

Für die strategische Planung der Markenkommunikation werden starke Medienpartner als nachhaltiger Kommunikationskanal immer wichtiger. Die ACN erreicht dabei nicht nur demografisch besonders attraktive Zielgruppen, sondern erreicht hier eine Nutzerschaft, die eindrucksvoll für ein ausgeprägtes Konsumverhalten steht. So verfügen die ACN-Leser z.B. zugleich über eine hohe Kaufkraft mit gleichzeitiger hoher Ausgabebereitschaft. Die Studie b4p (best for planning) bildet mit verdichteten Zielgruppenmodellen diese attraktive Leserschaft der ACN mittels der nachfolgenden Typologien ab:

Finance-Typologie



549 Tsd. (Index 140) Leser sind gutsituierte Finanzexperten

Ist ein hochinteressierter, risikofreudiger, anlage-flexibler Online-Banker. Seine zahlreichen Anlagengeschäfte erledigt er selbst und streut seine Anlagen breit. Er wird oft und gern um Rat gefragt.

Food-Typologie



704 Tsd. (Index 119) Leser sind ernährungsbewusste Bioliebhaber

Er achtet ganz bewusst auf gesunde, ausgewogene Ernährung und kauft bevorzugt Bioprodukte. Er ist dabei ein qualitätsorientierter und markenbewusster Typ, der in Sachen Ernährung gerne um Rat gefragt wird.

Reise-Typologie



142 Tsd. (Index 147) Leser sind rundreisende Kreuzfahrturlauber

Auf Fluss und Meer fühlt er sich zu Hause. Mit seinem Hauptreisemittel „Schiff“ kreuzt er vor den Küsten Norwegens und Schwedens. Gern begibt er sich auch auf Rundreise, um ferne Länder zu entdecken.

Wohn-Typologie



458 Tsd. (Index 121) Leser sind anspruchsvolle Qualitätsbewusste

Personen dieses Typs legen beim Möbelkauf großen Wert auf Qualität. Hochwertiges Material und exklusives Design sind ihnen weitaus wichtiger als ein günstiger Preis. Sie leisten sich generell gerne teure Sachen und schätzen Markenartikel als Qualitätsgarant.

Pkw-Typologie



391 Tsd. (Index 113) Leser sind anspruchsvolle Vielfahrer

Eher männlicher Typ mittleren Alters mit Spaß am Luxus. Sehr markenorientierter, berufsbedingter Vielfahrer mit hoher Ausgabebereitschaft, hohen Ausstattungsansprüchen ("alles vom Feinsten") und großem Interesse an Autos.

Beauty-Typologie Frauen



393 Tsd. (Index 127) Leserinnen sind prestigeorientierte Luxus-Shopperinnen

Anspruchsvoll und ausgabefreudig, wie sie ist, ist ihr Badezimmer wohlbestückt mit pflegender und dekorativer Kosmetik. Sie ist ohne Make-up selten anzutreffen und verwöhnt sich ausgiebig mit kostbaren Produkten, auch neue Hightech-Pflegestoffe werden getestet.