

The background of the entire page is a photograph of a bowling alley. In the foreground, several bowling pins are visible, some in sharp focus and others blurred. A bowling ball is in motion, creating a blurred trail as it moves across the lane. The lighting is warm, with a mix of orange, red, and blue tones. A large, semi-transparent red rectangle is overlaid on the top half of the image, serving as a background for the text.

wēmf  
remp

# MACH TOTAL AUDIENCE 2024-2

Die intermediale Währungsstudie

# Intermediastudie mit Währungscharakter

## Die MACH Total Audience kombiniert Presse- und Online-reichweiten von Medienmarken

Die MACH Total Audience erfasst die Nutzung von Print- und Onlineangeboten printbasierter Medienmarken. Dadurch gibt sie Aufschluss über deren crossmediale Nutzung und kann übergreifende Gesamtreichweiten sowie Exklusiv- und Doppelnutzer:innen der einzelnen Angebote darstellen.

Die ausgewiesenen Medienwerte entsprechen den Reichweiten einzelner Presstitel inklusive deren Replicas (E-Paper) aus der Studie MACH Basic und den Reichweiten zu den Webangeboten aus der Mediapulse Online Content Audience Data. Die MACH Total Audience entsteht in Zusammenarbeit zwischen der WEMF und der Mediapulse AG.

**«Die MACH Total Audience gibt Aufschluss über die crossmediale Nutzung einer Medienmarke.»**

### Nutzen für den Werbemarkt

- Datenbasis für kanalübergreifende Reichweitenoptimierung
- Daten mit Währungscharakter (Print: cRR, Online: Avg. Daily Reach, Avg. Weekly Reach, Avg. Monthly Reach)
- Intermediavergleich zwischen Medienmarken (Print und Onlineangebote)
- Informationen zur Zusammensetzung der Nutzer-schaft (Soziodemografie) und Haushaltsmerkmale

### Nutzen für den Medienmarkt

- Wertvolle Informationen über die Gesamtreichweite sowie die Exklusiv- und Doppelnutzer:innen der Print- und der Onlineangebote einer Medienmarke
- Hochwertige Datenbasis für die Ausgestaltung von Kombiangeboten
- Transparenz/Vergleichbarkeit gegenüber Werbeauftraggeber:innen und Mediaagenturen
- Informationen für die strategische Positionierung und Vermarktung
- Konkurrenzbeobachtung
- Potenziale in bestehenden oder neuen Zielgruppen



Mehr über die WEMF  
wemf.ch/die-wemf



### Impressum

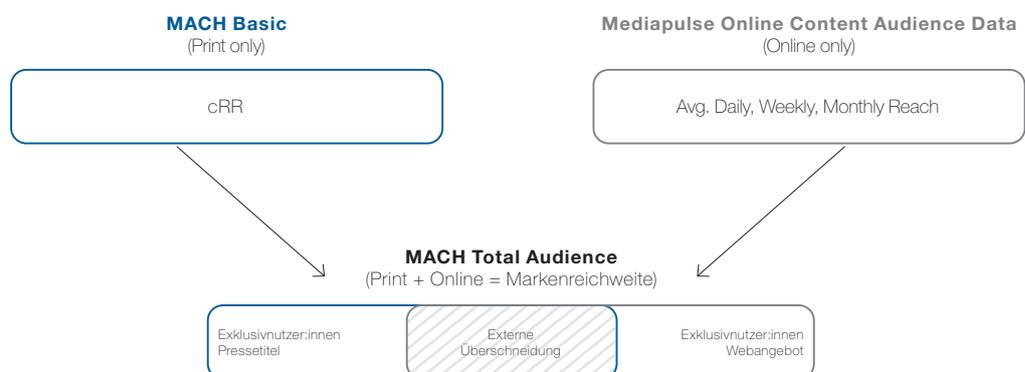
Herausgeberin: WEMF AG  
für Werbemedienforschung

Bachmattstrasse 53  
CH-8048 Zürich  
+41 43 311 76 76  
wemf@wemf.ch  
www.wemf.ch

Kooperationspartner:  
Mediapulse AG, Bern  
Gestaltungskonzept:  
Linkgroup AG, Zürich

Publikationsdatum:  
Oktober 2024

Hinweis:  
Änderungen vorbehalten  
2024 © WEMF / REMP



Neben den Reichweiten der Print- und der Onlinestudien sind in der MACH Total Audience auch die Gesamtreichweite (Print + Online) und die Anteile der Exklusiv-Print, Exklusiv-Online und die Nutzung beider auf Währungsebene auswertbar.

# Intermediale Gesamtreichweiten von Medienmarken

## Die Studie MACH Total Audience liefert neben Presse- und Onlinereichweiten auch soziodemografische Informationen für Zielgruppenanalysen

### PUBLIKATION

Seit 2011 publiziert die WEMF die MACH Total Audience. Bis und mit der Publikation 2021-1 in Kooperation mit der NET-Metrix AG, ab 2023 in Zusammenarbeit mit der Mediapulse AG. Die Teilnahme an der Studie steht allen Medienmarken offen, die sowohl in der MACH Basic als auch in der Mediapulse Online Content Audience Data erhoben und veröffentlicht werden.

In der vorliegenden Broschüre zur MACH Total Audience 2024-2 wird nur ein Teil der verfügbaren Daten aufgeführt. Der vollständige Datensatz steht Interessierten über das WEMF-Datenportal NEXT>LEVEL zur Verfügung. Hier können zusätzlich einzelne Zielgruppen- und Nutzerschaftssegmentierungen vorgenommen werden. Lizenzen für das Portal können bei der WEMF bestellt werden. Voraussetzung für den Bezug des Datensatzes ist das Nutzungsrecht an der MACH Basic der WEMF sowie an der Mediapulse Online Content Audience Data der Mediapulse.

Die MACH Total Audience ist als konvergente Reichweitenstudie zwischen Print- und Onlineangeboten konzipiert. Die Auswertung von Reichweiten reiner Online-Online-Kombinationen ist in NEXT>LEVEL daher nicht möglich. Für entsprechende Auswertungen muss direkt auf die Mediapulse Online Content Audience Data zurückgegriffen werden.

### PUBLIKATIONSIHALTE

Im Zentrum der MACH Total Audience steht die Möglichkeit, aufbauend auf den offiziellen Währungszahlen der Schweizer Print- und Onlinewerbebranche Überschneidungen von Pressetiteln und deren Webangeboten zu analysieren. Übergreifende Gesamtreichweiten sowie Exklusiv- und Doppelnutzer:innen der einzelnen Angebote können somit auf Währungsniveau dargestellt werden. Darüber hinaus stehen soziodemografische Informationen zur Verfügung. Für Print-, Online- und Gesamtangebote können so zusätzlich Angaben zu Alter, Geschlecht, Erwerbstätigkeit, Bildung, Haushaltsmerkmalen und der geografischen Verteilung der Nutzerschaft ausgewiesen werden.

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



Mehr zur MACH Total Audience  
[wemf.ch/total-audience](http://wemf.ch/total-audience)



# Kombinierte Medienmarken-Reichweiten von Pressetiteln und deren Webangeboten

Die ausgewiesenen Presse- und Onlinereichweiten geben Aufschluss über die crossmediale Nutzung einer Medienmarke

**MACH Total Audience 2024-2**

Universe CH / D / F / I – Projection in 1 000

	Press titles <sup>1</sup>	Publication period	Online offers <sup>2</sup>	Press titles	Online offers <sup>3</sup>		
				cRR	Avg. Daily Reach	Avg. Weekly Reach	Avg. Monthly Reach
Total Universe (with Liechtenstein)	20 Minuten National GES	5 x per week	20 Minuten Online & Tio.ch Kombi <sup>6</sup>	1 308	1 111	1 873	2 596
	20 Minuten D-CH GES	5 x per week	20 Minuten <sup>6</sup>	882	789	1 300	1 790
	20 Minutes F-CH éd. totale	5 x per week	20 Minutes <sup>6</sup>	367	254	456	653
	20 Minuti I-CH	5 x per week	tio.ch	62	68	116	153
	Arcinfo + Replica	6 x per week	Arcinfo	62	19	57	127
	Blick	6 x per week	Blick National	265	665	1 238	1 889
	Blick / Sonntags Blick	7 x per week	Blick National	464	665	1 238	1 889
	La Côte N	5 x per week	La Côte	20	13	37	90
	Le Nouvelliste + Replica	6 x per week	Le Nouvelliste	105	51	119	219
	Sonntags Blick	1 x per week	Blick National	291	665	1 238	1 889
	Migusto GES	10 x per year	Migusto	1 347	38	214	642
	German-speaking region (w/o Liechtenstein)	20 Minuten National GES	5 x per week	20 Minuten Online & Tio.ch Kombi <sup>6</sup>	885	789	1 300
20 Minuten D-CH GES		5 x per week	20 Minuten <sup>6</sup>	876	789	1 300	1 790
Blick		6 x per week	Blick National	263	600	1 049	1 543
Blick / Sonntags Blick		7 x per week	Blick National	461	600	1 049	1 543
Sonntags Blick		1 x per week	Blick National	290	600	1 049	1 543
Migusto GES		10 x per year	Migusto	1 013	30	164	484
French-speaking region	20 Minuten National GES	5 x per week	20 Minuten Online & Tio.ch Kombi <sup>6</sup>	358	254	456	653
	20 Minutes F-CH éd. totale	5 x per week	20 Minutes <sup>6</sup>	356	254	456	653
	Arcinfo + Replica	6 x per week	ArcInfo	62	19	57	127
	Blick	6 x per week	Blick National	1	61	177	327
	Blick / Sonntags Blick	7 x per week	Blick National	1	61	177	327
	La Côte N	5 x per week	La Côte	20	13	37	90
	Le Nouvelliste + Replica	6 x per week	Le Nouvelliste	105	51	119	219
	Sonntags Blick	1 x per week	Blick National	0	61	177	327
	Migusto GES	10 x per year	Migusto	258	7	41	130
Italian-speak. region	20 Minuten National GES	5 x per week	20 Minuten Online & Tio.ch Kombi <sup>6</sup>	62	68	116	153
	20 Minuti I-CH	5 x per week	tio.ch	62	68	116	153
	Blick	6 x per week	Blick National	0	5	11	19
	Blick / Sonntags Blick	7 x per week	Blick National	0	5	11	19
	Sonntags Blick	1 x per week	Blick National	0	5	11	19
	Migusto GES	10 x per year	Migusto	70	2	9	28

**PUBLIZIERTE WERTE**

Der Medienwert cRR (calculated Recent Readership) gibt an, wie viele Personen eine durchschnittliche Ausgabe eines Pressetitels oder einer Titelkombination lesen. Der Medienwert auf Online-seite zeigt auf, wie viele Personen ein Webangebot in einem bestimmten Zeitraum nutzen. In der Studie MACH Total Audience 2024-2 werden die Werte als Avg. Daily Reach sowie als Avg. Weekly Reach und Avg. Monthly Reach publiziert.

**Combination press titles + online offers<sup>4</sup>  
(Avg. Daily Reach)**

Brutto <sup>5</sup>	Netto	External overlap	Exclusive print	Exclusive online
2419	2123	296	1012	815
1671	1476	195	687	594
621	535	85	282	169
130	115	14	48	54
81	73	8	54	11
930	857	72	192	593
1129	1016	113	351	552
33	30	3	17	11
157	135	21	84	30
956	890	66	225	599
1385	1368	17	1330	21
1674	1478	196	689	593
1665	1470	195	681	594
863	790	72	190	528
1061	948	113	348	487
890	824	66	224	534
1043	1029	14	999	16
612	527	85	273	168
609	524	85	270	169
81	73	8	54	11
61	61	0	0	60
61	61	0	0	60
33	30	3	17	11
156	135	21	83	30
61	61	0	0	61
265	262	3	256	4
130	115	14	48	54
130	115	14	48	54
5	5	0	0	5
5	5	0	0	5
5	5	0	0	5
72	71	1	69	1

**Combination press titles + online offers<sup>4</sup>  
(Avg. Weekly Reach)**

Brutto <sup>5</sup>	Netto	External overlap	Exclusive print	Exclusive online
3181	2721	460	848	1413
2182	1884	298	584	1002
823	687	136	230	320
178	154	24	38	92
119	100	20	42	38
1502	1399	103	161	1135
1702	1529	173	291	1065
56	50	6	14	31
224	180	44	61	75
1529	1424	105	187	1133
1561	1450	112	1235	103
2186	1886	299	586	1001
2176	1878	298	578	1002
1312	1209	103	160	946
1510	1338	173	288	877
1339	1235	105	185	945
1177	1090	87	925	77
814	678	137	221	319
812	675	136	219	320
119	100	20	42	38
178	178	0	0	177
178	178	0	0	177
56	50	6	14	31
224	179	44	60	75
177	177	0	0	177
299	280	19	239	22
178	154	24	38	92
178	154	24	38	92
11	11	0	0	11
11	11	0	0	11
11	11	0	0	11
11	11	0	0	11
80	74	5	65	4

**Combination press titles + online offers<sup>4</sup>  
(Avg. Monthly Reach)**

Brutto <sup>5</sup>	Netto	External overlap	Exclusive print	Exclusive online
3904	3303	602	706	1995
2672	2284	389	493	1402
1019	840	180	187	473
215	184	31	31	122
189	158	31	31	96
2154	2024	130	135	1759
2353	2131	223	241	1667
110	102	8	11	82
324	264	60	45	158
2180	2045	136	155	1753
1989	1700	289	1058	353
2676	2285	390	495	1400
2666	2277	389	487	1402
1806	1676	130	133	1414
2005	1782	222	239	1321
1833	1697	136	154	1408
1497	1276	221	792	263
1011	830	180	178	472
1008	829	180	176	473
189	158	31	31	96
327	327	0	0	327
327	327	0	0	327
110	102	8	11	82
323	263	60	44	158
327	327	0	0	327
389	335	54	204	76
215	184	31	31	122
215	184	31	31	122
19	19	0	0	19
19	19	0	0	19
19	19	0	0	19
98	85	14	57	14

<sup>1</sup>Information on the published titles can be found in the documentation of MACH Basic 2024-2.

<sup>2</sup>Information on the published online offers (brand and networks) can be found in the documentation of Mediapulse Online Content Audience Data 2024 semester 1.

<sup>3</sup>Online reaches below about 37 thousand projection cannot be evaluated in Next>Level due to low case numbers.

<sup>4</sup>Numbers highlighted in red show the favored combination based on the publication period of the press title.

<sup>5</sup>For the title combinations and networks, the gross value corresponds to the simple sum of the net reaches of both media types.

<sup>6</sup>In the Mediapulse Online Content Audience Data the brands '20 Minuten' and '20 Minutes' could only be recorded incompletely due to a tagging error in March 2024. The average online reach for these brands was in consultation with Mediapulse recalculated for MACH Total Audience 2024-2 by excluding the corresponding month. The combination '20 Minuten Online & Tio.ch Kombi' is calculated as a statistical combination of the existing brands. Structural congruence with the Mediapulse reference values is guaranteed.

# Breite Datengrundlage dank abgefragter und gemessener Nutzungswerte

## Die kombinierten Datenquellen gewährleisten eine fundierte Datenbasis

### GRUNDGESAMTHEIT

Die Grundgesamtheit der MACH Total Audience 2024-2 umfasst die Wohnbevölkerung ab 14 Jahren der Schweiz und des Fürstentums Liechtenstein, die in Privathaushalten leben.

Sprachgruppe	Hochrechnung (Personen)	Gewichtete Stichprobe (Fälle)
<b>Grundgesamtheit D / F / I</b>	<b>7 428 000</b>	<b>30 328</b>
Deutsch	5 305 000	21 660
Französisch	1 800 000	7 351
Italienisch	323 000	1 317

### Datenquellen

Die Reichweiten der Pressetitel, deren soziodemografische Strukturdaten sowie Richtdaten zu Überschneidungen zwischen Print- und Onlineangeboten entstammen der MACH Basic 2024-2. Die dazugehörige Fragebogenerhebung wurde vom 6. April 2022 bis 23. März 2024 durchgeführt.

Die Reichweiten der Onlineangebote basieren auf der Mediapulse Online Content Audience Data 2024 Semester 1. Die Reichweiten ergeben sich aus dem täglichen Abgleich der via Tagging registrierten Onlinezugriffe mit den von Focal Meter erkannten Online-Devices in den Haushalten des Mediapulse-Mediapanel. Die Daten wurden im Juli 2024 publiziert und beziehen sich auf den Erhebungszeitraum vom 1. Januar 2024 bis 30. Juni 2024.

### Datenzusammenführung

Die Datenzusammenführung wird anhand eines komplexen Justierungsprozesses durchgeführt. Grundlegende Daten zu Reichweiten von Onlineangeboten und Überschneidungen mit Printangeboten werden bereits im Rahmen der MACH Basic Befragung erhoben. Da die hier erhobenen Onlinedaten jedoch keine Währungsdaten darstellen, werden sie anschliessend in einem aufwendigen statistischen Prozess mit den von der Mediapulse Content Audience Data bezogenen Sollvorgaben für die Onlinereichweiten und -nutzerschaft justiert. Der resultierende Datensatz ist somit kohärent mit beiden Datenquellen und kann Gesamtreichweiten auf Währungsniveau ausweisen.



NEXT>LEVEL  
wemf.ch/nextlevel



Kostenfreier Demozugang  
wemf.ch/demo



# Relevante Daten für smartere Entscheide

Die WEMF-Studien liefern Werbeaufraggebern und Mediaagenturen wichtige Insights für die Marktbearbeitung und für die Mediaplanung



Angebot Medienstudien  
wemf.ch/medienstudien



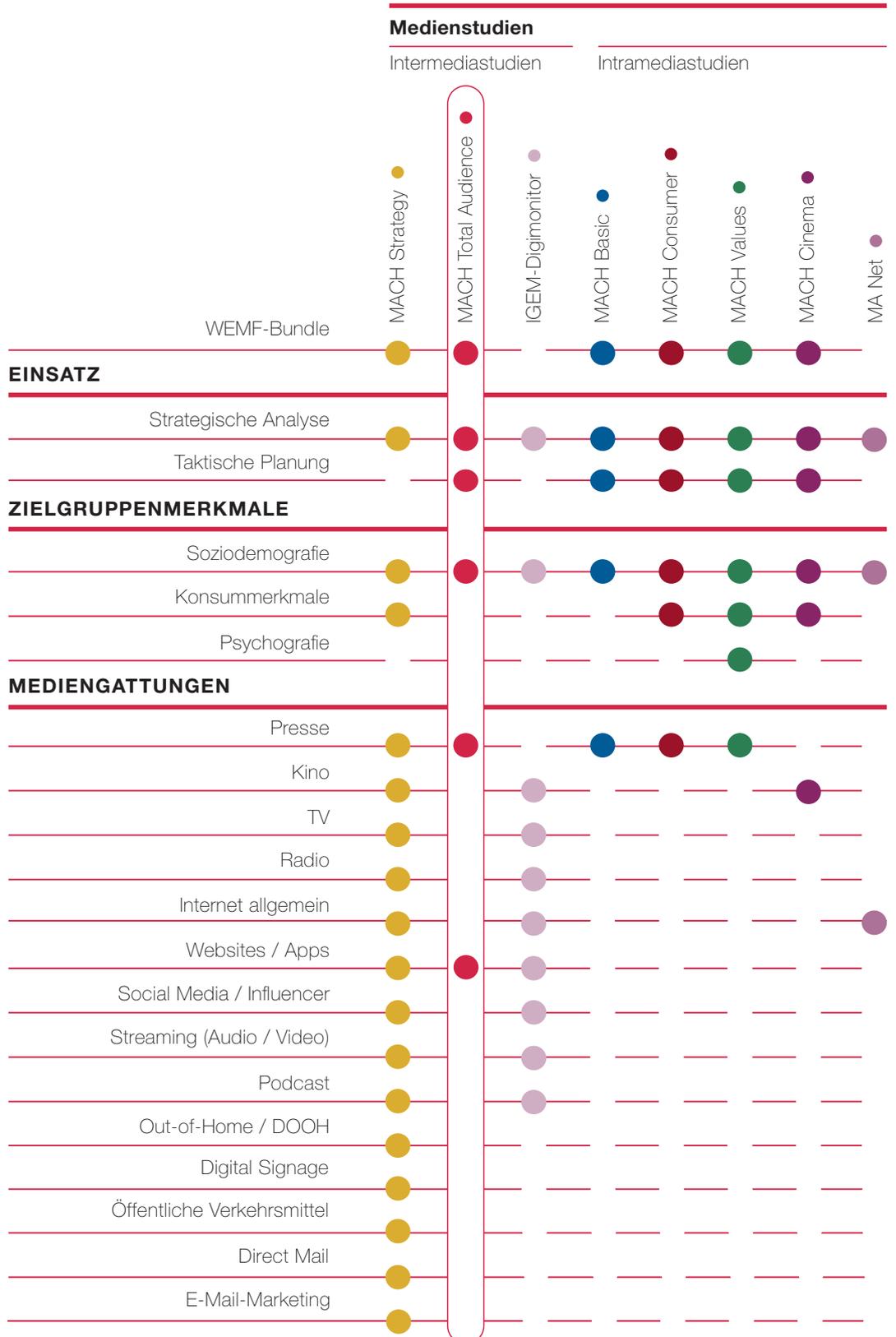
Angebot Product Consulting  
wemf.ch/consulting



Massgeschneiderte Lösungen  
wemf.ch/ad-hoc



Preisliste aller Angebote  
wemf.ch/preisliste



# Kombinierte Reichweiten statt einzelner Gattungs- werte

Die MACH Total Audience weist als einzige Medienstudie die Gesamtreichweite von Medienmarken auf Währungsniveau aus und vereinfacht damit die strategische Medienplanung.



**WEMF AG für Werbemedienforschung**

Bachmattstrasse 53 – CH-8048 Zürich

+41 43 311 76 76

wemf@wemf.ch – www.wemf.ch

