

Medienraum Basel

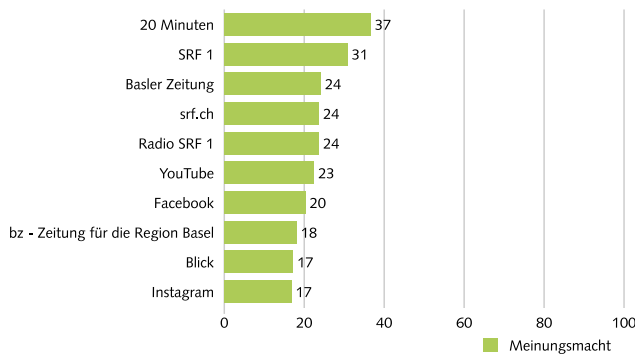


Basisinformationen

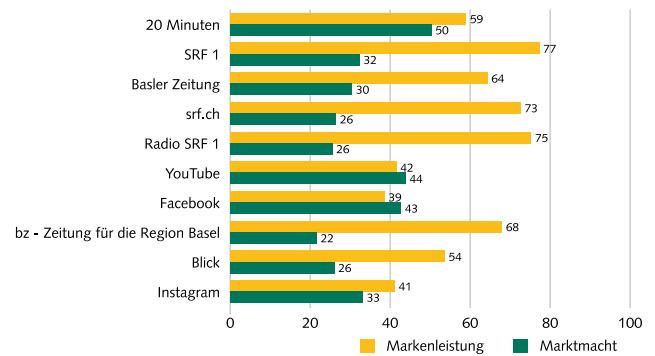
- > Geografie:
 - Kantone Basel-Stadt und Basel-Landschaft
 - Bezirke Laufenburg (AG), Rheinfelden (AG), Dorneck (SO) und Thierstein (SO)
- > Ständige Wohnbevölkerung 15-79 Jahre: ca. 478'600 Personen (7.0% von gesamter Schweiz)
- > Sample Medienraum: 51 Medienmarken
- > Stichprobe Medienraum: N=309 Befragte

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

Basel



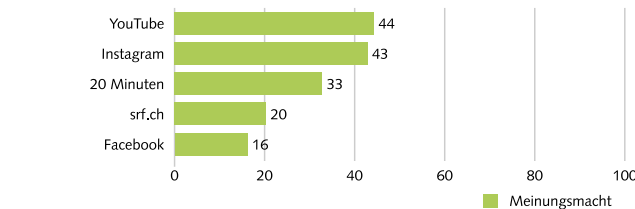
Basel



Publicom 2022

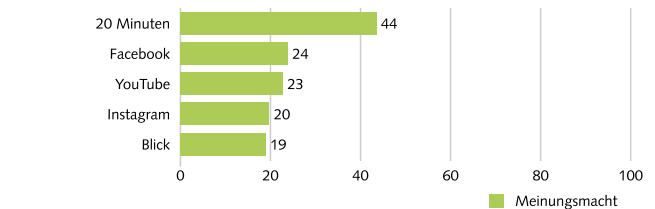
Publicom 2022

Basel, 15-29 Jahre



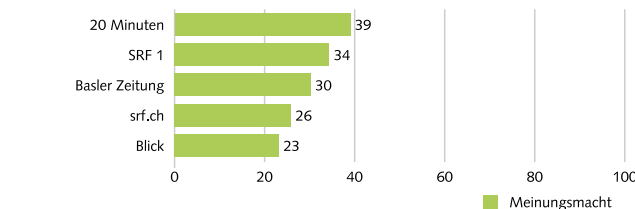
Publicom 2022

Basel, 30-44 Jahre



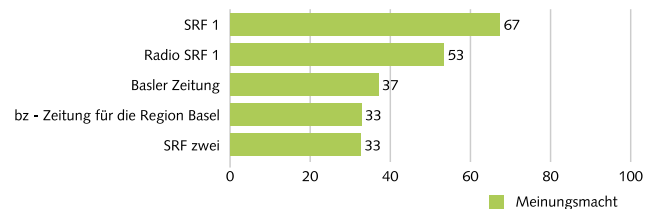
Publicom 2022

Basel, 45-59 Jahre



Publicom 2022

Basel, 60-79 Jahre



Publicom 2022

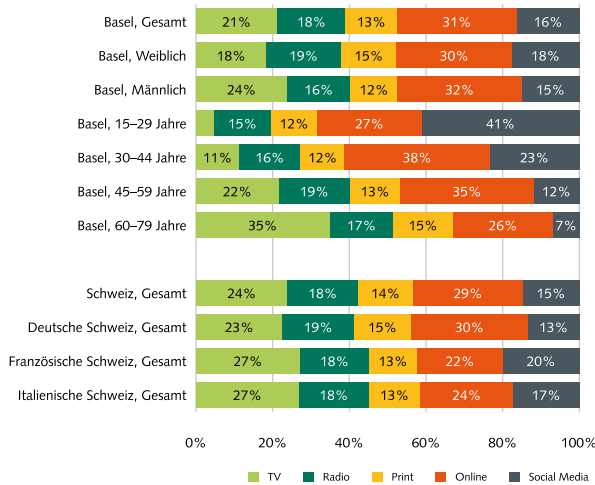
- > **20 Minuten** mit grösstem Meinungsmacht-Potenzial in Basel, **SRF 1** deutlich dahinter
- > SRF 1 mit hervorragender, Radio SRF 1 und srf.ch mit hoher qualitativer **Markenleistung**
- > **YouTube** in Top 3 bei U45, mit grösster Meinungsmacht bei U30

- > **20 Minuten** mit grösster Meinungsmacht bei 30-59-Jährigen, Top 3 bei U30
- > **SRF 1** in Top 2 bei Ü45, mit grösster Meinungsmacht bei Ü60
- > **Basler Zeitung** in Top 3 bei Ü45, **Facebook** in Top 5 bei U45

Abb. 2: Meinungsmacht Mediengattungen

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

Basel, Gesamt



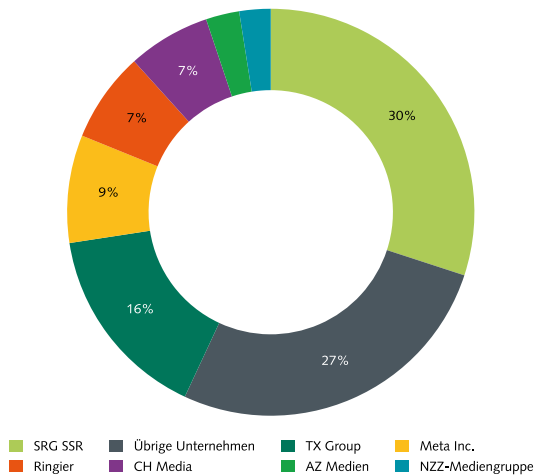
- > **Online (31%)** in Basel deutlich vor TV (21%) bei **Meinungsmacht-Anteilen** der Mediengattungen, dahinter Radio (18%), Social Media (16%) und Print (13%)
- > **Geschlechtsunterschiede:** TV bei Männern mit grossen und Online mit kleinen Vorteilen; Radio, Social Media und Print bei Frauen mit Vorteilen
- > **Grosses Altersgefälle** bei TV und Social Media-Meinungsmacht: TV ab 60 Jahren siebenmal so hoch wie U30, Social Media fast 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 2022

Abb. 3: Meinungsmacht Medienkonzerne

Anteile an summierter Meinungsmacht in Medienraum

Basel, Gesamt



- > **SRG SSR** ist mit 30% Konzern mit grösstem Meinungsmacht-Anteil in Basel
- > **TX Group #2** mit 16%, gefolgt von **Meta** mit 9%, **Ringier** mit 7%, **CH Media** mit 7% und **AZ Medien** und **NZZ-Mediengruppe** mit je 3%
- > Hohe **Anbieterkonzentration:** grösste zwei Konzerne (SRG SSR und TX Group) erreichen **keine mehrheitliche Meinungsmacht (46%)**
- > **Übrige Unternehmen** in Basel mit 27% an gesamter Meinungsmacht

Publicom 2022

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 Verbreitungskanäle 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