner, there are several article snippets:

- Nachricht aus dem Jenseits**: A snippet with a photo of orange leaves, discussing new internet services for the deceased.
- FACEBOOK-BLOG, TAG 31: 31 Tage Facebook und kein Ende**: A snippet with a photo of a person's face, discussing the author's continued presence on Facebook.
- "Spam King" erwischt: 711 Millionen Dollar für Facebook-Spam**: A snippet with a photo of a spammy burger, discussing the capture of a spammer.
- SOCIAL NETWORKS IM ÜBERBLICK**: A snippet with a photo of a large group of people in a circle, discussing the world of social networks.
- DIGITALE VISITENKARTE**: A snippet with a photo of a digital business card.

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: Themenwochen „Going Green“

<http://derStandard.at/goinggreen>

The screenshot shows the website interface for 'Going Green' on derStandard.at. The browser window title is 'Going Green - derStandard.at - Panorama - Umwelt - Windows Internet Explorer'. The address bar shows the URL 'http://derstandard.at/r1242317223754/Going-Green'. The page header includes the site logo and navigation links like 'International', 'Inland', 'Wirtschaft', etc. The main content area is green-themed and contains 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 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 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.

# Beispiel: Themenserie „Zehn Studien mit Zukunft“

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

derStandard.at / Bildung / Zehn Studien mit Zukunft

Mittwoch, 30. September 2009, 17:22

**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

**Vom Rohstoff bis zum fertigen Produkt**

8 Postings

Wer "EntwicklungsingenieurIn Metall und Kunststofftechnik" studiert, lernt die einzelnen Produktionsschritte in der Industrie kennen

**Finanz-, Rechnungs- und Steuerwesen**

Am Ende des Studiums warten nicht nur gute Aussichten auf einen Job sondern auch eine steile Karriereleiter

**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!

**Zukunft wählen... Mobile Computing ...studieren**

CAMPUS HAGENBERG OBERÖSTERREICH

Wien: 17° Archiv Sales 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 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**