

# Anspruchsvolle Konsumenten

2004



Studien VDI nachrichten in der AWA 2004

VDI nachrichten

# Übersicht: Anspruchsvolle Konsumenten

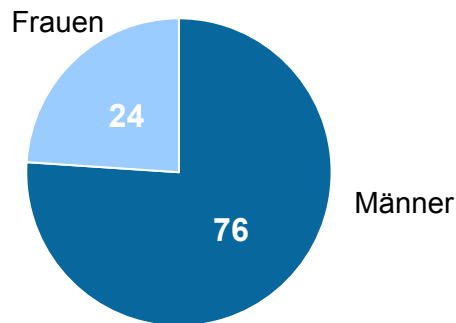
- **Demographie**  
Geschlecht/Schulbildung/Berufliche Stellung  
Hauptverdiener-Netto-Einkommen  
Gesellschaftlich-wirtschaftlicher Status
- **Berufsbezogene Merkmale**  
Berufliche Fachgebiete  
Top-Profis  
Top-Entscheider  
Führungspersönlichkeiten
- **Typologie: Diffusions-Typen**  
**Märkte**  
Kaufentscheider Übersicht  
Computer/-zubehör  
Moderne Telekommunikation  
Geld- u. Kapitalanlagen  
Versicherungen  
Kraftfahrzeugmarkt  
Genuss- und konsumfreudige Zielgruppe
- **Exklusiv-Leser**  
**Busineskombi Technical**
- **Fazit**
- **Untersuchungssteckbrief**

## Marktrelevante Zielgruppen

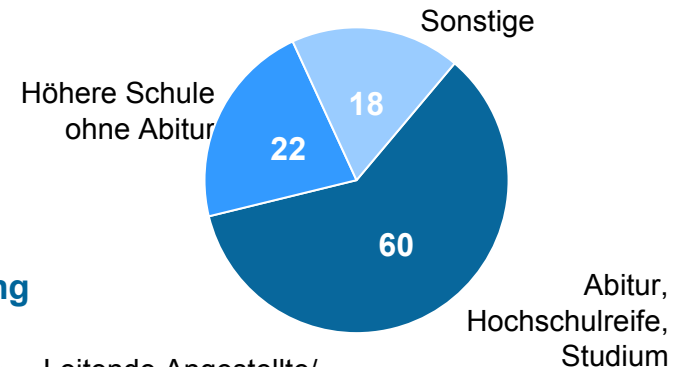
...werden mit den VDI nachrichten angesprochen. Der hohe Männeranteil, das überdurchschnittliche Bildungsniveau sowie eine gehobene berufliche Position sind charakteristisch für die Leser der VDI nachrichten.

Struktur in %  
VDI nachrichten

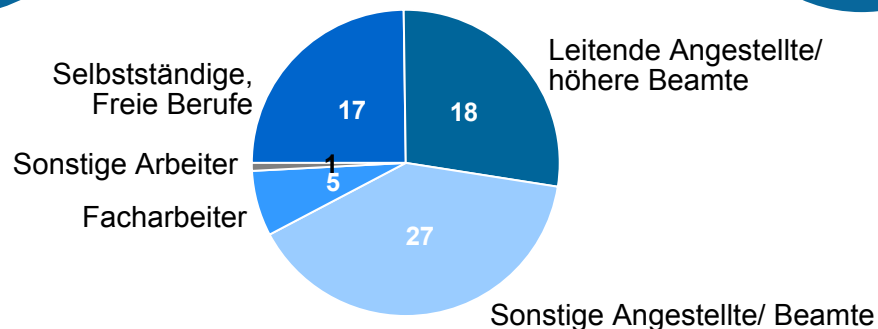
### Geschlecht



### Schulbildung



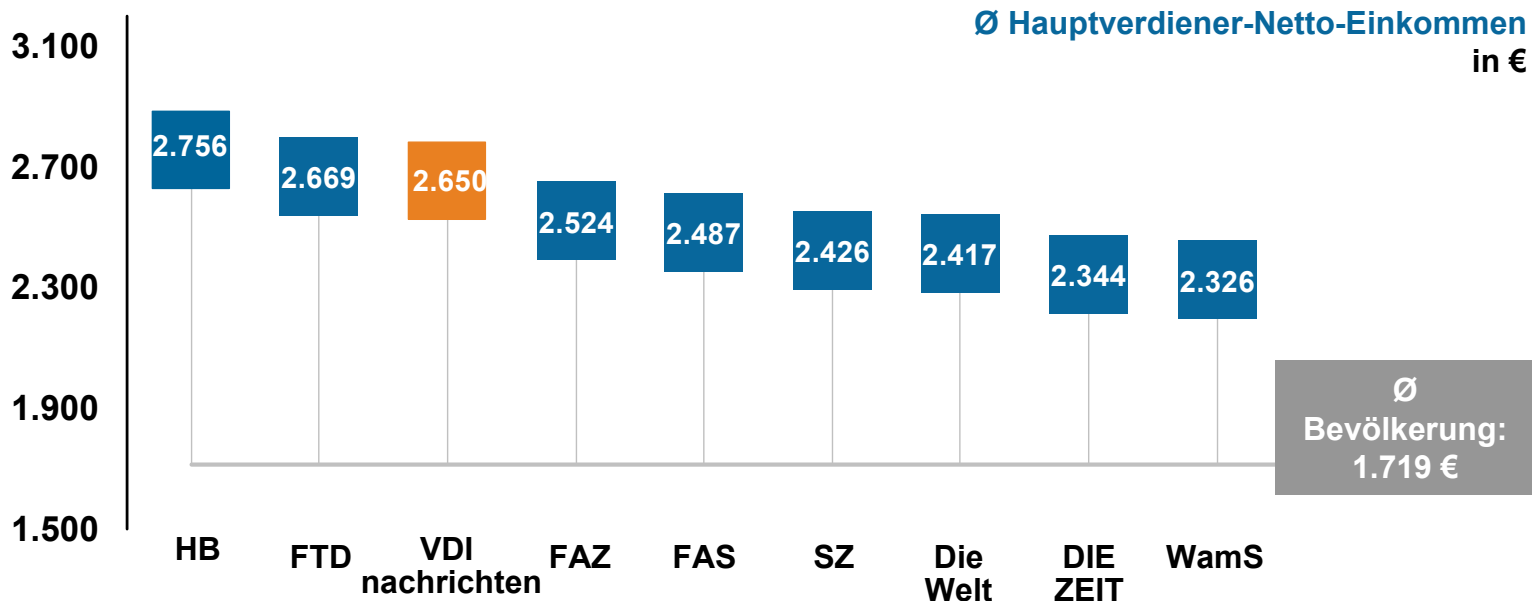
### Berufliche Positionierung



## Besserverdiener

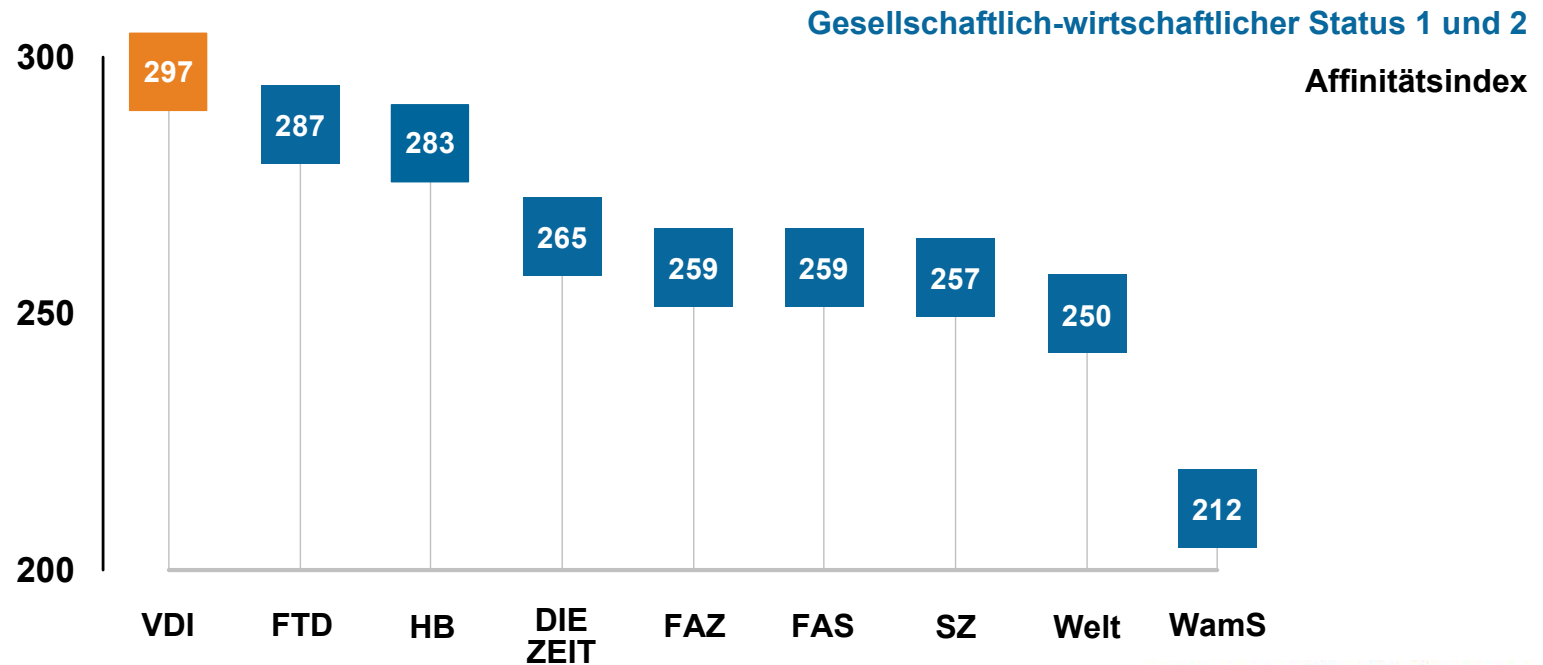
Mit einem durchschnittlichen Hauptverdiener-Netto-Einkommen von € 2.650 belegen die VDI nachrichten Platz 3 im ausgewiesenen Segment.

Erstklassige Einkommens-Strukturwerte qualifizieren die VDI nachrichten als attraktiven Werbeträger.



## Hoher gesellschaftlich-wirtschaftlicher Status

Ein Kriterium zur Darstellung der sozialen Schichtung in der Bevölkerung ist der gesellschaftlich-wirtschaftliche Status. Er bewertet Bevölkerungsgruppen hinsichtlich ihres Lebensstils, Anspruchsniveaus und Kommunikationsverhaltens. Die VDI nachrichten weisen einen hohen Anteil an leistungsfähigen und formal besser gebildeten Lesern aus.

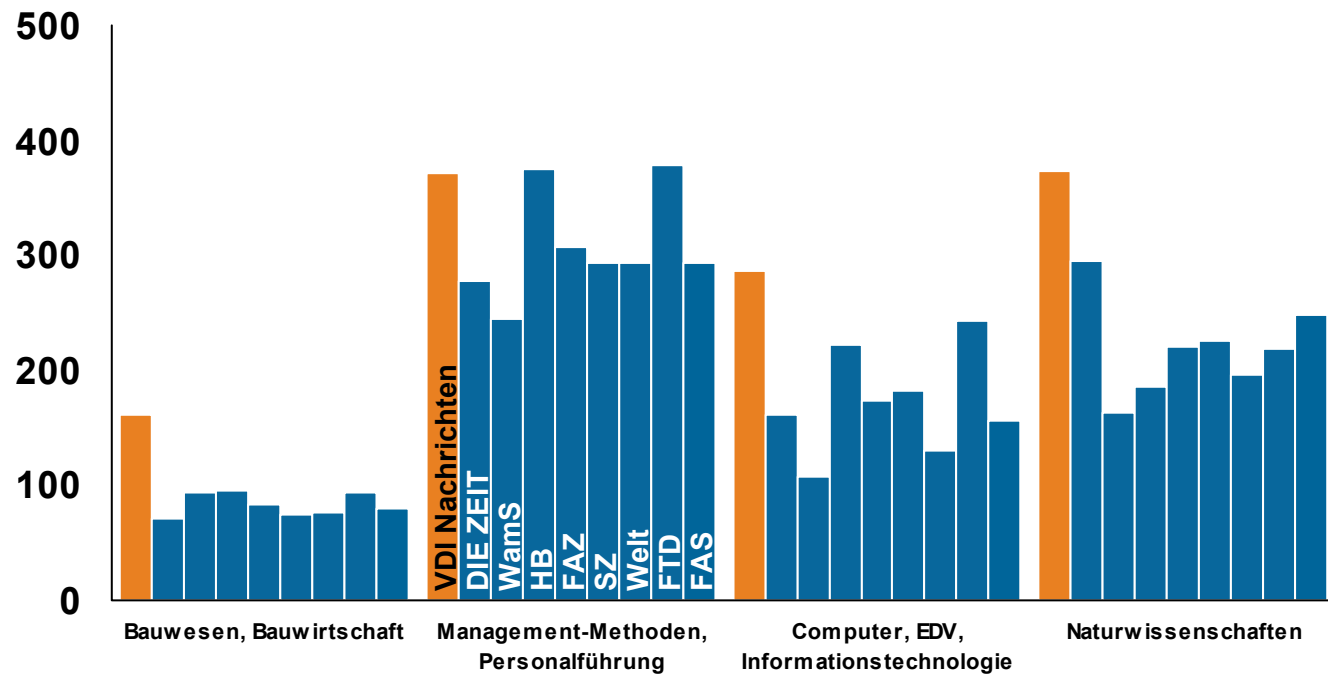


## Breites berufliches Spektrum

Die Leser haben einen weiten Erfahrungshorizont in unterschiedlichen Berufsfeldern.

„Womit beschäftigen Sie sich beruflich, womit haben oder hatten sie beruflich zu tun?...“

Affinitätsindex



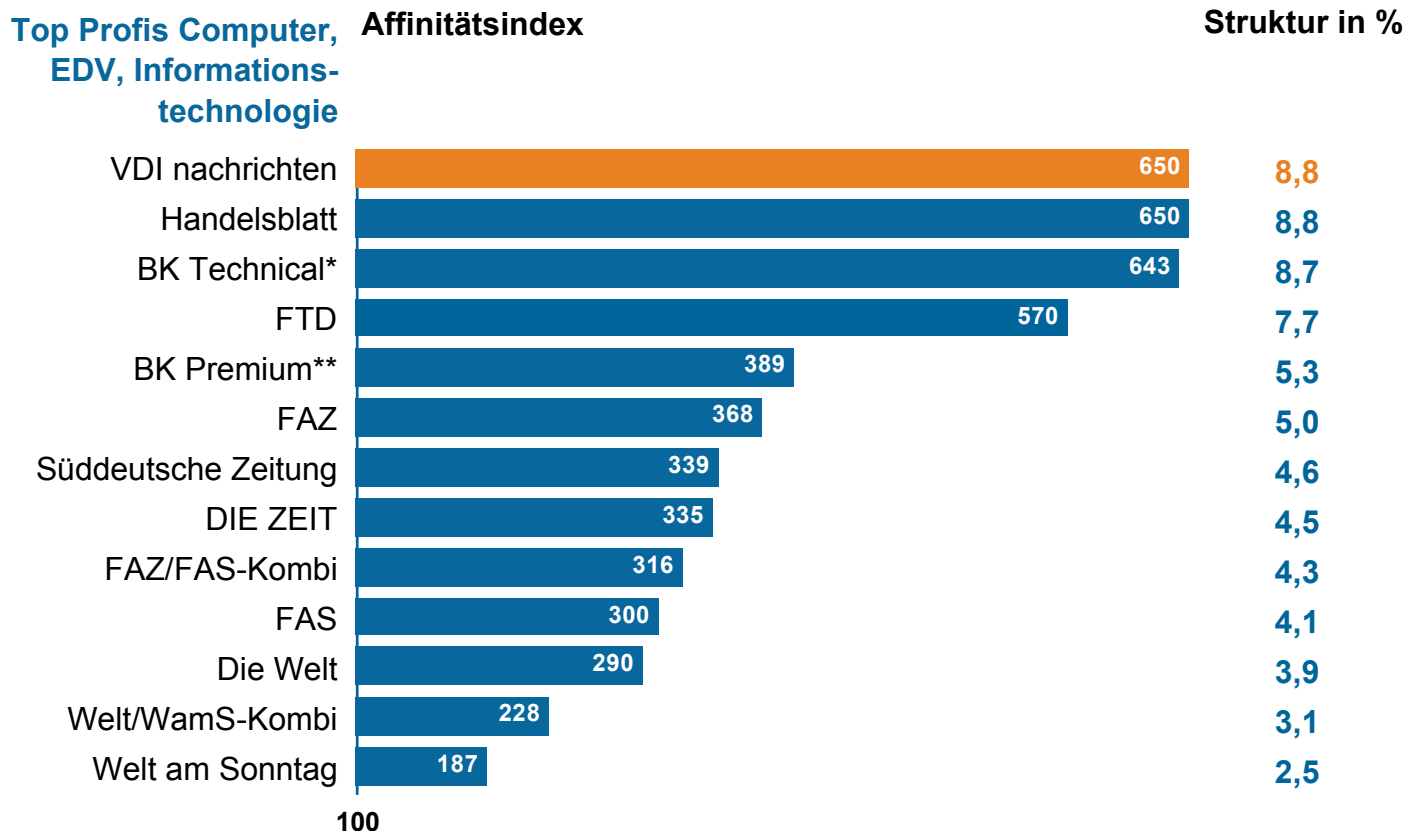
## Top Profis

In der aktuellen AWA 2004 wird die Sonderzielgruppe der Top Profis abgebildet. Zu den Top Profis werden die Befragten gezählt, die die folgenden Kriterien erfüllen:

- Vollzeit oder Teilzeit berufstätig  
und
- 18 Jahre oder älter und nicht Schüler oder Auszubildender  
und
- Inhaber, Geschäftsführer eines größeren Unternehmens, Direktor, Freier Beruf, Leitende Angestellte oder Beamte des höheren oder gehobenen Dienstes (Beruf des Befragten) oder Führungsspitze, Führungskraft im Betrieb (Selbsteinstufung)  
und
- Hauptverdiener-Netto-Einkommen 2.000 Euro und mehr

## Computer, EDV, Informationstechnologie

Neben einem breiten beruflichen Spektrum sind die VDI nachrichten-Leser zudem Top-Profis in vielen Berufsfeldern.

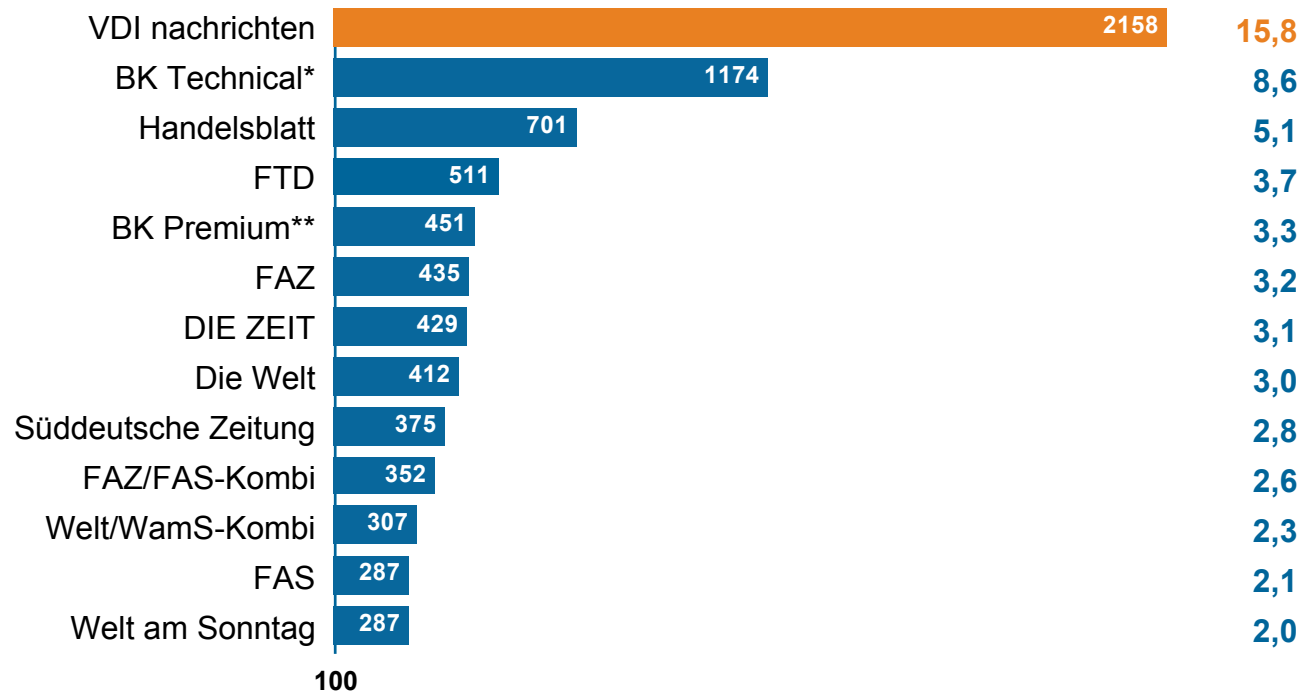


## Ingenieurwissenschaften

### Top Profis Ingenieurwissenschaften

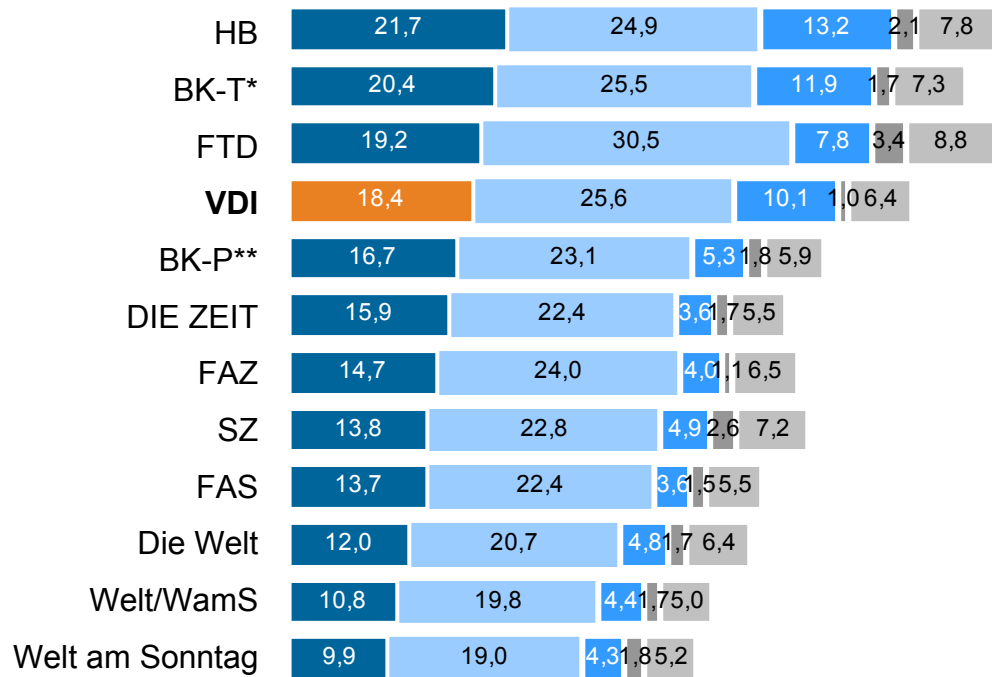
### Affinitätsindex

### Struktur in %



Quelle: AWA 2004 \*) HB + VDI \*\*) HB + ZEIT

## Hoher Anteil an Leitenden Angestellten

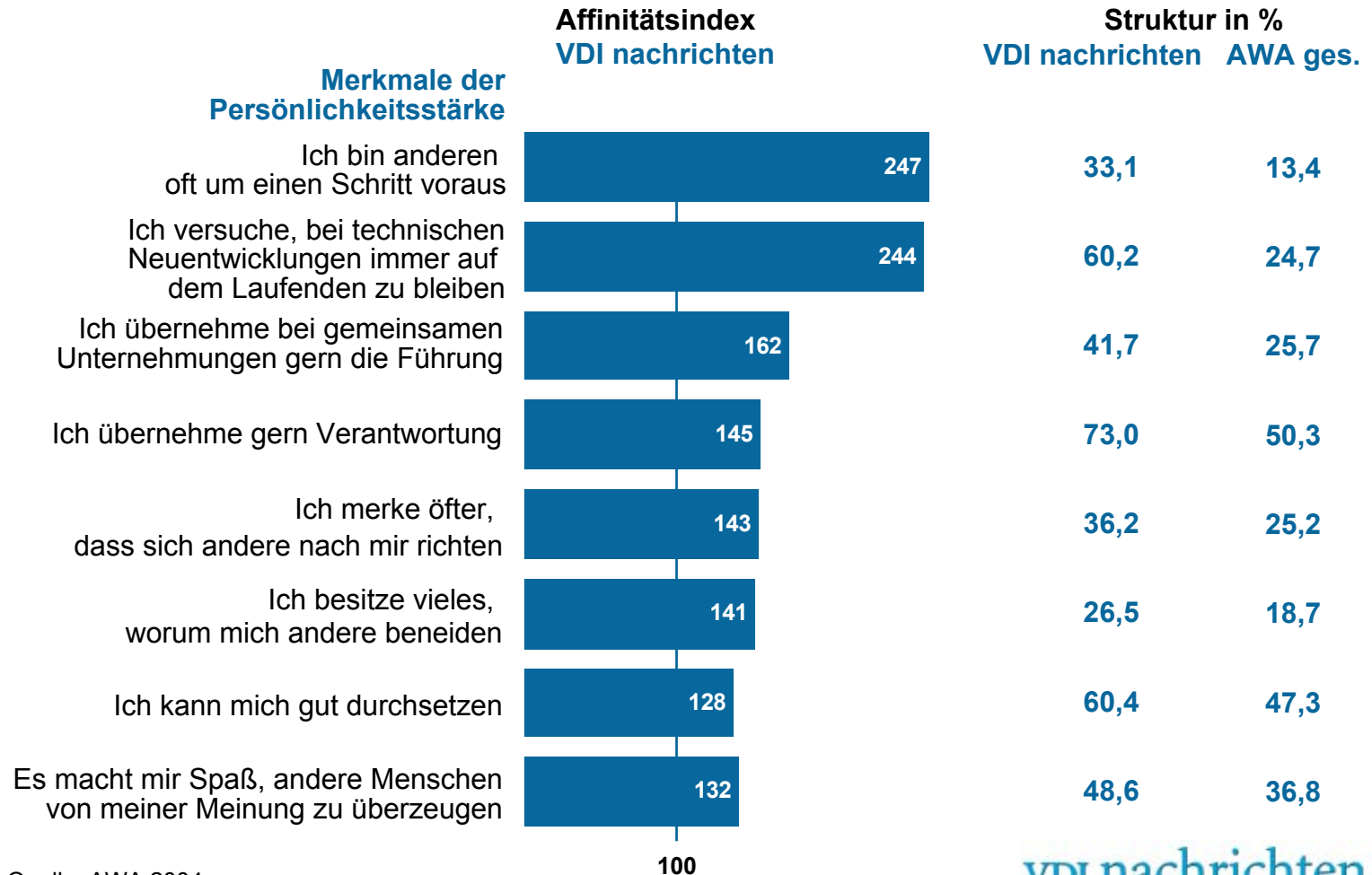


**Berufliche Stellung**  
**Struktur in %**

■ Leitende Angestellte und Beamte  
 ■ Nichtleitende Angestellte  
 ■ Selbstständige  
 ■ Sonstige Beamte  
 ■ Freie

Quelle: AWA 2004   \*) HB + VDI   \*\*) HB + ZEIT

## Durchsetzungsstark und überzeugend



## Innovatoren und Trendsetter

Pioniere bei Produkt-Einführungen.

Die Zielgruppen der Innovatoren und Trendsetter sind für die frühen Phasen des Produktlebenszyklus besonders wichtig. Wie sich Innovatoren definieren und, wie sich diese dann bei den Lesern der VDI nachrichten widerspiegeln, zeigen folgende Folien.

## Innovatoren und Trendsetter

Innovatoren:

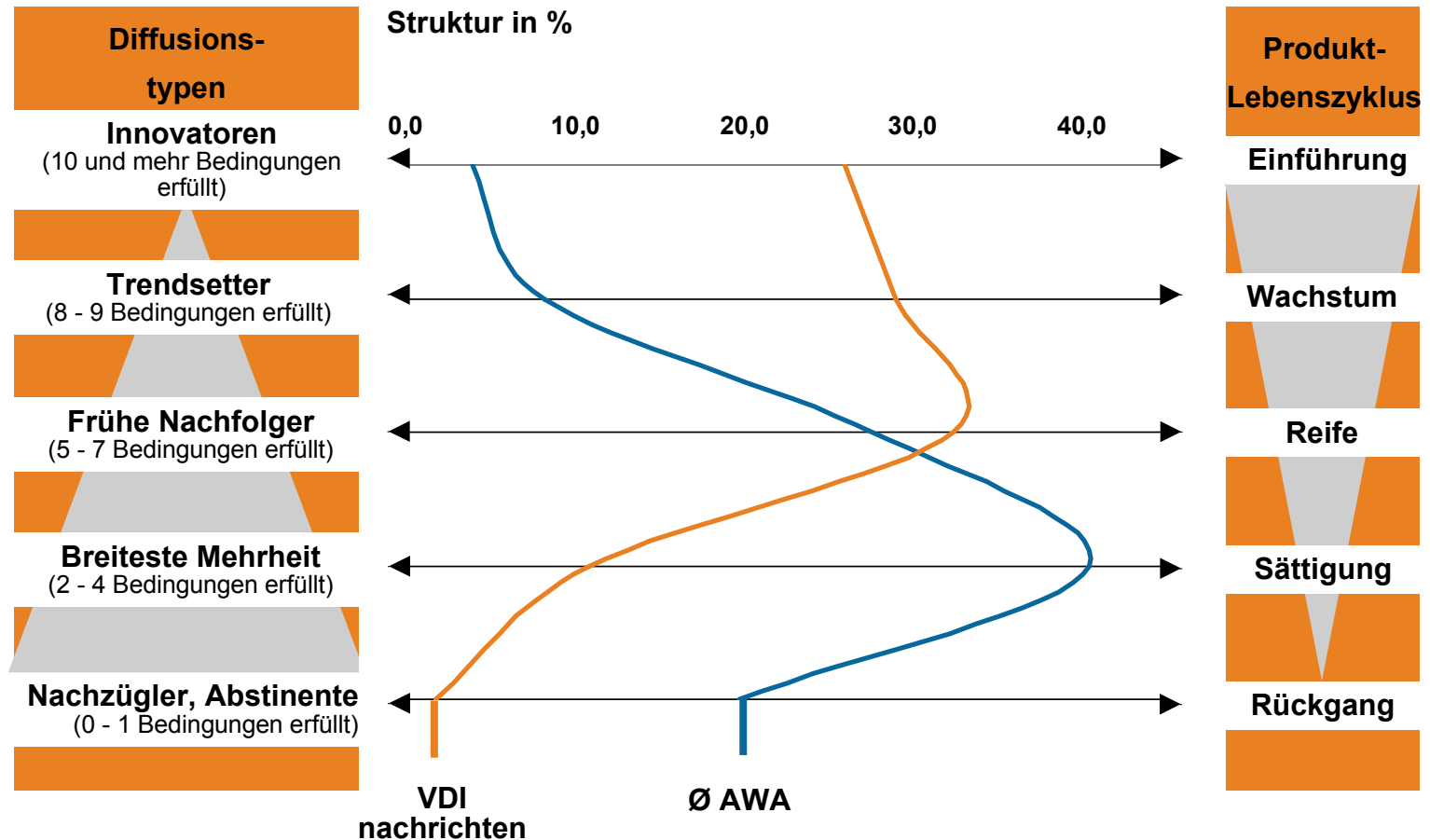
Die Innovatoren basieren auf einer, aus 15 Bedingungen gebildeten, Quasi-Skala (10 oder mehr Bedingungen müssen erfüllt sein).

Die 15 Bedingungen im einzelnen:

- Spürsinn für Neues
- Bin anderen oft einen Schritt voraus
- Probiere gern etwas Neues aus
- Risikobereit, unternehmerisch begabt
- Technikakzeptanz
- Meinungsführer
- Intensive Ratgeber
- Besonders interessiert an Wissenschaft und Forschung
- Eigene wirtschaftliche Lage mind. gut
- Neue Informationsquellen genutzt
- Sachbuch zum Thema
- Spezielle Zeitschrift
- Wende mich an Firmen
- Zeitungshorizont hoch
- Zeitschriftenhorizont hoch

# Diffusionstypen: Skala der Innovationsorientierung

## Reife und Wachstum statt Sättigung und Rückgang



# Kaufentscheider Übersicht

## Entscheidend, wenn's um den Einkauf geht

In relevanten Marktsegmenten geben die Leser der VDI nachrichten den Ausschlag für den Kauf eines bestimmten Produktes.

**Entscheider insgesamt  
(Kaufentscheider allein  
oder hauptsächlich)**

100 - 133

134 - 166

**Affinität**

167 - 200

Computer, Computerzubehör

Moderne Telekommunikation

Geld- und Kapitalanlagen

Versicherung

Autos

VDI Nachrichten	DIE ZEIT	WamS	Handelsblatt	FAZ	SZ	Welt	FTD	FAS	BK Technical	BK Premium	Welt/WamS-Kombi	FAZ/FAS-Kombi
167	147	125	171	147	134	139	184	146	170	150	128	147
122	117	110	130	119	108	117	134	120	127	119	113	119
130	120	115	137	119	116	122	138	117	134	123	116	119
129	114	110	128	112	110	115	126	111	128	116	111	112
146	120	122	141	127	119	130	145	127	143	123	124	127

**Struktur in %**

45 - 59

60 - 74

75 - 90

Computer, Computerzubehör

Moderne Telekommunikation

Geld- und Kapitalanlagen

Versicherung

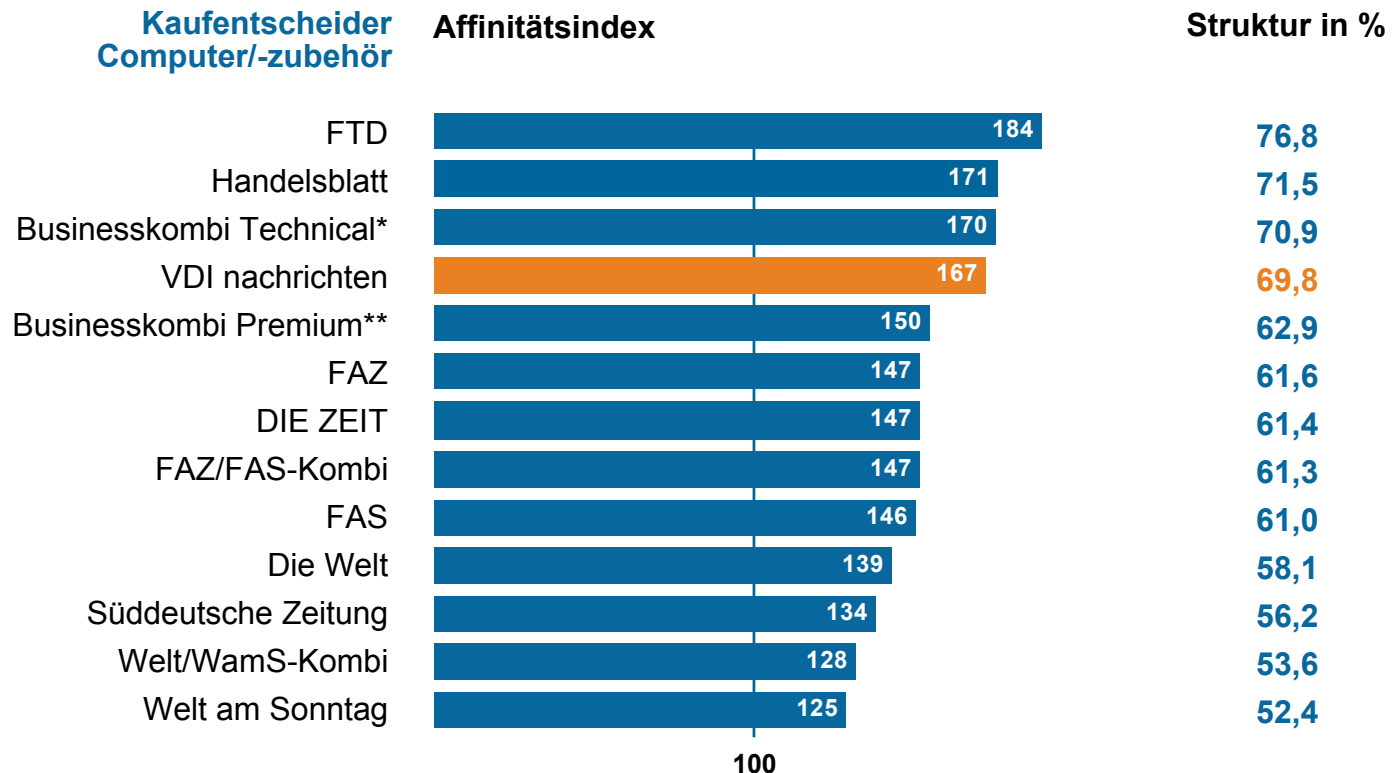
Autos

VDI Nachrichten	DIE ZEIT	WamS	Handelsblatt	FAZ	SZ	Welt	FTD	FAS	BK Technical	BK Premium	Welt/WamS-Kombi	FAZ/FAS-Kombi
69,8	61,4	52,4	71,5	61,6	56,2	58,1	76,8	61,0	70,9	62,9	53,6	61,3
75,6	72,7	68,4	80,6	74,0	67,0	72,7	83,2	74,1	78,8	74,0	69,8	74,0
83,4	77,5	73,8	88,4	76,8	74,6	78,3	88,9	75,4	86,5	79,3	74,9	76,3
87,9	78,0	75,5	87,3	76,7	75,5	78,3	86,2	76,1	87,5	79,6	76,1	76,9
83,9	69,0	70,4	81,2	73,2	68,4	74,6	83,4	73,0	82,0	70,8	71,0	72,9

# Kaufentscheider Computer / Computerzubehör

## Marktsegment Computer/-zubehör

Eine der größten Stärken der VDI nachrichten – Platz 3 unter den Einzeltiteln

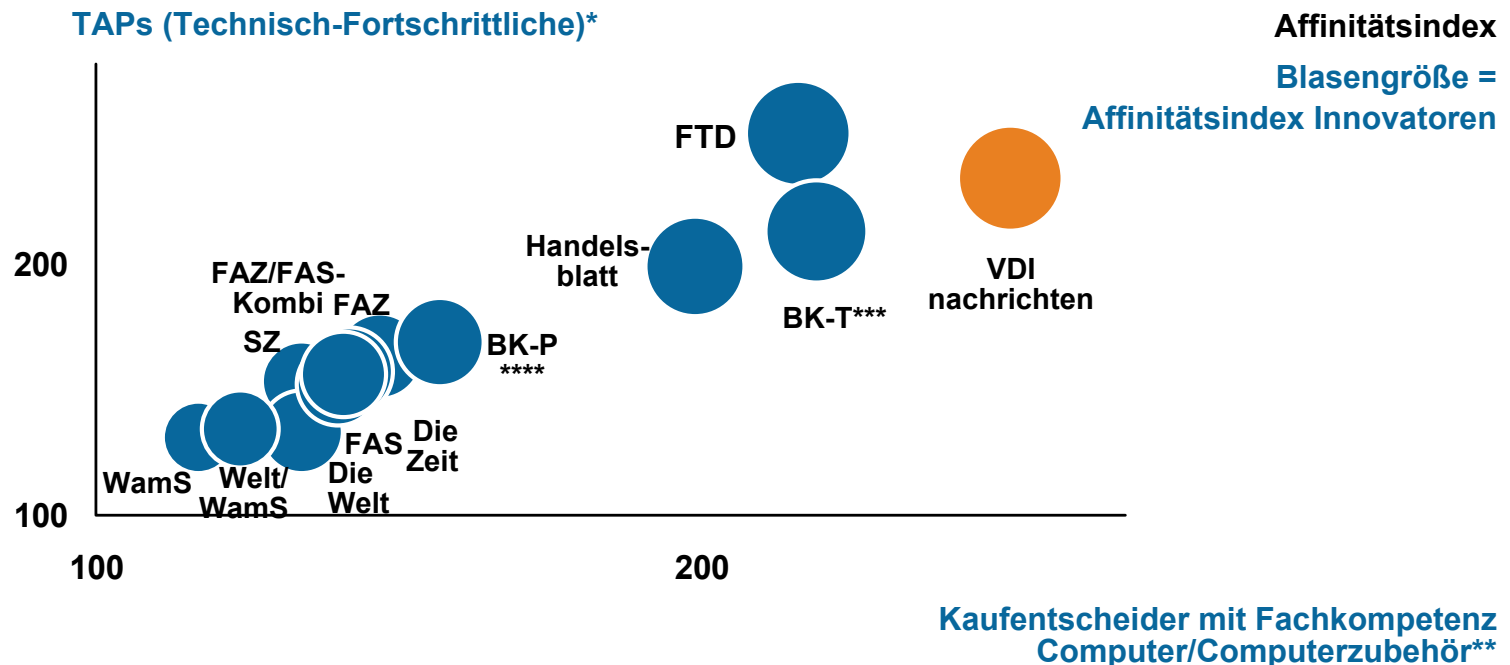


\*) HB + VDI    \*\*) HB + ZEIT  
Quelle: AWA 2004

# Innovations- und investitionsfreudig

## Technik-Fans sind Kaufentscheider

Die VDI nachrichten qualifizieren sich besonders bei der Ansprache von professionellen PC-Anwendern. Auf Grund ihrer Fachkompetenz und ihrer Innovationsfreude zählen sie bei der Anschaffung neuer Computer-Anlagen zum wichtigsten Entscheiderkreis.



\*) technically advanced persons: Techies/Technisch-Fortschrittliche (Technik-Fans)

\*\*) Kaufentscheider mit besonders hohem Produktinteresse, die gleichzeitig Ratgeber/Experten sind

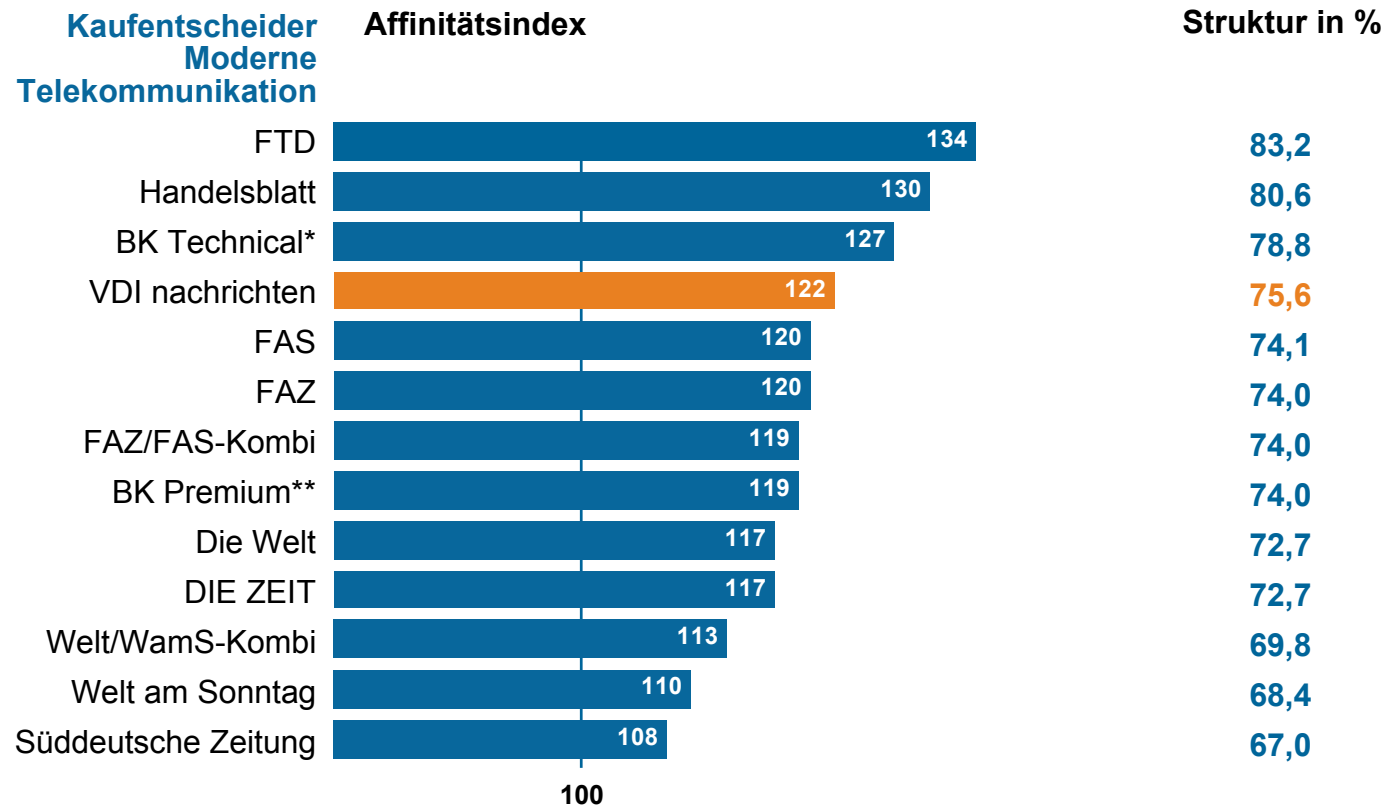
\*\*\*) HB + VDI \*\*\*\*) HB + ZEIT

Quelle: AWA 2004

# Kaufentscheider: Moderne Telekommunikation

## Entscheider über die Anschaffung von Handys und Co.

60,2% der VDI nachrichten-Leser versuchen bei technischen Neuentwicklungen immer auf dem Laufenden zu bleiben (Ges. 24,7 %)

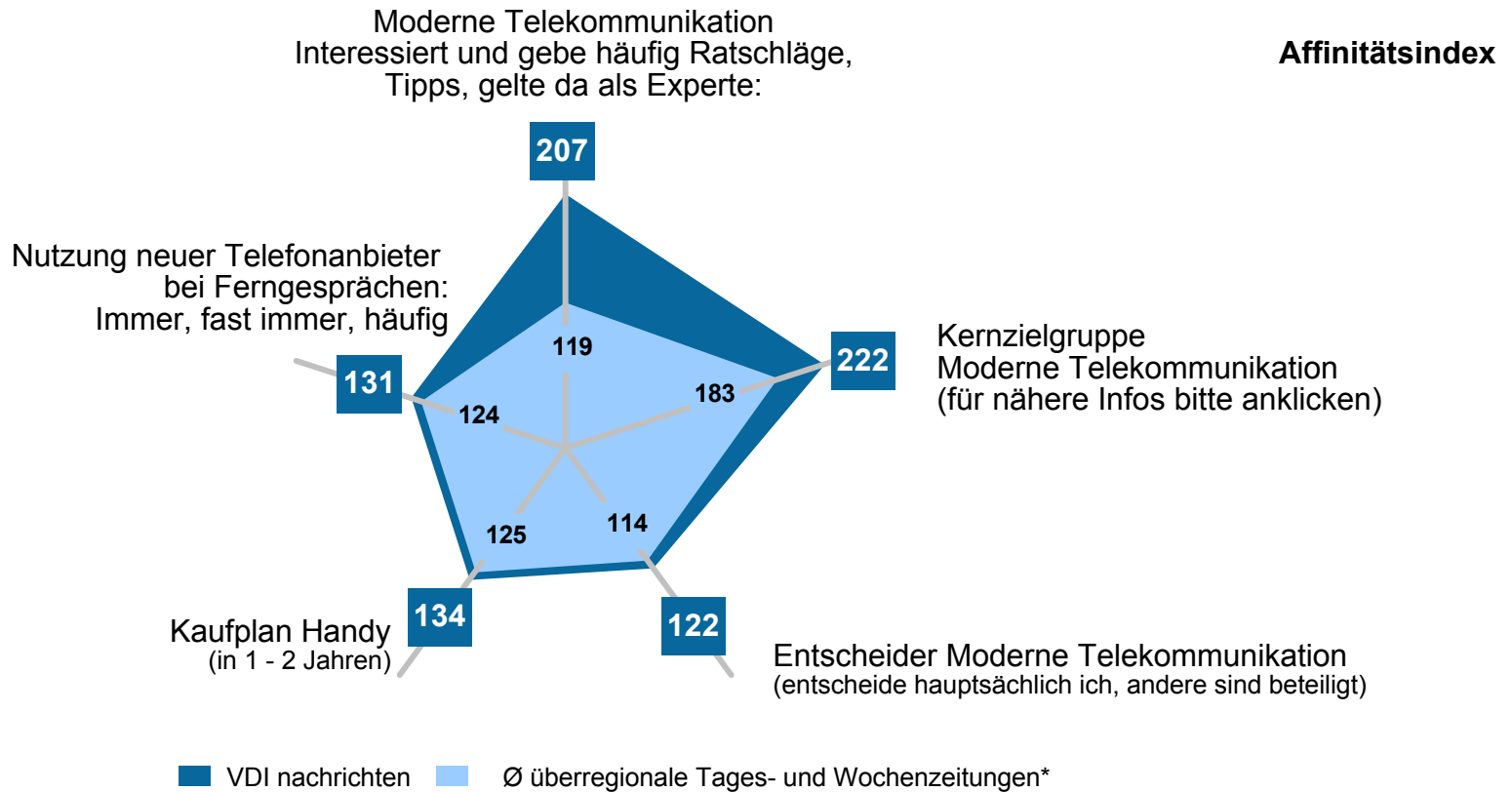


Quelle: AWA 2004    \*) HB + VDI    \*\*) HB + ZEIT

# Moderne Telekommunikation

## Kommunikations-Experten

- Up to date!



\*) Handelsblatt, FAZ, SZ, Die Welt, FTD, DIE ZEIT, WamS, FAS  
Quelle: AWA 2004

## Moderne Telekommunikation

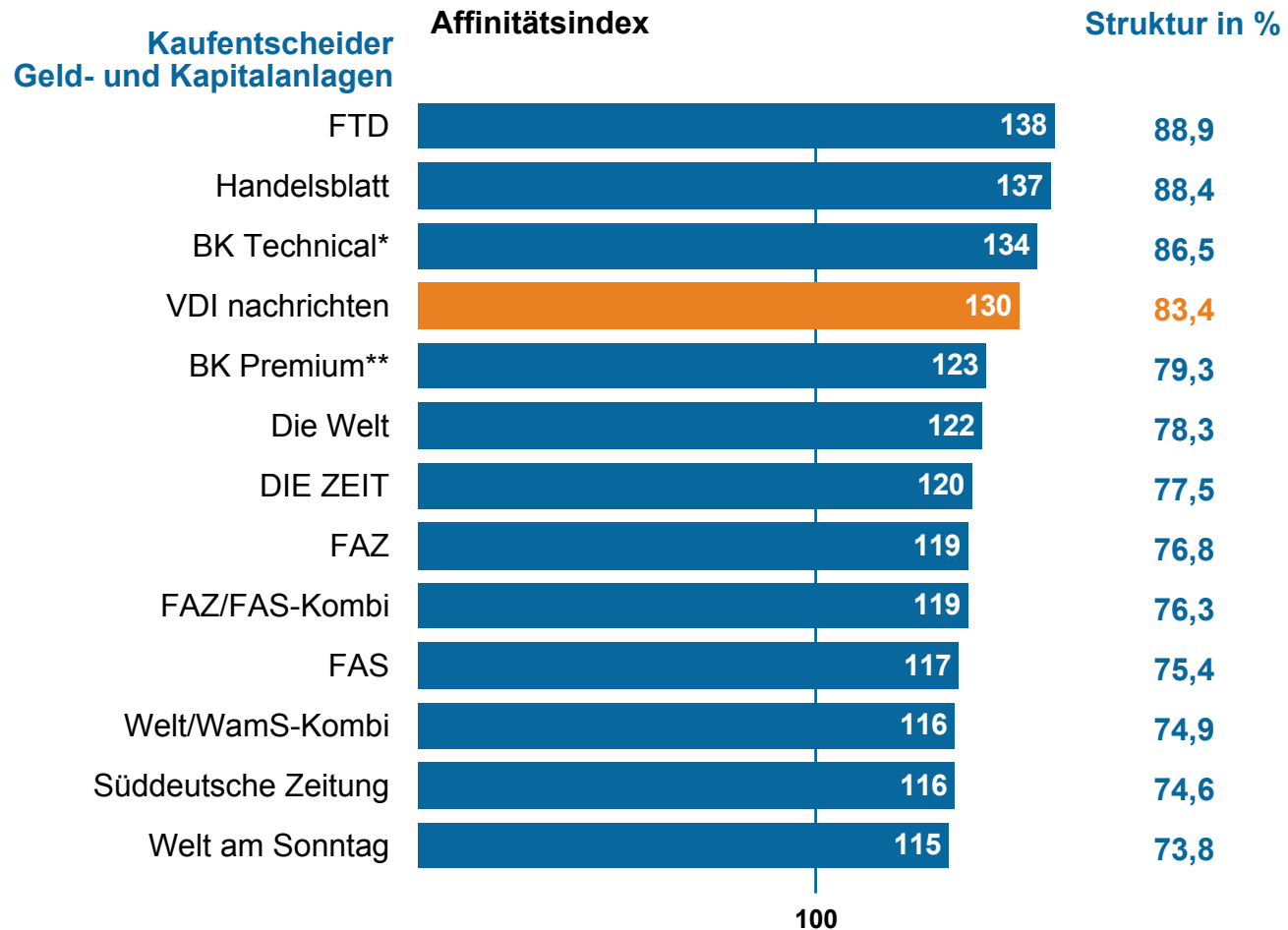
Aus 10 Bedingungen gebildete Quasi-Skala  
(6 oder mehr Bedingungen müssen erfüllt sein).

Die 10 Ausstattungsmerkmale (Bedingungen):  
- Persönlicher oder Haushaltsbesitz

- Telefon mit verschiedenen zusätzlichen Funktionen wie Speicher, Gebührenzähler, Lautsprecher
- Schnurloses Telefon
- DSL-Anschluss
- ISDN-Anschluss
- Anrufbeantworter
- Faxgerät
- Telefonanlage im Haus, man kann im Haus miteinander telefonieren
- Bildtelefon
- Nutzer von Online-Diensten und/oder Internet
- Handy

# Kaufentscheider: Geld- und Kapitalanlagen

## Interessierte und kompetente Kapitalanleger

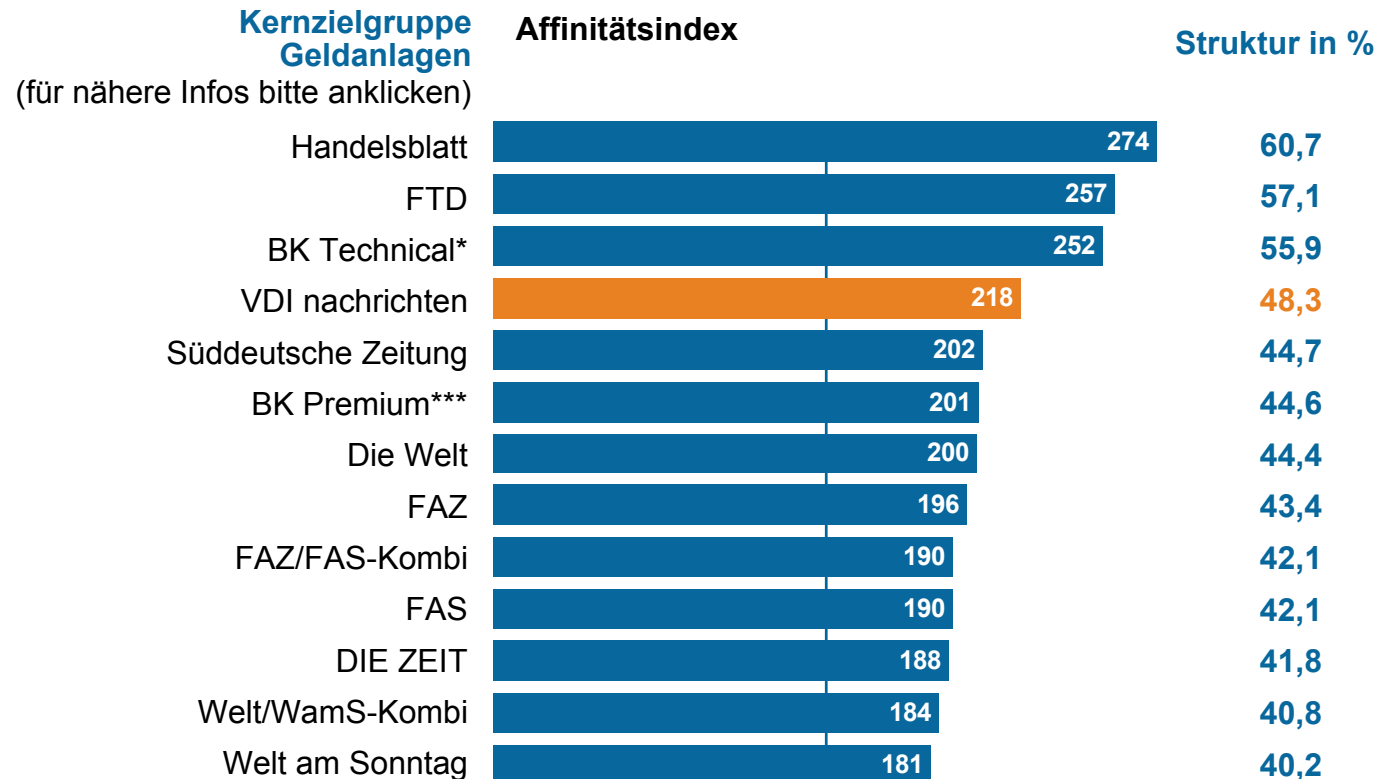


\*) HB + VDI    \*\*) HB + ZEIT  
Quelle: AWA 2004

# Kernzielgruppe: Geldanlagen

## Finanzielle Absicherung

So nah kommt man seiner Kernzielgruppe nur selten. Exzellente Strukturwerte auch in Finanz-Zielgruppen.



\*) HB + VDI    \*\*) HB + ZEIT  
Quelle: AWA 2004

100

VDI nachrichten

## Geldanlagen

Aus 7 Bedingungen gebildete Quasi-Skala  
(2 oder mehr Bedingungen müssen erfüllt sein).

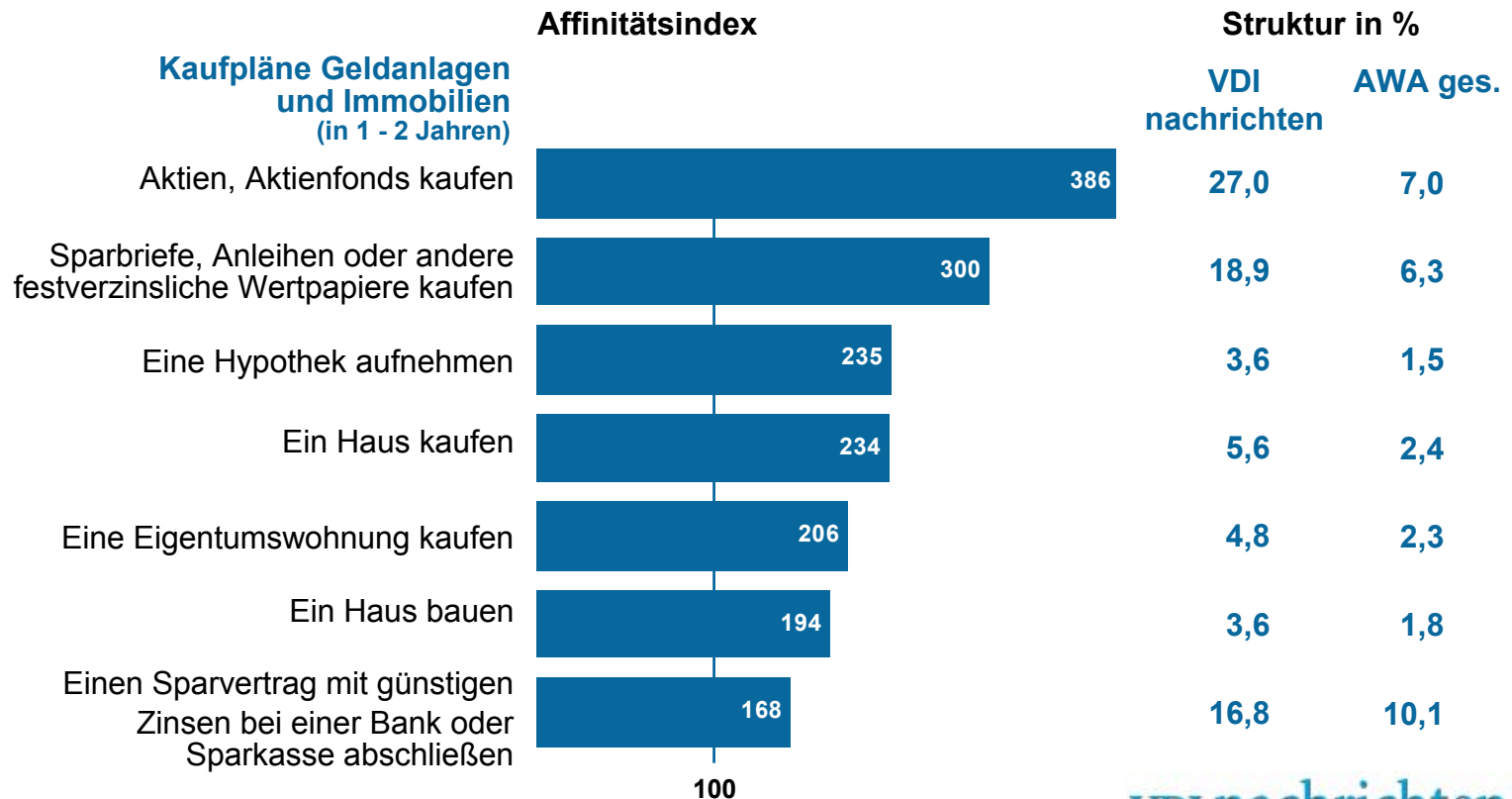
Die 7 Geldanlagen (Bedingungen):  
Im Haushalt vorhanden

- Festverzinsliche Wertpapiere (Pfandbriefe, Kommunalobligationen, Bundes- oder Länderanleihen, Industrieobligationen)
- Aktien
- Optionsscheine, Termingeschäfte (Calls, Puts)
- Investmentzertifikate, Investmentfonds, Immobilienfonds
- Sparbriefe
- Festgeldanlage
- Goldbarren, Goldmünzen

# Kaufplan Geldanlagen und Immobilien

## An die Zukunft denken

Ein hoher Anteil der Leser beschäftigt sich mit dem Kauf von Geldanlagen und Immobilien. Die VDI nachrichten liegen hier weit über dem Durchschnitt aller AWA-Titel.

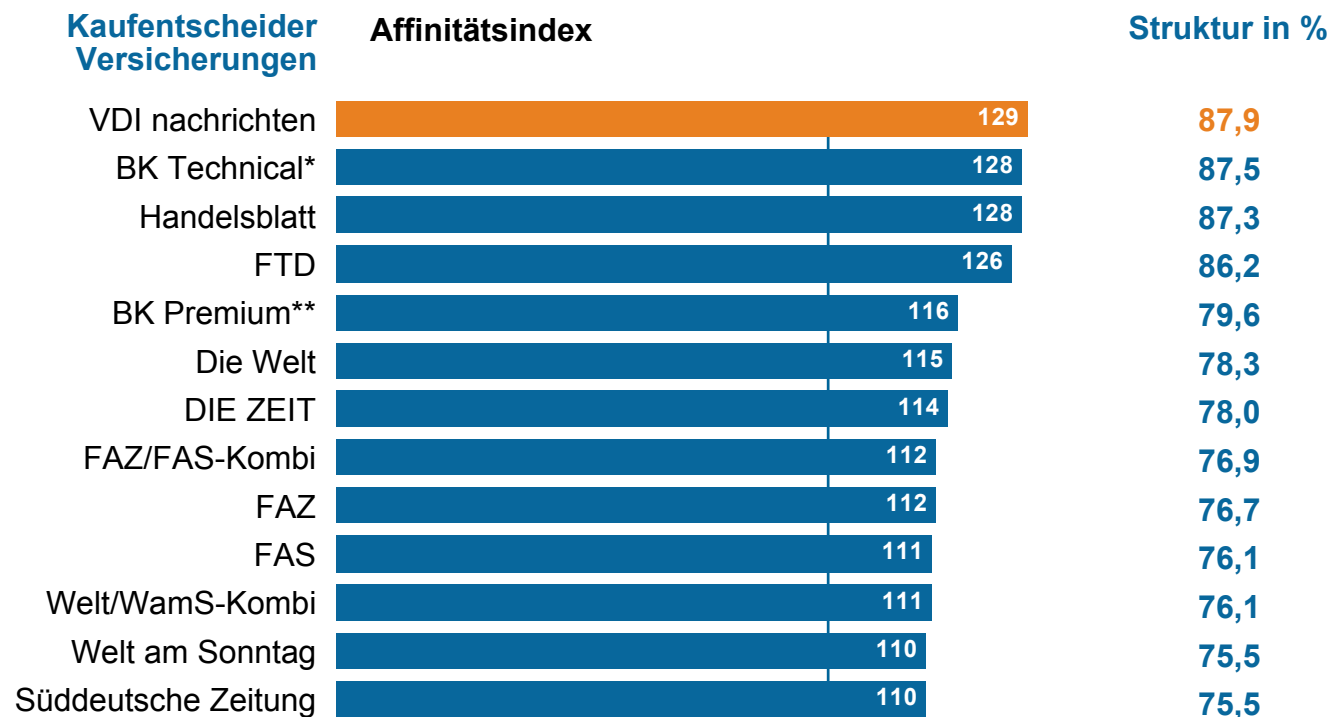


Quelle: AWA 2004

# Kaufentscheider: Versicherungen

## Marktsegment: Versicherungen

Ob es um die private Unfallversicherung geht oder um die klassische Lebensversicherung - die Leser der VDI nachrichten haben eine hohe Affinität zum Thema Versicherungen.



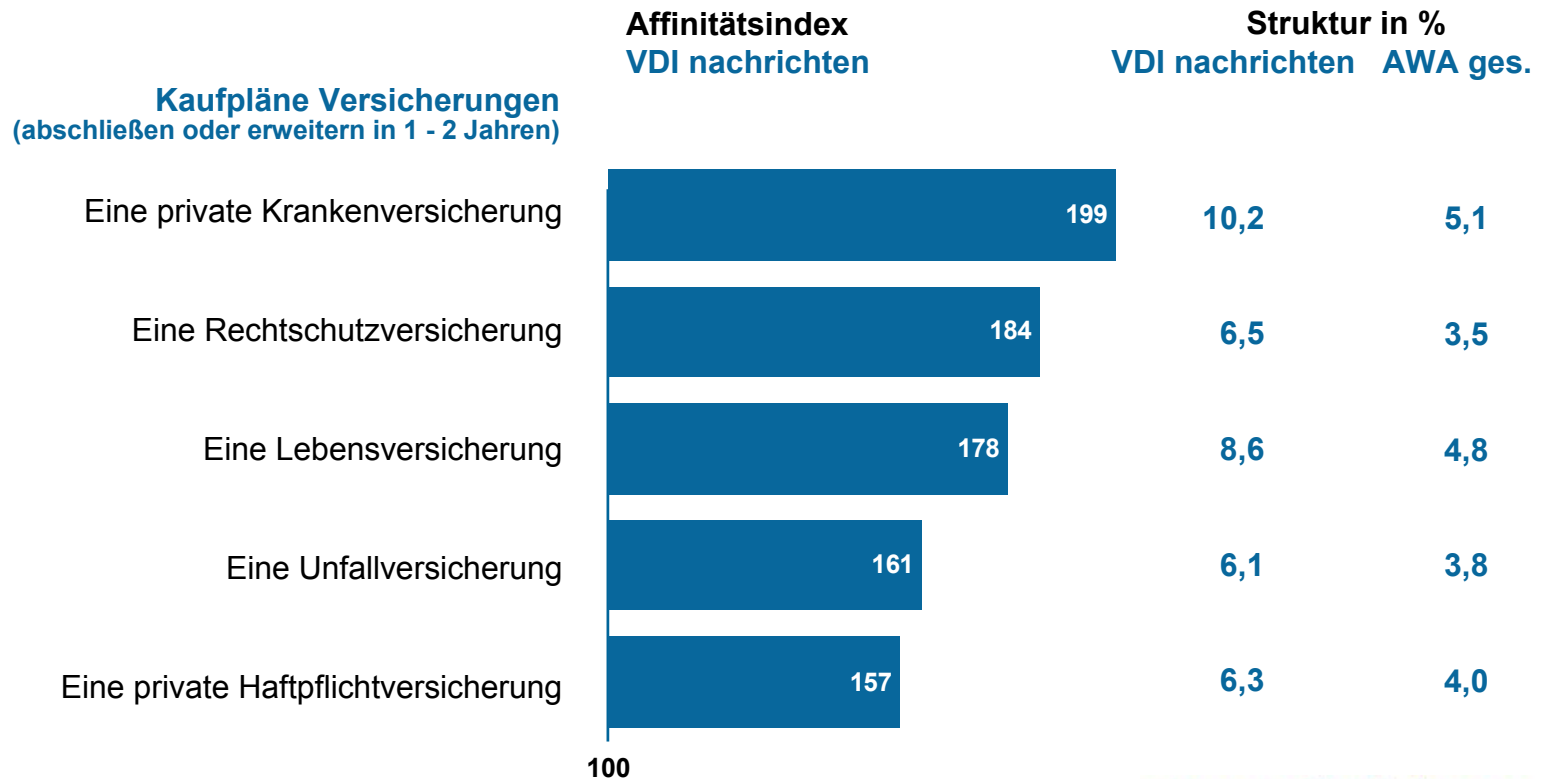
\*) HB+VDI    \*\*)HB+DZ  
Quelle: AWA 2004

100

# Kaufplan Versicherungen

## Abschlüsse stehen bevor

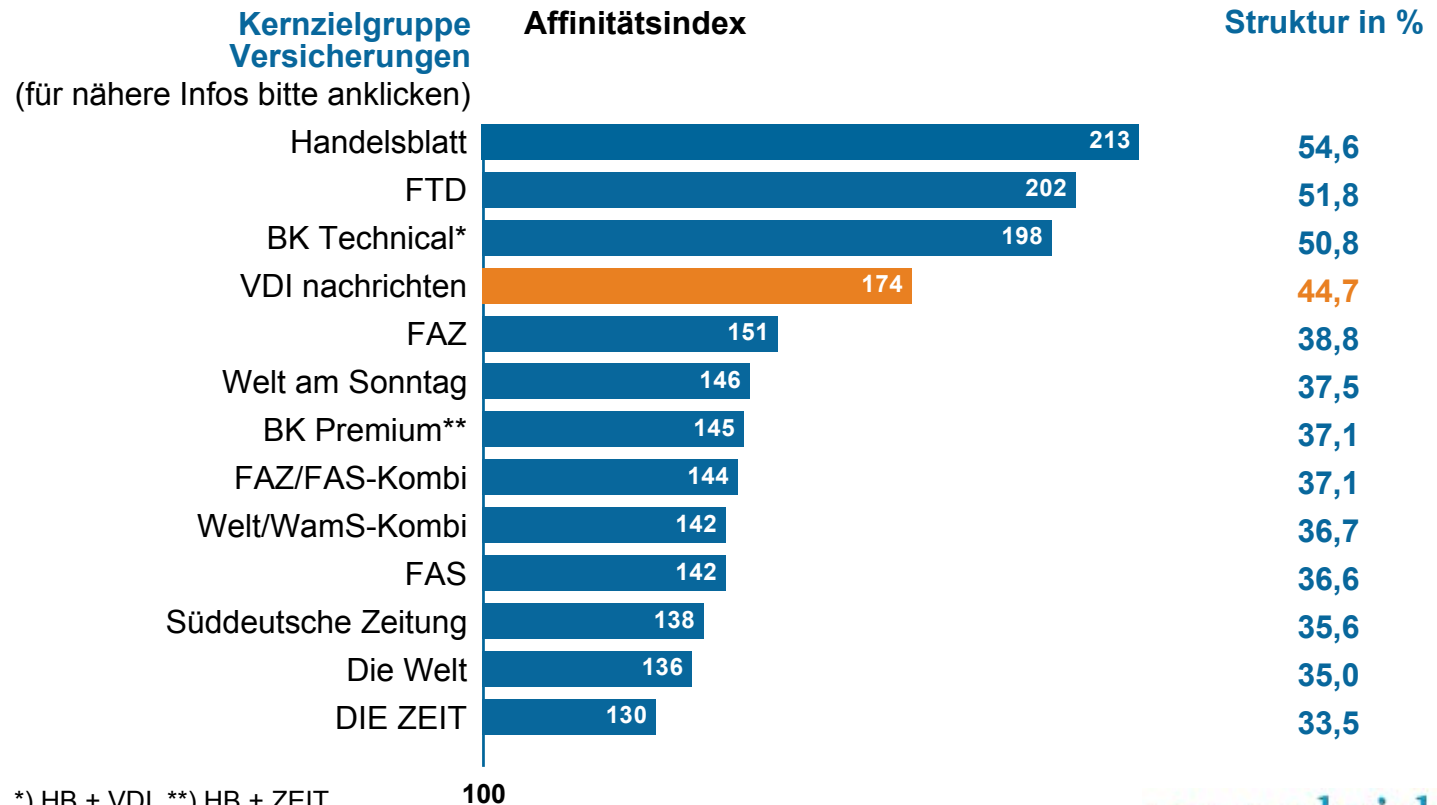
In den nächsten 1 - 2 Jahren werden Versicherungsverträge abgeschlossen. VDI nachrichten-Leser versichern sich selbst und ihre Familien für den Fall der Fälle.



# Kernzielgruppe Versicherungen

## Gute Absicherung ist wichtig

Die Kernzielgruppe Versicherungen bringt es noch einmal auf den Punkt: Hier sind Sie richtig, wenn es um das Thema Versicherungen geht.



\*) HB + VDI    \*\*) HB + ZEIT  
Quelle: AWA 2004

## Versicherungen

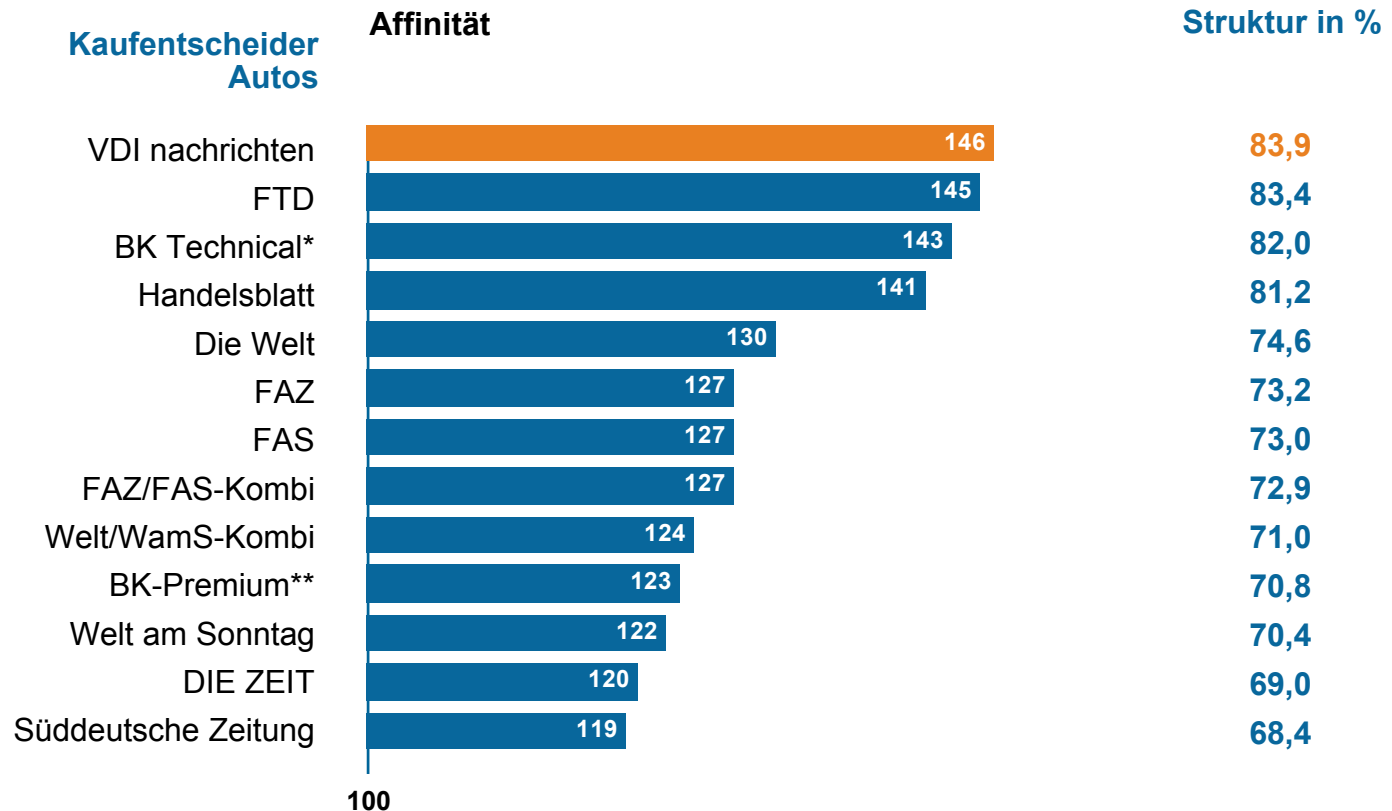
Aus 11 Bedingungen gebildete Quasi-Skala  
(6 oder mehr Bedingungen müssen erfüllt sein).

Die 11 Versicherungen (Bedingungen):  
Im Haushalt vorhanden

- Private Lebensversicherung (auch Aussteuer-, Ausbildungsverversicherung) - Versicherungssumme unter 25.000 Euro
- Private Lebensversicherung (auch Aussteuer-, Ausbildungsverversicherung) - Versicherungssumme ab 25.000 Euro
- Private Unfallversicherung
- Vollkasko-Versicherung (Kfz)
- Verkehrsrechtsschutz-Versicherung (nur Kfz)
- Familienrechtsschutz-Versicherung
- Hausratversicherung
- Private Haftpflichtversicherung (ohne Kfz)
- Private Rentenversicherung
- Versicherung gegen Berufsunfähigkeit, Erwerbsunfähigkeit
- Eine nach dem Riester-Modell geförderte private Altersversicherung bereits abgeschlossen

## Marktsegment: Auto

Auto und Technik sind unzertrennlich. Für die technikbegeisterten Leser ist somit das Auto ein wichtiges Thema.

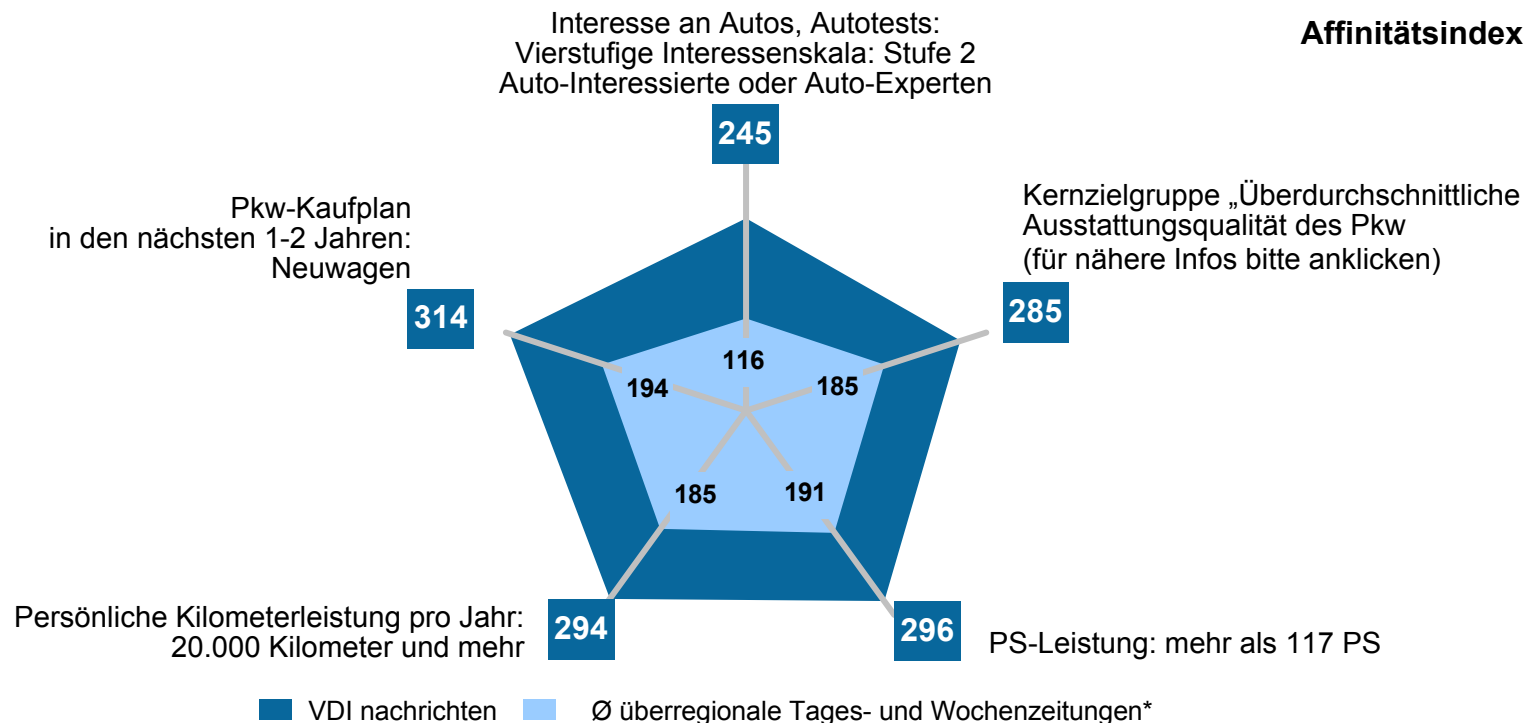


\*) HB + VDI    \*\*) HB + ZEIT

Quelle: AWA 2004

## Faszination Auto

Die Leser der VDI nachrichten fahren viel und bevorzugen leistungsstarke Autos der mittleren und oberen Fahrzeugklassen. Eine hohe Ausstattungsqualität ist ihnen sehr wichtig. Das ausgeprägte Interesse für technische Extras macht die Leser zu einer Schlüsselzielgruppe bei Produktneuheiten.



## Überdurchschnittliche Ausstattungsqualität des Pkw

Aus 17 Bedingungen gebildete Quasi-Skala  
(7 oder mehr Bedingungen müssen erfüllt sein).

Die 17 Ausstattungsmerkmale des meistgefahrenen Pkw (Bedingungen):

- 6 oder mehr Zylinder
- Elektronikgetriebe
- Mehr als 150 PS (110 kW)
- Navigationssystem
- Leistungsstarke Auto-HiFi-Anlage mit Kassette oder CD-Spieler/-Wechsler
- Allradantrieb
- Diebstahlsicherung
- Beheizbare Sitze
- Elektronische Einparkhilfe
- Antriebsschlupfregelung (ASR)
- Elektrische Fensterheber
- Leichtmetallräder
- Breitreifen
- Fahrer-/Beifahrer-Airbag
- Klimaanlage
- Schiebedach
- Zentralverriegelung mit Funkfernbedienung

# Genuss- und konsumfreudige Zielgruppe

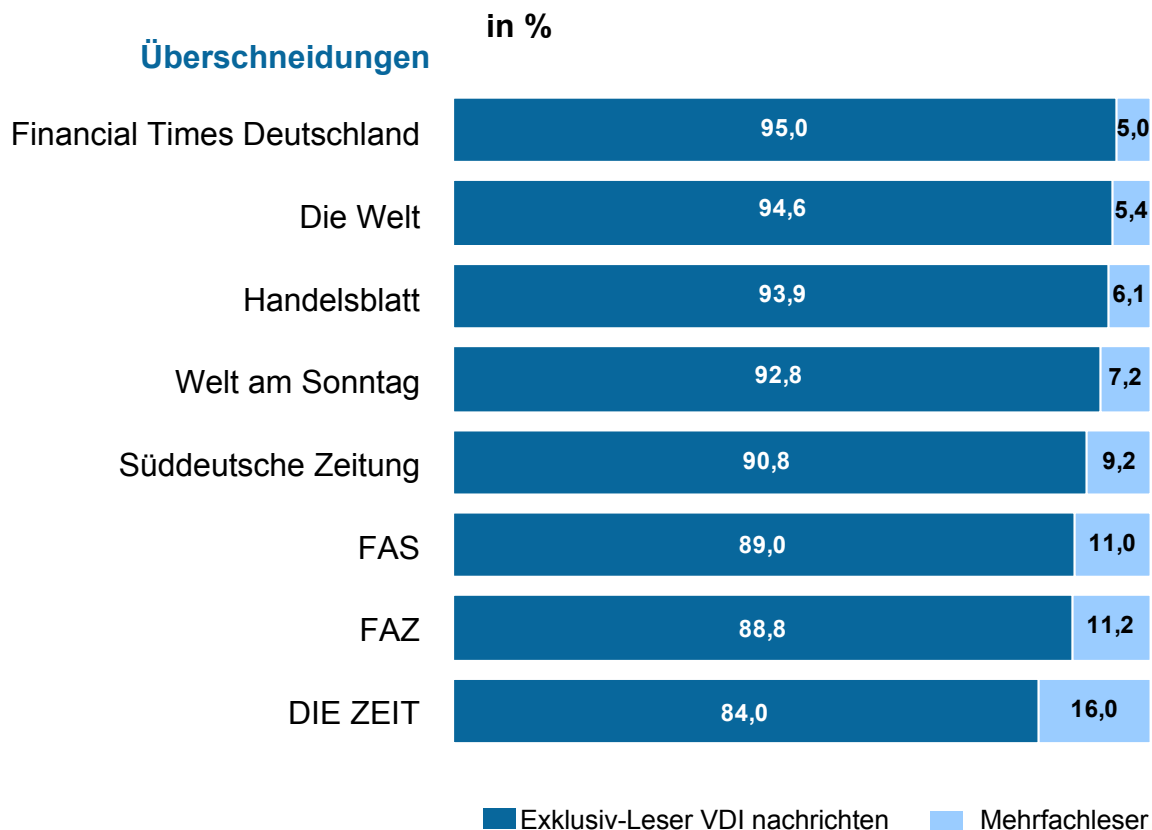
## Das Leben genießen

Die Leser der VDI nachrichten arbeiten viel und hart. Die wenige Zeit, die sie zur freien Verfügung haben genießen sie aber in vollen Zügen.

Affinität					VDI Nachrichten	DIE ZEIT	WamS	Handelsblatt	FAZ	SZ	Welt	FTD	FAS	BK Technical	BK Premium	Welt/WamS-Kombi	FAZ-/FAS-Kombi
	< 100	100 - 149	150 - 199	> 200													
<b>Einstellungen und Eigenschaften</b>																	
Leute, die voll in ihrem Beruf aufgehen, hart dafür arbeiten (Workaholic)	198	138	139	204	150	127	158	187	138	201	150	143	142				
Ich besitze vieles, worum mich andere beneiden	141	135	154	173	146	144	159	169	144	161	140	152	143				
<b>Einstellungen zur Ernährung, zum Einkauf</b>																	
Es kommt schon mal vor, daß ich für ein Feinschmecker-Menü in einem Spitzenrestaurant 50 Euro (ca. 100 DM) oder mehr ausgabe (pro Person)	245	248	241	361	302	276	254	360	305	316	263	239	291				
Zum Essen ausgehen: Das mache ich häufig	185	187	184	257	224	197	197	236	222	229	197	185	215				
<b>Interessiert und - gebe öfters Ratschläge, Tips, gelte da als Experte</b>																	
Fotografieren	239	173	155	179	162	164	175	186	173	201	175	161	171				
Große Elektrogeräte für Küche und Haushalt	196	98	142	112	105	102	137	67	120	143	101	145	116				
Digitales Fernsehen, neue TV-Techniken, Pay-TV	228	93	135	149	113	112	124	179	121	180	105	134	126				
Motorräder	198	88	104	100	94	90	91	160	94	137	91	104	102				
Moderne Architektur	353	299	211	355	261	276	200	258	290	358	310	206	281				
<b>Haus und Wohnen</b>																	
Ein Haus, das uns gehört, oder eine Eigentumswohnung modernisieren	198	126	144	164	135	119	156	126	138	177	134	144	137				
Kaufplan (nächste 1-2 Jahre) Moderne Möbel, entworfen von angesehenen Designern	137	249	183	266	262	237	248	281	182	218	244	195	209				
<b>Reisen</b>																	
Anzahl Flugreisen in den letzten 12 Monaten: 5 - 9 Flugreisen	587	352	294	530	345	470	337	394	340	558	379	305	337				
<b>Wirtschaftliche Situation und Konsum</b>																	
Anschaffungsplan Kreditkarte: z.B. American Express, Diners Club, Visa, Eurocard	223	190	136	170	147	165	145	186	136	191	186	139	147				
Beurteilung der eigenen wirtschaftlichen Lage: sehr gut	224	233	203	331	253	219	239	233	223	290	253	209	223				

## Exklusive Kontakte

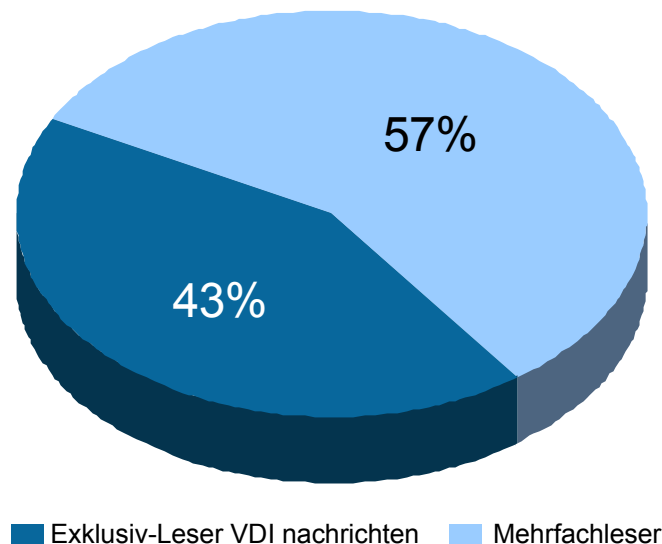
Mit den VDI nachrichten sprechen sie eine Zielgruppe an, die sie mit den anderen überregionalen Tages- und Wochenzeitungen nicht erreichen.



## Externe Überschneidungen zu anderen AWA-Titeln

43 % der VDI nachrichten-Leser nutzen keine andere Wirtschaftszeitung. Sie werden exklusiv über die VDI nachrichten erreicht.

**VDI nachrichten /überregionale Tages- und Wochenzeitungen\***  
**Überschneidungen**



\*) VDI nachrichten-Leser und Leser aus den Kombinationen:

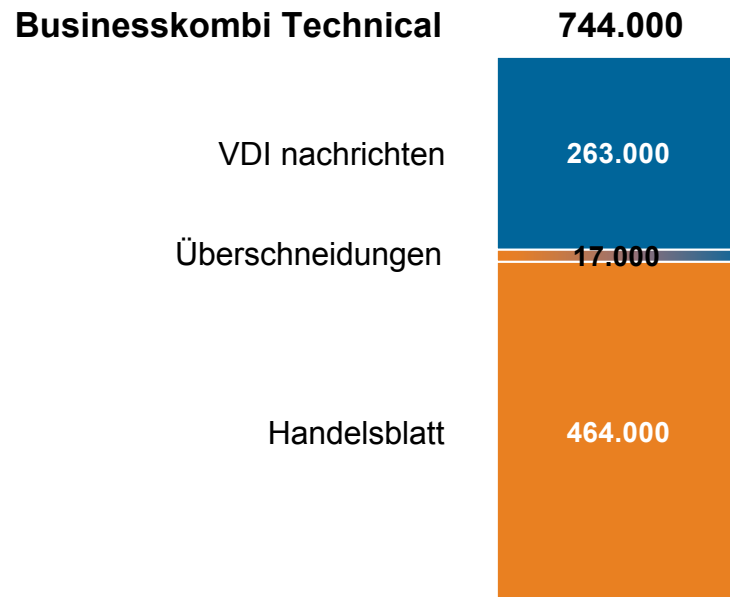
Handelsblatt, FAZ, SZ, Die Welt, FTD, DIE ZEIT, WamS, FAS

Quelle: AWA 2004

## Reichweitenstark

Ein reichweitenstarker Werbeträger mit geringen Überschneidungen in der Leserschaft. Lediglich 17 Tausend (2 %) Leser sind Doppel-Leser.

Reichweite in Tsd.



## Mit den VDI nachrichten erreichen Sie ihre Zielgruppe!

Jung ●  
Gebildet  
Einkommensstark

Technikaffin ●

Beruflich  
erfolgreich ●

Zielgruppennahe ●  
Märkte



## Untersuchungssteckbrief AWA 2004

### Methodische

**Gesamtverantwortung:**

Institut für Demoskopie Allensbach

**Grundgesamtheit:**

Deutsche Bevölkerung ab 14 Jahren  
in Privathaushalten am Ort der  
Hauptwohnung in der Bundesrepublik  
Deutschland.

	<b>Gesamt- Deutschland (Mio.)</b>	<b>Deutschland West (Mio.)</b>	<b>Deutschland Ost (Mio.)</b>
<b>Gesamt</b>	64,88	51,83	13,05
<b>Männer</b>	31,17	24,87	6,31
<b>Frauen</b>	33,71	26,97	6,74
<b>Haushalte</b>	35,43	28,43	7,00

**Stichprobe:** Nach dem Quoten-Auswahlverfahren  
angelegte Personenstichprobe.  
21.257 Befragte

**Untersuchungszeitraum:** Frühjahr 2003: 25.02.2003 - 29.04.2003  
Herbst 2003: 10.10.2003 - 13.12.2003  
Frühjahr 2004: 19.02.2004 - 22.04.2004