



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.

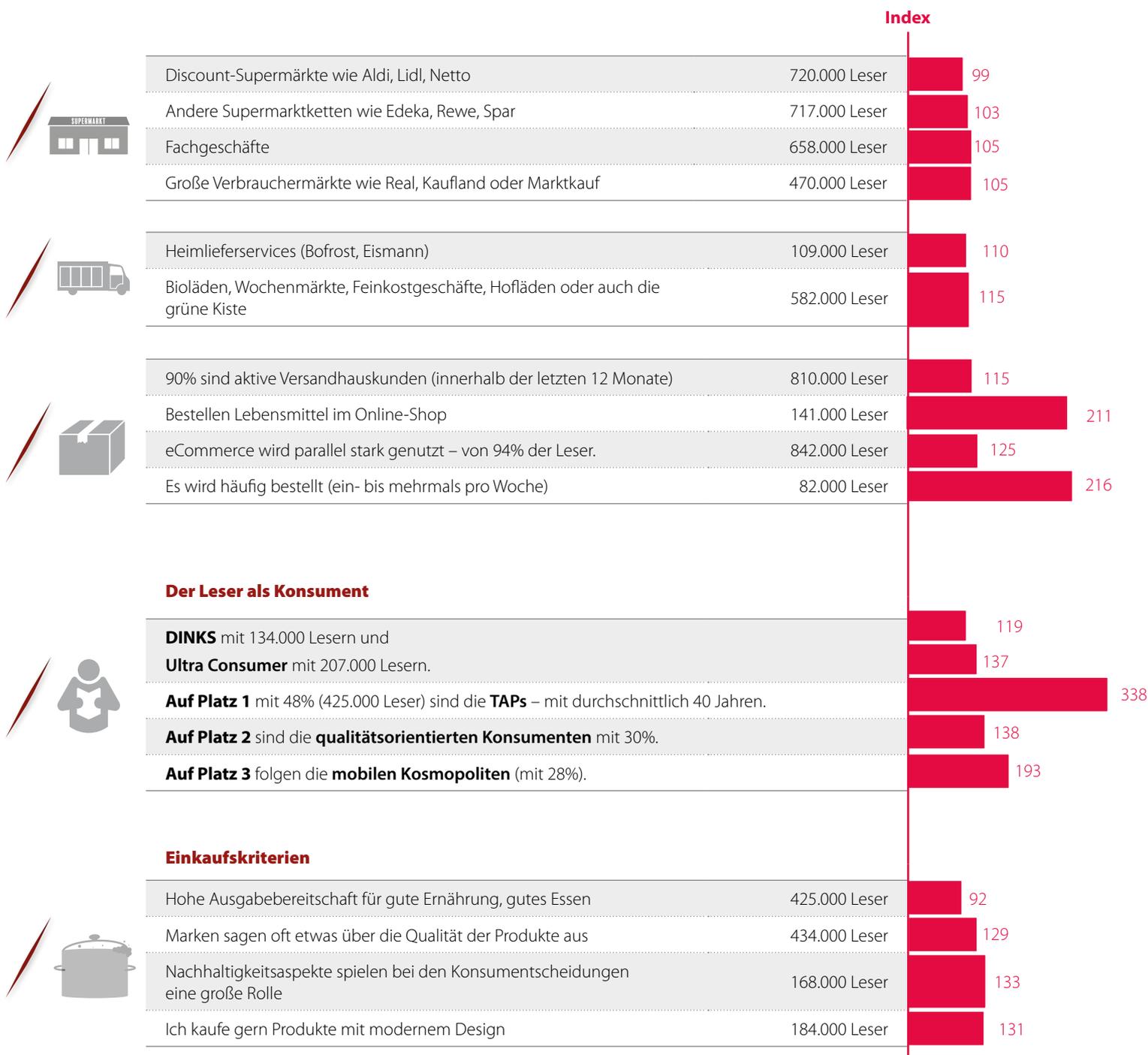
Mehr als zwei Drittel der Leser (652.000) sind informationsfokussiert und nutzen das Internet für Informationen über Marken, Produkte, Eigenschaften und Preise.



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

HANDEL



Schnäppchenfahnder

Preisvergleichsdienste im Überblick

Preisvergleichsdienste versprechen alle Onlineangebote der gängigen Online-Warenhäuser, soweit die Theorie. Schauen man sich die Dienste genauer an, finden sich große Unterschiede bei der Umsetzung, bei den Funktionen und auch bei den ermittelten Themen.

Von Tobias Egelar

Preisvergleichsdienste sind ein Problem, das die Verbraucher vor sich stellt. Die Dienste versprechen, alle Angebote der gängigen Online-Warenhäuser zu vergleichen und die besten Angebote zu finden. In der Praxis ist das oft nicht so einfach, wie es scheint. Die Dienste unterscheiden sich in den ermittelten Themen, den Funktionen und der Umsetzung. Ein Vergleich der Dienste zeigt, dass es große Unterschiede gibt. Ein Vergleich der Dienste zeigt, dass es große Unterschiede gibt.

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: 2 Min. | In Pocket speichern



12.07.2021 14:50 Uhr

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: 3 Min. | In Pocket speichern



06.07.2021 10:30 Uhr

heise online (08.07.2021)

Zahlen, Daten, Fakten

Technik beim Einkauf im Einzelhandel

Die Digitalisierung des Einzelhandels ist ein Thema, das in den letzten Jahren immer mehr an Bedeutung gewonnen hat. Die Digitalisierung des Einzelhandels ist ein Thema, das in den letzten Jahren immer mehr an Bedeutung gewonnen hat.

ct 21/20, S. 56

Von der Fußgängerzone bis zum Onlineshop: Corona verändert den Handel

12.10.2020 09:55 Uhr

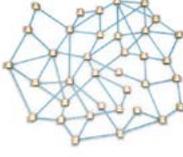


heise online (12.10.20)

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.

Lesen: 10 Min. | In Pocket speichern



06.07.2021 08:00 Uhr | 14 Minuten

heise online (06.07.2021)

Ihr Kontakt zu uns

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