

ANZEIGENTARIFE 2012

NICHTS
IST
UNDENKBAR.



DiePresse.com



INHALT

Hauptblatt.....	3
Themenseiten	6
Rubrizierte Anzeigen.....	8
Schaufenster + Magazine.....	12
Fremdbeilagen & IFRA-Bestimmungen.....	15
Konditionen und Datenanlieferung	17
Verlagsbestimmungen	19
DiePresse.com.....	20



KONTAKTDATEN

„Die Presse“ Verlags-Gesellschaft m.b.H. & Co KG

Gesellschaft mit beschränkter Haftung & Co
Kommanditgesellschaft
Hainburger Straße 33, 1030 Wien
Tel. +43/(0)1/514 14-0
Fax +43/(0)1/514 14-405
anzeigenleitung@diepresse.com

Vorsitzender der Geschäftsführung

Reinhold Gmeinbauer
Tel. +43/(0)1/514 14-226
Fax +43/(0)1/514 14-334
reinhold.gmeinbauer@diepresse.com

„Die Presse“ Media GmbH & Co KG

Gesellschaft mit beschränkter Haftung & Co
Kommanditgesellschaft
Hainburger Straße 33, 1030 Wien

Anzeigenleitung

Geschäftsführer Fritz Mühlbek
Tel. +43/(0)1/514 14-602
Fax +43/(0)1/514 14-405
fritz.muehlbek@diepresse.com

Geschäftsführer Peter Syrch

Tel. +43/(0)1/514 14-332
Fax +43/(0)1/514 14-273
peter.syrch@diepresse.com

Anzeigenleitung Stellvertretung

Jochen Schneeberger
Tel. +43/(0)1/514 14-267
Fax +43/(0)1/514 14-405
jochen.schneeberger@diepresse.com

Anzeigenleitung Online

Dipl.-Ing. (FH) Marion Stelzer-Zöchbauer
Tel. +43/(0)1/514 14-627
Fax +43/(0)1/514 14-560
marion.stelzer@diepresse.com

Die Mitarbeiter und ihre Kontaktdaten finden Sie unter: DiePresse.com/mitarbeiter

„Die Presse“
Verlags-Gesellschaft m.b.H. & Co KG
FN218199g/Handelsgericht Wien
ATU 54093001

Komplementär
„Die Presse“
Verlags-Gesellschaft m.b.H.
FN 216077k/Handelsgericht Wien

Hainburger Straße 33/PF33
A-1030 Wien
Tel. +43/(0)1/51414-0
DiePresse.com

Erste Bank/BLZ 20111
Konto 00000098000
IBAN AT292011100000098000
BIC GIBAATWWXXX

BA-CA / BLZ 12000
Konto 00471103200
IBAN AT34 1100 0004 7110 3200
BIC BKAUATWW

HAUPTBLATT



INFO

ANZEIGENSCHLUSS:

Mo: Freitag, 9 Uhr
Di – Fr: jeweils Vortag, 10 Uhr

TARIF-KATEGORIEN:

Basis: bestmöglich
Top: 1. Buch, Economist, Kultur, Sonderthemen
Premium: Aufschlagseite (Wien, Economist, Feuilleton)
Exklusiv: Seite 3

MILLIMETERPREIS:

Der Millimeterpreis gilt pro Spalte à 50 mm Breite.

SPALTENBREITE:

1 Spalte: 50 mm / 2 Spalten: 104 mm / 3 Spalten: 158 mm
4 Spalten: 212 mm / 5 Spalten: 266 mm

ADVERTORIALS:

Advertorials sind redaktionell gestaltete Anzeigen, die den Vorgaben des „Presse“-Advertoriallayouts entsprechen, und links platziert werden. Texte, Informationen und Bildmaterial werden vom Kunden zur Verfügung gestellt. Mögliche Formate sind 1/1-, 1/2- oder 1/4-Seiten. Die Kennzeichnung erfolgt laut UWG.



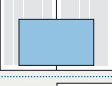



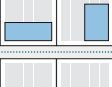
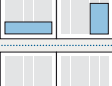
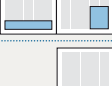

E-PAPER:

In der „Presse“-App sind die Ausgaben der „Presse“ und der „Presse am Sonntag“ als E-Paper abrufbar. Die darin enthaltenen Print-Anzeigen können auf die Landingpage des Kunden verlinkt werden.

MONTAG BIS FREITAG

Verlinkung der Print-Anzeigen im E-Paper zur Kundenlandingpage: € 250,-



FORMATBEZEICHNUNG	FORMAT mm (BxH)	BASIS	TOP	PREMIUM	EXKLUSIV
2/1-Seite Panorama	 566 x 421		41.994,-		
1/1-Seite	 266 x 421	18.419,-	20.997,-		25.786,-
Juniorpage Panorama	 430 x 265		24.803,-		
Juniorpage	 198 x 265	10.826,-	12.341,-	14.074,-	15.156,-
1/2-Seite	 266 x 200	11.988,-	13.666,-	15.584,-	16.783,-
1/3-Seite	 266 x 140	8.649,-	9.859,-	11.243,-	12.108,-
1/4-Seite	 266 x 105 131 x 200	6.483,-	7.391,-	8.430,-	9.077,-
1/6-Seite	 266 x 70 158 x 117 104 x 175	4.330,-	4.935,-		
1/8-Seite	 266 x 52 158 x 87 104 x 130	3.215,-	3.665,-		
1/16-Seite	 104 x 65 158 x 43 50 x 130	1.607,-	1.833,-		
Millimeterpreis		12,51	14,33	16,37	17,66

HAUPTBLATT



INFO

KOLUMNEN-SPOT (NUR AM SONNTAG):

80 mm B x 105 mm H 2.578,-

AUFSCHLAGESEITEN (NUR AM SONNTAG):

266 mm B x 55 mm H 5.987,-

266 mm B x 105 mm H 11.396,-

ANZEIGENSCHLUSS:

Samstag und Sonntag: jeweils Freitag, 9 Uhr

TARIF-KATEGORIEN:

Basis: bestmöglich

Top: 1. Buch, Economist, Kultur, Sonderthemen

Premium: Aufschlagseite (Wien, Economist, Feuilleton/Kultur)

Exklusiv: Seite 3

MILLIMETERPREIS:

Der Millimeterpreis gilt pro Spalte à 50 mm Breite.

SPALTENBREITE:

1 Spalte: 50 mm / 2 Spalten: 104 mm / 3 Spalten: 158 mm

4 Spalten: 212 mm / 5 Spalten: 266 mm

ADVERTORIALS:

Advertorials sind redaktionell gestaltete Anzeigen, die den Vorgaben des „Presse“-Advertoriallayouts entsprechen, und links platziert werden. Texte, Informationen und Bildmaterial werden vom Kunden zur Verfügung gestellt. Mögliche Formate sind 1/1-, 1/2- oder 1/4-Seiten. Die Kennzeichnung erfolgt laut UWG.



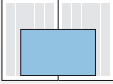



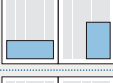



E-PAPER:

In der „Presse“-App sind die Ausgaben der „Presse“ und der „Presse am Sonntag“ als E-Paper abrufbar. Die darin enthaltenen Print-Anzeigen können auf die Landingpage des Kunden verlinkt werden.

SAMSTAG ODER SONNTAG

Verlinkung der Print-Anzeigen im E-Paper zur Kundenlandingpage: € 250,-



FORMATBEZEICHNUNG	FORMAT mm (BxH)	BASIS	TOP	PREMIUM	EXKLUSIV
2/1-Seite Panorama	 566 x 421		51.080,-		
1/1-Seite	 266 x 421	22.403,-	25.540,-		31.365,-
Juniorpage Panorama	 430 x 265		30.353,-		
Juniorpage	 198 x 265	13.248,-	15.103,-	17.223,-	18.548,-
1/2-Seite	 266 x 200	14.423,-	16.441,-	18.748,-	20.191,-
1/3-Seite	 266 x 140	10.867,-	12.387,-	14.127,-	15.213,-
1/4-Seite	 266 x 105 131 x 200	8.151,-	9.291,-	10.595,-	11.410,-
1/6-Seite	 266 x 70 158 x 117 104 x 175	5.433,-	6.193,-		
1/8-Seite	 266 x 52 158 x 87 104 x 130	4.032,-	4.597,-		
1/16-Seite	 104 x 65 158 x 43 50 x 130	2.016,-	2.298,-		
Millimeterpreis		15,79	17,99	20,57	22,08

HAUPTBLATT



INFO

ANZEIGENSCHLUSS:

Samstag und Sonntag: jeweils Freitag, 9 Uhr

TARIF-KATEGORIEN:

Basis: bestmöglich
 Top: 1. Buch, Economist, Kultur, Sonderthemen
 Premium: Aufschlagseite (Wien, Economist, Feuilleton/Kultur)
 Exklusiv: Seite 3

MILLIMETERPREIS:

Der Millimeterpreis gilt pro Spalte à 50 mm Breite.

SPALTENBREITE:

1 Spalte: 50 mm / 2 Spalten: 104 mm / 3 Spalten: 158 mm
 4 Spalten: 212 mm / 5 Spalten: 266 mm

ADVERTORIALS:

Advertorials sind redaktionell gestaltete Anzeigen, die den Vorgaben des „Presse“-Advertoriallayouts entsprechen, und links platziert werden. Texte, Informationen und Bildmaterial werden vom Kunden zur Verfügung gestellt. Mögliche Formate sind 1/1-, 1/2- oder 1/4-Seiten. Die Kennzeichnung erfolgt laut UWG.

E-PAPER:



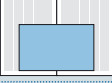



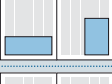

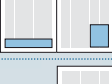

In der „Presse“-App sind die Ausgaben der „Presse“ und der „Presse am Sonntag“ als E-Paper abrufbar. Die darin enthaltenen Print-Anzeigen können auf die Landingpage des Kunden verlinkt werden.

Bei einer Kombibuchung wird das Inserat am Sonntag in einem ähnlich geeigneten Umfeld platziert wie am Samstag.

WOCHENENDKOMBI (SA & SO)

Verlinkung der Print-Anzeigen im E-Paper zur Kundenlandingpage: € 250,-









FORMATBEZEICHNUNG	FORMAT mm (BxH)	BASIS	TOP	EXKLUSIV
2/1-Seite Panorama	 566 x 421		71.512,-	
1/1-Seite	 266 x 421	31.364,-	35.756,-	43.911,-
Juniorpage Panorama	 430 x 265		42.494,-	
Juniorpage	 198 x 265	18.547,-	21.144,-	25.967,-
1/2-Seite	 266 x 200	20.192,-	23.017,-	28.267,-
1/3-Seite	 266 x 140	15.214,-	17.342,-	21.298,-
1/4-Seite	 266 x 105 131 x 200	11.411,-	13.007,-	15.974,-
1/6-Seite	 266 x 70 158 x 117 104 x 175	7.606,-	8.670,-	
1/8-Seite	 266 x 52 158 x 87 104 x 130	5.645,-	6.436,-	
1/16-Seite	 104 x 65 158 x 43 50 x 130	2.822,-	3.217,-	
Millimeterpreis		22,11	25,19	30,91



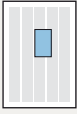
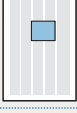

TITELLEISTE

Verlinkung der Print-Anzeigen im E-Paper zur Kundenlandingpage: € 250,-



FORMATBEZEICHNUNG	FORMAT mm (BxH)	MONTAG-FREITAG	SAMSTAG OD. SONNTAG
Titelleiste 1-fach	 63 x 55 Titelseite unten	2.518,-	2.834,-
Titelleiste 2-fach	 131 x 55 Titelseite unten	4.675,-	5.276,-
Titelleiste 3-fach	 198 x 55 Titelseite unten	6.687,-	7.456,-
Titelleiste 4-fach	 266 x 55 Titelseite unten	7.938,-	8.856,-
Titelspot Mo-Sa	 104 x 104 Titelseite unten	7.938,-	8.856,-
Titelspot Sonntag	 100 x 100 Titelseite unten		8.856,-

SPEZIAL FORMATE

FORMATBEZEICHNUNG	FORMAT mm (BxH)	MONTAG-FREITAG	SAMSTAG OD. SONNTAG
Investment- fondsinsel	 80 x 125 auf den beiden Investmentfondsseiten	3.198,- (außer Mo)	3.600,- (außer So)
TV-Fenster	 82 x 40 beim TV-Programm	1.126,-	1.406,-
Seite 2 Platzierung beim Leitartikel	 131 x 130	4.658,-	5.847,- (außer So)

FONDSNOTIERUNGEN

Dienstag-Samstag

Zeilen à 575,-/Jahr
Logo in 4c à 2.650,-/Jahr
QR-Code à 1.150,-/Jahr

Bei Feiertagen Änderungen vorbehalten.

KINO

INFO

ANZEIGENSCHLUSS:

Di–Fr: jeweils Vortag, 10 Uhr
Mo, Sa, So: jeweils Freitag, 9 Uhr

MILLIMETERPREIS:

Der Millimeterpreis gilt pro Spalte à 50 mm Breite.

SPALTENBREITE:

1 Spalte: 41 mm, 2 Spalten: 86 mm, 3 Spalten: 131 mm, 4 Spalten: 176 mm, 5 Spalten: 221 mm, 6 Spalten: 266 mm

MINDESTFORMAT:

1 Spalte/50 mm H

PLATZIERUNG:

Mo–Sa: beim Kinoprogramm
So: in der Kultur

KONTAKT:

adelheid.liehr@diepresse.com
Tel.: +43/(0)1/51414-554

TARIF

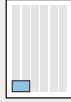
FORMATBEISPIELE**MO–FR****SA OD. SO****FR/SA-KOMBI****FR/SA/SO-KOMBI****Modul 1****(2 Spalten/50 mm H) 4c**

820,-

950,-

1.270,-

1.640,-

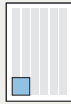
Modul 2**(2 Spalten/100 mm H) 4c**

1.640,-

1.900,-

2.540,-

3.280,-

Modul 3**(2 Spalten/150 mm H) 4c**

2.460,-

2.850,-

3.810,-

4.920,-

Millimeterpreis

8,20

9,50

12,70

16,40

Weitere Formate auf Anfrage.

KARRIEREN

Die Presse & WirtschaftsBlatt

INFO

ERSCHEINUNGSTERMIN:

Freitag: WirtschaftsBlatt
Samstag und Sonntag: „Die Presse“

DRUCKUNTERLAGENANLIEFERUNG:

disposition@diepresse.com

ANZEIGEN- UND DRUCKUNTERLAGENANLIEFERUNG:

WirtschaftsBlatt: Mittwoch, 18 Uhr
„Die Presse“: Donnerstag, 18 Uhr

PLATZIERUNGSZUSCHLAG:

auf K1, K2 sowie Fokus-Themen von 20 %

SPALTENBREITE:

1 Spalte: 41 mm / 2 Spalten: 86 mm / 3 Spalten: 131 mm
4 Spalten: 176 mm / 5 Spalten: 221 mm / 6 Spalten: 266 mm

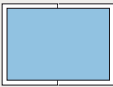





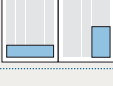
ONLINE-PLATZIERUNGEN

Karriere.DiePresse.com
Siehe Info auf S. 25

KONTAKT:

„Die Presse“-Karrieren-Team
Tel.: +43/(0)1/514 14 - 379
karriere@diepresse.com

TARIF

FORMATBEZEICHNUNG	FORMAT mm (BxH)	EINZEL- SCHALTUNG	DOPPEL- SCHALTUNG	DRITT- SCHALTUNG
2/1-Seite Panorama	 566 x 410	29.028,-	38.868,-	45.510,-
1/1-Seite	 266 x 410	14.514,-	19.434,-	22.755,-
Juniorpage	 176 x 298	7.033,-	9.417,-	11.026,-
1/2-Seite	 266 x 200	7.080,-	9.480,-	11.100,-
1/3-Seite	 266 x 131	4.637,-	6.209,-	7.271,-
1/4-Seite	 131 x 200	3.540,-	4.740,-	5.550,-
1/6-Seite	 131 x 131	2.319,-	3.105,-	3.635,-
Millimeterpreis		5,90	7,90	9,25



PRINT PLUS:

Zur Print Anzeige wird Ihr Stelleninserat im größten österreichischen Karrierenetzwerk (DiePresse.com, kleinezeitung.at, willhaben.at) für 30 Tage online gestellt. Print Plus: 390,-

IMMOBILIEN

INFO

ERSCHEINUNGSTERMIN:

Samstag und Sonntag

DRUCKUNTERLAGENANLIEFERUNG:

disposition@diepresse.com

ANZEIGEN UND DRUCKUNTERLAGENSCHLUSS:


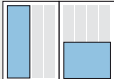
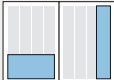
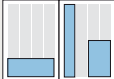
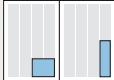
jeweils Donnerstag 11 Uhr. Ist dieser Tag ein Feiertag, dann der Vortag.


REDAKTIONELLER TEIL

1 SPALTE	2 SPALTEN	3 SPALTEN	4 SPALTEN	5 SPALTEN	PREIS/MM
50 mm	104 mm	158 mm	212 mm	266 mm	9,90

ANZEIGENTEIL

1 SPALTE	2 SPALTEN	3 SPALTEN	BASISUNIT (86 mm B x 15 mm H): 198,-
86 mm	176 mm	266 mm	Die Units sind variabel stapelbar.

FORMATBEZEICHNUNG	FORMAT mm (BxH)	SONDER- PREIS	PREIS PRO ANZAHL DER SCHALTUNGEN		
			ab 2	ab 4	ab 10
1/1-Seite 84 Basisunits	 266 x 421	9.979,-	7.470,-	6.640,-	4.150,-
1/2-Seite 42 Basisunits	 266 x 210	5.820,-	4.320,-	3.840,-	2.400,-
1/4-Seite 21 Basisunits	 176 x 160 266 x 105	3.450,-	2.880,-	2.560,-	1.600,-
1/8-Seite 10,5 Basisunits	 266 x 55 176 x 80 86 x 155	1.875,-	1.620,-	1.440,-	900,-
1/10-Seite 8,4 Basisunits	 266 x 42 176 x 63 86 x 126	1.579,-	1.350,-	1.200,-	750,-

SPEZIAL FORMATE	FORMAT mm (BxH)	ZUSÄTZLICHE INFORMATION	PREIS
Immo-Hit	 212 x 108	Platzierung: Titelseite	1.995,-
Gewerbeimmo-Hit	 212 x 108	Platzierung: Gewerbeseite	1.750,-
Luxusobjekt	 131 x 100	Objekte ab € 750.000,- Kaufpreis oder € 2.500,- Miete, 2 Fotos, Kurzbeschreibung, Facts, Kontaktdaten und Logo	990,- / Objekt

Für attraktive Kombiangebote Presse/WirtschaftsBlatt stehen wir Ihnen gern zur Verfügung.

ZEILENANZEIGEN **Die Presse**

**+ KOSTENLOSE
SCHALTUNG AUF
WILLHABEN.AT**

INFO


ANZEIGENSCHLUSS:
Frühbucher: Dienstag, 17.00 Uhr
Regulärbucher: Donnerstag, 14.00 Uhr

Ist dieser Tag ein Feiertag,
dann der Vortag. **Detaillierte Informationen finden
Sie auch unter DiePresse.com/immobilien.**

RUBRIKEN FÜR „DIE PRESSE“:

WOHNUNGEN Mietangebote
(unterteilt in Wien, Bez. 1 bis 23, 8 Bundesländer, Ausland);
Mietnachfrage (unterteilt in 9 Bundesländer, Ausland)
EIGENTUMSWOHNUNGEN Kaufangebote
(unterteilt in Wien, Bez. 1 bis 23, 8 Bundesländer, Ausland),
Kaufnachfrage (unterteilt in 9 Bundesländer, Ausland)

HÄUSER Kaufangebote, Mietangebote, Kaufnachfrage, Miet-
nachfrage (jew. unterteilt in 9 Bundesländer, Ausland)
FERIENIMMOBILIEN unterteilt in Österreich und international
GRUNDSTÜCKE Angebote (unterteilt in 9 Bundesländer,
Ausland), Nachfrage
LAND- UND FORSTWIRTSCHAFTEN / JAGDEN Angebote,
Nachfrage
SONSTIGE IMMOBILIENANGEBOTE Angebote, Nachfrage

BEZEICHNUNG	DETAILS	REGULÄRTARIF	FRÜHBUCHER
Immo- Zeilen	 2-zeilige Grundstruktur	31,-	29,-
Zuschlag	 Zusatzzeile (Anzahl nach oben unbeschränkt) Fettdruck in roter Versalschrift je Wort Farbhinterlegung – Zuschlag zum Gesamtpreis Farblogo (ab drei Zeilen möglich)	6,90 3,20 30 % 7,50	6,40
	 Basis Bildzeile (8-zeiliger Text m. Foto und Logo) Zusatzzeile (Anzahl nach oben unbeschränkt) Fettdruck in roter Versalschrift je Wort	94,- 6,90 3,20	86,- 6,40
	 Bildzeile		

ZEILENANZEIGEN KOMBI **Die Presse** & WirtschaftsBlatt

INFO

ERSCHEINUNGSTERMINE:
Freitag: WirtschaftsBlatt
Samstag und Sonntag in „Die Presse“

ANZEIGENSCHLUSS:
Donnerstag, 10 Uhr.
Ist dieser Tag ein Feiertag, dann der Vortag.

RUBRIKEN FÜR DIE „PRESSE“/WIRTSCHAFTSBLATT KOMBI:

BÜROS Kaufangebote, Mietangebote, Kaufnachfrage, Miet-
nachfrage (jew. unterteilt in Wien, Bez. 1 bis 23, 8 Bundeslän-
der, Ausland)
ORDINATIONEN Kauf/Mietangebote, Kauf/Mietnachfrage
BETRIEBSOBJEKTE Kauf/Mietangebote, Kauf/Mietnachfrage

GASTRONOMIEBETRIEBE Kauf/Mietangebote, Kauf/Miet-
nachfrage
GESCHÄFTSLOKALE Kauf/Mietangebote, Kauf/Mietnachfrage
VORSORGEOBJEKTE Angebote, Nachfrage
ZINSHÄUSER / ANLAGEOBJEKTE Angebote, Nachfrage
INDUSTRIEGRUNDSTÜCKE Angebote, Nachfrage
GARAGEN / PARKPLÄTZE Angebote, Nachfrage

BEZEICHNUNG	DETAILS	PRESSE & WIRTSCHAFTSBLATT KOMBI
Immo- Zeilen	 2-zeilige Grundstruktur	45,50
Zuschlag	 Zusatzzeile (Anzahl nach oben unbeschränkt) Fettdruck in roter Versalschrift je Wort Farbhinterlegung – Zuschlag zum Gesamtpreis Farblogo (ab drei Zeilen möglich)	9,90 4,20 30 % 9,50
	 Basis Bildzeile (8-zeiliger Text m. Foto und Logo) Zusatzzeile (Anzahl nach oben unbeschränkt) Fettdruck in roter Versalschrift je Wort	145,- 9,90 4,20
	 Bildzeile	

ZEILENANZEIGEN

INFO

DATENANLIEFERUNG:

Für Fotos (Größe: 27 mm breit x 20 mm hoch) und Logos ausschließlich digitale Dateien (bis zum jeweiligen Anzeigenschluss) in einer Auflösung von mindestens 300 dpi im Format JPEG an wortanzeigen@diepresse.com. Die Dateien erscheinen in der „Presse“ in der angelieferten Qualität.

CHIFFREGEBÜHREN:

Abholung	5,-
Zusendung Österreich	7,-
Zusendung Europa	10,-
Zusendung weltweit	16,-

(Chiffrepostversand und -abholung bis max. 4 Wochen nach Erscheinen)

ZUSATZINFORMATIONEN:

Bei Feiertagen Änderungen vorbehalten.
Kein Belegexemplarversand bei Zeileneinträgen.
Es gilt die „Presse“ Rechtschreibung.

WORTANZEIGEN

INFO

ANZEIGENSCHLUSS:

Ausgabe Samstag: Donnerstag, 17 Uhr

Bei Feiertagen Änderungen vorbehalten.
Bei Wortanzeigen werden keine Belegexemplare versandt.

SAMSTAG

		PREIS
Wortpreise	pro Wort	2,80
	Mindestgebühr 10 Worte	28,-
	Tel.-Nummer, Faxnummer, Homepage, E-Mail	5,60
	Superwort in doppelter Schriftgröße	10,-
	Großbuchstaben (Versalien)	5,60
	Fettgedruckte Worte (erstes Wort obligat)	5,60
Kunstworte ausgeschlossen, „Presse“-Rechtschreibung		
Zuschläge	Farbhinterlegung – Zuschlag 50 % vom Wortanzeigenpreis	
	Logo 4c, zweizeilig	16,-
	Bild	50,-

RUBRIKEN:

KRAFTFAHRZEUGE

(nach Marken sortiert)

OFFENE STELLEN

Kaufmännisches Personal
Controlling/Revision/Buchhaltung
Ferialjobs Angebote
Gastronomie/Tourismus
Handwerk/Gewerbe
Marketing/Verkauf/Vertrieb
Medizinisches Personal
Diverses Personal
Technik/EDV
Teilzeit

STELLENGESUCHE

Kaufmännisches Personal
Controlling/Revision/Buchhaltung
Ferialjobs Nachfrage
Gastronomie/Tourismus
Handwerk/Gewerbe
Marketing/Verkauf/Vertrieb

Medizinisches Personal
Diverses Personal
Technik/EDV
Teilzeit

BEKANNTSCHAFTEN

Heirat
Er sucht sie
Sie sucht ihn
Korrespondenzen

DIVERSE

Antiquitäten/Kunst
Autovermietung
Bekleidung/Pelze
Beratung
Beteiligungen/Firmenverkäufe
Boote
Bücher/Zeitschriften
Computer
Detektive
Dienstleistungen

Einrichtung
Elektrogeräte
Geldverkehr/Kapitalanlagen
Geschäftliches
Gold/Schmuck/Uhren
Internet
Kauf
Klubs
Kosmetik/Gesundheit
Kuranstalten/Pflege
Mitteilungen
Musik/Instrumente
Numismatik/Philatelie
Reise
Sport
Tiermarkt
Übersiedlungen
Unterricht/Nachhilfe
Urlaub in Österreich
Verkauf
Verschiedenes
Versteigerungen

MAGAZINE



INFO

ANZEIGENSCHLUSS:

jeweils 3 Wochen vor dem Erscheinungstermin

DRUCKUNTERLAGENSCHLUSS:

jeweils 2 Wochen vor dem Erscheinungstermin

EXKLUSIVPLATZIERUNGEN:

- U2, U3, U4
- Introseiten Schaufenster (Kult, Uhren, Techno, Essbar, Reise, Kultur)
- 1. rechte Anzeigenseite
- 2/1 Panorama: U2/S.3

FORMAT:

(abf.) = abfallend (+ je 3 mm Überfüller), (SSP) = Satzspiegel

ONLINE-PLATZIERUNGEN:

Schaufenster:

Schaufenster.DiePresse.com

Siehe Werbeformen und Online-Tarife ab Seite 20.

KONTAKT:

anzeigenleitung@diepresse.com,

Tel. +43/(0)1/514 14-228 oder -358

Wir informieren Sie gerne über weitere

Platzierungsmöglichkeiten.

SCHAUFENSTER & SPECIAL INTEREST MAGAZINE

FORMAT		FORMAT mm (BxH)	EXKLUSIV	PREIS
2/1-Seite Panorama		446 x 297 (abf.) 420 x 271 (SSP)	19.861,-	17.771,-
1/1-Seite		223 x 297 (abf.) 198 x 271 (SSP)	11.254,-	10.016,-
1/2-Seite		112 x 297 (abf.) 97 x 271 (SSP) 223 x 147 (abf.) 198 x 134 (SSP)		5.170,-
1/3-Seite		76 x 297 (abf.) 64 x 271 (SSP) 223 x 100 (abf.) 198 x 88 (SSP)		4.201,-
1/4-Seite		60 x 297 (abf.) 47 x 271 (SSP) 97 x 134* (SSP) 223 x 80 (abf.) 198 x 65 (SSP)		3.338,-
1/8-Seite		47 x 134* (SSP) 97 x 65* (SSP)		1.723,-

* Diese Formate sind im Kulturprogramm des Schaufensters platziert.

GUIDES

GEPLANTE THEMEN: Seminarguide, Schulguide, Lehrlingsguide, Bauen-und-Wohnen-Guide, Finanzguide

FORMAT		FORMAT mm (BxH)	PREIS
1/1-Seite		148 x 210 (abf.) 128 x 185 (SSP)	auf Anfrage

SCHAUFENSTER THEMENPLAN

AUSGABE	BUTTON	THEMA
13. 1.	Reise	Cruise Collection, Urlaubsbeauty, Ferienmesse!
20. 1.	Ball	Après Ski, Haute Couture. (Hahnenkamm/Kitzbühel)
27. 1.		Architektur, Herrenmode
3. 2.		Abendmode (HC Paris), Schmuck (Opernball), Fashion Week Berlin
10. 2.		Geschenke (Valentinstag), Design und Mode, Snacks
17. 2.		Mode, Architektur, Nägel
24. 2.	35 Jahre Schaufenster	Fashion Week London und New York, Parfums, Schokolade
2. 3.	Mode	Modestrecke SS12, Make-up
9. 3.	Formart & Design	Wohndesign – Fotostrecke, Wohntrends 2012 – „Wohnen und Interieur“, Sonderteil „FORMART“, Architektur, Design, Wohnen, ..., Fashion Week Paris
16. 3.	KOHLMARKT Schmuck	Sonderstrecke Kohlmarkt – Luxusmeile in Wien, Schmuckstrecke (Baselworld) Uhren, Fashion Week (Paris), Auto (Int. Automobil-Salon Genf)
23. 3.		Mode, Frühlingspflege
30. 3.		Tischkultur, Gläser, Gourmet-Strecke (Ostern)
6. 4.	Gourmet	Mode
13. 4.	Design	Modestrecken, Hightech, Tee
20. 4.	Hightech	Modepalast, Mailand Berichterstattung
27. 4.	Beauty	Fotosstrecke – MAKE UP, Fit fürs Bad: Peeling & Selbstbräuner, Gesundes Essen
4. 5.		Küchentrends, Muttertag
11. 5.	Green	Ökodesign – MODE & Wohnen, BIO Kosmetik, Bio Essen
18. 5.	Hightech	Bademode, Sonnenschutz, Pools, Life Ball
25. 5.	Garten/Golf	Schaustrecke: Garten – Golf, Milchprodukte
1. 6.	Männer	Vatertag, Herrenmode, Männerbeauty, Wein-Vivinum
8. 6.		Art Basel
15. 6.		Modetrends, Grillen
22. 6.	Hightech	Sommermode, Sommerbeauty, Designgeschichte, Herrentrends
29. 6.		Paris Haute Couture, Modetrends
6. 7.	Summer in the City	Fete Imperial, Designgeschichte, Picknick, Salzburger Festspiele
31. 8.		Trachten, Techno
7. 9.	Mode	Modestrecke Trends FW 12/13, Modeparfums
14. 9.	Gourmet	Mode, Schmuck, Golf, Wein
21. 9.	KOHLMARKT	Fashion Week (NY) – Exklusiver Schmuck & Mode, Oktoberfest
28. 9.	Design	Fashion Week (London & Mailand), Designstrecke (Vienna Design Week), Kaffee (Tag des Kaffees)
5. 10.	Beauty	Fashion Week Paris, Viennale
12. 10.		Herbsttrends
19. 10.	Hightech	Hightech, Beautytrends und Farben
26. 10.	Luxus	Luxusmodestrecke, Schmuck, Luxuspflege
2. 11.	Schmuck	Design, Orgatec
9. 11.	Green	Organic /Bio
23. 11.		Pelze
30. 11.	X-mas	Geschenke (1. Advent), Spirituosen, Süßigkeiten, Art Basel Miami
7. 12.		Warmes für den Winter, Winterbeauty
14. 12.		Schmuck-Strecke, Tee
21. 12.		Weihnachtsheft

COVERSTICKER

INFO

MINDESTBESTELLMENGE COVERSTICKER STANDARD UND LARGE: 15.000 Stück

Coversticker Membership Card und Coversticker Response Card Large auch geeignet für das Schaufenster.

MINDESTBESTELLMENGE COVERSTICKER MEMBERSHIP CARDS UND RESPONSE CARDS: 25.000 Stück

COVERSTICKER STANDARD

Einseitig oder zweiseitig bedruckt

Format: 76,2 x 76,2 mm
Druck: 4/0, 4/2 oder 4/4-färbig
Qualität: Cello glänzend, 85 g/m²
Vorlaufzeit: 11 Werktage
Kosten pro tausend Stück: € 160,-



COVERSTICKER MEMBERSHIP CARD

Format: 85 x 54 mm
Druck: 4/1-färbig
Qualität: Weiß glänzend, beidseitig gestrichen, 150 g/m²
Vorlaufzeit: 16 Werktage
Kosten pro tausend Stück: € 160,-



COVERSTICKER LARGE

Einseitig oder zweiseitig bedruckt
Format: 145 x 76,2 mm
Druck: 4/0, 4/2 oder 4/4-färbig
Qualität: Cello glänzend, 85 g/m²
Vorlaufzeit: 11 Werktage
Kosten pro tausend Stück: € 175,-

COVERSTICKER RESPONSE CARD LARGE

Format: 145 x 76 mm
Druck: 4/1, 4/2 bzw. 4/4-färbig
Qualität: Weiß glänzend, beidseitig gestrichen, 150 g/m²
Vorlaufzeit: 16 Werktage
Kosten pro tausend Stück: € 175,-

Weitere Sonderwerbformen (Mantel, Banderole, Kristallumschlag, mutierte Titelseite, usw...) auf Anfrage.

FREMDBEILAGEN

INFO

Mindestbeilagenmenge 10.000 Stück. Bei einer Auflage < 10.000 entsteht eine Handlinggebühr von € 350,-. Sonn- bzw. Feiertagszuschläge bei Beilagen am Montag und nach Feiertagen, Kosten auf Anfrage. Die Anlieferung von Fremdbeilagen erfolgt frühestens zehn, spätestens jedoch drei Tage vor dem Erscheinungstermin.

**Anlieferadresse: Druckerei Herold, Presse-Expedit,
Faradaygasse 6, 1030 Wien,
Mo-Do 8-14 Uhr, Fr 8-12 Uhr**

Bei der Anlieferung der Beilagen bitte folgende Informationen auf Lieferschein und Palettenkarte angeben: Kundenname, Gesamtstückzahl, Beilagentitel/Stichwort, Erscheinungstag, Anliefertag, Gesamtzahl der Paletten, Lieferfirma/Spediteur. Mehrkosten durch nicht ordnungsgemäß angelieferte Fremdbeilagen werden verrechnet. Informationen zu Mindest- bzw. Maximalformaten entnehmen Sie bitte den IFRA-Bestimmungen.

Für Informationen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung:
Tel. +43/(0)1/514 14-544, disposition@diepresse.com

BEILAGEN	GEWICHT	POST/ TAUSEND	HAUSZUSTELLUNG/ TAUSEND	VERSCHLEISS & STUMMER VERKAUF/ TAUSEND
Abonnements	bis 20 g	185,-	130,-	103,-
	bis 40 g	196,-	150,-	113,-
	bis 60 g	216,-	170,-	124,-
	bis 80 g	237,-	180,-	134,-
	bis 90 g	247,-	190,-	139,-
	bis 100 g	258,-	200,-	144,-

IFRA-BESTIMMUNGEN

ANGABEN ZUM PRODUKT:

- Format
Mindestformat ist DIN A6 (105 mm x 150 mm).
Maximalformat entspricht der jeweiligen Vorgabe des Verlages („Die Presse“: 300 mm x 225 mm).
- Einzelblätter
Einzelblätter im Format DIN A6 dürfen ein Papiergewicht von 170 g/m² nicht unterschreiten.
Einzelblätter mit einem Format größer als DIN A6 bis DIN A4 müssen ein Flächengewicht von mindestens 120 g/m² aufweisen.
Größere Formate mit einem Papiergewicht von mindestens 60 g/m² sind auf eine Größe im Bereich DIN A4 (210 mm x 297 mm) zu falzen.
- Mehrseitige Beilagen
Beilagen im jeweils möglichen Maximalformat müssen einen Mindestumfang von acht Seiten haben. Bei geringerem Umfang (vier und sechs Seiten) ist ein Papiergewicht von mindestens 120 g/m² erforderlich, oder diese Beilagen sind nochmals zu falzen.
- Gewicht
Das Gewicht einer Beilage soll 40 g/Exemplar nicht überschreiten. Liegt es darüber, ist eine Rückfrage beim Zeitungsverlag erforderlich.
- Erlagscheine (mit Perforierung)
Erlagscheine im DIN-A4-Format müssen auf DIN A5 gefalzt werden und zwingend als Laser- oder Mikroperforation ausgeführt sein.

RICHTLINIEN ZUR VERARBEITUNG:

- Falzarten
Gefalzte Beilagen müssen im Kreuzbruch, Wickel- oder Mittelfalz verarbeitet sein. Leporellofalz und Altarfalz können schwerwiegende Probleme verursachen und sind deshalb nicht zu verarbeiten. Mehrseitige Beilagen mit Formaten größer als DIN A5 (148 mm x 210 mm) müssen den Falz an der langen Seite aufweisen.
- Beschnitt
Alle Beilagen müssen rechtwinkelig und formatgleich geschnitten sein. Beilagen dürfen am Schnitt keine Verblockung durch stumpfe Messer aufweisen.
- Angeklebte Produkte (z. B. Postkarten)
Postkarten sind in der Beilage grundsätzlich innen anzukleben. Sie müssen dabei bündig im Falz zum Kopf oder Fuß der Beilage angeklebt werden. Es sollte keine Punkt-, sondern nur Strichleimung angewendet werden. Außen geklebte Karten sind nicht verarbeitbar!
Bei allen Beilagen mit außen angeklebten Produkten ist eine Abstimmung mit dem Verlag notwendig. Die maschinelle Verarbeitung von Beilagen, Sonderformaten, Warenmustern oder -proben ist ohne vorherige technische Prüfung durch den Verlag nicht möglich.
- Ein- oder zweiseitige Flappen
Beilagen mit Flappen können erst nach Rücksprache und vorheriger technischer Prüfung durch unser Expedit maschinell verarbeitet werden.

10. Drahrückenheftung
Bei Drahrückenheftung soll die verwendete Drahtstärke der Rückenstärke der Beilage angemessen sein. Dünne Beilagen sollen grundsätzlich mit Rücken- oder Falzleimung hergestellt werden.

EMPFEHLUNG FÜR VERPACKUNG UND TRANSPORT:

11. Anlieferungszustand
Die angelieferten Beilagen müssen in Art und Form eine einwandfreie, sofortige Verarbeitung gewährleisten, ohne dass eine zusätzliche manuelle Aufbereitung notwendig wird.
Durch zu frische Druckfarben zusammengeklebte, stark elektrostatisch aufgeladene oder feucht gewordene Beilagen können nicht verarbeitet werden.
Beilagen mit umgeknickten Ecken („Eselsohren“) beziehungsweise Kanten, Quetschfalten oder mit verlagertem (rundem) Rücken sind ebenfalls nicht verarbeitbar.
Beilagen, die in Kartons bzw. unreift angeliefert werden, verursachen Mehrkosten, die weiterverrechnet werden müssen.
12. Lagenhöhe
Die unverschränkten, kantengeraden Lagen sollen eine Höhe von 80 bis 100 mm aufweisen, damit sie von Hand greifbar sind. Eine Vorsortierung wegen zu kleiner Lagen verursacht Mehrkosten.
13. Beilagenmenge
Es ist die bestellte Beilagenmenge inkl. 3 % Verzupfreserve anzuliefern.
14. Beilagenmuster
Bitte übersenden Sie bei Standardprodukten fünf Muster oder Blindmuster an: „Die Presse“, Vertrieb, 5. Stock, Hainburger Straße 33, 1030 Wien. Sollten Sie kein Standardprodukt beilegen, benötigen wir 400 Stück Muster für einen maschinellen Testlauf 4 Wochen vor Erscheinungstermin, bei Standardprodukten genügen 10 Stück.
15. Palettierung
Die Beilagen müssen sauber auf stabilen Paletten gestapelt sein. Beilagen sollen gegen eventuelle Transportschäden (mechanische Beanspruchung) und Eindringen von Feuchtigkeit geschützt sein. Jede Palette muss analog zum Lieferschein deutlich und sichtbar mit einer Palettenkarte gekennzeichnet sein.
Bitte die Beilagen mit der Titelseite nach unten auf die Paletten schichten, damit sie richtig im Hauptblatt liegen. Die Höhe der Palette darf 1,20 m nicht übersteigen.

RICHTLINIEN ZUR ABWICKLUNG:

16. Begleitpapiere (Lieferschein): von der „Presse“ erhältlich.
Die Lieferung von Beilagen muss grundsätzlich von einem korrekten Lieferschein begleitet sein, der folgende Angaben enthalten sollte:
- zu belegendes Objekt und Ausgaben
 - Erscheinungstermin
 - Auftraggeber der Beilage
 - Beilagentitel bzw. Motiv
 - Auslieferungstermin vom Beilagenhersteller
 - Absender und Empfänger, Anzahl der Paletten
 - Gesamtstückzahl der gelieferten Beilagen
 - Textgleichheit des Lieferscheins zur Palettenkarte
 - Raum für Vermerke.
17. Lieferkonditionen
Die Waren sind ausnahmslos verzollt, versteuert und frei Haus zu liefern. (Unfrei übersandte Waren werden nicht angenommen.)

ANLIEFERTERMIN:

Das genaue Einhalten der Anlieferungstage ist unbedingt erforderlich, da sonst die ordnungsgemäße Abwicklung gefährdet ist und Zusatzkosten entstehen können. Keinesfalls später, jedoch auch keine frühere Anlieferung, da Waren aus versicherungs- und platztechnischen Gründen nicht gelagert werden können. Wir bitten Sie, eine Anlieferung außerhalb der Annahmezeiten nur nach vorheriger telefonischer Anmeldung vorzunehmen (Tel. +43/(0)1/514 14-544).

Für später angelieferte Beilagen kann keine Garantie für eine Qualitätskontrolle und somit für eine ordnungsgemäße Verarbeitung übernommen werden.

WICHTIG Jede Abweichung von den Spezifikationen führt zu Mehrkosten, die an den Auftraggeber weiterverrechnet werden müssen.

BEILAGENGARANTIE:

95–99 % nach Auflagen gestaffelt. Es wird keine Kompensation geleistet, wenn mehrere gleiche Beilagen in einer Zeitung eingelegt werden. Für Beilagen, welche nicht der Spezifikation entsprechen, kann keine Beilagengarantie gewährt werden.

INHALTLICHE UND RECHTLICHE FREIGABE:

Jede Beilage muss inhaltlich und rechtlich durch den Verlag überprüft werden (dies bezieht sich rein nur auf die Einhaltung der Wettbewerbsbestimmungen).

Im Verlagsbereich müssen daher alle Werbemaßnahmen genauestens auf die Einhaltung der UWG-rechtlichen Bestimmungen überprüft werden. Sollte eine Anzeige, Beilage, TOC, PK oder ein Beihefter etc. ein Gewinnspiel, einen Gutschein oder Kupon beinhalten, müssen diese noch vor Fertigstellung, also im Layoutzustand, vom Verlag auf gesetzliche Konformität überprüft werden. Durch diese werblichen Aktionen darf kein theoretischer Kaufzwang entstehen. Für den Zeitungskäufer muss mindestens eine weitere gleichwertige Möglichkeit geschaffen werden, um in den allfälligen Genuss der ausgelobten Aktion oder Beigabe zu gelangen, ohne das werbetragende Produkt (= die Zeitung) kaufen zu müssen.

Sollten wir nach Anlieferung der Beilagen feststellen, dass massive rechtliche Bedenken aufgrund des zu erwartenden Klagerisikos bestehen, könnte dies unter ungünstigsten Umständen zur Konsequenz haben, dass wir die Umsetzung Ihres Auftrags nicht durchführen können. Gerne garantieren wir Ihnen in diesem Zusammenhang schriftlich eine Geheimhaltungsverpflichtung der übermittelten Informationen.

Bitte übersenden Sie uns vor Drucklegung Ihrer Beilage ein PDF zur Verarbeitungsfreigabe an doris.schiel@diepresse.com.

Wichtig: Beilagenreste werden nach dem Erscheinungstermin entsorgt.

ANLIEFERN AN:

Druckerei Herold-Expedi, Faradaygasse 6, 1030 Wien
Tel. +43/(0)1/795 94-161
Anlieferung: Mo–Do, 8–14 Uhr, Fr, 8–12 Uhr

Frühestens 10 Tage bzw. spätestens 3 Tage vor Erscheinen.

KONDITIONEN

INFO

GÜLTIGKEIT:

Nur für Umsätze innerhalb eines Jahres bei vorheriger schriftlicher Schlussanmeldung.

Nur 100-Prozent-Töchter können bei einem Konzernrabatt berücksichtigt werden. Rechnung zahlbar sofort netto nach Erhalt.

Alle Jahresumsätze exklusive 5 % Werbeabgabe und 20 % Ust. (ausgenommen sind Digitalprodukte, Eventsponsoring und Corporate Publishing)

NETTOANGABE:

Alle im Anzeigentarif No. 61 angegebenen Preise in Euro zuzüglich 5 % Werbeabgabe und 20 % USt.

MENGENRABATTE

JAHRESUMSATZ AB

UMSATZRABATTE IN %

	30.000,-	3 %
	50.000,-	5 %
	70.000,-	7 %
	100.000,-	9 %
	140.000,-	11 %
	180.000,-	12 %
	220.000,-	13 %
	260.000,-	14 %
	300.000,-	15 %

DATENANLIEFERUNG

INFO

AUSKUNFT:

Tel. +43/(0)1/514 14-581, -256, -317, -520, -548
Fax +43/(0)1/514 14-251 oder -252
disposition@diepresse.com

HTML-ZUGANG:

<http://disposition.diepresse.com>
Bequemes und günstiges Upload von Files über HTML.

TECHNISCHER KONTAKT:

Hauptblatt
Tel. +43/(0)1/514 14-409, -209, -434, -416
Schaufenster & Journale:
Tel. +43/(0)1/514 14-423

E-MAIL:

disposition@diepresse.com
Daten für Hauptblatt, Schaufenster und Sonderjournale
Bitte geben Sie in der Betreffzeile Erscheinungstermin, Kundename und Größe an.

DATENTRÄGER + PROOFS:

Per Post an: „Die Presse“ M.S.C. GmbH & Co KG, z.Hd. Disposition, Hainburgerstrasse 33, 1030 Wien

DRUCKSPEZIFIKATIONEN

HAUPTBLATT-PRODUKTION

Zeitungsrotationsdruck
48er-Raster
Auflösung von Bildern: 200 dpi
Auflösung von Bitmap-Bildern: 600 dpi
Farbprofil*: ISOnewspaper26v4
Farbmodus: CMYK
max. Farbauftrag: 240 %
max. Schwarz: 95 %
Tonwertzunahme: 23 %
druckender Tonwertbereich: 5 %–95 %
Datenformate: EPS, EPS-JPG, TIFF, PDF
Druckfarbe: Euroskala Zeitung
Haarlinien: positiv mind. 0,3 pt,
negativ/gerastert mind. 0,5 pt,
keine „Haarlinien“

SCHAUFENSTER-PRODUKTION

Rollenoffsetdruck
Papier Kern: MFC 65 g
Papier Umschlag: Bilderdruck 135 g
60er-Raster
Auflösung von Bildern: 300 dpi oder
120 lpi
Auflösung von Bitmap-Bildern: 800 dpi
Farbprofil*: Papier Kern:
PSO_MFC_Paper_eci
Farbprofil*: Papier Umschlag:
ISOcoated_v2
Farbmodus: CMYK
max. Farbauftrag: 300 %
max. Schwarz: 97 %
Tonwertzunahme: bei 40 % = +20 %
bei 85 % = +13 %
druckender Tonwertbereich: 3 %–97 %
Datenformate: EPS, EPS-JPG, TIFF, PDF

SPECIAL-INTEREST-MAGAZINE-PRODUKTION

Rollenoffsetdruck
Papier Umschlag und Kern: MFC 65 g
60er-Raster
Auflösung von Bildern: 300 dpi oder
120 lpi
Auflösung von Bitmap-Bildern: 800 dpi
Farbprofil*: Papier Kern: PSO_MFC_Paper_eci
Farbmodus: CMYK
max. Farbauftrag: 300 %
max. Schwarz: 97 %
Tonwertzunahme: bei 40 % = +20 %
bei 85 % = +13 %
druckender Tonwertbereich: 3 %–97 %
Datenformate: EPS, EPS-JPG, TIFF, PDF

* Die Farbprofile sind unter DiePresse.com/druckunterlagen zu finden.

„Die Presse“ druckt nach den derzeit gültigen Richtlinien der IG Austria Druckstandard Zeitungen. 

Produktionsbedingt kann der Passer kleine Abweichungen aufweisen, ohne dass der gute visuelle Gesamteindruck beeinträchtigt wird. Wir kontrollieren die Druckproduktion laufend. Die schnell laufenden Zeitungsdruckmaschinen bedingen jedoch, dass innerhalb der Kontrollintervalle Exemplare mit Abweichungen von maximal +/-0,15 mm auftreten können.

VORGABEN ZUR DRUCKUNTERLAGENERSTELLUNG

DATENVERSAND

Bitte komprimieren Sie Ihre offenen Daten (.zip, .sit, .sea) und benennen Sie das File mit dem Erscheinungstermin Ihrer Einschaltung und eventuell mit Formatangabe kundennamen_erscheinungsdatum(TTMMJJ)_format.zip (z. B. kundennamen_150709_266x420.zip).

PDF

Erstellen Sie ein PDF/X-1a ohne Schmuckfarben mit der jeweils benötigten Bildauflösung: Hauptblatt 200 dpi, Magazine 300 dpi. Im Adobe Acrobat Professional ab der Version 7 können Sie Ihr Dokument selbst unter dem Menüpunkt Preflight auf PDF/X-Tauglichkeit prüfen. Ihr PDF muss alle Schriften eingebunden haben, Farbraum nur CMYK. Weitere Informationen zur PDF-Erstellung und PDF-Kontrolle sowie fertige Distiller-Settings und PDF-Export-Einstellungen aus InDesign stellen wir unter:

DiePresse.com/druckunterlagen zur Verfügung.

SCHRIFTGRÖSSE

Bei kleinen Schriften wird keine Gewähr hinsichtlich der Lesbarkeit übernommen. Farbige bzw. negative Schriften sollten daher mit mindestens 6 pt im fetten Schriftschnitt ohne Serifen gewählt werden. Tipp: Machen Sie auf Ihrem Drucker einen Testausdruck mit niedriger Auflösung.

OFFENE DATEIEN

Wenn Sie uns Ihre offenen Dateien (z. B. InDesign) schicken, vergessen Sie bitte die Schriften nicht und betten Sie die Bilddateien ein. Bei Übersendungen offener Daten müssen wir die Selbstkosten von € 60,- in Rechnung stellen.

Reparaturen und Mehraufwand: Sollten bei der Weiterverarbeitung Ihrer Daten Reprokosten anfallen, werden diese zum Selbstkostenpreis weiterverrechnet. Bitte beachten Sie weiters, dass der technische Aufwand durch den Austausch von bereits im Workflow bearbeiteten Daten € 40,- pro Inserat in Rechnung gestellt werden muss.

PHOTOSHOP

Bitte speichern Sie Ihre Bilddateien nur als TIFF oder EPS ohne LZW-Komprimierung. Verwenden Sie nach Möglichkeit keine JPEG-Dateien! Bedenken Sie, dass RGB-Bilder im 4-Farb-Druck anders aussehen können als bei Ihnen auf dem Bildschirm.

FARBDRUCK

Um originalgetreue Farben im Druck zu erzielen, benötigen wir ein Proof nach ISO-Norm oder einen Andruck. Auf Wunsch erstellt „Die Presse“ ein verbindliches Proof um € 25,- zuzüglich Steuern.

INSERATENGRÖSSE

Bei Größenunterschieden bis zu +/-5 % ist der Verlag berechtigt, das Sujet entsprechend der Buchung anzupassen.

VERLAGSBESTIMMUNGEN

1. Für den Inhalt jeder Anzeige haftet der Auftraggeber. Der Auftraggeber garantiert, dass das Inserat gegen keinerlei rechtliche Vorgaben, nicht gegen das Ansehen des Auftragnehmers oder die gute Sitten verstößt, technischen Anforderungen genügt, er alle rechtlichen Bestimmungen einhält (z.B. UWG, Abgabe lt. GlücksspielG) und alle notwendigen Rechte inne- bzw. eingeräumt erhalten hat und daher Rechte Dritter (z. B. Immaterialgüterrechte wie Urheber-, Markenschutzrechte bei Fotos, Grafiken, Tonträger, Videobänder usw) nicht verletzt werden. Der Auftraggeber des Inserats garantiert daher beispielsweise bei Anbot gewerblicher Dienstleistungen die gesetzliche Verpflichtung zur Kennzeichnung seines Unternehmens gem. § 63 GewO einzuhalten. Sollte der Auftraggeber dieser Kennzeichnungspflicht nicht nachkommen, behält sich der Verlag vor, die Annahme des Inserats abzulehnen bzw. bei begründetem Verdacht eines Gesetzesverstößes, Namen und Anschrift des Auftraggebers auf Anfrage dem Schutzverband gegen unlauteren Wettbewerb sowie den gem. § 14 Abs 1 zweiter und dritter Satz UWG klagebefugten Einrichtungen mitzuteilen. Der Verlag behält sich vor, Werbemaßnahmen, die vom Österreichischen Werberat beanstandet wurden, nicht abzubilden (einschließlich des sofortigen Stopps einer bereits laufenden Werbekampagne). Der Verlag kann aus diesem Grund auch von rechtsverbindlich angenommenen Aufträgen zurücktreten. Der Auftraggeber hält den Verlag hinsichtlich aller Ansprüche, die auf das erschienene Inserat gegründet werden, vollkommen schad- und klaglos. Der Verlag ist zu einer entsprechenden Prüfung des Inserates oder eines dagegen vorgebrachten Veroffentlichungsbegehrens nicht verpflichtet, jedoch berechtigt, rechtlich notwendige Adaptionen eines Inserates auch ohne vorherige Rücksprache mit dem Auftraggeber durchzuführen. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge ohne Angabe von Gründen abzulehnen.
2. Werden Anzeigen telefonisch aufgegeben oder telefonisch Textänderungen veranlasst, dann übernimmt der Verlag keine Haftung für die Richtigkeit der Wiedergabe.
3. Druckfehler, die den Sinn eines Inserates nicht wesentlich beeinträchtigen, begründen keine Ersatzansprüche dem Verlag gegenüber. Der Verlag haftet, sofern er für Schäden einzustehen hat, nur bei grober Fahrlässigkeit und Vorsatz. Eine weitergehende Haftung, insbesondere für entgangenen Gewinn, Zinsverlust, mittelbare und Folgeschäden, Schäden Dritter etc., ist ausdrücklich ausgeschlossen. Jedenfalls ist die Haftung der Höhe mit dem Betrag des Preises für den betreffenden Auftrag begrenzt.
4. Für Satzfehler und andere Mängel in vom Auftraggeber beigegebenen Manuskripten, Filmen, reprofertigen Vorlagen, Fremdbeilagen und Sonderwerbformen haftet ausschließlich der Auftraggeber. Den Verlag trifft keine Prüf- und/oder Hinweispflicht
5. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch und gegen Kostenersatz hergestellt. Bei nicht fristgerechter Rückstellung solcher Abzüge gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt. Kosten für erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen und für die Lieferung vom Verlag anzufertigender Copsys, Filme oder grafischer Arbeiten hat der Auftraggeber zu tragen.
6. Platzierungswünsche werden nach Möglichkeit berücksichtigt, stellen für den Verlag jedoch keine Verpflichtung dar. Der Ausschluss von Mitbewerbern kann nur für zwei gegenüberliegende Seiten vereinbart werden.
7. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden vom Verlag gemäß § 26 Mediengesetz gekennzeichnet.
8. Der Verlag lehnt jede Haftung für Schäden, die durch Nichterscheinen eines Inserates oder einer Fremdbeilage an einem bestimmten Tag oder durch Druckfehler und Ähnliches entstehen, ab.
9. Bei Nichtlieferung ohne Verschulden des Verlages (infolge Streiks, Beschlagnahme, Transportunfall, Maschinenschaden usw.) entstehen keine Ansprüche dem Verlag gegenüber.
10. Auftraggeber von Chiffreanzeigen sind für die zeitgerechte und vollständige Rückstellung von den Chiffrebriefen beigelegten Unterlagen verantwortlich. Einsendungen, durch die der verlags-eigene Chiffredienst missbraucht wird, werden nicht ausgefolgt. Der Verlag übernimmt ferner keine eingeschriebenen Chiffrebriefe und haftet in keinem Fall für in Verlust geratene Einsendungen oder für deren verzögerte Weitergabe.
11. Aufträge werden vom Verlag auf Wunsch bestätigt. Mündliche Aufträge, die nicht schriftlich bestätigt werden, binden den Verlag nicht.
12. Die im Anzeigentarif angeführten Mengenrabatte werden nur für die innerhalb eines Kalenderjahres erscheinenden Anzeigen eines Werbungtreibenden gewährt. Der Werbungtreibende erhält nur dann rückwirkend einen Nachlassanspruch auf alle seine während eines Kalenderjahres tatsächlich abgenommenen Anzeigen, wenn er von Beginn dieses Jahres an einen Gesamtauftrag abgeschlossen hat, der aufgrund des vorliegenden Tarifs die Nachlassgewährung begründet.
13. Wird ein derartiger Auftrag aus Gründen, die der Verleger nicht zu vertreten hat, nicht erfüllt, so hat der Auftraggeber – unbeschadet sonstiger Rechtspflichten – den Unterschied zwischen dem gewährten Nachlass und jenem, der der effektiven Abnahme entspricht, dem Verleger zurückzuerstatten. Bei Konkurs oder Ausgleich des Auftraggebers entfällt der Nachlass.
14. Fällt ein gesetzlicher Feiertag auf einen Samstag, so werden für den davorliegenden Freitag gebuchte Anzeigen mit dem Samstagstarif verrechnet.
15. Unsere Rechnungen sind sofort nach Erhalt ohne Skontoabzug zu begleichen. Bei Zahlungsverzug werden gesetzliche Verzugszinsen laut § 352 UGB verrechnet.
16. Bei Stornierungen von Anzeigenaufträgen und Beilagenbuchungen (soweit dies für den Verlag technisch noch möglich ist) verrechnen wir eine Stornogebühr.
Hauptblatt: Bei Stornos bis 1 Monat vor Erscheinen beträgt die Gebühr 10 % vom Tarifwert der Buchung, bis 2 Wochen vor Erscheinen 30 %, ab 1 Woche vor Erscheinen 50 %, 3 Tage vor Erscheinen den gesamten Tarifwert. Bei Magazinen, Schaufenster und Sonderproduktionen: Bei Stornos bis 2 Wochen vor Erscheinen beträgt die Gebühr 50 %, ab 2 Wochen vor Erscheinen den gesamten Tarifwert. Eine Stornierung von Folgeaufträgen nach der ersten Schaltung ist nicht mehr möglich.
17. Inserate (auch in Beilagen) dürfen lediglich Eigenwerbezwecken dienen. Eine Weitergabe an Dritte, sohin Fremdinserte, bedarf der ausdrücklichen vorherigen schriftlichen Zustimmung des Auftragnehmers. Bei Zuwiderhandeln hat der Auftraggeber als verschuldensunabhängige Pönale den zweifachen Tarifwert der Buchung bei jedem Verstoß unverzüglich zu bezahlen. Weitergehende Ansprüche des Verlages (z. B. Schadenersatz) bleiben davon unberührt.
18. Rechnungsreklamationen können nur innerhalb von 14 Tagen nach Rechnungslegung anerkannt werden.
19. Mängelrügen sind bei sonstigem Ausschluss der Gewährleistung schriftlich innerhalb von acht Tagen geltend zu machen.
20. Bei Zahlungsverzug können laufende und weitere Aufträge des Säumlings bis zur Bezahlung des fälligen Betrages zurückgestellt werden.
21. Bei Preisänderungen tritt der neue Tarif auch für laufende Aufträge sofort in Kraft.
22. Immaterialgüterrechte: Das Eigentum und Rechte an Idee, Konzeption, Gestaltung, Layout, Titel, Text, Fotos, etc. an vom Verlag gestalteten Sujets verbleiben beim Verlag, sofern mit dem Auftraggeber im Einzelfall nicht ausdrücklich schriftlich etwas anderes vereinbart wird. Dieses Anzeigensujet darf daher lediglich in der Presse Print, auf diepresse.com und/oder ausdrücklich vom Verlag gestatteten Medien in unveränderter Weise veröffentlicht werden. Jegliche auch nur teilweise Bearbeitung, Vervielfältigung, und/oder anderweitige Veröffentlichung, Verbreitung und/oder Verwertung des Anzeigensujets bedarf der ausdrücklichen schriftlichen Zustimmung des Verlages.
23. Erfüllungsort und ausschließlicher Gerichtsstand ist Wien. Es gilt österreichisches Recht unter Ausschluss der Verweismenormen des österreichischen internationalen Privatrechts und des UN-Kaufrechtsübereinkommens.
24. Der Auftraggeber stimmt ausdrücklich zu, per Telefon, Fax, E-Mail, SMS etc. auch in Form von Massensendungen und auch zu Werbezwecken über Aktionen des Verlages kontaktiert zu werden. Diese Zustimmung kann jederzeit widerrufen werden.

TARIFE 2012



„DIE PRESSE“-APP

E-PAPER

- Zeitungslayout
- Vorabendausgabe
- Inhalt
- Lesemodus
- Seitenübersicht

+ FEATURES

- Klick
- Nachlaufband
- Zoom



AKTUELLER WEBNAHER BEREICH

Schlagzeilen

Themen

Bildergalerien

- Politik
- Wirtschaft
- Panorama
- Kultur
- Tech
- Sport
- Leben
- Bildung

+ FEATURES

- AAA Schriftgröße anpassbar
- Artikel teilen
- Artikel kommentieren
- Artikel suchen

Webservices



DiePresse.com

Die Presse.com



DIEPRESSE.COM

INFO

Mit Werbung auf DiePresse.com erreichen Sie die hochwertigsten Zielgruppen. Geboten werden aktuelle Nachrichten und Themenschwerpunkte für die Entscheidungsträger von heute und morgen: von Politik und Wirtschaft bis Kultur und Freizeit. In der gewohnten Qualität der „Presse“.
Tel. +43/(0)1/514 14-264, Fax +43/(0)1/514 14-560
sales@diepresse.com

PLATZIERUNGSMÖGLICHKEITEN:

Channels: Startseite, Politik, Wirtschaft, Panorama, Kultur, Tech, Sport, Leben (inkl. Reise, Wohnen, Motor), Bildung, Wissenschaft, Gesundheit, Recht, Spectrum, Meinung, Immobilien, Urlaub.

Karriere.DiePresse.com, Schaufenster.DiePresse.com, Lehrer.DiePresse.com

Run over site (ROS): Buchung quer über den gesamten Dienst einer Webseite ohne Präferenz auf Themen. Bei Buchung von mindestens 4 Channels gelten ROS-Preise.

MINDESTBUCHUNG:

Pro Kampagne: 500,- Euro, sonst 15 % Aufschlag für Administration, Abwicklung und Reporting.

PREDICTIVE BEHAVIORAL TARGETING:

Dabei werden Messdaten aus dem Surfverhalten mit Befragungs- oder Registrierungsdaten einiger Internetnutzer

kombiniert. Diese Verknüpfung liefert geschätzte Angaben zu Alter, Geschlecht und Produktinteressen und wird mithilfe mathematischer Algorithmen auf die Gesamtheit der Websteubesucher übertragen.

VORLAUFZEITEN:

Wenn nicht schriftlich anders vereinbart, gilt bei Standardwerbeformen eine Vorlaufzeit von drei Werktagen. Bei Advertorials, Rich Media, Flash, DHTML, Streaming oder ähnlichen Werbeformen gilt eine Vorlaufzeit von fünf Werktagen. Die Werbemittellanlieferung erfolgt ausschließlich per E-Mail an sales@diepresse.com

STORNO:


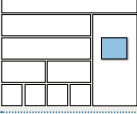


Eine Stornierung bis zehn Werktage vor Start der Kampagne ist kostenlos. Danach wird eine Stornogebühr in der Höhe von 50% der noch nicht ausgelieferten Kampagne verrechnet. Eine zeitliche Verschiebung der Kampagne um mehr als einen Monat stellt ein Storno dar.

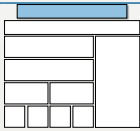
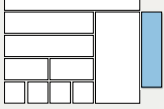
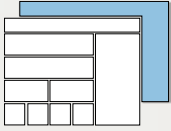
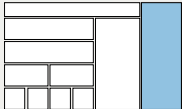
Alle angegebenen Preise für DiePresse.com verstehen sich exklusive 20% USt.

Es gelten die unter DiePresse.com/agb publizierten AGBs von „Die Presse“ Digital GmbH & Co KG.

STANDARD-WERBEFORMEN


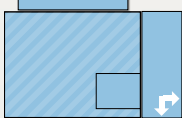


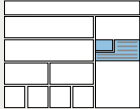
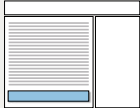
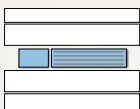
Dateiformate: GIF, JPEG, Flash, HTML Dateigröße: max. 40 KB

FORMATBEZEICHNUNG	FORMAT Pixel (BxH)	CHANNEL	ROS PREIS/TKP	BEHAVIORAL TARGETING	STARTSEITE (Fixplatzierung)
 Button	120 x 90		10,- 5,-	7,-	800,- (Fixpreis/Tag)
 Rectangle	180 x 150		20,- 10,-	13,-	1.600,- (Fixpreis/Tag)
 Medium Rectangle	300 x 250	Sichtbarer Bereich	30,- 20,-	25,-	2.400,- (Fixpreis/Tag)
		Scroll Bereich	10,-	13,-	
 Fullbanner	468 x 60		20,- 10,-	13,-	1.600,- (Fixpreis/Tag)

FORMATBEZEICHNUNG	FORMAT Pixel (BxH)	CHANNEL	ROS	BEHAVIORAL TARGETING	STARTSEITE (Fixplatzierung)	
			PREIS/TKP			
Superbanner	 728 x 90		30,-	20,-	25,-	2.400,- (Fixpreis/Tag)
Skyscraper	 160 x 600		30,-	20,-	25,-	2.400,- (Fixpreis/Tag)
L-Ad	 Superbanner (horizontal auf der Seite) wird mit Skyscraper (rechts daneben) verbunden. Skyscraper schließt mit linkem Rand an den rechten Rand des Superbanners an. Je 40 KB		50,-	40,-	50,-	4.000,- (Fixpreis/Tag)
Halfpage Ad	 300 x 600		40,-	30,-	38,-	3.200,- (Fixpreis/Tag)

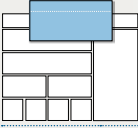
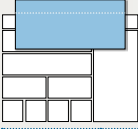
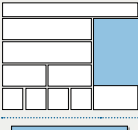
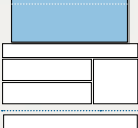
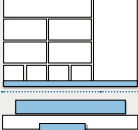
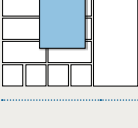
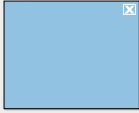
SONDER-WERBEFORMEN

* BEHAVIORAL TARGETING

FORMATBEZEICHNUNG	FORMAT Pixel (BxH)	CHANNEL	ROS	B. T.*	STARTSEITE	
			PREIS/TKP			
Sitebar	 auf Anfrage		50,-	40,-	50,-	4.000,- (Fixpreis/Tag)
Site-Branding	 auf Anfrage		105,-	95,-	120,-	8.400,- (Fixpreis/Tag)
Sitelink/ Advertorial	 Teaser: Bild 500 x 300 Dateiformate: GIF, JPEG Text: 250 Zeichen inkl. Leerzeichen		40,-	30,-	38,-	3.200,- (Fixpreis/Tag)
Sitelink/ Advertorial	 Artikel: 2 Bilder 500 x 300 Text: ca. 2.000 Zeichen inkl. Leerzeichen		Set-up/Artikel einmalig Sujetwechsel			500,- 200,-
Small Sitelink	 Bild: 288 x 100 Text: max. 150 Zeichen inkl. Leerzeichen		20,-	10,-	13,-	1.600,- (Fixpreis/Tag)
Forumsbox	 Banner: 468 x 60 Dateiformate: GIF, JPEG Dateigröße: max. 40 KB Bild: 500 x 300 Dateiformate: GIF, JPEG Text: 250 Zeichen inkl. Leerzeichen			5,-	7,-	
Newsletter- Werbung	 HTML-Version: siehe Fullbanner Bild/Text: siehe Sitelink					1.500,- (Fixpreis/Woche) ca. 100.000 Newsletter/Woche ca. 40.000 Abonnenten

LAYER-WERBEFORMEN

Dateiformate: GIF, JPEG, Flash, HTML Dateigröße: max. 40 KB

FORMATBEZEICHNUNG	FORMAT Pixel (BxH)	CHANNEL	ROS PREIS/TKP	BEHAVIORAL TARGETING
 Flapbanner	468 x 60 Flap bis max. 400 Pixel		70,- 60,-	75,-
 Flap Superbanner	728 x 90 Flap bis max. 400 Pixel		70,- 60,-	75,-
 Flap-Skyscraper	160 x 600 Flap bis max. 400 Pixel		70,- 60,-	75,-
 iTV	728 x 90 Mouse-over Flap bis max. 400 Pixel (die Seite wird nach unten verschoben)		50,- 40,-	50,-
 Flashbar	auf Anfrage		50,- 40,-	50,-
 Layer Ad/ Interstitial	 auf Anfrage Bei Fullscreen beträgt die Schaltungslänge max. 5-7 Sek.		150,- 140,-	
DHTML-Sonderformate	auf Anfrage		140,- 80,-	

ONLINE-SPECIALS/THEMENSCHWERPUNKTE: Preise auf Anfrage

GEWINNSPIELE: Preise auf Anfrage

AUFSCHLÄGE

Sound Mouse-over: kostenlos

Sound automatisch: 50 % Aufschlag auf Basis TKP

Frequency Capping: kostenlos

Geo-, IP- oder Zeit-Targeting: kostenlos

Endgeräte Targeting: auf Anfrage

OTP AT-Netzwerk (DiePresse.com ist Partner der Open Targeting Plattform):

15 % Aufschlag auf den Behavioral Targeting TKP. Buchungsdetails auf Anfrage.

IN-STREAM VIDEO AD



Werbespots können vor dem vom User gewählten Video (Pre-Roll), innerhalb (Mid-Roll) oder nach dem Video (Post-Roll) eingeblendet werden.

Preise und Formate auf Anfrage

MOBILE

HANDY

Smartphone, BlackBerry, iPhone,...

FORMATBEZEICHNUNG	FORMAT Pixel (BxH)	Channel/ Endgerätargeting PREIS/TKP	ROS
Mobilversion	 Mobile Banner: XL-Banner: 300 x 50 (max. 5 KB) L-Banner: 216 x 36 (max. 3 KB) M-Banner: 168 x 28 (max. 2 KB) S-Banner: 120 x 20 (max. 1 KB)	40,-	30,-
App-Banner	 320 x 50 Pixel max 15 KB Dateiformate: JPG, GIF, PNG, HTML5	40,-	30,-

INFO

„Die Presse“-App für Smartphones (iPhone, Android, ...) eröffnet Kunden der „Presse“ spannende neue Werbemöglichkeiten.

In der App-Ausgabe der Zeitung sind ganzseitige Werbeschaltungen möglich, die direkt mit der Landingpage des Kunden verlinkt sind. Mit einem Klick auf das Inserat erhalten die Leser Zusatzinfos zum Produkt bzw. zur dargestellten Werbebotschaft. Diese können auch auf TKP-Basis in der webnahen Version gebucht werden.

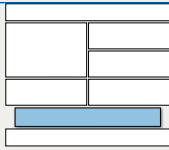
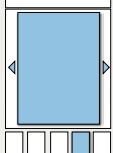
Zusätzlich sind auch Banner in der webnahen Variante möglich! Formate siehe unten.

„Die Presse“ im App Store: DiePresse.com/app

„Die Presse“ im Android Store ab dem 1. Quartal 2012 erhältlich.

TABLET

iOs, Android,...

FORMATBEZEICHNUNG	FORMAT Pixel (BxH)	ROS PREIS/TKP
„Die Presse“-App: webnahe Version/Nachrichten	 App-Banner: 728x90 px, max. 40 KB Dateiformate: JPG, GIF, PNG, HTML5 Zwischenseite: Interstitial (1b-Seite) Format: *)	40,- 90,-
„Die Presse“-App: printnahe Version/E-Paper	 Zwischenseite: Interstitial (1b-Seite) Format: *) Nachrichten (Ifd. Aktualisierung) E-Paper Fixplatzierung	Preis auf Anfrage

*) INTERSTITIAL (1B-SEITE) FORMATE:

iPad: 768x960 px (Portrait), 1024x704 px (Landscape), max. 100 KB, JPG, RGB, HTML5, Werbekennzeichnung

iPhone: 320x416 px (Portrait) bzw. 480x268 px (Landscape), max. 50 KB, JPG, RGB, Werbekennzeichnung

Thumbnail: 120x180 px, max. 10 KB, JPG, RGB

- Einbindungsmöglichkeit ab Seite 2. In 4-Seiten-Abständen werden weitere Interstitials eingebunden.
- Darstellung der Kunden-Website muss am Tablet kontrolliert bzw. wenn notwendig optimiert werden.

PORTALE

KARRIERE PORTAL

EINZIGARTIGE TECHNOLOGIE.

Das Job-Portal der „Presse“ ermöglicht das Suchen und „Matchen“ von Positionen und Menschen auf Basis eines semantischen Algorithmus. Mit der sogenannten JOB NAVI³, einer semantischen, selbstlernenden Suchfunktion, werden Arbeitnehmern über ein ausgefeiltes Datenbank-System vakante Stellen vollkommen automatisiert vorgeschlagen. Der bequeme Anzeigen- und Lebenslauf-Upload setzt neue Standards in der computer-unterstützten Dokumentenauswertung und -verarbeitung.

Mit JOB NAVI³, dem neuen Karriereportal, ist es unvorstellbar einfach, die richtige Stelle zu finden.

DER IDEALE WERBEPLATZ.

Stellenmarkt: Jobsuche

Karrieren: Karrieretipps, Weiterbildung, Persönlichkeiten, Karriere-News



CI-ANZEIGEN

Anzeigenlaufzeit: 30 Tage, Veröffentlichung im gesamten Jobs&Karriere-Netzwerk von DiePresse.com, kleinezeitung.at und willhaben.at

1 Anzeige 3 Anzeigen 5 Anzeigen

CI-Jobanzeige

490 € 1.370 € 2.120 €

Optional: CI-Jobanzeige (Selfservice)

440 € 1.220 € 1.870 €

Erstellung eines CI-Anzeigen-Templates

75 € pro Vorlage

BEWERBERANFRAGEN

Kontingente 12 Monate gültig

1 Anfrage 10 Anfragen 20 Anfragen

Bewerberanfragen

20 € 180 € 360 €

Stand Jänner 2012, alle Preise exkl. Ust

ZUSATZPRODUKTE



Startseite
Karriere.DiePresse.com

- 1 Unternehmen der Woche**
(Laufzeit: 7 Tage) um 390 €
- 2 Topjobs der Woche**
(Laufzeit: 7 Tage) um 180 €



Firmensuche auf
Karriere.DiePresse.com

- 1 Topunternehmen**
(Laufzeit: 60 Tage)
um 100 €



Ergebnisliste (im gesamten Karriernetzwerk)

- 1 Top-Position – ergebnisrelevante Ausspielung**
(Laufzeit: 7 Tage) um 120 €
- 2 Highlight – mehr Aufmerksamkeit für Ihre Anzeige**
30 €/Monat

PORTALE/CHANNELS

SCHAUFENSTER

Das Schönste aus Mode, Beauty, Design, Gourmet, Reise und Gesellschaft gibt es rund um die Uhr - auf Schaufenster.DiePresse.com. Mit dem Online-Pendant präsentiert sich das „Schaufenster“ nun auch allen UserInnen als Guide für das schöne Leben abseits von Job und grauem Alltag. Die Webseite liefert ein „Best of“ aus der Welt des Lifestyles.

Schaufenster.DiePresse.com



LEHRER

Das Lehrerportal bietet Meinungs austausch über die österreichische Bildungszukunft, Informationen über aktuelle Weiterbildungsmöglichkeiten und Veranstaltungen im Bildungssektor sowie Literaturtipps für Pädagogen. Primäre Zielgruppe sind Lehrer, Direktoren und andere im Bildungssektor tätige Personen (vom Schulpsychologen bis zum Erwachsenenbildner) sowie alle an Bildungsthemen Interessierten.

Lehrer.DiePresse.com



DIEPRESSE.COM/URLAUB

Gewinnen Sie neue Gäste mit der Reiseplattform von DiePresse.com

BUCHBARE JAHRESPAKETE:

- 1 Reiseangebot € 398,-
- bis 10 Reiseangebote € 1.193,- (3 + 7 Reiseangebote gratis)
- bis 50 Reiseangebote € 2.386,- (20 + 30 Reiseangebote gratis)

VORTEILE:

- Eigenständiges Einstellen Ihrer Reiseangebote auf DiePresse.com/urlaub.
- Der Channel kann von jedem Reiseanbieter – vom Privatzimmervermieter bis zum Reiseveranstalter – genutzt werden.
- Eingabe konkreter Reiseangebote mit Preis (keine allgemeine Imagewerbung) – die Angebote können jederzeit gewechselt werden!
- Alle Reiseangebote erscheinen auf DiePresse.com/urlaub
- Fixplatzierte Serviceelemente auf DiePresse.com verweisen mit Reiseangeboten aus der Datenbank auf das Reiseportal

UPGRADEMÖGLICHKEITEN:

Zusätzlich können Ihre Reiseangebote auch auf der Reise-Plattformen der OÖN und/oder SN und/oder Kleinen Zeitung veröffentlicht werden. Preis auf Anfrage.

DIEPRESSE.COM/URLAUB



GLOSSAR

AD IMPRESSIONS (AIS)

Ad Impressions bezeichnen die Sichtkontakte mit dem auf einer Webseite integrierten Online-Werbemittel.

BANNER

Ein grafisch gestaltetes Online-Werbemittel (auch als Werbebanner bezeichnet) auf einer Website. Wird der Banner angeklickt, erscheint ein Link zur Seite des Werbetreibenden.

Die vom IAB-Austria vorgegebenen Formate und Standards finden Sie unter:

<http://www.iab-austria.at/standards/IAB-Standards.html>

http://www.iab-austria.at/standards/Formate_Verwendungen.html

FLASH

Software, die es ermöglicht, Animationen zu erstellen und im Webbrowser abzuspielen.

FREQUENCY CAPPING

Genaue Steuerung der Kontaktdosis je User und Kampagne. Die Häufigkeit der Werbeeinblendung erfolgt datenbankgestützt und kann individuell ausgespielt werden (z.B. ein Mal pro Tag und Client).

GIF (GRAPHIC INTERCHANGE FORMAT)

Englische Bezeichnung für ein Format für den Austausch von Bilddateien. GIF ist ein rechnerunabhängiges Dateiformat für Grafiken und Bilder.

HTML (HYPERTEXT MARKUP LANGUAGE)

Plattformunabhängige „Sprache“, die zur Erstellung von Webseiten verwendet wird. HTML-Anweisungen, auch Tags genannt, stehen in einem Dokument in spitzen Klammern. Die Anweisungen in HTML werden vom Browser interpretiert und auf dem Bildschirm umgesetzt. Dies ermöglichte erst die Entwicklung des World Wide Web.

JPG, JPEG (JOINT PHOTOGRAPHIC EXPERTS GROUP)

Standardformat des WWW für fotorealistische Bilder. Das JPEG-Format eignet sich besonders zum Speichern von fotorealistischen Bildern mit vielen Farbnuancen.

NEWSLETTER

Regelmäßig erscheinende Information, die an einen elektronischen Verteiler versendet wird. Newsletter-Abonnenten können mit verschiedenen Beiträgen zu verschiedenen Themen bedient werden. Newsletter werden als Marketinginstrument, Informationsmedium und zum Zweck der Kundenbindung eingesetzt.

PAGE IMPRESSIONS (PIS)

Page Impressions bezeichnen die Anzahl von Abrufen einer Webseite durch einen Benutzer. Page Impressions sind ein wichtiges Maß zur Bewertung der Reichweite von Werbemaßnahmen im Internet.

PRE-, MID- UND POST-ROLLS

Pre-Rolls werden vor dem eigentlichen Video Content ausgespielt.

Mid-Rolls werden ähnlich wie in TV-Werbepausen zwischen den Video Content gelegt. Dabei sind mehrer Mid-Roll-Slots möglich.

Post-Rolls werden nach dem Content ausgespielt.

TKP (TAUSEND-KONTAKT-PREIS)

Die Kosten für 1.000 Sichtkontakte mit Ihrem Werbemittel.

TARGETING

Unter Targeting versteht man zielgruppenorientierte Werbung. Ziel des Targetings ist die Maximierung des Wirkungsgrades von Online-Werbung. Dies wird unter anderem durch eine Einschränkung der Zielgruppe und damit verbundener Verringerung von Streuverlusten erreicht.

UNIQUE CLIENT (UC)

Das ist ein von mindestens einer Person verwendetes Endgerät (PC, PDA, Mobiltelefon etc.), von dem aus auf die Website mittels eines Browsers zugegriffen wird. Ein Unique Client kann von mehreren Personen bedient werden (z. B. Familien-PC), eine Person (= Unique User) kann andererseits auch auf mehrere Unique Clients zugreifen (z. B. PC zu Hause und am Arbeitsplatz).

