

Fragenkatalog

Die nachstehenden Fragenkataloge geben eine Übersicht über den Fragebogeninhalt der MACH Basic 2020-2 und der MACH Consumer 2020. Diese Fragebogen wurden im Rahmen der Studie MA Strategy 2020 benutzt.

1. Fragenkatalog (MACH Basic 2020-2)

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 Nummer normalerweise gelesen oder durchgeblättert?

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

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 14 Tage

- gestern in den letzten 14 Tagen 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 2020, MACH Cinema Consumer 2020, MA Strategy Basic 2020 und MA Strategy Consumer 2020)

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
- Berufs- und Arbeitswelt, Karriere
- Ausbildung, Weiterbildung
- Geschichten über Prominente
- Unterhaltung, Humor

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

Internet

(Publikation: MA Strategy Basic 2020 und MA Strategy Consumer 2020)

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

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)
- landwirtschaftlicher Beruf
- 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 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 2 Person im Haushalt leben: 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

SH7 Stop-Kleber im Haushalt

- Ja
- Nein

2. Fragenkatalog (MACH Consumer 2020)**Fernsehen****(Publikation: MA Strategy Basic 2020 und MA Strategy Consumer 2020)****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?

Schau 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 2020 und MA Strategy Consumer 2020)

T4 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 T5 und T6 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.

T5 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 | - 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 |

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

T6 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 2020)**

Im Fragebogen der MACH Consumer 2020 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
Consumo-Publikation		W3-W4
Aktivitäten / Hobbys	Aktivitäten allgemein	P1, P3
	Ausgehen	S10-S11
	Unterhaltungs-Medien	P11
	Zeitungs- / Zeitschriftenabonnements	P12-P13
	Politik	P15-P16
	Spenden	P17
	Glücksspiele und Wettbewerbe	P18
	Kino	
Sport	B1-B3, B10-B16	
Auto / Mobilität	Verkehrsmittelnutzung allgemein	O1-O3
	Öffentlichen Verkehr	O4-O5
	SwissPass	O6-O7
	Mitgliedschaft in Automobil- oder Verkehrsclub	O8
	Fahrzeugbesitz / Kaufabsicht	O9
	Autofahren	O10-O12
	Kaufabsicht Auto	O13-O17, O28
	Auto im Haushalt	O18-O27
	Einstellung zum Auto	O29
	Fluggesellschaften	O31-O32
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-H14
Finanzen	Bankdienstleistungen	N1-N5
	Kreditkarten / Bankkarten / Kundenkarten	N6-N8
	Geldanlagen	N9-N11
	Bankinstitute	N12-N14
	Einstellung zu Finanzen	N16
Geräteausstattung	Unterhaltungselektronik / Foto	F1-F3, P2
	Telekommunikation	F5-F12
	Smartwatch	F13-F14
	Computer (PC, Tablet etc.)	F15-F22

Erfasste Märkte	Themen	Fragennummer
	Einkauf von technischen Geräten	F23-F24
	Einstellung zu technischen Geräten	F26
	Adblocker Verwendung	F27
	Haushaltsgeräte	G1-G5
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-K2
	Einkauf von Putzmitteln	K3-K4
	Einstellung zur Haushaltsreinigung	K5
Haustiere	Haustiere allgemein	C1-C2
	Hund / Katze	C2-C6
	Einkauf von Tierfutter	C7-C8
Informationsverhalten	Nach Medien	A10, D11, E13, F25, G5, H6, H18, J19, L13, N15, N23, O30, P21
	Nach Produktgruppen	A10, D11, E13, F25, G5, H6, H18, J19, L13, N15, N23, O30, P21
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
	Take-Away-Angebote	J4
	Ernährung	J5, J8
Produkte für Kinder	Babynahrung	J6-J7
	Windeln / Hygieneartikel für Babys	L11-L12
Rauchen		M4-M5
Reisen	Ferien	A1-A9
	Kurzreisen	A11-A14

Erfasste Märkte	Themen	Fragennummer
Versicherungen / Krankenkassen	Versicherungen	N17-N19, N21-N22
	Krankenkassen	N18, N20-N22
	Einstellung zu Versicherung und Krankenkassen	N24
Weiterbildung	Weiterbildung/Hobbykurse	P19-P21
Werbung	Beachtung der Werbung	R4
	Empfinden der Werbung	R5
	Einstellung zur Werbung	R6
Wohnen/ Einrichtung/ Heimwerken	Einrichtung	H1-H7
	Wohnsituation	H8-H12, H15-H18
	Heimwerken	G6-G9