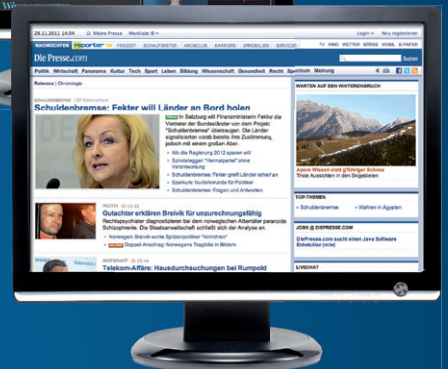
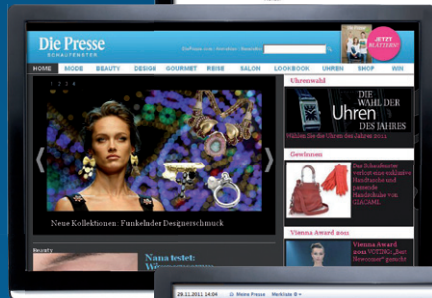


TARIFE 2012



„DIE PRESSE“-APP

E-PAPER

- Zeitungslayout
- Vorabendausgabe
- Inhalt
- Lesemodus
- Seitenübersicht

+ FEATURES

- Kiosk
- hochauflösend
- Zoom



AKTUELLER WEBNAHER BEREICH

Schlagzeilen

Bildergalerien

+ FEATURES

- AAA Schriftgröße anpassen
- Artikel teilen
- Artikel kommentieren
- Artikel suchen

Themen

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

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:


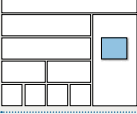


Eine Stornierung bis zehn Werktage vor Start der Kampagne ist kostenlos. Danach wird eine Stornogebühr in der Höhe von 50% der noch nicht ausgelieferten Kampagne verrechnet. Eine zeitliche Verschiebung der Kampagne um mehr als einen Monat stellt ein Storno dar.

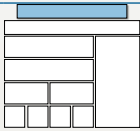
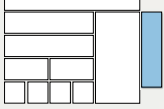

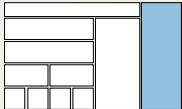
Alle angegebenen Preise für DiePresse.com verstehen sich exklusive 20% USt.

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

STANDARD-WERBEFORMEN


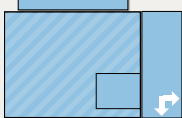


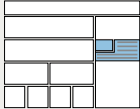
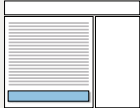
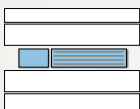
Dateiformate: GIF, JPEG, Flash, HTML Dateigröße: max. 40 KB

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 Scroll Bereich	30,- 10,-	20,- 13,-	2.400,- (Fixpreis/Tag)
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)

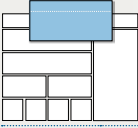
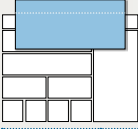
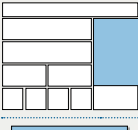
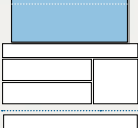
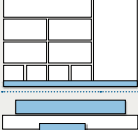
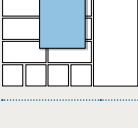
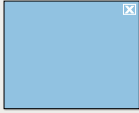
SONDER-WERBEFORMEN

* 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.

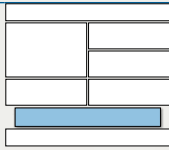
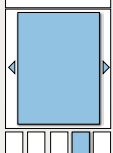
Zusätzlich sind auch Banner in der webnahen Variante möglich! Formate siehe unten.

„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

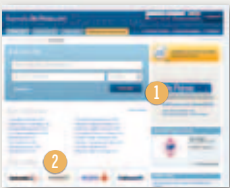
1 Anfrage 10 Anfragen 20 Anfragen

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).

