

**Allgemeine Präsentation**

# **Erfolgreich werben im STANDARD.**

Buchen Sie das Besondere.

DERSTANDARD

# Blattlinie des STANDARD

**DER STANDARD ist ein liberales Medium.**

**Er 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 tritt 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 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 lebt die Blattphilosophie in einer ebenso klaren wie anspruchsvollen Weise. Er trennt zwischen Bericht und Kommentar, gewichtet die Ereignisse und lässt seinen Leserinnen und Lesern den nötigen Spielraum für die eigene Meinung. So fördert er, was zugleich sein Ziel ist: eine mündige Leserschaft.



**Allgemeine Präsentation**

**Alles über**

**Print**

# Print allgemein



## DER STANDARD: Leserinnen und Leser

### Reichweite

### Montag–Samstag

Leserinnen und Leser  
MA 17/18\*

525.000

nationale Reichweite  
MA 17/18\*

7,0 %

Entscheidungsträger  
LAE 2017

14,5 %

\* Erhebung: Juli 2017 bis Juni 2018

**DERSTANDARD**

# Print allgemein



## DER STANDARD: Leserinnen und Leser

Auflage ÖAK 2. HJ 2018	Montag–Samstag	Samstag
Druckauflage	69.000	103.000
verkaufte Auflage	55.000	66.000
Abonnements	50.000	59.000

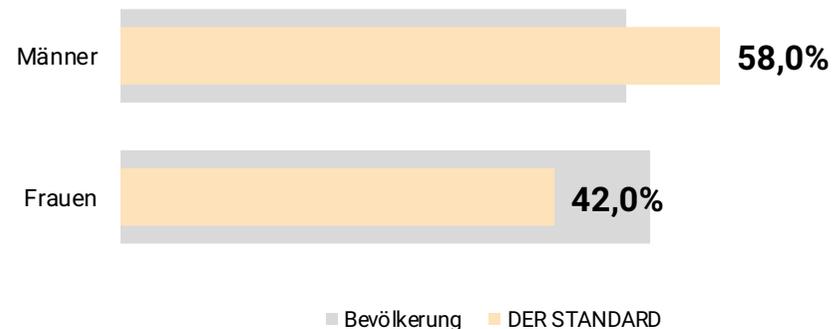


# Print allgemein

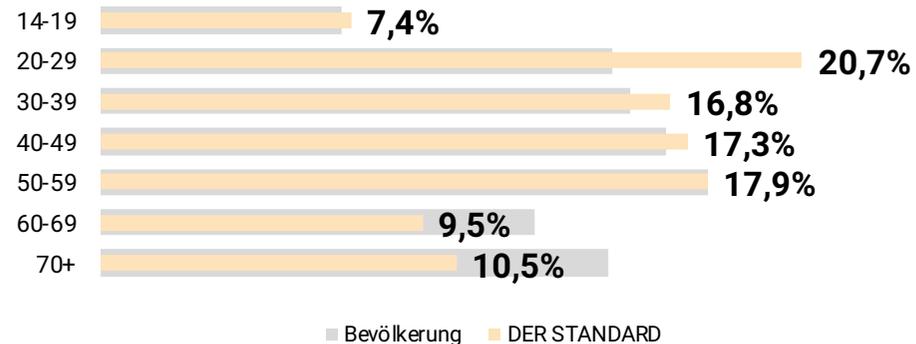


## DER STANDARD: Leserinnen und Leser

### Geschlecht



### Alter



Quelle: MA 17/18, Erhebung: Juli 2017 bis Juni 2018; Strukturwerte

**DERSTANDARD**

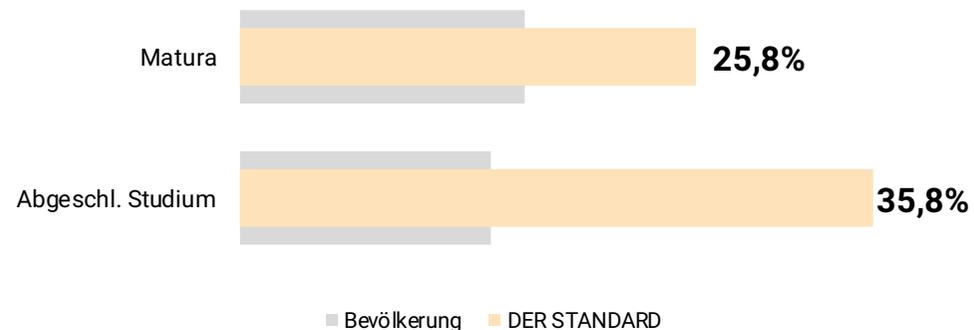


# Print allgemein

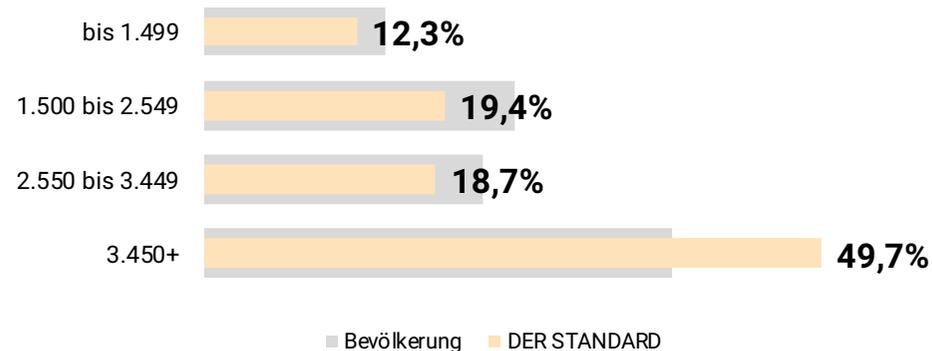


## DER STANDARD: Leserinnen und Leser

### Bildung



### Haushaltsnettoeinkommen



Quelle: MA 17/18, Erhebung: Juli 2017 bis Juni 2018; Strukturwerte

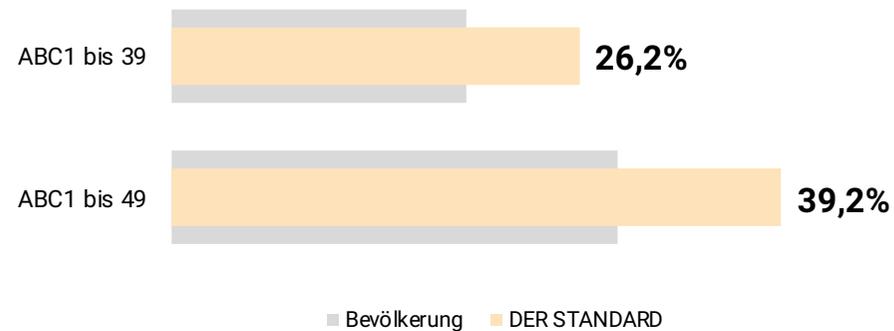
**DERSTANDARD**



# Print allgemein

## DER STANDARD: Leserinnen und Leser

### Soziale Schicht



### Kaufverhalten

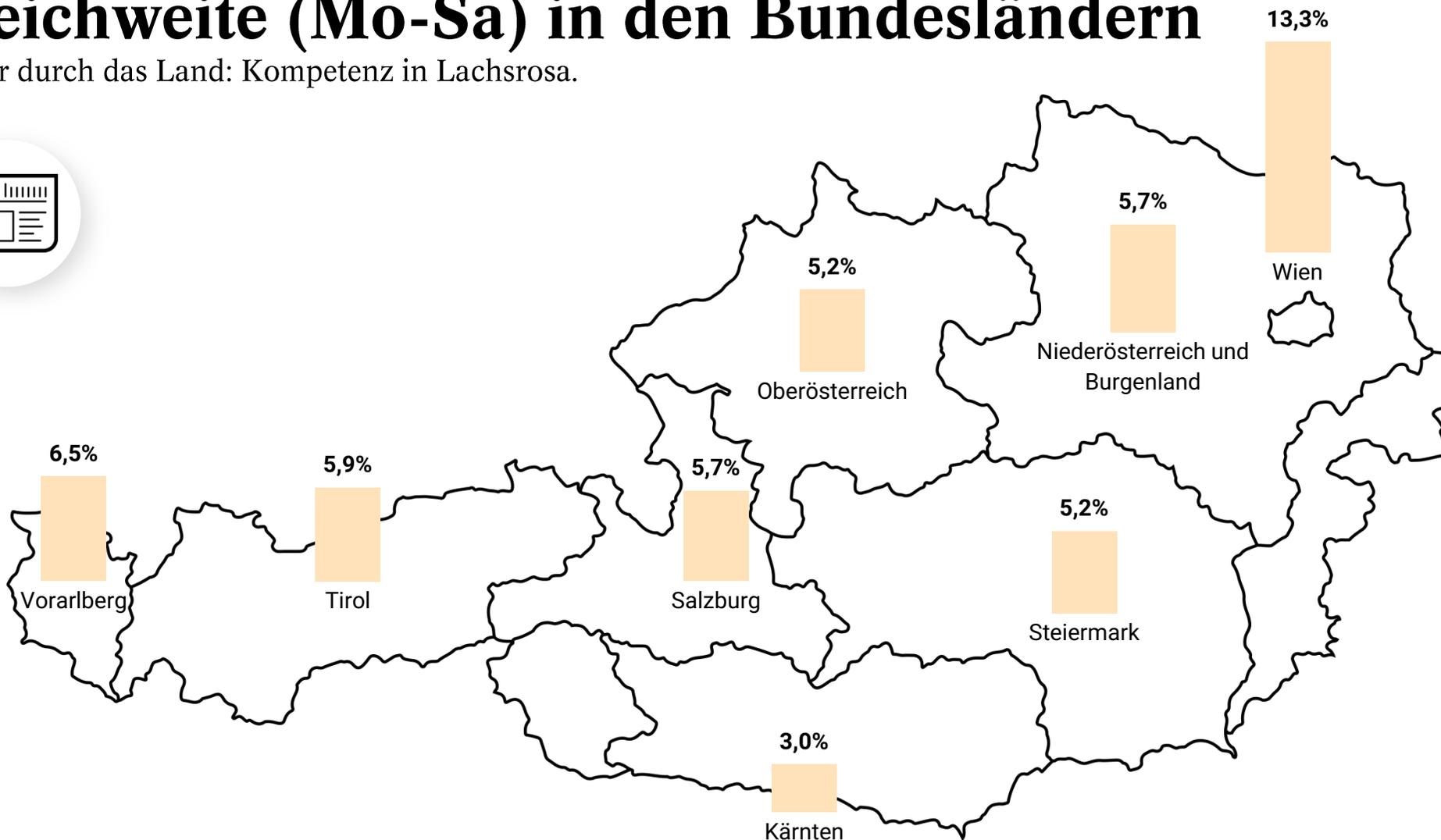


Quelle: MA 17/18, Erhebung: Juli 2017 bis Juni 2018; Strukturwerte

**DERSTANDARD**

# DER STANDARD: Reichweite (Mo-Sa) in den Bundesländern

Quer durch das Land: Kompetenz in Lachsrosa.

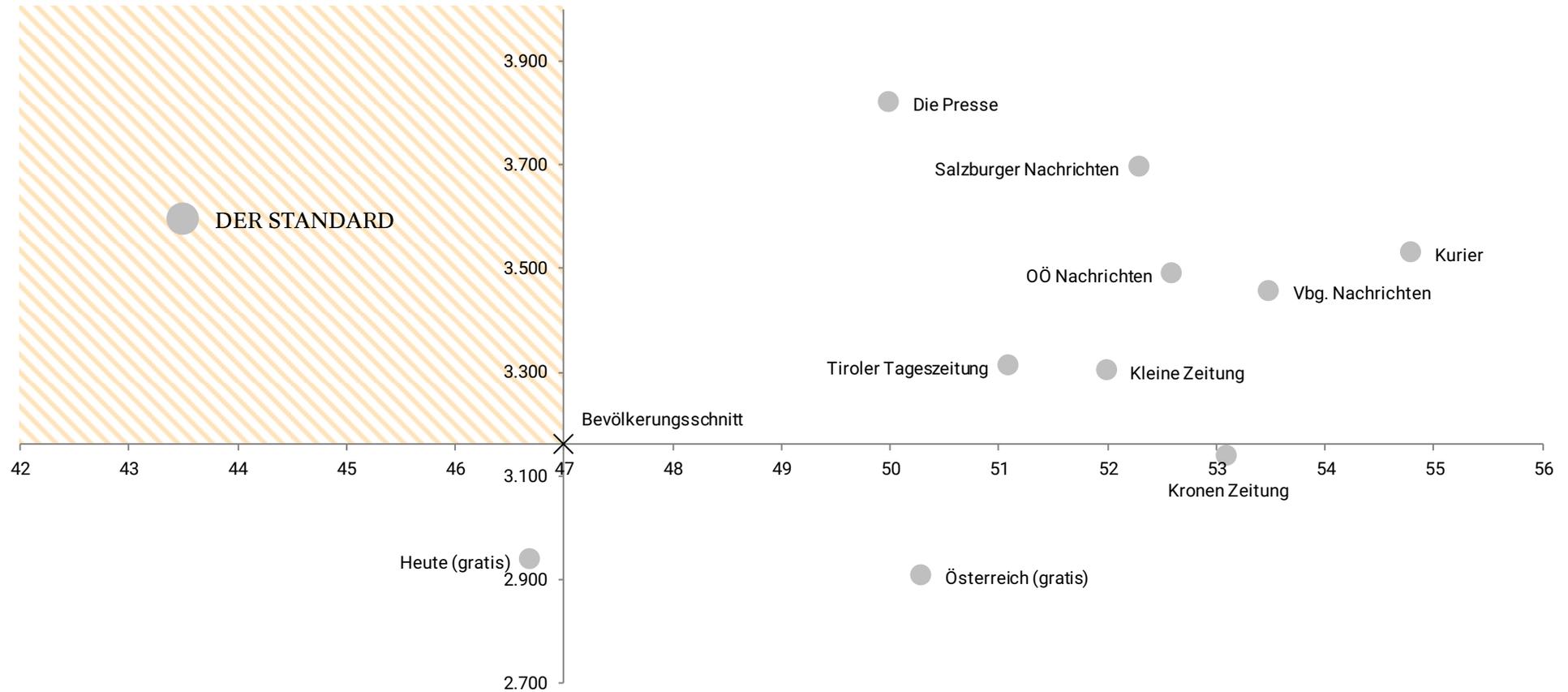


Quelle: MA 17/18, Erhebung: Juli 2017 bis Juni 2018

**DERSTANDARD**

# Positionierung nach Alter und Einkommen

Das durchschnittliche Alter und Haushaltsnettoeinkommen der Tageszeitungs-Leserschaft.



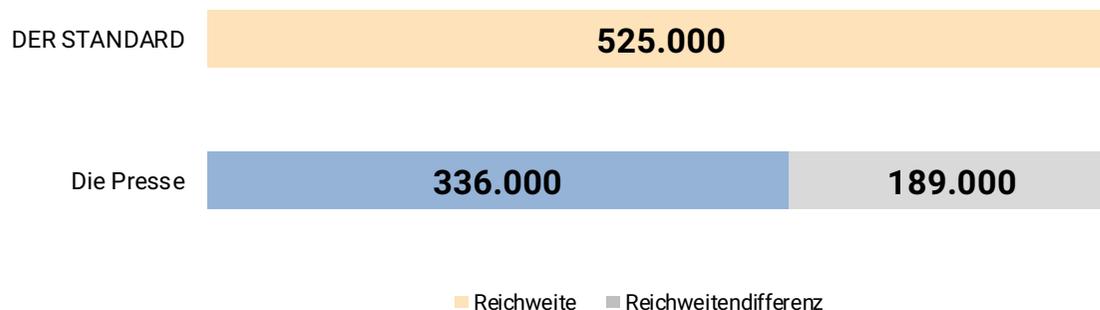
Quelle: MA 17/18, Erhebung: Juli 2017 bis Juni 2018 (Mittelwert für Tageszeitungen)

**DERSTANDARD**

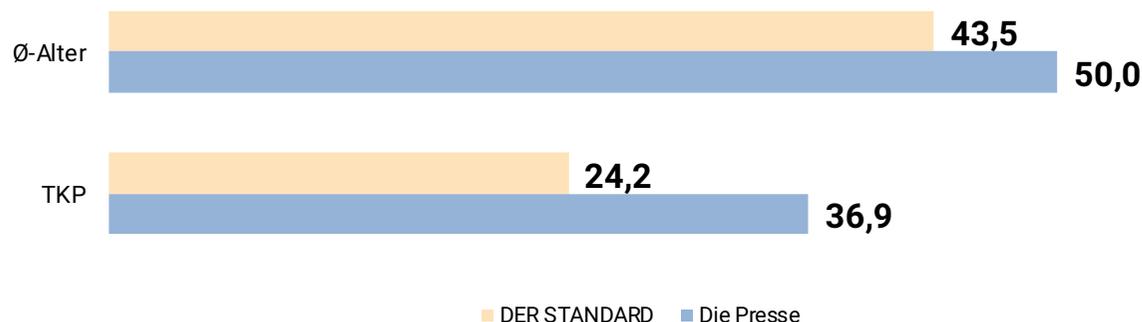
# Wie Sie mit dem STANDARD mehr herausholen

**Höhere Reichweite,  
jüngere Leserschaft  
und günstigerer TKP.  
Im direkten Vergleich  
zur Presse spricht  
alles für den  
STANDARD.**

## Reichweitenvergleich



## Alters- und Kostenvergleich



Quelle: MA 17/18, Erhebung: Juli 2017 bis Juni 2018

\* Tausend-Kontakt-Preis; Preise lt. Stand 11. Oktober 2018, JP 4c; Wochenschnitt

**DERSTANDARD**

# Überschneidungen mit anderen Medien

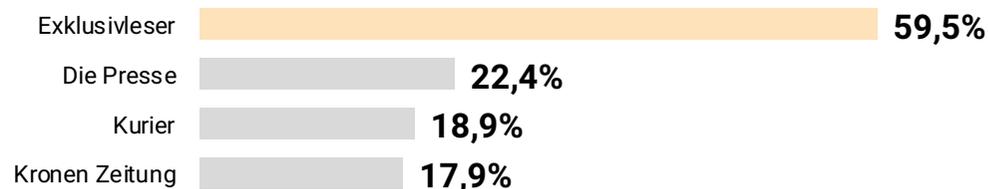
**Sehen Sie wie viele Tageszeitungs-, Magazin- und Lifestyle-affine Leser Sie ausschließlich im STANDARD erreichen.**

## Lesehilfe

**lachsrosa Balken:** Diese Exklusivleser erreichen Sie in der jeweiligen Kategorie ausschließlich mit dem STANDARD.

**graue Balken:** Nur dieser Teil der STANDARD-Leserschaft greift auch zu den anderen genannten Tageszeitungen bzw. Magazinen.

## Tageszeitungen



## Magazine



## Lifestyle-Magazine



**Allgemeine Präsentation**

# **Alles über den STANDARD**



# Entscheider greifen zum STANDARD...

... egal ob Print, Digital oder Crossmedial.

Medium	Reichweite absolut	Reichweite in %	Ø PNEK*
<b>Print</b> (Montag–Samstag)	49.000	14,5 %	€ 4502,-
<b>Print Wochenende</b> (Samstag)	97.000	28,9 %	€ 4417,-
<b>Digital</b> (Montag–Sonntag)	53.000	15,8 %	€ 4408,-
<b>Crossmedial</b> (Montag–Sonntag)	79.000	23,5 %	€ 4435,-

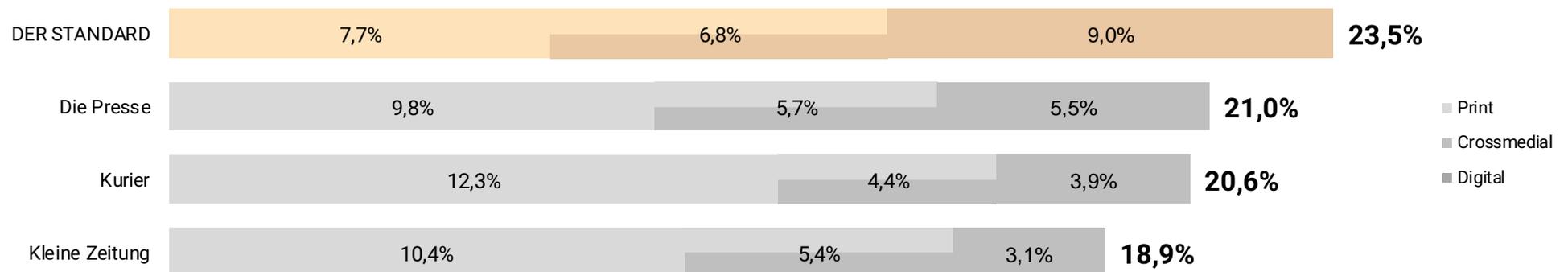
Quelle: LAE 2017 (Print: Leser pro Ausgabe; Digital: Nutzer pro Tag; Crossmedial: Cross-Media-Reach pro Tag)

\* Persönliches Nettoeinkommen



# Entscheider greifen zum STANDARD

Reichweitenstärke zeigt DER STANDARD nicht nur als gedruckte Tageszeitung – auch auf der Online-Plattform erreichen Sie die meisten digitalen Entscheider.

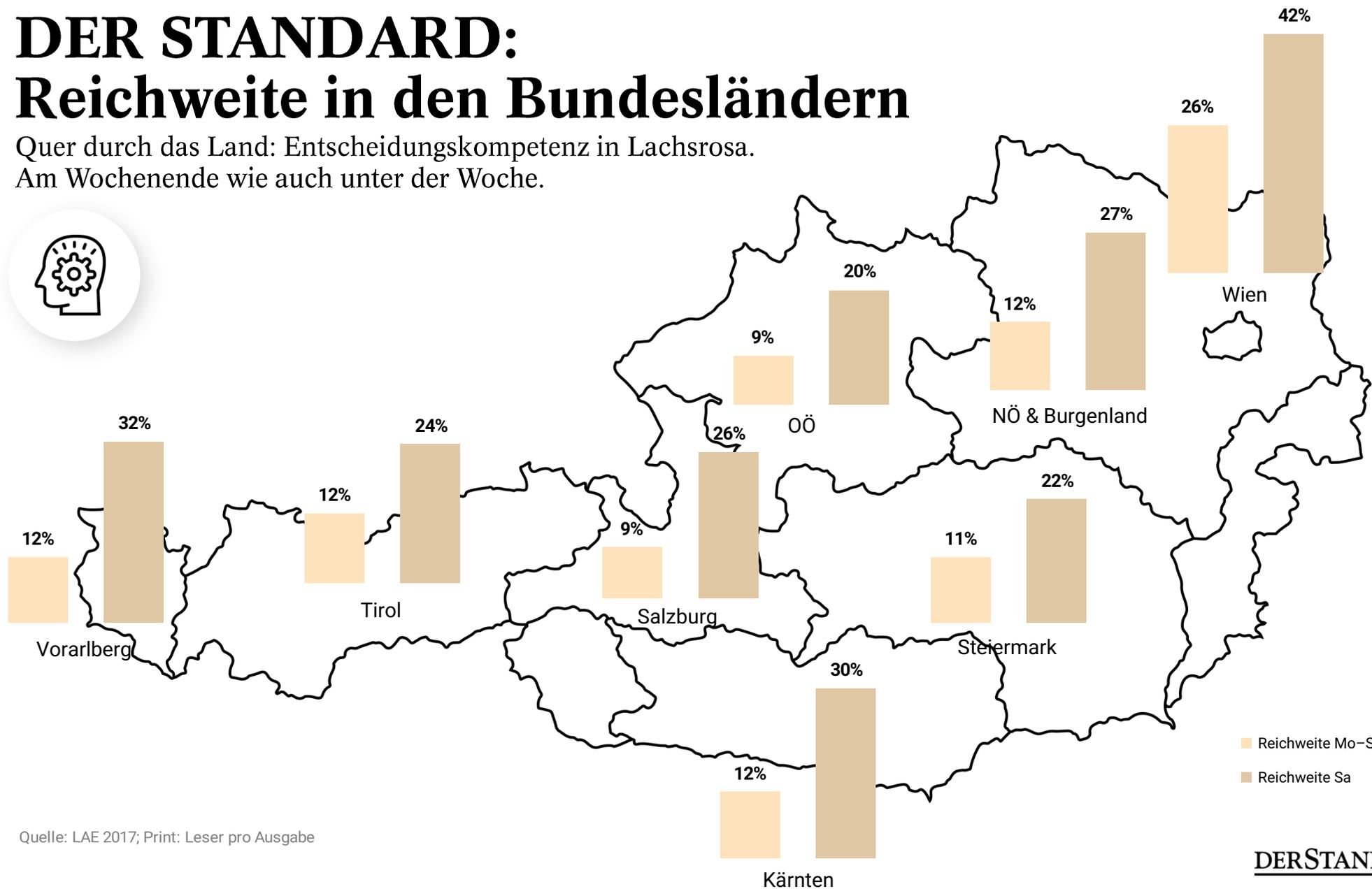


Quelle: LAE 2017 (Print: Leser pro Ausgabe; Digital: Nutzer pro Tag; Crossmedial: Cross-Media-Reach pro Tag)

**DERSTANDARD**

# DER STANDARD: Reichweite in den Bundesländern

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



Quelle: LAE 2017; Print: Leser pro Ausgabe

**DERSTANDARD**

# Mehr Gestaltungsfreiheit. Mehr Spielraum. Mehr Aufmerksamkeit.

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**

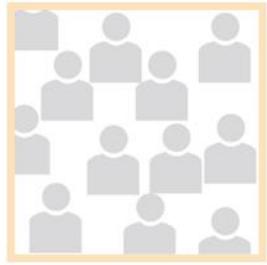


# Sichtbarkeitsgarantie

Wer Werbung schaltet, will auch, dass sie gesehen wird. Deshalb gilt für jedes Werbeformat im STANDARD – der VÖZ-Empfehlung folgend – die Sichtbarkeitsgarantie 60/1-30.

Das bedeutet, dass eine Ad Impression erst als ausgeliefert zählt und verrechnet wird, wenn mindestens 60 % ihrer Werbefläche für mindestens 1 Sekunde sichtbar waren.

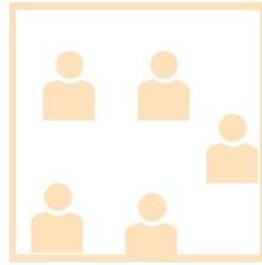
Nach 30 Sekunden kann die Werbung gewechselt werden.



Werbemittel wird an alle potenziellen UserInnen ausgespielt



Identifizierung der UserInnen, die auf Ihr Sujet geklickt / Ihr Produkt gekauft haben



Gezielte Steuerung weiterer Kampagnen auf ähnliche klick-/kauffaffine UserInnen



Steigerung der Click-/Order-Rate



Marktforschungsreport für Ihre Marke und Click-/Order-Variable für weitere Kampagnen

# Optimieren Sie Ihren Werbeauftritt

**Targeting, Klick- und Conversion-Optimizing helfen Ihnen das Beste aus Ihrer Kampagne herauszuholen.**

## **Trefferichere Online-Werbung mit Targeting**

Bieten Sie den UserInnen mit klassischen Werbemitteln durch gezielte Platzierung (z. B. Kultur-Channel) oder Adressierung konkreter Zielgruppen (z. B. LOHAS in Wien) einen Mehrwert.

## **Selbstlernende Performance-Kampagnen**

Optimieren Sie Ihre Kampagnen im Hinblick auf Ihr konkretes Ziel: Wir bieten Klick- oder Conversion-Optimizing an.



# Native Advertising

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 Involvement für Ihr Anliegen.

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

Feature



Promotion



Promotion mit User-Integration





# User Generated Content

## # Native Advertising mit UGC

- › Die Inhalte sind informativ, beratend, unterhaltend und animieren zum Mitmachen/Mitrede
- › Direkter Austausch mit der Community
- › Look & Feel des STANDARD, dezente Werbekennzeichnung
- › UGC-Kennzeichnung für hohe Wiedererkennung und Impuls zum Teilnehmen
- › UGC-Projekte haben immer bzw. in erster Linie einen qualitativen Zugang, der auf einen aktiven Dialog mit den UserInnen abzielt – im Gegensatz zu herkömmlicher Online-Werbung, die primär auf Performance und direkt messbare Ergebnisse abzielt

## # Professionelle Unterstützung

Die Voraussetzung für eine UGC-Einbindung ist, dass diese den Kriterien unseres Community Managements entspricht. Damit wird sichergestellt, dass das Thema userfreundlich ist und somit Interesse und rege Beteiligung seitens der UserInnen erzielt wird.

## # Auffindbarkeit der Inhalte/SEO

Alle mit der UGC-# gekennzeichneten Artikel können mit der STANDARD-Suche gefunden werden (klassische Promotions ohne # werden dort nicht angezeigt). Kooperations-Elemente werden zudem bei Google-Suchen angezeigt (der STANDARD hat einen hohen PageRank).



# Vielen Dank für Ihr Interesse!

## Anzeige

Tel: +43 1 531 70 – 707 | Fax: DW 485  
[anzeige@derStandard.at](mailto:anzeige@derStandard.at)

## Karriere

Tel: +43 1 531 70 – 717 | Fax: DW 9717  
[stellenmarkt.anzeigen@derStandard.at](mailto:stellenmarkt.anzeigen@derStandard.at)

## Immobilien

Tel: +43 1 531 70 – 727 | Fax: DW 9727  
[immo@derStandard.at](mailto:immo@derStandard.at)

 [derStandard.at/Sales](https://www.derStandard.at/Sales)

 **STANDARD Verlagsgesellschaft m.b.H.**  
Vordere Zollamtsstraße 13, 1030 Wien

 zum  
Newsletter  
anmelden

