

## Merkblatt TV



# Die 10 Punkte der Quellenangabe

---

Wer wissenschaftliche Daten verwendet, der ergänzt sie immer mit einer Quellenangabe. Damit hat jeder Empfänger die Möglichkeit, die Daten nachzubilden. Aus der Quelle ist ersichtlich, mit welchen Daten gearbeitet wurde und welche Bedingungen der Auswerter für die Analyse festgelegt hat.

Die Quellenangabe hat sich deshalb auch bei der Verwendung von Daten aus dem Mediapulse Fernsehpanel bei allen Anwendern durchgesetzt. Das erleichtert viele unnötige Fragen und Diskussionen.

Mit den neuen Auswertungsmöglichkeiten tauchen jedoch immer wieder Fragen auf, wie die Kennzeichnungsregeln für eine korrekte Quellenangabe lauten.



*Damit Daten nachvollziehbar sind, gehört eine Quellenangabe dazu.*

### Die korrekte Quellenangabe

Damit die Replizierbarkeit gewährleistet ist, muss jede Quellenangabe folgende Elemente enthalten:

1. Die Datengrundlage (Mediapulse TV Data)
2. Das Auswertungssystem (z.B. Instar Analytics)
3. Der geografische Raum (z.B. Deutsche Schweiz)
4. Die Zielgruppe (z.B. Personen 15-49 Jahre inkl. Gäste)
5. Die ausgewerteten Sender (z.B. RTL CH oder SRF1)
6. Die Zeitperiode der Auswertung (z.B. 1. Semester 2018)
7. Die Zeitschiene (z.B. Mo-So, 24h)
8. Die ausgewiesene Messgrösse (z.B. Rt-T)
9. Die einbezogenen Plattformen (z.B. alle Plattformen)
10. Die zeitversetzte Nutzung (z.B. Overnight +7)

### Beispiel für eine Quellenangabe

Quelle: Mediapulse TV Data (Instar Analytics), DS, Personen 15-49 inkl. Gäste, RTL CH, 1. Semester 2018, Mo-So 24h, Rt-T, alle Plattformen, Overnight +7

## Ausführungen zu den einzelnen Elementen

1. „Mediapulse TV Data“ lautet ab Januar 2019 die korrekte Quellenangabe für die **Datengrundlage**. Nicht korrekt sind Bezeichnungen wie „Kantar-Daten“ oder „Kantar Fernsehpanel“. „Mediapulse TV Data“ löst die bis Dezember 2018 gültige Bezeichnung „Mediapulse Fernsehpanel“ ab.
2. Der Name des **Auswertungssystems** muss genannt werden, damit Verwechslungen mit Auswertungen aus Dritttools oder mit eigenen Berechnungen ausgeschlossen werden können.
3. Beim **geografischen Raum** muss deutlich ersichtlich sein, auf welche Region (Sprachregion, Konzessionsgebiet, WEMF-Gebiet, etc.) sich die Angaben beziehen.
4. Bei der **Zielgruppe** sind alle verwendeten Personen- oder Haushaltskriterien und deren Kombination, mit oder ohne Gäste, anzugeben. Wird zusätzlich eine Referenzzielgruppe verwendet, so sollte diese ebenfalls deutlich angeschrieben werden.
5. Insbesondere bei ausländischen **Sendern** mit Programm- oder Werbefenster muss der Sendername (z.B. RTL CH oder RTL Total) eindeutig genannt werden.
6. Bei der **Zeitperiode** muss ersichtlich sein, welcher Zeitraum analysiert wird (z.B. Ø 2018 oder 1. Juli-31. August 2018). Wird Bezug auf eine andere Zeitperiode genommen, so ist diese ebenfalls anzugeben.
7. Für die **Zeitschiene** sind der Stundenbereich sowie die hierbei berücksichtigten Wochentage anzugeben (z.B. Ø 24 Std. Mo-So oder Ø 18.00-20.00 Uhr Mo-Fr).
8. Es muss ersichtlich sein, welches **Fact (Messgrösse)** dargestellt wird (z.B. MA, Rt-T). Bei Publikationen ist der vollständige Name der Messgrösse zu nennen (z.B. Marktanteil in %, Rating in Tausend).
9. Es muss deutlich ersichtlich sein, auf welche **Plattform** sich die Angaben beziehen (z.B. All TV-Platforms oder Web Platforms).
10. Die **zeitversetzte Nutzung** muss entsprechend gekennzeichnet werden (z.B. Overnight oder Overnight +7).

## Kontakt

---

Mediapulse AG

### Geschäftsstelle Bern

Weltpoststrasse 5  
CH-3015 Bern

T +41 58 356 47 80

F +41 58 356 47 82

E-Mail: [info@mediapulse.ch](mailto:info@mediapulse.ch)

Website: [www.mediapulse.ch](http://www.mediapulse.ch)

### Geschäftsstelle Zürich

Badenerstrasse 15  
CH-8004 Zürich

T +41 58 356 47 80

F +41 58 356 47 81