

Medienraum Basel

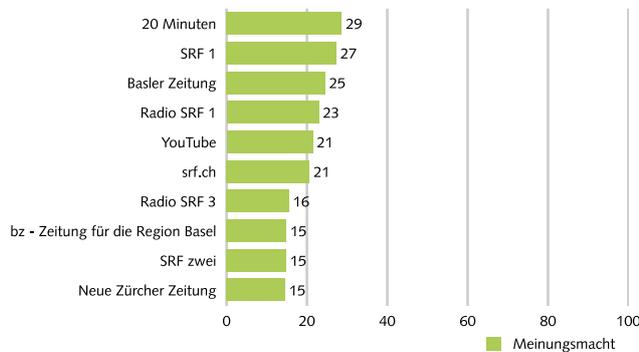


Basisinformationen

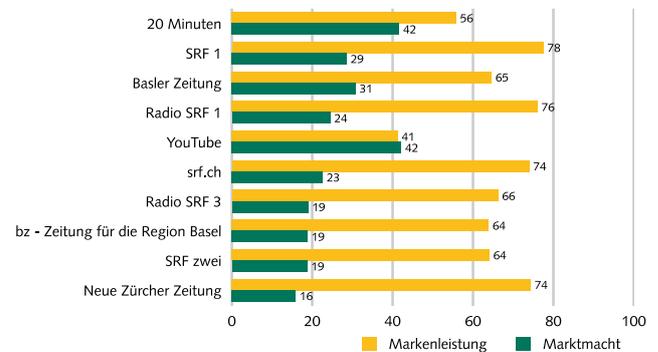
- > Geografie:
 - Kantone Basel-Stadt und Basel-Landschaft
 - Bezirke Laufenburg (AG), Rheinfelden (AG), Dorneck (SO) und Thierstein (SO)
- > Ständige Wohnbevölkerung 15-79 Jahre: ca. 481'300 Personen (7% von gesamter Schweiz)
- > Sample Medienraum: 53 Medienmarken
- > Stichprobe Medienraum: N=304 Befragte

Abb. 1: Meinungsmacht, Marktmacht und Markenleistung von Medienmarken
Top 10 Basel gesamt und Top 5 Meinungsmacht im Altersvergleich (Indexwerte 0 bis 100)

Basel

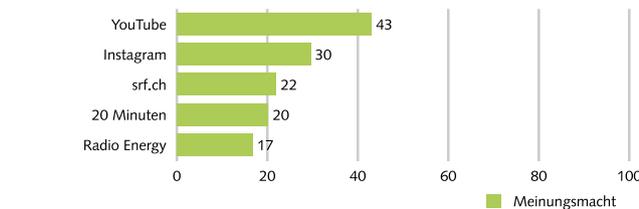


Basel



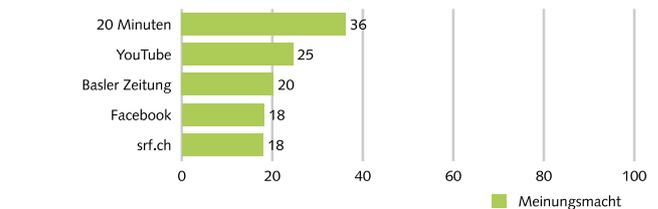
Publicom 2023

Basel, 15-29 Jahre



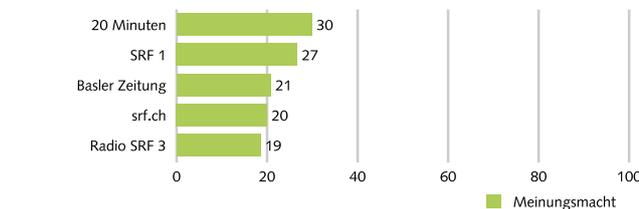
Publicom 2023

Basel, 30-44 Jahre



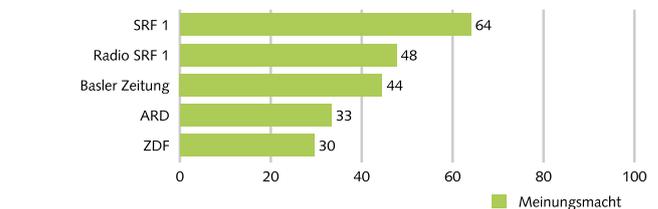
Publicom 2023

Basel, 45-59 Jahre



Publicom 2023

Basel, 60-79 Jahre



Publicom 2023

- > **20 Minuten** mit grösstem Meinungsmacht-Potenzial in Basel, **SRF 1** dahinter
- > SRF 1 und Radio SRF 1 mit hervorragender, srf.ch mit sehr guter qualitativer **Markenleistung**
- > **YouTube** in Top 3 bei U45, mit grösster Meinungsmacht bei U30

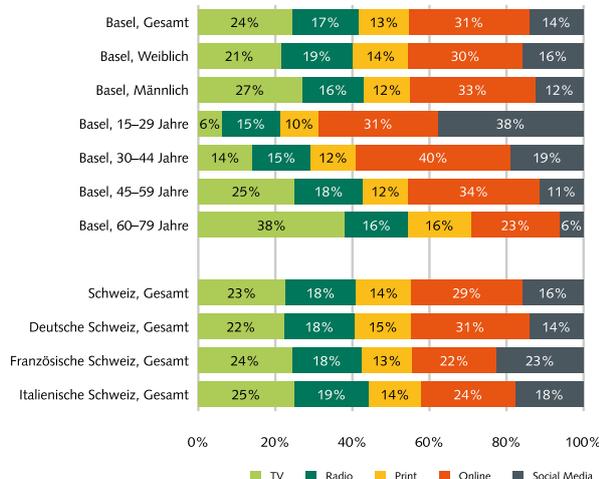
Publicom 2023

- > **20 Minuten** mit grösster Meinungsmacht bei 30-59-Jährigen, Top 4 bei U30
- > **SRF 1** in Top 2 bei Ü45, mit grösster Meinungsmacht bei Ü60
- > **Basler Zeitung** in Top 3 bei Ü45

Abb. 2: Meinungsmacht Mediengattungen

Alters-, Geschlechts- und Regionen-Vergleich (Anteile an summierter Meinungsmacht in Medienraum)

Basel, Gesamt



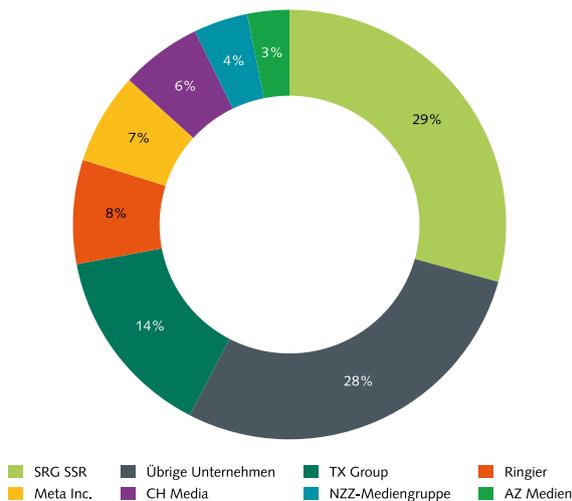
- > **Online** (31%) in Basel deutlich vor TV (24%) bei **Meinungsmacht-Anteilen** der Mediengattungen, dahinter Radio (17%), Social Media (14%) und Print (13%)
- > **Geschlechtsunterschiede**: TV bei Männern mit grossen und Online mit kleinen Vorteilen; Radio, Social Media und Print bei Frauen mit Vorteilen
- > **Grosses Altersgefälle** bei TV und Social Media-Meinungsmacht: TV ab 60 Jahren über sechsmal so hoch wie U30, Social Media über sechsmal so tief
- > Social Media bei U30, Online bei 30-59-Jährige und TV bei Ü60 deutlich **stärkste Meinungsmacht**
- > TV bei U45 und Social Media bei Ü45 **schwächste Meinungsmacht**

Publicom 2023

Abb. 3: Meinungsmacht Medienkonzerne

Anteile an summierter Meinungsmacht in Medienraum

Basel, Gesamt



- > **SRG SSR** ist mit 29% Konzern mit grösstem Meinungsmacht-Anteil in Basel
- > **TX Group #2** mit 14%, gefolgt von **Meta** mit 8%, **Ringier** mit 7%, **CH Media** mit 6%, **NZZ-Mediengruppe** mit 4% und **AZ Medien** mit 3%
- > Hohe **Anbieterkonzentration**: grösste zwei Konzerne (SRG SSR und TX Group) erreichen **keine mehrheitliche Meinungsmacht** (43%)
- > **Übrige Unternehmen** in Basel mit 28% an gesamter Meinungsmacht

Publicom 2023

Methodische Anmerkungen

Meinungsmacht besteht aus zwei Einflussgrössen: Erstens die **qualitative Markenleistung** (Bewertung von Medienmarken durch ihre Nutzer, ermittelt in Bevölkerungsbefragung) und zweitens die **quantitative Marktmacht**, bzw. die täglichen Kontaktleistungen von Medienmarken (auf Basis von Sekundäranalysen der Schweizer Währungsstudien von WEMF und Mediapulse für Print, Radio und TV sowie eigenen Hochrechnungen für Online und Social Media).

- > **Indexwerte auf Markenebene** (Abb. 1) kumulieren die täglichen Kontaktleistungen aller erhobenen Verbreitungs Kanäle der betreffenden Medienmarke, ausgewiesen als Teil des Netto-Universums (=Bevölkerung) im betreffenden Gebiet und Segment. Zur Berechnung des Meinungsmacht-Index wird der Marktmacht-Index mit dem Markenleistungs-Index gewichtet und in die Index-Skala (0 bis 100) normalisiert.
- > Befunde auf **Gattungsebene** (Abb. 2 und 3) kumulieren die täglichen Kontaktleistungen der Medienmarken im Verbreitungskanal. Die ermittelte Gattungs-Kontaktsumme wird als prozentualer **Anteil** des Brutto-Kontaktuniversums ausgewiesen (= Summe der Kontaktleistungen aller Verbreitungskanäle der im betreffenden Raum untersuchten Medienmarken).

Der **Medienmonitor Schweiz** ist eine Studie der Publicom AG im Auftrag des Bundesamts für Kommunikation (BAKOM).

Weitere Informationen unter www.medienmonitor-schweiz.ch