

Semesterpublikation Online

2. Semester 2023

25.01.2024

AG für Medienforschung
SA pour la recherche sur les médias
SA per la ricerca sui media
SA per la perscrutaziun da las medias
Corporation for Media Research

Ergebnisse **Online** – 2. Semester 2023

Jeweils zu Beginn des neuen Semesters veröffentlicht Mediapulse – als kostenlose Dienstleistung – verschiedene Zahlen zu den Online Audience Data des vergangenen Halbjahres.

Inhalt

- Reichweite Gesamtmarkt Schweiz (3+) 4
- Strukturmerkmale Gesamtmarkt Online Schweiz 5
- Online im Tagesverlauf Gesamtmarkt Schweiz 6
- Online im Semesterverlauf Gesamtmarkt Schweiz 7
- Ranking Top 10 Online Brands 8
- Ranking Online Netzwerke 9
- Tagesverlauf und Reichweiten Gesamtmarkt Schweiz (15+) 10



Kurzbeschrieb Methode

Die Online-Forschung beruht auf zwei methodischen Eckpfeilern: dem Media Panel und dem Tagging der partizipierenden Online-Medien. Die Mediapulse Online Data bieten damit die Möglichkeit, den Traffic und die Nutzerschaft der partizipierenden Websites und Apps zu quantifizieren und nach inhaltlichen, technischen und personenbezogenen Merkmalen zu strukturieren.

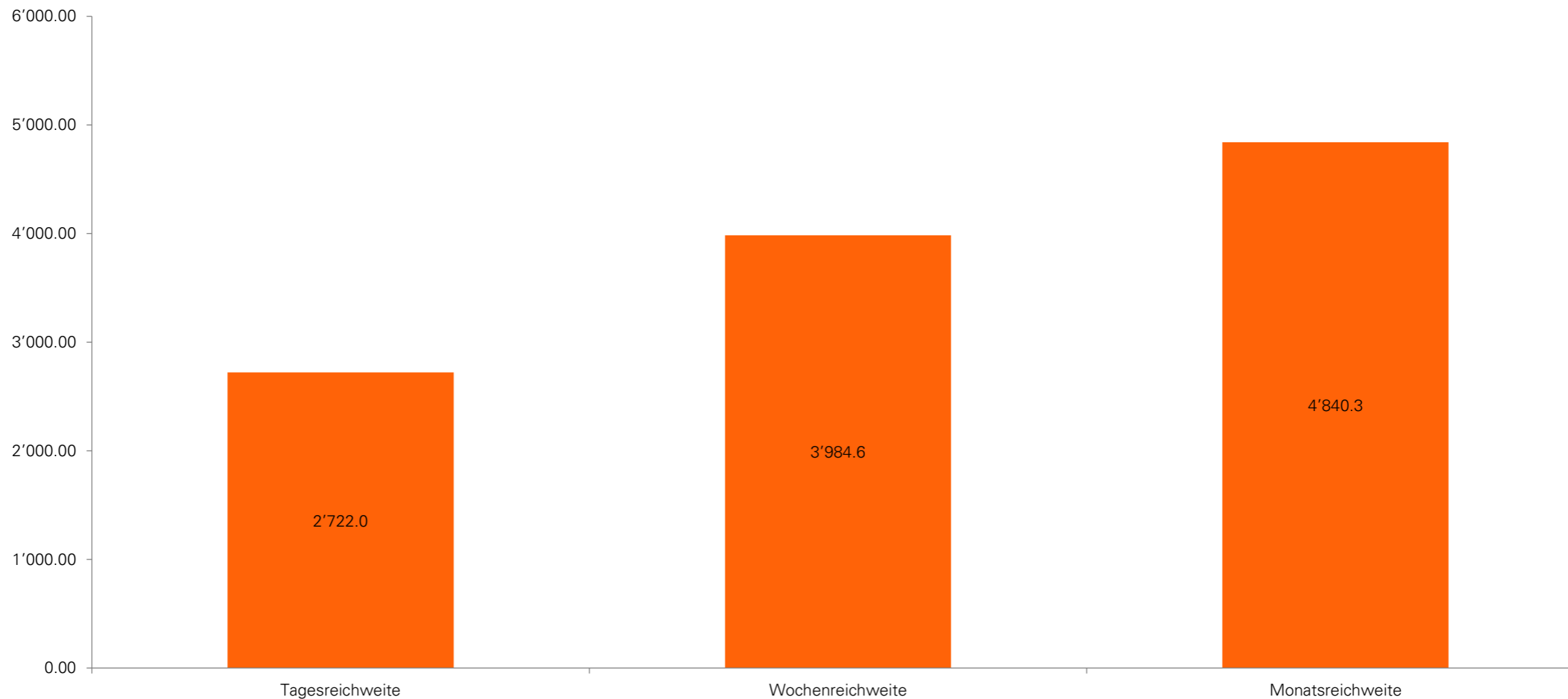
- **Universum:** Personen ab 3 Jahren in Privathaushalten
- **Universumsgrösse:** ~8.3 Mio. Personen
- **Stichprobengrösse:** ~2'100 Haushalte, ~5'000 Personen, ~10'000 Devices
- **Nutzungskontext:** Erhebung der Nutzung der teilnehmenden Webseiten und Apps auf allen Devices (Smartphone, Tablet, Laptop, PC). Strukturierung der Messung in Traffic Data (umfassende granulare Messung auf technischer Basis) und Audience Data (Reichweiten und Strukturmerkmale auf Basis Panel, @work-only Devices nicht Bestandteil der Messung).
- **Mehr Informationen zur Methode:** www.mediapulse.ch/online





Online Gesamtmarkt Schweiz / Zielgruppe 3+

Ø Tages-, Wochen-, Monatsreichweite in '000; Basis kumulierte Werte

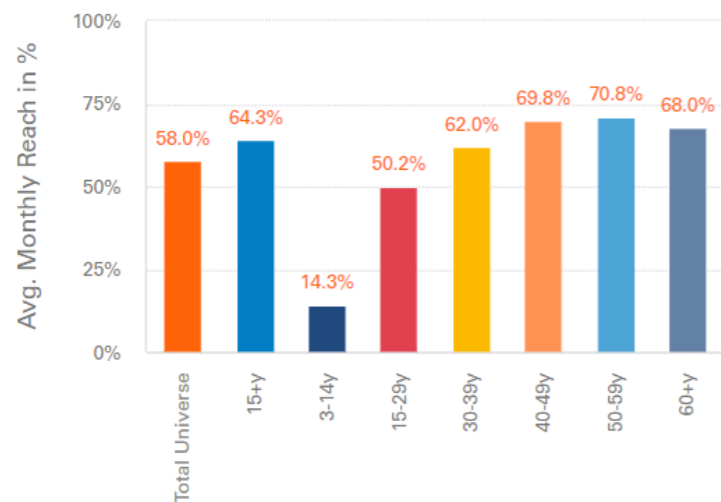




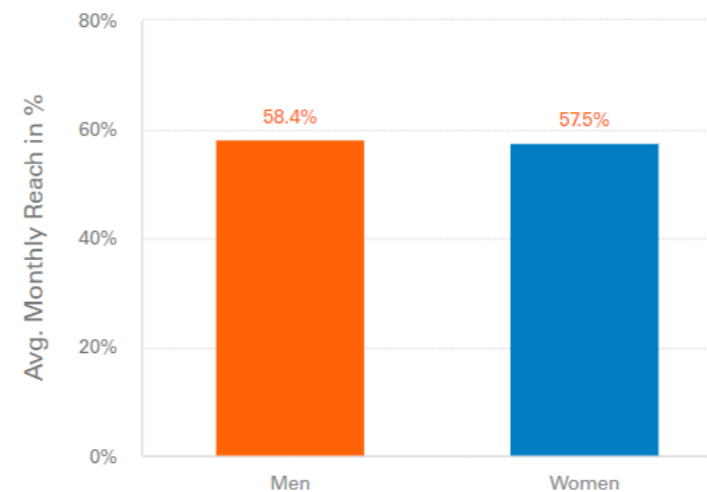
Strukturmerkmale Gesamtmarkt Online Schweiz

Strukturmerkmale in Prozent

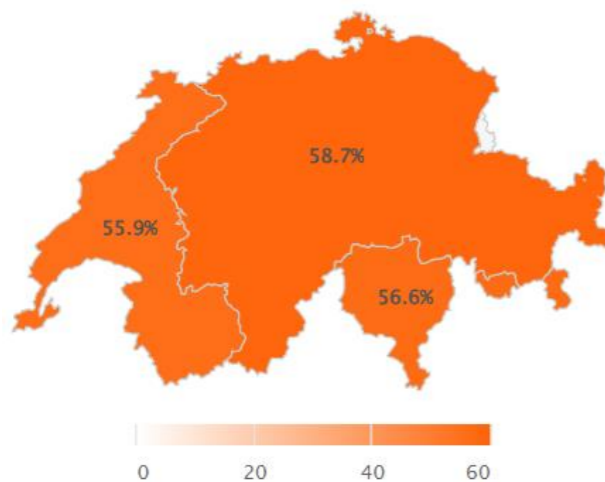
Alter



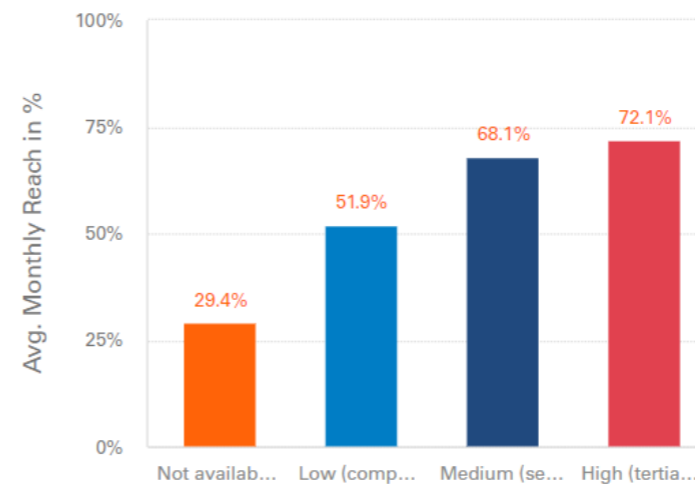
Geschlecht



Region



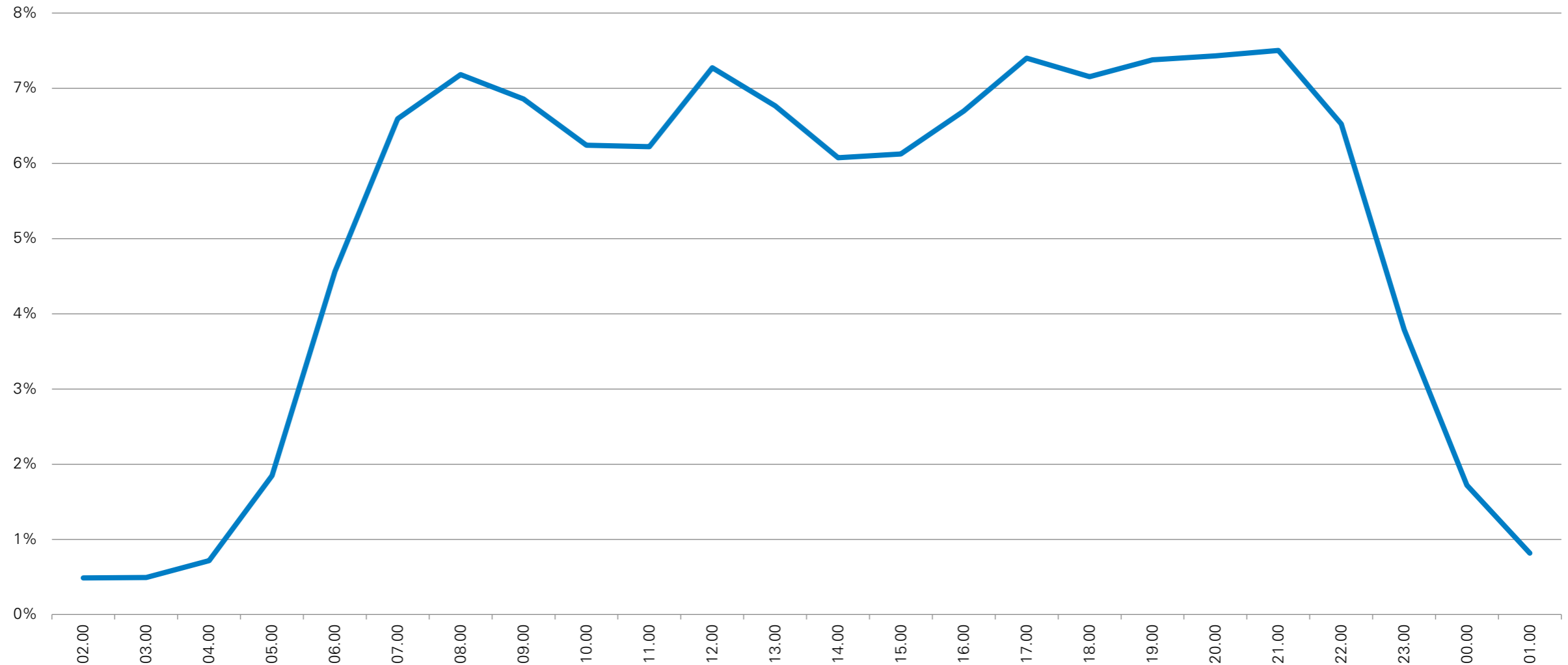
Abgeschlossene Ausbildung





Online im Tagesverlauf Gesamtmarkt

Netto-Stundenreichweite in Prozent, Basis Avg. Daily Reach in Prozent





Ranking Top 10 Online Brands

Ø Tages-, Wochen- und Monatsreichweite in % und '000

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	999.2	12.0%	1'872.4	22.4%	2'634.2	31.6%
20 Minuten	870.1	10.4%	1'450.4	17.4%	2'051.9	24.6%
Blick	657.1	7.9%	1'177.7	14.1%	1'761.2	21.1%
blue News	422.7	5.1%	892.6	10.7%	1'460.2	17.5%
20 Minutes	268.7	3.2%	482.7	5.8%	705.9	8.5%
RTS	209.7	2.5%	453.7	5.4%	758.0	9.1%
Tages-Anzeiger	197.2	2.4%	445.1	5.3%	823.8	9.9%
watson	185.6	2.2%	521.2	6.2%	1'012.0	12.1%
Le Matin	113.5	1.4%	258.0	3.1%	452.5	5.4%
Berner Zeitung	78.3	0.9%	221.2	2.6%	448.8	5.4%



Quelle: Mediapulse Online Audience Data (Mediapulse Audience Analytics); Zeitraum: 1.7.2023-31.12.2023
 Basis: Schweiz, Bevölkerung 3+
 Netzwerke: Vereinzelte Netzwerke sind aufgrund von nicht vollständigem oder nicht validiertem Tagging nicht komplett. Nur Netzwerke mit mindestens 5 publiziert Monaten sind dargestellt.

Ranking Online Netzwerke

Ø Tages-, Wochen- und Monatsreichweite in % und '000

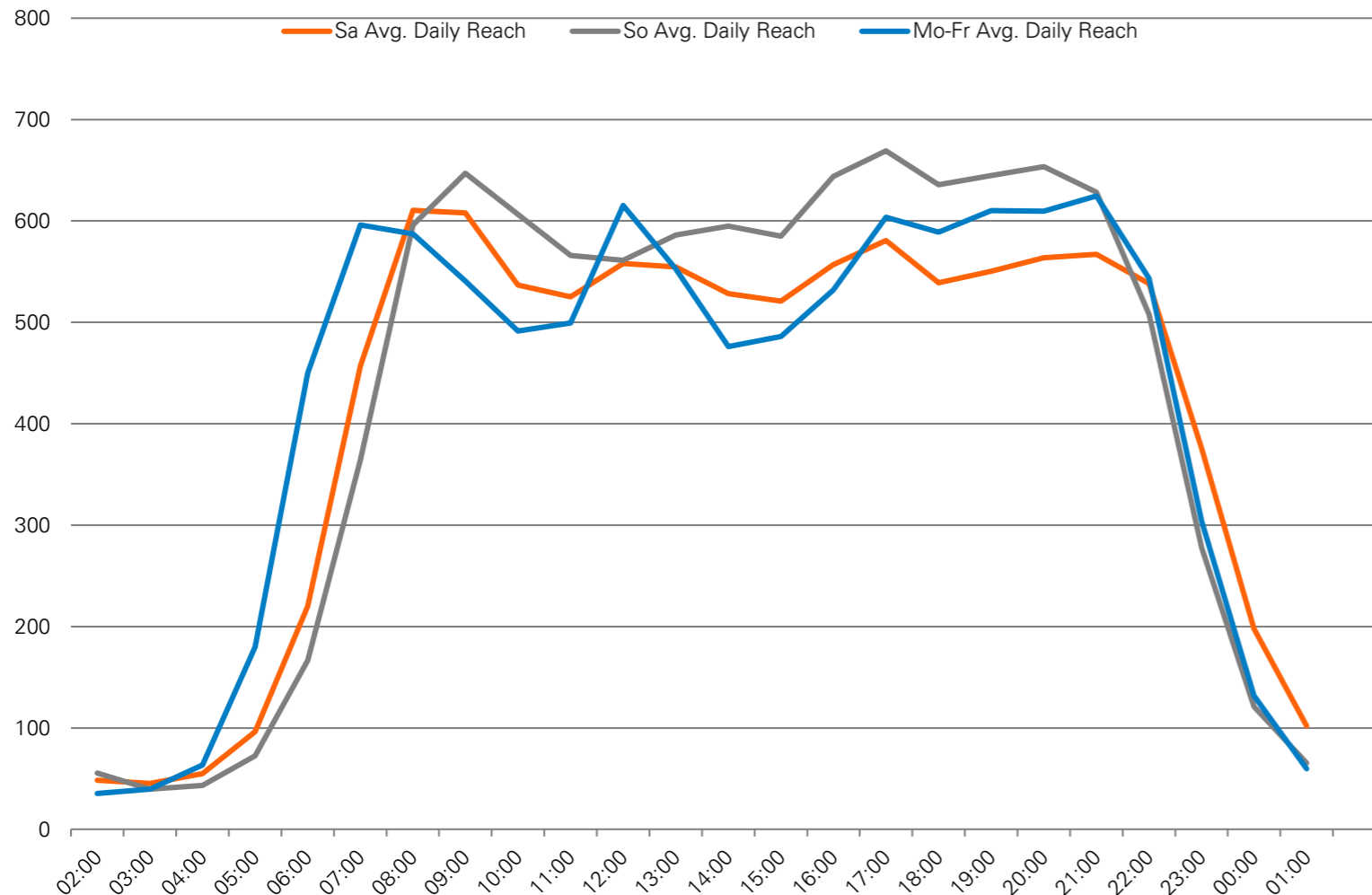
Network	Avg. Daily Reach in '000	Avg. Daily Reach in %	Avg. Weekly Reach in '000	Avg. Weekly Reach in %	Avg. Monthly Reach in '000	Avg. Monthly Reach in %
Goldbach Display Network	1'518.5	18.2%	2'509.8	30.1%	3'427.4	41.1%
Goldbach Video Network	1'514.3	18.1%	2'503.6	30.0%	3'420.9	41.0%
SRG SSR	1'230.5	14.7%	2'379.2	28.5%	3'464.1	41.5%
20 Minuten Online & Tio.ch Kombi	1'196.1	14.3%	2'038.3	24.4%	2'882.4	34.5%
Blick National	700.2	8.4%	1'317.6	15.8%	2'038.1	24.4%
Newsnet national	505.0	6.0%	1'108.3	13.3%	1'871.8	22.4%
Newsnet D-CH	321.2	3.8%	714.4	8.6%	1'234.8	14.8%
CH Media Publishing Netz	228.9	2.7%	668.6	8.0%	1'333.4	16.0%
watson national	213.5	2.6%	624.5	7.5%	1'294.7	15.5%
Tamedia Publications Romandes	187.8	2.2%	408.9	4.9%	671.9	8.0%
Newsnet F-CH	185.5	2.2%	402.2	4.8%	661.6	7.9%
Romandie Combi	91.7	1.1%	229.7	2.8%	430.6	5.2%
Newsnet Bern	91.0	1.1%	255.7	3.1%	516.6	6.2%
ESH Médias	83.8	1.0%	203.7	2.4%	382.5	4.6%
Das Wirtschaftsnetz	46.7	0.6%	126.2	1.5%	280.7	3.4%
Zürcher Regionalzeitung	32.0	0.4%	120.1	1.4%	294.4	3.5%
BNJ	31.8	0.4%	78.4	0.9%	160.1	1.9%
CH Media TV-Netzwerk (regional)	7.5	0.1%	42.7	0.5%	141.0	1.7%



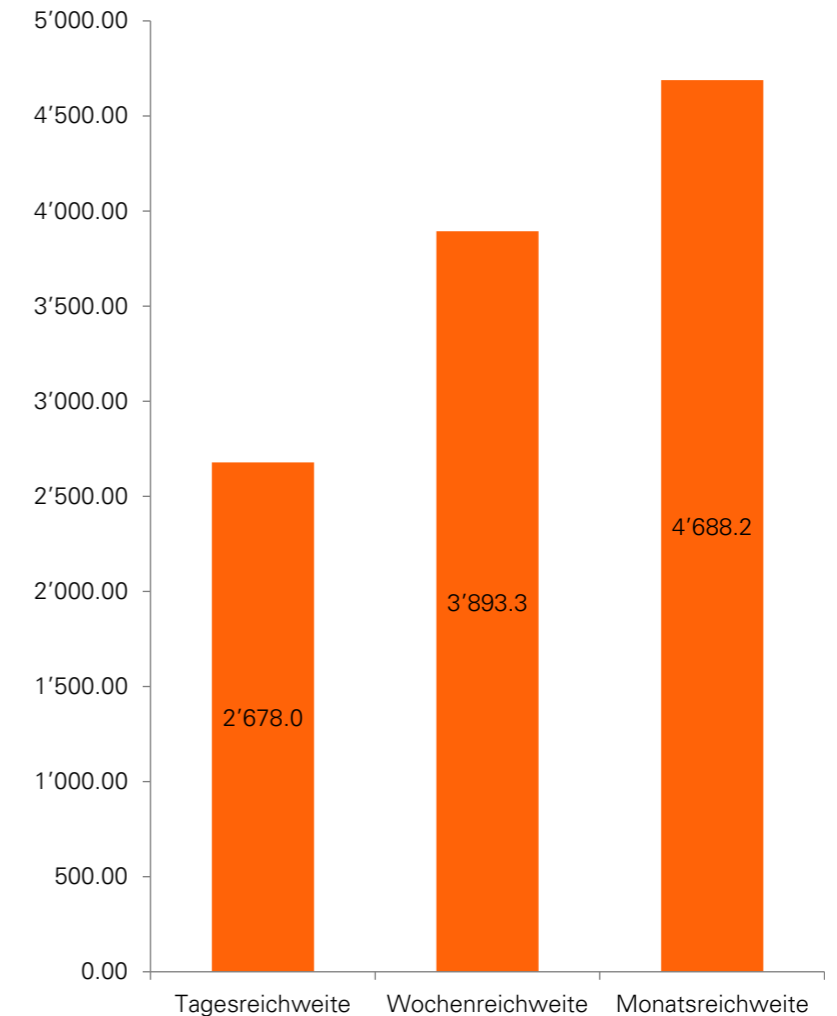
Quelle: Mediapulse Online Audience Data (Mediapulse Audience Analytics); Zeitraum: 1.7.2023-31.12.2023
Universum: 7'288'900 Personen
Basis: Schweiz, Bevölkerung 15+

Online Gesamtmarkt Schweiz / Zielgruppe 15+ zum Quervergleich

Tagesverlauf in '000
Basis Avg. Daily Reach



Ø Tages-, Wochen-, Monatsreichweite in '000
Basis kumulierte Werte



Vertrauensintervall/Konfidenzintervall

Mediapulse arbeitet bei ihren Messungen und bei der Publikation der Daten mit Vertrauensintervallen. Die Interpretation der Daten muss unter dieser Annahme erfolgen.

Warum?

Mittels einer Stichprobe werden wichtige Masse in der Grundgesamtheit geschätzt (z.B. Mittelwerte oder Nettoreichweiten). Eine Stichprobe liefert also nie ganz präzise Daten, sondern Annäherungswerte für den wahren Wert in der Grundgesamtheit, wobei das Vertrauensintervall die Präzision der Lageschätzung unter einer gegebenen Wahrscheinlichkeit angibt.

Definition

«Der zufallsbedingte Wertebereich, der auf Grund einer Zufallsstichprobe im Ergebnis einer Intervallschätzung für einen unbekannt Parameter einer Grundgesamtheit ermittelt wird und der einer vorgegebenen Wahrscheinlichkeit genügt.» (Peter P. Eckstein, Repetitorium Statistik)

Oder mit anderen Worten...

«Das Vertrauensintervall gibt den Bereich an, innerhalb dessen mit grosser, berechenbarer Wahrscheinlichkeit der wahre Wert liegt.» (Werner Wyss, Marktforschung von A-Z)

Vertrauensintervall 95%

Für die Berechnung des Vertrauensintervalls muss die Wahrscheinlichkeit festgelegt werden, von der man ausgehen kann, dass der wahre Wert eintrifft. Als Wahrscheinlichkeit wird bei Mediapulse das Konfidenzniveau von 95% verwendet. Diese Wahrscheinlichkeit wird auch als Konfidenzkoeffizient bezeichnet. Wenn ein Vertrauensintervall von 95 % angegeben wird, kann man zu 95% sicher sein, dass der wahre Wert des Parameters innerhalb dieses Intervalls liegt.

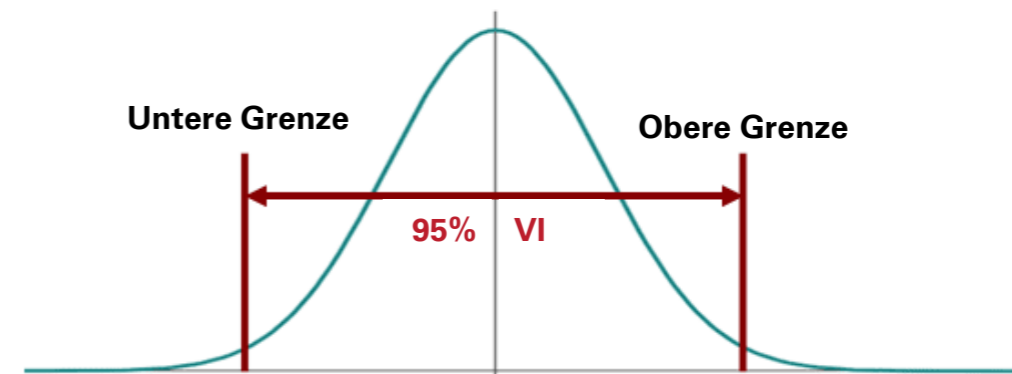
Berechnung des Vertrauensintervalls (allgemeine Formel)

Für die Berechnung des Vertrauensintervalls ist die Verteilungsfunktion des betreffenden Parameters (z. B. des Mittelwerts) in der Grundgesamtheit nötig. Unter der Annahme, dass diese Verteilung normalverteilt ist, ergibt sich das Vertrauensintervall für den Mittelwert mit:

$$VI \text{ für } \mu = \bar{x} \pm z * \frac{s_x}{\sqrt{n-1}}$$

VI = Vertrauensintervall, \bar{x} = Mittelwert, \pm = obere/untere Grenze,

z = z-Wert für das Konfidenzniveau, s = Standardabweichung, n = Stichprobengrösse



Weiterführende Informationen

Über die Semesterpublikation

Mediapulse veröffentlicht Semesterpublikationen in den Bereichen Radio, TV und Online.

Ab dem 01.01.2023 erfolgen die Semesterpublikationen in folgendem Rhythmus:

- Radio jeweils in der 2. Januar- und 2. Juliwoche
- TV jeweils in der 3. Januar- und 3. Juliwoche
- Online jeweils in der 4. Januar- und 4. Juliwoche

Weitere Informationen zur Methode und den Daten der Semesterpublikationen finden Sie unter www.mediapulse.ch

Weitere Publikationen

Neben den Semesterpublikationen zu Radio, TV und Online verantwortet Mediapulse zusätzlich folgende Studien:

- Streaming Data
- Time Use Study
- Establishment Survey

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 (BAKOM). Im Verwaltungsrat der Mediapulse AG sowie im Stiftungsrat der Mediapulse Stiftung ist ein Grossteil des Marktes eingebunden.

Weitere Informationen finden Sie unter: www.mediapulse.ch

Noch Fragen? Gerne sind wir für Sie da.

Mediapulse AG
info@mediapulse.ch
+41 58 356 47 11