

**TOTAL AUDIENCE 2020-1**  
METHODIK UND ERGEBNISSE

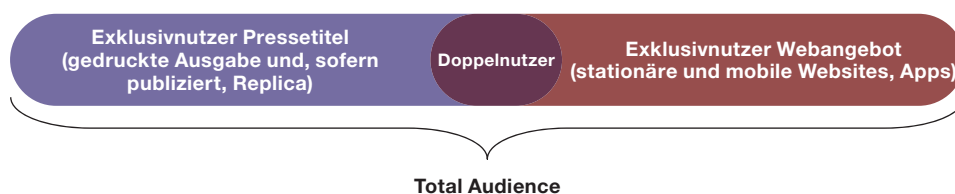
# REICHWEITEN VON MEDIENMARKEN

Die Total Audience liefert kombinierte Medienmarken-Reichweiten von Pressetiteln und deren Webangeboten. Sie erlaubt zudem die Aufschlüsselung nach den Kanälen Desktop-Site, Mobile-Site, Apps und Print inklusive Replicas (E-Paper).

## Nutzen

Die Studie Total Audience 2020-1 entstand in Zusammenarbeit zwischen der WEMF und der NET-Matrix AG. Sie liefert für eine Medienmarke auf Währungsebene (cRR; UUpD/UUpW/UUpM):

- die Brutto-Reichweite einer intermedialen Kombination (Print sowie Webangebote)
- die Netto-Reichweite einer intermedialen Kombination (Print sowie Webangebote)
- externe Überschneidungen (Personen mit paralleler Nutzung von Print und Webangeboten)
- Exklusivnutzer eines Pressetitels
- Exklusivnutzer eines Webangebots

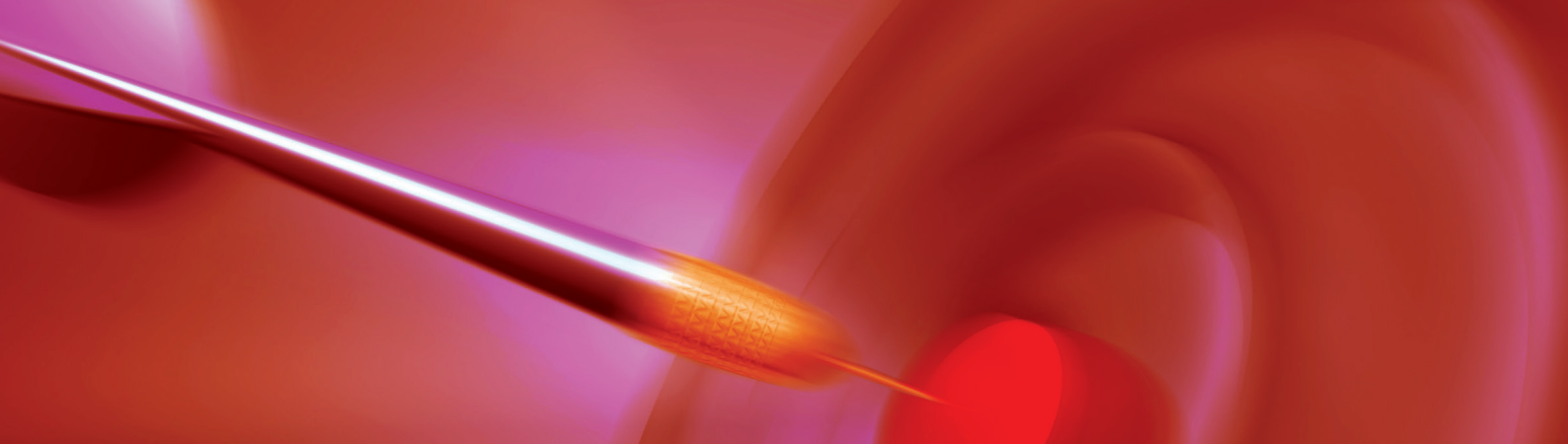


Die Studie Total Audience 2020-1 bildet die Nutzung wichtiger Medienmarken (Print und Webangebote) der gesamten Schweiz ab. Die ausgewiesenen Medienreichweiten entsprechen den Ergebnissen der Studien MACH Basic 2020-1 und NET-Matrix-Profilen 2019-2. Die Total Audience 2020-1 liefert auch detaillierte Informationen zur stationären (Desktop-Site) und zur mobilen Nutzung (Mobile-Site, Apps) von Webangeboten (NET-Matrix-Profilen 2019-2). Zudem weist die Studie die Reichweiten einzelner Pressetitel inklusive deren Replicas (MACH Basic 2020-1) aus.

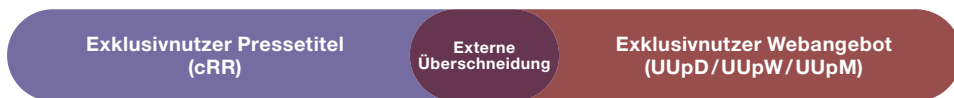
## Begriffsdefinition Replica

Digitale Ausgaben in Form von Replicas sind die immateriell übermittelten Hauptausgaben eines Titels, die der gedruckten Version in allen Details des Inhalts, der Aufmachung (inkl. Platzierung der Anzeigen) und der Erscheinungsweise entsprechen. Digitale Ausgaben in Form von Replicas können mit Filmen, Fotogalerien, Musik oder zusätzlichen Textelementen angereichert werden. Anstelle des Begriffs «digitale Ausgabe in Form von Replicas» wird im Folgenden die Kurzform «Replica» gebraucht. Für «Replica» wird ausserhalb dieser Studie oft auch der Begriff «E-Paper» verwendet.

Die Leserschaft eines Pressetitels umfasst somit neben den Lesern der gedruckten Ausgabe einer Zeitung oder Zeitschrift auch die Nutzer der Replicas, sofern die Teilnahmevoraussetzungen für die Ausweisung von Replicas erfüllt wurden und der Titel eine Ausweisung beantragt hat. Pressetitel mit Replica-Ausweisung haben den Zusatz «+ Replica» (siehe Tabellen auf den Seiten 6 und 8 sowie auf den Seiten 10 bis 11).



### Reichweiten von ausgewählten Medienmarken (Projektion in Tsd.)



### Medienliste (Auswahl)

Presstetitel (Erscheinungsintervall)		Webangebot (Reichweite)
20 Minuten National GES (5 x pro Woche)	1 322    439    1 169	20 Minuten Online & Tio.ch Kombi (UUpD)
Blick (6 x pro Woche)	340    86    750	Blick Online (UUpD)
Tages-Anzeiger (6 x pro Woche)	331    30    203	tagesanzeiger.ch (UUpD)
Temps, Le (6 x pro Woche)	105    6    75	LE TEMPS (UUpD)
Metropool (6 x pro Woche)	690    82    310	Newsnet D-CH (UUpD)
Schweizer Illustrierte (1 x pro Woche)	461    34    350	schweizer-illustrierte.ch (UUpW)
Beobachter (2 x pro Monat)	621    167    872	beobachter.ch (UUpM)

Die Reichweite eines Presstetitels (cRR) bezieht sich immer auf eine einzelne Ausgabe, während sich die Reichweite des Webangebots auf einen Nutzungszeitraum bezieht. Damit Presstetitel und Webangebot sinnvoll verglichen werden können, ist es ratsam, bei einem Reichweitenvergleich das Erscheinungsintervall des Presstetitels mitzubersichtigen. Erscheint beispielsweise ein Presstetitel nahezu täglich (6 x pro Woche), bietet sich bei einem Vergleich mit dem Webangebot die Tagesreichweite Unique User per Day (UUpD) an.

Eine Übersicht aller ausgewiesenen Medienwerte pro Presstetitel und Webangebot befindet sich auf den Seiten 6 bis 9. Die kombinierten Reichweiten sind auf den Seiten 10 und 11 dargestellt. Es werden nur diejenigen Kombinationen aufgeführt, bei welchen der Nutzungszeitraum der Webangebote mit dem Erscheinungsintervall des Presstetitels übereinstimmt.

Die Auswertung weiterer Kombinationen oder die Betrachtung innerhalb spezifischer Zielgruppen sind via Datenportal NEXT>LEVEL möglich.



## Publikation

Die Studie Total Audience erscheint seit Herbst 2015 zweimal pro Jahr. Publiziert werden Medienmarken, die sowohl im Presse- wie auch im Online-Markt die Nutzerschaften ihrer Angebote durch die WEMF (MACH Basic) und die NET-Metrix AG (NET-Metrix-Profile) erheben lassen.

In der vorliegenden Broschüre zur Total Audience 2020-1 wird nur ein Teil der verfügbaren Daten publiziert. Der vollständige Datensatz steht Interessierten über das WEMF-Daten-Tool NEXT>LEVEL zur Verfügung.

Im Datenportal NEXT>LEVEL können Analysen der beteiligten Medien nach soziodemografischen Zielgruppen anhand von Kreuztabellen durchgeführt werden. Lizenzen für dieses Tool können gegen eine Schutzgebühr direkt bei der WEMF bestellt werden ([www.wemf.ch](http://www.wemf.ch)).

## Publikationsinhalte

In der Studie Total Audience 2020-1 stehen neben den Reichweitendaten zur Nutzung von Presse- und Webangeboten auch soziodemografische Informationen für Zielgruppenanalysen zur Verfügung. Mit Rücksicht auf die Datenlage in der Studie NET-Metrix-Profile ist die Anzahl der ausgewiesenen soziodemografischen Variablen geringer als bei der Studie MACH Basic. Die Total Audience ermöglicht die Gesamtbetrachtung einer Medienmarke. Im Zentrum steht die Analyse der Überschneidungen von Pressetiteln und deren Webangeboten. Zu diesem Zweck werden die NET-Metrix-Profile-Daten in die Total Audience fusioniert. Für die ausschliessliche Analyse von Webangeboten (ohne Überschneidungen zu gedruckten Ausgaben) sollte jedoch direkt auf die Studie NET-Metrix-Profile zurückgegriffen werden.

Die zusätzlichen Nutzerdaten der Desktop-Sites, Mobile-Sites und der Apps werden als Reichweiten UUpW und UUpM ausgewiesen, sofern die Teilnahmevoraussetzungen erfüllt sind und das entsprechende Desktop- respektive Mobile-Angebot angemeldet wurde. Eine Ausweisung in der Total Audience 2020-1 ist optional.

Die NET-Metrix AG empfiehlt, Auswertungen von Teilangeboten (Desktop-Site, Mobile-Site und Apps) mit Strukturmerkmalskombinationen (z. B. Altersklassen kombiniert mit Geschlecht) nur für interne Zwecke zu verwenden. Methodische Einschränkungen innerhalb der NET-Metrix-Profile und insbesondere Fallzahllimiten können dazu führen, dass bei der Kombination von Strukturmerkmalen Schwankungen bei den Teilangeboten im Zeitreihenvergleich auftreten.

Seit Herbst 2015 weist die WEMF in der MACH Basic auch kombinierte Reichweiten von gedruckten und digitalen Ausgaben in Form von Replicas von printbasierten Medienmarken aus. Diese erweiterten Medienwerte sind, wo vorhanden, auch in der Total Audience integriert.

**Exklusivnutzer Pressetitel**  
(gedruckte Ausgabe und, sofern publiziert, Replica)

### Doppelnutzer

Desktop-Site

Mobile-Site

Apps (entweder Phone/Tablet oder Universal)

**Exklusivnutzer Webangebot**  
(stationäre und mobile Websites, Apps)

# METHODIK

## Grundgesamtheit

Die Studie Total Audience 2020-1 baut auf den Reichweitenstudien MACH Basic 2020-1 und NET-Matrix-Profile 2019-2 auf. Die Grundgesamtheit umfasst die Wohnbevölkerung ab 14 Jahren der Schweiz und des Fürstentums Liechtenstein, die an die Amtssprache(n) des jeweiligen Wohnbezirks sprachassimiliert ist und in Privathaushalten lebt.

	Hochrechnung	Gewichtete Stichprobe
<b>Grundgesamtheit D/F/I</b>	6 814 000 Personen	35 099 Fälle
<b>Deutsche Sprachgruppe</b>	4 864 000 Personen	25 052 Fälle
<b>Französische Sprachgruppe</b>	1 644 000 Personen	8 467 Fälle
<b>Italienische Sprachgruppe</b>	307 000 Personen	1 580 Fälle

## Datenquellen

Die Studie Total Audience 2020-1 bezieht ihre Informationen aus den Datenquellen MACH Basic 2020-1 und NET-Matrix-Profile 2019-2. Die Reichweiten der Pressetitel und die soziodemografischen Strukturdaten entstammen der MACH Basic 2020-1. Die Studie NET-Matrix-Profile 2019-2 liefert hingegen die Sollwerte zur Nutzung der Webangebote.

Die Datenerhebung für die MACH Basic 2020-1 wurde in der ganzen Schweiz und in Liechtenstein mittels eines ausgetesteten, vollstrukturierten Fragebogens durchgeführt. Die Umfrage erfolgte sowohl über computergestützte Telefoninterviews (CATI) mit Zeigematerial als auch über computergestützte Online-Interviews (CAWI) zum Selbstausfüllen. Die MACH Basic 2020-1 wird zeitgleich mit der Studie Total Audience 2020-1 publiziert und umfasst den Erhebungszeitraum vom 25. September 2017 bis 29. September 2019.

Etwa 45% der Befragten der MACH Basic 2020-1 haben den Hauptfragebogen online ausgefüllt. Diese CAWI-Befragung wurde technisch so angelegt, dass die einzelnen Online-Fragebogen direkt mit den Messdaten der Traffic-Publikation NET-Matrix-Audit (siehe weiter unten) verbunden werden können. Mit den so erhobenen Daten und zusätzlichen Angaben zu den stationären und mobilen Nutzern von Webangeboten konnten die Sollwerte für die Reichweiten der Webangebote aus der Studie NET-Matrix-Profile im MACH Basic-Datensatz nachgebildet werden.

Die Internetnutzungsstudie NET-Matrix-Profile liefert die Sollwerte für die Nutzerschaften der Webangebote, der Teilangebote (Desktop-Site, Mobile-Site und Apps) und der Netzwerke. Die in NET-Matrix-Profile 2019-2 publizierten Nutzerdaten basieren auf Messdaten aus der Traffic-Publikation NET-Matrix-Audit, die mit Daten aus einer Onsite-Befragung ergänzt werden. Die Studie NET-Matrix-Profile 2019-2 wurde im November 2019 publiziert und bezieht sich auf den Erhebungszeitraum vom 1. April 2019 bis 30. Juni 2019.

Weitere Informationen zu den Studien MACH Basic und NET-Matrix-Profile finden sich in den entsprechenden Studiendokumentationen unter [www.wemf.ch](http://www.wemf.ch) respektive unter [www.net-matrix.ch](http://www.net-matrix.ch).

# ERGEBNIS

## Publizierte Werte

Der Medienwert cRR (calculated Recent Readership) gibt an, wie viele Personen eine durchschnittliche Ausgabe eines Presstitels oder einer Titelkombination lesen. Der Medienwert Unique User (UU) zeigt auf, wie viele Personen ein Webangebot in einem bestimmten Zeitraum nutzen. In der Studie Total Audience 2020-1 werden die Werte als Unique User pro Tag (UUpD) sowie als Unique User pro Woche (UUpW) und Unique User pro Monat (UUpM) publiziert.

Einzelreichweiten der Medienmarken Universum Total Audience 2020-1 D/F/I Werte cRR und UUpD/UUpW/UUpM ausgewählter Medienmarken (Projektion in 1000)		Presstitel		Webangebot		
		cRR in 1000	Erscheinungsweise	UUpD in 1000	UUpW in 1000	UUpM in 1000
Presstitel <sup>1</sup> (5–7 × pro Woche)	Webangebot <sup>2</sup>					
20 Minuten National GES	20 Minuten Online & Tio.ch Kombi	1 760	5 × pro Woche	1 608	2 659	3 659
20 Minuten D-CH GES	20min.ch – D-CH	1 183	5 × pro Woche	1 206	2 039	2 901
20 Minutes F-CH éd. totale	20min.ch – W-CH	496	5 × pro Woche	333	581	921
20 Minuti I-CH	tio.ch	86	5 × pro Woche	102	205	336
24 Heures éd. totale	24heures.ch	164	6 × pro Woche	70	255	585
Arcinfo + Replica	arcinfo.ch	63	6 × pro Woche	27	116	308
Basler Zeitung	baslerzeitung.ch	107	6 × pro Woche	71	240	566
Blick	Blick Online	426	6 × pro Woche	836	1 736	2 699
Blick/Sonntags Blick	Blick Online	743	7 × pro Woche	836	1 736	2 699
BZ/Bund GES	Newsnet Bern	312	6 × pro Woche	114	387	871
BZ/Bund GES	bernerzeitung.ch	312	6 × pro Woche	69	255	637
BZ/Bund GES	derbund.ch	312	6 × pro Woche	51	180	438
Luzerner Zeitung GES + Replica	luzernerzeitung.ch	271	6 × pro Woche	87	344	844
Neue Zürcher Zeitung (CH) + Replica	Neue Zürcher Zeitung	239	6 × pro Woche	251	912	1 911
Neue Zürcher Zeitung (CH) + Replica/ NZZ am Sonntag + Replica/NZZ Folio	Neue Zürcher Zeitung	635	7 × pro Woche	251	912	1 911
Nordwestschweiz GES N + Replica	Nordwestschweiz Netz	382	5 × pro Woche	110	384	958
Nouvelliste, Le + Replica	Le Nouvelliste	110	6 × pro Woche	54	190	447
St. Galler Tagblatt GES + Replica	St. Galler Tagblatt	257	6 × pro Woche	57	256	681
Tages-Anzeiger	tagesanzeiger.ch	361	6 × pro Woche	233	686	1 427
Temps, Le	LE TEMPS	111	6 × pro Woche	81	326	746
Tribune de Genève	Tribune de Genève	97	6 × pro Woche	77	273	602
Metropool	Newsnet D-CH	772	6 × pro Woche	392	1 071	1 953

<sup>1</sup> Angaben zu den publizierten Titeln finden sich in der Dokumentation zur MACH Basic 2020-1.  
<sup>2</sup> Das Webangebot umfasst sowohl die Website (stationär und mobil) als auch die entsprechenden Apps (eines Mediums), sofern diese bei NET-Matrix AG unter Messung stehen. Es umfasst keine Messungen der Replicas. Angaben zu den publizierten Webangeboten und Netzwerken finden sich in der Dokumentation zur NET-Matrix-Profilen 2019-2.

Einzelreichweiten der Medienmarken Universum Total Audience 2020-1 D/F/I Werte UUpD/UUpW/UUpM ausge- wählter Medienmarken (Projektion in 1000)	UUpD in 1000		UUpW in 1000					UUpM in 1000					
	Web- angebot	Web- angebot	Desktop- Site <sup>2</sup>	Mobile- Site <sup>2</sup>	App <sup>2</sup> Phone	App <sup>2</sup> Tablet	App <sup>2</sup> Universal	Web- angebot	Desktop- Site <sup>2</sup>	Mobile- Site <sup>2</sup>	App <sup>2</sup> Phone	App <sup>2</sup> Tablet	App <sup>2</sup> Universal
<b>Webangebot<sup>1</sup></b>													
20 Minuten Online & Tio.ch Kombi	1608	2659						3659					
20min.ch – D-CH	1206	2039	402	1513	920	190		2901	785	2203	1042	255	
20min.ch – W-CH	333	581	107	392	245	56		921	218	669	284	73	
tio.ch	102	205	44	162	28			336	82	286	34		
24heures.ch	70	255						585					
arcinfo.ch	27	116						308					
baslerzeitung.ch	71	240						566					
Blick Online	836	1736						2699					
Blick Online	836	1736						2699					
Newsnet Bern	114	387						871					
bernerzeitung.ch	69	255						637					
derbund.ch	51	180						438					
luzernerzeitung.ch	87	344	66	250			16	844	177	642			24
Neue Zürcher Zeitung	251	912						1911					
Neue Zürcher Zeitung	251	912						1911					
Nordwestschweiz Netz	110	384						958					
Le Nouvelliste	54	190						447					
St. Galler Tagblatt	57	256	58	194				681	165	530			
tagesanzeiger.ch	233	686	156	402		22	85	1427	369	897		30	122
LE TEMPS	81	326	66	249				746	176	579			
Tribune de Genève	77	273						602					
Newsnet D-CH	392	1071						1953					

<sup>1</sup> Das Webangebot umfasst sowohl die Website (stationär und mobil) als auch die entsprechenden Apps (eines Mediums), sofern diese bei NET-Matrix AG unter Messung stehen. Es umfasst keine Messungen der Replicas. Angaben zu den publizierten Webangeboten und Netzwerken finden sich in der Dokumentation zur NET-Matrix-Profilen 2019-2.

<sup>2</sup> Der ausgewiesene Wert umfasst nur Desktop- und Mobile-Sites sowie Apps, die in der NET-Matrix-Profilen 2019-2 publiziert und von den Teilnehmern für die Total Audience 2020-1 bestellt wurden.

**Einzelreichweiten der Medienmarken  
Universum Total Audience 2020-1 D/F/I  
Werte cRR und UUpD/UUpW/UUpM ausgewählter Medienmarken**  
(Projektion in 1000)

		Presstitel		Webangebot		
		cRR in 1000	Erscheinungsweise	UUpD in 1000	UUpW in 1000	UUpM in 1000
<b>Presstitel<sup>1</sup> (1–2 × pro Woche)</b>		<b>Webangebot<sup>2</sup></b>				
Coop Presse	coopzeitung (de, fr, it)	3239	1 × pro Woche	20	114	291
Femina	femina.ch	208	1 × pro Woche	12	64	197
Finanz und Wirtschaft	fuw.ch	80	2 × pro Woche	15	60	171
Handelszeitung	handelszeitung.ch	74	1 × pro Woche	19	112	357
Illustré	Illustré	280	1 × pro Woche		22	79
Matin dimanche, Le	LeMatin.ch	339	1 × pro Woche	174	460	842
NZZ am Sonntag + Replica	Neue Zürcher Zeitung	358	1 × pro Woche	251	912	1911
Schweizer Illustrierte	schweizer-illustrierte.ch	495	1 × pro Woche	86	384	975
Sonntags Blick	Blick Online	471	1 × pro Woche	836	1736	2699
Tele	tele.ch	281	1 × pro Woche		29	82
Beobachter/Tele	Online-Millionenkombi	993	1 × pro Woche	65	377	1089
<b>Presstitel<sup>1</sup> (1–2 × pro Monat)</b>		<b>Webangebot<sup>2</sup></b>				
Beobachter	beobachter.ch	788	2 × pro Monat	58	352	1039
Bilan	bilan.ch	46	2 × pro Monat	6	40	143
Bilanz	bilanz.ch	165	1 × pro Monat <sup>3</sup>	6	44	163
Migusto GES	migusto.ch	929	1 × pro Monat	38	234	733
NZZ Folio	Neue Zürcher Zeitung	334	1 × pro Monat	251	912	1911

<sup>1</sup> Angaben zu den publizierten Titeln finden sich in der Dokumentation zur MACH Basic 2020-1.

<sup>2</sup> Das Webangebot umfasst sowohl die Website (stationär und mobil) als auch die entsprechenden Apps (eines Mediums), sofern diese bei NET-Matrix AG unter Messung stehen. Es umfasst keine Messungen der Replicas. Angaben zu den publizierten Webangeboten und Netzwerken finden sich in der Dokumentation zur NET-Matrix-Profil 2019-2.

<sup>3</sup> Während des Erhebungszeitraums der MACH Basic 2020-1 wurde die Erscheinungsfrequenz dieses Titels verändert. Detailliertere Informationen finden sich in der Dokumentation zur MACH Basic 2020-1.



Einzelreichweiten der Medienmarken Universum Total Audience 2020-1 D/F/I Werte UUpD/UUpW/UUpM ausgewählter Medienmarken (Projektion in 1000)	UUpD in 1000		UUpW in 1000					UUpM in 1000					
	Web- angebot	Web- angebot	Desktop- Site <sup>2</sup>	Mobile- Site <sup>2</sup>	App <sup>2</sup> Phone	App <sup>2</sup> Tablet	App <sup>2</sup> Universal	Web- angebot	Desktop- Site <sup>2</sup>	Mobile- Site <sup>2</sup>	App <sup>2</sup> Phone	App <sup>2</sup> Tablet	App <sup>2</sup> Universal
<b>Webangebot<sup>1</sup></b>													
coopzeitung (de, fr, it)	20	114						291					
femina.ch	12	64						197					
fuw.ch	15	60						171					
handelszeitung.ch	19	112						357					
Illustré		22						79					
LeMatin.ch	174	460						842					
Neue Zürcher Zeitung	251	912						1911					
schweizer-illustrierte.ch	86	384						975					
Blick Online	836	1736						2699					
tele.ch		29						82					
Online-Millionenkombi	65	377						1089					
<b>Webangebot<sup>1</sup></b>													
beobachter.ch	58	352						1039					
bilan.ch	6	40						143					
bilanz.ch	6	44						163					
migusto.ch	38	234						733					
Neue Zürcher Zeitung	251	912						1911					
<sup>1</sup> Das Webangebot umfasst sowohl die Website (stationär und mobil) als auch die entsprechenden Apps (eines Mediums), sofern diese bei NET-Matrix AG unter Messung stehen. Es umfasst keine Messungen der Replicas. Angaben zu den publizierten Webangeboten und Netzwerken finden sich in der Dokumentation zur NET-Matrix-Profilen 2019-2. <sup>2</sup> Der ausgewiesene Wert umfasst nur Desktop- und Mobile-Sites sowie Apps, die in der NET-Matrix-Profilen 2019-2 publiziert und von den Teilnehmern für die Total Audience 2020-1 bestellt wurden.													

Kombinationen der Medienmarken Universum Total Audience 2020-1 D/F/I Werte cRR und UUpD/UUpW/UUpM ausgewählter Medienmarken		Presse- titel cRR in 1000	Weban- gebot Unique User (UU) in 1000	Kombination (Pressetitel und Webangebot)				
				Brutto-RW <sup>3</sup> in 1000	Netto-RW in 1000	externe Über- scheidung in 1000	Exklusiv- nutzer Presse- titel in 1000	Exklusiv- nutzer Webangebot in 1000
Pressetitel <sup>1</sup> (5-7 x pro Woche)	Webangebot <sup>2</sup> (Tagesreichweite)	cRR	UUpD	Kombination (Pressetitel und Webangebot)				
20 Minuten National GES	20 Minuten Online & Tio.ch Kombi	1760	1608	3368	2929	439	1322	1169
20 Minuten D-CH GES	20min.ch – D-CH	1183	1206	2389	2114	275	908	931
20 Minutes F-CH éd. totale	20min.ch – W-CH	496	333	829	721	108	388	225
20 Minuti I-CH	tio.ch	86	102	188	160	28	59	74
24 Heures éd. totale	24heures.ch	164	70	234	225	10	154	60
Arcinfo + Replica	arcinfo.ch	63	27	90	87	3	60	24
Basler Zeitung	baslerzeitung.ch	107	71	178	173	6	102	66
Blick	Blick Online	426	836	1262	1176	86	340	750
Blick/Sonntags Blick	Blick Online	743	836	1579	1438	142	602	694
BZ/Bund GES	Newsnet Bern	312	114	426	403	22	289	92
BZ/Bund GES	bernerzeitung.ch	312	69	381	367	14	298	55
BZ/Bund GES	derbund.ch	312	51	363	352	11	301	40
Luzerner Zeitung GES + Replica	luzernerzeitung.ch	271	87	358	342	16	255	71
Neue Zürcher Zeitung (CH) + Replica	Neue Zürcher Zeitung	239	251	490	474	16	223	236
Neue Zürcher Zeitung (CH) + Replica/ NZZ am Sonntag + Replica/NZZ Folio	Neue Zürcher Zeitung	635	251	887	848	39	596	213
Nordwestschweiz GES N + Replica	Nordwestschweiz Netz	382	110	492	476	16	366	94
Nouvelliste, Le + Replica	Le Nouvelliste	110	54	164	155	9	101	45
St. Galler Tagblatt GES + Replica	St. Galler Tagblatt	257	57	314	305	9	249	48
Tages-Anzeiger	tagesanzeiger.ch	361	233	594	564	30	331	203
Temps, Le	LE TEMPS	111	81	192	186	6	105	75
Tribune de Genève	Tribune de Genève	97	77	175	168	6	91	71
Metropool	Newsnet D-CH	772	392	1164	1081	82	690	310

<sup>1</sup> Angaben zu den publizierten Titeln finden sich in der Dokumentation zur MACH Basic 2020-1.

<sup>2</sup> Das Webangebot umfasst sowohl die Website (stationär und mobil) als auch die entsprechenden Apps (eines Mediums), sofern diese bei NET-Matrix AG unter Messung stehen. Es umfasst keine Messungen der Replicas. Angaben zu den publizierten Webangeboten und Netzwerken finden sich in der Dokumentation zur NET-Matrix-Profil 2019-2.

<sup>3</sup> Für die Titelkombinationen und Netzwerke entspricht der Bruttowert der einfachen Summe der Netto-Reichweiten von beiden Mediengattungen.

Kombinationen der Medienmarken Universum Total Audience 2020-1 D/F/I Werte cRR und UUpD/UUpW/UUpM ausgewählter Medienmarken		Presse- titel	Weban- gebot	Kombination (Pressetitel und Webangebot)				
		cRR in 1000	Unique User (UU) in 1000	Brutto-RW <sup>3</sup> in 1000	Netto-RW in 1000	externe Über- scheidung in 1000	Exklusiv- nutzer Pressetitel in 1000	Exklusiv- nutzer Webangebot in 1000
Pressetitel <sup>1</sup> (1-2 x pro Woche)	Webangebot <sup>2</sup> (Wochenreichweite)	cRR	UUpW	Kombination (Pressetitel und Webangebot)				
Coop Presse	coopzeitung (de, fr, it)	3239	114	3353	3282	70	3168	43
Femina	femina.ch	208	64	272	265	7	201	57
Finanz und Wirtschaft	fuw.ch	80	60	140	136	4	76	56
Handelszeitung	handelszeitung.ch	74	112	186	183	3	71	109
Illustré	Illustré	280	22	302	299	3	277	19
Matin dimanche, Le	LeMatin.ch	339	460	799	709	90	249	370
NZZ am Sonntag + Replica	Neue Zürcher Zeitung	358	912	1270	1191	79	279	833
Schweizer Illustrierte	schweizer-illustrierte.ch	495	384	878	845	34	461	350
Sonntags Blick	Blick Online	471	1736	2208	2041	167	304	1569
Tele	tele.ch	281	29	310	308	2	279	28
Beobachter/Tele	Online-Millionenkombi	993	377	1369	1301	68	925	309
Pressetitel <sup>1</sup> (1-2 x pro Monat)	Webangebot <sup>2</sup> (Monatsreichweite)	cRR	UUpM	Kombination (Pressetitel und Webangebot)				
Beobachter	beobachter.ch	788	1039	1826	1660	167	621	872
Bilan	bilan.ch	46	143	188	184	4	41	139
Bilanz	bilanz.ch	165	163	328	317	11	154	152
Migusto GES	migusto.ch	929	733	1662	1505	157	771	576
NZZ Folio	Neue Zürcher Zeitung	334	1911	2246	2085	160	174	1751

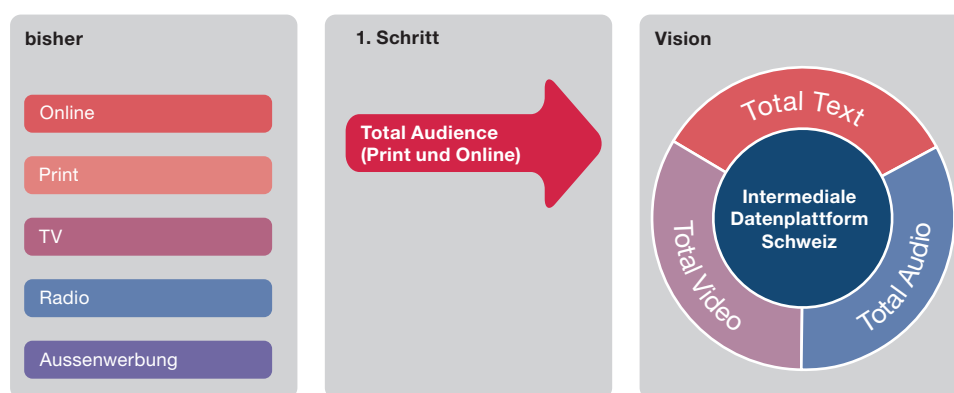
<sup>1</sup> Angaben zu den publizierten Titeln finden sich in der Dokumentation zur MACH Basic 2020-1.  
<sup>2</sup> Das Webangebot umfasst sowohl die Website (stationär und mobil) als auch die entsprechenden Apps (eines Mediums), sofern diese bei NET-Matrix AG unter Messung stehen. Es umfasst keine Messungen der Replicas. Angaben zu den publizierten Webangeboten und Netzwerken finden sich in der Dokumentation zur NET-Matrix-Profilen 2019-2.  
<sup>3</sup> Für die Titelkombinationen und Netzwerke entspricht der Bruttowert der einfachen Summe der Netto-Reichweiten von beiden Mediengattungen.

# MEILENSTEIN ZUR INTERMEDIALEN DATENPLATTFORM

## Ein erster Schritt

Ausgehend von der Vision einer sämtliche intramediale Branchenstudien integrierenden Datenplattform, gibt die Total Audience auf formaler, fachlicher und praktischer Ebene eine Vorstellung davon, wie dieses Ziel eines Tages erreicht werden könnte.

Die Total Audience ist ein erster Meilenstein auf dem komplexen Weg zu einer integrierten «Medienforschung Schweiz».



Basierend auf den Erfahrungen der Nutzer soll die Studie weiterentwickelt, den täglichen Bedürfnissen möglichst angepasst und allenfalls auch weiter ausgebaut werden.

Denkbar ist beispielsweise die Integration von Einschaltkosten, eine Weiterentwicklung in Richtung Planungstool, der Ausweis von Kontaktqualitäten, die Aufnahme weiterer Medien oder Mediengattungen und so weiter. Im Gegensatz zur als strategisches Planungsinstrument konzipierten MA Strategy kombiniert die Total Audience die Währungsdaten einer Medienmarke.

## Impressum/Copyright

**Herausgeber:** WEMF AG für Werbemedienforschung  
Bachmattstrasse 53 – CH-8048 Zürich  
Tel. +41 43 311 76 76 – Fax +41 43 311 76 77  
wemf@wemf.ch – www.wemf.ch

**Durchführung:** WEMF AG für Werbemedienforschung

**In Zusammenarbeit mit:** NET-Matrix AG, Zürich

**Grafisches Design:** Antonio Haslach  
Kommunikation & Design, Zürich

**Publikationsdatum:** April 2020

**Copyright:** Die Publikationsrechte für die Studie  
Total Audience 2020-1 liegen bei der WEMF AG für

Werbemedienforschung. Die Veröffentlichung oder  
Verbreitung, auch auszugsweise, ist unter folgender  
Quellenangabe gestattet: WEMF/REMP ©. Der WEMF  
sind zwei Belegexemplare der Veröffentlichungen  
unaufgefordert zur Kenntnis zuzustellen.

printed in  
switzerland