

User Generated Content

Interagieren Sie mit
unserer Userschaft



**GRÖSSTE
UND AKTIVSTE
COMMUNITY**
ALLER DEUTSCH-
SPRACHIGEN
MEDIEN

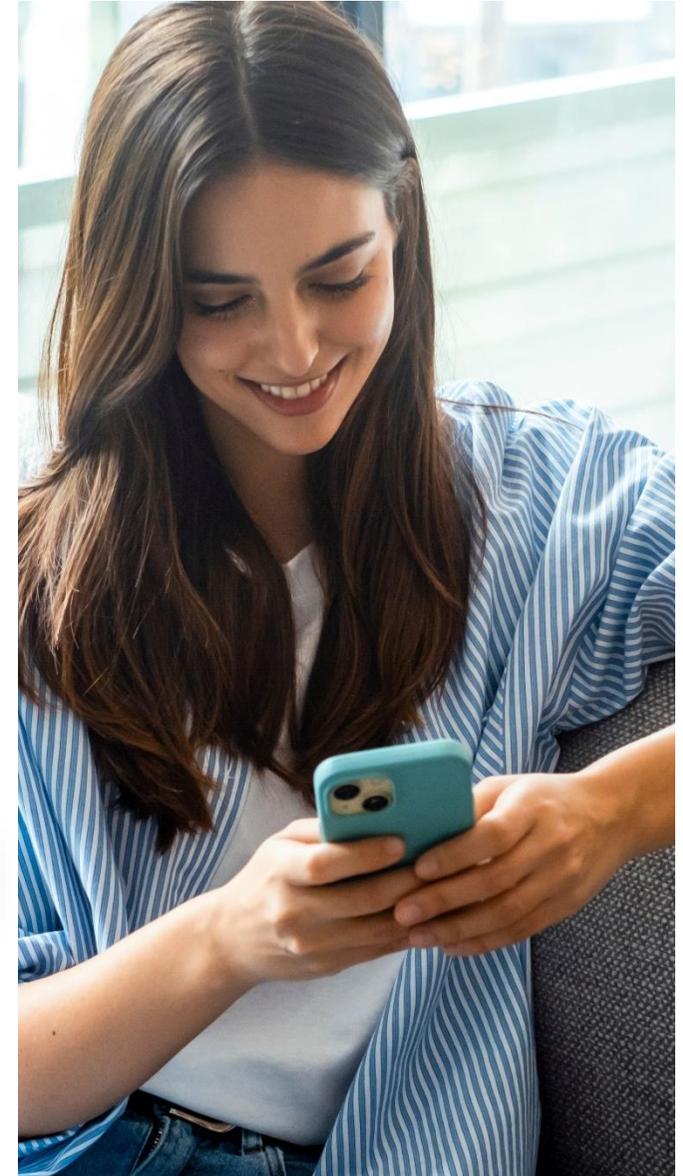
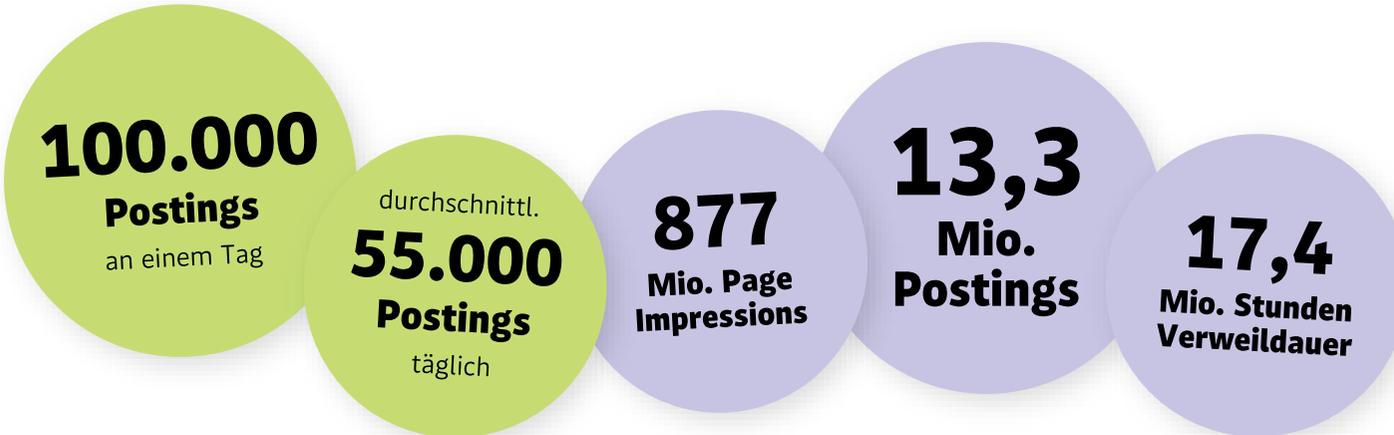
Diskussionsmedium Nummer 1

Die größte Community aller deutschsprachigen Medien

Mit UGC bietet DER STANDARD eine über herkömmliche Foren hinausgehende, seriöse Plattform, um einen Dialog in Echtzeit mit anderen zu führen und sich aktiv an der Diskussion aktueller Themen zu beteiligen.

Rekordwerte

Das Jahr 2024 in Zahlen



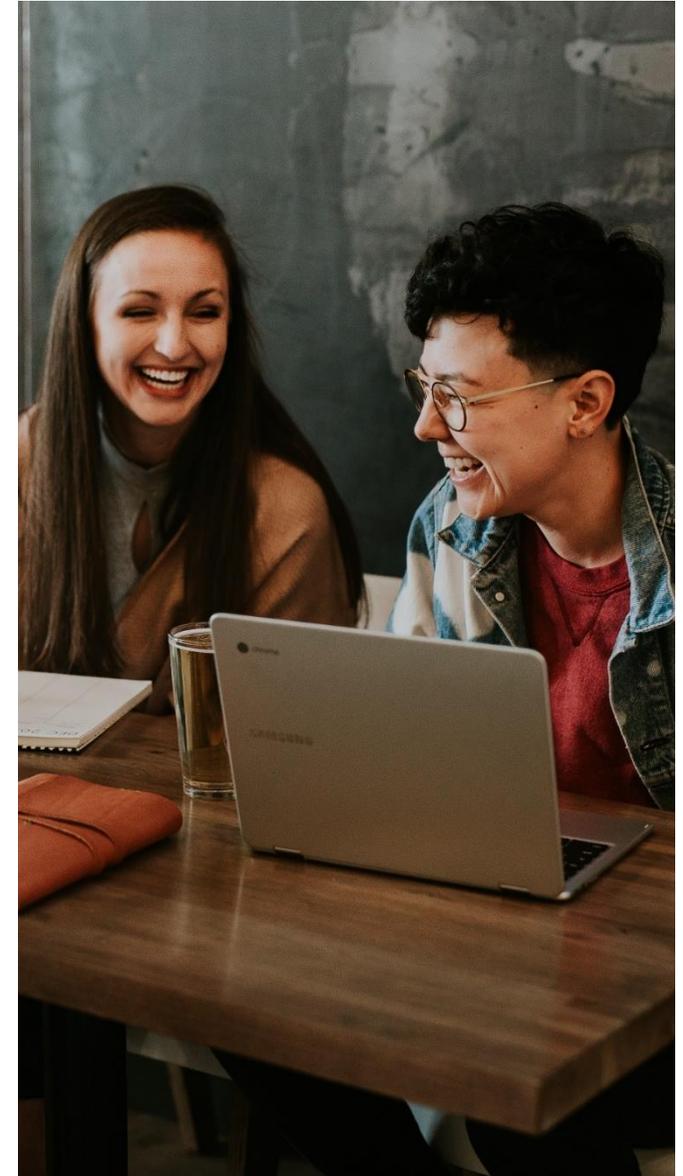
Diskussionsmedium Nummer 1

Qualitätssicherung im Forum

Die Qualität der Diskussionen ist uns ein großes Anliegen, denn DER STANDARD ist die Plattform für lebendige, interessante und einladende Dialoge.

Deshalb erfolgt die Forenmoderation zweistufig:

- Alle Postings werden durch eine eigens entwickelte Software, die wir Foromat nennen, gefiltert und durch manuelle Prüfung vor Erscheinen unterstützt.
- Sobald Postings online sind, moderiert unser Community Management in den Artikelforen, fördert und stößt Diskussionen an.



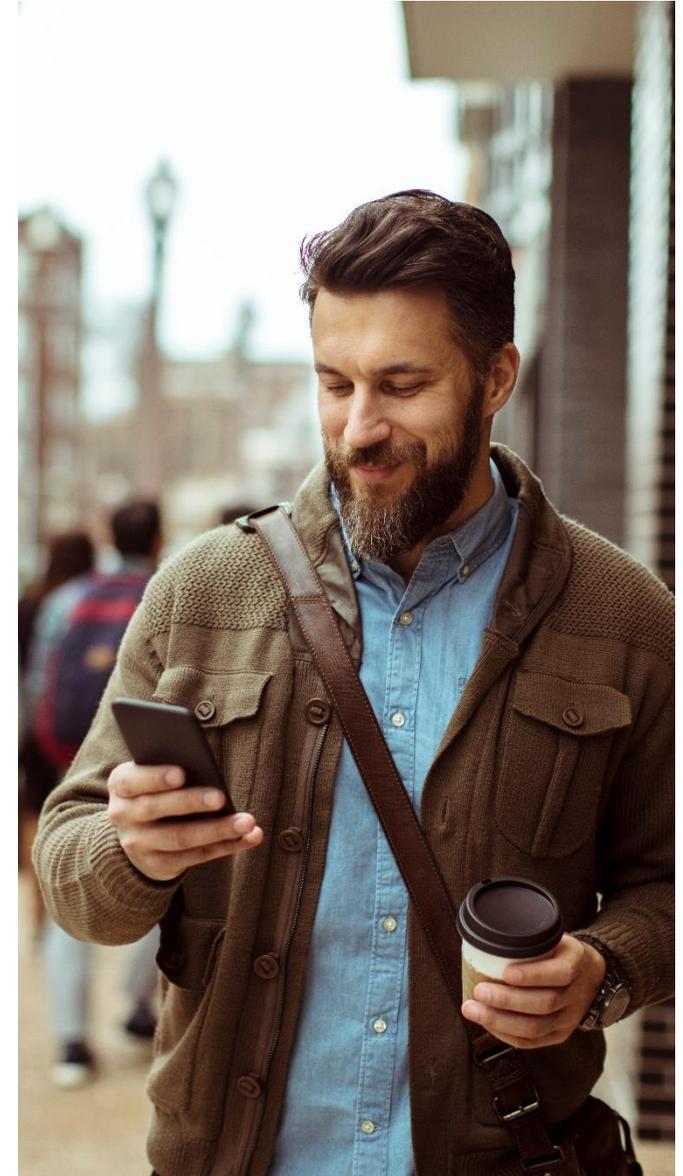
Diskussionsmedium Nummer 1

Machen Sie Ihr Thema zum Thema der Community

Dieses enorme Potenzial der Community ist auch für Werbekund:innen äußerst interessant. Sie können mittels UGC-Projekten direkt mit unserer aktiven Community mit folgenden Formaten in Kontakt treten.

- ➔ **User:innen-Report:** Eventteilnahme, Firmenbesuch, Bloggerreise, ...
- ➔ **User:innen-Event:** Ein exklusives Event für die Community
- ➔ **Produkttest:** User:innen testen Produkte und berichten darüber
- ➔ **Quiz:** Spielerische Auseinandersetzung mit einem Thema
- ➔ **Umfrage/Voting:** Meinung einholen, Präferenzen abfragen, ...
- ➔ **Mitreden:** User:innen-Diskussion über ein Thema im Forum
- ➔ **Expert:innen-artikel:** Ein:e Expert:in stellt seine/ihre Ansichten zu einem Thema dar
- ➔ **Q&A:** Die Fragen der Community aus dem Forum werden von einem/einer Expert:in beantwortet

So erzeugen Sie eine interaktive und äußerst bewusste Beschäftigung mit Ihren Themen. Der Dialog mit unserer Userschaft kann mittels speziellem Foren-Account direkt im Forum erfolgen.



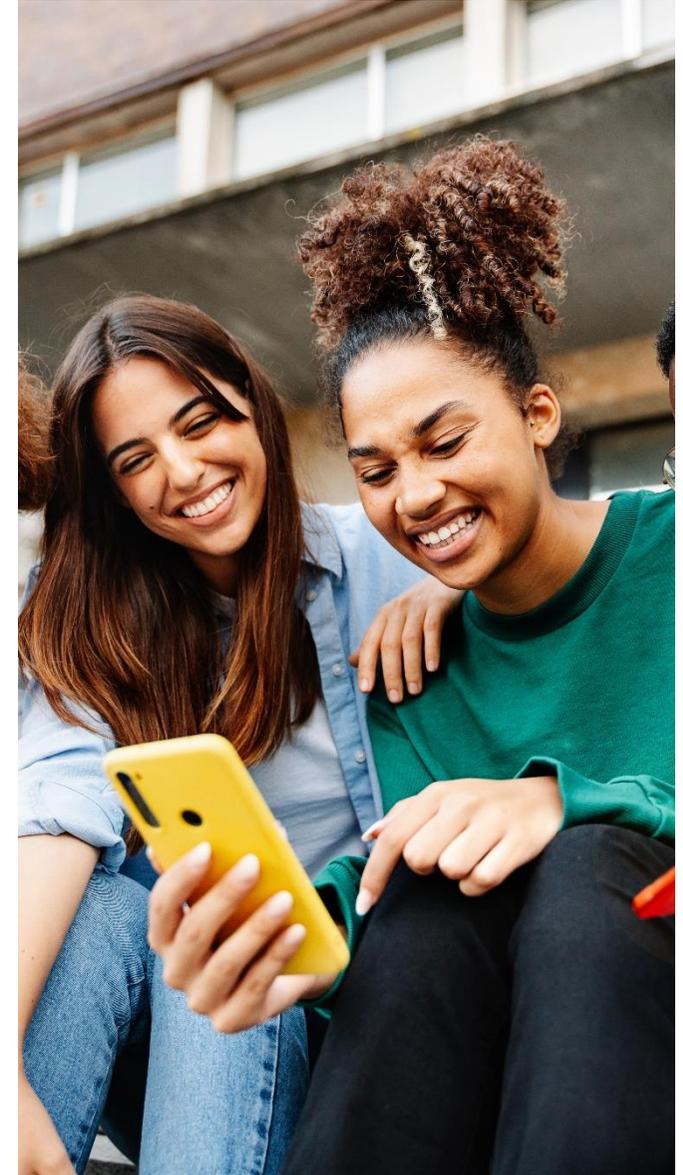
UGC-Promotion

Werben mit UGC

Steigern Sie die Attraktivität Ihrer klassischen Promotion durch interaktive UGC-Elemente.

Wesentlich für eine erfolgreiche Umsetzung ist dabei der Mehrwert für die Community, der es neben Information und Unterhaltung vor allem darum geht, Meinungen auszutauschen und Erfahrungen zu teilen.

- Alle Elemente einer UGC-Promotion sind werblich gekennzeichnet.
- Die inhaltliche Verantwortung der Artikel liegt auf Kundenseite, bei allen UGC-Elementen behalten wir uns Mitspracherecht vor.
- Seitens UGC erfolgt auch bei Promotions ein Management der Postings.



Jedes UGC-Projekt bedarf der Freigabe unserer UGC-Abteilung. Voraussetzung für eine UGC-Beteiligung ist immer ein besonderer Mehrwert bzw. interessante Möglichkeiten zum Austausch und zur Diskussion mit der Community.

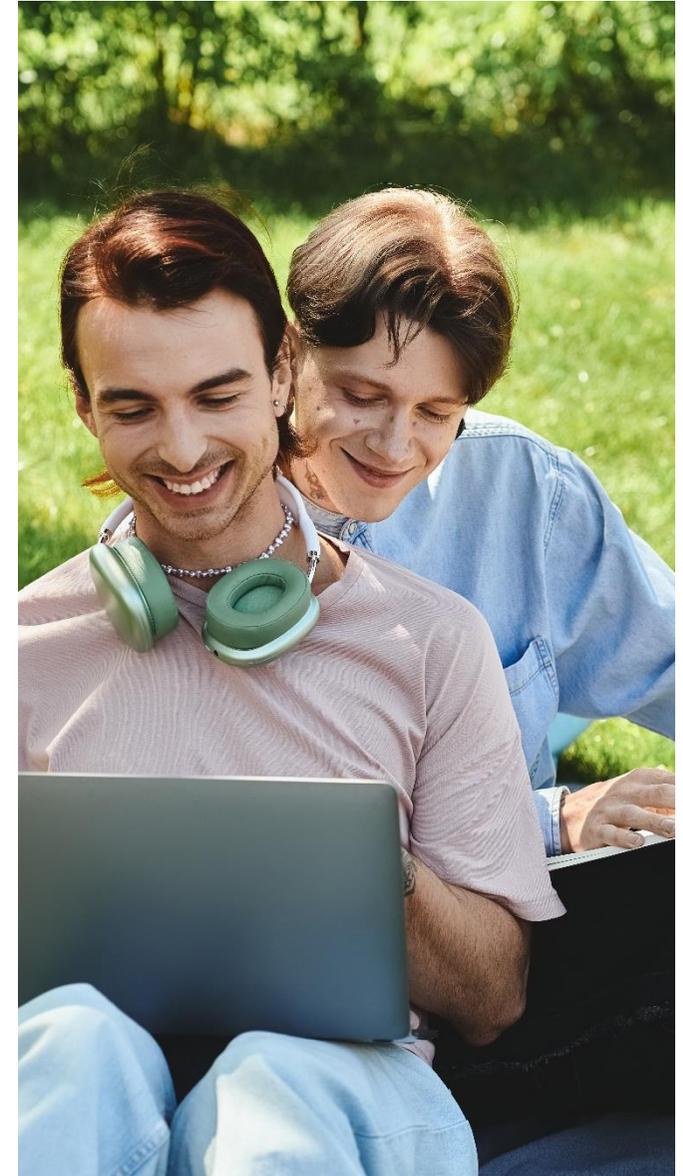
UGC-Kooperation

Werben mit UGC

Bei besonders gesellschaftsrelevanten Inhalten ist eine Kooperation* mit dem STANDARD möglich.

Hier stehen Projekte, die einen besonderen Mehrwert für unsere Community bieten, im Fokus. UGC-Kooperationen klären auf und informieren – und das alles auf interaktive Weise.

- Kund:innen werden als Kooperationspartner:innen in allen Elementen angeführt.
- Kooperations-Teaser werden nicht auf Werbeplätzen, sondern auf Content-Plätzen ausgespielt.
- DER STANDARD übernimmt die inhaltliche Letztverantwortung für alle Artikel.
- Ein AI-Reporting ist nicht möglich.



* Vorbehaltlich der Freigabe durch die UGC-Abteilung, Produkt- und Parteiwerbung sind ausgeschlossen. Voraussetzung für eine UGC-Beteiligung ist immer ein besonderer Mehrwert bzw. interessante Möglichkeiten zum Austausch und zur Diskussion mit der Community.

Die unterschiedlichen UGC-Formate



User:innen-Aufruf

Die User:innen werden zu einer aktiven Teilnahme aufgerufen. So wird eine äußerst bewusste Interaktion mit Ihrer Marke geschaffen.

Anwendungsbeispiele:

- ⇒ Community-Reporter:in besucht Ihr Event oder Unternehmen
- ⇒ User:innen testen Ihre Produkte
- ⇒ Einsendung von Fotos, Rezepten, Ideen
- ⇒ u.v.m.

Auf den Aufruf-Artikel folgt ein weiterer Artikel, in dem das Ergebnis, ein Nachbericht oder die Conclusio der Aktion dargestellt und präsentiert wird.

**BEISPIEL
ANSEHEN**



Quiz

Auf spielerische Art und Weise setzen sich die User:innen in einem Quiz mit Ihrem Thema auseinander.

Anwendungsbeispiele:

- ⇒ Stimmung für ein Thema schaffen
- ⇒ Wissen der Leser:innen abfragen
- ⇒ Lerneffekt erzielen
- ⇒ Bewerbungen generieren
- ⇒ u.v.m.

Die Interaktionsrate kann gesteigert werden, indem man zum Beispiel am Ende einen Preis unter allen Mitspielenden verlost.

**BEISPIEL
ANSEHEN**



Expert:innen-Artikel, Q&A

Expert:innen setzen sich in einem Artikel mit einem Thema von breitem Interesse auseinander und stehen für den Austausch mit der Community im Forum sowie in einem Folgebeitrag, dem Q&A, zur Verfügung.

Anwendungsbeispiele:

- ⇒ Öffentlicher Diskurs zu einem Thema
- ⇒ Forschung & Wissenschaft
- ⇒ Corporate & Social Responsibility
- ⇒ u.v.m.

Ein breites, gesellschaftsrelevantes Thema, das interessant aufbereitet ist und zur Diskussion im Forum anregt, ist Voraussetzung für dieses Format.

**BEISPIEL
ANSEHEN**



Mitreden

Ein Mitreden-Artikel informiert kurz über ein Thema und endet mit Fragen an die Userschaft. Dabei werden die User:innen aktiviert, im Forum unter dem Artikel über das Thema zu diskutieren, die gestellten Fragen aus ihrer Sicht zu beantworten und Erfahrungen zu teilen.

Anwendungsbeispiele:

- Was bewegt Sie zu diesem Thema?
- Haben Sie bereits Erfahrungen gesammelt?
- Was würden Sie ändern?
- Die Foren-Moderation kann durch Stimmungsbarometer oder Rückfragen auf User:innen-Kommentare im Forum zusätzlich die Diskussion ankurbeln.

Auf ein Mitreden kann auch ein Expert:innen- oder Q&A-Artikel folgen, in dem ausgewählte Fragen und Unklarheiten aus dem Forum von Expert:innen beantwortet werden.

**BEISPIEL
ANSEHEN**



Individuelle UGC-Projekte

Über die standardisierten UGC-Formate hinaus erarbeiten wir im Bedarfsfall gerne auch individuelle Projekte mit UGC-Beteiligung.

„**Ein User testet den Opel Corsa Electric**“ ist ein Beispiel einer erfolgreichen Umsetzung.

Bei diesem individuellen UGC-Projekt bekam ein User die Chance, den neuen Opel Corsa Electric für zwei Wochen zu testen. In einem **User:innen-Report samt Video** berichtete der Tester über seine Eindrücke mit dem Elektroauto.

Ein **Quiz** machte zusätzlich auf das Thema Elektromobilität aufmerksam.

**BEISPIEL
ANSEHEN**



User Generated Content: Best Practice



Samsung: Galaxy Tab S4

User:innen-Test

Drei technikaffine STANDARD-User:innen durften zwei Wochen lang das Galaxy Tab S4 auf Herz und Nieren prüfen.

Abschließend wurde gemeinsam ein umfangreiches Fazit gezogen, das in einem **interaktiven Abschlussbericht inkl. Highlight-Video online** und als **Print-Promotion im RONDO** veröffentlicht wurde.

Tausende User:innen informierten sich im Abschlussbericht:

- 165 Stunden Verweilzeit
- 4.700 Page Impressions
- 3.700 Unique Clients

Quelle: interne Messung

The screenshot shows a news article on the DERSTANDARD website. The article title is "Galaxy Tab S4 – der Alleskönner für Allesmacher?". The text describes the user test and the features of the tablet. A video player is visible at the bottom of the article, showing a group of people in a meeting room. A green circular callout with the text "JETZT ANSEHEN" is overlaid on the video player. The video player also has a play button and the text "STANDARD-Leser testen".

DERSTANDARD

Web • Samsung Galaxy Tab S4 International Inland Wirtschaft Sport Panorama Kultur Etat Wissenschaft Lifestyle Diskurs Karriere Immobilien mehr...

WERBUNG

SAMSUNG GALAXY TAB S4

Galaxy Tab S4 – der Alleskönner für Allesmacher?

Besonders leistungsstark und produktiv, mit DeX-Technologie, Super AMOLED Display, AKG-Lautsprechern mit Dolby Atmos und einer Akkulaufzeit von bis zu 15 Stunden präsentiert sich das neue Galaxy Tab S4

Feature
10. Dezember 2018, 00:01

Das hochwertige High-End-Tablet verbessert und erleichtert das Leben seiner User dort, wo es zählt, nämlich überall – so zumindest das Versprechen. Ob das Galaxy Tab S4 im Alltag und Job hält, was Samsung den Nutzern verspricht, haben wir Safet, Keanu und Tobias gefragt. Die drei technikaffinen Tablet-User haben das Galaxy Tab S4 zwei Wochen lang auf Herz und Nieren geprüft. Mit ihm gearbeitet, mit ihm gespielt, Musik gehört und Filme angesehen. Mit großer Spannung haben wir uns mit den dreien nach der Testphase zu einer Diskussionsrunde getroffen, um ihre Antworten auf die Frage zu hören: Ist das neue Galaxy Tab S4 tatsächlich der Alleskönner für Allesmacher?

Photo: Klaus Renger

Photo: Klaus Renger

Promotion: STANDARD-Leser testen das Samsung Galaxy Tab S4

Später anzeigen Teilen

JETZT ANSEHEN

STANDARD-Leser testen

Uni Wien: Semesterfrage

Langjährige UGC-Kooperation, die zwei Mal pro Jahr stattfindet

Folgende Formate kommen zum Einsatz:

- ⇒ Pro Semester zwei bis vier **Expert:innen-Artikel** zum Thema der Semesterfrage mit interaktiven Elementen
- ⇒ Mitreden-Formate für noch mehr Interaktion mit den User:innen
- ⇒ Jedes Semester ein **Quiz** zum Thema
- ⇒ Am Ende des Semesters findet eine **Podiumsdiskussion** an der Uni Wien statt, die vom STANDARD moderiert wird

Die Zahlen sprechen für sich! Das sind die bisherigen Top-Werte eines Semesters (SS 2020) zum Thema Sprache (seit Beginn der Kooperation im Jahr 2016):

- ⇒ 3.300 Postings
- ⇒ 267.000 Page Impressions
- ⇒ 5.600 Stunden Verweilzeit
- ⇒ 90.000 Unique Clients

Quelle: interne Messung

The screenshot shows the DERSTANDARD website interface. At the top, the logo 'DERSTANDARD' is visible, along with navigation links for 'Unterstützung', 'Abo', 'Hilfeseite', and 'Jobsuche', and a login button 'Anmelden'. Below the navigation, there are several article cards for semester questions. The first card is titled 'WIE GERECHT IST GESUNDHEIT? #18' and features two images of doctors. The second card is 'WISSEN WIR, WAS KI WISSEN WIRD? #17' and features four images related to AI. The third card is 'AUS WELCHEM STOFF WIRD UNSERE ZUKUNFT SEIN? #16' and features four images related to materials and sustainability. The fourth card is 'PLANET & MENSCH: SIND WIR NOCH ZU RETTEN? #15'. A large green circular sticker with the text 'JETZT ANSEHEN' is overlaid on the bottom left of the screenshot.

Burgtheater: Gretchenfrage

Vorhang auf für unser Forum!

Das Burgtheater stellt die „Gretchenfrage“ zu Themen, die die Gesellschaft bewegen.

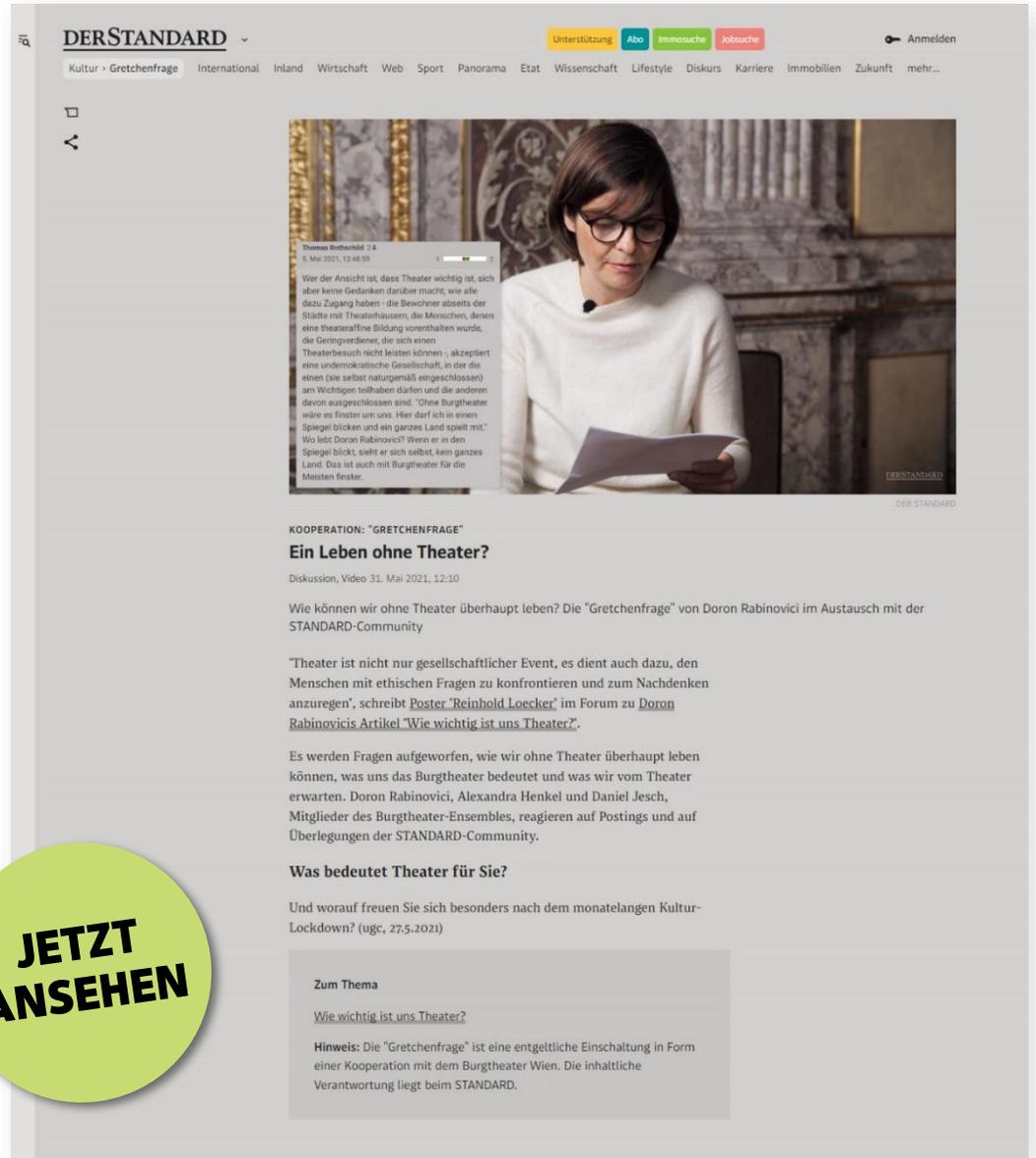
- ➔ Unter einem **Expert:innen-Artikel** wird die Gretchenfrage vorgestellt und unsere Community dazu aufgerufen mitzudiskutieren
- ➔ Ausgewählte Postings werden daraufhin in einem **Video** von ausgewählten Schauspieler:innen des Burgtheater Ensembles vorgetragen und beantwortet

Über die Gretchenfrage „Ein Leben ohne Theater?“ haben unsere User:innen in 318 Postings mitdiskutiert und bei den Artikeln für Bewegung gesorgt:

- ➔ 280 Stunden Verweilzeit
- ➔ 15.300 Page Impressions
- ➔ 5.200 Unique Clients

Quelle: interne Messung

**JETZT
ANSEHEN**



The screenshot shows a webpage from DERSTANDARD. At the top, there are navigation links for 'Kultur', 'Gretchenfrage', 'International', 'Inland', 'Wirtschaft', 'Web', 'Sport', 'Panorama', 'Etat', 'Wissenschaft', 'Lifestyle', 'Diskurs', 'Karriere', 'Immobilien', 'Zukunft', and 'mehr...'. There are also buttons for 'Unterstützung', 'Abo', 'Immenseuche', and 'Jobsuche', and a login button 'Anmelden'. The main content area features a video player with a woman reading a document. Below the video, the article title 'Ein Leben ohne Theater?' is displayed, along with the author 'Doron Rabinovici' and the date '31. Mai 2021, 12:10'. The article text discusses the importance of theater and the challenges of living without it. A green circular callout with the text 'JETZT ANSEHEN' is overlaid on the bottom left of the screenshot.

Post: Brief ans Christkind

UGC-Kooperation

- ➔ Unsere User:innen wurden in einem Aufruf-Artikel dazu aufgerufen Wunschzettel der Kinder einzusenden
- ➔ In einem Voting-Artikel wurden ausgewählte Briefe präsentiert und dafür abgestimmt
- ➔ Die drei lustigsten, kreativsten und liebsten Wunschzettel wurden im Abschluss-Artikel prämiert

Die Kooperation war ein voller Erfolg!

- ➔ Tolle Preise – eine schöne Aktion kurz vor Weihnachten mit hoher Verweildauer und großem User-Engagement
- ➔ 86.300 Page Impressions
- ➔ 1.350 Stunden Verweildauer
- ➔ 525 Postings
- ➔ Hohe Anzahl an eingesendeten Wunschzetteln

**JETZT
ANSEHEN**



DERSTANDARD

Unterstützung Abo Impressum Jobsuche Anmelden

Diskurs > Mitreden International Inland Wirtschaft Web Sport Panorama Kultur Etat Wissenschaft Lifestyle Karriere Immobilien Zukunft mehr...

FOTOAUFRUF MIT GEWINNSPIEL

Brief ans Christkind: Schicken Sie uns den Wunschzettel Ihres Kindes!

Schicken Sie uns ein Foto vom Wunschzettel Ihres Kindes und gewinnen Sie Geschenkgutscheine von shöpping.at zur Verfügung gestellt von der Post

Gewinnspiel
3. Dezember 2021, 06:00

Advent, Advent, das erste Lichtlein brennt bereits. Und damit wurde der Startschuss für die Weihnachtsvorbereitungen gegeben. Aber nicht nur für Erwachsene bedeutet diese eigentlich ruhigste Zeit des Jahres oft Stress und viel Arbeit. Auch die Kleinen geraten in helle Aufregung ob der bevorstehenden Feierlichkeiten.

Beim Adventkalender wurden bereits die ersten Türchen geöffnet, nun muss noch der Wunschzettel ans Christkind, an den Weihnachtsmann oder – bei älteren Kindern – an die Eltern verfasst werden. Wohl überlegt werden Briefe geschrieben, korrigiert und ins Fenster zur Abholung gelegt. Und ob der Wunsch dann auch erfüllt wird, zeigt sich am Weihnachtsabend unterm Baum.



Was steht auf dem Wunschzettel Ihrer Kinder? Schicken Sie ein Foto und gewinnen Sie einen Gutschein!

Foto: <https://www.istockphoto.com/de/portholio/Raspirel>

Fotos aus der Community und Geschenkgutscheine

Damit die Chance auf Wunscherfüllung erhöht wird, schicken Sie ein Foto vom Wunschzettel Ihres Kindes an userfotos@derstandard.at! Ausgewählte Fotos werden veröffentlicht, und die STANDARD-Community hat die Möglichkeit, die lustigsten, kreativsten und liebsten Wunschzettel zu küren. Die drei Gewinner:innen der Wunschzettel mit den meisten Stimmen erhalten Geschenkgutscheine von shöpping.at zur Verfügung gestellt von der Post. Für den ersten Platz gibt es einen Geschenkgutschein im Wert von 1.000 Euro, für den zweiten Platz 800 Euro und für den dritten Platz 500 Euro.

Und wer direkt einen Brief ans Christkind schicken will, hat die

ARA: Recycling

UGC-Kooperation

- ➔ In einem **Mitreden** wurde fleißig über das Thema diskutiert
- ➔ In einem **Quiz** konnte das eigene Wissen auf die Probe gestellt werden
- ➔ ARA beantwortete außerdem ausgewählte Postings aus dem Forum in einem **Q&A (Questions & Answers)**

Die Zahlen sprechen für den Erfolg des Projekts:

- ➔ 80.000 Page Impressions
- ➔ 30.000 Unique Clients
- ➔ 2.200 Stunden Verweilzeit
- ➔ 900 Postings



The screenshot shows a webpage from DERSTANDARD. The header includes the logo and navigation links like 'Unterstützung', 'Abo', 'Immenseuche', and 'Jobsuche'. The main content area features a quiz titled 'Quiz: Was wissen Sie über Abfall und Mülltrennung?'. Below the title is a paragraph about environmental pollution and a quiz introduction. A photo of a woman looking into a refrigerator is shown. Below the photo, there are three text boxes providing tips on food waste: 1. 'Lebensmittelabfälle vermeiden durch richtige Lagerung: Was stimmt?' with advice on the coldest shelf for meat and vegetables. 2. 'Oben im Kühlschrank ist es am wärmsten, ideal für Marmeladen, Essensreste...' and 'Das unterste Fach ist am kältesten, geeignet für leicht Verderbliches wie Gemüse, Fisch, Wurst.' 3. 'Eier immer im Gemüsefach lagern, da dort der wärmste Ort im Kühlschrank ist...'.

CodingAustria: Hackathon

Ein STANDARD-User als Hacker

RUBICON und die Notariatskammer Österreich veranstalten einmal jährlich den CodingAustria-Hackathon. Dabei erarbeiten Teilnehmer:innen Lösungen für ein digitales Österreich.

- ➔ In einem **Aufruf-Artikel** wurde unsere Userschaft dazu aufgerufen, live dabei zu sein und sich als User-Reporter:in zu bewerben
- ➔ In einem **User:innen-Report** berichtete der Gewinner über die unterschiedlichen Challenges und seine persönlichen Erfahrungen beim Hacken

Die Artikel erzielten eine hohe Aufmerksamkeit innerhalb unserer IT-affinen Community:

- ➔ 11.200 Page Impressions
- ➔ 6.300 Unique Clients
- ➔ 284 Stunden Verweilzeit

Quelle: interne Messung

**JETZT
ANSEHEN**



The screenshot shows a news article on the DERSTANDARD website. The article is titled "CodingAustria-Hackathon: Ich war dabei!" and is categorized as a "User:innen-Report". The text describes the author's experience at the Coding Austria Hackathon 2023, where they participated in a challenge and met other participants. The article includes a photo of the author, Constantin, working on a laptop during the hackathon. The article is dated 16. August 2023, 10:45, and has 5 Postings.

DERSTANDARD

Unterstützung Abo Immensuche Jobsuche Anmelden

Web · Coding Austria International Inland Wirtschaft Sport Panorama Kultur Etat Wissenschaft Lifestyle Diskurs Karriere mehr...

WERBUNG

5 Postings

USER:INNEN-REPORT

"CodingAustria"-Hackathon: Ich war dabei!

Ein STANDARD-User berichtet darüber, wie er gemeinsam mit über 100 anderen Hackerinnen und Hackern Lösungen für ein digitales Österreich entwickelt hat

Community-Artikel
16. August 2023, 10:45, 5 Postings

Im Community-Artikel erzählt Constantin Rauter von seinen Erfahrungen, die er beim diesjährigen Coding Austria Hackathon gemacht hat, der von RUBICON und Österreichischer Notariatskammer Ende Juli 2023 veranstaltet wurde. Über 100 Teilnehmende arbeiteten dabei 24 Stunden im ersten Bezirk in Wien an unterschiedlichen Challenges mit gesellschaftlicher Relevanz

Der Coding Austria Hackathon 2023 – bis vor kurzem nur davon gehört, hatte ich dieses Jahr die einzigartige Gelegenheit, bei dem Event mit mehr als 100 Coderinnen und Codern aus der ganzen Welt zusammenzuarbeiten, innovative Lösungen für spezielle Probleme zu finden, schlaue Köpfe kennenzulernen und mir unglaublich viel neues Wissen anzueignen.

Der Hackathon ist mehr als nur ein Wettbewerb – er ist eine Plattform für Innovation, Teamwork und ein Gateway zu der österreichischen Start-up Community. Wer das Gefühl hat, in unserem Land keinen Anschluss zur Tech Scene zu finden, aber tagtäglich an neuen Ideen und Technologien arbeitet, sollte sich, falls es 2024 wieder eine Auflage geben sollte, unbedingt bewerben.



Constantin beim Hacken am Laptop.
CodingAustria

Am 29. Juli bin ich ohne Erwartungen, aber mit drei Zielen im Wiener RUBICON Forum, wo der Hackathon stattfand, angekommen:

1. In einem Team an einer der fünf Challenges teilnehmen, die angeboten wurden.
2. Kontakte mit gleichgesinnten Teilnehmerinnen und Teilnehmern knüpfen.

Opel: User testet Opel Corsa Electric

- ➔ In einem **Aufruf-Artikel** wurden die User:innen dazu aufgerufen, sich für zwei Testwochen mit dem neuen Opel Corsa Electric zu bewerben
- ➔ Aus 101 Bewerbungen wurde ein Tester ausgewählt
- ➔ Während der Kampagne rätselten sich User:innen durch ein **Quiz**
- ➔ Nach dem umfangreichen Autotest berichtete der Gewinner in einem **User:innen-Report** samt Video von seinen Eindrücken

Die Community sorgte für Rekordwerte:

- ➔ 31.600 Page Impressions
- ➔ 14.500 Unique Clients
- ➔ 1.050 Stunden Verweilzeit
- ➔ 114 Postings

ZUSÄTZLICHE BEWERBUNG AUF SOCIAL MEDIA:

Instagram
175.000 Impressions &
2.300 Interaktionen
Facebook
39.000 Impressions &
2.100 Interaktionen

Quelle: interne Messung

JETZT ANSEHEN

DER STANDARD
Lifestyle · Opel Corsa Electric · International · Inland · Wirtschaft · Web · Sport · Panorama · Kultur · Etat · Wissenschaft · Diskurs · Karriere · Immobilien · Zukunft · mehr...
WERBUNG

USER-AUTOTEST
Der neue Opel Corsa Electric auf großer Fahrt

Zwei Wochen lang hat STANDARD-User Nino Leitner das E-Auto getestet und ist mit ihm in den Familienurlaub gefahren. So hat der Opel Corsa Electric für ihn bei Ausstattung, Reichweite und Laden abgeschnitten

Community-Artikel / Nino Leitner
18. Jänner 2024, 00:01, 67 Postings

Das Telefon läutet, 'DER STANDARD' ist am anderen Ende der Leitung. Ich hätte ein Gewinnspiel gewonnen und könne den Opel Corsa Electric für zwei Wochen testen, über Weihnachten und Neujahr, Ladekosten inklusive. Freude? Ja! Eine spannende Challenge, vor allem, weil wir als dreiköpfige Familie in diesem Zeitraum auch die Langstrecke von Wien zu meinen Eltern nach Innsbruck und retour antreten werden. Und es ist auch eine persönliche Herausforderung, wenn man den Opel Corsa Electric mit dem Fahrzeug vergleicht, das ich sonst fahre.

Promotion: Ein STANDARD-User testet den n...
Später anzeigen Teilen

ST DER STANDARD mit Opel.
Anzeige ·

Eine Woche den neuen Opel Corsa Electric testen? Yes of Corsa! Bewirb dich gleich für den Auto-Test und starte emissionsfrei in die Feiertage! 🚗🌱

lang elektrisch fahren

ger Kameramann und Vater eines zweieinhalbjährigen... seit über neun Jahren einen Minivan – und damit ein unendlich viel Stauraum für mein Kameraequipment und -hör*. Der Opel Corsa Electric ist eher das Gegenteil: Ein gen mit überschaubaren Platzverhältnissen, aber – wie wir axistests sehen werden – mit durchaus einigen Vorteilen. von Elektroautos kenne ich bereits, ich bin allerdings noch ängeren, mehrwöchigen Zeitraum mit einem unterwegs

lectric: die Eckdaten

ner guten Beziehung so ist, lernen wir uns erst einmal ihre, dass es den Opel Corsa Electric schon länger gibt, die teste, allerdings 2023 ein Facelift erhalten hat: neue .., neuer 51-kW-Akku, neuer Motor, 115 kW/156 PS Leistung

apps.derstandard.at
DER STANDARD
User:innen-Test: Opel... **Mehr dazu**



Werben mit UGC: Ihre Vorteile

Native Advertising mit UGC

- Informative, beratende und unterhaltende Inhalte
- Bewusste Beschäftigung mit Ihren Themen
- Direkter Dialog mit der Community und wertvolles Feedback von unseren User:innen

Professionelle Unterstützung

Unser UGC-Team unterstützt Sie von der Idee bis zur Umsetzung Ihrer UGC-Kampagne.

Dank der langjährigen Erfahrung mit unserer großen, aktiven und lebendigen Community sorgen wir dafür, dass Ihr Thema zugänglich wird und die User:innen damit interagieren möchten.

- Look & Feel des STANDARD mit dezenter Werbekennzeichnung
- Qualitativer Zugang mit aktivem Dialog mit den User:innen statt herkömmlicher Online-Werbung mit Fokus auf quantitative Performancemessung

Werbung mit mehr Wert.



**MEHR
ERFAHREN**



Sales Werbung

+43 1 531 70 – 707
werbung@derStandard.at

 sales.derStandard.at

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



DERSTANDARD