die wirtschaft

MEDIADATEN 2024

INHALT

DAS MEDIUM 3

TERMIN- UND THEMENPLAN 2024 5

PREISLISTE PRINT 7

Anzeigen 7
Advertorial Print 8

PREISLISTE ONLINE 9

Website 10
Newsletter 11
Advertorial.INTERAKTIV 12

DIGITAL SPECIALS 13

INFORMATIONEN 14

KONTAKT 15

FOTO COVER: IR_STONE / ISTOCK / GETTY IMAGES PLUS VIA GETTYIMAGES

DAS MEDIUM

die wirtschaft geht ab 2024 noch näher ran. An Menschen, die Unternehmen führen, Investitionsentscheidungen treffen, Personal und Finanzen managen, Prozesse digitalisieren und Nachhaltigkeitsziele umsetzen. **die wirtschaft** geht dorthin, wo die mediale Aufmerksamkeit dieser Menschen am höchsten ist: in ihre Pflichtlektüre.

die wirtschaft ist ab 2024 als Wirtschaftsresort integraler Bestandteil der führenden österreichischen Fachmedien in den Bereichen Automotive, Handwerk, Bau, Gastronomie und Handel. Noch nie waren Sie so nah dran an der Zielgruppe der Top-Entscheider*innen, die sowohl berufliche, als auch private Investitionen tätigen. Daher ist Ihre **B2C-Kampagnen** in **die wirtschaft** ebenso optimal positioniert wie Ihre **B2B-Kampagne.**

Ob Geldanlage, Mobilität, Reisen, Wohnen, oder hochwertige Konsumgüter: unsere Zielgruppe verfügt über außerordentlich hohe Kaufkraft und ist für diese Themen genauso empfänglich, wie für Businessthemen. Was zählt, ist die Aufmerksamkeit und das Vertrauen in unsere Trägermedien – und in das älteste Wirtschaftsmagazin Österreichs: **die wirtschaft**.

DIGITALISIERUNG

KI im Mittelstand

Künstliche Intelligenz (KI) spielt in der Arbeitswelt eine immer größere Rolle. Jedoch variiert der Einsatz von Firmengröße zu Firmengröße und Branche zu Branche. Mittelständische Unternehmen in Österreich beginnen jedoch, die Chancen für die Zukunft zu entdecken.

TEXT STEFAN SAFFER

Eine neue Studie der Prüfungs- und Beratungsorganisation EY zeigt, es ist Luft nach oben, wenn es um den Einsatz Künstlicher Intelligenz (KI) in Österreichs Unternehmen geht. Doch viele Unternehmen erkennen die Relevanz der Digitalisierung, wie der Studie zu entnehmen ist. Über 600 Unternehmen mit einer Mitarbeiter*innenzahl zwischen 30 bis 2.000 wurden auch in diesem Jahr zum Thema KI befragt. Die digitale Kluft wird wieder etwas größer. 2022 gaben noch 80 Prozent aller befragten Unternehmen an, dass digitale Technologien eine mittelgroße bis sehr große Bedeutung für sie haben. Im Jahr 2023 sind hingegen nur mehr zwei Drittel dieser Meinung. Speziell die Frage, ob digitale Konzepte im Unternehmen eine Rolle spielen, hat einen negativen Höchstwert seit 2018 erreicht. Vom Vorjahr auf dieses Jahr stieg die Zahl jener Betriebe, in denen digitale Konzepte kaum eine oder gar keine Rolle spielen, von 20 auf 33 Prozent an.

Digitale Technologien zählen jedoch längst zu einem

Bildung und Kultur (36 Prozent) spielt die Artifical Intelligence (AI) eine prominente Rolle. Am anderen Ende ist die Immobilienwirtschaft und das Baugewerbe (17 Prozent) noch

UNTERSTÜTZUNG BEI DIGITALER TRANSFORMATION

Damit KMU die Chancen auf mehr Digitalisierung ergreifen und sich fit für die Zukunft machen, wurden vom BMAW Förder-

28

PERSONALFÜHRUNG

So hält man Mitarbeiter*innen

Zwischen den Generationen im Arbeitsmarkt gibt es große Unterschiede. Doch liegen die nicht bloß an der Lebensphase? Und sollten sich Personalist*innen nicht mehr den reiferen Leistungsträger*innen widmen?

TEXT ANDREA LEHKY

Es gibt hübsche Metaphern für die Generation Z, die von 1997 bis 2009 Geborenen. Generation Schneeflocke etwa, weil sie so empfindlich sind und sich jede/r für einzigartig hält. Generation Goldfisch, wegen der kurzen Aufmerksamkeitsspanne. Krisenkids, weil seit ihrer Geburt eine Krise die nächste jagt. Wahrscheinlich ist, dass sie ihr Leben einfach nur ganz anders anlegen wollen als ihre dauergestressten Eltern. Anfangs konzentrierten die vielen Befindlichkeiten der Gen Z ihr Personalist*innen, die sie geschmeidig in ihre Unternehmen integrieren sollten. Doch sie haben sich längst angepasst und hinten dem begehrten Nachwuchs, was er verlangt. Einen Job mit Sinn, natürlich, dazu Werte wie Nachhaltigkeit und Diversität.

Ein wenig erinnert das an den Idealismus einer anderen Generation, die zu ihrer Zeit die Wirtschaft durcheinanderwirbelte: an die Hippies der 1960er- und 1970er-Jahre. Auch wer in Österreich gegen Atomkraft auf die Straße ging oder sich in der Stopfenreuther Au an einen Baum kettete, schien sich so gar nicht als gefügige/r Arbeitnehmer*in zu eignen – dachte man. Tatsächlich mutierten viele Blumenkinder zu Bilderbuchkapitalist*innen, sobald sie sich die Verantwortung für Hauskredit und eigene Familie auf die Schultern luden. So sieht das jedenfalls Compensation-Expert Conrad Pramböck: „Heute reden alle Jungen nur von Purpose. Wenn du ihnen aber sagst, du bekommst viel Purpose, aber kein Geld, springen sie sofort ab." Denn auch das passt zur Gen Z: Neben allem anderen verlangt sie viel, wirklich viel Gehalt. So viel, dass sie die vielleicht „mittelalten" Generationen vor den Kopf stoßen. Doch dazu später.

DIE FUNKTION DES GELDES

Jedenfalls gelang den Schneeflöckchen die Quadratur eines Kreises: Frühere Generationen mussten sich nach ihrem Abschluss mit prekären Praktika über Wasser halten. Erst mit den obligatorischen drei bis fünf Jahren Berufserfahrung kamen sie an einen fixen Job und endlich ins Verdienen. Die Gen Z hatte das von Anfang an. Gleichzeitig, klagen Personalist*innen, legen viele – nicht allel – einen erstaunlichen Gleichmut gegenüber Leistung an den Tag. Arbeit habe für sie nichts mehr mit Erfüllung oder Zufriedenheit zu tun, analysierte kürzlich der „Spiegel". Das Paradigma der Babyboomer (geboren 1946 bis 1964) lautete noch, Lebenszeit gegen Geld zu tauschen. Mit diesem finanzierten sie ihren Nachwuchs Ausbildung und Lebensstandard – so wie es ihre Eltern für sie getan hatten. Was übrigbleibt, legten sie für die Pension zur Seite oder als künftiges Erbe für ihre Kinder. Doch die lösen gerade den Generationenvertrag auf. Ein bisschen arbeiten ist okay, aber nur für sich selbst und nicht für das „System". Dann geht man auf Weltreise oder Sabbatical, bis das Budget aufgebraucht ist, und dann wieder ein bisschen arbeiten. Geld hat nur noch die Funktion, die Zeit für das zu finanzieren, was man wirklichwill. An die Pension glaubt ohnehin keiner mehr – warum sie also den Alten finanzieren? Manche haben als Lebenszeiel, was Pramböck von einer HAK-Schülerin hörte: „Sie sagte, lieber g'schnitt groaht oder gut gehairatet, und sie erspart sich ein ganzes Leben harter Arbeit."

EGALITÄRER KUSCHELKURS

Personalist*innen navigieren also in diesem Spannungsfeld. Einerseits spüren ihre Unternehmen die Leistungsblicke der in die Pension entschwindenden Babyboomer. Andererseits lech-

zen sie nach digitalaffinem Nachwuchs. Bloß, dass der gleich wieder abspringt. Würde es sich da nicht lohnen, ihn besser zu binden, statt ständig neu zu rekrutieren? Schauen wir uns an, wie zwei stark expandierende heimische Unternehmen dieses Dilemma lösen. Deutlich männerlastig das eine, das Linzer Headquarter von Dynatrace mit 1.000 Mitarbeiter*innen, das unternehmensweit für die Software-entwicklung zuständig ist. Drei Viertel der Belegschaft sind männlich. Deutlich frauenlastig das andere, der in Graz ansässige Optiker seher/wutscher mit 600 Mitarbeiter*innen. Zwei Drittel davon sind weiblich. Beide Unternehmen zahlen überdurchschnittlich gut. Dynatrace, weil es in den kompetitiven internationalen Entwicklermärkten fischen muss; seher/wutscher, weil es die sorgfältig ausgebildeten Mitarbeiter*innen nicht an die Konkurrenz verlieren will. Statt den billigen Handels-Kollektivvertrags gibt hier der Metall-KV.

Beide binden junge Mitarbeiter*innen durch eine fein elaborierte Firmenkultur. Dynatrace setzt auf Autonomie. Veronika Leibetseder, Vice President Workplace Experience, beschreibt es als „Ermächtigung jedes Mitarbeiters, selbst Entscheidungen treffen zu dürfen. Er muss nur davor alle Betroffenen konsultieren." Ein junger Mitarbeiter ging für seine Idiem bis zum Konzern-CEO in Boston. Der antwortete ihm prompt. Weg von Top-down, hin zu Bottom-up, das gefällt den Jungen.

Die Strategie von seher/wutscher baut auf einer „gelebten Vertrauenskultur". In der hauseigenen Akademie lernen alle Mitarbeiter*innen die Werte des Hauses kennen – Familienbetrieb, langfristig denkend, enkelsicher – und in dem Sinn zu entscheiden. „Wir vertrauen darauf, dass alle in den Filialen nach unserer Vision arbeiten," sagt Gründerenkelin und HR-Verantwortliche Alexandra Wutscher. Soll heißen: Bei Modellauswahl, Rund*innengespräche oder Marketingaktivitäten reden die Jungen gewichtig mit. Einmal im Jahr bekommen sie ein „Wohlfühl"-Gespräch. „Keine Leistungsbeurteilung. Wir fragen: Wie geht es dir und was brauchst du, damit es dir noch besser geht?" Der Kaschelkurs funktioniert bei den Jungen. Doch was ist mit den früheren Generationen?

BABY ALS NEUER PURPOSE

Das ist die These: Spätestens mit der Familiengründung verschieben sich die Werte. Das wird bei der Gen Z genauso sein wie bei allen Generationen davor. Eben tritt die Gen Y, geboren 1980 bis 1996, in die Familiengründungsphase ein. Vom Unternehmen forcierter Sinn und Zweck verliert jetzt ganz schnell an Bedeutung. Wie es Pramböck formuliert: „Jetzt brauche man keinen Purpose von der Firma mehr. Das eigene Baby ist der neue Purpose." Oder die Wohnungsfinanzierung, der Hausbau und der Kredit dafür. Wie bindet man Mitarbeiter*innen in der Rushhour ihres Lebens?

love it
change it
leave it

Wenn du den Jungen sagst, du bekommst viel Purpose, aber kein Geld, springen sie sofort ab.

Conrad Pramböck, Compensation-Expert

14 die wirtschaft 15

AUFLAGE	AUSGABEN PRO JAHR	ZIELGRUPPE	IHR VORTEIL
84.400* Exemplare	**12****	A und B Schicht: Eigentümer, Geschäftsführer, Manager großer und mittlerer Unternehmen	Gelesen von Entscheidungsträgern mit **doppelter Reichweite** bei **halbem TKP*****

* Monatsdurchschnitt 2024
** 10x dieWirtschaft monatlich in den Fachmagazinen des Wirtschaftsverlags, 2 Specials die wirtschaft PREMIUM
*** Vergleich 1/1-Seitenpreis und Druckauflage lt. Mediadaten 2023 von Trend Premium, Gewinn, Profil, News, Industrie Magazin

DAS MEDIUM

die wirtschaft PREMIUM

Optimistisch, konstruktiv, und voller Unternehmergeist. Das ist **die wirtschaft**, das älteste Wirtschaftsmagazin Österreichs. Gegründet im Juli 1945, vom späteren Bundeskanzler Julius Raab. Heute steht die Wirtschaft vor globalen Aufgaben die eine weitreichende Transformation erfordern. Unternehmen müssen in ihre Mitarbeitenden und in ihre Infrastruktur investieren um wettbewerbsfähig zu bleiben und nachhaltig zu wirtschaften.

Die Unternehmerinnen und Unternehmer sind bereit. Was sie benötigen, ist Optimismus und Orientierung. **die wirtschaft** ist ihr Magazin. Zusätzlich zu den monatlich erscheinenden Wirtschaft-Resorts in den Fachmedien feiern **zwei Premiumausgaben** die Leistungsfähigkeit und Innovationskraft der heimischen Unternehmen. Erreichen Sie die Macher*innen des Landes zu einem unschlagbaren Preis.

DIE THEMENSCHWERPUNKTE:

- Inspiration und Best Practice: Erfolgreiche KMU und ihre Konzepte
- Nachhaltigkeit und CSR: So gelingt die Transformation der Wirtschaft
- Chancen und Märkte: Erfolg in der Außenwirtschaft
- Trends und Entwicklungen: Die Wirtschaft am Puls der Zeit
- Mobilität und Fuhrpark: So bleiben Unternehmen in Bewegung
- Politik und Gesellschaft: Wahlen zum Europaparlament
- Standort und Region: Die besten Plätze für Betriebe
- Finanzierung und Förderung: So kommen Unternehmen an Geld

Preise für Werbeeinschaltungen siehe Anzeigenpreisliste auf Seite 7.

TERMIN- UND THEMENPLAN 2024

AUSGABE JÄNNER/FEBRUAR

- Logistik
- Fuhrpark: Kleintransporter
- Steuer- und Rechtstipps

AUFLAGE: 99.440 EXEMPLARE

ANZEIGENSCHLUSS	16.01.
DRUCKUNTERLAGENSCHLUSS	18.01.
ERSCHEINUNGSTERMIN	ab 26.01.

AUSGABE MÄRZ

- Personalmanagement
- Human Resources
- Steuer- und Rechtstipps

AUFLAGE: 92.120 EXEMPLARE

ANZEIGENSCHLUSS	09.02.
DRUCKUNTERLAGENSCHLUSS	16.02.
ERSCHEINUNGSTERMIN	ab 04.03.

AUSGABE APRIL

- Digitalisierung
- Cybersicherheit
- Steuer- und Rechtstipps

AUFLAGE: 78.240 EXEMPLARE

ANZEIGENSCHLUSS	21.03.
DRUCKUNTERLAGENSCHLUSS	27.03.
ERSCHEINUNGSTERMIN	ab 05.04.

AUSGABE die wirtschaft PREMIUM 1

Das Magazin für Österreichs KMU-Entscheider*innen

SPECIAL: E-MOBILITÄT UND FUHRPARK

AUFLAGE: 84.400 EXEMPLARE

ANZEIGENSCHLUSS	26.04.
DRUCKUNTERLAGENSCHLUSS	06.05.
ERSCHEINUNGSTERMIN	ab 04.06.

AUSGABE MAI

- Unternehmensfinanzierung
- Mitarbeitervorsorge
- Steuer- und Rechtstipps

AUFLAGE: 83.020 EXEMPLARE

ANZEIGENSCHLUSS	12.04.
DRUCKUNTERLAGENSCHLUSS	19.04.
ERSCHEINUNGSTERMIN	ab 07.05.

AUSGABE JUNI

- Forschung und Entwicklung
- Nachhaltigkeit
- Steuer- und Rechtstipps

AUFLAGE: 94.840 EXEMPLARE

ANZEIGENSCHLUSS	08.05.
DRUCKUNTERLAGENSCHLUSS	16.05.
ERSCHEINUNGSTERMIN	ab 04.06.

TERMIN- UND THEMENPLAN 2024

AUSGABE **JULI/AUGUST**

- Digitalisierung
- Fuhrpark, Mobilität
- Steuer und Rechtstipps

AUFLAGE: 89.640 EXEMPLARE

ANZEIGENSCHLUSS	10.06.
DRUCKUNTERLAGENSCHLUSS	17.06.
ERSCHEINUNGSTERMIN	ab 02.07.

AUSGABE **SEPTEMBER**

- Aus- und Weiterbildung
- Recruiting
- Steuer- und Rechtstipps

AUFLAGE: 80.520 EXEMPLARE

ANZEIGENSCHLUSS	09.08.
DRUCKUNTERLAGENSCHLUSS	19.08.
ERSCHEINUNGSTERMIN	ab 03.09.

AUSGABE **die wirtschaft PREMIUM 2**

Das Magazin für Österreichs KMU-Entscheider*innen

AUFLAGE: 84.400 EXEMPLARE

ANZEIGENSCHLUSS	29.08.
DRUCKUNTERLAGENSCHLUSS	05.09.
ERSCHEINUNGSTERMIN	ab 01.10.

AUSGABE **OKTOBER**

- Digitalisierung
- Informationstechnologie
- Steuer- und Rechtstipps

AUFLAGE: 75.520 EXEMPLARE

ANZEIGENSCHLUSS	09.09.
DRUCKUNTERLAGENSCHLUSS	16.09.
ERSCHEINUNGSTERMIN	ab 01.10.

AUSGABE **NOVEMBER**

- Geld und Finanzen
- Unternehmensführung
- Steuer- und Rechtstipps

AUFLAGE: 82.740 EXEMPLARE

ANZEIGENSCHLUSS	18.10.
DRUCKUNTERLAGENSCHLUSS	24.10.
ERSCHEINUNGSTERMIN	ab 04.11.

AUSGABE **DEZEMBER**

- Fuhrpark und Mobilität
- Digitalisierung
- Steuer- und Rechtstipps

AUFLAGE: 67.720 EXEMPLARE

ANZEIGENSCHLUSS	12.11.
DRUCKUNTERLAGENSCHLUSS	19.11.
ERSCHEINUNGSTERMIN	ab 04.12.

ANZEIGEN

PREISLISTE PRINT

2/1 SEITE

420 x 297 mm
und
460 x 297 mm

€ 15.500,–

1/1 SEITE

210 x 297 mm
und
230 x 297 mm

€ 11.800,–

1/2 SEITE

99 x 297 mm
und
105 x 297 mm

210 x 140 mm
und
230 x 146 mm

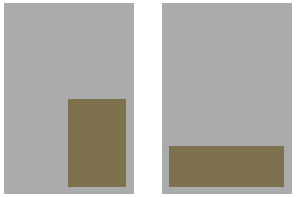
€ 7.880,–

1/3 SEITE

70 x 297 mm
und
78 x 297 mm

210 x 100 mm
und
230 x 100 mm

€ 5.500,–



1/4 SEITE

95 x 125 mm
und
101 x 135 mm

185 x 60 mm
und
208 x 65 mm

€ 3.980,–

SONDERPLATZIERUNG IN die wirtschaft PREMIUM

U2, U3, U4

€ 14.200,–

Formate abfallend, exkl. 3 mm Beschnitt. Preise zzgl. 5% Werbeabgabe und 20% MwSt., gültig ab 1.1.2024

ADVERTORIAL PRINT

SPEZIFIKATIONEN

Kommunizieren Sie Ihre Markenbotschaft ausführlich mit einem Bild- und Textbeitrag in redaktioneller Anmutung. Präsentieren Sie Ihr Unternehmen als führender Experte, oder stellen Sie Ihre Produktinnovation im Detail vor. Sie liefern Text und Bild, wir gestalten Ihren Beitrag im vorgegebenen Layout. Auf Wunsch unterstützt Sie unsere Fachredaktion bei der Erstellung des Textes und der Auswahl der Bilder (Preis auf Anfrage).

Werbung

Seit mehr als 170 Jahren nachhaltig und regional

VOLKSBANK

Die Volksbank bekennt sich mit ihrer Gründung zur nachhaltigen Geschäftstätigkeit und Förderung regionaler Wirtschaftskreisläufe. Bis 2030 plant der Verbund, im Betrieb klimaneutral zu sein.

DI Gerald Fleischmann, Generaldirektor der VOLKSBANK WIEN AG und Sprecher des Volksbanken-Verbundes.

Der Volksbanken-Verbund besteht ausschließlich aus österreichischen Banken, die in ihren jeweiligen Einzugsgebieten tätig sind. Auch Aktionäre aus dem Ausland gibt es nicht. Als regionale Hausbank trägt die Volksbank zum nachhaltigen wirtschaftlichen Erfolg der Kundinnen und Kunden in der Region bei. Doch Nachhaltigkeit bedeutet noch viel mehr als Regionalisierung, wie auch im aktuellen Nachhaltigkeitsbericht der VOLKSBANK WIEN AG sowie im ersten Bericht für den gesamten Volksbanken-Verbund zu lesen ist.

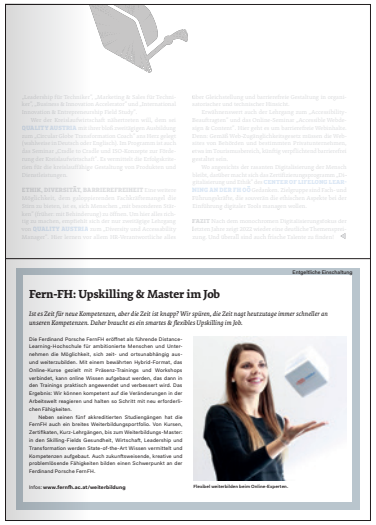
Nachhaltigkeitskomitee mit klaren Zielen

Mit 2022 wurde in der VOLKSBANK WIEN AG ein Nachhaltigkeitskomitee gegründet. In Zusammenarbeit mit dem Vorstand hat dieses eine Reihe an Nachhaltigkeitszielen definiert. Mit Blick auf seine CO_2-Emissionen hat der Verbund festgelegt, im Betrieb bis 2030 klimaneutral zu werden. Zudem sind die Volksbanken dann bestrebt, künftig den Frauenanteil in Führungspositionen als zwei Jahre um etwa 10 % zu steigern. „Das Ziel, unser Nachhaltigkeitsrating zu verbessern, haben wir bereits erreicht. Sustainalytics, der weltweit führende Anbieter von ESG- und Corporate Governance-Analysen sowie ESG Risk-Ratings, hat uns eine sehr erfreuliche Verbesserung attestiert. Unser Sustainalytics ESG Risk Rating Score hat sich von zuletzt 26,7 auf aktuell 17,4 verbessert. Besonders positiv ist, dass wir einen Sprung von der Kategorie „Medium ESG Risk" in die Kategorie „Low ESG Risk" geschafft haben", konstatiert Gerald Fleischmann, Generaldirektor der VOLKSBANK WIEN AG und Sprecher des Volksbanken-Verbundes.

Starkes Trio für die Energiewende

Als starker Partner der PowerSolution Energieberatung GmbH leistet die VOLKSBANK WIEN AG gemeinsam mit dem Österreichischen Genossenschaftsverband (DGV) derzeit einen maßgeblichen Beitrag zur Energiewende. Als Allianz forcieren sie die Errichtung von Photovoltaik-Anlagen sowie die Gründung von Energiegenossenschaften. Unter dem Motto „Drei Partner schaffen mehr als jeder alleine" verfolgen sie das Ziel, die Errichtung von PV-Anlagen vorzutreiben und Gemeinden oder regionale Gruppen bei der Gründung von Energiegenossenschaften zu unterstützen.

Dies ist eine Marketingmitteilung und kein Angebot, keine Beratung und keine Risikoaufklärung. Nähere Informationen zu den Nachhaltigkeitsberichten finden Sie unter https://www.volksbank.at/nachhaltigkeit



Entgeltliche Einschaltung

Fern-FH: Upskilling & Master im Job

Ist es Zeit für neue Kompetenzen, oder die Zeit ist knapp? Wir spüren, die Zeit nagt heutzutage immer schneller an unseren Kompetenzen. Daher braucht es ein smartes & flexibles Upskilling im Job.

Die Ferdinand Porsche FernFH eröffnet als führende Distance-Learning-Hochschule für ambitionierte Menschen und Unternehmen die Möglichkeit, sich zeit- und ortsunabhängig aus- und weiterzubilden. Mit einem bewährten Hybrid-Format, das Online-Kurse gestützt mit Präsenz-Trainings und Workshops verbindet, kann online Wissen aufgebaut werden, das dann in den Trainings praktisch angewendet und verbessert wird. Das Ergebnis: Wir können kompetent auf die Veränderungen in der Arbeitswelt reagieren und halten so Schritt mit neu erforderlichen Fähigkeiten.

Neben seinen fünf akkreditierten Studiengängen hat die FernFH auch ein breites Weiterbildungsportfolio. Von Kursen, Zertifikaten, Kurz-Lehrgängen, bis zum Weiterbildungs-Master: in den Skilling-Fields Gesundheit, Wirtschaft, Leadership und Transformation werden State-of-the-Art Wissen vermittelt und Kompetenzen aufgebaut. Auch zukunftsweisende, kreative und problemlösende Fähigkeiten bilden einen Schwerpunkt an der Ferdinand Porsche FernFH.

Infos: **www.fernfh.ac.at/weiterbildung**

Flexibel weiterbilden beim Online-Experten.

2/1 SEITE

2–3 Bild
Überschrift max. 45 Zeichen
Vorspann max. 200 Zeichen
Fließtext max. 7.000 Zeichen

1/1 SEITE

1 Bild
Überschrift max. 45 Zeichen
Vorspann max. 200 Zeichen
Fließtext max. 2.200 Zeichen

1/2 SEITE

1 Bild
Überschrift max. 45 Zeichen
Vorspann max. 200 Zeichen
Fließtext max. 1.000 Zeichen

Preise siehe Anzeigenpreisliste.
Angabe der Zeichenanzahl inkl. Leerzeichen. Anlieferung des Textes als Word-Datei, Bilder als druckfähiges Format (JPG, PNG, TIFF, PSD) mit 300 dpi Auflösung, Grafiken als Vektordatei.

ONLINE

NORTONRSX / ISTOCK / GETTY IMAGES PLUS VIA GETTY IMAGES

die-wirtschaft.at ist die Website für Geschäftsführende, EIgentümer*innen und Führungskräfte in österreichs KMUs.

Ihre Werbung wirkt in einem Mix aus aktuellen Nachrichten, ausgiebig recherchierten Wissensartikeln und Marktübersichten, natürlich immer exakt auf Ihre Zielgruppe zugeschnitten.

Unsere Website ist ÖWA-geprüft und unsere Newsletter sind DSGVO-Konform.

PAGE IMPRESSIONS	VISITS	UNIQUE-CLIENTS
11.120	5.790	4.590

Durchschnittlicher Monatswert (Zeitraum: 2. Quartal, April – Juni 2023, Quelle: ÖWA)

WEBSITE

PREISLISTE ONLINE

SUPERBANNER

728 x 90 px + Mobile 300 x 50 px, Position 1 oder 2

SKYSCRAPER

120 x 600 px + Mobile 320 x 480 px, Position 3

CONTENT BANNER

300 x 100 px + Mobile 300 x 50 px, Position 2

CONTENT AD

300 x 250 px + Mobile 300 x 250 px, Position 2

Dateiformat: HTML 5, JPG, GIF

€ 680,–

BILLBOARD

1024 x 250 px + Mobile 300 x 50 px, Position 1
Dateiformat: HTML 5, JPG, GIF

SITEBAR, HALF PAGE AD

300 x 600 px + Mobile 300x 600 px, Dateiformat: JPG, GIF (dynamisch max. 450 x 900 px, nur im Dateiformat: HTML 5), Position 3

VIDEO CONTENT AD

300 x 250 px + Mobile 300 x 250 px, Position 2
Dateiformat: HTML 5

€ 890,–

SITELINK

Text-Bild- und Linkkombination:
1 Bild max. 440 x 280 px, Headline max. 50 Zeichen, Text max. 190 Zeichen, Link zu Ihrer Landingpage. Position 2

ADVERTORIAL

Teaser und Artikel (max. 3 Bilder à 1000 x 667 px [optimal], Headline max. 100 Zeichen, Text max. 1.500 Zeichen). Position 2

Bildformat: JPG

€ 1.090,–

Preise gelten für einen Monat zzgl. 20% MwSt., gültig ab 1.1.2024. Die Bannerformate werden in Rotation mit maximal drei weiteren Werbekunden auf dieser Platzierung eingeblendet.
Eine Fixplatzierung des gewünschten Werbeplatzes (zzgl. 20%) ist möglich.

NEWSLETTER

PREISLISTE ONLINE

NEWS FÜR ENTSCHEIDER

Unsere Wirtschafts-News erreichen wöchentlich österreichs Top-Entscheider*innen in den Bereichen KMU allgemein, Handwerk+Bau, Automotive sowie Gastronomie und Hotelerie.
Die hohe Öffnungsrate unseres Newsletters spricht für die hohe Qualität der Adressen. Alle Empfänger*innen haben ihre explizite Zustimmung zum Erhalt gegeben.

PAKET 100.000

Buchen Sie **vier Newsletter-Einschaltungen** in einem Kalendermonat und erreichen Sie **über 100.000 Kontakte.**

Die 4. Aussendung ist kostenlos!

ADVERTORIAL

Mit einem Klick auf den Teaser im Newsletter oder auf unserer Homepage gelangt Ihr Kunde zur Vollansicht Ihres Advertorials, eingebettet in unser redaktionelles Umfeld.

€ 2.850,–*

EXKLUSIV-NEWSLETTER

Nützen Sie die Möglichkeit, ihre Werbebotschaft exklusiv an prominenter Stelle in unserem redaktionellen Newsletter zu positionieren.

€ 3.980,–*

SITELINK

Der Sitelink besteht aus einem kurzen Text und einem Bild und verlinkt vom Newsletter und von unserer Homepage direkt auf Ihre Landingpage.

€ 2.350,–*

*inkl.
1 MONAT PRÄSENZ AUF UNSERER WEBSITE

FULLBANNER

468 x 60 px + Mobile 300 x 50 px

CONTENT AD

300 x 250 px + Mobile 300 x 250 px

Dateiformat: JPG

€ 1.180,–

Werbemittelanlieferung 5 Werktage vor Erscheinungstermin.

ERSCHEINUNGSINTERVALL	EMPFÄNGER	ÖFFNUNGSRATE	KLICKRATE
wöchentlich	**25.860**	**34,0 %**	**8,3 %**
Donnerstag/Freitag	Juli 2023	Juli 2023	Juli 2023

Preise zzgl. 20% MwSt.

ADVERTORIAL.INTERAKTIV

PREISLISTE ONLINE

JETZT NEU: ADVERTORIAL.INTERAKTIV

Mit unserem brandneuen Paketangebot **Advertorial.INTERAKTIV** vermitteln Sie Ihren Kunden Ihre wichtigsten USPs rasch und übersichtlich auf einer individuellen, animierten Landingpage. Dadurch ist garantiert, dass sich Ihre Kunden*innen intensiv mit Ihren Produkten auseinandersetzen.

Das Paket beinhaltet die **Erstellung,** das **Hosting** und ein **digitales Werbepaket!**

Weitere Information erhalten Sie gerne auf Anfrage.

€ 2.990,–

DEMO STARTEN!

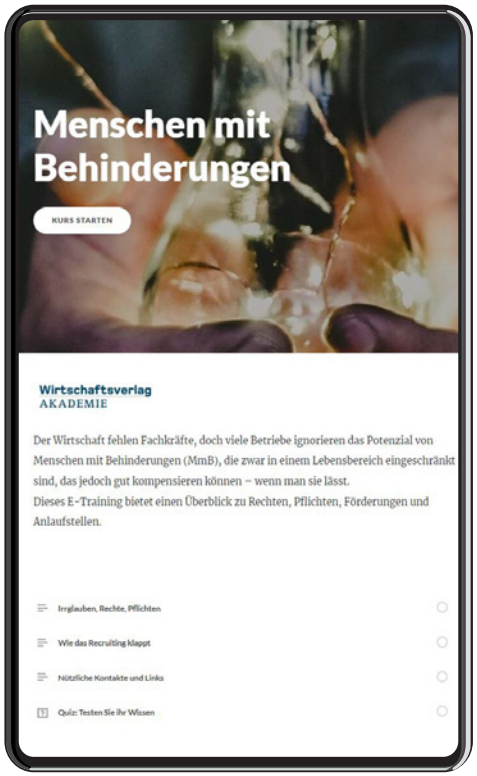
https://bit.ly/3DBbi8f

oder

Preise zzgl. 20% MwSt.

DIGITAL SPECIALS

PREISLISTE ONLINE



SPONSORING INTERAKTIVER CONTENT

Mittels einer innovativen Software gestalten wir passend zu Ihren Produkten ein interaktives redaktionelles Umfeld auf unserem Onlineportal. Als Sponsor wird Ihr Unternehmenslogo an prominenter Stelle integriert, sowie Ihre Unternehmensinformationen inklusive Verlinkung auf Ihr Kontaktformular zur Leadgenerierung platziert. Mit der Ausspielung auf unserem Onlineportal, in unseren Newslettern und über Social Media, sorgen wir für die optimale Reichweite. Mindestlaufzeit sechs Monate.

←

DEMO STARTEN!

https://bit.ly/3dnHgKn

€ 600,– pro Monat

PRODUCT.DISPLAY

Von informativen Produktschulungen für Ihren Außendienst bis hin zu interaktiven Produktpräsentationen für Ihre Kunden*innen – wir bereiten Ihre Inhalte ansprechend und spielerisch für Sie auf. Das Responsive Design passt sich optimal auf das jeweilige Ausgabegerät an. Dadurch ist Ihr Product. Display auch das ideale Präsentationstool für Ihren Vertrieb beim Kunden. Zusätzlich können Lernelemente und unterhaltsame Quizformate umgesetzt werden. Auf Wunsch übernehmen wir das Hosting oder Sie integrieren Ihr Product.Display direkt auf Ihrem Onlineportal. Details und Preise auf Anfrage.

WEBINAR

Webinare sind heute eine beliebte Form der Wissensvermittlung und Leadgenerierung in Echtzeit. Von der Moderation durch unsere Fachredaktion bis zum technischen Support – wir sorgen für Ihren gelungenen Auftritt. Details und Preise auf Anfrage.

Preise zzgl. 20% MwSt.

INFORMATIONEN

ANLIEFERUNG DRUCKUNTERLAGEN

Übermittlung digitaler Daten ausschließlich per E-Mail an
anzeigenservice@wirtschaftsverlag.at

DATENFORMAT

- Printoptimierte PDF-Dateien nach Standard „PDF/X-4:2008“ mit Ausgabe-Intention.
- Farbprofil für gestrichene Papiere (Bogenoffset): ISO Coated v2 (ECI).
- Keine Schmuckfarben (z. B. HKS, Pantone), RGB sowie indizierte Farben – bitte in Prozessfarben CMYK (Euroskala) anlegen.
- Alle Schriften einbetten.
- Bilder im Dokument sollten mit 300 dpi/Strichbilder mit 1200 dpi aufgelöst sein.

ANLIEFERUNG GEDRUCKTER WERBEMITTEL

Druckerei Ferdinand Berger & Söhne GmbH,
A-3580 Horn, Wiener Straße 80

Die Beilagen müssen bis Druckunterlagenschluss in der Druckerei eintreffen.

ANLIEFERUNG ONLINEWERBEMITTEL

Die Online-Werbeformate richten sich nach den IAB-Standards für Werbemittel.
Bitte beachten Sie bei der Anlieferung der Werbemittel eine Mindestvorlaufzeit von 5 Werktagen. Online-Banner dürfen eine Dateigröße von max. 150 kb, Mobile Banner 80 kb nicht überschreiten.
Bitte übermitteln Sie Ihre Werbemittel per Mail an
anzeigenservice@wirtschaftsverlag.at

DRUCK- UND BINDEVERFAHREN

Offset, Klammerheftung, für Tonwertabweichungen im Toleranzbereich übernimmt der Verlag keine Haftung.

ADVERTORIAL RICHTLINIEN

Ein Advertorial wird nach §26 Mediengesetz als entgeltliche Einschaltung gekennzeichnet. Ein Korrekturdurchgang ist im Preis inkludiert. Sollten die angelieferten Unterlagen stark von den Vorgaben abweichen, werden neue Unterlagen angefordert oder der Mehraufwand für die Überarbeitung nach vorheriger Rücksprache in Rechnung gestellt (max. EUR 500,–).

MEDIADATEN 2024

Vorbehaltlich Änderungen, Irrtümer, Druck- und Satzfehler.

BANKVERBINDUNG

Inserate
Bank Austria, IBAN AT511100004240571200, BIC BKAUATWW

Abos
Bank Austria, IBAN AT171100009523298900, BIC BKAUATWW

Rechnungen sind innerhalb 30 Tage netto zahlbar

KONTAKT

CHEFREDAKTEUR

Stefan Böck
T +43 1 54664 380
E s.boeck@wirtschaftsverlag.at

ANZEIGENSERVICE

T +43 1 54664 444
E anzeigenservice@wirtschaftsverlag.at

ABOSERVICE

T +43 1 54664 135
E aboservice@wirtschaftsverlag.at

ANZEIGEN- & MEDIENBERATUNG

im Auftrag von Österreichischer Wirtschaftsverlag GmbH

Martin Moser
M +43 676 410 36 05
E moser@mediaprojekte.at

HERAUSGEBER, MEDIENINHABER UND VERLEGER

Österreichischer Wirtschaftsverlag GmbH
Lassallestraße 7a, Unit 5, Top 101-1, 1020 Wien
T +43 1 54664 0
M office@wirtschaftsverlag.at
E www.wirtschaftsverlag.at

ANZEIGEN- & MEDIENBERATUNG

im Auftrag von Österreichischer Wirtschaftsverlag GmbH

Thomas Fischer
M +43 660 34 44 808
E tkf@outlook.at

AGB & DATENSCHUTZ

Es gelten die AGB der Österreichischer Wirtschaftsverlag GmbH, abrufbar unter: **www.wirtschaftsverlag.at/agb**

Bei Fragen zum Datenschutz wenden Sie sich bitte an **datenschutz@wirtschaftsverlag.at**