



## NATIONALE RADIOFORSCHUNG MACHEN SIE MIT!

**Herzlichen Dank, dass Sie sich bereit erklärt haben, bei der nationalen Radio-Erhebung mitzumachen!**

**Wir führen diese im Auftrag der Mediapulse Stiftung durch. Die Stiftung hat einen entsprechenden Auftrag durch das Bundesgesetz für Radio und Fernsehen (RTVG). Gemeinsam mit Ihnen arbeiten wir daran, dass die Radioprogramme in der Schweiz noch besser werden – und das spielen, was die Hörer sich wünschen!**

### **Wieso wir Sie kennen lernen möchten**

Wir wollen herausfinden, wie die Bevölkerung in der Schweiz das Radio «nutzt». Für die nationale Radioforschung erfassen wir jährlich von über 13'000 Personen, wann sie Radio hören, welche Programme sie hören und vieles mehr. Diese Erhebungen müssen repräsentativ sein. Sie wurden zufällig aus der gesamten Bevölkerung ausgewählt, um an der nationalen Radioforschung teilzunehmen.

# IHRE TEILNAHME

## Das Wichtigste der Radioforschung in Kürze

Sie bestimmen.



### Uhr

Sie wählen zwischen einer digitalen Uhr mit wechselbarem Zifferblatt oder zwei klassischen Modellen aus und bestimmen, welches Armband Sie dazu möchten.



### Flexible Tragedauer

Sie wählen, wie lange Sie die Uhr tragen möchten: 1 Monat, 3 oder 6 Monate am Stück. Wir versuchen, Ihre Wahl zu berücksichtigen. Nach einer Pause von etwa 6 Monaten fragen wir Sie für ein erneutes Tragen an.



### Belohnung

Sie wählen Ihre Belohnung aus. Entweder einen Gutschein von Manor, Exlibris oder Zalando oder eine Geldüberweisung. Je nach Tragedauer variiert der Betrag:

1 Monat -> ab CHF 28.-

3 Monate -> ab CHF 85.-

6 Monate -> ab CHF 170.-

## Was müssen Sie tun?

Die Uhr einfach normal und regelmässig tragen.



### Versand

Sie erhalten die Uhr bequem zu Hause in Ihrem Briefkasten und laden sie zuerst auf.



### Anziehen

Jede Minute zählt. Ziehen Sie die Uhr möglichst gleich nach dem Aufstehen an.



### Laden

Legen Sie die Uhr kurz vor dem Schlafengehen auf die Dockingstation.



### Ferien

Ferien und verlängerte Wochenenden sowie der eine oder andere Fehltag sind bei der längeren Tragedauer kein Problem.



### Zurückschicken

Ist Ihre Tragedauer vorbei, gibt Ihnen die Uhr sowie die Dockingstation Bescheid. Legen Sie bitte das Material in die vorfrankierte Verpackung und werfen Sie sie in einen beliebigen Post-Briefkasten.

## So sieht die Messuhr, die sogenannte Mediawatch, aus



Die digitale Uhr mit wechselbarem Zifferblatt (links) sowie die klassische Uhr in schwarz und weiss.



### Dockingstation

Eine Aufladestation, die sogenannte Dockingstation wird mit der Uhr mitgeschickt. Diese schliessen Sie an den Strom an. So können Sie Ihre Uhr aufladen und übermitteln uns automatisch die Daten.



### Schrittzähler

Auf Wunsch von unseren Forschungsteilnehmern haben wir einen Schrittzähler in die Uhr eingebaut. Diese Angaben sind nur für Sie bestimmt mit dem Ziel Sie zu motivieren, die Uhr möglichst lange am Tag zu tragen. Diese Daten werden für keinerlei andere Zwecke genutzt und fliessen somit auch nicht in die Radioforschung mit ein.

# RADIOFORSCHUNG IN DER SCHWEIZ

## Wieso Radioforschung?

Das Radio- und Fernsehgesetz (RTVG) verlangt, dass die Nutzungsforschung für TV und Radio durch eine unabhängige nationale Stiftung erfolgen muss (Artikel 78–81).

Im April 2007 wurde zu diesem Zweck die Mediapulse Stiftung für Medienforschung gegründet. Sie vergibt den Auftrag für die Messung aller Radio- und TV-Sender und untersteht der Aufsicht des Bundesamtes für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation (UVEK). Seit dem 1. Januar 2001 wird die Radioforschung von GfK Switzerland in der gesamten Schweiz durchgeführt.

**mediapulse**

## Die ganze Welt des Radios: Sie hören. Wir hören Ihnen dabei zu

So ermitteln wir, wie viele Minuten täglich die Schweizer Bevölkerung Radio hört, welche Sender am beliebtesten sind, was auf dem Weg zur Arbeit und was am Abend gehört wird. Die ganze Welt des Radios eben.

## So viel hört die Bevölkerung in der Schweiz

Im ersten Semester 2018 hört die Bevölkerung in der Schweiz durchschnittlich 107 Minuten Radio pro Tag: In der Deutschschweiz 120 Minuten, in der Romandie 96 Minuten und in der Svizzera italiana 106 Minuten.

## Was machen die Radiosender mit den erhobenen Daten?

Da die erhobenen Daten sehr präzise sind, analysieren die Radiomacher, wie viele Personen ihre Sendungen hören, zu welchem Zeitpunkt die Hörer die Sendung verlassen und wann Hörer sich in eine Sendung einschalten. Sie können auch sehen, welches Publikum sie mit einer Sendung erreichen. Das hilft den Programmverantwortlichen, ihre Sendungen zu optimieren und den Wünschen ihrer Hörerschaft entsprechend anzupassen.

## Zum Messgerät

Die Schweizer Radioforschung hat sich stetig verändert. Bis zum Jahr 2000 wurde die Radionutzung mittels Telefonbefragung erhoben und war dementsprechend ziemlich unpräzise. Im Jahr 2001 wurde es mittels der ersten Generation Mediawatch möglich, die Radionutzung automatisch und passiv zu messen. Auch die Radionutzung in Läden, in öffentlichen Verkehrsmitteln oder im Auto wird mittels Mediawatch ohne Weiteres ermittelt.

## Schweizer Entwicklung

Entwickelt wird diese Hightech-Uhr im solothurnischen Kriegstetten von der GfK Telecontrol. Nebst der Mediawatch entwickelt sie auch Messgeräte für die Fernsehforschung. Diese Messtechnologien sind weltweit im Einsatz.

## Wir hören Ihnen zu.

Während Sie die Uhr tragen, zeichnet ein winziges Mikrofon in der Uhr Tonsignale auf. Die durch die Mediawatch registrierten gehörten Töne werden in einer Weise komprimiert und in Zahlenreihen umgewandelt, dass der ursprüngliche Ton nicht mehr rekonstruiert werden kann. Messstationen erstellen für alle Radiosender, die in der Schweiz empfangen werden können, ebenfalls Zahlenreihen. Diese vergleichen wir dann mit den Mediawatch-Daten. So stellen wir fest, welche Sender gehört werden.

Erfasst werden UKW, Kabel, DAB/DAB+ und Live-Streaming über Internet.

## Privatsphäre? Aber sicher!

Ihre Privatsphäre bleibt hundertprozentig gewahrt.

Es erfolgt keine Weitergabe von Daten, bei denen Einzelpersonen erkennbar sind. Angaben wie Namen und Adressen werden nur für den Kontakt mit Ihnen verwendet.

Die erhobenen Nutzungsdaten sind strikt getrennt von Ihren Kontaktangaben. Auch können die Daten nur nach Zielgruppen (wie Frauen, Männer, Berufstätige etc.) ausgewertet werden und nicht auf Ebene einer Einzelperson.

# WEITERES VORGEHEN

## **Wie abgemacht**

Wir melden uns in den nächsten Tagen, um mit Ihnen telefonisch oder online ein zweites Interview durchzuführen. Es dauert rund 30 Minuten.

Besuchen Sie unsere Website

**[www.swissradiopanel.ch](http://www.swissradiopanel.ch)**

um weitere Informationen sowie Antworten auf Ihre Fragen zu erhalten.

Wir freuen uns auf Ihre Teilnahme! Bis bald.

## **Kontakt**

Für mehr Informationen kontaktieren Sie

Pirmin Gabriel

Leiter Radioforschung

[radioforschung@gfk.com](mailto:radioforschung@gfk.com)

## **GfK Switzerland: Was Sie über uns wissen müssen**

GfK Switzerland ist eines der führenden Marktforschungsinstitute der Schweiz. Wir erheben seit 2001 die Nutzungsdaten für Radio in der Schweiz. GfK verknüpft Daten mit wissenschaftlichen Methoden und liefert mit innovativen Lösungen die Antwort auf zentrale Geschäftsfragen rund um Verbraucher, Märkte, Marken und Medien – jetzt und in der Zukunft. Als Forschungs- und Analysepartner verspricht GfK seinen Kunden weltweit "Growth from Knowledge".

GfK erhebt die Radionutzung in 10 Ländern: Deutschland, Holland, Belgien, Schweiz, Italien, Österreich, Rumänien, Malaysia, Australien und Neuseeland.

Weitere Informationen erhalten Sie unter [www.gfk.com/de-ch](http://www.gfk.com/de-ch)

16.05.2019 v.1.4

## **Bei Fragen sind wir gerne für Sie da:**

Wir stehen Ihnen für Ihre Fragen von Montag bis Freitag von 8.30 bis 11.45 Uhr und von 13.30 bis 17 Uhr telefonisch gerne zur Verfügung. Sie erreichen uns auf unserer kostenlosen Hotline 0800 821 221 oder unter [radioforschung@gfk.com](mailto:radioforschung@gfk.com).

[radioforschung@gfk.com](mailto:radioforschung@gfk.com)

[www.swissradiopanel.ch](http://www.swissradiopanel.ch) | [www.gfk.com](http://www.gfk.com)

GfK | Suurstoffi 18 | 6343 Rotkreuz

GfK. Growth from Knowledge