

Methodik

Befragungsinhalte

Die Medienwerte und die Soziodemografie werden der MACH Basic entnommen. In der MACH Consumer 2018 wurde das Konsumverhalten in folgenden Bereichen erfasst:

- Adressverzeichnisse (Nutzung)
- IN-Publikation (heisst seit Oktober 2018 Consumo)
- Aktivitäten / Hobbys
- Auto / Mobilität
- Einkaufsgewohnheiten
- Energieversorgung
- Finanzen
- Geräteausstattung
- Gesundheit
- Getränke
- Haushaltsarbeit (Putzen)
- Haustiere
- Informationsverhalten
- Kleider / Mode
- Körperpflege / Kosmetik
- Lebensmittel / Kochen / Ernährung
- Produkte für Kinder
- Rauchen
- Reisen / Ferien
- Versicherungen / Krankenkassen
- Weiterbildung / Hobbykurse
- Werbung
- Wohnen / Einrichtung / Heimwerken

Befragungstechnik

Am Ende des MACH-Basic-Interviews (CATI-/CAWI-Befragung) werden dieselben Auskunftspersonen um ihre Teilnahme an der MACH Consumer – einer schriftlichen Konsumerhebung – gebeten. Stimmen diese zu, dann erfolgt ein bis zwei Tage später die Zustellung des Consumer-Fragebogens, den die Auskunftspersonen ausfüllen und retournieren.

Bei den Studien MACH Basic und MACH Consumer handelt es sich somit um sogenannte «Single-Source-Studien», da ihre Ergebnisse aus einer Quelle (und nicht aus mehreren) stammen.

Rücklauf / Mahnwesen

Im Rahmen der Rücklaufkontrolle werden täglich alle eingehenden Fragebogen erfasst und plausibilisiert. Trifft der ausgefüllte Fragebogen nicht innerhalb von zwei Wochen nach Versand ein oder ist er unvollständig ausgefüllt, erfolgen telefonische Mahnungen bzw. Rückfragen.

Incentives

Die Teilnehmer/-innen der Studie können als Dank für ihr Mitmachen aus diversen Gutscheinen einen auswählen (durchschnittlicher Wert: 10 Franken).

Grundgesamtheit (Definition)	Wohnbevölkerung der Schweiz und des Fürstentums Liechtenstein: <ul style="list-style-type: none">• ab 14 Jahren• in Privathaushalten• sprachlich ausreichend an die Amtssprache(n) des Wohnbezirks assimiliert (im Sprachgrenzgebiet Wahlmöglichkeit zwischen Hauptsprache und erster Minderheitssprache)												
Grundgesamtheit (Hochrechnung)	<table><tr><td>Total CH und FL:</td><td>6 713 000 Personen</td><td>(100.0%)</td></tr><tr><td>Deutsche Sprachgruppe:</td><td>4 805 000 Personen</td><td>(71.6%)</td></tr><tr><td>Französische Sprachgruppe:</td><td>1 604 000 Personen</td><td>(23.9%)</td></tr><tr><td>Italienische Sprachgruppe:</td><td>304 000 Personen</td><td>(4.5%)</td></tr></table>	Total CH und FL:	6 713 000 Personen	(100.0%)	Deutsche Sprachgruppe:	4 805 000 Personen	(71.6%)	Französische Sprachgruppe:	1 604 000 Personen	(23.9%)	Italienische Sprachgruppe:	304 000 Personen	(4.5%)
Total CH und FL:	6 713 000 Personen	(100.0%)											
Deutsche Sprachgruppe:	4 805 000 Personen	(71.6%)											
Französische Sprachgruppe:	1 604 000 Personen	(23.9%)											
Italienische Sprachgruppe:	304 000 Personen	(4.5%)											
Hochrechnungsbasis	Statistik der Bevölkerung und der Haushalte (STATPOP) des Bundesamt für Statistik (Stand 2015), reduziert um jene Personen, die nicht zur MACH-Grundgesamtheit zählen.												
Stichprobenbildung (MACH Basic)	<p>Zweistufig, nach Art der Telefonnummern (eingetragenes/ nicht eingetragenes Festnetz, Mobilnetz) geschichtete und geografisch stratifizierte Zufallsauswahl von Telefonnummern (inkl. der nicht eingetragenen Festnetztelefonnummern sowie den Mobiltelefonnummern). Die nicht in Telefonverzeichnissen geführten Nummern werden computergestützt generiert (RDD: Random Digit Dialing).</p> <p>1. Stufe: Haushalt 2. Stufe: Zielpersonen</p> <p>1- bis 3-Personen-HH: Befragung einer Person 4+-Personen-HH: Befragung zweier Personen</p>												
Stichprobenbildung (MACH Consumer)	<p>Es handelt sich hierbei um eine repräsentative quotengesteuerte Personenstichprobe, die aus der Stichprobe der MACH Basic rekrutiert wird.</p> <p>In Haushalten, in denen mit zwei Personen ein MACH Basic-Interview durchgeführt wurde, wird nur einer Person ein MACH Consumer Fragebogen zugeschickt.</p>												
Zusammenfassung von zwei Erhebungsjahren	<p>Für die Publikation der Konsumdaten werden zwei Erhebungsjahre zusammengefasst (MACH Consumer 2017 + 2018). Die Publikation erfolgt nach dem Prinzip der „rollierenden Auswertung“. Das bedeutet, dass bei jeder Publikation die Daten aus dem ältesten Erhebungsjahr durch die Daten aus dem aktuellen ersetzt werden. Somit fliessen die Daten eines jeden Erhebungsjahres in zwei aufeinander folgende Publikationen ein.</p> <p>Bei den ausgewiesenen Daten handelt es sich in der Regel um 2-Jahres-Durchschnitte. Ausnahmen:</p> <p>1) Wenn im Erhebungsjahr der aktuellen MACH Consumer eine neue Frage erhoben wird und es aus diesem Grund keine Daten im älteren Erhebungsjahr gibt, werden die fehlenden Daten im älteren Erhebungsjahr mittels Fusion ergänzt.</p> <p>2) Grösseren Änderungen zwischen den Erhebungsjahren, die auf grössere Marktveränderungen schliessen lassen, werden durch Justierung der Werte an das aktuelle Erhebungsjahr der MACH Consumer Rechnung getragen.</p>												

Damit ersichtlich ist, bei welchen Merkmalen es sich um fusionierte/justierte Merkmale handelt, sind diese im Datensatz mit einem «(A)» versehen.

Die Angaben zu den Medien, sowie zur Soziodemografie und Geografie werden von der MACH Basic derselben Erhebungsjahre übernommen.

**Anpassung der -
Medienwerte
an die MACH Basic**

Es erfolgt eine Anpassung der Medienreichweiten an die MACH Basic. Das Soll bildet dabei die aktuelle MACH Basic-Publikation, die MACH Basic 2018-2. Die Medienreichweiten cRR werden pro Einzeltitel nach Sprachgebiet, Super-Wirtschaftsgebiet, Geschlecht und weiteren für den Titel relevanten Merkmalen angepasst. Titelkombinationen und Gesamtausgaben können nicht als Ganzes angepasst werden, sondern nur deren Einzeltitel. Deshalb können hier grössere Unterschiede auftreten.

Gewichtung

Ausgleich von Ausfällen und eventuellen Strukturverschiebungen der realisierten Stichprobe durch Gewichtung. Sollvorgaben aus der Statistik der Bevölkerung und der Haushalte (STATPOP) des Bundesamts für Statistik (Stand 2015), zuzüglich Informationen zur demografischen Bevölkerungsstruktur aus der Strukturhebung des Bundesamts für Statistik (Durchschnittswerte aus der Strukturhebung 2013, der Strukturhebung 2014 und der Strukturhebung 2015).

Die wichtigsten Gewichtungsvorgaben sind: Sprachgruppe, Geschlecht, Alter, Schulbildung, Erwerbstätigkeit, Haushaltsgrösse, Haushaltsführung, Regionen, Wirtschaftsgebiete, Agglomerationen und Siedlungsart, sowie die Zugehörigkeit zu den psychografischen Segmenten («22 psychografische Felder») des MACH Radar.

Stichprobengrösse

Die in der Publikation MACH Consumer ausgewiesenen Fälle stammen aus zwei Erhebungsjahren. Für diese Publikation wurden die Erhebungsjahre der MACH Consumer 2017 und der MACH Consumer 2018 zusammengefasst.

	MACH Basic 2018-2		MACH Consumer 2018	
	Fallzahlen ungewichtet	Fallzahlen gewichtet	Fallzahlen ungewichtet	Fallzahlen gewichtet
Total CH und FL	38 011	38 011	9 065	9 065
Sprachgruppe:				
Deutsch	26 668	27 206	6 256	6 488
Französisch	8 936	9 082	2 299	2 166
Italienisch	2 407	1 723	510	411

Vertrauensbereich (95%)	<p>Die anhand der Stichprobe gewonnenen Ergebnisse gelten für die Grundgesamtheit nur innerhalb eines bestimmten Vertrauensbereichs. Bei einem Sicherheitsgrad von 95% weist der Vertrauensbereich in der MACH Consumer 2018 maximal folgende Werte auf:</p> <table><tr><td>Total CH und FL:</td><td>± 1.0%</td></tr><tr><td>Deutsche Sprachgruppe:</td><td>± 1.2%</td></tr><tr><td>Französische Sprachgruppe:</td><td>± 2.1%</td></tr><tr><td>Italienische Sprachgruppe:</td><td>± 4.9%</td></tr></table>	Total CH und FL:	± 1.0%	Deutsche Sprachgruppe:	± 1.2%	Französische Sprachgruppe:	± 2.1%	Italienische Sprachgruppe:	± 4.9%
Total CH und FL:	± 1.0%								
Deutsche Sprachgruppe:	± 1.2%								
Französische Sprachgruppe:	± 2.1%								
Italienische Sprachgruppe:	± 4.9%								
Interviewsprache	<p>Einsprachige Bezirke: in der Amtssprache des jeweiligen Bezirks Zweisprachige Bezirke: Wahlmöglichkeit zwischen Hauptsprache und erster Minderheitssprache Folgende Bezirke sind zweisprachig: Biel/Bienne (BE), Jura bernois (BE), See/Lac (FR), La Sarine (FR), Maloja (GR)</p>								
Feldarbeit	<p>DemoSCOPE AG, Adligenswil und Genf LINK AG, Luzern, Lausanne, Lugano und Zürich</p>								
Befragungszeitraum	<p>MACH Consumer 2017: 8. April 2016 bis 18. April 2017 MACH Consumer 2018: 9. April 2017 bis 17. April 2018</p>								
Datenaufbereitung	<p>ISBA GmbH, Hamburg DemoSCOPE AG, Adligenswil interlogic, Bielefeld</p>								
Auswertungen	<p>Zu beachten ist, dass Zielgruppen mit weniger als 80 Fällen nicht ausgewiesen werden.</p>								