

Medienraum Basel



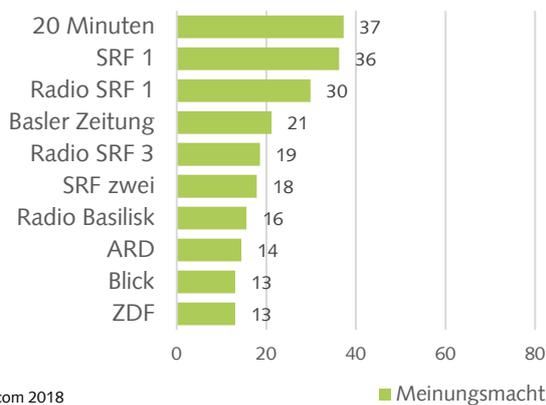
Basisinformationen

- > Geografie:
 - Kantone Basel-Stadt und Basel-Landschaft
 - Bezirke Laufenburg (AG), Rheinfelden (AG), Dorneck (SO) und Thierstein (SO)
- > Ständige Wohnbevölkerung 15-79 Jahre: ca. 475'000 Personen (7.0% von gesamter Schweiz)
- > Sample Medienraum: 46 Medienmarken
- > Stichprobe Medienraum: N=329 Befragte

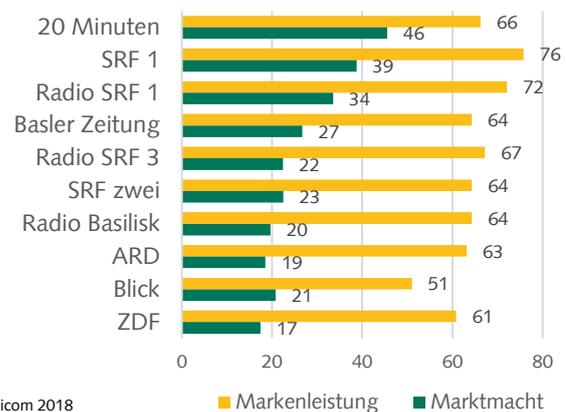
Abb. 1: Meinungsmacht, Marktmacht und Markenleistung von Medienmarken

Top 10 Basel gesamt und Top 5 Meinungsmacht im Altersvergleich (Indexwerte 0 bis 100)

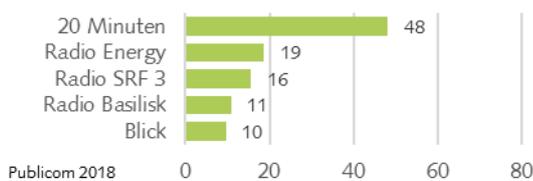
Basel



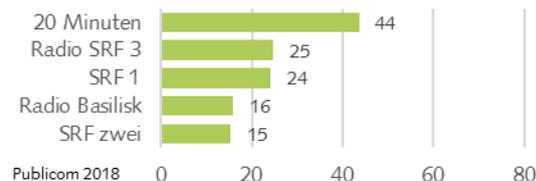
Basel



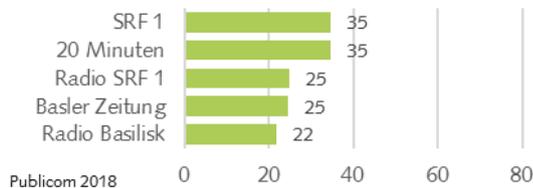
Basel, 15-29 Jahre



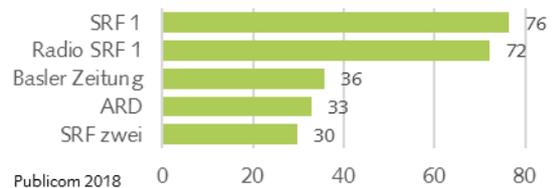
Basel, 30-44 Jahre



Basel, 45-59 Jahre



Basel, 60-79 Jahre

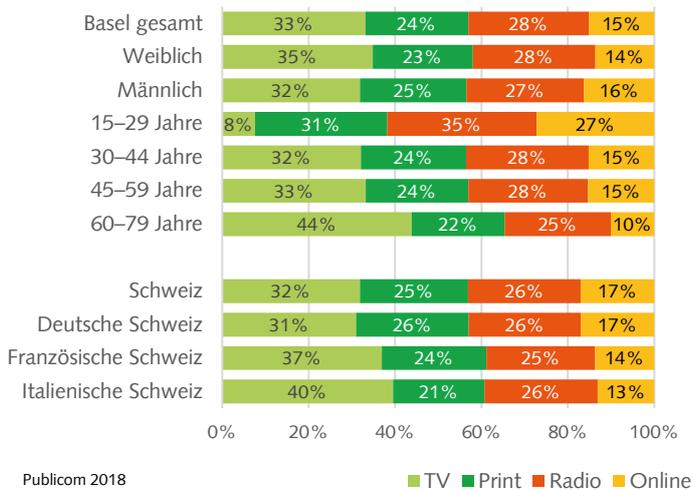


- > **20 Minuten, SRF 1 (TV) und Radio SRF 1** mit grösstem Meinungsmacht-Potenzial in Basel
- > SRF 1 mit hervorragender, Radio SRF 1 mit guter qualitativer Markenleistung
- > SRF 1 ab 30 Jahren immer in Top 3, Basler Zeitung ab 45 Jahren in Top 4

- > Radio Basilisk bis 59 Jahre immer in Top 5
- > Zwei Radio- und drei Print-Marken bei U30 in Top 5, aber kein TV
- > Ab 60 Jahren: Erste SRG-Programme mit sehr grosser Meinungsmacht

Abb. 2: Meinungsmacht Mediengattungen

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

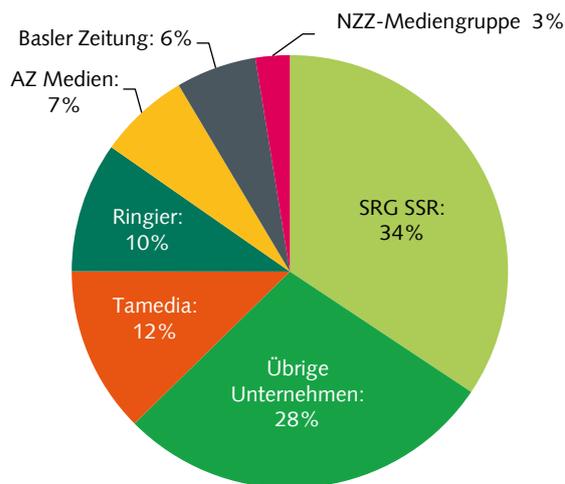


- > **TV (33%)** in Basel führend bei **Meinungsmacht-Anteilen** der Mediengattungen, danach Radio (28%), Print (24%) und Online (15%)
- > Anteile vergleichbar mit Deutscher Schweiz, grosse Unterschiede v.a. zu Italienischer Schweiz
- > Geringe Geschlechtsunterschiede: TV bei Frauen, Print und Online bei Männern mit leichten Vorteilen
- > **Extremes Altersgefälle** der TV-Meinungsmacht, ist ab 60 Jahren ganze 5.5-mal höher wie U30 (da nur 8%)
- > 15-29 Jahre: **Radio** in Basel mit **Meinungsmacht-Höchstwert** von 35% (ebenso: Arc Jurassien), **TV** im Regionenvergleich in **schwächster Position** (8%, ex-aequo mit Zürich/See)

Abb. 3: Meinungsmacht Medienkonzerne

Anteile an summierter Meinungsmacht in Medienraum

Basel



- > **SRG SSR**: Konzern mit grösstem Basler Meinungsmacht-Anteil von 34% (Medienmarken: v.a. SRF 1, Radio SRF 1, SRF zwei, Radio SRF 3)
- > **Tamedia** Nr. 2 mit 12% (v.a. 20 Minuten)
- > **Umkämpfter Medienraum Basel**: 6 Konzerne teilen sich Meinungsmacht, zwei grösste (SRG SSR und Tamedia) erreichen zusammen **keine mehrheitliche Meinungsmacht** (46%)
- > **Ringier** mit 10% (v.a. Blick, Energy Basel, Blick am Abend), dahinter **AZ Medien** mit 8% (v.a. bz Basel, bz Basellandschaftliche Zeitung und Tele M1) und **Basler Zeitung** mit 6%
- > **Übrige Unternehmen** mit 28% an Meinungsmacht (v.a. Radio Basilisk, ARD, ZDF, RTL, Sat 1)

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** (tägliche Kontaktleistungen von Medienmarken, ermittelt durch Sekundäranalyse der Schweizer Währungsstudien von WEMF, Mediapulse und Net-Matrix).

- > **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 Verbreitungs Kanäle der im betreffenden Raum untersuchten Medienmarken).
- > Da offizielle Reichweitzahlen fehlen, wird für Social Media-Marken keine Meinungsmacht ausgewiesen.

Der **Medienmonitor Schweiz** ist eine Studie der Publicom AG im Auftrag des Bundesamts für Kommunikation (BAKOM). Weitere Informationen unter www.medienmonitor-schweiz.ch