

Medienraum Basel

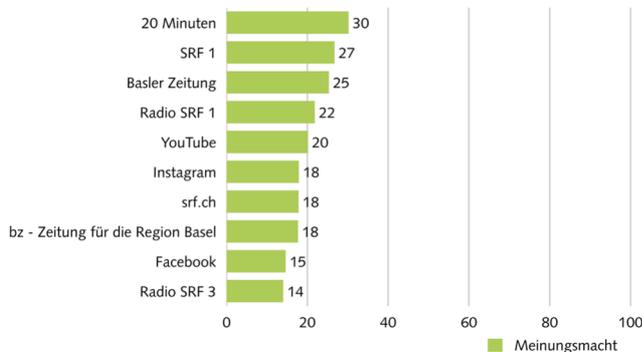


Basisinformationen

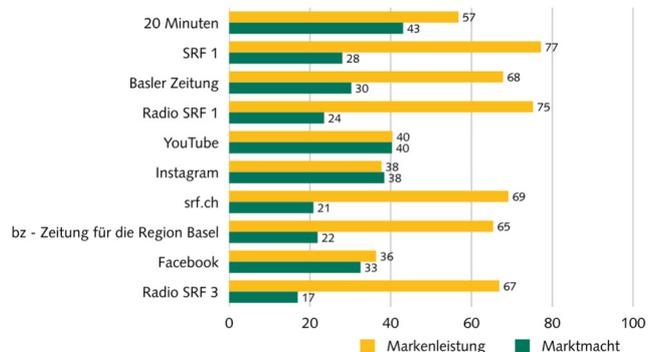
- > Geografie:
 - Kantone Basel-Stadt und Basel-Landschaft
 - Bezirke Laufenburg (AG), Rheinfelden (AG), Dorneck (SO) und Thierstein (SO)
- > Ständige Wohnbevölkerung 15-79 Jahre: ca. 484'350 Personen (7% von gesamter Schweiz)
- > Sample Medienraum: 54 Medienmarken
- > Stichprobe Medienraum: N=304 Befragte

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

Basel

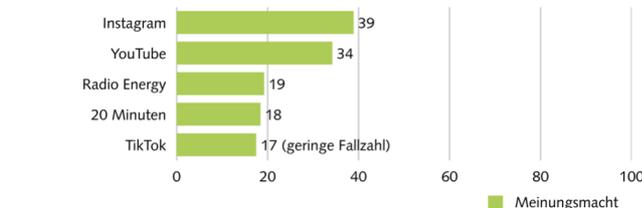


Basel



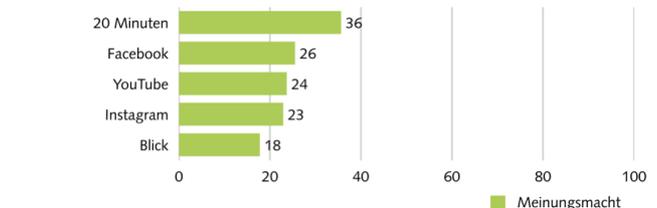
Publicom 2024

Basel, 15-29 Jahre



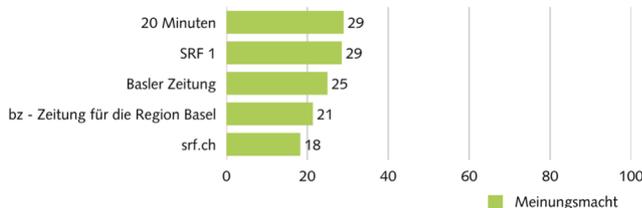
Publicom 2024

Basel, 30-44 Jahre



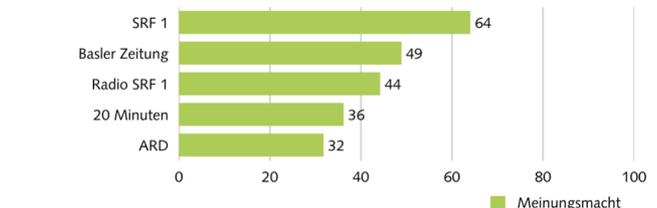
Publicom 2024

Basel, 45-59 Jahre



Publicom 2024

Basel, 60-79 Jahre



Publicom 2024

- > **20 Minuten** mit grösstem Meinungsmacht-Potenzial im Raum Basel, vor **SRF 1** (TV), gefolgt von **Basler Zeitung**
- > **20 Minuten** in jeder Alterskategorie in **Top 5**, bei 30-59 Jährigen auf **#1**

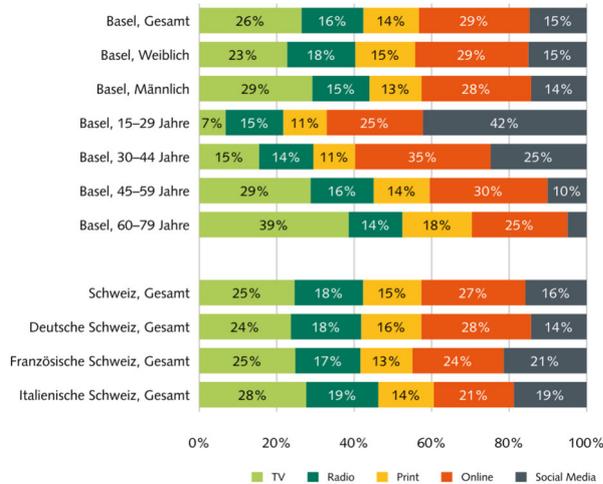
Publicom 2024

- > **SRF 1** (TV) mit sehr guter qualitativer **Markenleistung**
- > **Instagram** und **YouTube** bei U45-Kategorien in **Top-5**, **Instagram** bei U30 auf **#1**
- > **SRF 1** (TV) und **Basler Zeitung** bei Ü45-Kategorien in **Top-5**, **SRF 1** (TV) bei Ü60 auf **#1**

Abb. 2: Meinungsmacht Mediengattungen

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

Basel, Gesamt



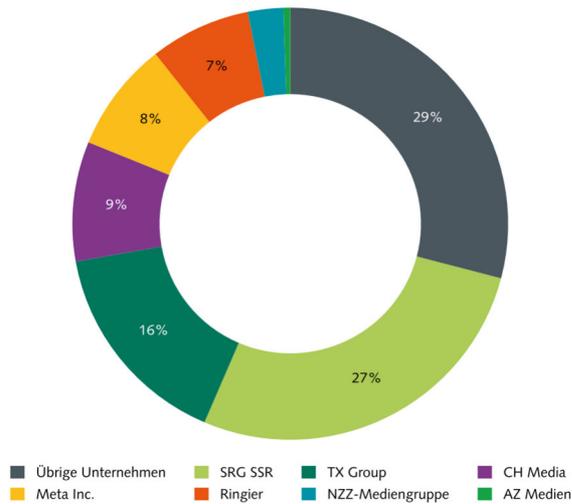
- > **Online (29%)** in Basel vor TV (26%) bei **Meinungsmacht-Anteilen** der Mediengattungen, dahinter Radio (16%), Social Media (15%) und Print (14%)
- > **Geschlechtsunterschiede:** TV bei Männern mit grossen und Vorteilen; Radio und Print bei Frauen mit Vorteilen
- > **Grosses Altersgefälle** bei TV und Social Media-Meinungsmacht: TV ab 60 Jahren über fünf so hoch wie U30, Social Media über zehnmal so tief
- > Social Media bei U30, Online bei 30-59-Jährige und TV bei Ü60 deutlich **stärkste Meinungsmacht**
- > TV bei U30, Print bei 30-44-Jährigen und Social Media bei Ü45 **schwächste Meinungsmacht**

Publicom 2024

Abb. 3: Meinungsmacht Medienkonzerne

Anteile an summierter Meinungsmacht in Medienraum

Basel, Gesamt



- > **SRG SSR** ist mit 27% Konzern mit grösstem Meinungsmacht-Anteil in Basel
- > **TX Group #2** mit 16%, gefolgt von **CH Media** mit 9%, **Meta** mit 8% und **Ringier** mit 7%
- > Hohe **Anbieterkonzentration:** grösste zwei Konzerne (SRG SSR und TX Group) erreichen **keine mehrheitliche Meinungsmacht** (43%)
- > **NZZ-Mediengruppe** und **AZ Medien** von untergeordneter Bedeutung
- > **Übrige Unternehmen** in Basel mit 29% an gesamter Meinungsmacht

Publicom 2024

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