

MACH ALL-IN-ONE – ALLE STUDIEN MIT EINEM KLICK

Seit der Herbstpublikation 2020 ist die Auswertungsmöglichkeit «All-in-One» im Datenportal NEXT>LEVEL verfügbar. Mit der neuen Option lassen sich alle vom Nutzer erworbenen Markt- und Medienstudien eines Publikationstermins zusammengefasst anzeigen. Durch diese Neuerung erfahren die Studien eine zusätzliche Aufwertung und der Planungsprozess mit mehreren Studien wird vereinfacht.

Gesamtdatensatz

Es stehen die Optionen «MACH All-in-One» und «MA Strategy All-in-One» bereit. Bei den Herbstpublikationen 2020 und der Frühjahrespublikation 2021 sind je nach Lizenzen der Nutzer folgende Datensätze enthalten:

<p>MACH All-in-One 2020-2 (ab 6. Oktober 2020)</p> <ul style="list-style-type: none"> - MACH Basic 2020-2 - MACH Consumer 2020 - MACH Radar 2020 - Total Audience 2020-2 - MACH Cinema 2020 - MA Sponsoring cRR 2020 	<p>MA Strategy All-in-One 2020 (ab 19. November 2020)</p> <ul style="list-style-type: none"> - MA Strategy Basic 2020 - MA Strategy Consumer 2020 - MA Strategy Sponsoring 2020
<p>MACH All-in-One 2021-1 (ab 6. April 2021)</p> <ul style="list-style-type: none"> - MACH Basic 2021-1 - Total Audience 2021-1 	

Vorteile der Neuerungen

Durch den zusammengeführten Gesamtdatensatz lassen sich neu alle Studien gemeinsam auswerten, was den Planungsprozess effizienter und einfacher macht. Die Studien sind nach wie vor auch einzeln auswertbar. Neuerdings ist das Speichern von Zielgruppenauswertungen und deren Export über alle Studien möglich und die praktische Kartografiefunktion ist in allen Datensätzen verfügbar.

Der Erstellung des Gesamtdatensatzes ging eine Hochfusion der MACH Consumer-Daten auf die Fallzahl der MACH Basic voraus. Damit sind neu massiv höhere Fallzahlen in allen Zusatzstudien (zusätzlich zur MACH Basic) für Zielgruppenauswertungen verfügbar, was sich positiv auf die Analysemöglichkeiten auswirkt.

Information zur Zeitreihe

Die inhaltliche Vergleichbarkeit der aktuellen Daten mit den früheren Publikationen ist nach wie vor gegeben. Aufgrund der technischen Neuerungen beginnt für die Auswertungen in allen Studien mit der Herbstpublikation 2020 eine neue Zeitreihe.

Studienauswahl «All-in-One»

Im Codeplan wie auch in der Medienliste sind im MACH All-in-One-Datensatz die Variablen und die Medien aller Studien grundsätzlich sichtbar. Diese können aber mit einem Klick auf den jeweiligen Button von der Auswahl ausgeschlossen oder wieder hinzugefügt werden.



Beispiel 1: Hier ist nur der Button «MACH Basic» ausgewählt. Folglich werden ausschliesslich die MACH Basic-Variablen im Codeplan angezeigt.



Beispiel 2: Hier sind die Buttons «MACH Basic» und «MACH Cinema» ausgewählt. Entsprechend sind die Presstitel der MACH Basic-Publikation und die Kinoreichweiten der MACH Cinema sichtbar.

Streuplan «All-in-One»

Da die Erstellung eines Streuplans je nach Mediengruppe leicht unterschiedlich ist, gibt es im MACH All-in-One-Datensatz neu die Möglichkeit, zwischen den verschiedenen Versionen umzuschalten, je nachdem, ob «Print», «Cinema» oder «Total Audience» geplant wird.

Unvereinbare Auswertungen

Wenn Variablen oder Medien kombiniert werden, die nicht in einer der Studien zusammen auswertbar sind, können diese nicht angezeigt werden. Wird beispielsweise ein Presstitel, der nicht an der MACH Consumer teilnimmt, zusammen mit Konsumvariablen ausgewertet, erscheint in der Tabelle ein «(-)».

Kontakt

WEMF AG für Werbemedienforschung, Bachmattstrasse 53, CH-8048 Zürich
Tel. +41 43 311 76 76, Fax +41 43 311 76 77, wemf@wemf.ch, www.wemf.ch

Roger Lang, Senior Product Consultant, Tel. +41 43 311 76 44, roger.lang@wemf.ch