

Migros-Medien

Seit den 1930er-Jahren fördert die Migros die Publikation und Diskussion von gesellschaftsrelevanten Themen. Und dies mit Erfolg: Die Migros-Magazine gehören auch 2020 zu den reichweitenstärksten Medien der Schweiz.

Die Direktion **Kommunikation & Medien** ist zuständig für den transparenten Dialog mit Mitarbeitenden, Genossenschafterinnen und Genossenschäftern und der Öffentlichkeit. Sie verantwortet die Publikation der Migros-Magazine sowie von Migusto und betreut Plattformen wie Facebook, Twitter oder iMpuls.

Die Migros-Magazine & Azione wurden 2020 von über 3 Mio. Leserinnen & Lesern gelesen.

Das **Migros-Magazin** (d) erschien 2020 in einer beglaubigten Auflage von 1'556'071 Exemplaren und erreichte jede Woche 2'245'000 Leserinnen und Leser; das Migros Magazine (f) weist eine Auflage von 507'312 Exemplaren und eine Leserschaft von 656'000 Lesern aus.

Die beglaubigte Auflage des Kochmagazins **Migusto** (d/f/i) lag 2020 bei 333'525 Exemplaren, die Leserschaft umfasste 1'003'000 Personen. Die **Migusto-Website** verzeichnete monatlich rund 1.75 Mio. Besuche.

Auf 22 **Social-Media-Kanälen** pflegt die Migros einen aktiven Austausch mit ihrer Community. Facebook Migros zählte im Berichtsjahr über 409'000 Fans, auf Twitter Migros waren es mehr als 122'000 Follower, auf Instagram Migros über 133'000 Follower. Via Facebook, Twitter und Instagram erreichten das Community-Team monatlich rund 21'000 Nutzer-Kommentare.

Die Migros Tessin veröffentlicht zusätzlich die **Wochenzeitung Azione** in italienischer Sprache – im Jahr 2020 mit einer Auflage von 101'262 Exemplaren und 127'000 Leserinnen und Lesern.

Quellen: WEMF, Auflagenbulletin 2020; MACH Basic 2020-2; NET-Metrix Audit Jan-Dez 2020; interne Zahlen (Khoros Analytics und Datastudio).