

# CAWI-Print 2013 – Ergebnisse

10. September 2013

Growth from Knowledge  
GfK Austria GmbH

# Agenda

- 1 CAWI-Print 2013
- 2 Methodik im Überblick
- 3 Reichweiten-Ergebnisse 2013
- 4 Verfügbarkeit der Daten, Kontakt

---

# 1. CAWI-Print 2013

---

# Acht Jahre CAWI-Print



## Voraussetzungen für Teilnahme

- ab ca. 20.000 Auflage
- keine explizit "ältere" Zielgruppe
- regelmäßige Erscheinungsweise, aber auch
- Spezialprodukte, wie Guides

# Teilnehmende Printtitel: "Typen" nach Inhalt und Vertrieb

2013: 43 Titel

## Thematisch

- ✓ Kultur, Veranstaltungen
- ✓ Jugend, "Szene", Kino
- ✓ Familie, Kinder, Schule
- ✓ Zielgruppe Frauen
- ✓ Sport
- ✓ Kulinarik
- ✓ Wohnen
- ✓ Special Interest

## Erscheinungsweise

- ✓ Monatliche/seltener
- ✓ Wöchentliche
- ✓ Spezielle Publikationen

---

## 2. Methodik im Überblick

---

# Daten zur Untersuchung

## Grundgesamtheit

Österreicher 14 bis 65 Jahre ~ 5,9 Mio. Personen

## Stichprobengröße

5.000 Interviews (ungewichtet: 6.182 Interviews)

## Sampling

aus GfK Austria Internet-Adressen-Pool\*)

## Befragungsart

CAWI-Computer Assisted Web Interviews (Online-Interviews)

## Feldzeit

1. März bis 28. Juni 2013, Gleichverteilung der Interviews über Wochen (und Wochentage)

## Gewichtung

nach soziodemografischen Variablen (Geschlecht, Alter, Beruf, Schulbildung, Bundesland, Ortsgröße) und psychografischen Merkmalen (Werthaltungen)

Ein Vergleich mit anderen Studien ist unzulässig.

\*) umfasst 32.000 offline(!)rekrutierte Teilnehmer

# Leserreichweiten: Erhebungsmethode

## Vorlage des Logos

GfK

loopa1[[m31]] fa1



Wann haben Sie persönlich diese **monatlich** oder **seltener** erscheinende Zeitschrift in der gedruckten Papierausgabe gelesen oder durchgeblättert?

in den letzten 6 Monaten  
 in den letzten 7 bis 12 Monaten  
 vor 1 bis 2 Jahren  
 nur bekannt (oder länger her)  
 nichts davon

<<< >>> Stop

GfK

## Recent Reader Modell

## Vorlage des aktuellen Titelblattes

GfK

loopa9\_31[[\_0]] fa9\_31



Hier sehen Sie ein Titelblatt von **zuletzt erschienenen Ausgaben** der Zeitschrift **onrail**. Geben Sie bitte bei jeder Ausgabe an, was auf Sie persönlich zutrifft.

Ausgabe: 6/2012

ja, gelesen/durchgeblättert  
 nein, nicht gelesen/durchgeblättert  
 weiß ich nicht mehr

<<< >>> Stop

GfK

GfK

loopa9\_31[[\_1]] fa9\_31



Hier sehen Sie ein Titelblatt von **zuletzt erschienenen Ausgaben** der Zeitschrift **onrail**. Geben Sie bitte bei jeder Ausgabe an, was auf Sie persönlich zutrifft.

Ausgabe: 1/2013

ja, gelesen/durchgeblättert  
 nein, nicht gelesen/durchgeblättert  
 weiß ich nicht mehr

<<< >>> Stop

GfK

## Specific Issue Modell

---

## 3. Reichweitenergebnisse

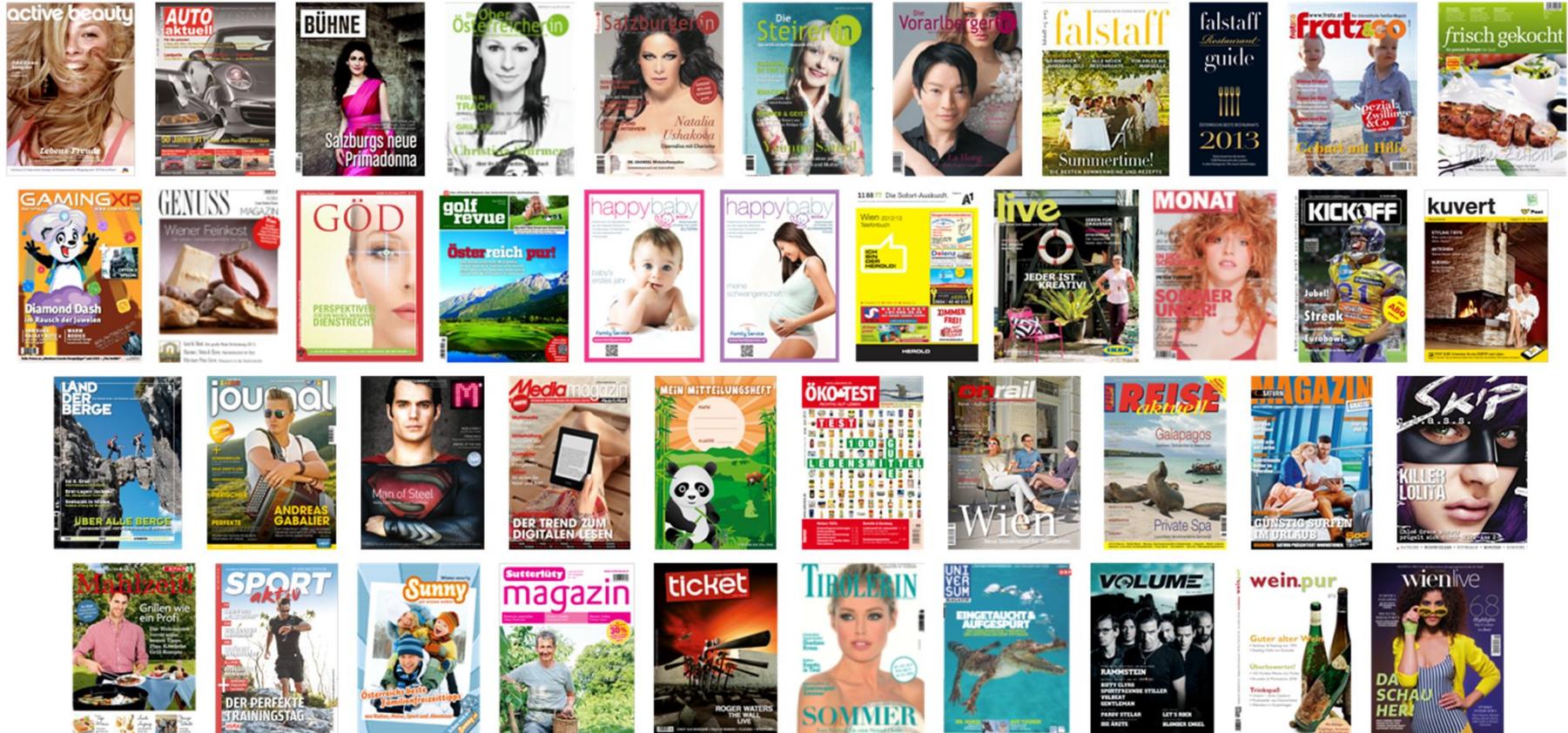
---

# Teilnehmende Titel 2013

**tnc**  
The Media Consultants

**CAWI PRINT** 2013  
Die Reichweitenstudie der spezifischen Zeitschriften

**GfK**



# Hauptergebnisse Printmedien national: LPA

Grundgesamtheit: Österreicher 14-65 Jahre = 5.881.100 Personen



Teilnehmer 2013	in %	in 1.000
active beauty (10x/Jahr)	15,7	924
AUTO-aktuell (5x/Jahr)	1,9	111
BÜHNE (11x/Jahr)	1,7	99
Falstaff (8x/Jahr)	3,4	199
fratz&co (6x/Jahr)	2,3	134
Frisch gekocht (10x/Jahr)	17,6	1.036
GamingXP (10x/Jahr)	0,4	24
Genuss Magazin (6x/Jahr)	2,1	122
Wein Pur (6x/Jahr)	1,9	110
GÖD - Der öffentliche Dienst aktuell (8x/Jahr)	4,3	252

# Hauptergebnisse Printmedien national: LPA

Grundgesamtheit: Österreicher 14-65 Jahre = 5.881.100 Personen



Teilnehmer 2013	in %	in 1.000
Golfrevue (8x/Jahr)	1,3	75
Ikea family live (4x/Jahr)	2,9	173
Kick off (8x/Jahr)	0,7	44
Land der Berge (8x/Jahr)	1,2	72
Libro Journal (10x/Jahr)	12,3	721
M* magazine (12x/Jahr)	4,2	249
Mediamagazin (10x/Jahr)	4,5	265
ÖKO-TEST-Magazin (12x/Jahr)	0,6	33
onrail Reisemagazin (6x/Jahr)	3,9	231

# Hauptergebnisse Printmedien national: LPA

Grundgesamtheit: Österreicher 14-65 Jahre = 5.881.100 Personen



Teilnehmer 2013	in %	in 1.000
REISE-aktuell (3x/Jahr)	2,0	117
SATURN MAGAZIN (10x/Jahr)	3,3	194
Skip c.l.a.s.s. (9x/Jahr)	2,6	150
SPAR Mahlzeit! (6x/Jahr)	22,8	1.342
SPORTaktiv (6x/Jahr)	2,0	118
Ticket - das Eventmagazin (12x/Jahr)	1,9	111
Universum (10x/Jahr)	4,2	248
Volume (6x/Jahr)	1,8	105

# Hauptergebnisse Printmedien regional: LPA

Grundgesamtheit: Österreicher 14-65 Jahre = 5.881.100 Personen



Teilnehmer 2013	national		regional	
	in %	in 1.000	in %	in 1.000
Die Oberösterreicherin (10x/Jahr)	2,8	167	14,0	137
Die Salzburgerin (8x/Jahr)	1,6	93	18,5	69
Die Steirerin (vormals Steirer Monat) (10x/Jahr)	0,7	40	4,1	34
Die Vorarlbergerin (6x/Jahr)	0,8	44	13,5	35
Kärntner Monat (12x/Jahr)	1,0	60	11,2	43
Tirolerin (11x/Jahr)	2,2	131	23,9	121
Wien live (10x/Jahr)	0,8	46	2,6	32
Sutterlüty Magazin (6x/Jahr)	1,9	112	40,3	105

# Hauptergebnisse Printmedien: Nutzer

Grundgesamtheit: Österreicher 14-65 Jahre = 5.881.100 Personen



Spezielle Printprodukte 2013	in %	in 1.000
Falstaff Restaurantguide (1x/Jahr)	4,9	286
happy baby guide "Baby's 1. Jahr" (1x/Jahr)	2,6	155
happy baby guide "Meine Schwangerschaft" (1x/Jahr)	2,5	147
Mein Mitteilungsheft Volksschule (2x/Jahr)	2,7	157
Mitteilungsheft Hauptschule (1x/Jahr)	2,3	136
Sunny Familien - Freizeitplaner (2x/Jahr)	1,8	108

# Hauptergebnisse Printmedien: Nutzer

Grundgesamtheit: Österreicher 14-65 Jahre = 5.881.100 Personen



Spezielle Printprodukte 2013	in %	in 1.000
Kuvert (2x/Woche)	35,8	2.104

Fragestellung: Seit Anfang 2012 stellt die Post Werbeprospekte gesammelt in einem Umschlag, der sich „kuvert“ nennt, zu. Dieses „kuvert“ wird 2-mal wöchentlich zugestellt. Wann haben Sie persönlich in diesem Umschlag „kuvert“ geblättert oder gelesen?

Quelle: CAWI-Print 2013, 5.000 Online Interviews, 14-65 Jahre, GfK-Austria, März - Juni 2013

© GfK 2013 | CAWI-Print 2013 | September 2013

# Hauptergebnisse: Nutzer Herold-Produkte

Grundgesamtheit: Österreicher 14-65 Jahre = 5.881.100 Personen



2013	Regelm. Nutzer <sup>1)</sup>		Nutzer gesamt <sup>2)</sup>
	in Prozent	in 1.000	in Prozent
Herold Print und Online gesamt	51,8	3.047	92,7

1) Regelmäßige Nutzer: zumindest 1x/Monat

2) Nutzer gesamt: zumindest 1x/Jahr

# Hauptergebnisse Printmedien: Kombiwerte

Grundgesamtheit: Österreicher 14-65 Jahre = 5.881.100 Personen



Kombinationswerte	in %	in 1.000
AUTO-aktuell/Reise-aktuell	3,7	220
Mediamagazin/Saturn Magazin	7,0	413
Tirolerin / Oberösterreicherin / Salzburgerin / Vorarlbergerin / Steirerin / Kärntner Monat / Wien live	9,3	545
Land der Berge/Universum	5,2	306
Genuss Magazin/Wein pur	3,3	193

Kombinationswerte	in %	in 1.000
Mitteilungsheft VS+HS	4,7	274
happy Baby Guide „Meine Schwangerschaft“ und „Baby's erstes Jahr“	4,0	233

---

## 4. Verfügbarkeit der Daten, Kontakt

---

# Inhalt, Verfügbarkeit und Einsatz der Daten

## Inhalt

- ✓ 36 Magazine: LPA
- ✓ 7 spezifische Printprodukte: Nutzer
- ✓ Zielgruppenmerkmale
  - Soziodemografie, wie Geschlecht, Alter, Beruf
  - Spezielle Zielgruppenmerkmale, wie Besitzdaten, Interesse, Freizeit

## Verfügbarkeit und Einsatz

- ✓ Zählbarer Datenbestand im Rahmen des ZERVICE von HTS
  - LPA - Segmentierte Reichweiten der Printmedien
  - Kumulationen
  - Zielgruppenauswertungen
- ✓ Kundenberichte
  - kostenlose Mini-CAWI-Print
  - Anfang Oktober

# Überblick Zielgruppenmerkmale in der CAWI Print

## Interessen, Freizeitaktivitäten und Besitz

- ✓ 45 Themeninteressen
- ✓ 18 Freizeitaktivitäten
- ✓ 17 Sportarten
- ✓ 12 Gegenstände des persönlichen Besitzes
- ✓ 13 Haushaltsbesitz-Items

## Sonderthemen

- ✓ Rund ums Reisen
  - geplante Urlaubsart
  - geplantes Urlaubsziel
  - Bahnnutzung
- ✓ Rund ums Auto
  - Beabsichtigter Autokauf
  - Neuwagen vs. Gebrauchtwagen
- ✓ Pickerlhaushalt
- ✓ Nachhaltigkeit / Umweltbewusste Lebensweise

# Kontakt



GfK Austria GmbH

1030 Wien, Ungargasse 37  
www.gfk.at



Mag. Bettina Gasser

Tel.: +43 1 71 710-214  
bettina.gasser@gfk.com



Ulrike Irxenmair, MSc

Tel.: +43 1 71 710-238  
ulrike.irxenmair@gfk.com



TMC The Media Consultants

1030 Wien, Landstraßer Hauptstr. 33  
www.tmc.at



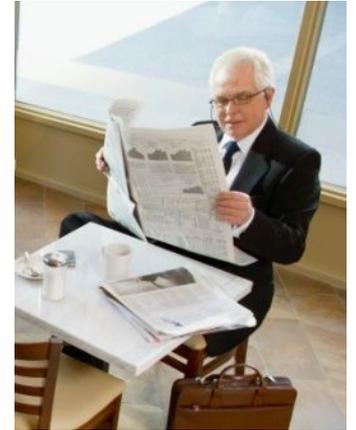
Markus Hartl

Tel.: +43 1 713 69 91  
m.hartl@tmc.at



Nina Korenzhan Bakk.phil

Tel.: +43 1 713 69 91  
n.korenzhan@tmc.at



**WIR WÜNSCHEN VIEL ERFOLG  
MIT DER CAWI-PRINT 2013!**