

Mediapulse Time Use Study

Methodischer Steckbrief

August 2023

AG für Medienforschung
SA pour la recherche sur les médias
SA per la ricerca sui media
SA per la perscrutaziun da las medias
Corporation for Media Research

Inhalt

1	Einleitung	3
2	Untersuchungsgegenstand	3
3	Universum	3
4	Methodendesign	3
5	Erhebungsbasis	4
5.1	Stichprobenrekrutierung	4
5.2	Stichprobengrösse und-struktur	4
5.3	Sicherung der Stichprobenqualität	4
5.4	Erhebungsmethode	4
5.5	Sicherung der Datenqualität	5
5.6	Datenverarbeitung	5
5.7	Sicherung der Datenverarbeitungsqualität	5
6	Datenfreigabe	5

1 Einleitung

Das folgende Dokument beschreibt das methodische Design für die Erhebung der Mediapulse Time Use Study (TUS), die seit 2007 durchgeführt wird. Im Jahr 2022 wurde die TUS in Zusammenarbeit mit der GfK als neuem Dienstleister methodisch neu aufgesetzt. Alle Angaben im folgenden Text beziehen sich auf die aktuelle Ausgabe der TUS.

Ziel des Dokuments ist eine allgemeinverständliche und nachvollziehbare Erläuterung der methodischen Grundlagen der TUS und des darauf aufbauenden Forschungsprozesses. Damit sollen die Datenanwendenden in die Lage versetzt werden, die Erhebung, die Verarbeitung und die Qualität der erhobenen Daten zu verstehen und zu beurteilen.

2 Untersuchungsgegenstand

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.

3 Universum

Das Universum der Time Use Study umfasst die Wohnbevölkerung der Schweiz im Alter ab 15 Jahren.

Um eine höchstmögliche Repräsentativität zu gewährleisten, wird das Universum an die neusten Zahlen des Bundesamts für Statistik angepasst.

4 Methodendesign

Das Forschungsdesign der TUS als bevölkerungsrepräsentative Befragung basiert auf den folgenden zwei zentralen Elementen:

- Rekrutierung und Befragung der in Privathaushalten der Schweiz wohnhaften Individuen ab 15 Jahren auf Basis des Radiopools;
- Erhebung der Tagesaktivitäten, der Medien- und Kopfhörernutzung sowie der Verwendung verschiedener Endgeräte über ein E-Diary (CAWI).

Die TUS wird jeweils in vier über zwölf Monate verteilten Wellen durchgeführt und bildet somit den Tagesablauf der Schweizer Bevölkerung über ein Jahr hinweg ab.

5 Erhebungsbasis

5.1 Stichprobenrekrutierung

Die Grundlage für die Rekrutierung der Teilnehmenden bildet der Radiopool von GfK. Dabei wird auf Individuen fokussiert, die zurzeit keine Messuhr tragen. Die Rekrutierung der Teilnehmenden erfolgt per E-Mail.

Um alle Wochentage gleichmässig abzubilden, erfolgt die Rekrutierung der Teilnehmenden gestaffelt.

5.2 Stichprobengrösse und-struktur

Die Stichprobe ist nach Sprachregion (disproportional), WEMF-Regionen (Suisse romande, Alpen und Voralpen, Westmittelland, Ostmittelland, Ticino) sowie Geschlecht und Alter (15–24, 25–34, 35–44, 45–59, 60+) quotiert.

Die Nettogrösse der Stichprobe umfasst rund 500 Individuen pro Welle. In einem vollständigen Zyklus (vier Wellen) umfasst die Stichprobe somit rund 2'000 Personen. Diese teilen sich wie folgt auf die drei Sprachregionen (Subpanels) auf:

- Deutsche Schweiz: 1'200 Personen
- Französische Schweiz: 600 Personen
- Italienische Schweiz: 200 Personen

Aus den 2'000 Personen ergeben sich schliesslich mit durchschnittlich drei vollständig erfassten Tagen im E-Diary rund 6'000 Messtage.

5.3 Sicherung der Stichprobenqualität

Zur Sicherung der Stichprobenqualität überprüft GfK während der Feldphase laufend die Ausschöpfung der Stichprobe. Dabei werden unter anderem die Nettogrösse der drei sprachregionalen Subpanels sowie die gleichmässige Aufteilung der erhobenen Messtage auf alle Wochentage kontrolliert.

Basierend auf der Ausschöpfung der vergangenen Wellen wird falls notwendig die Aussteuerung für die nächsten Wellen angepasst.

Mediapulse wird durch GfK sowohl während der Feldphasen als auch nach deren Abschluss über die Ausschöpfung sowie die Einhaltung der vereinbarten Nettogrösse informiert.

5.4 Erhebungsmethode

Die Erhebung der TUS erfolgt über ein E-Diary (CAWI). Dieses ermöglicht eine granulare und lückenlose Eingabe (5-Minuten-Blöcke) aller Tätigkeiten an vier aufeinanderfolgenden Tagen.

An jedem Morgen erhalten die Teilnehmenden früh über einen Link Zugang zum neuen Tag im E-Diary. Der vorherige Tag muss dabei bis zum nächsten Abend komplett ausgefüllt sein, was eine zeitnahe Eingabe gewährleistet.

Für jede Tätigkeit im Tagesverlauf muss von den Befragten im E-Diary angegeben werden, ob Medien genutzt wurden – sofern eine Mediennutzung während der betreffenden Aktivität möglich ist –, auf welchem Endgerät die Mediennutzung erfolgt ist und ob dabei mehrheitlich Kopfhörer verwendet wurden oder nicht. Dabei können im selben Zeitraum mehrere Medienaktivitäten erfasst werden, um eine mögliche Parallelnutzung zu berücksichtigen.

Das E-Diary kann sowohl über Desktop als auch Mobile ausgefüllt werden.

5.5 Sicherung der Datenqualität

GfK ist besorgt für eine hohe Compliance der Teilnehmenden. Um dies zu gewährleisten, werden die Teilnehmenden vor Beginn des ersten Tages im E-Diary korrekt instruiert. Falls gewünscht, steht hierzu ebenfalls ein Tutorial bereit, welches das Ausfüllen des E-Diary auf einfache und eingängige Art darlegt. Instruktionen im E-Diary sind ferner so kurz und deutlich wie möglich gehalten, um ein korrektes Ausfüllen und eine ausreichende Compliance zu gewährleisten.

Die Sicherung der Datenqualität erfolgt einerseits über die Programmierung und Struktur des E-Diary. Dieses erzwingt eine nahtlose Erfassung des Tages in 5-Minuten-Blöcken, verunmöglicht Eingaben zum vorherigen Tag nach Ablauf des nächsten Abends und unterbindet unplausible Angaben technisch (z.B. Mediennutzung während des Schlafens, Mediennutzung über fest installierte Geräte ausser Haus).

Andererseits werden von GfK im Auftrag von Mediapulse unterschiedliche automatisierte Qualitätskontrollen durchgeführt. Diese dienen der Überprüfung der Vollständigkeit aller Messtage. Nicht vollständige Messtage werden ausgeschlossen. Bei weniger als zwei vollständigen Messtagen derselben Person werden die entsprechenden Daten ebenfalls ausgeschlossen.

5.6 Datenverarbeitung

Die Daten der TUS werden nach erfolgter Qualitätsprüfung bereinigt, gewichtet, mit zusätzlichen Personenvariablen aus der Radioforschung angereichert und auf das TUS-Universum hochgerechnet.

Die Sollvorgaben für die Gewichtung werden im Rahmen der Berechnung des TUS-Universums festgelegt. Über die Gewichtungszellen und ihre Ausprägungen einigen sich Mediapulse und GfK gemeinsam.

Dabei werden trotz der gestaffelten Rekrutierung bestehende Unterschiede in der Anzahl Wochentage über die Gewichtung ausgeglichen. Weitere Gewichtungsdimensionen umfassen die Variablen Alter und Geschlecht (gekreuzt), Bildung (zweistufig), Erwerbstätigkeit (vierstufig), Siedlungsart (zweistufig) und WEMF-Regionen (fünfstufig). Die Disproportionalität der Sprachregionen in der Stichprobe wird über den Einbezug der WEMF-Regionen ausgeglichen.

5.7 Sicherung der Datenverarbeitungsqualität

Zur Überprüfung der Datenverarbeitung werden unterschiedliche manuelle Kontrollen durchgeführt.

Dabei wird erstens auf fortlaufende und vollständige Tage kontrolliert, zweitens werden mögliche Diskrepanzen der Anzahl Medienaktivitäten in den Rohdaten im Vergleich zum Datenoutput aufgedeckt, und drittens wird die Anzahl vollständiger Tage und Panelisten kontrolliert.

Falls notwendig werden nach erfolgter Qualitätsprüfung manuelle Korrekturen durchgeführt, um eine vollständige Korrektheit der Daten zu gewährleisten. Abschliessend werden zudem inhaltlich stark unplausible Messtage entfernt.

6 Datenfreigabe

Eine Datenfreigabe erfolgt nach vollständiger Durchführung der neusten vier Befragungswellen in einem von Mediapulse bereitgestellten Auswertungstool.

Das Tool erlaubt unter anderem Kreuzungen (z.B. Tagesaktivität x Medientätigkeit; Medientätigkeit x Kopfhörernutzung), separate oder gesamthafte Auswertungen über alle Sprachregionen/Landesteile sowie

Zeitabschnitte und Wochentage, eine eigene Definition von Zeitabschnitten und Zielgruppen sowie Zielgruppenvergleiche (soziodemografisch, mediennutzungstypologisch). Dabei ist das TUS-Auswertungstool in Deutsch und Französisch verfügbar.



Mediapulse AG

info@mediapulse.ch
+41 58 356 47 11

Weltpoststrasse 5
3015 Bern

Badenerstrasse 15
8004 Zürich