

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. 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



**451 Tsd. Leser (Index 105) setzen auf Immobilien, wenn es um die persönliche Altersvorsorge geht**

Dieser Typ ist finanziell gut abgesichert und ist oftmals Immobilienbesitzer. Diese dient sowohl zur Altersvorsorge als auch zum Wohnen. Es wird regelmäßig zur Altersvorsorge, Absicherung, Ausbildung der Kinder und zum Vererben gespart. Als Geldanlage wählt dieser Typ sichere Produkte, weniger Aktien und Optionsscheine. Ist mit Versicherungen gut ausgestattet.

## Health-Typologie



**435 Tsd. Leser (Index 112) sind besonders afffin für Gesundheitsthemen**

Dieser ältere Typ leidet häufig unter chronischen, oft auch altersbedingten Beschwerden und nutzt häufig medizinische Hilfsmittel wie z.B. Blutdruck- oder Blutzucker-Messgeräte. Er kauft häufig Medikamente und Spezialnahrungsmittel in der Apotheke und ist, was Gesundheitsthemen betrifft, umfassend interessiert, sehr gut informiert und auch Ratgeber in diesem Themenbereich.

## Reise-Typologie



**231 Tsd. Leser (Index 135) sind rundreisende Städteurlauber**

Fremde Sprachen, fremde Kulturen, unterwegs sein und herum kommen, das prägt sein Leben. Am liebsten verbringt er seine Kurzurlaube im Rahmen von Rundreisen oder Bildungsreisen in Deutschland und anderen Städten Europas. Dabei ist er vorwiegend mit Bus, Fernbus und Bahn unterwegs.

Seite 4

## Wohn-Typologie



**269 Tsd. Leser (Index 129) sind anspruchsvoll und qualitätsbewusst**

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

## Fashion-Typologie



**237 Tsd. Leser (Index 109) haben ein Faible für das Thema Mode**

Unbeschwertheit und Spaß am Shoppen zeichnen sie aus. Mit ausgeprägtem Modeinteresse und Gespür dafür versehen, was zu ihr passt, kommen für sie viele Marken in Frage – beim Einkaufsbummel findet sie immer etwas. Passende Gürtel und Accessoires, neue Schuhe, Uhren – sie kauft spontan und schaut nicht auf den Preis.

## Beauty-Typologie Frauen



**260 Tsd. Leserinnen (Index 123) sind aufgeschlossene Puristinnen**

Zur täglichen Routine gehören Basispflege und Make-Up-Produkte. Ein gepflegtes Äußeres ist ihr wichtig, neuen Produkten steht sie generell aufgeschlossen gegenüber. Beim Kosmetik-Einkauf spielt das Preis-Leistungsverhältnis eine entscheidende Rolle.

Quelle: b4p (best for planning) 2021/I; Index 100 = Gesamtbevölkerung im ACN-Verbreitungsgebiet

Seite 5