

Methodischer Steckbrief

Umfrage zur Qualitätswahrnehmung der Schweizer Medienmarken

Umfrage zur Qualitätswahrnehmung der Schweizer Medienmarken

(Datum Aufschaltung: 13.09.2024)

DemoSCOPE befragte vom 13. Bis 26 März 2024

für den Verein Medienqualität Schweiz (MQS) insgesamt 3630 in der Schweiz wohnhaften Personen ab 15 Jahren. Die Umfrage wurde in deutscher und französischer Sprache durchgeführt. Zur Sicherstellung der Repräsentativität wurden zufällig ausgewählte Personen mit Internetanschluss kontaktiert, es wurde eine kombinierte, regionale Alters-/Geschlechtsquote vorgegeben und die Antworten anschliessend moderat auf die Bevölkerungsstruktur gewichtet. Der Messfehler beträgt max. +/-1.6%.

Institut	DemoSCOPE
Thema	Umfrage zur Qualitätswahrnehmung der Schweizer Medienmarken
Grundgesamtheit	Bevölkerung der deutsch- und französischsprachigen Schweiz ab 15 Jahre
Stichprobenbildung	Zufallsauswahl Personen mit Internetanschluss, kombinierte Regionale Alters-/Geschlechtsquote
Herkunft der Adressen	Online Panel
Stichprobengrösse Total	3630

**Stichprobengrösse sprachlich
ungewichtet**

Deutsch: 2620
Französisch: 1010

Stichprobengrösse gewichtet

Deutsch: 2670
Französisch: 960

Gewichtete Merkmale

Die finalen Daten wurden nach Sprache/Alter/Geschlecht (2x3x2), BFS-Grossregionen (6 (ohne Tessin)), Siedlungsart (3), Bildungslevel (3) und Erwerbsstatus (4) gewichtet. Alle verwendeten Gewichtungsgrundlagen basieren auf den aktuellsten, verfügbaren Zahlen des Bundesamtes für Statistik.

Unschärfbereich für das Total

1.6%-Punkte bei einer Merkmalsverteilung von 50%/50%

Befragungstechnik

Online

Befragungszeitraum

13.-26.03.2024

Publikationstermin

13.09.2024

Medien/Publikation

<https://medienqualitaet-schweiz.ch/>

Link zum Institut

www.demoscope.ch