

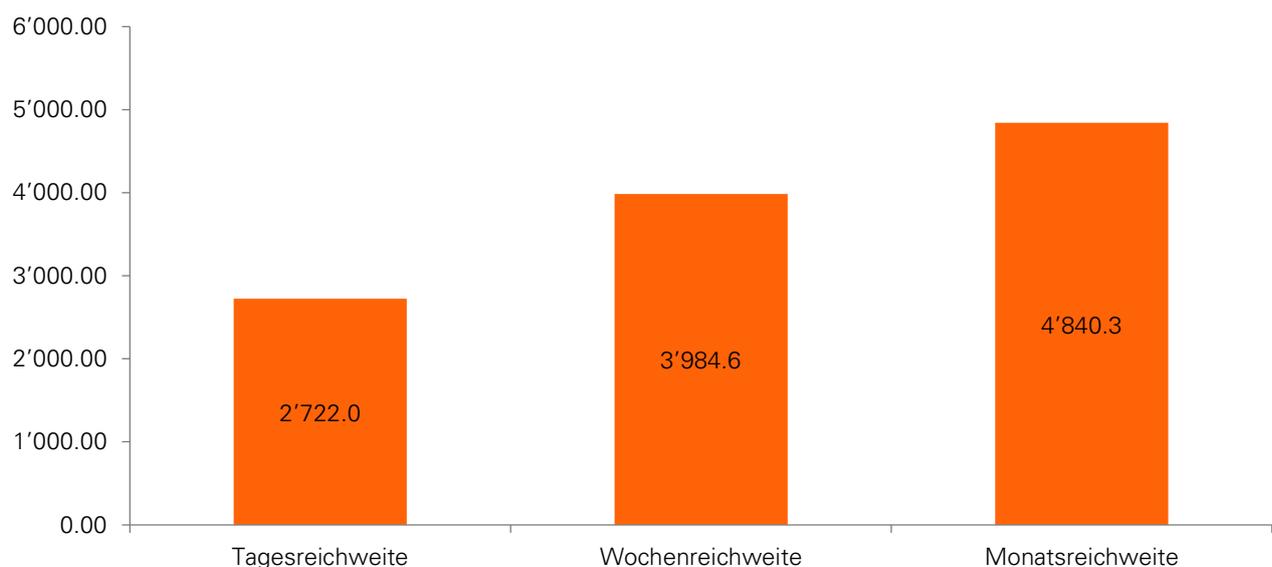
Jede dritte Person nutzt täglich Schweizer Onlinemedien

Zürich, 25. Januar 2024 – Im zweiten Halbjahr 2023 erreichten die Schweizer Onlinemedien pro Tag über 2.7 Millionen Personen und damit ein Drittel der Schweizer Wohnbevölkerung ab 3 Jahren. Über einen durchschnittlichen Monat hinweg steigt diese Reichweite auf 58 Prozent. Dies belegen die von Mediapulse erhobenen Online Audience Data.

Die von Mediapulse verantwortete Onlineforschung erhebt auf Basis eines kontinuierlichen Messsystems die Nutzung von Schweizer Onlinemedien und bildet so die Grundlage für eine Vergleichbarkeit unter den teilnehmenden Websites und Apps. Zweimal jährlich fasst Mediapulse die Daten der Online-Forschung zusammen und publiziert diese im Rahmen eines Semesterberichts.

Im abgelaufenen Semester konnte mit dieser Forschung die Nutzung von 100 Webangeboten mit insgesamt 238 Websites und Apps erfasst werden. Diese Angebote erreichen zusammen täglich 2.7 Millionen Personen, was einer Tagesreichweite von knapp 33 Prozent der Bevölkerung ab 3 Jahren entspricht. Im Laufe einer durchschnittlichen Woche steigt die Zahl der Nutzerinnen und Nutzer auf knapp 4 Millionen und pro Monat auf 4.8 Millionen.

Online Gesamtmarkt Schweiz, Zielgruppe 3+ (kumulierte Werte)



Quelle: Mediapulse Online Audience Data (Mediapulse Audience Analytics), Zeitraum: 1.7.2023-31.12.2023

Universum: 8'349'000 Personen

Basis: Schweiz, Bevölkerung 3+

Erhebung der Nutzung der teilnehmenden Webseiten und Apps auf allen Devices

Die Nutzungsdaten der erfassten Angebote können mit Hilfe der Online Audience Data nach verschiedenen Aspekten aufgeschlüsselt und verglichen werden. So zeigen Männer mit einer Monatsreichweite von 58.4 Prozent eine etwas höhere Affinität für die gemessenen Angebote als Frauen (57.5 Prozent). In der Altersgruppe 50 bis 59 Jahre liegt die Monatsreichweite mit 71 Prozent deutlich höher als in der Altersgruppe 15 bis 29 Jahre (50 Prozent).

Über die verschiedenen Wochentage hinweg ist die Zahl der Nutzerinnen und Nutzer stabil. Beim Blick auf den durchschnittlichen Tagesverlauf lässt sich beobachten, dass die Onlinemedien über den ganzen Tag präsent sind und deutliche Nutzungsspitzen am frühen Morgen (7 Uhr), am Mittag (12 Uhr) und am Abend (17 bis 22 Uhr) hinterlassen. Bei einer Tagesbetrachtung über die letzten sechs Monate korrespondieren die höchsten Tageswerte mit der späten Hitzewelle Ende August mit Werten von über 3 Millionen Nutzerinnen und Nutzer am 23. und 24. August sowie mit den beiden Politikereignissen, der Nationalratswahl vom 22. Oktober und der Bundesratswahl vom 13. Dezember mit je 2.9 Mio. Nutzenden pro Tag, die rund 27, resp. 28 Minuten auf den jeweiligen Plattformen verbrachten.

Die Mediapulse Onlineforschung erfasst die personenbezogene Nutzung der an der Forschung teilnehmenden Onlineangebote (Websites und Apps) mit Hilfe eines hybriden Messsystems, bei dem die Abrufzahlen einer Traffic-Messung mit den Nutzerdaten eines stehenden Haushaltspanels kombiniert werden. Erfasst wird dabei die Nutzung der Wohnbevölkerung ab 3 Jahren über alle Endgeräte (PC, Tablet, Smartphone) und unabhängig vom jeweiligen Nutzungsort (In- und Out-of-Home). Die kontinuierlich erfassten Nutzungsdaten werden monatlich in entsprechenden Markttools publiziert und zweimal pro Jahr in Form eines Semesterberichts zusammengefasst.

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

Für weitere Auskünfte wenden Sie sich bitte an: **Tanja Hackenbruch**
CEO
tanja.hackenbruch@mediapulse.ch
+41 58 356 47 01



Mediapulse AG

info@mediapulse.ch
+41 58 356 47 11

Weltpoststrasse 5
3015 Bern

Badenerstrasse 15
8004 Zürich