

Pressemeldung

15. September 2020

CAWI-Print 2020

15.09.2019

DI Florian Brunner
Consultant
Media Measurement
T +43 1 71710-134
Florian.brunner@gfk.com

Markus Hartl
TMC The Media Consultants
T +43 1 713 69 91
m.hartl@tmc.at

Marie-Sophie Beauchamp
Corporate Communications
Specialist
T +43 1 717-10-178
marie-sophie.beauchamp@gfk.com



GfK Austria GmbH
Erdberger Lände 26a
1030 Wien
Österreich

T +43 (0)1 71710-0
www.gfk.at
at@gfk.com

Geschäftsführung
Mag. Michael Wottawa

Registriert beim Handelsgericht
Wien unter FN 119110m
Gesellschaftssitz: Wien

DVR 0046761

Die 15. Ausgabe der CAWI-Print ist da

Wien, 15. September 2020 - Wie bekannt ist mein Printtitel in Österreich? Von wie vielen Österreichern wird mein Magazin gelesen? Welche Struktur weist die Leserschaft meines Magazins auf? Wofür interessieren sich die Leser besonders und wie kann ich meine Leser inhaltlich am besten abholen?

Dies ist nur ein Ausschnitt der zahlreichen Fragen, welche die CAWI-Print auf Initiative von *GfK Austria* und *TMC The Media Consultants* bereits zum fünfzehnten Mal analysiert. In Zusammenarbeit mit den teilnehmenden Magazinen sowie dem CAWI-Print Agenturbeirat werden die Befragungsinhalte stetig ausgebaut. Zu den Neuerungen dieses Jahres zählen unter anderem einige zusätzliche Zielgruppenmerkmale.

Die schon seit 2017 bewährten Mediennutzungstypen sind ebenso enthalten wie vertiefende Fragen zu Werbemedien und Informationssuche. Diese Informationen zur allgemeinen Mediennutzung dienen den Agenturen sowie der werbetreibenden Wirtschaft als wichtige Unterstützung bei der cross-medialen Mediaplanung.

Die Pressekonferenz lieferte einen Überblick zu den neuen Befragungsinhalten sowie der Methodik der CAWI-Print-Studie. Danach wurden die Leserreichweiten der veröffentlichten 13 Printtitel aus einer Vielfalt an Sparten sowie die Nutzung eines Online-Angebots verkündet, die sich für die Veröffentlichung ihrer Ergebnisse entschieden hat. Zum Schluss folgten die Erkenntnisse der Befragung zu Werbemedien und Informationssuche sowie ein Überblick über die umfassenden weiteren Zielgruppenmerkmale, die im Rahmen der CAWI-Print erhoben werden.

Die CAWI-Print ist als unabhängige und umfassendste Reichweitenstudie für spezifische Magazine, Zeitschriften und andere Printmedien seit 2006 am österreichischen Printmarkt etabliert. Besondere Charakteristika der Studie sind:

- **Methodisch** ist sie die erste Printstudie in Österreich, die auf Basis von 5100 Online-Interviews erstellt wird. Diese werden repräsentativ für die Gesamtbevölkerung zwischen 14 und 69 Jahren durchgeführt, was ca. 6,4 Millionen Personen entspricht.

- Die CAWI-Print ist in Österreich die einzige Reichweitenstudie, die sich in der Erhebung **zweier Befragungsmethoden** bedient:
 1. dem „*Recent-Reader Modell*“: Die Bekanntheit einer Zeitschrift wird durch Vorlage ihres Logos gestützt abgefragt und daraufhin der LPN/LPA (Leser pro Ausgabe) errechnet. Dieser gilt als internationale Währung für die Reichweite eines Magazins.
 2. dem „*Specific Issue Modell*“: Zusätzlich werden die Titelblätter der letzten zwei Ausgaben vorgezeigt, um dem Leser eine weitere Stütze zu geben. Die Angabe, ob der Titel mit dem vorgelegten Titelblatt gelesen wurde, stellt eine weitere einfließende Größe zur Berechnung der LPN/LPA Werte dar.

Neben den Angaben zu den Reichweiten der teilnehmenden Printtitel, finden sich in den Ergebnissen auch eine Vielzahl von Zielgruppenmerkmalen, um die Nutzer detailliert beschreiben zu können und somit eine genauere Zielgruppenansprache zu ermöglichen.

Die Daten der CAWI-Print stehen für die beteiligten Verlage, Agenturen und Mediaplaner ab dem 18. September als **zählbarer Datenbestand** (LPA, WLK, Kernleser, Lesemenge, Zielgruppenmerkmale) im Rahmen von **ZERVICE** (HTS) zur Verfügung. Ein **handlicher, kostenloser Kundenbericht** im Printformat zum Nachschlagen kann ab Oktober unter media@tmc.at angefordert werden.

Nähere Informationen zum Projekt, den teilnehmenden Verlagen sowie den Ergebnissen finden Sie unter: www.tmc.at.

GfK Austria Online Access Panel

Das Online Access Panel der GfK Austria ist auf Grundlage der internationalen Norm ISO 26362 zertifiziert. Fachliche Qualität und Seriosität sind damit auch durch eine unabhängige Instanz bestätigt!

Über GfK

GfK verbindet Daten und Wissenschaft. Innovative Forschungslösungen geben Antworten auf wichtige geschäftliche Fragen rund um Konsumenten, Märkte, Marken und Medien - jetzt und in Zukunft. Als Forschungs- und Analysepartner verspricht die GfK ihren Kunden weltweit "Growth from Knowledge".

Für weitere Informationen besuchen Sie bitte www.gfk.com oder folgen Sie GfK auf Twitter: <https://twitter.com/GfK>."