

Neuerungen im TV-Panel der *Mediapulse* ab 1.1.2010

November 2009

Management Summary



Grundsatz: **Daten** vor und nach 1.1.2010 sind **nicht vergleichbar** (Seite 3). **Tagesgewichtung** ermöglicht gleichmässigeren Kompensierung von ausgefallenen Panel-Daten als das alte Ersetzungsverfahren (Seite 4). Die **Gewichtung** berücksichtigt neue Altersklassen, welche insbesondere die Zielgruppen 15-49 und 15-59 besser abbilden (Seite 7). **Universen** werden fortan jährlich fortgeschrieben und angepasst (Seite 8). Zudem wird die **Stichprobe** (Anzahl Haushalte im Panel) ab Januar 2010 leicht vergrössert, damit alle 13 vom Bakom vorgegebenen Konzessionsgebiete ausgewiesen werden können (Seite 9). Weiter gilt in Anlehnung an internationale Standards die **TXT-Nutzung** neu auch als TV-Nutzung und Gäste erhalten neu das Gewicht des gastgebenden Haushaltes (Seite 10).

Weitere **Auswirkungen** der Umstellungen insbesondere **für Programmveranstalter** und die **Werbebranche** werden auf den Seiten 11 und 12 beschrieben.

Grundsatz



- Die Umstellungen im TV-Panel führen dazu, dass Zahlen ab dem 1.1.2010 mit TV-Daten davor nicht direkt verglichen werden können
- hat sich z.B. der Marktanteil eines Senders von 2009 auf 2010 verändert, kann nicht entschieden werden, welcher Anteil dieser Veränderung in den Sehgewohnheiten des Publikums liegt und welcher Anteil auf die Änderungen in der Forschungs-Systematik zurückzuführen ist

Tagesgewichtung



Daten von Panel-Haushalten, welche ausnahmsweise ausfallen, werden wie folgt kompensiert:

- Ersetzungsverfahren bis 31.12.2009
„ähnlichster Haushalt in derselben Empfangsregion wird doppelt gezählt“
 - Tagesgewichtung ab 1.1.2010
„für einen ausfallenden Haushalt fallen alle ähnlichen Haushalte und Personen etwas stärker ins Gewicht“
- dadurch wird Realität besser abgebildet, weil Ausfälle gleichmässiger kompensiert werden

Ersetzungsverfahren bis Ende 2009



Ersetzungskriterien:

- Region
 - TV-Antennenanlage
 - Video-Haushaltungen
 - Haushaltsgrösse
 - Haushalt mit/ohne Kind/er
 - WEMF-Wirtschaftsgebiet
- sozio-demographische Personenkriterien, wie z.B. Alter oder Geschlecht finden **keine** Berücksichtigung
- Ein Haushalt, der in der DS ausfällt, wird zwingend durch einen anderen Haushalt in der DS gemäss obiger Kriterien ersetzt

Tagesgewichtung ab 2010



Gewichtungskriterien:

- Haushaltmerkmale
 - Haushaltsgrösse/Haushalt mit Kind
 - Geographie
 - Personenmerkmale
 - Altersgruppen/Geschlecht
 - Haushaltsführende Person / Haushaltsgrösse
 - Geographie
- Soziodemographische Kriterien, wie z.B. Alter oder Geschlecht finden Berücksichtigung
- Ausfallende Haushalte werde nicht mehr ersetzt, sondern verbleibende Haushalte/Personen werden täglich gewichtet

Gewichtung



- Verschiedene Faktoren (Haushaltsgrösse, Alter, Geschlecht) beeinflussen die Gewichtung. Bis 31.12.2009 basiert die Gewichtung bezüglich Alter auf folgenden Stufen:

3-14 / 15-24 / 25-44 / 45-64 / 65+ (Total 5)

- Ab 1.1.2010 wird die Alters-Gewichtung nach folgenden Stufen erfolgen:

3-14 / 15-29 / 30-39 / 40-49 / 50-59 / 60+ (Total 6)

→ die zusätzliche Altersklasse wird es erlauben, die häufig für die Werbung verwendeten Zielgruppen 15-49 und 15-59 bezüglich Gewichtung genauer abzubilden

Universen



- fixierte Universen bis 31.12.2009
 - Ab 1.1.2010 fortgeschriebenes Universum, basierend auf ESPOP vom Bundesamt für Statistik auf dem Vor-Vorjahr (z.B. für 2010 ESPOP 2008)
- Universen werden in Anlehnung an international geltende Standards fortan jährlich fortgeschrieben. Dies bedeutet, dass die Universen so aktuell wie möglich gehalten werden.

Neue Stichprobe



- Stichprobe bis 31.12.2009 basierte auf den Sprachregionen
 - Neue Stichprobe ab 1.1.2010 basiert auf den 13 Konzessionsgebieten in der Suisse Romande, Svizzera italiana und der Deutschen Schweiz. Diese müssen neu in die Stichprobe integriert werden
 - Stichprobe von heute 1870 Haushalte wird um 48 Haushalte erweitert
- Ziel ist es, alle TV Konzessionsgebiete gemäss Bakom abbilden zu können

Teletext-Nutzung / Gäste



- Teletext-Nutzung fließt bis 31.12.2009 nicht in die TV-Nutzung
- Ab 1.1.2010 wird Teletext-Nutzung in Anlehnung an internationale Standards als TV-Nutzung gerechnet, basierend auf dem Sender, von dem aus die Teletext-Seite aufgerufen wird
- Gäste erhalten das Gewicht des gastgebenden Haushaltes

für Programmveranstalter und Werbebranche (1)



- Auch bei der Tagesgewichtung werden ab dem 1.1.2010 die Universen für die gewichteten Merkmale auf ein Jahr fixiert
- Nicht gewichtete Merkmale/Zielgruppen variieren in ihrer Grösse nicht mehr von Monat zu Monat, sondern täglich. Allerdings sind die täglichen Unterschiede kleiner als die teilweise grösseren Änderungen von Monat zu Monat im alten System
- Auf dem Titelblatt der TC-Auswertungen werden nicht mehr die Zielgruppen-Grössen des Monats des letzten Auswertungstages ausgewiesen, sondern ein Durchschnitt sämtlicher Tages-Universen der Auswertung
- Haushalte und Personen erhalten nicht mehr je nach KG oder Sprachregion unterschiedliche Gewichte, sondern ein Einheitsgewicht
- Die Stichprobe basiert auf den 13 Konzessions-Gebieten (Die Quoten werden auf den Elementarzonen gesetzt, welche aus Sprachregionen und Konzessionsgebieten inkl. Überschneidungen gebildet werden)

für Programmveranstalter und Werbebranche (2)



- Die bisherigen TC-Tools (NewMedia Reporter, Post, Eval, Ranking, Angebotsverwaltung für die Vermarkter) funktionieren von der Logik her wie bis anhin
- Werbe-Angebote mit hinterlegten Leistungsdaten für das Jahr 2010 werden auf Daten aus dem Jahr 2009 berechnet, welche auf dem gleichen Verfahren (Tagesgewichtung, etc.) wie ab dem 1.1.2010 beruhen
- Weil die Stichprobe neu täglich gewichtet wird, fällt die konstante Stichprobe weg
- Die Berechnung von Kumulationswerten (z.B. kumuliertes Rating) basiert auf Teilnahmegewicht und nicht mehr auf konstanter Stichprobe. Das heisst, es werden nicht mehr nur diejenigen Haushalte/Personen berücksichtigt, welche über den ganzen Betrachtungshorizont im Panel waren. Neu werden sämtliche Haushalte/Personen berücksichtigt, welche im Auswertungszeitraum zumindest einen Tag im Panel waren. Es findet eine Gewichtung aufgrund der Teilnahme statt. Ein Teilnehmer, der über die ganze Periode hinweg Daten geliefert hat, wird stärker berücksichtigt, als ein Teilnehmer, der nur an einem Tag der Auswertung aktiv im Panel teilgenommen hat

Weitere Fragen, weitere Unterlagen



- Für zusätzliche Informationen bezüglich Neuerungen im TV-Panel der Mediapulse, steht die Publica Data AG jederzeit zur Verfügung:

Kontakt

Richard Blatter

Stellv. Geschäftsleiter / Leiter Account Management

Dufourstr. 65, 8702 Zollikon, 044 420 17 91

richard.blatter@publicadata.ch