

# Erfolgreich werben.

## Crossgenial.

# Die Blattlinie von DER STANDARD | derStandard.at

## DER STANDARD

seit MITTWOCH, 19. OKTOBER 1988 | ÖSTERREICHS UNABHÄNGIGE TAGESZEITUNG | HERAUSGEGEBEN VON OSCAR BRONNER | € 2,50

**DER STANDARD | derStandard.at leben die Blattlinie in einer ebenso klaren wie anspruchsvollen Weise. Lesen Sie zunächst unsere Blattphilosophie, reden wir nachher weiter:**

DER STANDARD | derStandard.at ist ein liberales Medium. Es ist unabhängig von politischen Parteien, Institutionen und Interessengruppen und wendet sich an alle Leserinnen und Leser, die hohe Ansprüche an eine gründliche und umfassende Berichterstattung sowie an eine fundierte, sachgerechte Kommentierung auf den Gebieten von Wirtschaft, Politik, Kultur und Gesellschaft stellen.

**DER STANDARD | derStandard.at treten ein:**

- für die Wahrung und Förderung der parlamentarischen Demokratie und der republikanisch politischen Kultur.
- für rechtsstaatliche Ziele bei Ablehnung von politischem Extremismus und Totalitarismus.
- für Stärkung der wirtschaftlichen Wettbewerbsfähigkeit des Landes nach den Prinzipien einer sozialen Marktwirtschaft.
- für Toleranz gegenüber allen ethnischen und religiösen Gemeinschaften.
- für die Gleichberechtigung aller Staatsbürger und Staatsbürgerinnen und aller Bundesländer der Republik Österreich.

Sie werden sagen: "Das können andere auch sagen." Das stimmt. Doch es kommt darauf an, mit welchem Leben die Lippenbekenntnisse erfüllt werden. DER STANDARD | derStandard.at leben die Blattphilosophie in einer ebenso klaren wie anspruchsvollen Weise. Er trennt zwischen Bericht und Kommentar, gewichtet die Ereignisse und lässt seinen Lesern den nötigen Spielraum für die eigene Meinung. So fördert er, was zugleich sein Ziel ist: eine mündige Leserschaft

# DER STANDARD: Reichweite und Auflage

Reichweite	Montag–Samstag	Samstag
Leserinnen und Leser MA 16/17*	444.000	488.000
nationale Reichweite MA 16/17*	6,0 %	6,6 %
Entscheidungsträger LAE 2015	15,5 %	30,0 %

Auflage	Montag–Samstag	Samstag
Druckauflage ÖAK 1. HJ 2017	77.000	113.000
verbreitete Auflage	76.000	104.000
verkaufte Auflage	61.000	73.000
Abonnements	54.000	64.000

\* Erhebung: Juli 2016 bis Juni 2017



# DER STANDARD: Leserinnen und Leser

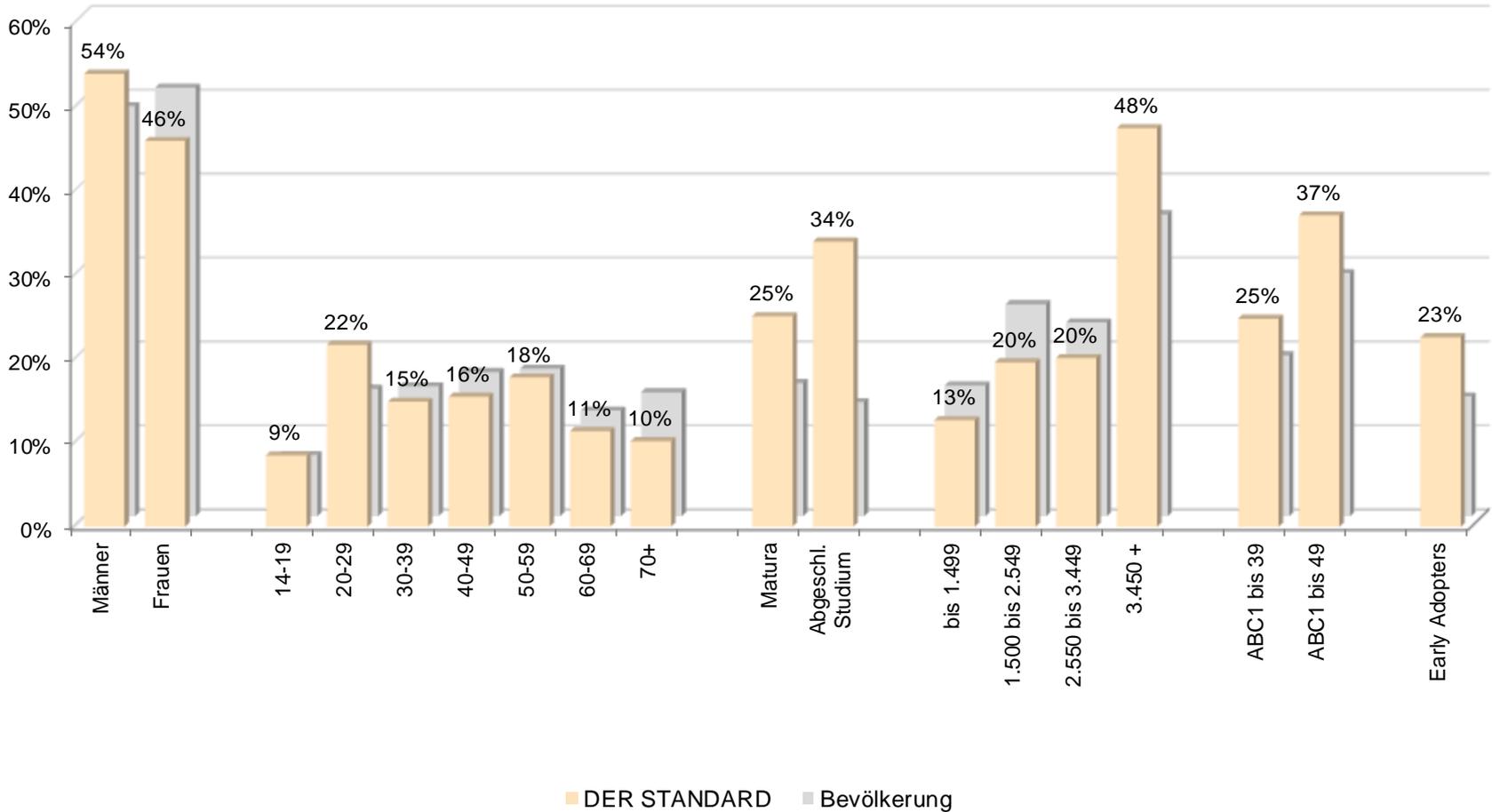
**Geschlecht**   **Alter**

**abgeschl. Ausbildung**

**Haushaltsnettoeinkommen**

**soziale Schicht**

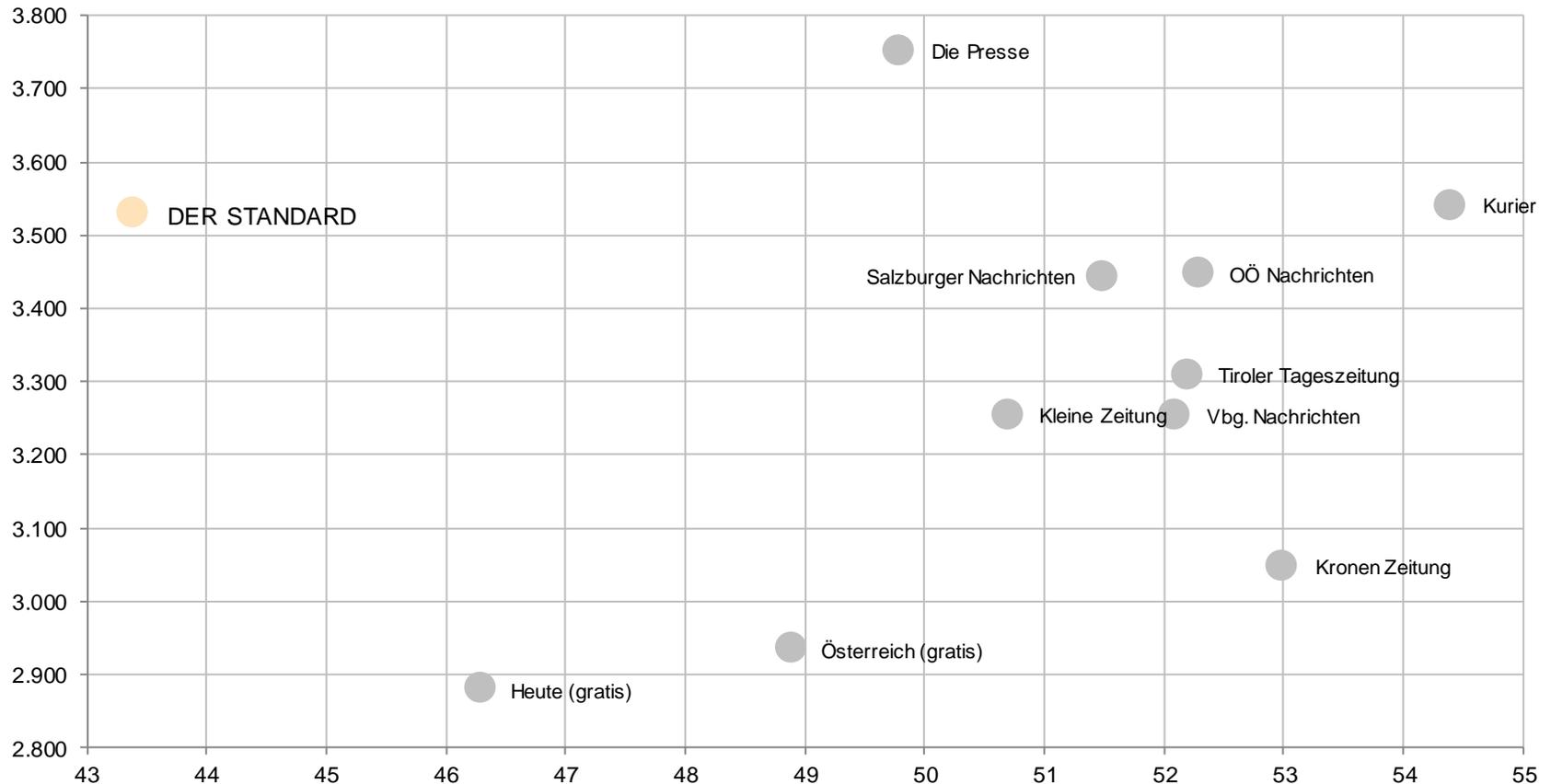
**Kaufverhalten**



Quelle: MA 16/17, Erhebung: Juli 2016 bis Juni 2017 ; Strukturwerte in Prozent

# Positionierung nach Alter und Einkommen

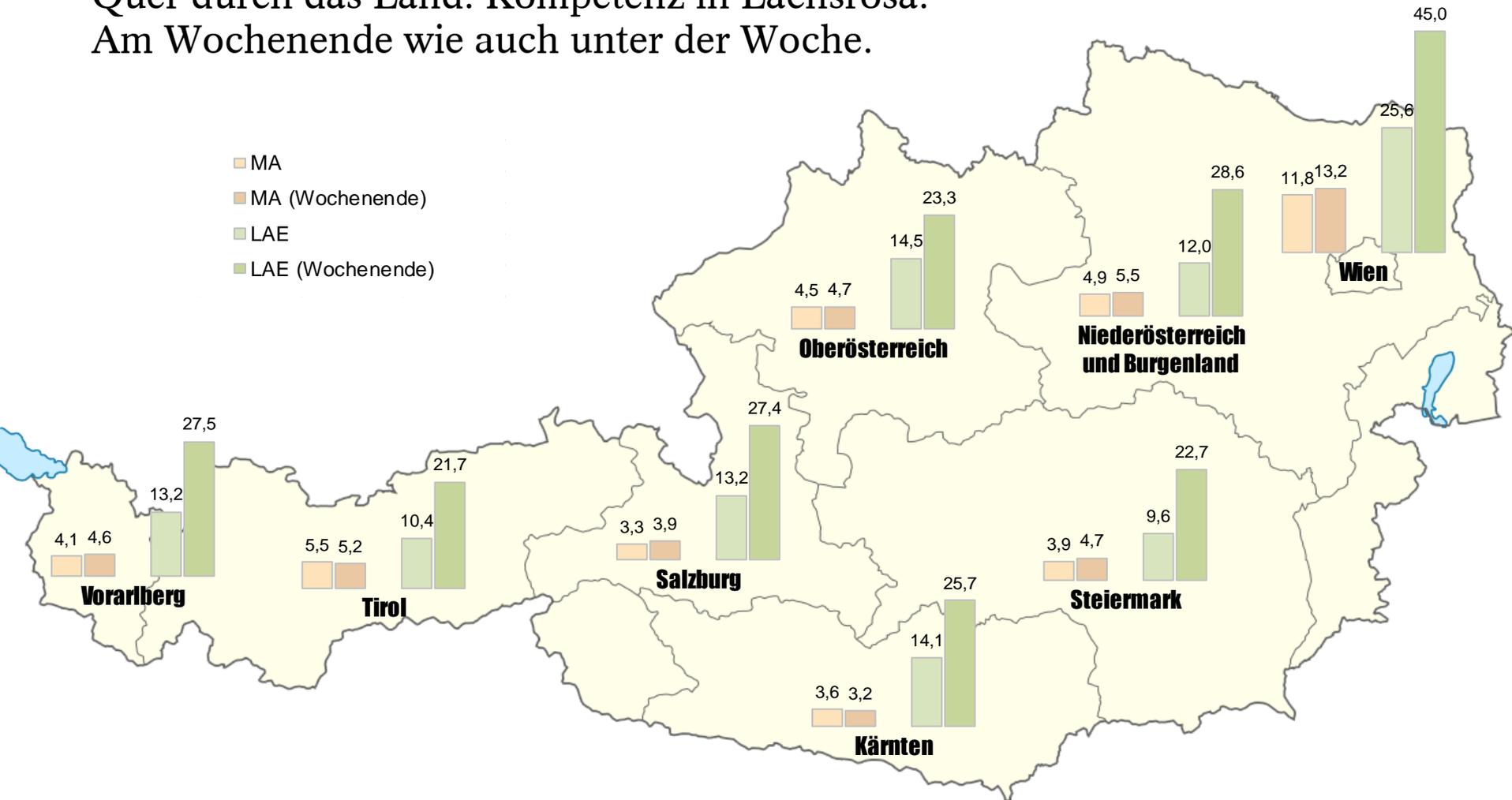
Das durchschnittliche Alter und Haushaltsnettoeinkommen der Leserschaft.



Quelle: MA 16/17, Erhebung: Juli 2016 bis Juni 2017 (Mittelwert für Tageszeitungen)

# Reichweite in den Bundesländern

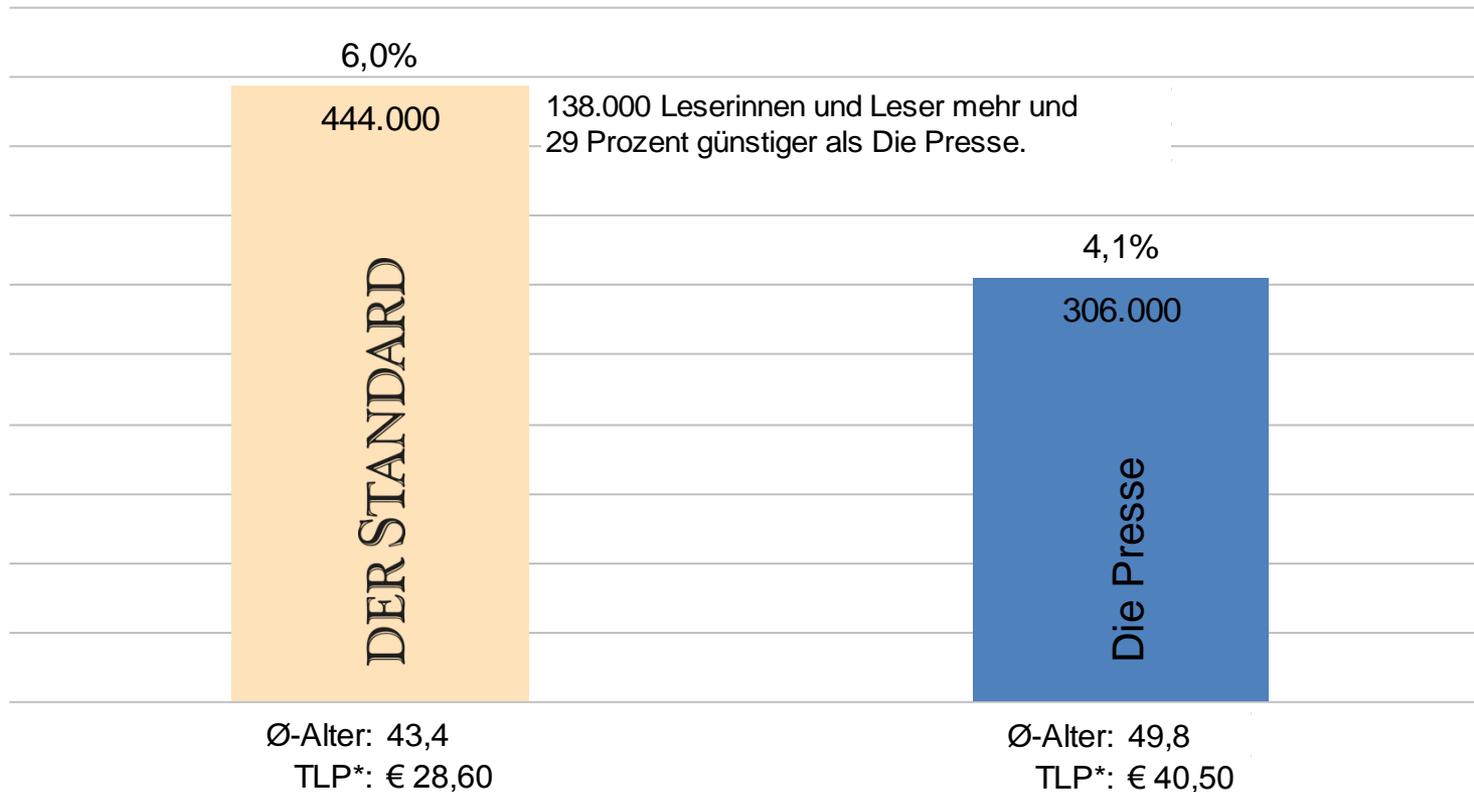
Quer durch das Land: Kompetenz in Lachsrosa.  
Am Wochenende wie auch unter der Woche.



Quellen: MA 16/17 (Erhebung: Juli 2016 bis Juni 2017), LAE 2015; Bundesländerreichweiten in Prozent

# Wie Sie mit dem STANDARD mehr herausholen

DER STANDARD im Reichweitenvergleich mit der Presse.



\* Tausend-Leser-Preis

Quelle: MA 16/17 (Erhebung: Juli 2016 bis Juni 2017), Preise lt. Stand 12. Oktober 2017, JP 4c; Wochenschnitt

[derStandard.at](http://derStandard.at)



# Überschneidungen Tageszeitungen

Wie viele Tageszeitungs-LeserInnen Sie nur im STANDARD erreichen.



DER STANDARD  
Exklusivleser 61,9 %

61,9 % aller STANDARD-Leserinnen und -Leser nutzen weder den Kurier, die Presse noch die Kronen Zeitung.

Kurier 15,8 %

Nur 15,8 % der STANDARD-Leserschaft greifen auch zum Kurier, 15,6 % zur Presse und 17,3 % zur Kronen Zeitung.

Die Presse 15,6 %

Kronen Zeitung 17,3 %

Quelle: MA 16/17, Erhebung: Juli 2016 bis Juni 2017

# Überschneidungen Magazine

Wie viele (wirtschafts-)politikinteressierte LeserInnen Sie nur im STANDARD erreichen.



**DER STANDARD**  
Exklusivleser 76,6 %

76,6 % aller STANDARD-Leserinnen und -Leser nutzen weder die Magazine Trend, Gewinn, News noch Profil.

Trend 3,5 %  
Gewinn 6,0 %  
News 7,3 %  
Profil 13,6 %

Nur 3,5 % der STANDARD-Leserschaft lesen den Trend, 6 % den Gewinn, 7,3 % greifen zu News und 13,6 % zum Profil.

Quelle: MA 16/17, Erhebung: Juli 2016 bis Juni 2017

# Überschneidungen Lifestyle Magazine

Wie viele Lifestyle-affine LeserInnen Sie nur im STANDARD erreichen.



DER STANDARD  
Exklusivleser 89,9 %

89,9 % aller STANDARD-Leserinnen und -Leser nutzen weder die Lifestyle-Magazine Diva, Wienerin noch Woman.

Diva 1,2 %  
Wienerin 4,6 %  
Woman 5,9 %

Nur 1,2 % der STANDARD-Leserschaft lesen auch Diva, 4,6 % Wienerin und 5,9 % Woman.

Quelle: MA 16/17, Erhebung: Juli 2016 bis Juni 2017

# Besondere Werbeformen im STANDARD

Mehr Gestaltungsfreiheit. Mehr Spielraum. Mehr Aufmerksamkeit.

Weitere  
Besondere  
Werbeformen  
finden  
Sie hier

**Mantel**



**Inside Out**



**RONDO Tip-On**



**RONDO Spezial**



**RONDO Stanze**



**Vertikal-STANDARD**



**Farbiges Zeitungspapier**



**Hochbalken**



**Nachhaltigkeitsbericht**



Bei den hier dargestellten Besonderen Werbeformen handelt es sich nur um eine Auswahl.  
Mehr zum Thema finden Sie auf [derStandard.at/Sales](http://derStandard.at/Sales).

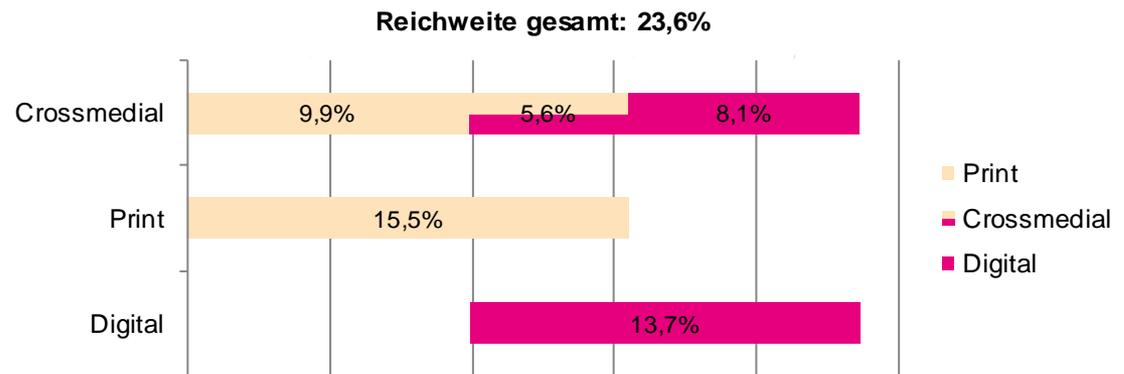
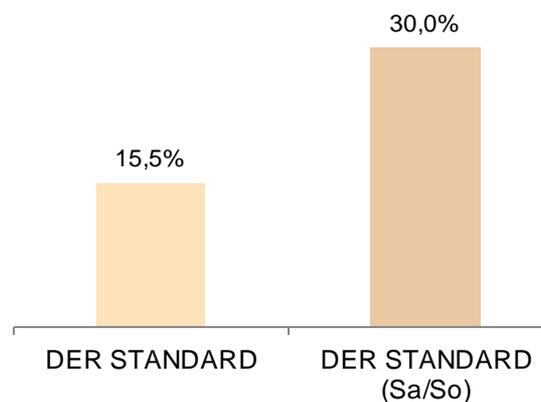
[derStandard.at](http://derStandard.at)



# Entscheider greifen zum STANDARD...

... egal ob Print, Digital oder Crossmedial.

Print	Reichweite absolut	Reichweite in %	Akademiker-Anteil	Ø PNEK*
Montag–Samstag	52.000	15,5 %	56,0 %	€ 4.237
Samstag	100.000	30,0 %	51,0 %	€ 4.137
Digital	Reichweite absolut	Reichweite in %	Akademiker-Anteil	Ø PNEK*
Montag–Sonntag	46.000	13,7 %	57,5 %	€ 4.317
Crossmedial	Reichweite absolut	Reichweite in %	Akademiker-Anteil	Ø PNEK*
Montag–Sonntag	79.000	23,6 %	55,9 %	€ 4.277



Quelle: LAE 2015 (Print: Leser pro Ausgabe; Digital: Nutzer pro Tag; Crossmedial: Cross-Media-Reach pro Tag)

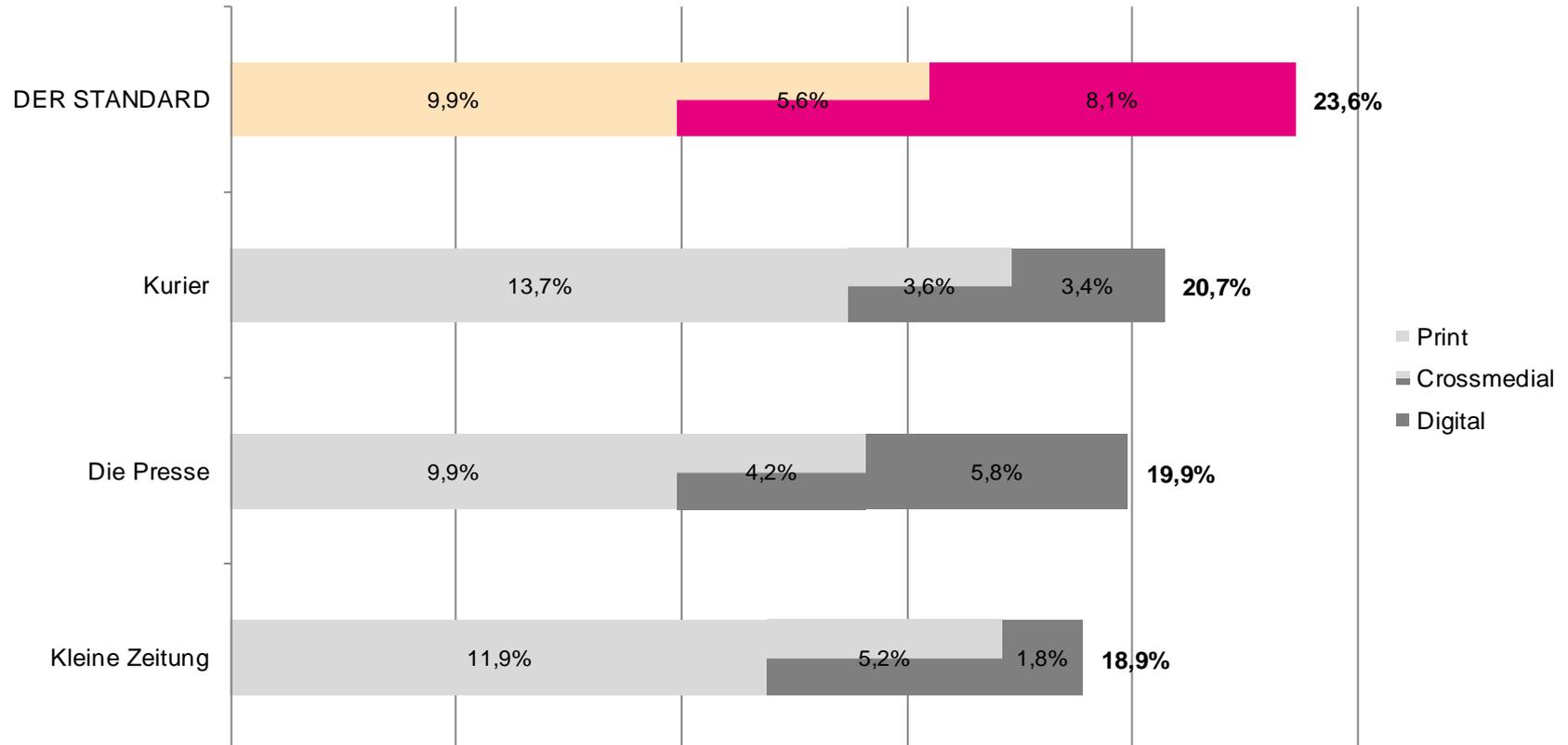
\* Persönliches Nettoeinkommen

[derStandard.at](http://derStandard.at)



# Entscheider greifen zum STANDARD...

Neben den guten Reichweiten der Print-Tageszeitung ist derStandard.at auch jene Online-Plattform mit den meisten digitalen Entscheidern.



Quelle: LAE 2015 (Print: Leser pro Ausgabe; Digital: Nutzer pro Tag; Crossmedial: Cross-Media-Reach pro Tag)

# Native Advertising

zeichnet sich durch Inhalte aus, die den UserInnen einen Mehrwert bieten und sich – im für sie interessanten Umfeld – unaufdringlich in den Medienauftritt einfügen. So erzielen Sie höhere Aufmerksamkeit und besseres User Involvement für Ihr Anliegen.

Ihr Vorteil: Kampagnen in hochwertigen journalistischen Umfeldern genießen eine besonders hohe Glaubwürdigkeit und Werbeakzeptanz.

## Feature



## Promotion



## Promotion mit User-Integration



## Live-Bericht





# Vielen Dank für Ihr Interesse!

Wir freuen uns auf Ihre Kontaktaufnahme.

