

CAWI-Print 2009 veröffentlicht

Bereits zum vierten Mal wurde heuer die CAWI-Print, die unabhängige Reichweitenstudie für spezielle Printprodukte durchgeführt. Das Interesse an einer standardisierten Messmethode für Printtitel, die aufgrund ihrer Erscheinungsweise oder ihres Vertriebsmodus ihre Reichweitendaten nicht aus anderen gängigen Medienstudien beziehen können, ist auch 2009 sehr groß. Die CAWI-Print hat sich als Reichweitenstudie in der Medien- und Werbebranche etabliert.

Wesentliche Charakteristika der Studie sind:

- Die CAWI-Print ist die erste umfassende Reichweitenstudie für **spezifische** Magazine, Zeitschriften und Printprodukte.
- **Inhaltlich** bietet die CAWI-Print die Reichweiten für 26 österreichische Titeln und 4 spezifische Printprodukte sowie für 2 deutsche Titel. Somit können insgesamt die Leser von **32 Printprodukten** nach einer Vielzahl von Zielgruppenmerkmalen analysiert werden.
- **Methodisch** basiert die CAWI-Print 2009 auf 5.000 Onlineinterviews, repräsentativ für die Gesamtbevölkerung zwischen 14 und 65 Jahren, das entspricht 5,8 Millionen Personen. Sie ist die erste umfassende Printreichweitenstudie in Österreich, die auf Basis von **Onlineinterviews** durchgeführt wird.
- Die CAWI-Print ist in Österreich die erste Reichweitenstudie, die in der Erhebung die Vorlage von **Titelblättern konkreter Ausgaben** ("Specific Issue") berücksichtigt. Diese Ergebnisse werden bei der Berechnung der Reichweite herangezogen, allerdings gilt als **Leitwährung der LPA (Modell "Recent Reader")**.
- Die Studie ist eine Initiative von GfK Austria und TMC und als **Multi-Client-Projekt** konzipiert.

Die CAWI-Print steht ab Mitte September auch als **zählbarer Datenbestand** (LPA und Kumulationen, Zielgruppenmerkmale) für die beteiligten Verlage, Agenturen und Mediaplaner im Rahmen von ZERVICE (HTS) zur Verfügung. Der handliche, kostenlose **Kundenbericht** zum Nachschlagen wird ebenfalls im September verfügbar sein. Nähere Informationen zum Projekt, den teilnehmenden Verlagen und den Ergebnissen enthalten nachfolgende Präsentation und Folder.

Kontakt und Information:



Dr. Petra Golja
GfK Austria GmbH
A 1030 Wien, Ungargasse 37
Tel.: +43 (1) 71 710-110
Fax: +43 (1) 71 710-195
petra.golja@gfk.com
www.gfk.at



Markus Hartl
TMC The Media Consultants
A 1030 Wien, Landstraßer Hauptstraße 33
Tel.: +43 (1) 713 69 91-14
Fax: +43 (1) 713 69 91-19
m.hartl@themediaconsultants.at
www.themediaconsultants.at