

Desktop und mobil gleiches Targeting möglich

Targetingmöglichkeiten im STANDARD.

Treffsicher – nahezu ohne Streuverlust

Drei verschiedene Arten des Targetings

Targeting hilft Ihnen dabei, eine definierte Zielgruppe möglichst genau anzusprechen.

Die Relevanz des Werbemittels erhöhen und den Streuverlust so gering wie möglich halten. Targeting kann in drei verschiedenen Varianten erfolgen.

Technisches Targeting

| | |
|---------|---------------|
| iPhone | Android-Phone |
| Windows | macOS |
| Wien | Salzburg |
| Sport | ... |

- ≡ Beim **Technischen Targeting** sind sämtliche Einschränkungen möglich, die bei User:innen technisch gemessen werden können. Etwa in welchem Ressort sich jemand gerade befindet, ob von einem stationären oder mobilen Gerät aus gesurft wird, welches Betriebssystem auf dem benutzten Gerät installiert ist oder von wo aus DER STANDARD aufgerufen wurde (Wien, Österreich, Rest der Welt, ...).

Behavioral Targeting

| | |
|--------------|-------------|
| Wissenschaft | Fernreisen |
| Kino | Bücher |
| Jobs | Nachrichten |
| Geldanlagen | ... |

- ≡ Beim **Behavioral Targeting** wird das Surfverhalten der User:innen stetig gemessen. Aus den Erkenntnissen, die man daraus gewinnt, kann man auf gewisse Affinitäten schließen und Werbung anhand dieser Information zielsicher ausliefern. So kann man etwa an Kino interessierte User:innen ebenso im Channel „Panorama“ erreichen.

Predictive Behavioral Targeting

| | |
|-----------------|--------|
| Entscheider | LoHaS |
| Körperpflege | 20-29 |
| hohes Einkommen | Mütter |
| Automobil | ... |

- ≡ **Predictive Behavioral Targeting** ist ein Verfahren, bei dem Messdaten aus dem Surfverhalten mit Befragungsdaten repräsentativer Internetnutzer:innen kombiniert werden. Diese Verknüpfung liefert Angaben zu Alter, Geschlecht und Produktinteressen und wird mithilfe mathematischer Algorithmen auf die Gesamtheit der Websitebesucher:innen übertragen. So wird „an Autos Interessierten“ die für sie relevante Werbung angezeigt.

Targeting-Möglichkeiten

Targeting hilft Ihnen dabei, eine definierte Zielgruppe möglichst genau anzusprechen.

- ≡ **Soziodemografie-Targeting** (Details siehe Seite 4 und 5)
- ≡ **Interessen-Targeting** (Details siehe Seite 4 und 5)
- ≡ **Umfeld-Targeting:** Die Kampagne wird nur im entsprechenden redaktionellen Umfeld ausgespielt, z.B. Channel Wirtschaft.
Werbeinhalte in einem Qualitätsumfeld stoßen bei User:innen generell auf eine höhere Akzeptanz und werden nachweislich besser und positiver wahrgenommen.
- ≡ **Kontextuelles Targeting:** Die Kampagne wird Keyword-basiert nur in passenden Artikeln ausgespielt.
Durch Einbeziehung der gesamten redaktionellen Vielfalt wird mehr Reichweite geschaffen, ohne auf Brand Safety verzichten zu müssen oder auf Cookies von Drittanbietern angewiesen zu sein.

- ≡ **Targeting auf Custom Audience:** Die Kampagne wird nur an ein individuell erstelltes Zielgruppen-Segment ausgespielt.
Anhand des Leseverhaltens der letzten 30 Tage wird aus der gewünschten Zielgruppe ein individuelles Segment erstellt, das dann mit der Kampagne angesprochen werden kann.
- ≡ **Retargeting auf der Kampagnen- oder Werbemittalebene:** Die Kampagne oder das Sujet wird nur an User:innen ausgespielt, die zuvor eine bestimmte Kampagne bzw. ein bestimmtes anderes Sujet ausgeliefert bekommen haben.

Targetingvariablen im STANDARD

Folgende Targetingvariablen stehen zur Wahl, um die gewünschte Zielgruppe treffsicher zu erreichen. Wir empfehlen nicht mehr als drei davon miteinander zu kombinieren, da die Zielgruppe sonst zu klein wird, um gute Ergebnisse zu erreichen.

**Individuelle
Segmentierung
möglich!**

Soziodemografie und Geo

| | |
|--------------------------------|---|
| Alter | 18–19, 20–29, 30–39, 40–49, 50–59, 60–65, 66+ |
| Bildung | Matura, Hochschule |
| Einkommen (HHNEK) | < € 2000, € 2000–3000, € 3000–4000, € 4000+ |
| Geschlecht | männlich, weiblich |
| Kinder im Haushalt | ja/nein |
| Tätigkeit | Ausbildung, berufstätig, selbständig, Pension, leitende:r Angestellte:r, angestellte:r Geschäftsführer:in |
| Bundesland (Österreich) | Wien, Niederösterreich, Burgenland, Oberösterreich, Steiermark, Salzburg, Kärnten, Tirol, Vorarlberg |

Entscheider

| | |
|----------------------------|--|
| Budgetverantwortung | ja/nein |
| Unternehmensbereich | Finanzen/Buchhaltung, EDV und IT, Marketing, Vertrieb, Management, Forschung & Entwicklung, Produktion/Logistik, Verwaltung/Personal |
| Unternehmensgröße | 1–9, 10–19, 20–49, 50–249, 250+ Mitarbeiter:innen |

Interessen

| | | | |
|-----------------------|---------------|----------------|-------------------------|
| Automobil | Gesundheit | Kunst & Kultur | Unterhaltungselektronik |
| Bildung/Weiterbildung | Immobilien | Lifestyle | Versicherungen |
| Bücher | Jobs/Karriere | Politik | Wissenschaft |
| Finanzen/Wirtschaft | Kino & TV | Reisen | |

Targetingvariablen im STANDARD

Wir bieten folgende speziell zusammengestellte Zielgruppen an.

| Premium-Zielgruppen | |
|--|--|
| Beauty, Care & Fashion Lovers | Fühlen sich in der Welt der Mode, Schönheit und Pflege am wohlsten. |
| Fitness & Sports Enthusiasts | Legt viel Wert auf Sport & Fitness und bevorzugt gesunde oder kalorien-/fettarme Produkte. |
| Gamers | Computer-/Konsolenspieler im Alter von 18 bis 29 Jahren. |
| Healthy Eaters | Bevorzugt Bio- oder gesunde Lebensmittel. |
| Holiday Travellers | Hohes Interesse an Flug-/Bahntickets sowie (Last-Minute-)Reisen. |
| LOHAS | Hohes Einkommen, gut gebildet, kauft am liebsten im Bioladen ein und hat großes Interesse an Kunst und Kultur. |
| Luxury Shoppers | Hohes Einkommen, immer auf der Suche nach Markenartikeln oder Neuheiten im Fachhandel. |
| Savers & Investors | Informiert sich regelmäßig über Geldanlagen/Fonds, Versicherung oder Haus/Wohnung. |
| Technology & Gadget Enthusiasts | Überdurchschnittlich hohes Interesse an Computer (Hard-/Software) oder Unterhaltungselektronik. |



Sales Werbung

Tel: +43 1 531 70 – 707 | Fax: DW 485
werbung@derStandard.at

Sales Karriere

Tel: +43 1 531 70 – 717 | Fax: DW 9717
stellenmarkt.anzeigen@derStandard.at

Sales Immobilien

Tel: +43 1 531 70 – 727 | Fax: DW 9727
immo@derStandard.at

 sales.derStandard.at

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

