



CAWI-PRINT 2025



169.000*

LeserInnen pro
Ausgabe

1.017.000*

Bekanntheit

309.000*

Weitester
Lesekreis

ÜBER 1 MILLION ÖSTERREICHERINNEN KENNEN TIPI!*



THEMENINTERESSEN

- 80% für Kinder, Erziehung & Schulbildung
- 80% für Regionalität von Produkten
- 80% für Film & Screen-Entertainment
- 75% für Ausflüge & Reisen
- 75% für gesunde Ernährung
- 70% für Kochen, Backen & Rezepte
- 70% für Nachhaltigkeit, Natur & Umweltschutz
- 70% für Gesundheit, Sport & Medizin
- 60% Shopping, Mode & Accessoires
- 60% für Finanzthemen
- 50% für Auto & Motorrad



TIPI-LESERINNEN SIND ZU 55% AKTIV AUF INSTAGRAM

SOZIODEMOGRAPHIE

- TIPI-LeserInnen sind zu 50:50 weiblich/männlich
- TIPI-LeserInnen sind zu über 80% in der Zielgruppe der 20 bis 49-Jährigen
- Über 90% der TIPI LeserInnen sind berufstätig
- 60% der TIPI-Haushalte haben ein Einkommen von über 2.700 EUR mtl.
- 25% der TIPI-Haushalte haben ein Einkommen von über 4.800 EUR mtl.
- 80% der TIPI-LeserInnen leben in Haushalten mit 3 oder mehr Personen
- In 30% der TIPI-Haushalte leben Kinder zwischen dem Alter 1 bis 5 Jahre
- In 75% der TIPI-Haushalte leben Kinder zwischen dem Alter 3 bis 14 Jahre

SPORTARTEN

- 45% Wandern
- 40% Radfahren
- 40% Schifahren

REISEMITTEL

- 75% Auto
- 30% Bahn
- 30% Flugzeug

AUSFLUGSZIELE

- 60% Freizeitparks
- 50% Naturparks
- 40% Thermen
- 40% Wanderziele

URLAUBSARTEN

- 60% Familienurlaub
- 35% Badeurlaub
- 30% Städtereisen
- 25% Wanderurlaub
- 20% Wellnessurlaub

DESTINATIONEN

- 90% Europa
- 65% Österreich

*Alle Werte sinngemäß gerundet. Die CAWI-Print-Studie ist eine jährliche von GfK und TMC durchgeführte Reichweitenstudie in Österreich, die die Bekanntheit und Leserzahlen spezifischer Magazine, Zeitschriften und anderer Printprodukte misst und TIPI neuerlich hervorragende Werte bescheinigt. Details: <https://tmc.at/cawi-print/>