

FACTS 2025 – UNSERE ZIELGRUPPEN



264.000 Leser pro Ausgabe.



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



255.000 sind umfassend oder selektiv **printaffine** Leser.



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



157.000 Leser geben öfter Ratschläge und gelten als **Experten**.



206.000 Leser wollen in technischen Belangen immer **auf dem Laufenden bleiben** (Index 249!).



90.000 Leser lesen **gezielt**, auf der Suche nach wichtigen Informationen.



98.000 sind **Workaholics**, die voll in ihrem Beruf aufgehen.



230.000 Leser sind an **beruflicher Weiterbildung** interessiert.



35 % besuchen **Messen** und Ausstellungen.



32 % der Leser sind im **Karrierealter**: 25–39 Jahre



206.000 Leser halten **Erfolg im Beruf** für wichtig und erstrebenswert.



94.000 Leser (36 %) bekleiden eine **Führungsposition**, sind **Führungskraft** im Betrieb.



114.000 (43 %) sind **Entscheider / Mitentscheider** bei **betrieblichen Investitionen**.



107.000 sind persönlichkeitsstarke **Multiplikatoren**.



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



60 % haben eine **hohe Ausgabebereitschaft** für technische Geräte (wie Computer und Fernseher).



45 % der Leser zeigen bei **Handy und Smartphones** eine hohe Investitionsbereitschaft.



FACTS 2025 – UNSERE ZIELGRUPPEN



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



119.000 Leser zählen darüber hinaus zu den **Early Adoptern**.



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



159.000 Leser fokussieren sich bei ihren Ausgaben auf **Computer und Fernseher**.



Was Leser wollen:

55.000 Laptop, Notebook

59.000 Tablet PC

128.000 Computerzubehör

120.000 Smartphones

20.000 Fernseher der neusten Generation



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



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



26.000 Leser haben Interesse an **Aktiefonds**.



90 % der Leser sind **reisefreudig**.



46 % geben für **Hobbies** gerne Geld aus.



Für **21 %** hat das **Auto** einen besonderen Stellenwert, wenn es um die Investitionsbereitschaft geht.



53 % haben ein starkes Interesse an gesunder **Ernährung** und Lebensweise.



105.000 Leser würden für das Beste vom Besten viel Geld ausgeben.

Aber:

44.000 Leser kaufen dort, wo es besonders günstig ist.



35 % aller Leser sind **Fair Trade** orientiert,

56 % achten beim Kauf auf **langlebige** Produkte.



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