

# LESER/USER-TEST

EINE AKTION mit

Computer  
Bild

konzipiert von  
media **impact**  
dem kreativsten kundenversteher  
deutschlands\_



# COMPUTERBILD.DE – ZIELGRUPPE & REICHWEITE



10,86 Mio. User



66 % männlich



20,38 Mio. Views



52 % im Alter  
20-49 Jahre



35,30 Mio. PI's



71% Einkommen  
> 3.000 € im 2030P

DER EXPERTE  
AUF DEM GEBIET DER TECHNIK  
VERTRAUEN AUF HÖCHSTEM NIVEAU

Als vertrauenswürdige und starke Marke gibt COMPUTER BILD selbstbewusst klare Empfehlungen und Einschätzungen zu Techniktrends und zeigt, wie Technik Spaß und Lebensfreude bringt und das Leben leichter macht.

## RELEVANTE UMFELDER

Themen rund um Computer, Smartphones, Smart Home, PC- und Konsolenspiele, Audio, Video, TV und Fotografie bieten das perfekte Umfeld für Ihre Marke.

# DAS KONZEPT

Unser Partner eröffnet den Usern die besondere Möglichkeit, eines seiner innovativen Produkte hautnah zu erleben und intensiv zu testen.

Über eine exklusive Aktion auf unserer Website können sich interessierte User für dieses einzigartige Produkterlebnis bewerben.

Die Redaktion\* unterstützt, begleitet und organisiert den Testablauf:

- Aufruf zur Teilnahme
- Auswahl und Benachrichtigung der Teilnehmer
- Begleitung des Tests
- Auswertung & Veröffentlichung der Erfahrungsberichte

The image displays four separate screenshots of the Computer Bild website, each featuring a different user test request:

- Top Left:** A lawn mower (Segway Navimow X3) is shown mowing grass. The headline reads: "Lesertester gesucht: Mähdrohboter Segway Navimow X3 ausprobieren".
- Top Right:** A person is using a laptop. The headline reads: "Tester für „congstar Zuhause“-Tarif gesucht".
- Bottom Left:** A person is using a laptop. The headline reads: "Dell XPS 13: Lesertester gesucht".
- Bottom Right:** A person is using a laptop. The headline reads: "Dell XPS 13: Lesertester gesucht".

Each screenshot includes the Computer Bild logo, navigation links (TESTS & RATGEBER, BESTENLISTEN, NEWS, AKTIONEN, CLUB), and a search bar. The "AKTIONEN" link is highlighted in red in the top right screenshot.

\*Inhalt, Art und Umfang obliegt der Redaktion und sind eine freie, redaktionelle Leistung. Diese ist abhängig von der Relevanz sowie dem jeweiligen Mehrwert für die Nutzer.

# DER ABLAUF

In den Medien der COMPUTER BILD-Gruppe wird via Online / Mobile / Social Media und Newsletter zum gemeinsamen Produkttest aufgerufen.

Die danach ausgewählten User bewerten die Performance des Produktes und dokumentieren ihre Erfahrungen.

Den Testbericht senden die Tester an die Redaktion.

In einer Nachberichterstattung greift die Redaktion das Leserfeedback auf.

Das Produkt verbleibt als Dankeschön bei den Testern.

Inhalt, Art und Umfang obliegt der Redaktion und sind eine freie, redaktionelle Leistung. Diese ist abhängig von der Relevanz sowie dem jeweiligen Mehrwert für die Nutzer.



Computer Bild TESTS & RATGEBER BESTENLISTEN DOWNLOADS AKTIONEN ANGEBOTE

Home > Tests & Ratgeber > Notebooks > News

Lesertest

**Das Fazit: Microsoft Surface Pro 8 im Lesertest**

Fünf COMPUTER BILD-Leser nahmen das Microsoft Surface Pro 8 im Test unter die Lupe.

17.01.2022, 17:30 Uhr von Jenny Scheiba

Voll flexibel und ein guter Allrounder im Büro und Alltag: Das sagt Microsoft über sein neues Surface Pro 8. Ob das stimmt, haben fünf Leser getestet.

**Das Surface Pro 8 im Beruf und Studium**

Elegant, hochwertig, vielseitig, stark – trifft diese Beschreibung auf das neue Microsoft Surface Pro 8 zu? Das flexible Convertible soll sowohl im Alltag als auch im Büro oder Home Office in jeder Lage eine gute Figur machen. Was das 2-in-1-Gerät wirklich drauf hat, haben fünf Lesertester ausgiebig untersucht.

# DAS EMPFEHLUNGSMARKETING

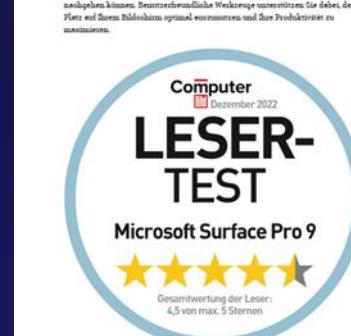
Lesertester erhöhen die Glaubwürdigkeit der Testaussagen.

Begleitend zur redaktionellen Leseraktion hat der Partner die Möglichkeit exklusive Aktionsseiten (z.B. Produktstorys) und Online-Media zu schalten, welche das gemeinsame Aktionslogo inkl. COMPUTER BILD-Logo tragen.

Die Maßnahmen bieten dem Partner die Möglichkeit, die Aktion für die eigene Markenkommunikation zu nutzen.

Die Redaktion erteilt die Erlaubnis zur Nutzung des gesamten co-gebrandeten Logo-Materials.

Inhalt, Art und Umfang obliegt der Redaktion und sind eine freie, redaktionelle Leistung. Diese ist abhängig von der Relevanz sowie dem jeweiligen Mehrwert für die Nutzer.



# DER ÜBERBLICK



Aufruf und Auswahl der Tester

Redaktionell begleiteter Test

Nachbericht mit Tester-Feedback

Empfehlungsmarketing: Logoverwendung für Markenkommunikation

Inhalt, Art und Umfang obliegt der Redaktion und sind eine freie, redaktionelle Leistung. Diese ist abhängig von der Relevanz sowie dem jeweiligen Mehrwert für die Nutzer.