

NEUERUNGEN / WICHTIGE INFORMATIONEN

Im Folgenden wird ein Überblick über die wichtigsten methodischen und inhaltlichen Eckpunkte der MACH Basic gegeben und die aktuellen Neuerungen in der vorliegenden MACH Basic 2016-2 thematisiert.

1 Die wichtigsten Eckpunkte im Überblick

1.1 Stichprobenschichten

Im Vergleich zur früheren Generation der MACH Basic (bis MACH Basic 2012-2) werden seit der MACH Basic 2013-2 auch Personen in der Stichprobe berücksichtigt, die in Privathäusern wohnen, deren telefonische Festnetzanschlüsse nicht in öffentlich zugänglichen Telefonnummernverzeichnissen eingetragen sind. Der Anteil dieser neuen Personengruppe an der Gesamtstichprobe beläuft sich in der hier vorliegenden MACH Basic 2016-2 auf 13 Prozent.

Ausserdem enthält die MACH-Stichprobe auch Personen, die privat nur noch über eine mobile Verbindung erreichbar sind. Der Anteil dieser «Mobile Onlys» an der Gesamtstichprobe beträgt aktuell 7 Prozent.

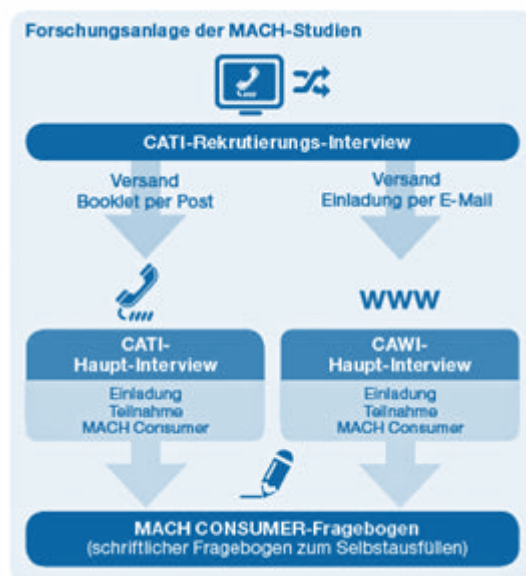
1.2 Zweistufiges Vorgehen bei der Befragung

Die Befragung zur MACH Basic wird zweistufig durchgeführt:

In einer ersten Stufe werden Auskunftspersonen telefonisch rekrutiert.

In der zweiten Stufe nehmen die Auskunftspersonen an einem Hauptinterview teil. Dieses kann als computergestütztes Telefoninterview (CATI) oder als Online-Interview (CAWI) stattfinden. Im Falle eines Telefoninterviews wird den Auskunftspersonen vorhergehend Zeigematerial zugesendet. Bei den Online-Interviews ist das Zeigematerial in den Fragebogen integriert.

Ausführlichere Angaben zum Zeigematerial und den Befragungsmodi «CAWI» und «CATI» finden Sie nachfolgend in den Kapiteln 1.3 und 1.4.



1.3 Verwenden von Zeigematerial

Im Rahmen des Hauptinterviews der MACH Basic wird die Abfrage der Titelnutzung durch Titellogos und die Präsentation der möglichen Antwortvorgaben unterstützt.

Im Falle eines Telefoninterviews wird im Voraus ein Booklet mit Logos und Antwortvorgaben versendet, bei den Online-Interviews sind die Logos und Antwortkategorien in den Fragebogen integriert.

1.4 Befragungsmodus: Nutzung von Online-Interviews in der Befragung

Die Hauptinterviews mit den Medienfragen werden telefonisch unter Zuhilfenahme von Zeigematerial mit Titellogos und online (CAWI-Interviews) durchgeführt. Auskunftspersonen, die das Internet nicht nutzen, werden telefonisch befragt. Bei den Internetnutzern wird der Befragungsmodus zufällig zugeteilt (in einem Verhältnis 50:50), sodass die beiden Teilstichproben weitgehend strukturgleich sind.

1.5 Incentivierung

Um den Anreiz für eine Teilnahme zu erhöhen, erhalten die Auskunftspersonen ein kleines Geschenk (CHF 5.– bis 10.–).

2 Zur Vergleichbarkeit der Ergebnisse mit den Vorjahren

Die Resultate der MACH Basic 2016-2 sind grundsätzlich mit denjenigen der Vorjahre vergleichbar. Ein Vergleich mit Ausgaben der MACH Basic 2012-2 und früher ist aber generell nicht möglich.

Bei der Interpretation der Ergebnisse und insbesondere bei Zeitreihenvergleichen ist es aber empfehlenswert, allfällige Anpassungen insbesondere bei der Erhebung und Auswertung von Pressemedien zu beachten. Methodisch relevante Anpassungen und Einschränkungen der Vergleichbarkeit von Pressemedien sind im Kapitel 4.4 «Titelinformationen» erläutert.

3 Unveränderte Grundgesamtheit

Die Anpassung der Grundgesamtheit gemäss den aktuellen Zahlen des Bundesamtes für Statistik erfolgt einmal jährlich und zwar im Rahmen der Frühjahrspublikation. 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.

1.3.1 Hochrechnungsbasis: STATPOP und Strukturhebung

Die Hochrechnungsbasis für die Grundgesamtheit wird der Statistik der Bevölkerung und der Haushalte des Bundesamts für Statistik (STATPOP 2013) entnommen. Diese Angaben werden um Informationen zur demografischen Bevölkerungsstruktur, die aus der Strukturhebung des Bundesamts für Statistik stammen (Durchschnitte aus der SE 2011, der SE 2012 und der SE 2013), ergänzt.

1.3.2 Eckdaten der Grundgesamtheit

Die Grundgesamtheit der MACH Basic 2016-2 umfasst insgesamt 6 565 000 Personen. Auf die deutsche Sprachgruppe entfallen 4 712 000 Personen, auf die französische Sprachgruppe 1 555 000 Personen und auf die italienische Sprachgruppe 298 000 Personen.

4 Geografie: Räume mit städtischem Charakter

Das Bundesamt für Statistik hat mit der Definition des «Raums mit städtischem Charakter 2012» eine neue Methode entwickelt, um die aktuellen urbanen Strukturen der Schweiz statistisch abzubilden. Diese löst die seit dem Jahr 2000 verwendeten Analyseregionen «Agglomerationen, Einzelstädte und Metropolen der Schweiz» ab.

Seit der Publikation MACH Basic 2016-1 verwendet die WEMF AG für Werbemedienforschung die neue Raumgliederung. Neu werden im Datenbestand der MACH Basic die folgenden räumlichen Gliederungsmerkmale verwendet:

- Agglomerationskerngemeinde (Kernstadt)
- Agglomerationskerngemeinde (Hauptkern)
- Agglomerationskerngemeinde (Nebenkern)
- Agglomerationsgürtelgemeinde
- Mehrfach orientierte Gemeinde
- Kerngemeinde ausserhalb Agglomerationen
- Ländliche Gemeinde ohne städtischen Charakter

Detaillierte Angaben zu dieser Raumgliederung finden sich im Kapitel 12 Gebietsdefinitionen und auf der Website des Bundesamtes für Statistik: <http://www.bfs.admin.ch>

5 Erhebung von Replica- Lesern in der MACH Basic 2016-2

In der MACH Basic 2016-2 werden neben den Lesern gedruckter Zeitungen oder Zeitschriften auch Leser digitaler Ausgaben in Form von Replicas (E-Paper) berücksichtigt, sofern die Erhebung und Publikation von den betreffenden Medienhäusern in Auftrag gegeben wurde.

Digitale Ausgaben in Form von Replicas sind die immateriell übermittelten Hauptausgaben eines Titels, die der gedruckten Version in allen Details des Inhalts, der Aufmachung (inkl. Platzierung der Anzeigen) und der Erscheinungsweise entsprechen.

Im Rahmen der MACH Studien werden die Leser dieser Replica-Ausgaben nicht einzeln, sondern nur in Kombination mit den dazugehörigen gedruckten Ausgaben publiziert.

Weitere Informationen, inklusive einer Liste der in der MACH Basic 2016-2 berücksichtigten Replicas, finden sich im Kapitel 2 «Methodik».

6 Reichweiten für Zeitungen mit einer Auflage von unter 20000 Exemplaren

Die Reichweitenergebnisse von Zeitungen mit einer verbreiteten Auflage von unter 20000 Exemplaren (Tagespresse III, Regionale Wochenpresse III) weisen aufgrund der beschränkten Fallzahlen einen hohen relativen Vertrauensbereich auf, wenn sie auf der Basis nur eines Erhebungsjahres berechnet werden. Um hier Abhilfe zu schaffen, werden bei diesen Titeln für die Berechnung der Reichweitenergebnisse (sowie auch aller weiteren Medienwerte: BRS und Leserkategorien) die beiden letzten aktuellen Erhebungsjahre herangezogen. Die Datenbasis wird so vergrössert und der Schwankungsbereich reduziert sich. Bei den Reichweitenergebnissen handelt es sich somit um 2-Jahresdurchschnittswerte. Weitere Informationen finden sich im Kapitel 2 «Methodik».