



Trade & Service in **ct**



2023

**FACTS AND FIGURES
IN FOCUS**

Trade & Service in **c't**

The Profile

The c't reader as a consumer is above all demanding, responsible, high-income and at home in all age groups.

Age and life model

Young and dynamic

418,000 c't readers are on average single and 33 years old.

165,000 live in a **3-person household**

140,000 are 41 years old and live without a **marriage certificate**.



In the best age

378,000 c't readers are on average married and 52 years old.

131,000 are middle-aged couples **without children**.

273,000 live in a **2-person household**.



They come from this professional Top 5 industries

316,000 Computer/EDP, ICT

174,000 Business studies, commercial area

116,000 Engineering Sciences

104,000 Management methods, personnel management

85,000 Construction, building industry



Well-off and high-income

Every second c't reader has a **household net worth** of 3,500 euros and more – 52% have a freely available financial leeway of 500+ euros (Index 141)!

198,000 (23%) have the highest socio-economic status. They are far above average (Index 227) in this target group.



They are happy to advise and are multipliers

Almost every second person (47%) has fun to **convince other people of his opinion**.

Every fourth reader exchanges information about products with others more frequently on the Internet / social networks. Average age: 39 years.

More than two thirds of the readers (652,000) are information-focused and use the Internet for information about brands, products, features and prices.

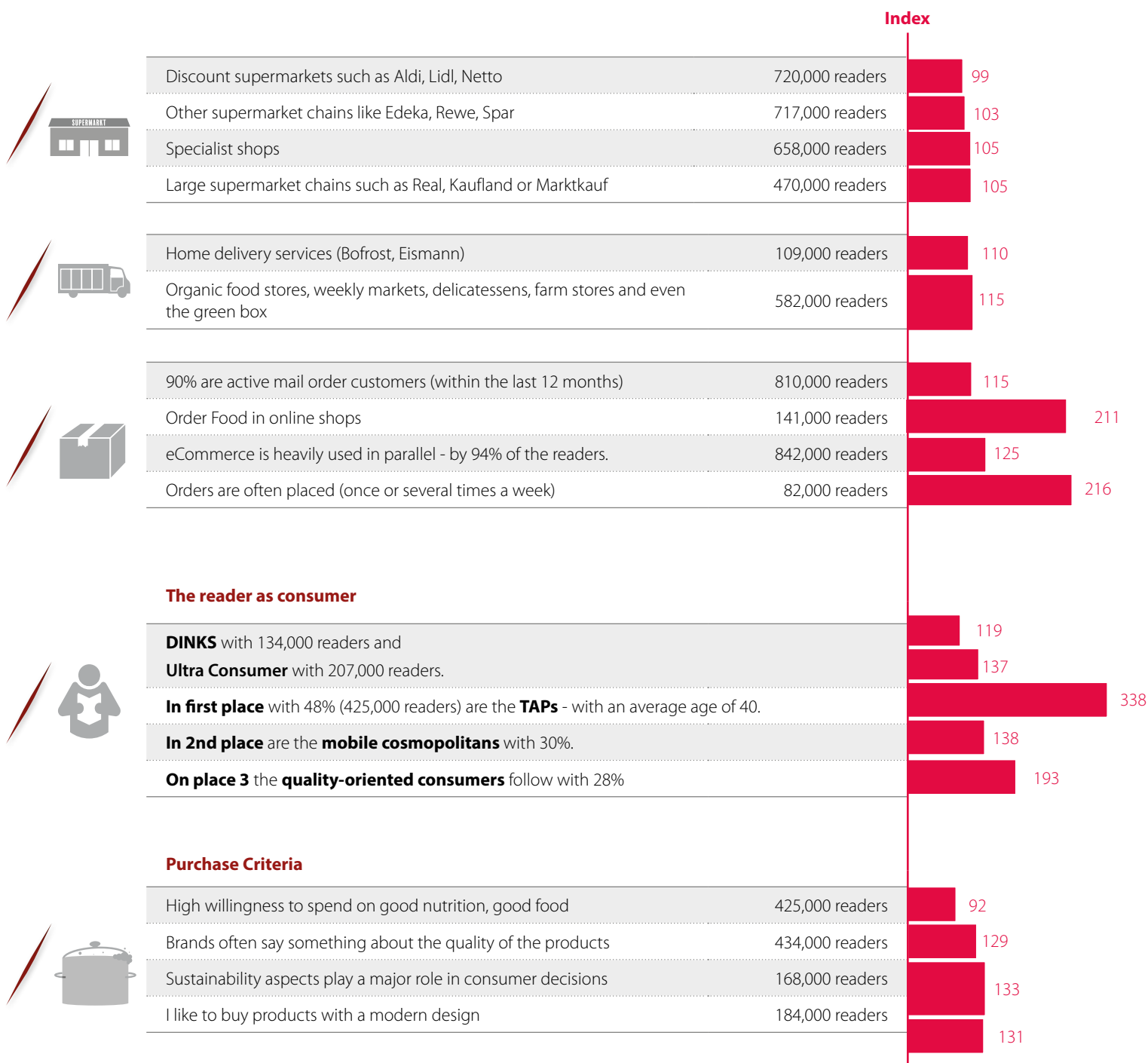


Trade & Service in **ct**

Trade

The leaders in shopping locations


c't readers are versatile in their buying behavior. They make conscious purchases and thus help shape the retail landscape. They demand. Make use of this attitude. Serve them your products and services on a silver platter.




Preferences and buying behavior

As multi-layered, attentive and demanding as c't readers are, advertising in this product segment can also be multi-layered and colorful. Give it a try!

Quality-conscious and healthy

		Index	
	Healthy food, healthy lifestyle: Interested in total	708,000 readers	98
	OTC products - core target group	210,000 readers	117
	I make sure I eat healthy food	485,000 readers	99
	... but I often lack the time to nourish myself the way I would prefer to	232,000 readers	139
	Cooking myself	353,000 readers	67
	... and I like to buy products that help me save time when eating or cooking	250,000 readers	112


What is bought preferentially

	Poultry, meat, fish from the deep freeze counter	242,000 readers	107
	Ready meals from the deep-freeze counter	209,000 readers	138
	Vegetables from the deep-freeze counter	227,000 readers	100
	Organic fruit, vegetables or salad	305,000 readers	105
	Muesli, other breakfast cereals	218,000 readers	118
	Pasta	382,000 readers	95
	Bakery products for baking up such as rolls, Croissant	207,000 readers	100

Sporty, with a preference for coffee - nearly every second reader drinks coffee, almost every fourth is a passionate tea drinker

	Sports drinks/isotonic drinks (Isostar/Gatorade)	141,000 readers	200
---	--	-----------------	-----


Organic is in demand, every third person is looking for organic products and the organic seal

	I pay attention to products from species-appropriate animal husbandry	341,000 readers	110
	I pay attention to products from organic farming, to organic products	345,000 readers	129


Preferences and buying behavior

As multi-layered, attentive and demanding as c't readers are, advertising in this product segment can also be multi-layered and colorful. Give it a try!

Buyer typology - Consumption style - Brand affinity

		Index
 I am also willing to pay more for good quality	666,000 readers	112
When it comes to food, I mainly look at the quality and not so much at the price.	372,000 readers	112
I like shopping on the Internet	574,000 readers	167
I always like to try something new	526,000 readers	125
When shopping, I pay attention to what is on special offer	437,000 readers	83
Gourmet	164,000 readers	131

Fairness bonus

 I prefer to buy regional products from my country	489,000 readers	103
When I shop, I make sure that the products I buy come from fair trade	263,000 readers	125
When I buy products, I make sure that they come from socially and ecologically responsible companies	241,000 readers	134

Legend:

30% of the c't readers or **263,000** prefer fair trade products. The **Index 125** represents an above-average proportion of the target group compared to the total population (index 100). It is a measure of how well a target group is reached without wastage.

The index:

The index shows how strongly a target group (index X) is represented compared to the population (index 100).

The target group of readers who buy Fair Trade is 40% more strongly represented in the c't readership than in the population. The index 140 indicates a 1.4-fold share and thus shows a high degree of target group accuracy and a low level of wastage.

Topics in focus

TRADE



Schnäppchenfahnder

Preisvergleichsdienste im Überblick

Preisvergleichler versprechen alle Qualitäten der gängigen Online-Warenhäuser, soweit die Theorie. Schauen man sich die Dienste genauer an, finden sich große Unterschiede bei den Kernmerkmalen - und auch bei den erweiterten Funktionen.

Von Tobias Engler

Es sind Preisvergleichsdienste, die den Konsumenten das Leben erleichtern sollen. Sie helfen, die besten Angebote zu finden, indem sie die Preise von verschiedenen Anbietern vergleichen. Doch wie genau funktionieren diese Dienste? Und welche Funktionen bieten sie? In diesem Artikel erfahren Sie mehr über die beliebtesten Preisvergleichsdienste und wie sie arbeiten.

ct 18/20, p. 90

EU will Chinas weltweiten Einfluss zurückdrängen

Die EU will Chinas wachsenden Einfluss in der Welt mit Infrastrukturprojekten entgegenreten. Das könne auch die eigene Wettbewerbsfähigkeit steigern.

Lesenst: 2 Min. In Pocket speichern



Die Europäische Union will ihren Einfluss in der Welt ausbauen und dabei verstärkt auch in Konkurrenz zu China treten. Man sehe, dass China mit wirtschaftlichen und finanziellen Mitteln überall auf der Welt Möglichkeiten nutzt, um auch seinen Einfluss zu erhöhen, erklärte Außenminister Heiko Maas (SPD) am Montag in Brüssel zur Annahme einer EU-Erklärung zum Thema "Ein global vernetztes Europa". Deshalb sei es wichtig, dass die Europäische Union eigene Alternativen anbiete. "Es geht um die globale Wettbewerbsfähigkeit mit Blick auf das chinesische Heise online (July 12, 2021)

Studie: Beim Einkaufen wird immer weniger bar bezahlt

Noch ist Bargeld die häufigste Bezahlförm an der Ladenkasse, sagt eine Handelsstudie. Aber die Girocard gewinnt immer mehr an Bedeutung.

Lesenst: 3 Min. In Pocket speichern



Bargeld bleibt beim Einkauf an deutschen Ladenkassen das wichtigste Zahlungsmittel, verliert aber an Bedeutung. Im Corona-Jahr 2020 wurden im stationären Einzelhandel nach einer am Donnerstag veröffentlichten Studie des Kölner Handelsforschungsinstituts HfI zum Vergleich: Ein Jahr heise online (July 08, 2021)

Zahlen, Daten, Fakten

Technik beim Einkauf im Einzelhandel

Digitalisierung ist ein Schlagwort, das in den letzten Jahren immer häufiger verwendet wird. Doch was bedeutet das eigentlich? In diesem Artikel erfahren Sie mehr über die Digitalisierung im Einzelhandel und wie sie den Einkauf verändert. Wir zeigen Ihnen, wie die Digitalisierung den Einkauf im Einzelhandel verändert und welche Vorteile sie bringt. Wir zeigen Ihnen, wie die Digitalisierung den Einkauf im Einzelhandel verändert und welche Vorteile sie bringt.

Wie denkt man über digitale Preisvergleichsdienste in Läden?

Was spricht dafür, Einkäufe selbst zu scannen?

Wer will eine AR-Brille- oder -App im Laden?

Was soll kommen?

Wie wird das Einkaufen 2030 sein?

Wie viele zahlen per Smartphone?

ct 21/20, p. 56

Von der Fußgängerzone bis zum Onlineshop: Corona verändert den Handel

13.08.2020 09:59 Uhr



Die Corona-Pandemie hat den Einzelhandel durchdringend verändert. Ein halbes Jahr nach der Wiederöffnung der Geschäfte zeichnen sich Gewinne und Verluste ab. Die Corona-Pandemie verändert den deutschen Einzelhandel wie keine andere Krise der vergangenen Jahrzehnte. Der Internethandel boomt, viele Fußgängerzonen und Shopping-Center sind dagegen deutlich leerer als vor einem Jahr. Wir haben Lebensmittelhändler und Baumärkte Einzelhandelsbetreiber interviewt, um zu erfahren, wie sie den Handel in der Krise bewältigen und welche Chancen sie sehen.

heise online (Oct 08, 2021)

Datenanalyse des sozialen Netzwerks Reddit: Daten beschaffen und auswerten

Die großen Mengen nutzergenerierter Daten des Netzwerks lassen sich analysieren und in Beziehung zueinander setzen um daraus avancierende Trends zu erkennen.

Lesenst: 10 Min. In Pocket speichern



Diese dreiteilige Artikelserie zeigt, wie sich Daten des sozialen Netzwerks Reddit erschließen lassen. Dabei geht es um mögliche Auswertungen, deren Interpretationen und statistische Validierung. Dieser Artikel beschäftigt sich damit, wie man Daten von Reddit herunterlädt, extrahiert, in eine Datenbank überträgt und Trends vorhersagt.

heise online (July 07, 2021)

Get in touch!

www.ct.de/mediakit