

Neuerungen / wichtige Informationen

Auf wichtige Neuerungen der vorliegenden MACH Consumer 2021 wird in diesem Kapitel hingewiesen.

1 Gemeinsamer Datensatz MACH Basic/Consumer

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».

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

Die MACH Consumer 2021 beinhaltet für die Pressetitel 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 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 erhebt Präferenzen, habituelles Verhalten und Einstellungen und kein kurzfristiges Verhalten.

Viele Aspekte in den Konsumdaten 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.

3.1 Hochrechnungsbasis STATPOP und Strukturerhebung

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 Strukturerhebung des Bundesamtes für Statistik stammen (Durchschnitte aus der SE 2016, der SE 2017 und der SE 2018), ergänzt.

3.2 Eckdaten der Grundgesamtheit

Die Grundgesamtheit der MACH Consumer 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 Zur Vergleichbarkeit der Ergebnisse mit den Vorjahren

4.1 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 2021 ausgewiesenen Medienwerte für die Pressemedien (BRS, Titelreichweite cRR) grundsätzlich weiterhin mit denjenigen der MACH Consumer 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018, 2019 und 2020 vergleichbar. Bei der Interpretation der Ergebnisse und insbesondere bei Zeitreihenvergleichen ist es aber empfehlenswert, allfällige bisherige Anpassungen oder Neuerungen in früheren Ausgaben zu beachten. Weitere Angaben über Priesstitel finden Sie in der Dokumentation zur MACH Basic unter www.wemf.ch → [MACH Basic](#).

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

4.2 Vergleichbarkeit von Konsumdaten

Bezüglich der Konsumdaten wurde der Fragebogen für die Erhebung MACH Consumer 2021 weitestgehend von der Erhebung MACH Consumer 2020 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.

5 Verwendung der MACH Consumer Studie

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