

Ergebnispräsentation 2010

Dr. Petra Golja, GfK Austria und Markus Hartl, TMC
7. September 2010

Growth from Knowledge
GfK Austria GmbH

THE agenda

- 1 Fünf Jahre CAWI Print
- 2 CAWI Print 2010
- 3 Methodik im Überblick
- 4 Reichweitenergebnisse 2010
- 5 Verfügbarkeit der Daten, Kontakt

THE agenda



3

1 Fünf Jahre CAWI Print



Teilnehmer der ersten Stunde



4



Fünf Jahre CAWI-Print



2006: 12 Titel (13)

Erste CAWI-Print 2006: MedienManager, 19.9.2006



CAWI-PRINT

Die zwölf Ritter der CAWI-Runde

Zwölf Titel bei der ersten Online-Reichweitenstudie für spezifische Zeitschriften

Die erste Online-Reichweitenstudie für spezifische Magazine und Zeitschriften, die CAWI Print wurde am 12. September präsentiert. Sie ging auf eine Initiative von TMC The Media Consultants von Markus Hartl und Fessel-GfK unter Petra Golja zurück. Zwölf Titel nahmen an der ersten Studie teil, die zwischen April und Ende Juni 2006 durchgeführt wurde.

Neu war der methodische Ansatz: eine Reichweitenbefragung, die vollständig online durchgeführt wurde (CAWI = Computer Assisted Web Interviews). Die Stichprobe betrug 5.000 Interviews. Die Methode hat Zukunft, glaubt Petra Golja:

„Zum einen wird die Verfügbarkeit von Interviewern und Respondenten immer schwieriger, zum anderen ist die optische Darstellung mit Titelformen sehr gut möglich und auch repräsentative Stichproben sind aufgrund einer 70-prozentigen Nutzungsquote des Internets in der Gruppe der 14- bis 65-jährigen kein Problem.“ Und Markus Hartl ergänzt: „Darüber hinaus haben wir durch diese Methode keine Probleme bei der bevölkerungsadäquaten Gewichtung.“ Die Abfrage wurde nach dem „Recent readership-Modell“ durchgeführt.

Die Überlegung hinter der CAWI-Print war, dass es in Österreich

eine Reihe von Magazinen und Zeitschriften gibt, die aus verschiedenen Gründen in keiner gängigen Print-Reichweitenstudie erfasst werden oder erfasst werden können. Zum einen, weil sie kein Mitglied der entsprechenden Vereine sind, zum anderen, weil sie unregelmäßig oder relativ selten erscheinen und drittens, weil sie spezifische Magazine sind wie etwa Mitgliedermagazine. Ebenfalls erhoben wurden Herold-Produkte: das Telefonbuch, die Gelben Seiten. Dabei galt die Nutzerdefinition „regelmäßig“, d. h. zumindest 1x im Monat.

INFO: www.tucsanys.at
www.gfk.at ■

Reichweiten
CAWI Print 2006

(Quelle: Fessel-GfK)

| Titel | in % | in 1.000 |
|----------------------|------|----------|
| .copy telekom | 2,5 | 145 |
| Eurocity | 5,4 | 307 |
| Falter | 2,1 | 122 |
| Fratz&Co. | 2,4 | 135 |
| Happy Tennis | 1,6 | 92 |
| Ikea family live | 6,2 | 356 |
| Maxima | 6,7 | 381 |
| Nivea Club Magazin | 3,7 | 209 |
| Pferderevue | 2,5 | 144 |
| Skip | 8,6 | 490 |
| Wohin...in Wien | 2,8 | 162 |
| Seitenblicke Magazin | 3,3 | 189 |
| Telefonbuch | 35,7 | 2.035 |
| Gelbe Seiten | 21,6 | 1.233 |

Fünf Jahre CAWI-Print



2006: 12 Titel (13)

2007: 16 Titel (19)

2008: 29 Titel (36)

2009: 30 Titel (36)

2010: 38 Titel (40)

Teilnehmende Titel 2010



In 5 Jahren CAWI Print wurden ...



9

- ➔ ... 25.137 Interviews an 525 Tagen durchgeführt
- ➔ ... 4.220.397 Fragen gestellt
- ➔ ... 658.872 Minuten lang Interviews ausgefüllt
- ➔ ... 193 verschiedene Zielgruppenmerkmale abgefragt
- ➔ ... 104 verschiedene Printmedien erhoben

THE agenda



10

- 2 CAWI-Print 2010

CAWI Print 2010



11

Voraussetzungen für Teilnahme

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

CAWI Print 2010

38 Teilnehmer



Teilnehmende Verlage und Titel 2010 (1 von 3)



12



| Verlage | Printtitel | Erscheinungsweise |
|--------------------------------------------|----------------------------------------------|-------------------|
| Amt der NÖ Landesregierung/Familienreferat | meine family/Das NÖ Familienjournal | 6 Ausgaben/Jahr |
| ballguide Verlagsgesellschaft mbH | ballguide (Wien, Steiermark, Oberösterreich) | 1 Ausgabe/Jahr |
| Bohmann Druck u. Verlag GmbH | Eurocity | 6 Ausgaben/Jahr |
| CB Verlag Ges.m.b.H. | Auto aktuell | 5 Ausgaben/Jahr |
| | Reise aktuell | 3 Ausgaben/Jahr |
| dm drogerie markt GmbH | Active Beauty | 10 Ausgaben/Jahr |
| Falstaff Verlags GesmbH | falstaff Magazin | 8 Ausgaben/Jahr |
| | falstaff Restaurantguide | 1 Ausgabe/Jahr |
| Falter Verlagsgesellschaft m.b.H. | Falter Stadtzeitung | wöchentlich |
| | Ikea family live | 4 Ausgaben/Jahr |
| | Herold | - |
| Herold Business Data AG | Herold | - |
| Kaindl-Hönig Media GmbH | Die Salzburgerin | 8 Ausgaben/Jahr |
| Libro Handels GmbH | Libro Journal | 10 Ausgaben/Jahr |



Teilnehmende Verlage und Titel 2010 (2 von 3)



| Verlage | Printtitel | Erscheinungsweise |
|---------------------------------------|----------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|
| LW Werbe- und VerlagsgesmbH | Land der Berge Sportzeitung Universum Magazin Vinaria | 8 Ausgaben/Jahr wöchentlich 10 Ausgaben/Jahr 8 Ausgaben/Jahr |
| Monopol Medien GmbH | TBA The Gap | 11 Ausgaben/Jahr 10 Ausgaben/Jahr |
| NEU-MEDIA GmbH | Die Oberösterreicherin | 10 Ausgaben/Jahr |
| News Verlagsgruppe GesmbH | Bühne Golf Revue Yachtrevue | 11 Ausgaben/Jahr 9 Ausgaben/Jahr 12 Ausgaben/Jahr |
| now! Media Verlagsgesellschaft m.b.H. | Now! | 10 Ausgaben/Jahr |
| Österreichischer Agrarverlag | Genuss Magazin/Wein pur | 6 Ausgaben/Jahr |
| Red Bulletin Verlags GmbH | Red Bulletin | 12 Ausgaben/Jahr |

Teilnehmende Verlage und Titel 2010 (3 von 3)



| Verlage | Printtitel | Erscheinungsweise |
|-----------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| Rewe Austria Group/Billa AG | Frisch gekocht & besser leben | 10 Ausgaben/Jahr |
| Skip Media GmbH | Skip - das Kinomagazin | 11 Ausgaben/Jahr |
| Skip Media GmbH/Young ... | SKIP - c.l.a.s.s. | 9 Ausgaben/Jahr |
| Starmedia ZeitschriftenverlagsgmbH | M-Magazine | 14-tägig |
| Telekom Presse Dr Peter F Mayer KG | pfm-Magazin | 12 Ausgaben/Jahr |
| Ticket Express GmbH | Ticket | 11 Ausgaben/Jahr |
| TIROLERIN Verlags-GmbH | Tiroler - Die Illustrierte | 10 Ausgaben/Jahr |
| Verlag Gesundheit GmbH | Gesundheit | 11 Ausgaben/Jahr |
| Young Enterprises Media GmbH | Mein Mitteilungsheft Volksschule Mitteilungsheft Hauptschule | 2 Ausgaben/Jahr 1 Ausgabe/Jahr |
| Zeit für Mich Zeitschriftenverlags GmbH | Fratz & Co Für Mich | 6 Ausgaben/Jahr 10 Ausgaben/Jahr |

Teilnehmende Printtitel: "Typen" nach Inhalt und Vertrieb



2010: 38 Titel

Thematisch

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

Vertrieb

- ✓ Abonnement
- ✓ Kauf
- ✓ Gratis
- ✓ Vertrieb über Outlets/Handel
- ✓ Kundenmagazine
- ✓ Supplement

THE agenda



3 Methodik im Überblick

Daten zur Untersuchung



- Grundgesamtheit** → Österreicher 14 bis 65 Jahre ~ 5,8 Mio. Personen
- Stichprobengröße** → 5.000 Interviews
- Sampling** → aus GfK Austria Internet-Adressen-Pool^{*)}
- Befragungsmethode** → CAWI-Computer Assisted Web Interviews (Online-Interviews)
- Feldzeit** → 5. März bis 25. Juni 2010, 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

Recent Reader Modell



Vorlage des aktuellen Titelblattes



Hier sehen Sie ein Titelblatt von zuletzt erschienenen Ausgaben der Zeitschrift *eurocity*. Geben Sie bitte bei jeder Ausgabe an, wie oft Sie persönlich zuriff.

Ausgabe: 4/2009

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



Specific Issue Modell



THE agenda

CAWI PRINT 2010
Die Reichweitenstudie der spezifischen Zeitschriften

19

4 Reichweitenergebnisse

tmc
The Media Consultants

GfK

Hauptergebnisse Printmedien: LPA

Grundgesamtheit: Österreicher 14-65 Jahre = 5.787.600 Mio. Personen

CAWI PRINT 2010
Die Reichweitenstudie der spezifischen Zeitschriften

20

| Teilnehmer 2010 | in % | in 1.000 |
|------------------------------------------|------|----------|
| Active Beauty (10x/Jahr) | 15,1 | 873 |
| Auto aktuell (5x/Jahr) | 1,4 | 80 |
| Bühne (11x/Jahr) | 2,0 | 114 |
| Die Oberösterreicherin (10x/Jahr) | 2,6 | 148 |
| Die Salzburgerin (8x/Jahr) | 1,2 | 72 |
| Eurocity (6x/Jahr) | 5,6 | 322 |
| falstaff Magazin (8x/Jahr) | 2,5 | 147 |
| Falter Stadtzeitung (wöchentlich) | 1,8 | 102 |
| Fratz & Co (6x/Jahr) | 3,0 | 172 |
| Frisch gekocht & besser leben (10x/Jahr) | 17,0 | 982 |
| für mich (10x/Jahr) | 1,9 | 108 |

tmc
The Media Consultants

Quelle: CAWI-Print 2010, 5.000 Online Interviews, 14-65 Jahre, GfK-Austria, März - Juni 2010

GfK

Hauptergebnisse Printmedien: LPA

Grundgesamtheit: Österreicher 14-65 Jahre = 5.787.600 Mio. Personen



| Teilnehmer 2010 | in % | in 1.000 |
|-----------------------------------------------|------|----------|
| Genuss Magazin/Wein pur (6x/Jahr) | 2,5 | 147 |
| Genuss Magazin (6x/Jahr) | 1,5 | 88 |
| Wein pur (6x/Jahr) | 1,9 | 108 |
| Gesundheit (11x/Jahr) | 3,7 | 214 |
| Golf Revue (9x/Jahr) | 1,2 | 69 |
| Ikea family live (4x/Jahr) | 17,7 | 1.025 |
| Land der Berge (8x/Jahr) | 1,1 | 65 |
| Libro Journal (10x/Jahr) | 13,1 | 759 |
| meine family/Das NÖ Familienjournal (6x/Jahr) | 5,8 | 336 |
| M-Magazine (14-tägig) | 5,1 | 293 |
| Now! (10x/Jahr) | 0,9 | 52 |
| pfm-Magazin (12x/Jahr) | 0,6 | 36 |



Quelle: CAWI-Print 2010, 5.000 Online Interviews, 14-65 Jahre, GfK-Austria, März - Juni 2010



Hauptergebnisse Printmedien: LPA

Grundgesamtheit: Österreicher 14-65 Jahre = 5.787.600 Mio. Personen



| Teilnehmer 2010 | in % | in 1.000 |
|-----------------------------------------|------|----------|
| Red Bulletin (12x/Jahr) | 24,2 | 1.399 |
| Reise aktuell (3x/Jahr) | 2,2 | 128 |
| SKIP – das Kinomagazin (11x/Jahr) | 8,7 | 503 |
| SKIP - c.l.a.s.s. (9x/Jahr) | 1,8 | 102 |
| Sportzeitung (wöchentlich) | 1,1 | 66 |
| TBA (11x/Jahr) | 0,5 | 30 |
| The Gap (10x/Jahr) | 0,9 | 54 |
| Ticket (11x/Jahr) | 2,2 | 130 |
| Tirolerin - Die Illustrierte (10x/Jahr) | 2,1 | 124 |
| Universum Magazin (10x/Jahr) | 3,6 | 208 |
| Vinaria (8x/Jahr) | 1,1 | 62 |
| Yachtrevue (12x/Jahr) | 1,3 | 74 |



Quelle: CAWI-Print 2010, 5.000 Online Interviews, 14-65 Jahre, GfK-Austria, März - Juni 2010



Hauptergebnisse Printmedien: Nutzer

Grundgesamtheit: Österreicher 14-65 Jahre = 5.787.600 Mio. Personen



23

| Spezielle Printprodukte 2010 | in % | in 1.000 |
|--------------------------------------------|------|----------|
| Ballguide (1x/Jahr) | 5,9 | 343 |
| Falstaff Restaurantguide (1x/Jahr) | 5,0 | 287 |
| Mein Mitteilungsheft Volksschule (2x/Jahr) | 2,9 | 169 |
| Mitteilungsheft Hauptschule (1x/Jahr) | 2,9 | 170 |

Hauptergebnisse: Nutzer Herold-Produkte

Grundgesamtheit: Österreicher 14-65 Jahre = 5.787.600 Mio. Personen



24

| | Regelm. | Nutzer ¹⁾ | Nutzer gesamt ²⁾ |
|---------------------|------------|----------------------|-----------------------------|
| | in Prozent | in 1.000 | in Prozent |
| Herold Print gesamt | 30,7 | 1.778 | 89,1 |
| Herold.at gesamt | 50,6 | 2.931 | 81,0 |

Hauptergebnisse Printmedien: LPA

Grundgesamtheit: Österreicher 14-65 Jahre = 5.787.600 Mio. Personen



25

| Deutsche Titel 2010 | in % | in 1.000 |
|---------------------|------|----------|
| Welt der Wunder | 3,1 | 180 |
| Tina | 1,9 | 109 |

THE agenda



26

- 5 Verfügbarkeit der Daten, Kontakt

Inhalt, Verfügbarkeit und Einsatz der Daten 2010



Inhalt

- ✓ 35 Magazine: LPA
- ✓ 5 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 ab 07.09.2010
 - LPA - Segmentierte Reichweiten der Printmedien
 - Kumulationen
 - Zielgruppenauswertungen
- ✓ Kundenberichte
 - kostenlose Mini-CAWI-Print
 - Ende September



Zielgruppenmerkmale in der CAWI-Print



TOTAL

GESCHLECHT x ALTER
 männlich bis 29 Jahre
 männlich 30 bis 49 Jahre
 männlich 50 bis 65 Jahre
 weiblich bis 29 Jahre
 weiblich 30 bis 49 Jahre
 weiblich 50 bis 65 Jahre

FREIZEITAKTIVITÄTEN

Ausstellungen, Museen
 Autofahren
 Autopflege
 Bälle besuchen
 Bücher lesen
 Disco, Clubb., Events
 Festivals besuchen
 Fitnessclub besuchen
 Golf spielen
 gut Essen, Trinken
 Kino
 Kochen
 Laufen
 mountainbiken
 nicht klass. Konzerte
 Oper, klass. Konzerte
 Radfahren
 Reiten
 Sauna gehen
 Ski-, snowboardfahren
 Ski-Langlaufen
 aktiv Sport betreiben
 Sportveranstaltungen
 Spiele spielen
 Spiele am PC/Spielkonsole
 Tennis spielen
 Theater gehen
 wandern/Bergwandern

THEMENINTERESSE

Allers./Vorsorge f.d. Alter
 Architektur
 Ausstellungen, Museen
 Auto-Tests u. Berichte
 Beruf/Karriere
 Computer-Hardware
 Computer-Software
 DVD's mit Filmen, Videos
 Familie, Kinder, Erziehung
 Fitness, fit bleiben
 Fotograf./Videofilmen
 Fußball
 Gärtnern, Garten, Balkon
 Geld-/Kapitalanlage
 Gesellschaft, Promis, Stars
 Gesunde Ernährung
 Gesundheit/Medizin
 Gutes Essen/Restaur.
 Hausbau/Renovieren
 Heimwerken
 HiFi Technik/Geräte
 Kabarett
 Kino, Filme
 Kochen, Backen, Rezepte
 Mode/modische Bekleidung
 Motorrad-Tests u. Berichte
 Motorsport
 Musik, CD's, MP3
 Neuerscheinungen Bücher
 nicht klass. Konzerte
 Oldtimer
 Oper, klass. Konzerte
 Pferde, Pferdesport
 Politik
 Rallye
 Rund um Babys/Kleinkinder
 Schwangerschaft/Geburt
 Schönheitspflege
 Segeln, Yachten, Motorboot
 Sport, Sportausübung
 Theater
 Uhren/Schmuck
 Urlaubsangebote Reisen
 Vers./Vorsorge f. Unfälle
 Wern
 Wellness
 Wirtschaft
 Wohnen/Einrichten



Zielgruppenmerkmale in der CAWI-Print



29

TOTAL

URLAUBSART
 Badeurlaub
 Wellness-Urlaub
 anderer Erholungsurlaub
 Aktiv-Urlaub (Sport, Unterh.)
 fremde Länder/Kulturen
 Wintersport-Urlaub
 Abenteuer-Urlaub
 Städtereisen
 Kreuzfahrt
 Fernreise
 Wein-/Kulinarikreise
 Campingurlaub
 anderer Urlaub

URLAUBSORT
 Österreich im Winter
 Osterr. andere Jahreszeit
 Italien, Spanien, Portugal
 Griechenland, Zypern, Türkei
 andere europäische Länder
 asiatische Länder
 Ägypten, Tunesien,
 Algerien, Marokko
 USA, Kanada
 and. Länder außerh. Europas

URLAUBSBUCHUNG
 haupts. online
 haupts. im Reisebüro
 online/Reisebüro etwa gleich
 anderes

PRIVATE REISEN MIT

Auto
 Zug
 Flugzeug

GESCHÄFTL. REISEN MIT

Auto
 Zug
 Flugzeug

URLAUBSFLUG

haupts. Business Class
 haupts. Economic Class
 haupts. Pauschalang.

GESCHÄFTL. FLUGREISEN

haupts. Business Class
 haupts. Economic Class

NUTZER BAHN GESAMT

zumind. 1x/Monat
 paar Mal/Jahr
 seltener

Keine Bahn Nutzer

NUTZER MENSEN/CAFES
 (fast) tägl/mehrm/Woche
 paar Mal im Monat
 seltener

Keine Nutzer

PERSONLICHER BESITZ

Handy - Wertkarte
 Handy - Vertrag
 MP3-Player
 Organizer, Palm Top
 Notebook, Laptop
 Bausparvertrag
 Lebensversich.
 private Pensionsvors.
 Zusatzkrankenversich.
 Wertpapiere
 Kreditkarte
 Armbanduhr (ab 2000 Euro)

HAUSHALTSBESITZ
 Digitale Photo-Kamera
 DVD-Player/Recorder
 Spiel-Konsole(n)
 GPS/Navifür das Auto
 Festnetzanschluss
 PKW als Neuwagen gekauft
 PKW als Geb.wagen gekauft
 eigener Garten
 eigenes Haus
 Ferien-WE-Haus
 Weinkeller, -klimaschrank
 Sauna, Infrarotkab., Whirlpool
 Hund(e)
 Katze(n)



Kontakt



30



GfK Austria GmbH



MMag. Maria Kostner

Tel.: +43 1 71 710-242
 maria.kostner@gfk.com



Mag. Bettina Gasser

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

1030 Wien, Ungargasse 37
 www.gfk.at



TMC The Media Consultants



Markus Hartl

Tel.: +43 (1)713 69 91
 m.hartl@themediaconsultants.at



Nina Korenzhan Bakk.phil

Tel.: +43 (1)713 69 91
 n.korenzhan@themediaconsultants.at

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





Wir wünschen Ihnen viel Erfolg
mit der
CAWI Print 2010!

