



# Handel & Service in **ct**



**2023**

**FAKTEN UND ZAHLEN  
IM FOKUS**

# Handel & Service in **c't**

## Das Profil

Der c't -Leser als Konsument ist vor allem anspruchsvoll, verantwortungsbewusst, einkommensstark und in allen Altersklassen zuhause.

### Alter und Lebensmodell

#### Jung und dynamisch

**418.000** c't-Leser sind im Durchschnitt ledig und 33 Jahre alt.

**165.000** leben in einem **3-Personenhaushalt**.

**140.000** sind im Durchschnitt 41 Jahre alt und leben ohne **Trauschein**.



### Im besten Alter

**378.000** c't-Leser sind verheiratet und im Durchschnitt 52 Jahre alt.

**131.000** sind Middle-Ager Paare **ohne Kinder**.

**273.000** leben in einem **2-Personenhaushalt**.



### Sie kommen aus diesen beruflichen Top 5 Branchen

**316.000** Computer / EDV, ITK

**174.000** BWL, kaufmännischer Bereich

**116.000** Ingenieurwissenschaften

**104.000** Managementmethoden, Personalführung

**85.000** Bauwesen, Bauwirtschaft



### Gut situiert und einkommensstark

Jeder **zweite** c't-Leser hat ein **Haushaltsnetto** von 3.500 Euro und mehr – 52% haben einen frei verfügbaren finanziellen Spielraum von 500+ Euro (Index 117)!

198.000 (23%) haben den höchsten gesellschaftlich-wirtschaftlichen Status. Sie sind weit überdurchschnittlich (Index 227) in dieser Zielgruppe vertreten.



### Sie beraten gern und sind Multiplikatoren

**Knapp** jeder Zweite (47%) hat Spaß daran, **andere Menschen von seiner Meinung zu überzeugen**.

Jeder **vierte** Leser tauscht sich mit anderen häufiger im Internet / sozialen Netzwerken über Produkte aus. Durchschnittsalter: 39 Jahre.

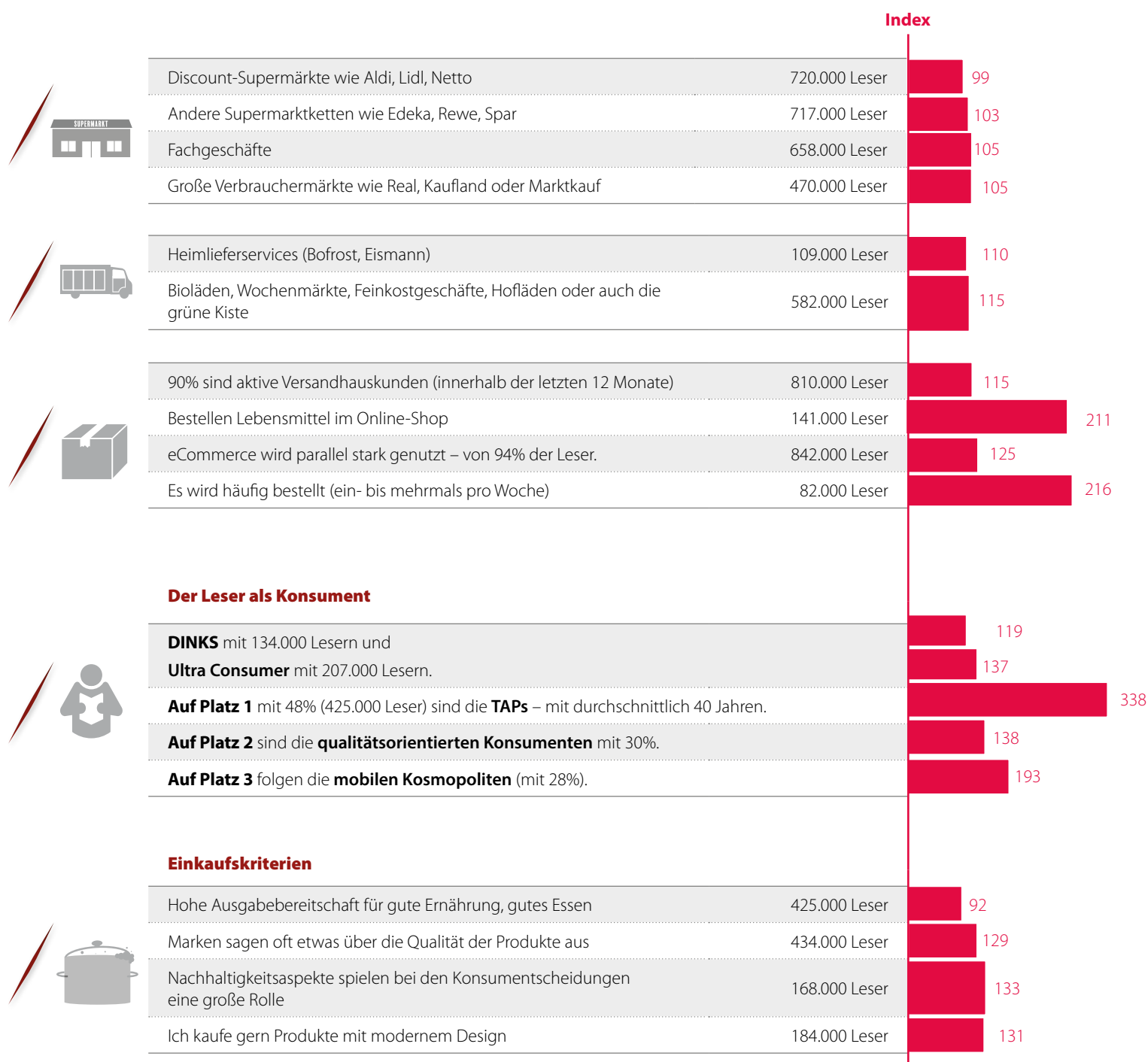
Mehr als zwei Drittel der Leser (652.000) sind informationsfokussiert und nutzen das Internet für Informationen über Marken, Produkte, Eigenschaften und Preise.



## Handel

### Die Spitzenreiter bei Einkaufsorten

c't-Leser sind vielseitig in ihrem Kaufverhalten. Sie kaufen bewusst ein und formen so die Handelslandschaft mit. Sie fordern. Nutzen sie diese Haltung. Servieren Sie ihnen Ihre Produkte und Services auf dem Silbertablett.



## Vorlieben und Kaufverhalten

So vielschichtig, aufmerksam und anspruchsvoll c't-Leser sind, so vielschichtig und bunt darf auch Werbung in diesem Produktsegment sein. Probieren Sie es aus!

### Qualitätsbewusst und gesund

Index

Gesunde Ernährung, gesunde Lebensweise: Interessiert insgesamt	708.000 Leser	98
Kernzielgruppe OTC-Produkte (rezeptfreie Medikamente)	210.000 Leser	117
Ich achte darauf, mich gesund zu ernähren	485.000 Leser	99
... aber es fehlt mir oft die Zeit, mich so zu ernähren, wie ich es möchte	232.000 Leser	139
Ich koche im Allgemeinen selbst	353.000 Leser	67
... und ich kaufe gerne Produkte, mit denen ich beim Essen oder Kochen Zeit sparen kann	250.000 Leser	112

### Was bevorzugt gekauft wird

Geflügel, Fleisch, Fisch aus der Tiefkühltheke	242.000 Leser	107
Fertiggerichte aus der Tiefkühltheke	209.000 Leser	138
Gemüse aus der Tiefkühltheke	227.000 Leser	100
Biologisch angebautes Obst, Gemüse oder Salat	305.000 Leser	105
Müsli, andere Frühstückscerealien	218.000 Leser	118
Teigwaren, Nudeln	382.000 Leser	95
Backwaren zum Aufbacken wie z.B. Brötchen, Croissant	207.000 Leser	100

### Sportlich - mit Vorliebe für Kaffee:

#### Knapp jeder zweite trinkt Kaffee, knapp jeder Vierte ist passionierter Teetrinker

Sportgetränke/isotonische Getränke (Isostar/Gatorade)	141.000 Leser	200
-------------------------------------------------------	---------------	-----

### Bio ist gefragt, jeder Dritte hält Ausschau nach Bioprodukten und dem Biosiegel

Ich achte auf Produkte aus artgerechter Tierhaltung	341.000 Leser	110
Ich achte auf Produkte aus ökologischem Anbau, auf Bioprodukte	345.000 Leser	129

## Vorlieben und Kaufverhalten

So vielschichtig, aufmerksam und anspruchsvoll c't-Leser sind, so vielschichtig und bunt darf auch Werbung in diesem Produktsegment sein. Probieren Sie es aus!

### Käufertypologie – Konsumstil - Markenaffinität

Index

Für gute Qualität bin ich auch bereit, mehr zu zahlen	666.000 Leser	112
Bei Nahrungsmitteln achte ich vor allem auf die Qualität und nicht so sehr auf den Preis	372.000 Leser	112
Ich kaufe gerne im Internet ein	574.000 Leser	167
Ich probiere immer wieder gern etwas Neues aus	526.000 Leser	125
Ich achte beim Einkaufen darauf, was es im Sonderangebot gibt	437.000 Leser	83
Feinschmecker, Gourmet	164.000 Leser	131

### Fairness-Bonus

Ich bevorzuge beim Einkauf regionale Produkte aus der Heimat	489.000 Leser	103
Ich achte beim Einkaufen darauf, dass die Produkte aus fairem Handel (Fair Trade) stammen	263.000 Leser	125
Ich achte beim Einkauf darauf, dass die Produkte von sozial und ökologisch verantwortungsbewusst handelnden Unternehmen stammen	241.000 Leser	134

### Lesebeispiel:

**30%** der c't-Leser bzw. **263.000** bevorzugen Produkte aus fairem Handel. Der **Index 125** steht für einen überdurchschnittlichen Anteil der Zielgruppe im Vergleich zur Gesamtbevölkerung (Index 100). Er ist ein Maß dafür, wie streuverlustfrei eine Zielgruppe erreicht wird.

### Der Index:

Wie stark eine Zielgruppe (Index X) im Vergleich zur der Grundgesamtheit / Gesamtbevölkerung (Index 100) vertreten ist, zeigt der Index.

Die Zielgruppe der Leser, die Fair Trade kaufen, ist in der c't-Leserschaft um 40% stärker vertreten als in der Grundgesamtheit. Der Index 140 bezeichnet den 1,4-fache Anteil und weist damit eine hohe Zielgruppengenauigkeit und ein geringes Maß an Streuverlusten aus.

## Themen im Fokus



### Schnäppchenfahnder Preisvergleichsdienste im Überblick

Preisvergleichsergebnisse sind ein Muss für den Online-Käufer. Sie helfen, den besten Preis zu finden und sind ein wichtiger Bestandteil der Online-Einkaufserfahrung. In diesem Artikel werden wir einen Überblick über die wichtigsten Preisvergleichsdienste geben und Ihnen helfen, den besten Service für Ihre Bedürfnisse zu finden.

**Was haben wir gesehen?**

Wir haben einen Überblick über 20 verschiedene Preisvergleichsdienste gegeben und Ihnen helfen, den besten Service für Ihre Bedürfnisse zu finden. Wir haben die Dienste in verschiedene Kategorien unterteilt, um Ihnen die Auswahl zu erleichtern. Wir haben auch einige Tipps gegeben, wie Sie die Dienste am besten nutzen können.

ct 18/20, S. 90

### EU will Chinas weltweiten Einfluss zurückdrängen

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

Lesen Sie: 2 Min. In Pocket speichern



ct 18/20 (Batterien.com)

12.07.2021 14:50 Uhr

heise

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 Mo-

heise online (12.07.2021)

### 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.

Lesen Sie: 3 Min. In Pocket speichern



ct 18/20 (Statistik.de)

06.07.2021 10:30 Uhr

heise

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 Handelsforschungsinsti-

heise online (08.07.2021)

HANDEL

### Zahlen, Daten, Fakten

#### Technik beim Einkauf im Einzelhandel

Digitalisierung im Einzelhandel: Wie sieht es aus? Welche Chancen und Risiken? Wie wird der Einzelhandel in Zukunft aussehen? Diese und viele andere Fragen werden in diesem Artikel beantwortet.

**► Wie denkt man über digitale Preisschilder in Läden?**

Digitale Preisschilder sind ein Muss für den Einzelhandel	45%
Digitale Preisschilder sind ein Problem für den Einzelhandel	35%
Digitale Preisschilder sind ein nettes Extra	15%
Digitale Preisschilder sind ein Hindernis für den Einzelhandel	5%

**► Was spricht dafür, Einkäufe selbst zu scannen?**

Kein Warten an Kassen	45%
Mehrere Artikel gleichzeitig scannen	35%
Keine Kassenschlange	15%
Keine Kassenschlange	5%

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

Keine AR-Brille- oder -App im Laden	45%
AR-Brille- oder -App im Laden	35%
AR-Brille- oder -App im Laden	15%
AR-Brille- oder -App im Laden	5%

**► Was soll kommen?**

Keine AR-Brille- oder -App im Laden	45%
AR-Brille- oder -App im Laden	35%
AR-Brille- oder -App im Laden	15%
AR-Brille- oder -App im Laden	5%

**► Wie wird das Einkaufen 2030 sein?**

Keine AR-Brille- oder -App im Laden	45%
AR-Brille- oder -App im Laden	35%
AR-Brille- oder -App im Laden	15%
AR-Brille- oder -App im Laden	5%

ct 21/20, S. 56

### Von der Fußgängerzone bis zum Onlineshop: Corona verändert den Handel

Die Corona-Pandemie hat den Einzelhandel durch den Lockdown und die Schließung von Geschäften stark verändert. In diesem Artikel werden wir Ihnen zeigen, wie sich der Handel in den letzten Monaten verändert hat und was die Zukunft des Einzelhandels sein könnte.

**Leitende Erkenntnisse:**

- Die Corona-Pandemie hat den Einzelhandel stark verändert.
- Die Corona-Pandemie hat den Einzelhandel stark verändert.
- Die Corona-Pandemie hat den Einzelhandel stark verändert.

heise online (12.10.20)

### 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.

**Leitende Erkenntnisse:**

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

heise online (06.07.2021)

## Ihr Kontakt zu uns

<https://mediadaten.heise.de/home/kontakt/>