



LAC/2011

ENTSCHEIDER HABEN ENTSCHIEDEN

www.chip-media.de

CHIP

MEIN DIGITALES ICH

TREND TEST TECHNIK



THOMAS PYCZAK
Chefredakteur CHIP

PROFIS GEHEN ZU PROFIS

CHIP kommt auf den Punkt. So simpel ist die Formel, die uns zum Leitmedium der digitalen Welt gemacht hat. Die bei Consumern und Profis funktioniert.

CHIP, das ist ein klares Profil, ein hoher Anspruch und ein Qualitätsversprechen. Wir wollen das innovativste und beste Technikmagazin sein, der perfekte Begleiter für das digitale Leben unserer Leser.

CHIP versteht sich als Testinstanz, Technikratgeber und Trendbarometer.

Folglich haben wir Top-Ingenieure und das größte Testcenter Europas, um gute Produkte und Services von weniger guten zu trennen. Und wir haben Top-Journalisten, die sich auskennen, relevante Informationen filtern, spannende Geschichten mit Tiefgang erzählen. Und auf den Punkt kommen.

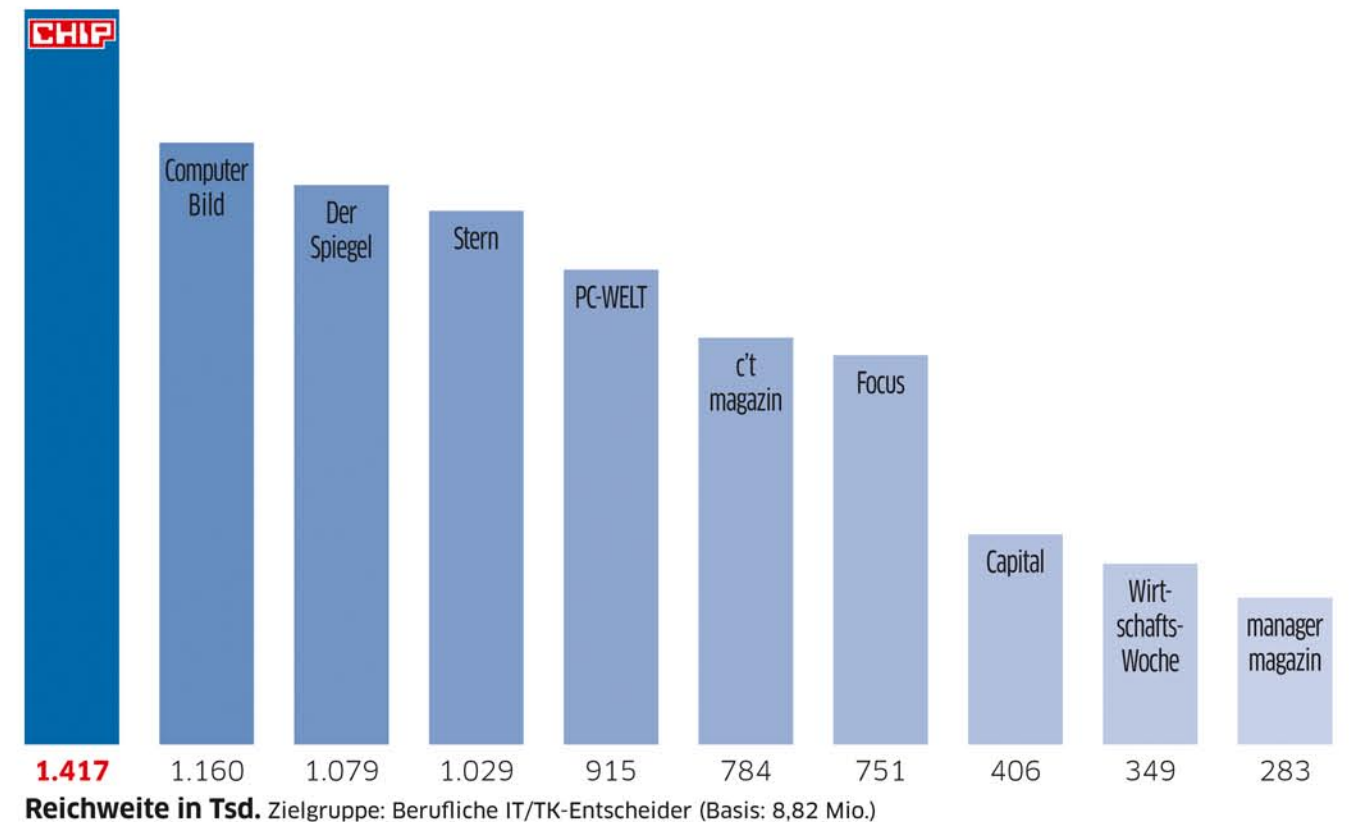
Mit Orientierung und Nutzwert befriedigt CHIP das Informationsbedürfnis der beruflichen IT/TK-Entscheider. Es freut uns, dass die Ergebnisse der aktuellen LAC 2011 unseren Anspruch als Leitmedium der digitalen Welt bestätigen:

CHIP ist bei Entscheidern die erste Wahl!

T. Pyczak



BEI ENTSCHEIDERN IST CHIP DIE ERSTE WAHL





INVESTITIONSSICHERHEIT

CHIP verschafft beruflichen IT/TK-Entscheidern eine hohe Markttransparenz und dadurch Entscheidungssicherheit.

Profunde Tests, akribische Messungen – das CHIP Testcenter legt die Messlatte hoch. CHIP hilft gute Produkte und Services von weniger guten zu trennen, und leistet so Orientierungshilfe im digitalen Dschungel.

62%

der CHIP-Leser, die an der Entscheidung über die Anschaffung von IT/TK-Produkten oder -Dienstleistungen beteiligt sind, sagen, dass Computerzeitschriften ihnen durch ihre objektive Analyse Entscheidungssicherheit verschaffen.

INSPIRATION

CHIP bringt alles über die neuesten Trends und Entwicklungen in der digitalen Welt.

Die beste Vorbereitung auf das, was morgen kommt, ist CHIP! Mit umfangreichen Berichten über innovative Technologien und die aktuellsten Entwicklungen in den Bereichen IT-Hardware, Software und Telekommunikation werden Entscheider nicht nur informiert ... sie werden inspiriert!

75%

der CHIP-Leser, die an der Entscheidung über die Anschaffung von IT/TK-Produkten oder -Dienstleistungen beteiligt sind, sagen, dass Computerzeitschriften für sie sehr wichtig sind, wenn es um erste Anregungen bei neuen IT/TK-Produkten geht.

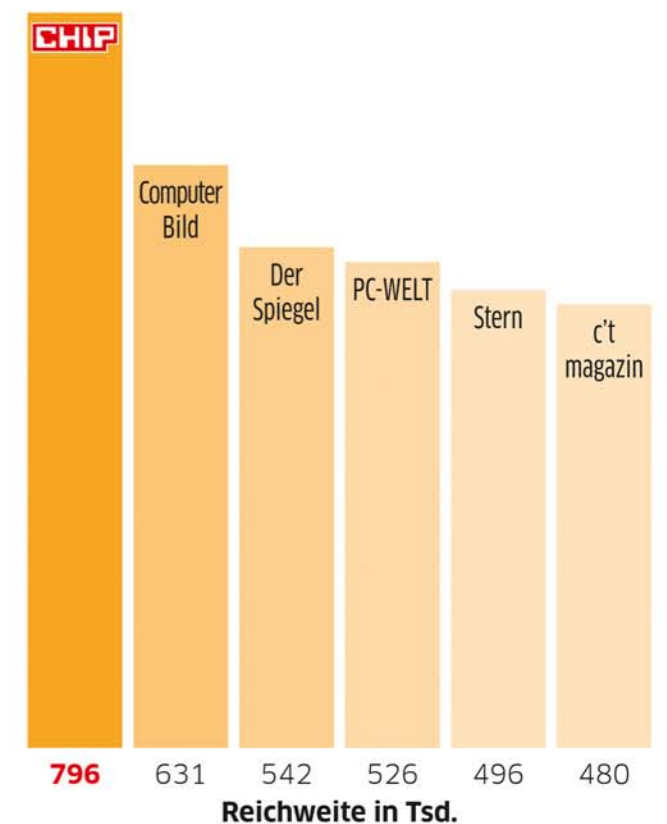
IMPULSGEBER

CHIP wirkt! Und zwar als unmittelbarer Impulsgeber für IT/TK-Entscheider, was wichtige Kaufentscheidungen betrifft.

Welches sind die besten Produkte und Dienstleistungen? Was soll ich heute kaufen? Womit kann ich morgen noch arbeiten? Niemand setzt mehr Kaufimpulse als CHIP!

796 TSD.

Zielgruppe: „Ich bin durch Tests/Berichte in Computerzeitschriften auf ein Produkt aufmerksam geworden und habe den Kauf erwogen bzw. tatsächlich später gekauft!“
(Basis: 3,48 Mio. Berufliche IT/TK-Entscheider)



Die Leseranalyse Computerpresse (LAC) 2011 ist die umfassendste Markt-Media-Studie für den gesamten Bereich der Informations- und Kommunikationstechnologie. Sie enthält eine detaillierte Darstellung der beruflichen Anschaffungsabsichten und

Entscheidungskompetenzen in Bezug auf IT/TK-Hardware, -Software, -Services und -Lösungen. Mit Reichweiten und Strukturwerte von 14 Computertiteln, 16 Nachrichtenmagazinen und Wirtschaftstiteln liefert sie Mediaplanern umfangreiche Informationen zu allen relevanten B2B-Märkten.

STUDIENSTECKBRIEF

Herausgeber: Arbeitsgemeinschaft Leseranalyse Computerpresse (11 Trägerverlage)

Institut: TNS Infratest (federführend)

Grundgesamtheit: Berufstätige, die an der Entscheidung über die Anschaffung von IT/TK-Produkten oder -Dienstleistungen beteiligt sind: 8,82 Mio. berufliche IT/TK-Entscheider (12,5 % der deutschsprachigen Gesamtbevölkerung ab 14 Jahre)

Methode: Zur Ermittlung der Größe und Struktur

der Grundgesamtheit wurde eine bevölkerungsrepräsentative Erhebung mit 20.196 computergestützten Telefoninterviews durchgeführt. Die Hauptuntersuchung wurde per Online-Befragung in Access-Panels nach Quotenvorgaben durchgeführt.

Stichprobe: 9.349 Befragte

Erhebungszeitraum: 17.06.2011 – 11.08.2011

Weitere Informationen zur Studie finden Sie unter www.lac.de

KONTAKT



MEIN DIGITALES ICH



CHIP Communications GmbH

www.chip-media.de

Jochen Lutz / Director Sales

Tel. 0 89/7 46 42-218

Fax 0 89/7 46 42-325

jlutz@chip.de



Burda Community Network

Burda Community Network GmbH

www.burda-community-network.de

sales@burda.com