

Neuerungen/wichtige Informationen

Für die Publikation der MA Strategy werden zwei Erhebungsjahre zusammengefasst (2019 und 2020).

Ab der MA Strategy 2020 steht eine grössere Basis (Anzahl Interviews) zur Verfügung. Mittels mathematischer Verfahren werden dazu auf Basis der MA Strategy-Stichprobe (= Teilstichprobe der MACH Basic-Befragung) die Informationen zur Mediennutzung (Adressverzeichnisse, Radio, Fernsehen, Direct Mail und Verkehrsmittel (Bus/Tram)) sowie die Konsuminformationen für die restlichen Befragten der MACH Basic-Stichprobe ergänzt. So kann die MA Strategy neu mit einer 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 MA Strategy 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 Informationen der vorliegenden MA Strategy 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 MA Strategy 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 MA Strategy 2020 dank der Fusion neu auf der Stichprobe der MACH Basic basiert, sind die Resultate für die Pressemedien im Hinblick auf die RUS-Werte mit den RRS-Werten der MACH Basic identisch.

Die in der MA Strategy 2020 ausgewiesenen Medienwerte sind grundsätzlich weiterhin mit denjenigen der MA Strategy 2019 vergleichbar. Bei der Interpretation der Ergebnisse ist es empfehlenswert, allfällige bisherige Anpassungen oder Neuerungen zu beachten. Nähere Angaben hierzu sind im entsprechenden methodischen Steckbrief und in den entsprechenden Medieninformationen unter www.wemf.ch zu finden.

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.