

## Medienraum Arc Jurassien

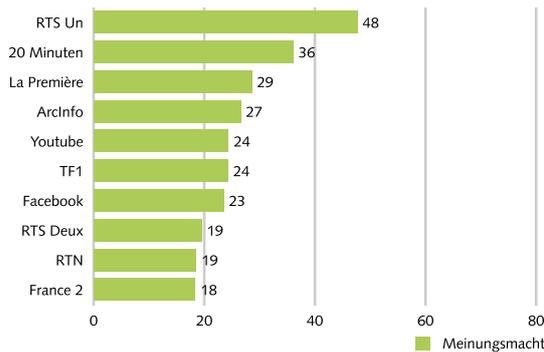


### Basisinformationen

- > Geografie:
  - Kantone Jura und Neuenburg
  - Verwaltungskreis Berner Jura (BE)
- > Ständige Wohnbevölkerung 15-79 Jahre: ca. 239'200 Personen (3.5% von gesamter Schweiz)
- > Sample Medienraum: 40 Medienmarken
- > Stichprobe Medienraum: N=216 Befragte

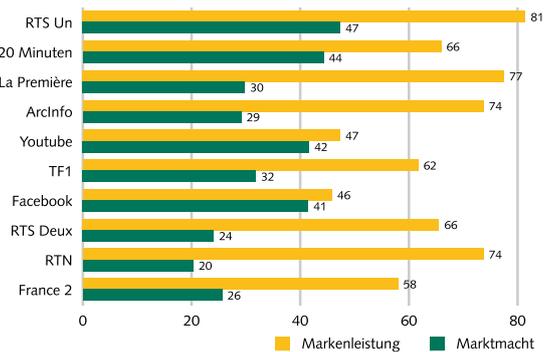
**Abb. 1: Meinungsmacht, Marktmacht und Markenleistung von Medienmarken**  
Top 10 Arc Jurassien gesamt und Top 5 Meinungsmacht im Altersvergleich (Indexwerte 0 bis 100)

#### Arc Jurassien



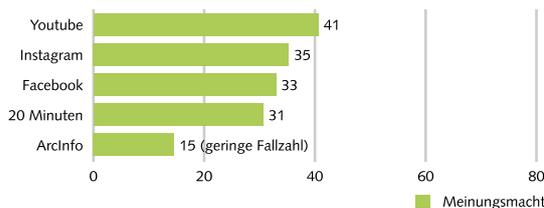
Publicom 2021

#### Arc Jurassien



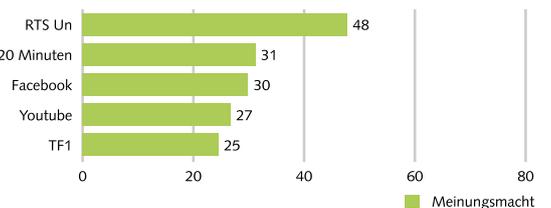
Publicom 2021

#### Arc Jurassien, 15–29 Jahre



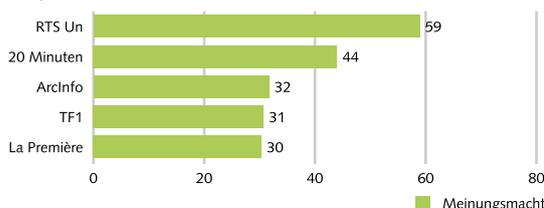
Publicom 2021

#### Arc Jurassien, 30–44 Jahre



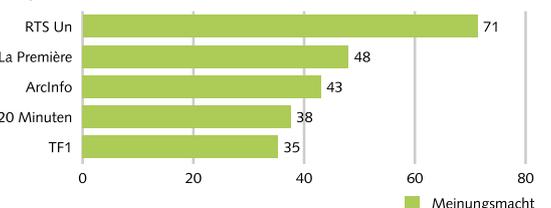
Publicom 2021

#### Arc Jurassien, 45–59 Jahre



Publicom 2021

#### Arc Jurassien, 60–79 Jahre



Publicom 2021

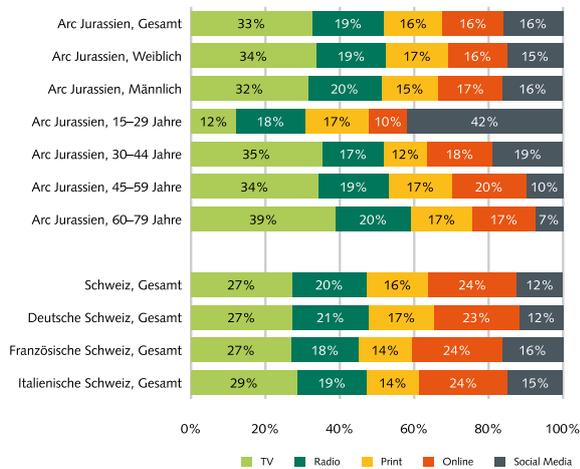
- > **RTS Un, 20 Minuten** und **La Première** mit grösstem Meinungsmacht-Potenzial im Arc Jurassien
- > RTS Un mit hervorragender, La Première mit sehr guter qualitativer **Markenleistung**

- > **RTS Un** mit grösster Meinungsmacht bei Ü30, **Youtube** bei U30
- > **20 Minuten** in jeder Alterskategorie in **Top 4**
- > Youtube und Facebook bei **U45** in Top 4
- > La Première, ArInfo und TF1 bei **Ü45** in Top 5

## Abb. 2: Meinungsmacht Mediengattungen

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

### Arc Jurassien, Gesamt



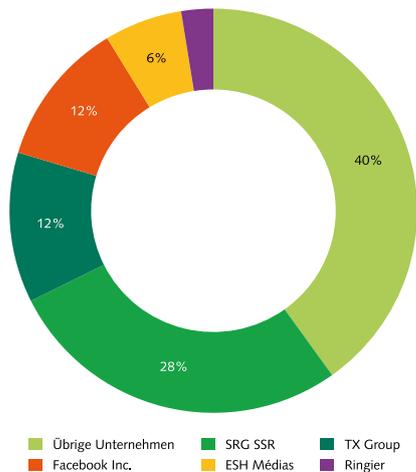
Publicom 2021

- > **TV (33%)** in Arc Jurassien bei **Meinungsmacht-Anteilen** der Mediengattungen klar vor Radio (19%), Print (16%), Online (16%) und Social Media (16%)
- > **Kleine Geschlechtsunterschiede:** TV und Print bei Frauen mit Vorteilen, Radio, Online und Social Media bei Männern
- > **Grosses Altersgefälle** bei **Social Media**-Meinungsmacht: unter 30 Jahren mehr fünfmal so hoch wie Ü60
- > Social Media bei U30 mit Abstand **stärkste Meinungsmacht**, TV bei Ü30
- > Online bei U30, Print bei 30- bis 44-Jährige und Social Media bei Ü45 **schwächste Meinungsmacht**

## Abb. 3: Meinungsmacht Medienkonzerne

Anteile an summierter Meinungsmacht in Medienraum

### Arc Jurassien, Gesamt



Publicom 2021

- > **SRG SSR** ist mit 28% Konzern mit grösstem Meinungsmacht-Anteil im Arc Jurassien
- > **TX Group** und **Facebook Inc.** #2 mit 12%, gefolgt von **ESH Médias** mit 6%.
- > Mittlere **Anbieterkonzentration:** grösste zwei Konzerne (SRG SSR und TX Group oder Facebook Inc.) erreichen **keine mehrheitliche Meinungsmacht (36%)**
- > **Ringier** von untergeordneter Bedeutung
- > **Übrige Unternehmen** im Arc Jurassien mit 40% an gesamter Meinungsmacht

## 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. Eigene Hochrechnung für 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 Verbreitungs Kanäle 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)