

Wir bringen Sie zu Ihrer relevanten Zielgruppe.

Preisliste Nr. 44 · gültig ab 1. Januar 2017, ACN Anzeigen-Cooperation Nordrhein, Erscheinungsort 40196 Düsseldorf / 50590 Köln



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



456 Tsd. (Index 126) 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



650 Tsd. (Index 107) 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



434 Tsd. (Index 124) Leser sind kulturinteressierte Städtereisende

Bücher, Museen, Ausstellungen... Sein Leben ist von Kultur geprägt. Am liebsten verbringt er seinen Kurzurlaub im Rahmen von Bildungsreisen in Europas Städten. Dabei ist er auch gern mit Bus und Bahn unterwegs.

Seite 4

Wir bringen Sie zu Ihrer relevanten Zielgruppe.

Preisliste Nr. 44 · gültig ab 1. Januar 2017, ACN Anzeigen-Cooperation Nordrhein, Erscheinungsort 40196 Düsseldorf / 50590 Köln



Wohn-Typologie



446 Tsd. (Index 108) 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



441 Tsd. (Index 120) 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



313 Tsd. (Index 121) 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.

Quelle: b4p (best for planning) 2016 I; Index 100 = Gesamtbevölkerung im ACN-Verbreitungsgebiet

Seite 5