

Neuerungen / wichtige Informationen

Die MACH Consumer 2020 ist die aktuelle Ausgabe der grössten Schweizer Konsum-Medien-Studie und basiert auf Daten aus zwei Erhebungsjahren. Für die vorliegende Publikation wurden die Erhebungsjahre der MACH Consumer 2019 und der MACH Consumer 2020 zusammengefasst.

Ab der MACH Consumer 2020 wird ein «gemeinsamer Datensatz MACH Basic/Consumer» publiziert, der die beiden bisherigen Studien MACH Basic und MACH Consumer enthält. Mittels mathematischer Verfahren («**Fusion**») werden dazu auf Basis der MACH Consumer-Stichprobe (= Teilstichprobe der MACH Basic-Befragung) die Konsuminformationen für die restlichen Befragten der MACH Basic-Stichprobe ergänzt.

So können die MACH-Studien neu mit einer einheitlichen und für den Konsumteil - also für die hier vorliegende MACH Consumer - deutlich grösseren Stichprobe ausgewiesen werden.

Durch diese Neuerung wird der Planungsprozess für die Mediaagenturen vereinfacht. Überdies erhalten Konsumzielgruppen mehr Fälle, was sich auf die Analysemöglichkeiten positiv auswirkt.

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

Wie ebenfalls beim Thema „Methodik“ vermerkt endete die Erhebungszeit der hier vorliegenden Daten Mitte März 2020. Die Daten der MACH Consumer 2020 wurden also vollständig **vor der Corona-Pandemie** bzw. vor der ausserordentlichen Lage erhoben und sind dadurch von eventuellen Einflüssen nicht betroffen.

Auf weitere wichtige Neuerungen der vorliegenden MACH Consumer 2020 wird in diesem Kapitel hingewiesen.

1 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 2017) entnommen. Diese Angaben werden um Informationen zur demografischen Bevölkerungsstruktur, die aus der Strukturhebung des Bundesamtes für Statistik stammen (Durchschnitte aus der SE 2015, der SE 2016 und der SE 2017), ergänzt.

1.2 Eckdaten der Grundgesamtheit

Die Grundgesamtheit der MACH Consumer 2020 umfasst insgesamt 6 814 000 Personen. Auf die deutsche Sprachgruppe entfallen 4 864 000 Personen, auf die französische Sprachgruppe 1 644 000 Personen und auf die italienische Sprachgruppe 307 000 Personen.

2 Zur Vergleichbarkeit der Ergebnisse mit den Vorjahren

2.1 Vergleichbarkeit von Medienwerten

Da die MACH Consumer dank der Fusion neu auf der Stichprobe der MACH Basic basiert, sind die Resultate für die Pressemedien im Hinblick auf alle Kennwerte (BRS, cRR und Nutzerkategorien) mit der MACH Basic identisch. Bisher wurden der cRR und die Nutzerkategorien jedoch auch bereits anhand der MACH Basic justiert, sodass sich nahezu die identischen Werte ergaben.

Deshalb sind die in der MACH Consumer 2020 ausgewiesenen Medienwerte für die Pressemedien (BRS, Titelreichweite cRR) grundsätzlich weiterhin mit denjenigen der MACH Consumer 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018 und 2019 vergleichbar. Bei der Interpretation der Ergebnisse und insbesondere bei Zeitreihenvergleichen ist es aber empfehlenswert, allfällige bisherige Anpassungen oder Neuerungen in früheren Ausgaben zu beachten (nähere Angaben hierzu sind unter www.wemf.ch → MACH Basic → download-center → Titelinformationen zu finden).

Ein Vergleich mit Ausgaben der MACH Consumer 2012-2 und früher ist jedoch generell nicht möglich.

2.2 Vergleichbarkeit von Konsumdaten

Bezüglich der Konsumdaten wurde der Fragebogen für die Erhebung MACH Consumer 2020 weitestgehend von der Erhebung MACH Consumer 2019 übernommen und nur in wenigen Bereichen aktualisiert.

Durch die Fusion zu einem gemeinsamen Datensatz MACH Basic/Consumer erhöht sich die Fallzahl, die Vergleichbarkeit der Konsumdaten mit den Vorjahren bleibt jedoch uneingeschränkt erhalten.

3 Verwendung der MACH Consumer Studie

Medienwerte und soziodemografische Angaben in der MACH Consumer stammen aus der Studie MACH Basic.