

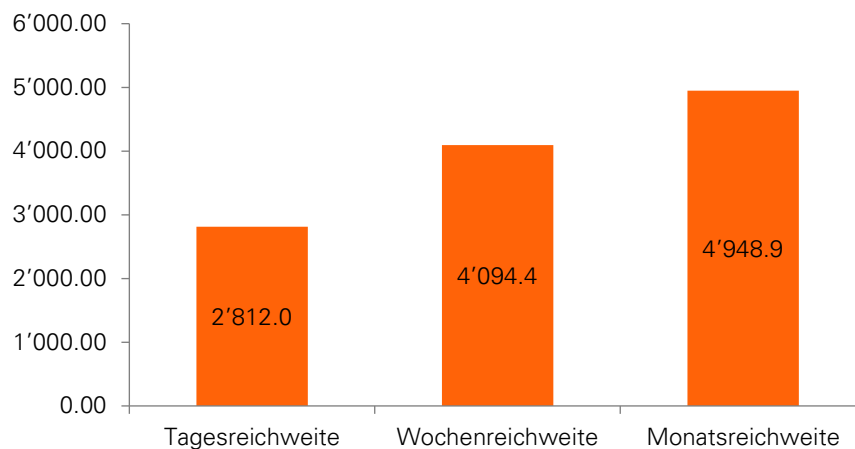
## Monatlich nutzen fünf Millionen Personen die Schweizer Online-Medien

**Bern, 25. Juli 2023 – Im ersten Halbjahr 2023 erreichten die an der Studie teilnehmenden Online-Medien monatlich fünf Millionen Personen. Das entspricht einer Monatsreichweite von 60 Prozent. Dies belegen die im Auftrag der Stiftung Mediapulse erhobenen Online Content Audience Data.**

Zweimal jährlich fasst Mediapulse die Daten der Online-Forschung zusammen und publiziert diese im Rahmen eines Semesterberichts. Diese umfassen aggregierte Betrachtungen und erlauben eine Gesamtsicht über die Nutzung der an der Studie teilnehmenden Websites und Apps. Neben einem Semesterverlauf für den Gesamtmarkt Schweiz werden auch Daten rund um die Strukturdaten der Nutzerschaft, entsprechende Tagesverläufe sowie die Rankings für die einzelnen Brands und Netzwerke zur Verfügung gestellt. Die Erhebung bezieht sich auf in der Schweiz wohnhafte Personen ab drei Jahren.

Im Monatsmittel besuchten rund fünf Millionen Nutzerinnen und Nutzer die untersuchten Online-Plattformen, was einem Anteil von 60 Prozent der Bevölkerung entspricht. Pro Woche war die Hälfte der Bevölkerung mindestens einmal auf einer der untersuchten Plattformen unterwegs. So erreichten die teilnehmenden Online-Medien pro Woche durchschnittlich 4.1 Millionen Nutzerinnen und Nutzer (49 Prozent Nettoreichweite).

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



Quelle: Mediapulse Online Content Audience Data (Mediapulse Audience Analytics), Zeitraum: 01.01.2023-30.06.2023  
Universum: 8'349'000 Personen  
Basis: Schweiz, Bevölkerung 3+  
Erhebung der Nutzung der teilnehmenden Webseiten und Apps auf allen Devices

## **Tägliche Messung bis auf Stundenebene**

Die Online Content Audience Data bieten detaillierte Informationen für Online-Brands, wie z.B. Strukturmerkmale oder Nutzungsverläufe auf Stundenebene. Zudem ermöglichen tagesgenaue Daten, Analysen von spezifischen Ereignissen. Dabei zeigt sich, dass Online-Medien die Nutzerinnen und Nutzer über den ganzen Tag begleiteten. Sie besuchten die entsprechenden Websites und Apps an Werktagen hauptsächlich am frühen Morgen (7:00 Uhr), am Mittag (12:00) und am Abend (17:00-22:00 Uhr). Am Wochenende verlief die Nutzung gleichmässig hoch über den Tag verteilt.

## **Über die Online-Forschung**

Die Mediapulse Online Data bieten die Möglichkeit, den Traffic und die Nutzerschaft der partizipierenden Websites und Apps (91 Brands und 210 Assets) zu quantifizieren und nach inhaltlichen, technischen und personenbezogenen Merkmalen zu strukturieren. Diese Daten beruhen auf einer einheitlichen, verlässlichen und nachvollziehbaren Erhebungsmethode und bilden damit die Grundlage für Transparenz, Vergleichbarkeit und einen fairen Wettbewerb im Online-Markt der Schweiz. In diesem Markt gelten die Online Content Traffic Data seit zwei Jahren und die Online Content Audience Data seit einem Jahr als Währung. Sie stehen allen Interessenten zur Verfügung. Zudem wurden die restriktiven Publikationsrichtlinien gelockert. Agenturen haben vollen Zugang zu den Daten und Publisher dürfen ab sofort die Daten von Dritten publizieren, jedoch nur im Vergleich mit der Darstellung des eigenen Angebots.

Die Online Content Daten bilden zusätzlich die Basis für die intermediale Medienstudie der WEMF AG für Werbemedienforschung (MACH Total Audience). Sie kombiniert für Medienmarken deren Leserschaft der gedruckten Ausgabe mit der Nutzerschaft der dazugehörigen Online-Angebote.

## 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: **Florence Boinay**  
Sr. Communications Specialist  
[Florence.boinay@mediapulse.ch](mailto:Florence.boinay@mediapulse.ch)  
+49 174 626 81 30



Mediapulse AG

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

Weltpoststrasse 5  
3015 Bern

Badenerstrasse 15  
8004 Zürich