

ÜBER 4 MILLIONEN NUTZEN WERBE- SAMMELUMSCHLAG „KUVERT“ ÖSTERREICHS BELIEBTES WERBEMEDIUM LEGT WEITER ZU

Wien, 9. September 2014 – Die CAWI Print-Studie 2014 zeigt es deutlich: Der Werbe-Sammelumschlag „KUVERT“ der Österreichischen Post verbessert sein beeindruckendes Vorjahresergebnis bei Reichweite, Nutzerzahlen und Bekanntheit. Über 2,1 Millionen* Österreicherinnen und Österreicher konsumieren die jeweils aktuelle Ausgabe und über 4 Millionen** blättern und nutzen das „KUVERT“ und die beigelegten Flugblätter regelmäßig – ein Plus von 150.000 Nutzern im Vergleich zum Vorjahr.

Seit zweieinhalb Jahren ist das „KUVERT“ flächendeckend am Markt und legt ständig bei der Reichweite und Bekanntheit zu. Das bestätigt die heute veröffentlichte aktuelle CAWI-Print-Studie. Im Erhebungszeitraum vom 7. März bis zum 27. Juni dieses Jahres gaben 36,5 % (2013: 35,8 %, 2012: 33,5 %) der Befragten an, die aktuelle Ausgabe genutzt zu haben, das sind hochgerechnet 2.139.000 Nutzer*. Zum erweiterten Nutzerkreis** erklärten sich 69 % (2013: 66,3 %, 2012: 60,7 %) und überspringt damit zum ersten Mal die 4-Millionen-Marke (2013: 3,9 Mio., 2012: 3,5 Mio.) mit 4.047.000 Nutzern. Insgesamt erreicht das „KUVERT“ nun einen Bekanntheitswert von 88,3 % (2013: 85,4 %, 2012: 76,2 %), also mehr als fünf Millionen Österreicherinnen und Österreicher.

CAWI-Print ist ein seit 2006 jährlich durchgeführtes Reichweiteninstrument für spezifische Magazine, Zeitschriften und Printprodukte. Für die aktuelle Studie wurden im Erhebungszeitraum 5.000 Österreicherinnen und Österreicher im Alter von 14 bis 65 Jahren mittels computergestützter Online-Interviews befragt.

* Nutzer: im letzten Erscheinungszeitraum gelesen/durchgeblättert

** Weitesten Nutzerkreis: in den letzten 4 Wochen gelesen/durchgeblättert

RÜCKFRAGEHINWEIS

Österreichische Post AG
Mag. Ingeborg Gratzer
Presse und Interne Kommunikation
Leitung
Tel.: +43 (0) 57767 24730
ingeborg.gratzer@post.at

**WENN'S WIRKLICH
WICHTIG IST, DANN
LIEBER MIT DER POST.**

