

Medienraum Zentralschweiz

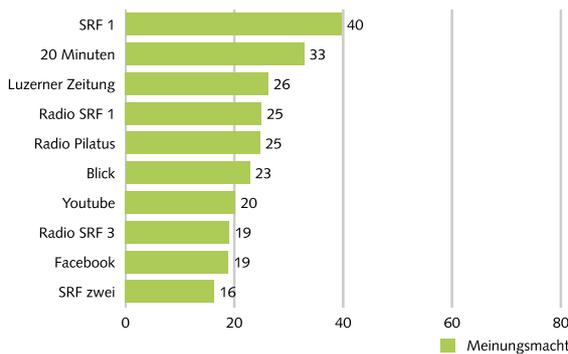


Basisinformationen

- > Geografie:
 - Kantone Uri, Nidwalden, Obwalden und Zug
 - Wahlkreise Entlebuch (LU), Hochdorf (LU), Luzern-Land (LU), Luzern-Stadt (LU), Sursee (LU) und Willisau (LU)
 - Bezirke Gersau (SZ), Küssnacht (SZ) und Schwyz (SZ)
- > Ständige Wohnbevölkerung 15-79 Jahre: ca. 582'500 Personen (8.5% von gesamter Schweiz)
- > Sample Medienraum: 56 Medienmarken
- > Stichprobe Medienraum: N=382 Befragte

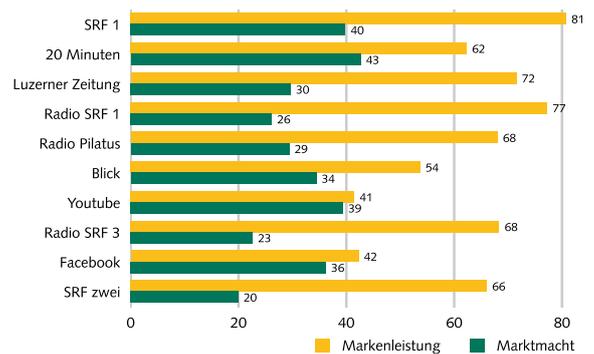
Abb. 1: Meinungsmacht, Marktmacht und Markenleistung von Medienmarken
Top 10 Zentralschweiz gesamt und Top 5 Meinungsmacht im Altersvergleich (Indexwerte 0 bis 100)

Zentralschweiz



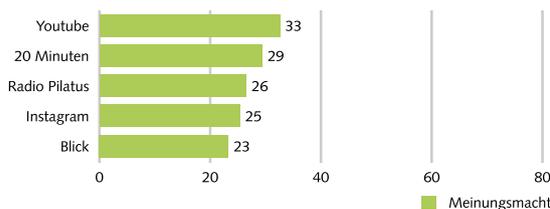
Publicom 2021

Zentralschweiz



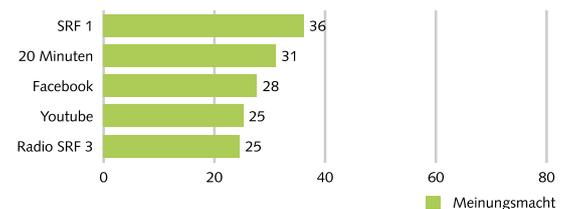
Publicom 2021

Zentralschweiz, 15-29 Jahre



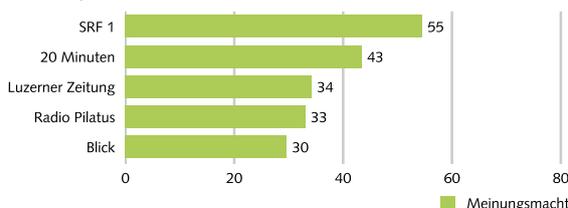
Publicom 2021

Zentralschweiz, 30-44 Jahre



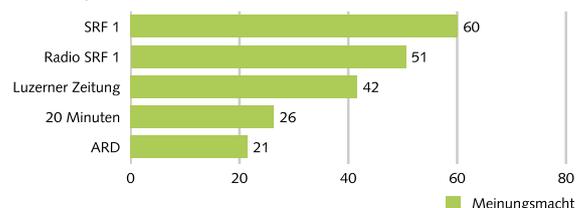
Publicom 2021

Zentralschweiz, 45-59 Jahre



Publicom 2021

Zentralschweiz, 60-79 Jahre



Publicom 2021

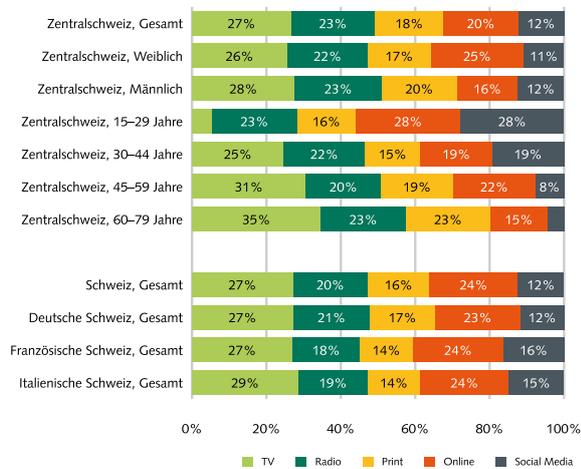
- > **SRF 1, 20 Minuten** und **Luzerner Zeitung** mit grösstem Meinungsmacht-Potenzial in der Zentralschweiz
- > **SRF 1** und **Radio SRF 1** mit hervorragender qualitativer **Markenleistung**

- > **SRF 1** mit grösster Meinungsmacht bei **Ü30**, **Youtube** bei **U30**
- > **20 Minuten** in jeder Alterskategorie in **Top 4**
- > **Luzerner Zeitung** bei **Ü45** in **Top 3**

Abb. 2: Meinungsmacht Mediengattungen

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

Zentralschweiz, Gesamt



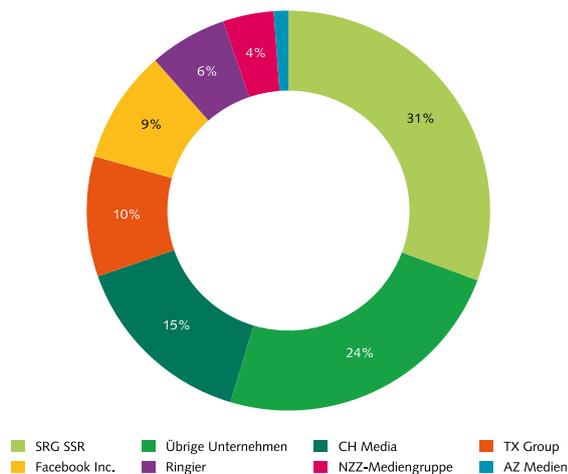
Publicom 2021

- > **TV (27%)** in Zentralschweiz vor Radio (23%) bei **Meinungsmacht-Anteilen** der Mediengattungen, dahinter Online (20%), Print (18%) und Social Media (12%)
- > **Geschlechtsunterschiede:** Online bei Frauen mit grossen Vorteilen, TV und Print bei Männern
- > **Grosses Altersgefälle** bei TV und Social Media-Meinungsmacht: TV ab 60 Jahren siebenmal so hoch wie U30, Social Media siebenmal so tief
- > Social Media und Online bei U30, TV bei Ü30 **stärkste Meinungsmacht**
- > TV bei U30, Online bei 30- bis 44-Jährige und Social Media bei Ü45 **schwächste Meinungsmacht**

Abb. 3: Meinungsmacht Medienkonzerne

Anteile an summierter Meinungsmacht in Medienraum

Zentralschweiz, Gesamt



Publicom 2021

- > **SRG SSR** ist mit 31% Konzern mit grösstem Meinungsmacht-Anteil in der Zentralschweiz
- > **CH Media** #2 mit 15%, gefolgt von **TX Group** mit 10%, **Facebook Inc.** mit 9%, **Ringier** mit 6% und **NZZ-Mediengruppe** mit 4%.
- > Hohe **Anbieterkonzentration:** grösste zwei Konzerne (SRG SSR und CH Media) erreichen **keine mehrheitliche Meinungsmacht** (46%)
- > **AZ Medien** von untergeordneter Bedeutung
- > **Übrige Unternehmen** in der Zentralschweiz mit 24% 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 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