

CAWI-Print 2010 veröffentlicht

Die vor fünf Jahren zum ersten Mal durchgeführte CAWI-Print hat sich als unabhängige Reichweitenstudie für spezielle Printprodukte in der Medien- und Werbebranche etabliert. 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 2010 sehr groß. So kann die CAWI Print heuer mit 38 Teilnehmern einen erneuten Teilnehmerrekord aufweisen.

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 33 österreichische Titeln und 5 spezifische Printprodukte sowie für 2 deutsche Titel. Somit können insgesamt die Leser von **40 Printprodukten** nach einer Vielzahl von Zielgruppenmerkmalen analysiert werden.
- **Methodisch** basiert die CAWI-Print 2010 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 7. 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:



MMag. Maria Kostner
Head of Media Research

GfK Austria GmbH
A 1030 Wien, Ungargasse 37
Tel.: +43 (1) 71 710-242
Fax: +43 (1) 71 710-195
maria.kostner@gfk.com
www.gfk.at



Mag. Bettina Gasser
Account Manager

GfK Austria GmbH
A 1030 Wien, Ungargasse 37
Tel.: +43 (1) 71 710-214
Fax: +43 (1) 71 710-195
bettina.gasser@gfk.com
www.gfk.at



Markus Hartl
Geschäftsführer TMC

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