

## Medienraum Mittelland

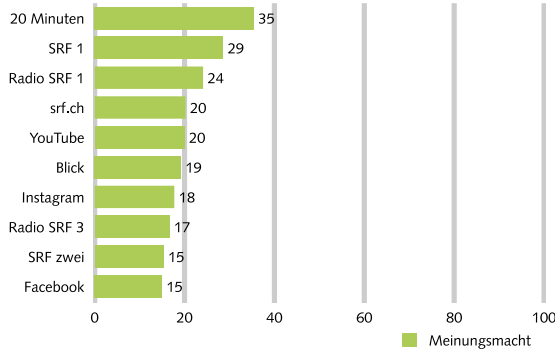


### Basisinformationen

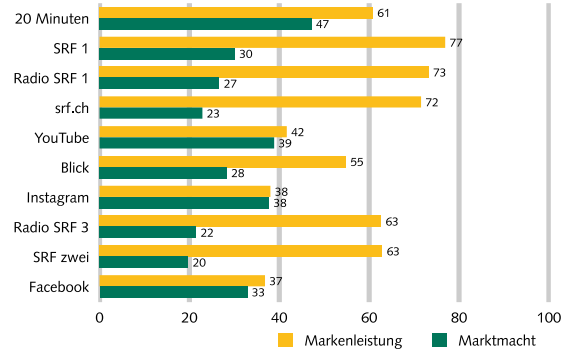
- > Geografie:
  - Bezirke Aarau, Brugg, Kulm, Lenzburg, Zofingen (alle AG)
  - Bezirke Bucheggberg, Gäu, Gösgen, Lebern, Olten, Solothurn, Thal, Wasseramt (alle SO),
  - Verwaltungskreise Biel/Bienne, Oberaargau, Seeland (alle BE)
- > Ständige Wohnbevölkerung 15-79 Jahre: ca. 658'000 Personen (9% von gesamter Schweiz)
- > Sample Medienraum: 65 Medienmarken
- > Stichprobe Medienraum: N=416 Befragte

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

#### Mittelland

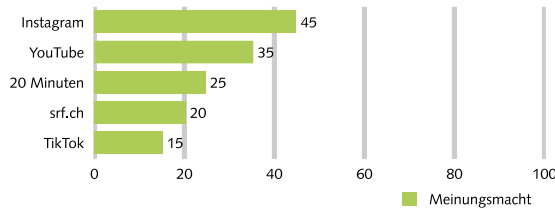


#### Mittelland



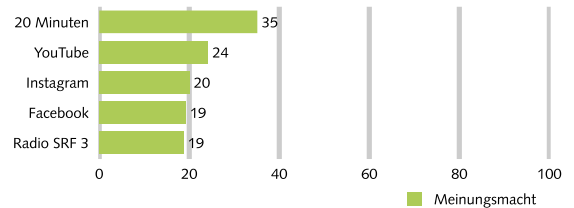
#### Publicum 2023

##### Mittelland, 15-29 Jahre



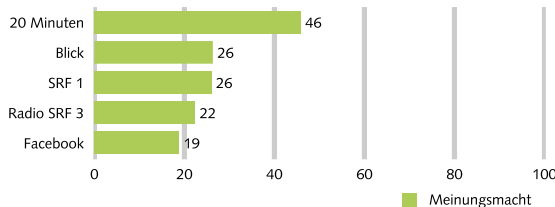
#### Publicum 2023

##### Mittelland, 30-44 Jahre



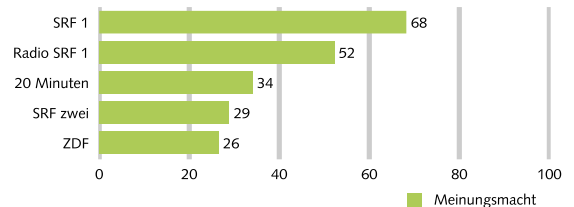
#### Publicum 2023

##### Mittelland, 45-59 Jahre



#### Publicum 2023

##### Mittelland, 60-79 Jahre



#### Publicum 2023

- > **20 Minuten** und **SRF 1** mit grösstem Meinungsmacht-Potenzial im Mittelland
- > SRF 1 mit hervorragender und Radio SRF 1 mit sehr guter qualitativer **Markenleistung**,
- > **20 Minuten** in jeder Alterskategorie in Top 5

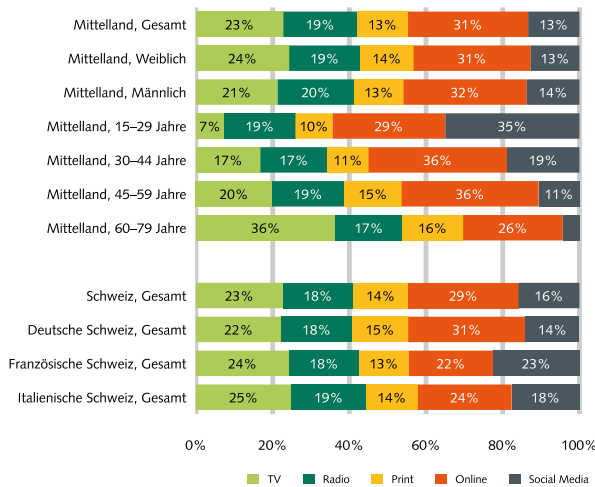
#### Publicum 2023

- > **Instagram** in Top 3 bei U45, mit grösster Meinungsmacht bei U30, **20 Minuten** bei 30-59-Jährigen
- > **SRF 1** in Top 3 bei Ü45, mit grösster Meinungsmacht bei Ü60
- > Bis 45 Jahren immer 3 Social Media-Marken in Top 5

**Abb. 2: Meinungsmacht Mediengattungen**

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

**Mittelland, Gesamt**



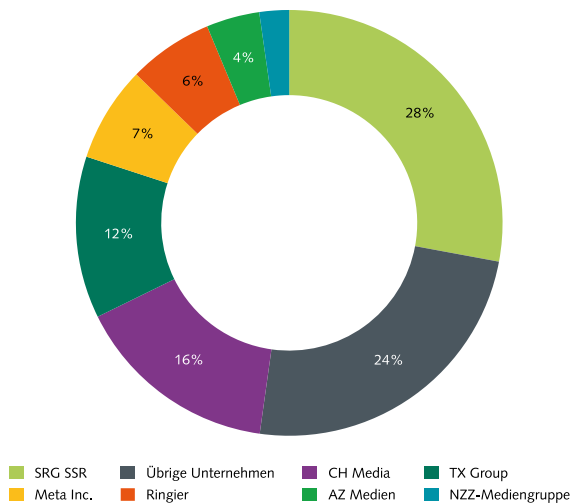
- > **Online (31%)** im Mittelland deutlich vor TV (23%) bei **Meinungsmacht-Anteilen** der Mediengattungen, dahinter Radio (19%), Social Media und Print (je 13%)
- > **Geschlechtsunterschiede:** TV bei Frauen mit Vorteilen
- > **Grosses Altersgefälle** bei TV und Social Media-Meinungsmacht: TV ab 60 Jahren fünfmal so hoch wie U30, Social Media fast neunmal so tief
- > Social Media bei U30 **stärkste Meinungsmacht**, Online bei 30-59-Jährige, TV bei Ü60
- > TV bei U30, Print bei 30-44-Jährige und Social Media bei Ü45 **schwächste Meinungsmacht**

Publicom 2023

**Abb. 3: Meinungsmacht Medienkonzerne**

Anteile an summierter Meinungsmacht in Medienraum

**Mittelland, Gesamt**



- > **SRG SSR** ist mit 28% Konzern mit grösstem Meinungsmacht-Anteil im Mittelland
- > **CH Media #2** mit 16%, gefolgt von **TX Group** mit 12%, **Meta** mit 7%, **Ringier** mit 6% und **AZ Medien** mit 4%
- > Hohe **Anbieterkonzentration:** grösste zwei Konzerne (SRG SSR und CH Media) erreichen **keine mehrheitliche Meinungsmacht (44%)**
- > **NZZ-Mediengruppe** von untergeordneter Bedeutung
- > **Übrige Unternehmen** im Mittelland mit 24% 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 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](http://www.medienmonitor-schweiz.ch)