

## Unsere Zielgruppen

**879.000 Leser** pro Ausgabe



**624.000 Leser** wollen in technischen Belangen immer **auf dem Laufenden bleiben** (Index 233!).



**620.000 Leser** haben ein **HH-Nettoeinkommen** von mehr als 3.000 Euro.



**325.000 Leser** lesen **gezielt**, auf der Suche nach wichtigen Informationen



**823.000** sind umfassend oder selektiv **printaffine** Leser



**389.000** sind **Workaholics**, die voll in ihrem Beruf aufgehen



**477.000 Leser** sind **Heavy Reader**, sie lesen fast alle Seiten und das intensiv.



**637.000 Leser** sind an **beruflicher Weiterbildung** interessiert



**453.000 Leser** geben öfter Ratschläge und gelten als **Experten**



**32 %** besuchen **Messen** und Ausstellungen.



**239.000 Leser** sind im **Karrierealter**: 25–39 Jahre



**353.000** sind persönlichkeitsstarke **Multiplikatoren**



**584.000 Leser** halten **Erfolg im Beruf** für wichtig und erstrebenswert



**839.000 Leser** entscheiden über den **Kauf von Computer/ -zubehör**.



**239.000 Leser** bekleiden eine **Führungsposition**, sind **Führungskraft** im Betrieb



**59%** haben eine **hohe Ausgabebereitschaft** für technische Geräte (wie Computer und Fernseher)



**357.000** sind **Entscheider / Mitentscheider** bei **betrieblichen Investitionen**



**Knapp jeder zweite Leser** zeigt bei **Handy und Smartphones** eine hohe Investitionsbereitschaft.



## Unsere Zielgruppen

**391.000 Leser** gehören zu den **Innovatoren / Trendsettern** – sie stellen einen hohen Anspruch an Produkte und sind oft **markenaffin**



**64 %** der Leser sind **reisefreudig**.



**341.000 Leser** zählen darüber hinaus zu den **Early Adoptern**



**55 %** geben für **Hobbies** gerne Geld aus.



**666.000 Leser** sind bereit, für gute **Qualität** mehr zu zahlen.



Für **31 %** hat das **Auto** einen besonderen Stellenwert, wenn es um die Investitionsbereitschaft geht.



**59 %** fokussieren sich bei ihren Ausgaben auf Computer und Fernseher.



**55 %** haben ein starkes Interesse an gesunder **Ernährung** und Lebensweise.



### Was Leser wollen:

**170.000** Laptop, Notebook  
**130.000** Tablet PC  
**353.000** Computerzubehör  
**438.000** Smartphones  
**47.000** Video, HiFi, Lautsprecher, Heimkino  
**101.000** Fernseher der neuesten Generation  
**48.000** VR-Brille



**Jeder 3. Leser** würde für das Beste vom Besten viel Geld ausgeben.

**Aber:**  
**302.000 Leser** kaufen dort, wo es besonders günstig ist.



**583.000 Leser** interessieren sich für **Geld-/Kapitalanlagen**.



**30 %** aller Leser sind **Fair Trade** orientiert,

**52 %** achten beim Kauf auf **langlebige** Produkte.



**596.000 Leser** sind an **privater Altersvorsorge** interessiert.



**523.000 Leser** sind **markenaffin** – sie finden, dass Marken häufig eine gute Orientierungshilfe bieten.



**153.000 Leser** haben Interesse an **Aktienfonds**.

