

Mediapulse Time Use Study

Basisinformationen



Oktober 2023

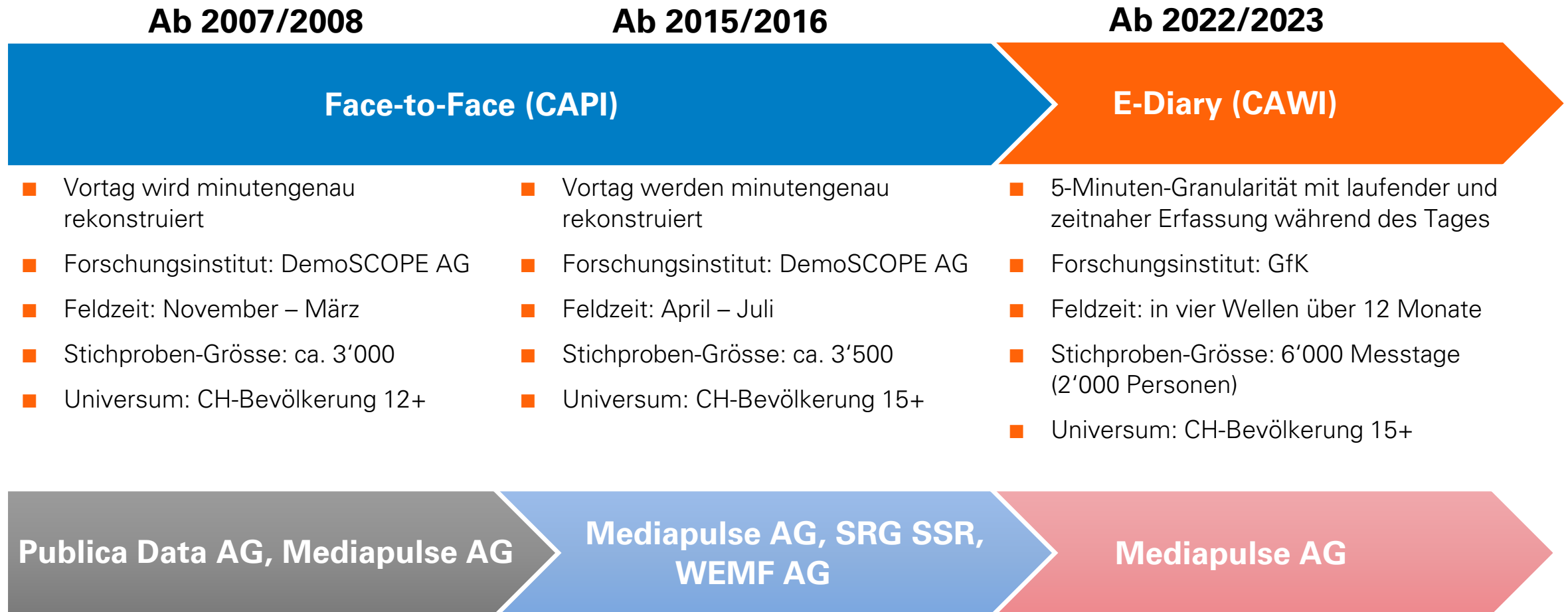
mediapulse

Geschichte



Time Use Study

Geschichte der Mediapulse Time Use Study



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



Hochrechnung / Datenkontrollen

med|apulse

Datenkontrollen

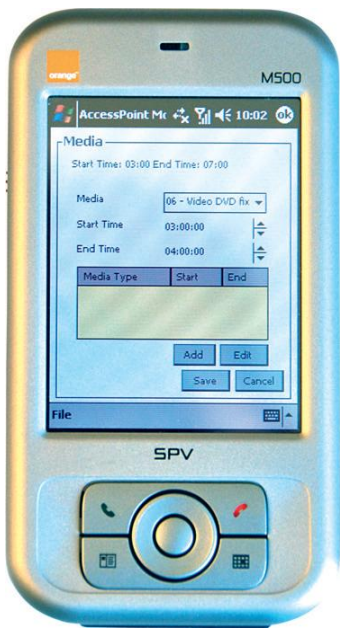
Publikation

NEXT>LEVEL



Auswertung der Daten
in «NEXT>Level»

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

Zeit hinzufügen

Hören – Radiosender zeitversetzt – Archiv oder Radio-Podcast

Zeit hinzufügen

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

Zeit hinzufügen

Hören – Audio, nicht von Radiosender – Streaming

Zeit hinzufügen

Hören – Audio, nicht von Radiosender – Podcast

Zeit hinzufügen

Schauen – Fernsehen live

Zeit hinzufügen

Schauen – Fernsehen zeitversetzt – ab Archiv, Replay-TV

Zeit hinzufügen

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

Zeit hinzufügen

Schauen – Video nicht von TV-Sender – Streaming

Zeit hinzufügen

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

Zeit hinzufügen

Lesen – Zeitung

Zeit hinzufügen

Lesen – Zeitschrift

Zeit hinzufügen

Lesen – Buch

Zeit hinzufügen

Lesen – Teletext

Zeit hinzufügen

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

Zeit hinzufügen

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

Zeit hinzufügen

Online – Surfen und Online-Shopping – Browser und Apps

Zeit hinzufügen

Gamen

Zeit hinzufügen

OK

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

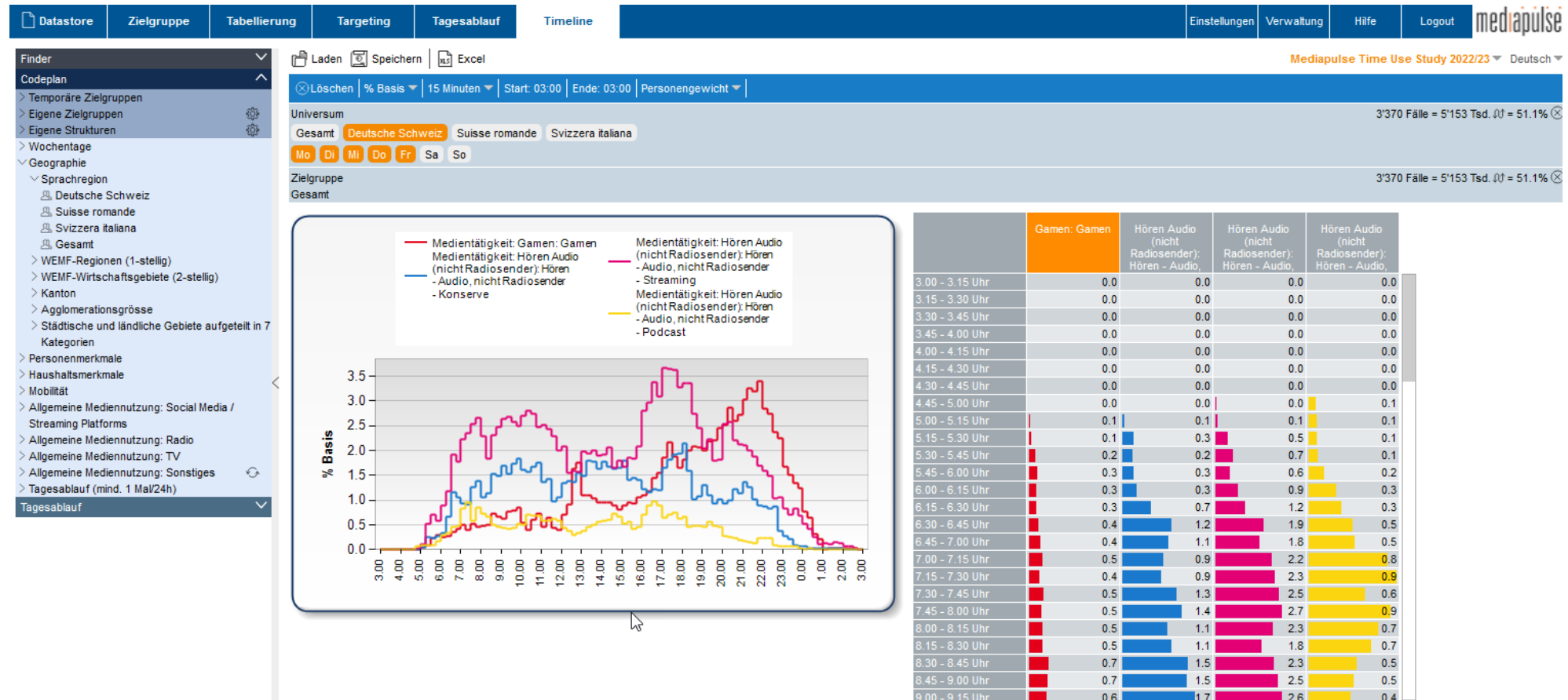


Wer bereits mit dem Datenportal NEXT>Level der WEMF AG vertraut ist, wird sich sofort heimisch fühlen. Das TUS-Auswertungstool bietet:

- 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



MERCI

Fragen immer gerne: richard.blatter@mediapulse.ch

mediapulse