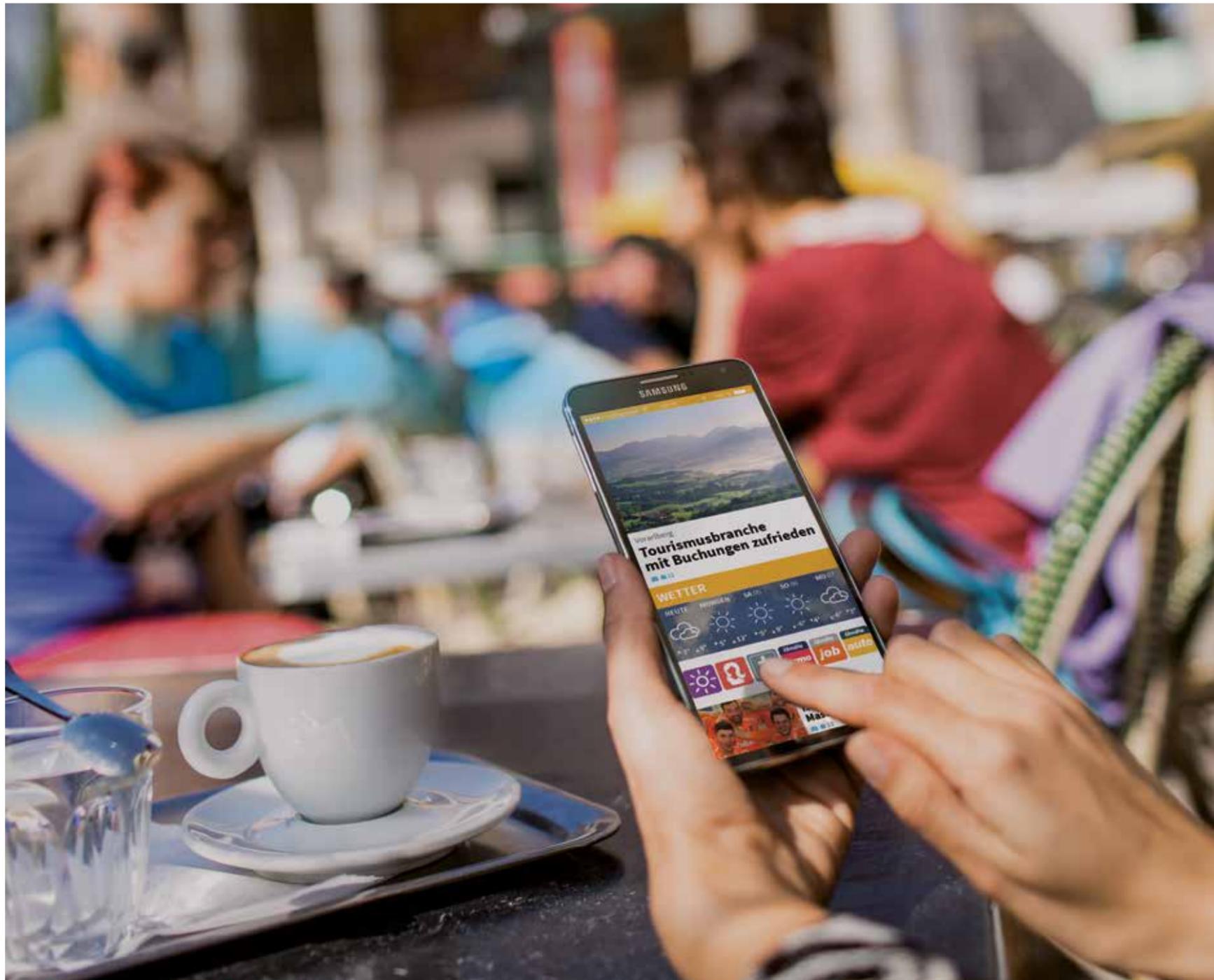


2017







## Mein Vorarlberg. Immer dabei.

Wussten Sie, dass sich VOL.AT über eine tägliche Reichweite von 64,4%\* freut? Damit ist diese fast zehnmal so groß wie die Reichweite von vorarlberg.orf.at oder derstandard.at. Ein echter Erfolg. Apropos: echte Erfolgsgeschichten von Vorarlberger Unternehmen mit VOL.AT finden Sie in diesem Folder. Berichte über ganz individuelle Ziele, Werbekampagnen und Strategien.

Da monatlich fast 60% der Nutzer ganz dem ungebrochenen Smartphone-Trend entsprechend mobil auf unsere Newsseite zugreifen, stehen Ihnen auch in diesem Bereich innovative Werbeideen zur Verfügung. Entdecken Sie, wie Sie Ihre Werbebotschaften zielgruppengerecht kommunizieren können. Finden Sie Ihre Favoriten – von klassisch bis individuell. Gerne planen wir auch Ihre Erfolgsgeschichte 2017. Auf VOL.AT.

Viel Freude beim Entdecken!

\*Quelle: GfK Austria, n=500,  
Grundgesamtheit: Vorarlberger Bevölkerung ab 14 Jahren

# Zahlen + Fakten

---

VOL.AT verzeichnet eine tägliche Reichweite von 64,4%.  
Damit ist diese fast zehnmal so groß wie die Reichweite von vorarlberg.orf.at  
oder derstandard.at und übertrifft facebook.com um mehr als 22%.

(Quelle: GfK Austria, n=500, Grundgesamtheit: Vorarlberger Bevölkerung ab 14 Jahren)

Mit Lesern aus ganz Österreich,  
Liechtenstein, Ostschweiz und Süddeutschland  
darf sich VOL.AT mit Stolz das größte  
regionale Newsportal Österreichs nennen.



### Zugriffszahlen

Eine jährliche Steigerung der Zugriffszahlen – vor allem im mobilen Bereich – erreichen wir durch technische und kreative Innovationen in der App-Entwicklung, dem Online-Marketing und durch unser feines Gespür für Social Media-Trends.

Bemerkenswert: Heute surfen fast 60% der Besucher/Monat mobile auf unserer VOL.AT Website – mit dem Smartphone auch von unterwegs. Daraus ergeben sich veränderte Zugriffszeiten: Fanden vor 5 Jahren die meisten Zugriffe um 8 Uhr morgens (vor Arbeitsbeginn im Büro) statt, so sind unsere User jetzt auch vermehrt zwischen 6 und 7 Uhr morgens sowie um 20 Uhr (in ihrer Freizeit) online.

Seitenaufrufe/Monat	70.864.378	Seitenaufrufe/Monat mobile	5.142.051
Besuche/Monat	7.851.188	Besuche/Monat mobile	44%
einmalige Besuche/Monat	1.117.948		

Die angegebenen Werte sind Durchschnittswerte der ÖWA Basic 2016 I.

### Social Media

facebook



twitter



Instagram 6.000 Follower

Youtube 4,2 Mio. Videoviews

Snapchat 2.000 Freunde

### App Download

iPhone



Android



Gesamt 74.129

# Glossar

---

Schon oft hilft eine kleine Begriffserklärung, um einem Text Verständlichkeit einzuhauchen. Darum haben wir uns entschieden, hier eine kleine alphabetische Erklärung von Begriffen bereitzustellen: Von Ad Impressions bis VISIT.

### ***Ad Impressions***

Anzahl der Sichtkontakte einer Display-Werbung.

### ***Conversion-Rate***

Die Conversion-Rate wird gebildet aus der Anzahl an Transaktionen im Verhältnis zur Anzahl von Besuchen Ihrer Website. Sie beschreibt also das Umwandlungsverhältnis von Besuchern zu Kunden.

### ***Display Werbung***

Als Display Advertising bezeichnet man alle Werbeformen, die mit grafischen Werbemitteln arbeiten (Banner, Skyscraper usw.)

### ***GIF***

„Graphics Interchange Format“ ist ein Grafikformat für Display-Werbung mit leichter Animation.

### ***HTML5***

HTML5 ist die fünfte Fassung von „Hypertext Markup Language“ - einer Computersprache. Diese dient zur Vernetzung von Texten und anderen Inhalten elektronischer Dokumente, wie auch zur Erstellung von Display-Werbung.

### ***JPEG | PNG***

Die gängigsten Bildformate für einfache statische Banner.

### ***Klickrate***

Die Klickrate steht für die durchschnittliche Anzahl von Klicks auf ein Werbemittel. Wenn ein Banner 100.000 mal angezeigt wird und dabei 238 mal angeklickt wird, ist die Klickrate 0,24%.

### ***Loop***

Ein kompletter Durchlauf einer Animation, die aus mehreren Elementen (Bilder, Text, usw.) besteht.

### ***Page Impressions***

Aufrufe einer Internetseite, Anzahl der Sichtkontakte einer Website.

### ***Pixel***

Pixel bezeichnet die kleinste Einheit einer digitalen Rastergrafik und auch deren Darstellung auf einem Bildschirm. Pixel sind die Maßeinheit bei Größenangaben im Online-Bereich (vgl. Print = mm).

### ***RON***

„Run Over Network“ – die Einblendung einer Werbeform erfolgt auf allen Portalen und Seiten eines Anbieters.

### ***ROS***

„Run Over Site“ – die Einblendung einer Werbeform erfolgt auf allen Seiten eines Internetportals (z. B. VOL.AT, ländleimmo, ländlejob, ländleanzeiger,...)

### ***TKP***

Der „Tausender-Kontakt-Preis“ stellt die Basis für die Berechnung der Kosten einer Online-Werbekampagne dar und ist der Preis für 1.000 Sichtkontakte.

### ***Traffic***

Besucherströme, also Mengen von Besuchern, die sich auf Ihren Seiten bewegen.

### ***Unique Client***

Anzahl der Endgeräte (IP-Adresse). Der Unique Client ist die Basis für Reichweitenberechnung.

### ***Visit***

Zusammenhängender Besuch einer Webseite. Jeder erneute Besuch gilt als neuer Visit.

Web und Mobile-Kombi

Desktop

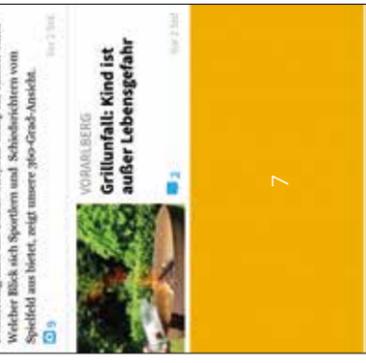
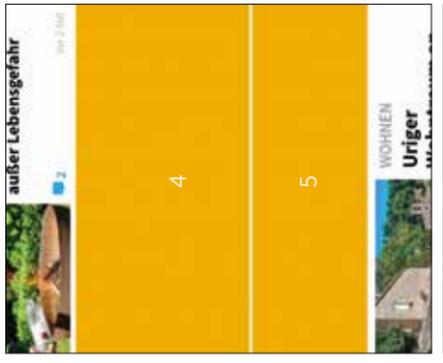
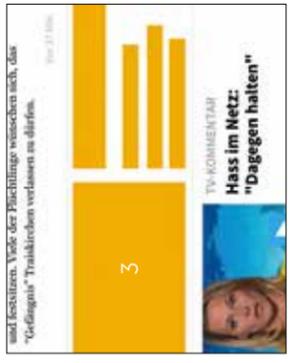
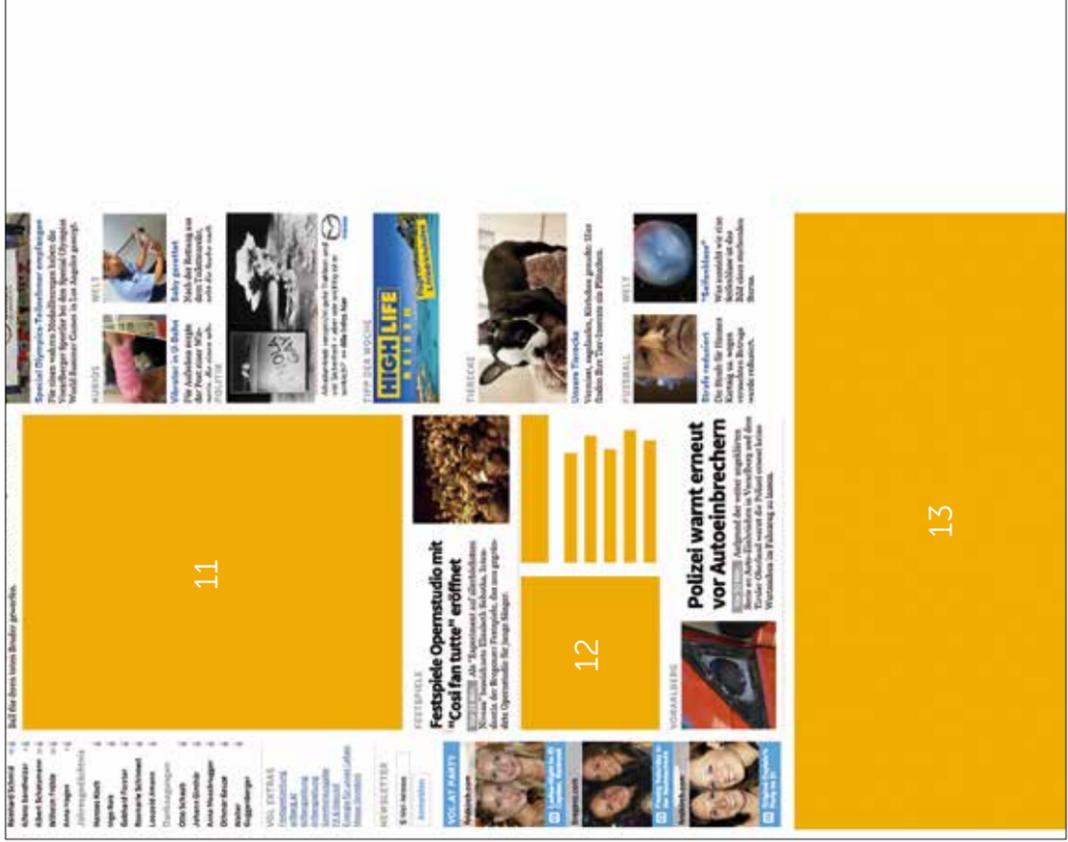
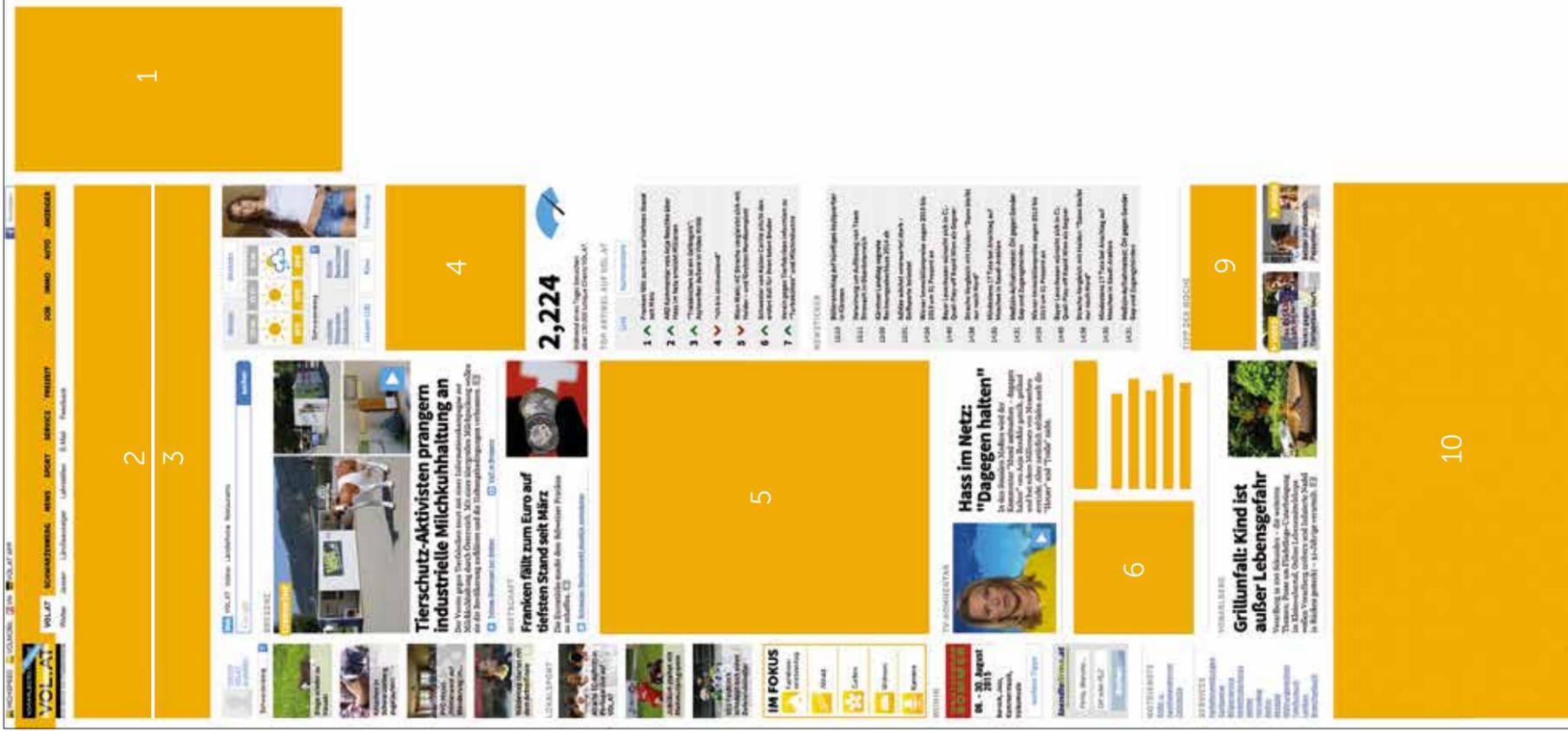
+ Mobile

- 2 Superbanner XL
- 3 Billboard
- 3 Billboard
- 1 Sitebar
- 1 Sitebar dynamisch
- 4 Medium Rectangle
- 10 Big Stage 1
- 13 Big Stage 2
- 6 PR-Artikel 1
- 12 PR-Artikel 2

Advertorial News Feed\*\*

xxl-Artikel News Feed\*\*

Alle Werbeformen sind Fix platziert pro Tag auf der Startseite VOLAT und mobile.VOLAT  
 \*\* Platzierung im Newsfeed auf der Startseite VOLAT und mobile.VOLAT



Desktop

- 1 Half Page Ad | 300x600
- Sitebar scrollt mit | 300x600
- Sitebar dynamisch | 300x600
- 2 Superbanner XL | 970x100
- 3 Billboard | 970x250
- 4 Medium Rectangle | 300x250
- 5 Super Large Ad 1 | 495x600
- 6 PR-Artikel 1
- 9 Tipp der Woche | 300x120
- 10 Big Stage 1 | 970x500
- 11 Super Large AD 2 | 495x600
- 12 PR-Artikel 2
- 13 Big Stage 2 | 970x500

Mobile

- 1 MME Banner | 640x100
- 2 Mobile Cube Ad | 892x360
- 3 Mobile PR-Artikel 1
- 4 Mobile Bigstage 1 | 600x300
- 5 Mobile Medium Rectangle | 600x500
- 6 Mobile PR-Artikel 2
- 7 Mobile Big Stage 2 | 600x300

# Case Studys

---

Unterschiedliche Anforderungen erfordern individuelle Lösungsansätze, abgestimmt auf das jeweilige Unternehmen.

Dies führt zu einem optimalen Ergebnis: einer maximalen Reichweite bei idealem Einsatz von Budget und Werbemöglichkeiten. Alles in allem – zu einem perfekten, erfolgreichen Auftritt.



Die Ski-Region Silvretta Montafon wollte zu Beginn der neuen Wintersaison die Begeisterung für das Ski- und Snowboardfahren in der Bevölkerung wecken. Im selben Zuge sollten die Verkäufe für Saisonskarten forciert werden.

#### Umsetzung

„Interaktivität“ war das Stichwort bei der Umsetzung der Kampagne der Silvretta Montafon. Hierzu haben wir uns gemeinsam mit dem Kunden etwas Besonderes einfallen lassen und ein Mini Game zum Thema Skifahren und Snowboarden programmiert. Ziel des Spiels war es, eine neue Bestzeit in den virtuellen Schnee zu zaubern. Der User mit der besten Zeit durfte sich am Ende der Kampagne über eine Saisonskarte für das Gebiet Silvretta Montafon freuen.

#### Ergebnisse

Die Kampagne war ein voller Erfolg. 96% der User, welche den PR-Artikel aufrufen, führten in weiterer Folge das Spiel auch durch. Ob online oder offline – das Feedback war gigantisch.



Desktop und Mobile  
PR-Artikel



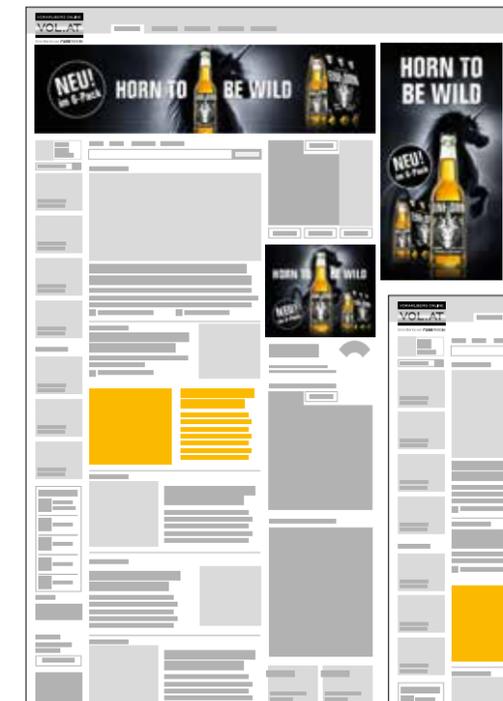
Die Firma Fohrenburger hat uns gebeten, eine Kampagne für die Markteinführung ihres neuen Produkts, dem Einhorn Bier, zu planen. Ziel war es das neue Bier in der Bevölkerung, besonders in der Hauptzielgruppe der 18- bis 30-jährigen, bekannt zu machen.

#### Umsetzung

Der Kampagnenzeitraum erstreckte sich auf insgesamt 5 Monate. Sowohl im Frühjahr wie auch im Sommer wurden zwei Schwerpunkte gesetzt. Die Durchführung erfolgte mittels PR-Texten und klassischen Bannerschaltungen in verschiedenen Formaten. Die Banner wurden mittels Targeting nur in der für Fohrenburg relevanten Zielgruppe der 18- bis 30-jährigen ausgespielt. Somit konnten zu große Streuverluste vermieden werden.

#### Ergebnisse

Das neue Einhorn Bier von Fohrenburger war im wahrsten Sinne des Wortes in aller Munde. Dank einer geschickten Marketing-Strategie war die Markteinführung des neuen Biers ein voller Erfolg. Das Bier wurde fix in das Produkt-Sortiment aufgenommen und ist dort auch nicht mehr wegzudenken.



#### Desktop

Billboard | 970x250 px

Half Page Ad | 300x600 px

Desktop und Mobile

Medium Rectangle

300x250 px | 600x500 px

PR-Artikel





DJ's Bikeshop feierte im März 2016 sein 10-jähriges Bestehen. Um das Jubiläum entsprechend zu zelebrieren, organisierte der Besitzer auch eine Hausmesse. Gäste anlocken wollte man dabei durch Aktionspreise, aber auch mit der Hilfe von zwei Bike-Trucks, welche die neuesten Modelle von Simplon und KTM im Gepäck hatten. Ziel der Kampagne war es, so viele Bike-Fans wie möglich aus den Hofsteig-Gemeinden in DJ's Bike Shop begrüßen zu dürfen.

#### Umsetzung

Um möglichst viele Bike-Fans aus dem Bezirk Hofsteig auf die Messe aufmerksam zu machen, wurde gezielt nur in dieser Region über drei Wochen, mit einem großflächigen Billboard und Half Page Ad geworben. Zusätzlich wurde mittels eines PR-Textes für mobile Endgeräte im ganzen Land den Usern vermittelt, dass DJ's Bikeshop ein absoluter Fachmann für Fahrräder ist. Im PR-Text wurde ebenso ein Video integriert, um auch die visuell affine Zielgruppe von DJ's Bikeshop's Qualitäten zu überzeugen.

#### Ergebnisse

Nicht nur die Klickzahlen der Kampagne überzeugten, DJ's Bikeshop freute sich über einen Ansturm auf seine Hausmesse. Zahlreiche Rückmeldungen von Besuchern bestätigten, dass sich die Kampagne auf VOL.AT mehr als ausgezahlt hatte.



Desktop  
Billboard | 970x250 px  
Half Page Ad | 300x600 px  
Mobile  
PR-Artikel



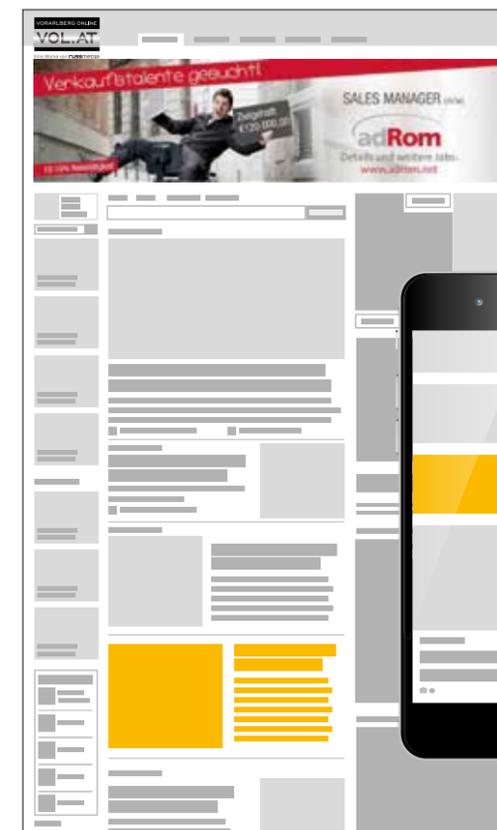
Die Firma adRom ist schon seit längerer Zeit auf der Suche nach qualifizierten Mitarbeitern in verschiedenen Bereichen. Da der Erfolg bei der klassischen Suche über Stelleninserate eher mäßig war, hat ADROM nach neuen Wegen für die Rekrutierung passender Mitarbeiter gesucht.

#### Umsetzung

Ein Mix aus großflächigen Billboard Bannern und einem PR-Text wurde gewählt, um das Kampagnenziel so gut wie möglich zu erreichen. Die Kampagne wurde in zwei Wellen durchgeführt, die erste im Herbst und die zweite im Frühjahr. Die Banner waren an verschiedene Zielgruppen gerichtet und bei der Gestaltung wurde auf die jeweilige Anforderung der Zielgruppe Rücksicht genommen. So wurden für die Außendienst-Mitarbeiter vor allem die hohen Verdienstmöglichkeiten hervorgehoben, für die Software-Entwickler wurde der hohe Innovationsgrad des Unternehmens als Aufhänger verwendet.

#### Ergebnisse

Die Klickzahlen der Kampagne waren sehr beeindruckend. Für den Kunden zählte bei dieser Kampagne aber vor allem die Anzahl der qualitativ hochwertigen Bewerbungen. Auch hier konnten wir den Anforderungen von adrom gerecht werden. Sie konnten alle vakanten Stellen durch die Kampagne besetzen.



Desktop Billboard | 970x250 px  
Desktop und Mobile PR-Artikel



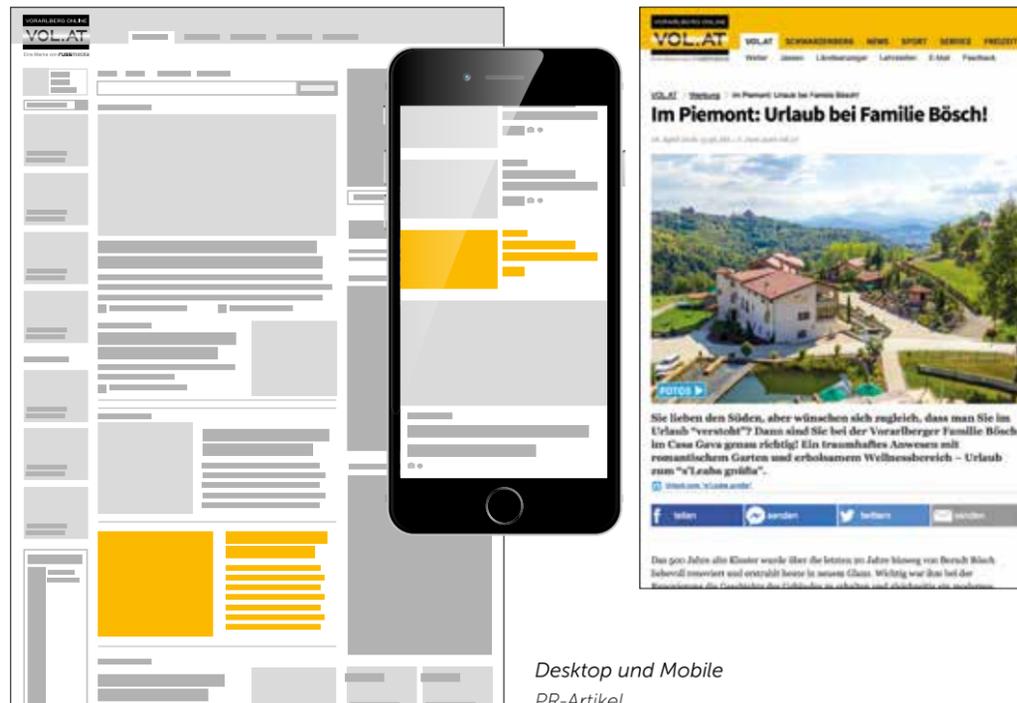
Eine Vorarlberger Familie hat sich den Traum der Selbständigkeit im wunderschönen Piemont in Italien erfüllt. Sie betreuen eine Ferienanlage, welche mit kulinarischen Köstlichkeiten, umgeben von idyllischen Weinbergen, besticht. Ziel der Kampagne war es, ihr Projekt in Vorarlberg bekannt zu machen und natürlich auch neue Gäste aus dem Ländle zu gewinnen.

#### Umsetzung

Die Umsetzung erfolgte als reine Content-Kampagne. Insgesamt wurden drei PR-Artikel auf der Desktop Startseite und der mobilen Startseite geschaltet. Inhaltlich nahm man Bezug auf die heimischen Gastgeber, sowie die wunderschöne Region Piemont und das luxuriöse Anwesen.

#### Ergebnisse

Die überdurchschnittlich hohen Klickzahlen machten sich auch in der Buchungslage bemerkbar. Speziell an den Tagen, an denen die PR-Artikel online waren, lief das Telefon in Italien den ganzen Tag heiß und es konnten mehrere Buchungen verzeichnet werden. Für den Kunden war die Kampagne ein voller Erfolg und das Investment zahlte sich mehr als aus.



Desktop und Mobile  
PR-Artikel



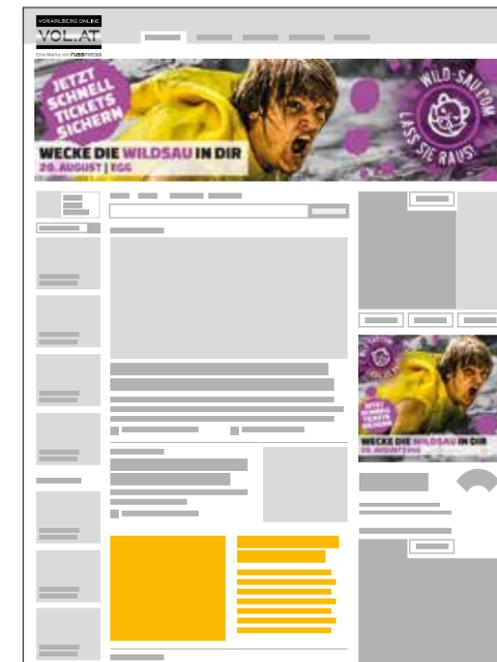
Der Wildsau Dirt Run ist ein Event, welches jährlich in jedem Bundesland stattfindet. Ziel der Organisatoren war es, über VOL.AT Anmeldungen für Startplätze beim Dirt Run zu generieren.

#### Umsetzung

Für die Durchführung der Kampagne wurde auf verschiedene Möglichkeiten und Kanäle gesetzt. Auf VOL.AT fand die Teilnehmer-Suche mittels fixplatziertem Billboard Banner auf dem Desktop und einem fixplatziertem Medium Rectangle mobile statt. Außerdem wurde ein Medium Rectangle sowohl am Desktop, wie auch mobile über den Zeitraum von einer Woche auf Sichtkontakt-Basis auf VOL.AT geschaltet. Durch einen zusätzlichen PR-Text auf VOL.AT, wurden auch weniger bild-affine Teilnehmer auf den Wildsau Dirt Run aufmerksam gemacht. Mit einem Gewinnspiel wurde die Lust zum Mitmachen gesteigert.

#### Ergebnisse

Während des Kampagnen-Zeitraums konnten die Organisatoren einen deutlichen Anstieg der Anmeldungen verzeichnen. Obwohl die Bewerbung des Events für Zuschauer nur als zweitrangiges Ziel ausgegeben war, meldeten die Organisatoren auch hier einen vollen Erfolg der Kampagne.



Desktop  
Billboard | 970x250 px  
Desktop und Mobile  
Medium Rectangle | 300x250 px | 600x500 px  
PR-Artikel



*Vorarlberg hat eine Vielzahl von Online-Shops und VOL.AT hat es sich im Zuge des Online-Shop-Specials zur Aufgabe gemacht, diese in der Bevölkerung bekannt zu machen. Durch eine Umfrage im Vorfeld konnte VOL.AT wichtige Daten zum Wissensstand der Vorarlberger im Bezug auf heimische Online-Shops eruieren.*

#### Umsetzung

Um den größtmöglichen Erfolg dieser Kampagne zu erzielen, wählten wir für die Publikationen mehrere Kanäle aus. Mittels fixplatziertem PR-Artikel auf der VOL.AT Startseite wurde der Online-Shop der breiten Masse vorgestellt. Auch Display-Anzeigen im VOL.AT Netzwerk kamen zu diesem Zweck zum Einsatz. Um parallel direkte Geschäftsabschlüsse im Online-Shop des Kunden zu forcieren, nutzten wir auch andere digitale Kanäle, um Anzeigen zu schalten, die genau die Zielgruppe von ComStern.at ansprachen.

#### Ergebnis

Der Kunde ComStern.at verzeichnete während der Kampagnen-Laufzeit massive Zugriffssteigerungen auf seinen Online-Shop. Auch wurden während der Laufzeit nachweislich über die Kampagne mehrere Bestellungen getätigt.



Desktop und Mobile  
Medium Rectangle | 300x250 px | 500x600 px  
PR-Artikel



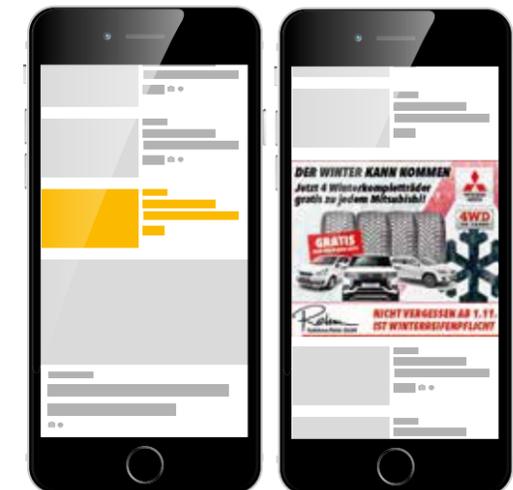
*Auto Special – Alles Neue rund ums Auto. Im Herbst 2016 war zwei Wochen lang das Thema Autokauf im Ländle im Vordergrund auf VOL.AT. Teilnehmende Händler bekamen die Möglichkeit, ihre Neuigkeiten zu präsentieren. Hierzu wurde extra eine neue, interaktive Website ins Leben gerufen – MOTOR.VOL.AT.*

#### Umsetzung

Beworben wurde die Aktion mittels Imagekampagne auf ländleauto.at, VOL.AT im Google Display Netzwerk und auf der VOL.AT Facebook-Seite und sorgte somit für große Aufmerksamkeit. Täglich rückten wir einen Vorarlberger Autohändler ins Rampenlicht und sorgten dafür, dass die Werbung mittels Re-Targeting gezielt an Interessenten – also User, welche bereits unser Special oder unsere Auto-Seiten besucht hatten – ausgespielt wurde.

#### Ergebnisse

Erstmals wurde das Autospecial im großen Rahmen präsentiert. Das Autohaus Rehm war begeistert. Die starke Präsenz auf VOL.AT und Google zeigte ihre Wirkung. Dank zielgerichtetem, kundenspezifischem Targeting konnte so die Wirksamkeit von Online-Werbung eindrucksvoll bewiesen werden.



Desktop und Mobile  
Medium Rectangle | 300x250 px | 500x600 px  
PR-Artikel

# Weitere Werbemöglichkeiten

---

Unser Portfolio erreicht über 1.8 Millionen Menschen in ganz Österreich.  
Mehr über alle Portale und Ihre Möglichkeiten erfahren Sie bei Ihrem Mediaberater.

# RUSSmedia



*Kontaktieren Sie uns!*

Gerne stehen wir Ihnen für Fragen zu unseren Produkten und Dienstleistungen zu Verfügung. Vereinbaren Sie noch heute einen Termin und erfahren Sie mehr über VOL.AT – Vorarlbergs Startseite im Internet!

*Russmedia Digital GmbH*

Gutenbergstraße 1, 6858 Schwarzach, Österreich

Tel. +43 (0)5572 501 800, [digital@russmedia.com](mailto:digital@russmedia.com), [www.russmedia.com](http://www.russmedia.com), [wirkt.VOL.AT](http://wirkt.VOL.AT).

Änderungen und Druckfehler vorbehalten. Alle weiteren Informationen zu Zielgruppen, Mediadaten, Portalen, Mobile, Werbemöglichkeiten uvm. finden Sie online in Texten, Ton und Bild auf [wirkt.VOL.AT](http://wirkt.VOL.AT). Die allgemeinen Geschäftsbedingungen finden Sie unter <http://wirkt.vol.at/agb/>.

