

# 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 **Führungs-kraft** 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 Ausgabe-bereitschaft** 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 **Aktienfonds**.



**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.

