

Fragenkatalog

Die nachstehenden Fragenkataloge geben eine Übersicht über den Fragebogeninhalt der MACH Basic 2016-2 und der MACH Consumer 2016. Diese Fragebogen wurden im Rahmen der Studie MA Strategy 2016 benutzt.

1. Fragenkatalog (MACH Basic 2016-2)

Pressemedien (Gedruckte Ausgaben)

M1 Gedruckte Ausgaben: BRS (Broadest Readership)

Für alle im jeweiligen Gebiet eingesteuerten Titel: Titel in den letzten 6 Monaten daheim oder auswärts gelesen oder durchgeblättert?

- ja
 nein

M4 Gedruckte Ausgaben: Nutzungsfrequenz

Für alle Titel mit Nutzung in den letzten 6 Monaten: Wie viele von 6 aufeinander folgenden Ausgaben normalerweise gelesen oder durchgeblättert?

- 6 von 6 aufeinander folgenden Ausgaben
 5 von 6 aufeinander folgenden Ausgaben
 4 von 6 aufeinander folgenden Ausgaben
 3 von 6 aufeinander folgenden Ausgaben
 2 von 6 aufeinander folgenden Ausgaben
 1 von 6 aufeinander folgenden Ausgaben
 weniger als 1 von 6 aufeinander folgenden Ausgaben
 (normalerweise) keine Ausgabe

M6 Gedruckte Ausgaben: Letzter Nutzungszeitpunkt (Recency)

Für alle Titel mit Nutzung in den letzten 6 Monaten: Wann wurde zuletzt (abgesehen vom Befragungstag) in einem bestimmten Titel gelesen oder geblättert?

Antwortkategorien angepasst an die Erscheinungsfrequenz des Titels:

mind. 4-mal pro Woche

- gestern vorgestern vor 3 Tagen länger her

3-mal pro Woche

- gestern vorgestern vor 3 Tagen vor 4 Tagen
 vor 5 Tagen länger her

2-mal pro Woche

- gestern vorgestern vor 3 Tagen vor 4 Tagen
 vor 5 Tagen länger her

1-mal pro Woche

- gestern in den letzten 7 Tagen vor 8 bis 14 Tagen
 länger her

Alle 2 Wochen

- gestern in den letzten 2 Wochen vor 2 bis 4 Wochen
 länger her

1-mal pro Monat

- gestern in den letzten 4 Wochen vor 1 bis 2 Monaten
 länger her

8–11-mal pro Jahr

- gestern in den letzten 4 Wochen vor 1 bis 2 Monaten
 länger her

5–7-mal pro Jahr

- gestern in den letzten 2 Monaten vor 2 bis 4 Monaten
 länger her

M7 Gedruckte Auflagen: Grossauflagen-Zusatzfragen

An alle Leser (BRS) von Titeln mit einer Grossauflage: Bezugsart und Zustellungsfrequenz

Kino

(Publikation: MACH Cinema Basic 2016, MACH Cinema Consumer 2016, MA Strategy Basic 2016 und MA Strategy Consumer 2016)

K1 Kinobesuch in den letzten 6 Monaten?

- ja
 nein

K2 Falls Kinobesuch in den letzten 6 Monaten: Ort(e) mit Kinobesuch

- Liste aller Orte mit Kinobesuch

K3 Falls Kinobesuch in den letzten 6 Monaten: Kinobesuchshäufigkeit für jeden genannten Kinoort

- numerisch erfasst

Interessengebiete

I1 Interesse für folgende Themenbereiche:

- Reisen
- Gesundheit und Ernährung
- Wissenschaft und Technik
- Tiere und Natur
- Umweltschutz
- Psychologie
- Familie, Kinder und Partnerschaft
- Kleider und Mode
- Kosmetik, Körperpflege, Schönheit
- Jazz
- Volksmusik
- Klassische Musik
- Rock, Pop, R'n'B
- Sport
- Gastronomie, Essen und Kochen
- Lokale und regionale Informationen und Themen
- Nationale und internationale Politik und Themen
- Hintergrundberichte und Analysen
- Konsumenteninformationen
- Wirtschaft
- Börse, Geldanlage, Finanzmärkte
- Autos und Motorräder
- Wohnen und Einrichten
- Computer und Informatik
- Unterhaltungs- und Kommunikationsgeräte
- Kunst und Kultur
- Literatur
- Ausbildung, Weiterbildung
- Geschichten über Prominente
- Unterhaltung, Humor

- sehr stark
- eher stark
- eher weniger
- gar nicht

Internet

(Publikation: MA Strategy Basic 2016 und MA Strategy Consumer 2016)

O1 Häufigkeit Internetnutzung normalerweise?

- täglich oder fast täglich
- mehrmals in der Woche
- ungefähr einmal in der Woche
- ungefähr alle 2 Wochen
- seltener
- praktisch nie oder nie

Psychografie

(Publikation: MACH Radar 2016)

Demo SCOPE AG © Radar-Psychografie (26 Items)

Statistik – Personenebene (Soziodemografie, Geografie)

SD1 Geschlecht

- männlich
- weiblich

SD2 Alter

- numerisch erfasst

SD3 Schulabschluss

- keiner
- bis maximal 7 Jahre obligatorische Schule
- obligatorische Schule (Real-, Sekundar-, Bezirks-, Orientierungsschule, Pro-, Untergymnasium, Sonderschule)
- 1-jährige Vorlehre, 1-jährige allgemeinbildende Schule, 10. Schuljahr, 1-jährige Berufswahlschule, Haushaltslehrjahr, Sprachschule (mindestens 1 Jahr) mit Schlusszertifikat, Sozialjahr, Brückenangebote oder ähnliche Ausbildung
- 2- bis 3-jährige Diplommittelschule, Verkehrsschule, Fachmittelschule FMS oder ähnliche Ausbildung
- Berufliche Grundausbildung (Anlehre, 2- bis 4-jährige Berufslehre oder Vollzeitberufsschule, Handelsdiplom, Lehrwerkstätte oder ähnliche Ausbildung)
- Gymnasiale Maturität, Lehrkräfte-Seminar (vorbereitende Ausbildung für Lehrkräfte von Kindergarten, Primarschule, Handarbeit, Hauswirtschaft)

- Berufs- oder Fachmaturität
- Höhere Berufsbildung mit eidg. Fachausweis, eidg. Diplom oder Meisterdiplom, Höhere Fachschule für Technik (Technikerschule TS), für Wirtschaft (HGK) oder ähnlich höhere Fachschule (2 Jahre Voll- oder 3 Jahre Teilzeitstudium)
- Höhere Fachschule (Vorgänger von Fachhochschulen, z.B. HTL, HWV, HFG, HFS) inklusive Nachdiplome (3 Jahre Voll- oder 4 Jahre Teilzeitstudium)
- Bachelor (Universität, ETH, Fachhochschule, pädagogische Hochschule)
- Master, Lizentiat, Diplom, Staatsexamen, Nachdiplom (Universität, ETH, Fachhochschule, pädagogische Hochschule)
- Doktorat, Habilitation

SD4 Wohnort

- PLZ (Bezirk, Kommunikationsraum, Kanton, Wirtschaftsgebiet, Region, Landesteil)

Statistik – Personenebene (Erwerbstätigkeit)

SE1 Erwerbstätigkeit

- voll erwerbstätig (>30 Std./pro Woche)
- teilweise erwerbstätig (>4 Std./pro Woche)
- in Ausbildung/Lehrling
- nicht erwerbstätig

SE2 Falls voll oder teilweise erwerbstätig: angestellt oder selbstständig erwerbend

- angestellt
- selbstständig

SE3 Falls angestellt: Position und Beruf

- Unternehmungsleitung, oberste Führungsebene
- leitende(r) Angestellte(r), mittlere Führungsebene
- einfache(r) Angestellte(r)
- Arbeiter(in)
- anderes

SE4 Falls angestellt: Sind Mitarbeiter(innen) unterstellt?

- ja
- nein

SE5 Falls selbstständig: Beruf

- freiberuflich tätig
- Geschäftsinhaber(in), Eigentümer(in) von Unternehmen/Laden, Handwerker(in)
- Landwirt(in)

SE6 Falls selbstständig: mit Angestellten

- ja
- nein

SE7 Falls erwerbstätig: Arbeitsort

- PLZ (Bezirk, Kommunikationsraum, Kanton, Wirtschaftsgebiet, Region, Landesteil)

SE8 Falls nicht erwerbstätig und unter 65 Jahre alt: Art der Nicht-Erwerbstätigkeit

- (vorübergehend) ohne Arbeit (arbeitslos, invalid, krank)
- in Rente, pensioniert
- Hausfrau, Hausmann
- in Ausbildung
- anderes

SE9 Falls in Ausbildung: Ausbildungsort

- PLZ (Bezirk, Kommunikationsraum, Kanton, Wirtschaftsgebiet, Region, Landesteil)

Statistik – Haushaltsebene

SH1 Anzahl Personen im Haushalt

- numerisch erfasst

SH2 Geschlecht, Alter und Erwerbstätigkeit aller Personen im Haushalt

- Geschlecht, Alter und Erwerbsstatus aller Personen erfasst

SH3 Falls mehr als 1 Person im Haushalt lebt: Haushaltsführung

- ja, alleine
- ja, zusammen mit einer anderen Person
- nein

SH4 Falls mehr als 1 Person im Haushalt lebt: Wer trägt am meisten zum Haushaltseinkommen bei?

- AKP selber
- AKP und jemand anderes gleichviel
- jemand anderes

SH5 Falls mehr als 1 Person im Haushalt lebt: Wie viele Personen im Haushalt haben ein eigenes Einkommen (inkl. Renten, Pensionen oder andere Zahlungen)?

- numerisch erfasst

SH6 monatliches Brutto-Haushaltseinkommen

- bis Fr. 2000.–
- zwischen Fr. 2 000.– und Fr. 4 000.–
- zwischen Fr. 4 000.– und Fr. 6 000.–
- zwischen Fr. 6 000.– und Fr. 8 000.–
- zwischen Fr. 8 000.– und Fr. 10 000.–
- zwischen Fr. 10 000.– und Fr. 15 000.–
- über Fr. 15 000.–
- verweigert
- weiss nicht

2. Fragenkatalog (MACH Consumer 2016)

Fernsehen

(Publikation: MA Strategy Basic 2016 und MA Strategy Consumer 2016)

T1 Wie stark interessieren Sie sich für die unten aufgeführten Angebote, die im Fernsehen geschaut werden können?

- Aktuelles (z.B. Nachrichten, Wetter, tagespolitisches Geschehen)
- Sendungen über Wirtschaft, Politik und Konsum
- Sendungen über Wissenschaft, Technik, Natur, Umwelt und Gesundheit
- Sendungen über Kultur (z.B. Kino, Reisen, Kunst)
- Konzertübertragungen (alle Musikrichtungen)
- Kino- und Fernsehfilme (alle Genres)
- Krimi-Serien
- andere Serien (z.B. Arztserien, Soaps, Sitcoms)
- Kinder- und Jugendsendungen
- Unterhaltungssendungen (z.B. Samstagabend-, Quiz-, Comedy-, Casting-Shows)
- Sportmagazine
- Übertragung von Sportanlässen

- sehr stark
- stark
- durchschnittlich
- wenig
- gar nicht

Hinweis: In den Fragen T2 und T3 geht es um Fernsehschauen allgemein, egal über welches Gerät. Bitte berücksichtigen Sie bei Ihren Angaben nicht nur Sendungen, die gerade ausgestrahlt werden, sondern auch solche, die Sie zeitversetzt (z.B. als Aufnahme) anschauen. Das Fernsehen über das Internet (inkl. Apps) gilt auch.

T2 Wie häufig schauen Sie in einer normalen Woche, von Montag bis Sonntag, zu den unten aufgeführten Zeiten fern?

Schaue fern in der Zeit zwischen...

- | | |
|---------------------|---------------------|
| - 6 Uhr und 9 Uhr | - 16 Uhr und 19 Uhr |
| - 9 Uhr und 11 Uhr | - 19 Uhr und 22 Uhr |
| - 11 Uhr und 14 Uhr | - 22 Uhr und 24 Uhr |
| - 14 Uhr und 16 Uhr | - 24 Uhr und 6 Uhr |
-
- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> täglich oder fast täglich | <input type="checkbox"/> ungefähr alle 2 Wochen |
| <input type="checkbox"/> mehrmals in der Woche | <input type="checkbox"/> seltener |
| <input type="checkbox"/> ungefähr einmal in der Woche | <input type="checkbox"/> praktisch nie oder nie |

T3 Wie häufig schauen Sie normalerweise Sendungen auf den unten aufgeführten Fernsehsendern?

- Für im jeweiligen Gebiet eingesteuerte Fernsehsender

- täglich oder fast täglich
- mehrmals in der Woche
- ungefähr einmal in der Woche
- ungefähr alle 2 Wochen
- seltener
- praktisch nie oder nie

Radio

(Publikation: MA Strategy Basic 2016 und MA Strategy Consumer 2016)

T6 Wie stark interessieren Sie sich für die unten aufgeführten Themen, die im Radio gehört werden können?

- Musik
- Nachrichten und Tagesaktualitäten aus dem In- und Ausland
- Schlagzeilen und Kurznachrichten
- Hintergrundberichte
- Politik
- Gesellschaft
- Kultur und Kunst
- Wissenschaft und Technik
- Sport-Berichterstattung
- Vermischte Meldungen
- Verkehrsnachrichten
- Veranstaltungshinweise (z.B. Theater, Konzerte, Kino)
- Ratgeber-Sendungen
- Fremde Länder und Kulturen
- Lesungen, Erzählungen, Literatur
- Alltagsleben und Brauchtum in der Schweiz
- Hörspiele
- Humoristische Sendungen, Satiren, Kabarett
- Telefonspiele, Quiz

- sehr stark
- stark
- durchschnittlich
- wenig
- gar nicht

Hinweis: In den Fragen T7 und T8 geht es um Radiohören allgemein, egal über welches Gerät. Bitte berücksichtigen Sie bei Ihren Angaben auch das Radiohören am Arbeits-/ Ausbildungsplatz, im Auto oder sonst unterwegs. Das Radiohören über das Internet (inkl. Apps) gilt auch.

T7 Wie häufig hören Sie in einer normalen Woche, von Montag bis Sonntag, zu den unten aufgeführten Zeiten Radio?

Höre Radio in der Zeit zwischen...

- 6 Uhr und 9 Uhr
- 9 Uhr und 11 Uhr
- 11 Uhr und 14 Uhr
- 14 Uhr und 16 Uhr
- 16 Uhr und 19 Uhr
- 19 Uhr und 22 Uhr
- 22 Uhr und 24 Uhr
- 24 Uhr und 6 Uhr

- täglich oder fast täglich
- mehrmals in der Woche
- ungefähr einmal in der Woche
- ungefähr alle 2 Wochen
- seltener
- praktisch nie oder nie

T8 Wie häufig hören Sie normalerweise Sendungen auf den unten aufgeführten Radiosendern?

- Für im jeweiligen Gebiet eingesteuerte Radiosender

- täglich oder fast täglich
- mehrmals in der Woche
- ungefähr einmal in der Woche
- ungefähr alle 2 Wochen
- seltener
- praktisch nie oder nie

**Märkte und Konsumthemen
(Publikation: MA Strategy Consumer 2016)**

Im Fragebogen der MACH Consumer 2016 ist jedes Thema mit einem Buchstaben versehen. Mithilfe der dazu gehörigen Fragennummer lässt sich leicht die genaue Frageformulierung nachschlagen (Siehe Fragebogen MACH Consumer unten www.wemf.ch).

| Erfasste Märkte | Themen | Fragennummer |
|----------------------------------|--|----------------|
| Adressverzeichnisse (Nutzung) | Nutzung allgemein | V1 |
| | Suche von Dienstleistern mittels Verzeichnis | V2-V5 |
| IN-Publikation | | W3-W4 |
| Aktivitäten / Hobbys | Aktivitäten allgemein | P1-P2 |
| | Ausgehen | S10-S11 |
| | Unterhaltungs-Medien | P10 |
| | Zeitungs- / Zeitschriftenabonnements | Y03-Y04 |
| | Politik | P11-P12 |
| | Glücksspiele und Wettbewerbe | P13 |
| | Kino | P19 |
| | Sport | B1-B3, B10-B16 |
| Auto / Mobilität | Verkehrsmittelnutzung allgemein | O1-O2 |
| | Abonnements für den öffentlichen Verkehr | O3 |
| | Mitgliedschaft in Automobil- oder Verkehrsclub | O4 |
| | Fahrzeugbesitz / Kaufabsicht | O5 |
| | Autofahren | O6-O8 |
| | Kaufabsicht Auto | O9-O13, O23 |
| | Auto im Haushalt | O14-O23 |
| | Einstellung zum Auto | O25 |
| Einkaufs- gewohnheiten | Einstellung zum Einkaufen | R1 |
| | Einkaufen in der Region / Einkaufsorte | S1-S2, S6-S9 |
| | Einkaufen im grenznahen Ausland | S3, S6-S9 |
| | Einkaufen von zu Hause aus | R2-R3 |
| Energieversorgung | | H13-H16 |
| Finanzen | Bankdienstleistungen | N1-N5 |
| | Kreditkarten / Bankkarten / Kundenkarten | N6-N8 |
| | Geldanlagen | N9-N11 |
| | Bankinstitute | N12-N14 |
| | Einstellung zu Finanzen | N16 |
| Geräteausstattung | Unterhaltungselektronik / Foto | F1-F4 |
| | Telekommunikation | F5-F13 |
| | Smartwatch | F14-F15 |
| | Computer (PC, Tablet etc.) | F16-F22 |
| | Einkauf von technischen Geräten | F23-F25 |
| | Einstellung zu technischen Geräten | F27 |
| | Haushaltsgeräte | G1-G5 |

| Erfasste Märkte | Themen | Fragennummer |
|----------------------------------|--|---|
| Gesundheit | Rezeptfreie Medikamente | M1-M3 |
| | Brillen / Kontaktlinsen / Hörgeräte | M6-M10 |
| | Einstellung zur Gesundheit | M11 |
| Getränke | Mineralwasser / Süssgetränke / Sportlergetränke / funktionelle Getränke / alkoholfreies Bier | J9-J10 |
| | Kaffee / Tee / Milch / Schoggigetränke | J9, J13-J14 |
| | Alkoholische Getränke | J15-J16 |
| | Einkauf von Getränken | J11-J12, J17-J18 |
| Haushaltsarbeit (Putzen) | Waschmittel / Geschirrspülmittel/ Putzmittel | K1-K6 |
| | Einkauf von Putzmitteln | K7-K8 |
| | Einstellung zur Haushaltsreinigung | K9 |
| Haustiere | Haustiere allgemein | C1-C2 |
| | Hund / Katze | C2-C6 |
| | Einkauf von Tierfutter | C7-C8 |
| Informationsverhalten | Nach Medien | A10, D11, E13, F26, G5, H6, H20, J19, L13, N15, N23, O26, P16 |
| | Nach Produktgruppen | A10, D11, E13, F26, G5, H6, H20, J19, L13, N15, N23, O26, P16 |
| Kleider / Mode | Kleider | D1-D6 |
| | Schuhe | D7-D10 |
| | Uhren | E1-E7, E14 |
| | Schmuck | E8-E14 |
| Körperpflege / Kosmetik | Körperpflegeprodukte / Kosmetik/ Rasur | L1, L6, L8 |
| | Regelmässig verwendete Marken | L2-L5, L7, L9-L10 |
| | Einkauf von Produkten für Körperpflege / Kosmetik | L11-L12 |
| | Einstellung zur Kosmetik | L14 |
| Lebensmittel / Kochen/ Ernährung | Lebensmittel allgemein | J1 |
| | Einkauf von Lebensmitteln | J6-J7 |
| | Kochen | J2 |
| | Fertigprodukte | J3-J4 |
| | Ernährung | J5, J8 |
| Produkte für Kinder | Babynahrung | J6-J7 |
| | Hygieneartikel für Babys | L11-L12 |
| Rauchen | Zigarettenraucher | M4-M5 |
| Reisen | Ferien | A1-A9 |
| | Kurzreisen | A11-A14 |
| Versicherungen / Krankenkassen | Versicherungen | N17-N19, N21-N22 |
| | Krankenkassen | N18, N20-N22 |
| | Einstellung zu Versicherung und Krankenkassen | N24 |
| Weiterbildung | Weiterbildung/Hobbykurse | P14-P16 |
| Werbung | Beachtung der Werbung | R6 |

| Erfasste Märkte | Themen | Fragennummer |
|------------------------------------|-------------------------|---------------------|
| | Empfinden der Werbung | R7 |
| | Einstellung zur Werbung | R8 |
| Wohnen/ Einrichtung/ Heimwerken | Einrichtung | H1-H7 |
| | Wohnsituation | H8-H12, H17-H21 |
| | Heimwerken | G6-G9 |