

Mediapulse Time Use Study

Basisinformationen



Oktober 2023

mediapulse

Geschichte



Time Use Study

Geschichte der Mediapulse Time Use Study

Ab 2007/2008

Face-to-Face (CAPI)

Ab 2015/2016

Ab 2022/2023

E-Diary (CAWI)

- Vortag wird minutengenau rekonstruiert
- Forschungsinstitut: DemoSCOPE AG
- Feldzeit: November – März
- Stichproben-Grösse: ca. 3'000
- Universum: CH-Bevölkerung 12+

- Vortag werden minutengenau rekonstruiert
- Forschungsinstitut: DemoSCOPE AG
- Feldzeit: April – Juli
- Stichproben-Grösse: ca. 3'500
- Universum: CH-Bevölkerung 15+

- 5-Minuten-Granularität mit laufender und zeitnaher Erfassung während des Tages
- Forschungsinstitut: GfK
- Feldzeit: in vier Wellen über 12 Monate
- Stichproben-Grösse: 6'000 Messtage (2'000 Personen)
- Universum: CH-Bevölkerung 15+

Publica Data AG, Mediapulse AG

**Mediapulse AG, SRG SSR,
WEMF AG**

Mediapulse AG

Forschungsgegenstand



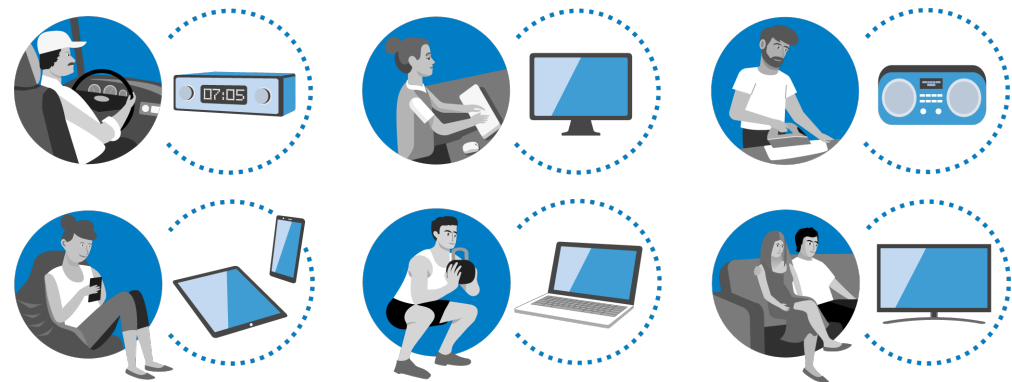
Time Use Study

Definition der Time Use Study

Die Mediapulse Time Use Study erfasst den Tagesablauf der Schweizer Bevölkerung und erlaubt die differenzierte Beschreibung in drei verschiedenen Dimensionen:

- Umfang und zeitliche Verteilung von Hauptaktivitäten wie Schlafen, Arbeiten, Essen, Einkaufen usw.;
- Umfang und zeitliche Verteilung von Medienaktivitäten;
- für die Medienaktivitäten verwendete Endgeräte.

Darüber hinaus liefert die TUS wichtige Informationen für die Weiterentwicklung der von Mediapulse verantworteten Forschung.



Kennwerte der TUS

Kennwert

Definition

Netto-Reichweite

Anzahl (in Tsd.) oder Prozentsatz der Personen einer Zielgruppe, die eine bestimmte Medientätigkeit (z.B. Schauen – Fernsehen live) mindestens ein Mal ausgeübt haben.

Nutzungsfrequenz

Häufigkeit mit der eine bestimmte Medientätigkeit ausgeübt wurde.

Dauer pro Person

Durchschnittliche Dauer einer Medientätigkeit in Bezug auf alle potenziellen Nutzer.

Dauer pro Nutzer

Durchschnittliche Dauer einer Medientätigkeit in Bezug auf alle tatsächlichen Nutzer.

Das methodische Design



Time Use Study

So funktioniert die TUS

Universum (2022)
7'205'000 CH-Bevölkerung
ab 15 Jahren

Stichprobe (2022/2023)
6'000 Messtage
(2'000 Personen)

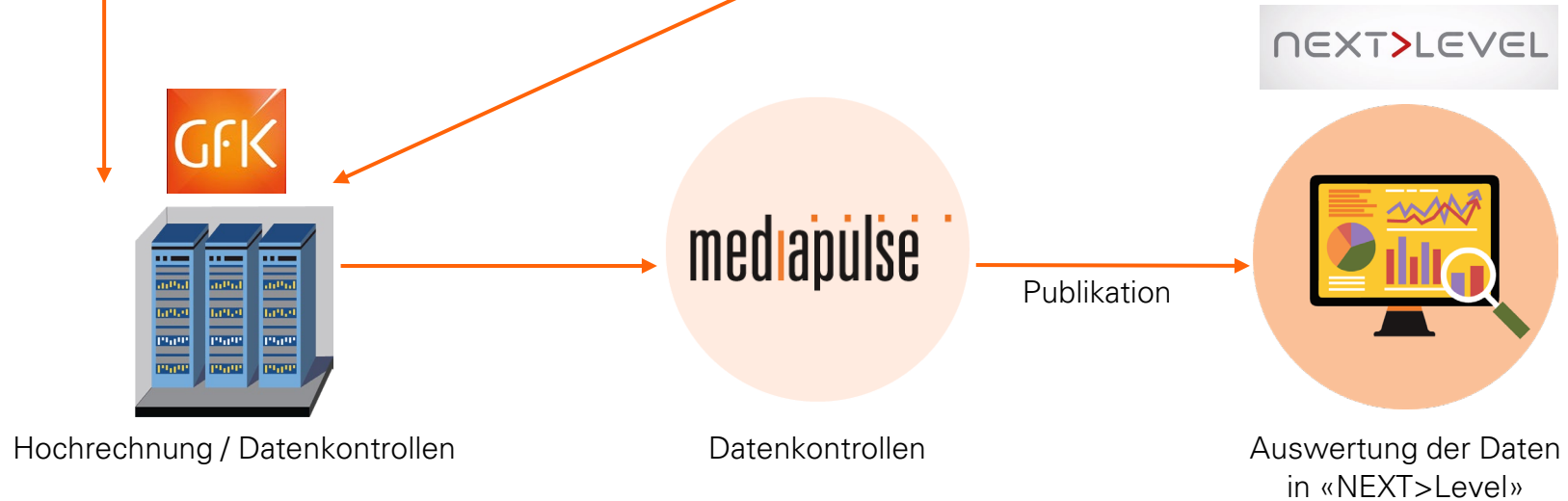
Befragung
E-Diary (CAWI)



Erhebung von Haupt- und Medientätigkeiten in Verknüpfung mit verwendeten Endgeräten und Kopfhörernutzung



Erhebung von Personen- & allg. Frequenzinformationen



Entwicklung der Erhebungsmethode



Face-to-Face-Interview (CAPI, ab 2007/2008)

GfK Schweiz - Medienforschung

Erinnern Sie sich daran, wo sie am **Samstag, 01.01.2022** waren und was Sie dabei getan haben. **Teilen Sie Ihren Tag in die entsprechenden Zeiträume auf.** Bitte tun Sie dies, bis der ganze Tag chronologisch erfasst wurde.

Ein Tag in diesem Fragebogen dauert jeweils **von 03:00 morgens bis 03:00 morgens.**

Für eine genauere Definition der einzelnen Tätigkeiten, klicken Sie bitte hier: [Informationen zu Tätigkeiten](#)

Tätigkeit	Von	Bis	Haben Sie während dieser Zeit Medien genutzt?
Schlafen zuhause	3:00	6:40	Nein
Freie Zeit zuhause	6:40	7:15	Nein
Körperpflege zuhause	7:15	7:30	Nein
Freie Zeit zuhause	7:30	7:50	Nein
Essen zuhause	7:50	8:25	Ja

Hören - Radiosender live

7:50 - 8:25

Hören - Radiosender zeitversetzt - Archiv oder Radio-Podcast

Hören - Audio, nicht von Radiosender - CD, MP3, andere Datenträger

Hören - Audio, nicht von Radiosender - Streaming

Hören - Audio, nicht von Radiosender - Podcast

Schauen - Fernsehen live

Schauen - Fernsehen zeitversetzt - ab Archiv, Replay-TV

Schauen - Video nicht von TV-Sender - DVD, BluRay, andere Datenträger

Schauen - Video nicht von TV-Sender - Streaming

Schauen - Video nicht von TV-Sender - Video-Podcast

Lesen - Zeitung

Lesen - Zeitschrift

Lesen - Buch

Lesen - Teletext

Online - News- und Senderportale - Video, Audio, Text

Online - Social Media - Facebook, Instagram, Twitter, etc.

Online - Surfen und Online-Shopping - Browser und Apps

Gamen

E-Diary (CAWI, ab 2022/2023)

Steckbrief der TUS (2022/2023)

Dimension

Eigenschaften

Erhebungsmethode

Befragung über ein E-Diary (CAWI)

Daten-Granularität

5-Minuten (lückenlose Eingabe im E-Diary in 5-Minuten-Blöcken)

Anzahl befragter Hauptaktivitäten

18 (z.B. Schlafen, Arbeiten, Einkaufen)

Anzahl befragter Medienaktivitäten

18 (z.B. Schauen – TV live)

Anzahl befragter Endgeräte

16 (z.B. Tablet-PC, Papier)

Zusätzliche Befragungselemente

Fragen zur Nutzung von Radio, TV, Zeitungen, Zeitschriften, Internet und Soziodemografie

Was befragt wird

Tagesablauf der Schweizer Bevölkerung: Umfang und zeitliche Verteilung von Haupt- und Medienaktivitäten, für Medienaktivitäten verwendete Endgeräte und Kopfhörernutzung

Steckbrief der TUS (2022/2023)

Dimension

Eigenschaften

Universum

CH-Bevölkerung ab 15 Jahren (2022: 7'205'000 Personen)

Stichprobengrösse

Mindestens 2'000 Personen mit 500 Individuen pro Welle (DS: 1'200 Personen; SR: 600 Personen; SI: 200 Personen), durch welche mit Ø 3 vollständig erfassten Tagen im E-Diary 6'000 Messtage resultieren

Quotenkriterien (Personenebene)

Quotierung nach Sprachregion (3, disproportional), WEMF-Regionen (5), Geschlecht (2) und Alter (5)

Gewichtungsvariablen (Personenebene)

Wochentage (7), Alter (5) und Geschlecht (2) gekreuzt, Bildung (2), Erwerbstätigkeit (4), Siedlungsart (2), WEMF-Regionen (5)

Rekrutierungsgrundlagen

Personenpool der Radioforschung (repräsentativer Pool an Panelisten); nur Personen mit Internetzugang (E-Diary ist onlinebasiert); nur Personen, die eine der drei Amtssprachen sprechen

Feldzeit

Durchführung in vier über zwölf Monate verteilten Wellen zur Abbildung eines Jahres, Durchführung im Zweijahresrhythmus

Produkte und Tool



Time Use Study

In der Auswertungssoftware «NEXT>Level» werden Daten bereitgestellt

NEXT>LEVEL

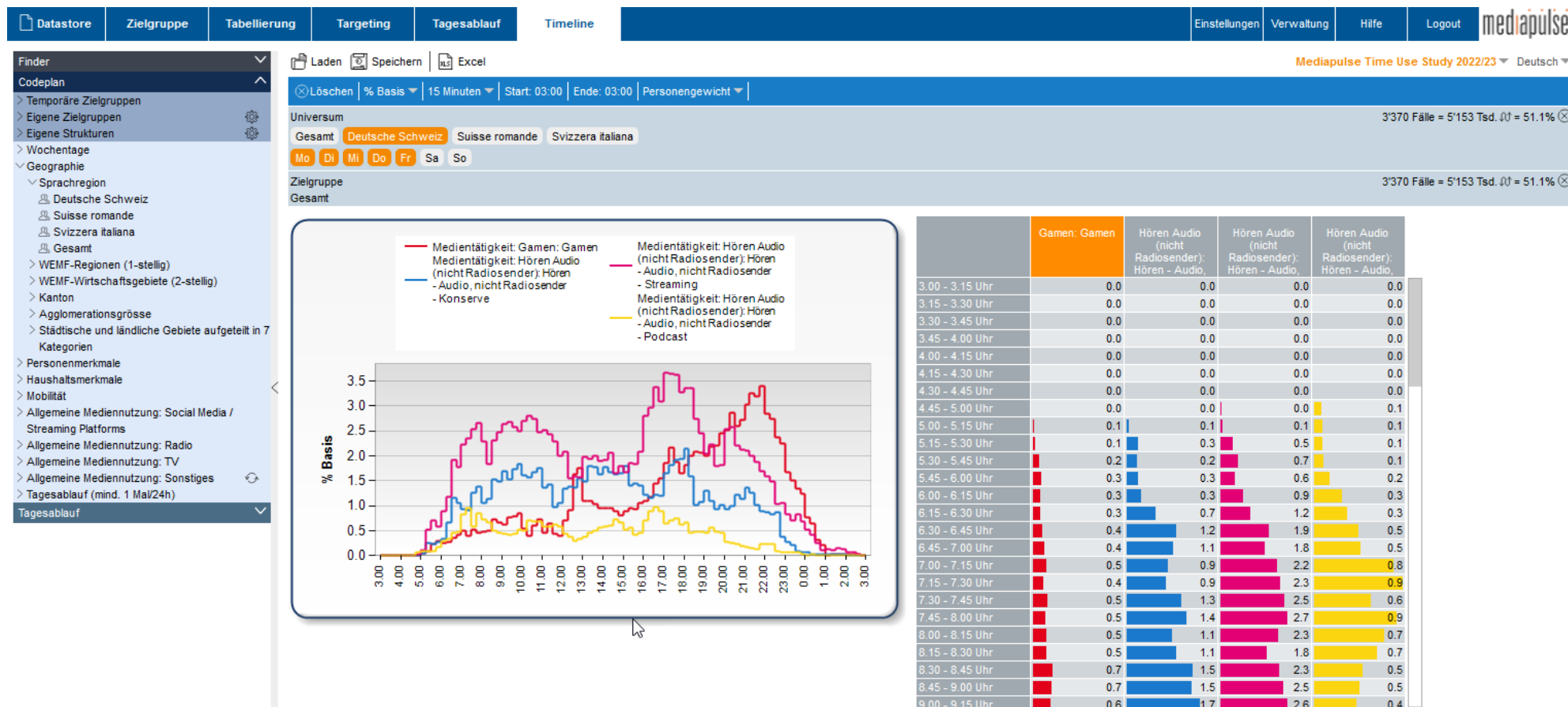


Wer bereits mit dem Datenportal NEXT>Level der WEMF AG vertraut ist, wird sich sofort heimisch fühlen. Das TUS-Auswertungstool bietet:

- Übersichtliche Anordnung der Auswertungsmodule: Tagesablauf, Timeline, Tabellierung, Targeting, Zielgruppe
- Webbasiert und plattformunabhängig
- Intuitiv bedienbar per Drag & Drop
- Auswertungen separat über alle Sprachregionen/Landesteile und gesamte Schweiz, Zeitabschnitte oder Wochentage
- Eigene Definitionen von Zeitabschnitten oder Zielgruppen
- Zielgruppenvergleiche, Kreuzungen
- Tabellarische oder grafische Aufbereitung der Daten
- Einfacher Export von Tabelle und Grafiken in Excel und Powerpoint
- Mehrsprachig (D / F)

In der Auswertungssoftware «NEXT>Level» werden Daten bereitgestellt

NEXT>LEVEL



Personen und Dienstleister



Time Use Study

GfK Switzerland



GfK Switzerland ist Teil der GfK-Gruppe. Seit über 89 Jahren beantwortet GfK seinen Kunden auf der ganzen Welt datenbasiert zentrale Fragen zu Konsumverhalten, Märkten und Mediennutzung. 2023 haben sich die Branchenführer GfK und NIQ zusammengeschlossen.

Die Time Use Study wurde für 2022/2023 in Zusammenarbeit mit GfK methodisch und inhaltlich neu aufgesetzt. Dabei basiert die Stichprobe auf dem Mediapulse Radiopanel, welches ebenfalls von GfK Switzerland im Auftrag von Mediapulse betrieben wird.

Mediapulse

Partner Relations Team



Kontakt:

Richard Blatter

Sr. Partner Relations Manager,
Marketing-Verantwortlicher für die Gattung TV
+41 58 356 47 60

richard.blatter@mediapulse.ch



Kontakt:

Vanessa Junod

Sr. Partner Relations Manager

+41 58 356 47 51

vanessa.junod@mediapulse.ch



MERCI

Fragen immer gerne: richard.blatter@mediapulse.ch

mediapulse