

Neuerungen/wichtige Informationen

Die Publikation der MA Sponsoring 2021 basiert auf den Daten der MACH Basic, der MACH Consumer und der MACH Values. Eine detaillierte Beschreibung zu diesem Punkt ist im entsprechenden methodischen Steckbrief zu finden. Auf weitere wichtige Informationen der vorliegenden MA Sponsoring 2021 wird in diesem Kapitel hingewiesen.

1. **Gemeinsamer Datensatz MACH Basic/ Consumer/ Values/ Sponsoring**

Die MA Sponsoring 2021 wird im «gemeinsamen Datensatz MACH Basic/Consumer/Values» publiziert, der die Studien MACH Basic, MACH Consumer und MACH Values enthält. Mittels mathematischer Verfahren («Fusion») werden dazu auf Basis der MACH Consumer-Stichprobe (= Teilstichprobe der MACH Basic-Befragung) die Konsum- und Valuesinformationen für die restlichen Befragten der MACH Basic-Stichprobe ergänzt.

So können die MACH-Studien mit einer einheitlichen und für den Konsumteil deutlich grösseren Stichprobe ausgewiesen werden.

Dadurch wird der Planungsprozess für die Mediaagenturen vereinfacht. Überdies erhalten Konsum- und Valueszielgruppen mehr Fälle, was sich auf die Analyse-möglichkeiten positiv auswirkt.

Detailliertere Informationen zum Vorgehen bzw. zur Fusion finden sich in den Ausführungen zum Thema «Methodik».

2. **Umgang mit der ausserordentlichen epidemiologischen Lage 2020 („Corona“) in der Auswertung**

Die MA Sponsoring 2021 beinhaltet für die Preetitel die Reichweitenwerte der MACH Basic 2021-2, für deren Berechnung der Zeitraum April bis Juni 2020 ausgeschlossen wurde. Nähere Angaben sind unter folgendem Link zu finden: https://wemf.ch/media/mach_basic_hp_neuerungen.pdf

Gemäss Abstimmung mit Vertretern des Medien- und Werbemarkts werden bei der MACH Consumer 2021/MACH Values 2021/MA Sponsoring 2021 für alle anderen Informationen die Daten des gesamten Erhebungszeitraums von 24 Monaten genutzt (ohne Ausschluss der Monate während des Lockdowns April bis Juni 2020).

Denn die MACH Consumer/MACH Values/MA Sponsoring erheben Präferenzen, habituelles Verhalten und Einstellungen und kein kurzfristiges Verhalten.

Viele Aspekte in den Konsum- und Valuesdaten zeigten bei Zwischenanalysen zudem keine kurzfristigen Effekte oder nur Einflüsse moderatem Ausmasses. Nachhaltige Veränderungen, die sich im Zusammenhang mit der Corona-Pandemie ergeben (wie z.B. mehr Mobile Banking, mehr E-Bikes, mehr Online-Shopping etc.), sollen dagegen in den Daten abgebildet werden.

3. Anpassung der Grundgesamtheit

Die Anpassung der Grundgesamtheit gemäss den aktuellen Zahlen des Bundesamtes für Statistik erfolgt einmal jährlich. Die Basis bildet die «Ständige Wohnbevölkerung», die um Personen reduziert wird, die unter 14 Jahre alt sind oder in Kollektivhaushalten leben oder nicht an die Sprache(n) ihres Wohnorts assimiliert sind.

1.1. Hochrechnungsbasis STATPOP und Strukturhebung

Die Hochrechnungsbasis für die Grundgesamtheit wird der Statistik der Bevölkerung und der Haushalte des Bundesamtes für Statistik (STATPOP 2018) entnommen. Diese Angaben werden um Informationen zur demografischen Bevölkerungsstruktur, die aus der Strukturhebung des Bundesamtes für Statistik stammen (Durchschnitte aus der SE 2016, der SE 2017 und der SE 2018), ergänzt.

1.2. Die wichtigsten Eckdaten der Grundgesamtheit

Die Grundgesamtheit der MA Sponsoring 2021 umfasst insgesamt 6 834 000 Personen. Auf die deutsche Sprachgruppe entfallen 4 875 000 Personen, auf die französische Sprachgruppe 1 654 000 Personen und auf die italienische Sprachgruppe 305 000 Personen.

4. Vergleichbarkeit von Medienwerten und Konsumdaten

Da die MA Sponsoring dank der Fusion auf der Stichprobe der MACH Basic basiert, sind die Resultate für die Pressemedien im Hinblick auf alle Kennwerte (cRR) mit der MACH Basic identisch.

Die Konsumdaten, die in der MA Sponsoring 2021 publiziert werden, wurden im Rahmen der MACH Consumer erhoben.

Da es sich bei der MA Sponsoring 2021/MACH Values 2021 um eine neue Psychografie-Studie handelt, sind Vergleiche der Values-Visualisierungen (v.a. Schwerpunktgrafik und Typogramm Affinitäten) mit den Visualisierungen des MACH Radar 2020 und früheren Publikationen nicht möglich.