

2. METHODIK

2.1 Allgemeine Studienmethodik

Grundgesamtheit (Definition)

- Wohnbevölkerung der Schweiz und des Fürstentums Liechtenstein
- ab 14 Jahren
 - in Privathaushalten
 - sprachlich ausreichend an die Amtssprache(n) des Wohnbezirks assimiliert (im Sprachgrenzgebiet Wahlmöglichkeit zwischen Hauptsprache und erster Minderheitssprache)

Grundgesamtheit (Hochrechnung)

Total CH und FL:	6 863 000 Personen	(100.0 %)
Deutsche Sprachgruppe:	4 898 000 Personen	(71.3 %)
Französische Sprachgruppe:	1 660 000 Personen	(24.2 %)
Italienische Sprachgruppe:	306 000 Personen	(4.5 %)

Hochrechnungsbasis

Statistik der Bevölkerung und der Haushalte (STATPOP) des Bundesamt für Statistik (Stand 2018), reduziert um jene Personen, die nicht zur MACH-Grundgesamtheit zählen.

Stichprobenbildung alte Erhebungsmethodik (bis März 2021)

Zweistufig, nach Art der Telefonnummern (eingetragenes/nicht eingetragenes Festnetz, Mobilnetz) geschichtete und geografisch stratifizierte Zufallsauswahl von Telefonnummern (inkl. der nicht eingetragenen Festnetztelefonnummern sowie der Mobiltelefonnummern). Die nicht in Telefonverzeichnissen geführten Nummern werden computergestützt generiert (RDD: Random Digit Dialing).

1. Stufe: Haushalt
2. Stufe: Zielpersonen

- 1- bis 3-Personen-HH: Befragung einer Person
4+-Personen-HH: Befragung zweier Personen

Stichprobenbildung neu Erhebungsmethodik (ab April 2021)

Zweistufig, nach Art der Telefonnummern (eingetragenes Festnetz, Mobilnetz) geschichtete und geografisch stratifizierte Zufallsauswahl von Telefonnummern (inkl. Mobiltelefonnummern). Die Mobiltelefonnummern werden computergestützt generiert (RDD: Random Digit Dialing).

1. Stufe: Haushalt
2. Stufe: Zielpersonen

- 1-Personen-HH: Befragung einer Person
2+-Personen-HH: Befragung zweier Personen

Stichprobengrösse

Disproportionale Verteilung der Interviews über das Untersuchungsgebiet:

	Fallzahlen ungewichtet	Fallzahlen gewichtet
Interviews CH und FL:	29910	29910
Interviews D:	20981	21 345
Interviews F:	7 205	7 233
Interviews I:	1 724	1 331
Grösse der Jahres-Teilstichproben:		
	Fallzahlen ungewichtet	Fallzahlen gewichtet
Interviews Jahr 1 (Oktober 2019 bis September 2020):	14 439	14 951
Interviews Jahr 2 (Oktober 2020 bis September 2021):	15 471	14 955

Anzahl Interviews mit neuer und alter Erhebungsmethodik:

	Fallzahlen ungewichtet	Fallzahlen gewichtet
Interviews alte Methodik (April 2019 bis März 2021):	22 886	22 432
Interviews neue Methodik (April 2021 bis Sept. 2021):	7 024	7 478

Stichprobenbearbeitung

Gleichmässige Verteilung der Interviews auf alle Befragungstage (bis März 2021 inkl. Sonntage, nach April 2021 Montag bis Samstag) und in möglichst repräsentativen Tagesstichproben.

Incentivierung/Interviewgeschenk

Zur Steigerung der Mitmachbereitschaft: Abgabe eines Incentives (kleines Geschenk) im Wert von 10 Franken bei Studienteilnahme.

Befragungstechnik

Zweistufiges Interview in den jeweiligen Amtssprachen (D, F, I) des Wohngebietes:

1. Stufe: Telefonisches Rekrutierungsinterview
2. Stufe: Hauptinterview
 - Auskunftspersonen, welche das Internet nicht nutzen, werden telefonisch befragt (CATI)
 - Internetnutzer: Zufällige Zuteilung zu den Befragungsmodi CATI (computergestütztes Telefoninterview) oder CAWI (online-Interview) im Verhältnis 50:50.

Aus Qualitäts- und Sicherheitsgründen: zufällige Verteilung der Interviews auf zwei parallel arbeitende Marktforschungsinstitute.

Vertrauensbereich (95 %)

Die anhand der Stichprobe gewonnenen Ergebnisse gelten für die Grundgesamtheit nur innerhalb eines bestimmten Vertrauensbereichs. Bei einem Sicherheitsgrad von 95 % weist der Vertrauensbereich in der MACH Basic 2022-1 maximal folgende %-Punkte auf:

Total CH und FL:	± 0.6 %
Deutsche Sprachgruppe:	± 0.7 %
Französische Sprachgruppe:	± 1.2 %
Italienische Sprachgruppe:	± 2.8 %

Gewichtung

Ausgleich von Ausfällen und Strukturverschiebungen der realisierten Stichprobe durch Gewichtung.

Sollvorgaben aus der Statistik der Bevölkerung und der Haushalte (STATPOP) des Bundesamt für Statistik (Stand 2019), zuzüglich Informationen zur demografischen Bevölkerungsstruktur aus der Strukturerhebung des Bundesamt für Statistik (Durchschnittswerte aus der Strukturerhebung 2017, der Strukturerhebung 2018 und der Strukturerhebung 2019).

Neben den demografischen Strukturmerkmalen der Bevölkerung in der Schweiz und im Fürstentum Liechtenstein werden auch die Telefonschichten (Eingetragenes Festnetz, nicht eingetragenes Festnetz, Mobiltelefonnummern) in der Gewichtung berücksichtigt. Die Verteilung der Stichprobenschichten sind im Kapitel 1.1.1 (Einleitung) dokumentiert.

Die Anteile der Online-Interviews (CAWI) betragen in der MACH Basic 2022-1 in der deutschen Sprachgruppe 46.6 %, in der französischen Sprachgruppe 46.5 % und in der italienischen Sprachgruppe 44.2 %.

Interviewsprache

Einsprachige Bezirke: in der Amtssprache des jeweiligen Bezirks
Zweisprachige Bezirke: Wahlmöglichkeit zwischen Hauptsprache und erster Minderheitssprache
Folgende Bezirke sind zweisprachig: Biel/Bienne (BE), Jura bernois (BE), See/Lac (FR), La Sarine (FR), Maloja (GR)

Feldarbeit

DemoSCOPE AG, Adligenswil und Fribourg
MIS Trend, Bern und Lausanne
LINK AG, Luzern, Zürich, Lugano und Lausanne

Kontrolle Feldarbeit

- Aufsicht durch Supervisoren der Institute
- Stichprobenmässige Kontrollen durch WEMF-Feldkontrolleure

Titelidentifikation/ Zeigematerial

Nennung der Titel mit ihrer offiziellen Titelbezeichnung (bei Bedarf mit einer Titelergänzung). Einsatz von Zeigematerial in Form von Titellogos und Antwortvorgaben im Hauptinterview. Beim telefonischen Hauptinterview (CATI): Im Voraus Versand eines Booklets mit Logos und Antwortvorgaben, das während der Befragung eingesetzt wird. Beim Online-Hauptinterview (CAWI): Integration von Titellogos und Antwortkategorien in den Fragebogen.

Titelreihenfolge BRS-Abfrage

- Feste Reihenfolge der Titelgruppen
- Gruppierung der Titel in thematische bzw. gemäss ihrer Erscheinungsfrequenz gebildete Titelgruppen
- 50 % der Interviews beginnen mit der ersten Titelgruppe (Tageszeitungen), 50 % der Interviews beginnen mit der letzten Titelgruppe (allgemeine Monatszeitschriften)
- Innerhalb einer Titelgruppe bei jedem Interview neue, zufallsmässige Reihenfolge der Titel

Titelreihenfolge Recency-Abfrage

- Feste Reihenfolge der Titelgruppen
- Gruppierung der Titel gemäss Erscheinungsfrequenz
- Alle Interviews beginnen mit den täglich erscheinenden und enden mit den alle 2 Monate erscheinenden Titeln
- Innerhalb einer Titelgruppe bei jedem Interview neue, zufallsmässige Reihenfolge der Titel

Titellisten (titelspezifische Abfragegebiete)

- Regional-/Lokalzeitungen: Definition eines individuellen Abfragegebiets. Das Abfragegebiet enthält alle Bezirke mit einer mindestens 3 %-igen Verdichtungsrate bzw. mit einer Minimalverbreitung von 500 Exemplaren (Bern-Mittelland und Stadt Zürich 900 Exemplare)
- In zweisprachigen Bezirken bezieht sich die Verdichtungsrate von
- Überregionale Zeitungen und Zeitschriften: Abfrage in der jeweiligen gesamten Sprachgruppe

Anzahl abgefragter Titel im BRS

	Minimum	Maximum
Interviews D:	70	89
Interviews F:	37	54
Interviews I:	11	19

Befragungsinhalte

- Pressemedien:
BRS (Broadest Readership), Reichweite cRR (calulated Readership)
- Internet:
RUS (Regular Usership) (Publikation → MA Strategy Basic und MA Strategy Consumer)
- Soziodemografie
- Interessensgebiete

Befragungszeitraum

30. September 2019 bis 25. September 2021
(Befragungspausen: 21. Dezember 2020 bis 3. Januar 2021,
23. Dezember 2019 bis 2. Januar 2020 sowie
19. Juli 2021 bis 15. August 2021
Zusätzlich – Ausschluss der Interviews für die Berechnung der Medienwerte cRR im
Zeitraum 2. April 2020 bis 5. Juli 2020)

Datenaufbereitung

ISBA GmbH, Hamburg
LINK AG, Luzern

Auswertung

Zu beachten ist, dass Zielgruppen mit weniger als 150 Fällen nicht ausgewiesen werden.

2.2 Erhebung und Aus- weisen von Replica Leserschaften in der MACH Basic

2.2.1 Methodik

In der MACH Basic 2022-1 werden neben den Lesern gedruckter Zeitungen und Zeitschriften auch Leser von Replica-Ausgaben (E-Paper) berücksichtigt.

Zur Erhebung der Leser von Replicas kommt das folgende mehrstufige Abfragemodell zur Anwendung:

1. Stufe: Frage nach dem «Weitesten Leserkreis» (BUS) digitaler Inhalte von Zeitungen und Zeitschriften (digitale Medienmarke).

Identifikation der digitalen Medienmarken durch Angabe der (Haupt-)URL und / oder durch das Zeigen des (Haupt-)Logos und / oder des Logos der (Haupt-)App der Medienmarke bzw. in Ausnahmefällen der Replica.

2. Stufe: Für jede Marke im «Weitesten Leserkreis» (BUS) = ja

Frage nach dem bzw. den genutzten digitalen Angeboten, teilweise in Kombination mit dem Zugangsgerät.

Das digitale Angebot «Replica» wird in dieser Frage als «E-Paper» bezeichnet. Die Nutzung der Replicas wird nicht in Kombination mit einem bestimmten Zugangsgerät abgefragt.

3. Stufe: Wenn Replica-Nutzung = ja

a) Frage nach der habituellen Nutzungsfrequenz

b) Recency-Frage (analog zur Recency-Frage des korrespondierenden Presstitels)

In der Befragung werden die digitalen Marken jeweils in demselben Gebieten eingesteuert, in denen auch die korrespondierenden Presstitel abgefragt werden.

In der MACH Basic werden nur Leser derjenigen Replica-Ausgaben ausgewiesen, die die Aufnahmekriterien für die Erfassung von Replica-Leser erfüllen (Vgl. «Reglement über die Aufnahme, Erhebung und Auswertung digitaler Replica-Ausgaben von Pressemedien in die bzw. in den MACH-Studien» – www.wemf.ch) und die mit der WEMF eine Zusatzvereinbarung für die Erhebung und Publikation der Replica-Leser abgeschlossen haben.

2.2.2 Liste der Einzeltitel mit Replica-Zahlen in der MACH Basic

Arcinfo	Quotidien Jurassien, Le
az Aargauer Zeitung (MACH)	Schaffhauser Nachrichten
Liberté, La	Südostschweiz Graubünden
Luzerner Zeitung Reg.	St. Galler Tagblatt (MACH)
Nouvelliste, Le	Temps, Le
Neue Zürcher Zeitung	Tierwelt
NZZ am Sonntag	Walliser Bote

2.2.3 Liste der Gesamtausgaben und Titelkombinationen mit Replica-Zahlen in der MACH Basic

Aargauer Zeitung GES	NZZ BusinessCombi
Arc Presse	Schweiz am Wochenende National GES (Kombi)
Cityplus 1 G	Südostschweiz GES N
Cityplus 4 N	Südostschweiz GES G
Cityplus 4 N Wochenende SA/MO	St. Galler Tagblatt GES
Luzerner Zeitung GES	Zeitungspool1/BT-WB-FN, Der N
Romandie Combi	Zeitungspool1/BT-WB-FN, Der G
Nordwestschweiz, Die GES G	Z – die Substanz des Stils (Kombi)
Nordwestschweiz, Die GES N	

2.3 Das 2+1 Modell

2.3.1 Methodik: Das 2+1 Modell

Ab der MACH Basic 2019-1 werden die Titelreichweiten nach dem sog. «2+1-Modell» berechnet. D. h., dass die Titelreichweiten (dRR bzw. cRR) in der Regel auf zwei Befragungsjahren basieren. Bei Titeln, die die folgenden Bedingungen erfüllen, ist die Berechnungsbasis ein Befragungsjahr:

- Titel der Tagespresse I (1210)
- Titel der Sonntagspresse (1710) und >50000 Ex. Auflage
- Illustrierte, allgemeine Themen (2121) und >50000 Ex. Auflage
- Titel der Konsumthemen, Grossverteiler (2122/2123) und >50000 Ex. Auflage

Bei diesen Titeln werden die Reichweiten auf der Basis eines Befragungsjahres berechnet. Die Publikation von Titeln mit Einjahres- und Zweijahresreichweiten erfolgt im gleichen Datenbestand (Fallzahlbasis 24 Monate Erhebung). Dafür werden die Medienwerte bei Titel mit Einjahreswerten im zweijahres-Datensatz durch ein mathematisches Verfahren (Justierung) angeglichen, so dass sie mit den auf 12 Monaten Erhebung basierenden Jahreswerten möglichst genau übereinstimmen.

2.3.2 Justierungszeitraum in der MACH Basic 2022-1

Der Erhebungszeitraum für die Bestimmung der Soll-Werte der Justierung umfasst in der MACH Basic 2022-1 den Zeitraum 20. September 2020 bis 25. September 2021.

2.3.3 Liste der betroffenen Titel

20 Minuten D-CH GES	Blick
20 Minutes F-CH éd. totale	Bon à Savoir
24 heures	Coopération
az Aargauer Zeitung Mono	Cooperazione
Azione	Coopzeitung
Beobachter	Illustré

Illustrazione Ticinese
 Ktipp
 Luzerner Zeitung Reg.
 Matin dimanche, Le
 Migros-Magazin
 Migros-Magazine
 Neue Zürcher Zeitung (CH)

Nouvelliste, Le
 NZZ am Sonntag
 Schweizer Familie
 Schweizer Illustrierte
 Sonntags Blick
 Sonntagszeitung
 Tages-Anzeiger

2.3.4 Titelkombinationen und Gesamtausgaben im 2+1 Modell

Von den unter Punkt 2.3.3 aufgeführten Einzeltiteln fließen viele auch in Gesamtausgaben oder Titelkombinationen ein. Durch die Integration der Jahreswerte in den, auf 24 Monaten Erhebung basierenden Datensatz der MACH Basic 2022-1, können die Gesamtausgaben und Titelkombinationen ohne weitere Einschränkungen berechnet werden. Das heisst es fließt jeder Titel jeweils mit seinen Publikations-Werten ein, unabhängig davon, ob dieser auf Einjahres- oder Zweijahres-Basis beruht.

Informationen zu den Zusammensetzungen finden sich im Kapitel 4.2 «Zusammensetzung der Plankombinationen, Titelkombinationen und Gesamtausgaben».

Folgende Titelkombinationen und Gesamtausgaben sind betroffen:

20 Minuten National GES	Metropool und Top 2
Aargauer Zeitung GES (+Replica)	Metropool und Top 2 Weekend
Cityplus 1 G	Metropool und ZRZ GES N
Cityplus 1 G (+Replica)	Metropool und ZRZ GES N Weekend
Cityplus 4 N	Metropool Weekend
Cityplus 4 N +Replica	Nordwestschweiz GES G (+Replica)
Cityplus 4 Wochenende SA/MO N	Nordwestschweiz GES N (+Replica)
Coop Presse	NZZ BuisnessCombi (+Replica)
Kombinatione	Schweiz am Wochenende National (Kombi)
Kommbi Migros-Magazin	(+Replica)
Luzerner Zeitung GES	Top 2 Romandie
Metropool TOTAL	Z – die Substanz des Stils (Kombi)
Metropool TOTAL Weekend	

2.4 MACH Basic 2022-1: Kontakt- und Titelqualitäten

2.4.1 Erläuterungen

Kontakt- und Titelqualitäten

Die MACH Basic liefert die offiziellen Leserschaftszahlen für die Schweizer Zeitungen und Zeitschriften. Diese rein quantitativen Reichweiteninformationen werden ab der MACH Basic 2021-2 um Angaben über Kontakt- und Titelqualitäten ergänzt. Letztere geben Einblicke in die Nutzungsgewohnheiten der Leserschaften und deren Loyalität zu den genutzten Presstiteln.

Schrittweise Einführung

In dieser Ausgabe der MACH Basic werden die Kontakt- und Titelqualitäten noch einmal nur auf Titelgruppenebene publiziert. Für die nächste Publikation (MACH Basic 2022-2) ist zusätzlich eine Ausweisung für Einzeltitel und Gesamtausgaben geplant.

Die Einführung in zwei Etappen ist nötig, da mit der Erhebung der Kontakt- und Titelqualitäten erst im April 2020 begonnen wurde. Für die aktuelle MACH Basic 2022-1 stehen somit erst drei Viertel der für eine Standardpublikation vorgesehenen Daten zur Verfügung.

Inhalt

Die Kontaktqualitäten «Anzahl Pick-ups pro Ausgabe», «Lesedauer pro Ausgabe» und «Lesemenge pro Ausgabe» liefern Angaben über die Qualität des Kontakts zwischen den Titeln einer Titelgruppe und ihren Leserschaften.

Die Titelqualität «Loyalität» zeigt den Grad der Bindung, der zwischen den Titeln einer Titelgruppe und ihren Leserschaften besteht.

Anzahl Pick-ups pro Ausgabe (PU_pA)

Die Anzahl Pick-ups pro Ausgabe zeigt, wie oft im Durchschnitt eine Ausgabe eines Presstitels während ihrer «Lebensdauer» – also bis zum Zeitpunkt, an dem eine Ausgabe endgültig zur Seite gelegt wird – in die Hand genommen wird.

Die Anzahl Pick-ups wird innerhalb einer Titelleserschaft numerisch abgefragt und bezieht sich auf das habituelle Verhalten der Leser und Leserinnen.

Da die Titel ihre redaktionellen und werblichen Inhalte auf Papier transportieren, werden Zeitungen oder Zeitschriften in der Regel mehr als einmal zum Lesen in die Hand genommen. Dies wirkt sich positiv auf die Beachtungschancen des Inhalts einer Ausgabe aus.

Lesedauer pro Ausgabe (LD_pA)

Die Lesedauer pro Ausgabe gibt an, wie lange die Leserschaft im Durchschnitt in einer Ausgabe eines Titels liest, bevor sie endgültig zur Seite gelegt wird.

Die Lesedauer wird numerisch erhoben und bezieht sich auf das habituelle Verhalten der Leser und Leserinnen.

Bei der Interpretation der Lesedauer ist zu beachten, dass bei den Printmedien – im Gegensatz z. B. zur Livenutzung von Fernsehen oder Radio – der Leser bzw. die Leserin das Lesetempo selbst bestimmt.

Lesemenge pro Ausgabe (LM_pA)

Die Lesemenge pro Ausgabe gibt an, wie viele der dargebotenen Seiten einer Ausgabe eines Presstitels (Gesamtumfang) während ihrer «Lebenszeit» durchschnittlich genutzt werden.

Die Lesemenge wird anhand einer 5er-Skala erhoben und bezieht sich auf das habituelle Verhalten der Leser und Leserinnen.

Bei der ausgewiesenen Lesemenge handelt es sich um die «Netto-Lesemenge» einer durchschnittlichen Ausgabe. So wird z. B. bei der Berechnung nicht berücksichtigt, ob eine Seite mehrfach beachtet wird.

Titel-Loyalität

Die Titelqualität «Titel-Loyalität» gibt Auskunft über die Stärke der Bindung, die zwischen den Presstiteln einer Titelgruppe und ihren Leserschaften besteht.

Die Titel-Loyalität wird mit Hilfe einer standardisierten «Vermisensfrage» mit vier Antwortmöglichkeiten erhoben. Der ausgewiesene Wert gibt den Anteil der Leserschaften an, die einen Titel «sehr vermissen» bzw. «vermissen» würden, sollte er nicht mehr erscheinen. Wie bei anderen Marken und Produkten zählt auch bei den Printmedien die «Kunden-Loyalität» zu den zentralen Kennzahlen.

Methodik

Die Angaben zu den Kontakt- und Titelqualitäten der Presstitel wurden zwischen Mitte April 2020 und Ende September 2021 im Rahmen des MACH Basic-Hauptinterviews bei einem Teil der Befragten mittels standardisierter Fragen erhoben. Alle publizierten Ergebnisse beziehen sich auf die Leserschaft (Reichweite cRR) eines Titels und nicht auf dessen Weitesten Leserkreis (BRS).

Die Angaben zu den Kontakt- und Titelqualitäten (KTQ) wurden in einem ersten Schritt bei Lesern, die zum BRS eines Titels zählen, erhoben. In einem zweiten Schritt wurden diese Originalinformationen mit der individuellen Titelkontaktwahrscheinlichkeit (p-Wert) der Antwortenden verrechnet. Damit wird erreicht, dass sich die ausgewiesenen KTQs auf die Leserschaft eines Titels (Reichweite cRR) beziehen. Das angewendete Berechnungsmodell weicht von jenem der Vorpublikation ab. (siehe Kapitel «Berechnungsmodell und Vergleichbarkeit»).

Die Einzelwerte der Presstitel wurden in einem dritten Schritt zu Titelgruppen zusammengefasst. Jeder Wert eines Titels einer Titelgruppe fließt gleichstark in die Gruppenwerte ein. Bei den Durchschnittswerten der Titelgruppen handelt es sich somit um arithmetische Mittelwerte.

Berechnungsmodell und Vergleichbarkeit

Das in dieser Publikation (MACH Basic 2022-1) angewandte Berechnungsmodell («Berechnungsmodell cRR») weicht von jenem («Berechnungsmodell dRR») der Vorpublikation (MACH Basic 2021-2) ab. Beim alten «Berechnungsmodell dRR» werden die Originalantworten im Filter dRR (letzte Titelnutzung im letzten Erscheinungsintervall) direkt ausgewertet. Beim neuen «Berechnungsmodell cRR» werden die Originalantworten mit der individuellen Titelkontaktwahrscheinlichkeit (p-Wert) der Antwortenden verrechnet. So basiert die Berechnung neu auf deutlich mehr Fällen, was insbesondere für die geplante Ausweisung von KTQ-Angaben für Einzeltitel eine grössere Ergebnisstabilität gewährleistet.

Das neue «Berechnungsmodell cRR» führt in der Regel zu etwas tieferen KTQ-Werten als das alte «Berechnungsmodell dRR», da im neuen Berechnungsmodell die Gesamtleserschaft und damit auch die gelegentlichen Leser besser abgebildet werden. Hätte man das Berechnungsmodell nicht angepasst, wären die aktuellen KTQ-Werte im Vergleich zur Vorpublikation stabil geblieben, wie die folgende Übersicht zeigt.

Übersicht: KTQ-Werte (arithmetisches Mittel) über alle publizierten Titelgruppen

Publikation + Berechnungsmethode	Anzahl Pickups (Durchschnitt)	Lesedauer in Minuten (Durchschnitt)	Lesemenge % aller Seiten (Durchschnitt)	Vermissten (Top2-Antworten)
MACH Basic 21-2 Alte Methode (Basis dRR)	2.4	32.3	78.4	65.9
MACH Basic 21-2 Neue Methode (Basis cRR)	2.3	30.2	76.7	60.4
MACH Basic 22-1 Alte Methode (Basis dRR)	2.5	32.1	78.7	65.1
MACH Basic 22-1 Neue Methode (Basis cRR)	2.4	30.3	77.1	60.2

Die Werte in den blau hinterlegten Feldern wurden bzw. werden publiziert.

Die Angaben zu den KTQs in der vorliegenden Publikation (MACH Basic 2022-1) sind mit jenen der Vorpublikation (MACH Basic 2021-2) nicht vergleichbar.

2.4.2 Zusammensetzung der Titelgruppen

Daily Press I (1210) / Tagespresse I / Presse quotidienne I

20 Minuten D-CH GES	BZ Berner Zeitung (Mach)
20 Minutes F-CH éd. totale	Luzerner Zeitung Reg.
24 Heures	Neue Zürcher Zeitung (CH)
Blick	Tages-Anzeiger

Daily Press II (1220) / Tagespresse II / Presse quotidienne II

20 Minuti I-CH	laRegion
Aargauer Zeitung	Liberté, La
Arcinfo	Nouvelliste, Le
Badener Tagblatt	St. Galler Tagblatt GES
Basler Zeitung N	südostschweiz Gaster/See N (inkl.
Bund, Der	Linth-Zeitung)
bz – Zeitung für die Region Basel N	Temps, Le
Corriere del Ticino	Thurgauer Zeitung
Landbote, Der N	Tribune de Genève

Daily Press III (1230) / Tagespresse III / Presse quotidienne III

Anzeiger von Uster N	Quotidien Jurassien, Le
Appenzeller Zeitung	Rheintaler, Der N
Bieler Tagblatt	Rheintalische Volkszeitung
BO Berner Oberländer	Sarganserländer N
Bote der Urschweiz	Schaffhauser Nachrichten N
Bündner Tagblatt N	Solothurner Zeitung
BZ Langenthaler Tagblatt	Toggenburger Tagblatt N
Freiburger Nachrichten N	TT Thuner Tagblatt
Grenchner Tagblatt	Urner Zeitung
Höfner Volksblatt N	Walliser Bote N
Journal du Jura, Le	Werdenbg.&Obertoggenburger
Liechtensteiner Vaterland N	Wiler Zeitung
Limmattaler Zeitung N	ZT Zofinger Tagblatt
March-Anzeiger N	Zuger Zeitung
Nidwaldner Zeitung	Zürcher Oberländer Reg. N
Obwaldner Zeitung	Zürcher Unterländer N
Oltner Tagblatt	Zürichsee-Zeitung
Quotidiana, La	

Regional Weekly Press I (1310) / Regionale Wochenpresse I /**Presse hebdomadaire régionale I**

Anzeiger Luzern	Rheintaler Bote
Anzeiger Region Bern GES	Solothurner Woche
Anzeiger Thal Gäu Olten	St. Galler/Gossauer/Herisauer Nachrichten
Azeiger	Tagblatt Stadt Zürich
Biel-Bienne	Thuner Amtsanzeiger
Bock	Wiler Nachrichten
Büwo Bündner Woche	Winterthurer Zeitung
GHI Genève Home Informations	Zuger Presse GES
LC Lausanne-Cités	Zuger Woche
Luzerner Rundschau	Zuger Presse GES
regio	Zuger Woche

Regional Weekly Press II (1320) / Regionale Wochenpresse II /**Presse hebdomadaire régionale II**

Aarauer Nachrichten	Kreuzlinger Nachrichten
Bodensee Nachrichten	Neue Oltner Zeitung
Bündner Nachrichten	Oberthurgauer Nachrichten
Frauenfelder Nachrichten	Unterland Zeitung
Fridolin	Zürich Nord
Glattaler	

Regional Weekly Press III (1330) / Regionale Wochenpresse III /**Presse hebdomadaire régionale III**

Einsiedler Anzeiger	Ruinaulta
Engadiner Post / Posta Ladina	See&Gaster Zeitung
Fegl Official Surselva	Toggenburger Zeitung
Furttaler	Untersee Nachrichten
Gruyère, La	Weinfelder Nachrichten
Klotener Anzeiger	Zofinger Nachrichten
Küsnachter	Zugerbieter
Lenzburger Nachrichten	Zürberg
Murtenbieter, Der	Zürich 2
Pöschli	Zürich West
Rivista di Lugano	

Sunday Press (1700) / Sonntagspresse / Presse dominicale

Matin dimanche, Le	Sonntags Blick
Mattino della Domenica, Il	SonntagsZeitung
NZZ am Sonntag	

General Interest Magazines (2121) / Illustrierte, allgem. Themen /**Illustrés, thèmes généraux**

Beobachter	Reader's Digest Suisse
Illustrazione Ticinese	Schweizer Familie
Illustré	Schweizer Illustrierte
Reader's Digest Schweiz	Ticino7

Consumer, Coop, and Migros Press (2122, 2123) /**Konsumthemen, Grossverteiler / Consommation, grands distributeurs**

Azione	Coopzeitung
Bon à Savoir	Ktipp
Coopération	Migros-Magazin
Cooperazione	Migros-Magazine

News and Special Topics Press (2130) / News- und Themenpresse /**Actualités, presse thématique**

Geo	Weltwoche, Die
Magazin, Das	WoZ Die Wochenzeitung
NZZ Folio	

Programme Information (2140) / Programmpresse / Programmes TV/Radio

Kulturtipp	TV täglich
Tele	TVstar
TV 8	

Women's Press (2150) / Frauen- und Peoplepresse / Presse féminine et people

AAnnabelle	Gala
Brigitte	GlücksPost
Elle	Marie Claire
Femina	

**Financial and Business Press (2310) / Finanz- und Wirtschaftspresse /
Presse financière et économique**

Bilan	K-Geld
Bilanz	PME Magazine
Finanz und Wirtschaft	Swissquote GES
Handelszeitung	

Hobby (3140 - 3150) / Hobby / Intérêts personnels

auto-illustrierte	Migusto GES
Betty Bossi d	PCtipp
Betty Bossi f	Raum und Wohnen
IDEALE HEIM, DAS	Reportagen
Kochen	Schöner Wohnen
Menu, Le d	Tierwelt

**Health/Beauty/Education/Nature/Consumer, and Economic Information
(3160, 3400)****Gesundheit, Erziehung, Umwelt, Kunden- und Wirtschaftsinformationen
Santé, éducation, environnement et infos économiques-clientèle**

Drogistenstern
Fritz + Fränzi Das Schweizer ElternMagazin
Gesundheitstipp
Schweizer LandLiebe
Wir Eltern