

## Die Inhalte der KommTech-Studie 2006

### Überblick

Die Studie KommTech wurde 2006 bereits zum dritten Mal in Zusammenarbeit mit der IGEM (Interessengemeinschaft elektronische Medien) durchgeführt. Sie dokumentiert die weiter fortschreitende Digitalisierung der Kommunikations- und Unterhaltungstechnologie in der Schweizer Bevölkerung ab 15 Jahren. Die Erhebung umfasst ca. 2'500 computer-unterstützte Telefoninterviews (CATI) auf die drei Schweizer Sprachregionen verteilt. Die Studie liefert Informationen zu folgenden Themenbereichen:

### Bildmedien

- Besitz und Ausstattung von Fernsehgeräten
- Einrichtungen für den Fernsehempfang
- Generelle Fernsehnutzung (Häufigkeit / Ort)
- Wiedergabe- und Aufzeichnungsmöglichkeiten Filme oder TV-Sendungen
- Nutzung Videos/DVDs
- Besitz und Nutzung von Videospielen via TV / Marken der genutzten Videokonsolen
- Besitz und Art von Fotoapparaten und Videokameras

### Tonmedien

- Einrichtungen für den Radioempfang
- Empfangswege Radio
- Generelle Radionutzung (Häufigkeit / Ort)
- Radionutzung via Internet / via Kopfhörer
- Wiedergabe- und Aufzeichnungsmöglichkeiten Musik oder Radiosendungen

### Computer

- Besitz und Art von Computern
- Besitz von Organismen
- Betriebssystem Computer

### Internet

- Zugangsmöglichkeiten und Zugangstechnik zum Internet
- Internetprovider / Internetbrowser
- Nutzungshäufigkeit und -ort Internet (zu Hause, am Arbeitsplatz, anderswo)
- Nutzungszwecke Internet zu Hause und am Arbeitsplatz
- Einkauf via Internet und Art der Bezahlung

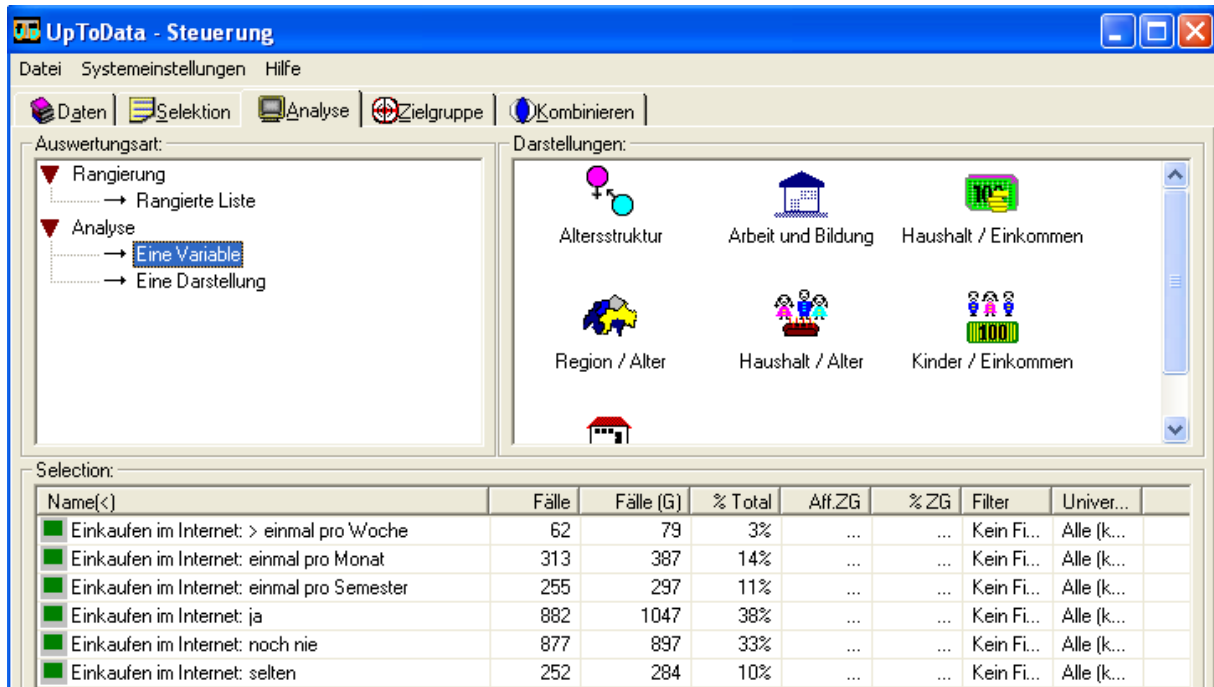
### Telefon

- Provider, Technik und Anzahl von Festnetzanschlüssen
- Anzahl von Mobiltelefonen
- Nutzungszwecke Mobiltelefon, SMS und MMS
- Nutzungshäufigkeit SMS und MMS
- Provider, Ausstattung und Marke Mobiltelefon

Ausserdem geben einige Fragen über das generelle Informationsverhalten Auskunft.

Die Daten der Studie KommTech werden im Auswertungstool uptodata geliefert, welches einfache Auswertungen nach massgeschneiderten Zielgruppen ermöglicht. Schulung und Support sind im Studienpreis inbegriffen. Die Studie oder Teile daraus kann auch als Grafik-Report bezogen werden.

Screenshots des Auswertungstools:



**UpToData - Steuerung**

Datei Systemeinstellungen Hilfe

Daten Selektion Analyse Zielgruppe Kombinieren

Auswertungsart:

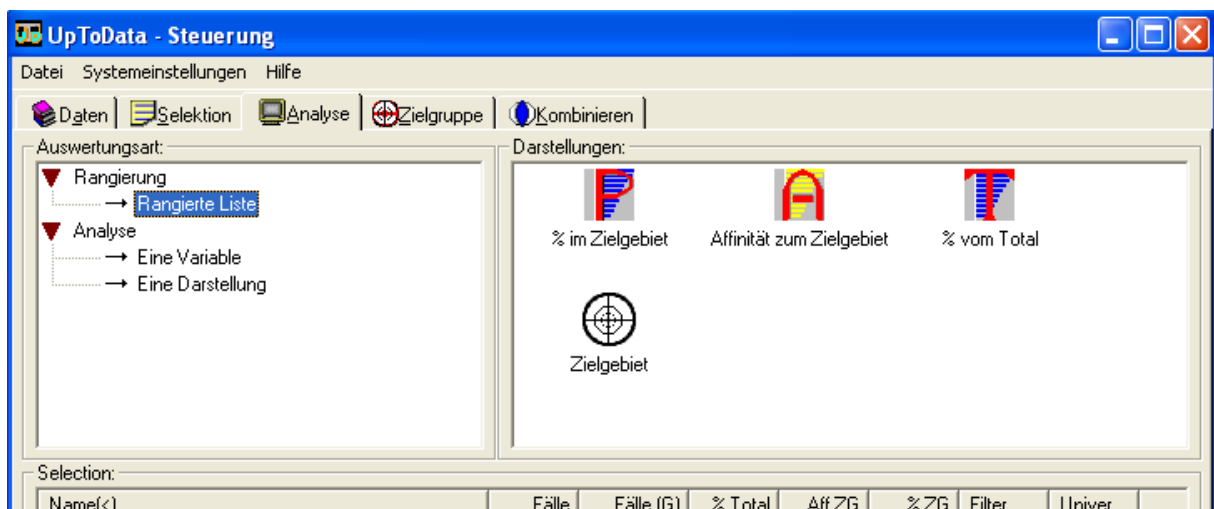
- Rangierung
  - Rangierte Liste
- Analyse
  - Eine Variable**
  - Eine Darstellung

Darstellungen:

- Altersstruktur
- Arbeit und Bildung
- Haushalt / Einkommen
- Region / Alter
- Haushalt / Alter
- Kinder / Einkommen

Selection:

Name(<)	Fälle	Fälle (G)	% Total	Aff.ZG	% ZG	Filter	Univer...
Einkaufen im Internet: > einmal pro Woche	62	79	3%	...	...	Kein Fi...	Alle (k...
Einkaufen im Internet: einmal pro Monat	313	387	14%	...	...	Kein Fi...	Alle (k...
Einkaufen im Internet: einmal pro Semester	255	297	11%	...	...	Kein Fi...	Alle (k...
Einkaufen im Internet: ja	882	1047	38%	...	...	Kein Fi...	Alle (k...
Einkaufen im Internet: noch nie	877	897	33%	...	...	Kein Fi...	Alle (k...
Einkaufen im Internet: selten	252	284	10%	...	...	Kein Fi...	Alle (k...



**UpToData - Steuerung**

Datei Systemeinstellungen Hilfe

Daten Selektion Analyse Zielgruppe Kombinieren

Auswertungsart:

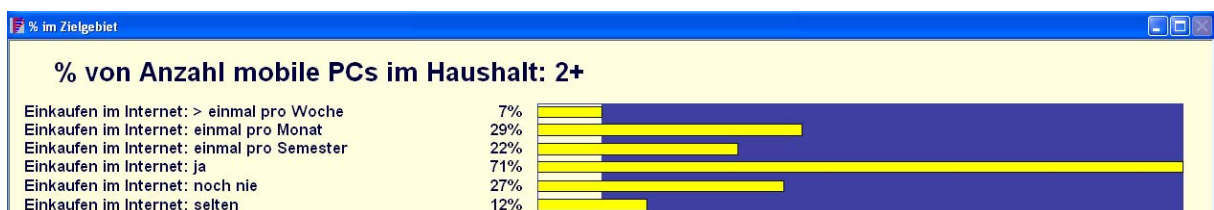
- Rangierung
  - Rangierte Liste**
- Analyse
  - Eine Variable
  - Eine Darstellung

Darstellungen:

- % im Zielgebiet
- Affinität zum Zielgebiet
- % vom Total
- Zielgebiet

Selection:

Name(<)	Fälle	Fälle (G)	% Total	Aff.ZG	% ZG	Filter	Univer...
---------	-------	-----------	---------	--------	------	--------	-----------



#### Kontakt:

Corinne Baltzer, Leiterin New Media Research / Kommunikation

T +41 (0)44 420 17 64

F +41 (0)44 420 17 90

<mailto:corinne.baltzer@publicadata.ch>

<http://www.publicadata.ch/>