

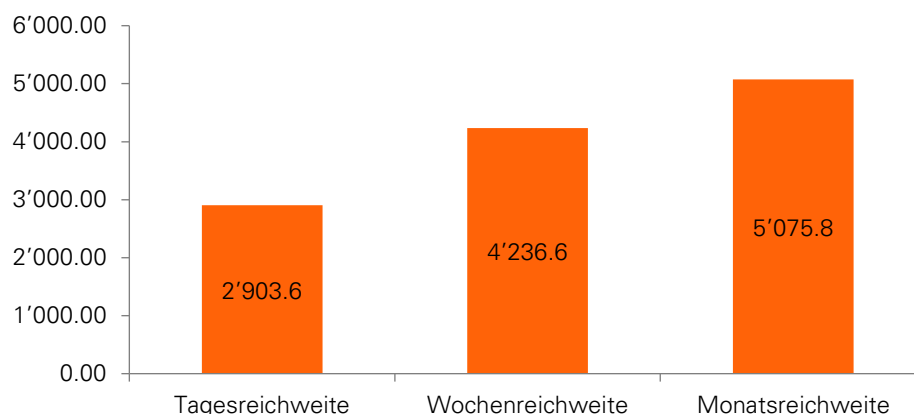
## Schweizer Onlinemedien erreichen pro Monat rund fünf Millionen Menschen

**Bern, 25. Januar 2023 – Mediapulse publiziert erstmals Semesterdaten der neuen Schweizer Online-Forschung. Die Mediapulse Online Content Audience Data geben Auskunft über die Nutzung von Websites und Apps der an der Studie teilnehmenden Onlinemedien für das zweite Semester 2022. Die Studie zeigt unter anderem, dass die gemessenen Angebote pro Monat von rund fünf Millionen Personen genutzt werden, was einer Monatsreichweite von 61 Prozent entspricht.**

Seit Juli 2022 ermittelt Mediapulse die Online Content Audience Data, die Informationen über die Onlinenutzung der Schweizerinnen und Schweizer liefern. Erstmals liegen damit neben den Semesterzahlen zur Radio- und TV- auch für die Online-Nutzung die Halbjahresdaten zur Nutzung der an der Forschung beteiligten Angebote vor.

Im Monatsmittel besuchten über 5 Millionen Nutzerinnen und Nutzer die untersuchten Onlineplattformen, was einem Anteil von 61 Prozent der Bevölkerung entspricht. Die Erhebung bezieht sich auf in der Schweiz wohnhafte Personen über drei Jahren. Innerhalb einer Woche war die Hälfte der Schweizer Bevölkerung mindestens einmal auf einer der untersuchten Plattformen unterwegs. So erreichten die teilnehmenden Onlinemedien pro Woche durchschnittlich 4.2 Millionen Nutzerinnen und Nutzer (51 Prozent Nettreichweite). Pro Tag waren es 2.9 Millionen beziehungsweise 35 Prozent der Bevölkerung.

### Online Gesamtmarkt Schweiz, Zielgruppe 3+ (kumulierte Werte)



Quelle: Mediapulse Online Content Audience Data (Mediapulse Audience Analytics), Zeitraum: 01.07.2022 – 31.12.2022  
Universum: 8'273'020 Personen  
Basis: Schweiz, Bevölkerung 3+  
Erhebung der Nutzung der teilnehmenden Webseiten und Apps auf allen Devices

## Daten von hohem Nutzwert

Mit den Online Content Audience Data steht eine tägliche Messung der Onlinenutzung zur Verfügung, die die Menschen hinter den Maschinen zeigt. Damit verfügt der Markt über Daten von hohem Nutzwert. Zum Beispiel können für Online-Brands Strukturmerkmale ermittelt oder Nutzungsverläufe bis auf Stundenebene ausgewiesen werden.











Dabei zeigt sich, dass die Schweizer Onlinemedien den ganzen Tag über genutzt werden. Zusätzlich bilden sich Nutzungs-Peaks am Morgen und am Mittag. Am Abend werden die höchsten Werte erzielt.

An Samstagen und Sonntagen zeigte sich ein ähnliches, wenn auch zeitverzögertes Bild. Hier beginnt die Nutzung etwas später zuzunehmen und verläuft dann während des Tages, vor allem an Sonntagen, leicht höher als an Werktagen. Die Spitze über den Mittag fällt am Wochenende weg.

## SRF, 20 Minuten und Blick erreichten die meisten Menschen

Die grössten Reichweiten in der Schweiz verzeichneten SRF, 20 Minuten und Blick. SRF war dabei die einzige Onlineplattform, die täglich über eine Million Menschen besuchten (1'014'940). 20 Minuten kam auf einen täglichen Durchschnittswert von 862'680, Blick auf 754'010 Personen. Weitere Brands in den Top 10 waren blue News, 20 Minutes, local.ch, search.ch, watson, RTS und der Tages-Anzeiger.

### Top-10-Ranking der stärksten Online-Brands (Halbjahresmittel S2/2022)

	Brand	Avg. Daily Reach in '000	Avg. Daily Reach in %	Avg. Weekly Reach in '000	Avg. Weekly Reach in %	Avg. Monthly Reach in '000	Avg. Monthly Reach in %
	SRF	1'014.94	12.3%	1'888.94	22.8%	2'627.79	31.8%
	20 Minuten	862.68	10.4%	1'463.10	17.7%	2'053.02	24.8%
	Blick	754.01	9.1%	1'315.93	15.9%	1'925.03	23.3%
	blue News	424.46	5.1%	950.27	11.5%	1'542.08	18.6%
	20 Minutes	276.89	3.3%	476.03	5.8%	681.59	8.2%
	local.ch	256.73	3.1%	826.99	10.0%	1'675.73	20.3%
	search.ch	230.35	2.8%	791.36	9.6%	1'710.86	20.7%
	watson	225.95	2.7%	596.21	7.2%	1'090.59	13.2%
	RTS	202.19	2.4%	446.01	5.4%	752.14	9.1%
	Tages-Anzeiger	202.04	2.4%	498.19	6.0%	895.72	10.8%

Quelle: Mediapulse Online Content Audience Data (Mediapulse Audience Analytics); Zeitraum: 01.07.2022 – 31.12.2022  
 Avg. Weekly Reach auf ganzen Wochen berechnet / Avg. Monthly Reach als arithmetisches Mittel der Monatswerte  
 Basis Schweiz, Bevölkerung 3+

Bei den untersuchten Netzwerken erzielten das Goldbach Display Network (1'533'270), das Goldbach Video Network (1'503'440) sowie das Ringier Digital Network (1'491'700) die grössten Reichweiten.

### Ranking der Online-Netzwerke

Network	Avg. Daily Reach in '000	Avg. Daily Reach in %	Avg. Weekly Reach in '000	Avg. Weekly Reach in %	Avg. Monthly Reach in '000	Avg. Monthly Reach in %
Goldbach Display Network	1'533.27	18.5%	2589.18	31.3%	3'539.47	42.8%
Goldbach Video Network	1'503.44	18.2%	2509.86	30.3%	3'421.69	41.4%
Ringier Digital Network (RDN)	1'491.70	18.0%	2789.26	33.7%	3'930.66	47.5%
SRG SSR	1'257.39	15.2%	2416.01	29.2%	3'481.40	42.1%
20 Minuten Online & Tio.ch Kombi	1'208.52	14.6%	2048.25	24.8%	2'851.79	34.5%
Blick National	785.50	9.5%	1420.69	17.2%	2'147.16	26.0%
Newsnet national	504.97	6.1%	1155.97	14.0%	1'945.09	23.5%
localsearch	470.53	5.7%	1457.43	17.6%	2'713.48	32.8%
Newsnet D-CH	317.82	3.8%	756.75	9.1%	1'291.83	15.6%
watson national	243.76	2.9%	656.18	7.9%	1'233.77	14.9%
CH Media Publishing Netz	223.05	2.7%	679.17	8.2%	1'333.57	16.1%
Tamedia Publications Romandes	191.21	2.3%	414.05	5.0%	687.37	8.3%
Newsnet F-CH	188.51	2.3%	404.51	4.9%	670.77	8.1%
Newsnet Bern	96.45	1.2%	285.08	3.4%	586.23	7.1%
Romandie Combi*	84.02	1.0%	190.64	2.3%	346.71	4.2%
ESH Médias	81.88	1.0%	192.24	2.3%	352.46	4.3%
BNJ	30.90	0.4%	70.75	0.9%	136.15	1.6%
Zürcher Regionalzeitung	18.94	0.2%	66.55	0.8%	169.57	2.0%
CH Media TV-Netzwerk (regional)	10.18	0.1%	55.92	0.7%	174.23	2.1%

Quelle: Mediapulse Online Content Audience Data (Mediapulse Audience Analytics); Zeitraum: 01.07.2022 – 31.12.2022.  
 Avg. Weekly Reach auf ganzen Wochen berechnet / Avg. Monthly Reach als arithmetisches Mittel der Monatswerte; Basis Schweiz, Bevölkerung 3+.  
 Vereinzelt Netzwerke sind aufgrund von nicht vollständigem oder nicht validiertem Tagging nicht komplett. \*Erhöhte Werte durch Inklusion von La Côte während 2 Monaten.

### Über die Online-Forschung

Die Mediapulse Online Data bieten die Möglichkeit, den Traffic und die Nutzerschaft der partizipierenden Websites und Apps zu quantifizieren und nach inhaltlichen, technischen und personenbezogenen Merkmalen zu strukturieren. Die methodischen Eckpfeiler sind dabei das von Kantar betriebene Media Panel und die Tagging-Technologie von Comscore. Das Mess-System erfasst täglich die Nutzung von rund 5'000 Personen auf über 10'000 Devices. Diese Daten beruhen auf einer einheitlichen, verlässlichen und nachvollziehbaren Erhebungsmethode und bilden damit die Grundlage für Transparenz, Vergleichbarkeit und fairen Wettbewerb im Onlinemarkt der Schweiz. Zugleich ist das System zukunftsfähig und bietet die Möglichkeit für Weiterentwicklungen. Seit dem 9. Juli 2021 werden die Online Content Traffic Data publiziert. Seit dem 12. Oktober 2022 stehen den teilnehmenden Parteien die Online Content Audience Data monatlich in einem modernen Auswertungstool zur Verfügung. Ab April 2023 ist geplant, die Online Content Audience Data weiteren Interessenten zur Verfügung zu stellen.

## Über Mediapulse

Mediapulse verantwortet als unabhängige Branchenorganisation die Erhebung von Daten zur Nutzung von Radio- und TV-Programmen sowie von Online-Angeboten in der Schweiz. Diese Daten gelten als offizielle Währung und werden von den Sendern und Programmschaffenden, der Werbewirtschaft sowie von Behörden und der Forschung genutzt.

Als praxisnahes Unternehmen will Mediapulse mit Forschungsdienstleistungen und Datenprodukten den elektronischen Medien- und Werbemarkt Schweiz vorwärtsbringen. Moderne Systeme und konstante Innovationen sorgen dafür, dass auch die Veränderung der Nutzung audiovisueller Medien abgebildet werden kann.

Mediapulse steht dabei für Neutralität, Unabhängigkeit, Transparenz und Wissenschaftlichkeit in der Medienforschung und untersteht der Aufsicht des UVEK sowie des Bundesamtes für Kommunikation (BAKOM). Im Verwaltungsrat der Mediapulse AG sowie im Stiftungsrat der Mediapulse Stiftung sind ein Grossteil des Marktes eingebunden.

Weitere Informationen finden Sie unter: [www.mediapulse.ch](http://www.mediapulse.ch)

Für weitere Auskünfte wenden Sie sich bitte an: **Christian-Kumar Meier**  
Head of Marketing  
[christian-kumar.meier@mediapulse.ch](mailto:christian-kumar.meier@mediapulse.ch)  
+41 58 356 47 08



Mediapulse AG

[info@mediapulse.ch](mailto:info@mediapulse.ch)  
+41 58 356 47 11

Weltpoststrasse 5  
3015 Bern

Badenerstrasse 15  
8004 Zürich