

PANEL MEMBER INFO

Liebe Leserin, lieber Leser

Es freut uns sehr Ihnen in diesem Newsletter erstmals unser neues Logo präsentieren zu können. Wir heissen zwar weiterhin Kantar Switzerland AG, doch das Logo wurde um den Fachbereich ergänzt: KANTAR MEDIA.

Veränderungen, Anpassungen, Aktualisierungen gehören zum Alltag dazu. Manchmal schleichen sich diese in unser Leben ein, ohne bewusst bemerkt zu werden. Um nichts dem Zufall zu überlassen, gibt es hierfür die bewährte Methode der regelmässigen Nachkontrolle. Egal ob periodische Checks zur Gesundheitsvorsorge oder Service-Überprüfungen des privaten Fahrzeugs vor dem grossen Urlaub: Allen gemeinsam sind immer die gleichen Kontrollfragen und -analysen.

Im Frühling haben wir Sie zu unserer «Nachbefragung» eingeladen. Diese Befragung führen wir alle zwei Jahre durch, um die Daten stets aktuell zu halten und die Qualität positiv zu fördern. Eine hohe Datenqualität ist Grundlage für unsere Erhebung der Schweizer Mediennutzung im Auftrag des Bundes.

Fehlende Informationen, doppelt oder falsch erfasste Daten verschlechtern hingegen die Datenqualität, was dazu führen kann, dass beispielsweise unsere Techniker vor der falschen Adresse stehen oder die Kontaktaufnahme durch unsere Panel Administratoren erschwert wird. Deswegen ist es für uns massgebend, dass alle Daten korrekt sind.

In der vorliegenden Ausgabe des Newsletters möchten wir Ihnen einen facettenreichen Einblick in unsere Studie geben und aufzeigen, weshalb die regelmässige Aktualisierung der Informationen Ihres Haushalts wichtig ist. Inwiefern die Angaben zur aktuellen Bildungsstufe, zur Besitzvielfalt der Fahrzeuge und zur Anzahl der Haustiere nicht nur einen Einfluss auf die Datenqualität, sondern auch auf die Interpretation der Nutzungsdaten haben können, erklären wir Ihnen gerne auf den nächsten Seiten.

Nun möchten wir Ihnen mit dem wohltuenden Gefühl der Abendsonnenstrahlen einen erholsamen und schönen Sommer wünschen! Herzlichen Dank für Ihr Vertrauen in unsere Studie und für Ihre Teilnahme am Mediapulse Media Panel.

Ihr Kantar-Team



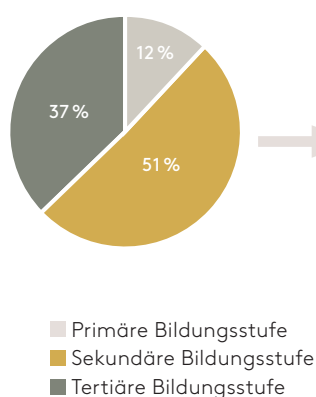
DIE ERFASSUNG PERSONENBEZOGENER DATEN

Die Teilnahme am Mediapulse Media Panel bedingt, dass Sie uns Angaben zu Ihrem Haushalt und Ihren Interessen übermitteln. Nachfolgend möchten wir Ihnen transparent drei Gründe für die ständige Aktualisierung der personenbezogenen Daten und der Geräte-Informationen aufzeigen.

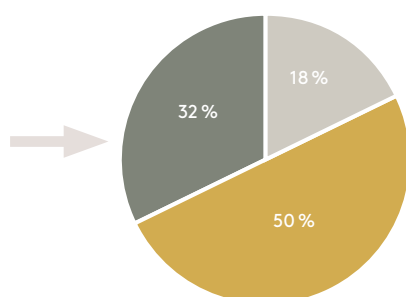
a.) Repräsentativität des Panels

Die demografischen Angaben (wie z. B. Alter, Geschlecht etc.), die wir von Ihnen erheben, dienen dem direkten Vergleich mit den vom Bund erhobenen Bevölkerungszahlen und zeigen somit, ob die Teilnehmenden der Studie die Schweizer Bevölkerung richtig repräsentieren. Eine Studie ist dann repräsentativ, wenn die Zusammensetzung der Teilnehmenden ein Abbild der Schweizer Grundgesamtheit darstellt. Ein guter Indikator für die Repräsentativität ist beispielsweise das Abbild der höchsten abgeschlossenen Bildungsstufe der einzelnen Studienteilnehmenden. Wie in der Schweizer Bevölkerung, als auch in unserem Panel ist die sekundäre Bildungsstufe die am meisten abgeschlossene. Die von uns erhobenen Paneldaten passen wir durch eine statistische Gewichtungsmethode den Schweizer Bevölkerungszahlen an (vgl. Grafik 1).

nicht gewichtete
Paneldaten



gewichtete
Paneldaten

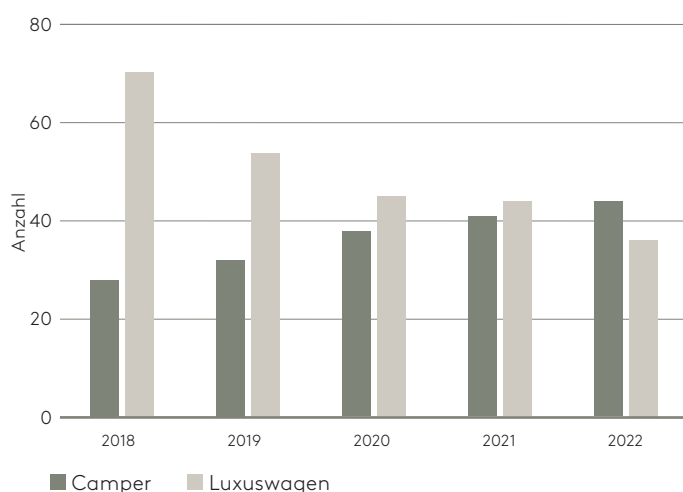


Grafik 1, Quelle: Mediapulse Online Content Audience Data, Basis: Schweiz, Personen 3+, Ausbildung – abgeschlossen, All TV-Plattformen, Overnight+7 (Total TV), Stand: Mai 2023

b.) Verteilung der Zielgruppen und Interpretation der Nutzungszahlen

Um die Nutzungszahlen inhaltlich interpretieren zu können, sind unter anderem Informationen zu den gesellschaftlichen Interessen bedeutend. Dadurch können Medienhäuser und Werbemacher zielgerichtet ihr Angebot für Sie verbessern. Die Kategorisierung der Zielgruppen ist relevant für die Identifizierung des Marktpotenzials sowie zur Verbesserung des Marketings. Indem die demografischen Daten mit Ihren personenbezogenen Angaben (wie u.a. gesellschaftliche Interessen) kombiniert werden, kann ermittelt werden, welche Altersgruppe mit welchen Interessen zu welcher Uhrzeit einen bestimmten Fernsehsender schaut.

Auch Trends machen sich im Panel bemerkbar: In den letzten Jahren wuchs das gesellschaftliche Interesse an Camping-Ferien. So steigt seit 2018 kontinuierlich die Anzahl Camper im Panel, wohingegen die Anzahl Luxuswagen eher sinkt (vgl. Grafik 2). In diesem Zusammenhang könnte die Interpretation der Mediennutzung zu den sich verändernden Besitzgütern und Interessen neue Erkenntnisse bringen.



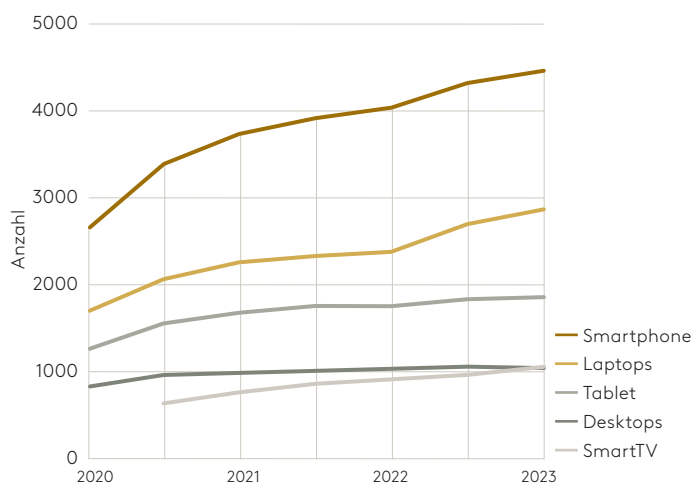
Grafik 2, Quelle: Mediapulse Online Content Audience Data, Basis: Schweiz, Personen 3+, Total Haushalte Besitz Camper resp. Luxuswagen, All TV-Plattformen, Overnight+7 (Total TV), 2018–2022

c.) Entwicklung der Geräteverteilung

Unser Panelteam kontaktiert Sie ab und zu, weil unser Online-Messgerät, der Focal Meter, unserem System noch unbekannte Smartphones, Laptops oder Tablets etc. meldet. Die Mediennutzung von nicht zugeordneten Geräten in Ihrem Haushalt geht für unsere Studie verloren und sorgt damit für eine schlechte Datenqualität. Für die vollständige Erhebung der Mediennutzung ist es deshalb wichtig, stets die aktuelle Geräteverteilung sowie den Nutzer oder die Nutzerin der jeweiligen Geräte in Ihrem Haushalt zu kennen.

In den letzten drei Jahren ist die Anzahl der Smartphones im Mediapulse Media Panel deutlich gestiegen (vgl. Grafik 3). Teilweise verändert sich jedoch nicht nur die Anzahl, sondern das alte Handy wird mit einem neuen ersetzt oder es wechselt innerhalb des eigenen Haushalts den Besitzer oder die Besitzerin. Um die richtige Datenerfassung und -analyse zu gewährleisten, müssen unsere Panel Administratoren über diese Art von Veränderungen Bescheid wissen.

Selbst wenn sich in der Zwischenzeit nichts in Ihrem Haushalt verändert hat, ist eine Bestätigung anhand der Nachbefragung oder durch ein Telefonat wichtig. Wir bedanken uns herzlich dafür, dass Sie uns aktiv dabei unterstützen, Ihre Angaben aktuell zu halten.



Grafik 3, Quelle: Mediapulse Online Content Audience Data, Basis: Schweiz, Personen 3+, All Devices, All TV-Plattformen, 2020–2023

Zum Schluss ein kleines Geschenk an die Umwelt: Weil sie uns am Herzen liegt, möchten wir Ihnen künftig den Newsletter per E-Mail zusenden. Sollten Sie dennoch unseren Newsletter weiterhin per Post erhalten wollen, können Sie sich gerne bei uns melden. Auch planen wir in naher Zukunft die Gutschein-Karten von Coop bzw. Migros in einer digitalen Form anzubieten. Wir werden Sie zeitnah darüber informieren.

Bei Fragen oder anderen Anliegen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung. Sie erreichen uns telefonisch unter 0800 55 11 22 oder per E-Mail an panel@kantarc.ch.

BITTE DENKEN SIE DARAN!

- › Bitte denken Sie immer daran, auch wenn Sie nur kurz fernsehen, **alle** Personen, die im Raum sind und fernsehen, über die Fernbedienung anzumelden.
- › Falls Sie in die Ferien fahren, drücken Sie bitte die **Ferien-Taste** auf der Fernbedienung und bestätigen Sie dies per Knopfdruck. Nehmen Sie Ihre Messgeräte für TV- und Online-Erfassung während den Ferien aber **nicht** vom Strom.
- › Denken Sie daran, uns **Änderungen in Ihrem Haushalt** in Bezug auf Personen oder Geräte (TV, Smartphones, Laptop, Tablets etc.) **mitzuteilen**. Wichtig ist es auch, dass Sie uns mitteilen, wenn Sie ein Online-Gerät an ein anderes Haushaltsmitglied weitergeben.
- › Vergewissern Sie sich, dass Sie zuhause mit Ihrem Smartphone/Laptop/Tablet in Ihrem WiFi- bzw. WLAN-Netz eingeloggt sind. Nur so kann Ihre Online-Nutzung korrekt erfasst werden.

Die glücklichen Gewinnerinnen unserer Sommer-Verlosung:

Wir führen zweimal jährlich eine grosse Verlosung durch! Im Rahmen dieser Verlosungen gewinnen jeweils drei Glückspilze je CHF 500.– in Form von Coop- oder Migros-Gutscheinen.

Ganz herzliche Gratulation an die Gewinnerinnen der Sommer-Verlosung 2023:

Sandra A., Patricia S. und Fabienne F.

WIR STELLEN UNS VOR:



Demime Abduli war drei Jahre Panel-Administratorin bei Kantar bevor sie 2019 zum QC-Team gewechselt hat. Vor 2016 war sie als Sachbearbeiterin in verschiedenen Firmen tätig.

Reto Leibundgut hat im Jahr 2016 nach seinem Studium in Geschichte und Politikwissenschaften die Tätigkeit als Quality Controller bei Kantar begonnen.

Julia Da Silva hat 2021 das QC-Team ergänzt. Zuvor hatte sie viel Kontakt zu den Panel-Teilnehmenden in der Rolle als Panel-Administratorin.

Demime Abduli, Reto Leibundgut und Julia Da Silva; Quality Controller

Was sind die Aufgaben des Quality Control-Teams?

Das sogenannte QC-Team ist verantwortlich für alle Qualitätskontrollen, welche das Panel betreffen. Es gibt insgesamt 35 Checks, welche täglich durchgeführt werden müssen. Acht weitere Kontrollprüfungen werden alle 14 Tage und zwei zusätzliche werden monatlich ausgeführt. Zusätzlich zu den regelmässigen Checks behebt das QC-Team kontinuierlich Fehlermeldungen und verteilt die daraus resultierenden Aufgaben an die entsprechenden Personen. Hierbei kommen verschiedene Systeme und Datenbanken zum Einsatz.

Das QC-Team vermittelt zwischen den Panel Administratoren, welche telefonischen Kontakt zu den Studienteilnehmenden haben, und den Technikern, welche direkten Kontakt zum Haushalt haben. Wie koordinieren Sie die Kommunikation zwischen den beiden Teams?

Bei Fragen oder Problemen sind wir die erste Kontaktstelle für die beiden Teams. Wir sammeln die Anliegen und leiten die Aufträge an die zuständige Person weiter. Um Missverständnisse zu vermeiden, formulieren wir die Anweisungen möglichst detailreich und verwenden wiederkehrende innerbetriebliche Schlagworte, sodass die Mitarbeitenden effizient über die Sachlage informiert sind und zugleich wissen, wie sie weiter vorgehen müssen.

Die Studienteilnehmenden erhalten alle zwei Jahren eine Nachbefragung zur Aktualisierung der personenbezogenen Daten. Was passiert mit dem Fragebogen, wenn er ausgefüllt zu Kantar zurückgesendet wird?

Die bei Kantar eintreffenden Papierfragebogen werden maschinell eingescannt. Die online ausgefüllten Fragebogen werden hingegen direkt in das System eingepflegt. Anschliessend prüft das QC-Team allfällige Änderungen. Wenn diese plausibel sind, übernimmt das QC-Team die Anpassungen direkt im System. Ist hingegen fälschlicherweise in einem Fragebogen angegeben worden, dass beispielsweise ein Kind ein Cabriolet fährt, leitet das QC-Team diese Unstimmigkeit der zuständigen Panel-Administration zur Abklärung weiter.

Bei einer solch grossen Nationalstudie sind enorm viele Daten involviert. Wie behalten Sie den Überblick über die Daten und wie entdecken Sie Fehler in der Datenerfassung?

Wir arbeiten mit Codierungssystemen und Datenbanken, welche die Erfassung, Pflege und Analyse der Daten ermöglichen. Dank einer klaren Aufgabenverteilung innerhalb des Teams und den routinierten Checks können wir eine hohe Datenqualität gewährleisten. Bei kritischen Gegebenheiten handeln wir nach dem Vier-Augen-Prinzip. Grundsätzlich trägt jedoch jede und jeder im Team eine hohe Eigenverantwortung, die Daten stets richtig zu erfassen und zu bearbeiten.