

## Medienraum Hochalpen



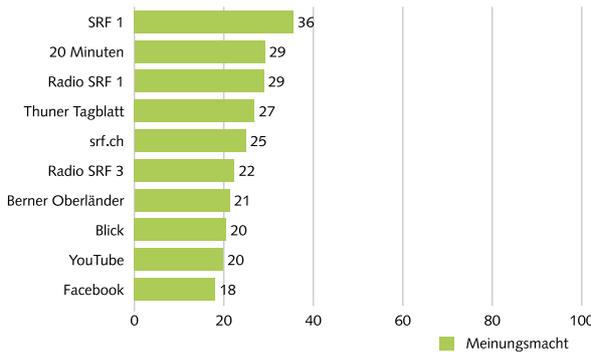
### Basisinformationen

- > Geografie:
  - Verwaltungskreise Frutigen-Niedersimmental, Interlaken-Oberhasli, Obersimmental-Saanen, Thun (alle BE)
  - Bezirke Brig, Goms, Leuk, Raron, Visp (alle VS).
- > Ständige Wohnbevölkerung 15-79 Jahre: ca. 237'600 Personen (3.5% von gesamter Schweiz)
- > Sample Medienraum: 52 Medienmarken
- > Stichprobe Medienraum: N=219 Befragte

Abb. 1: Meinungsmacht, Marktmacht und Markenleistung von Medienmarken

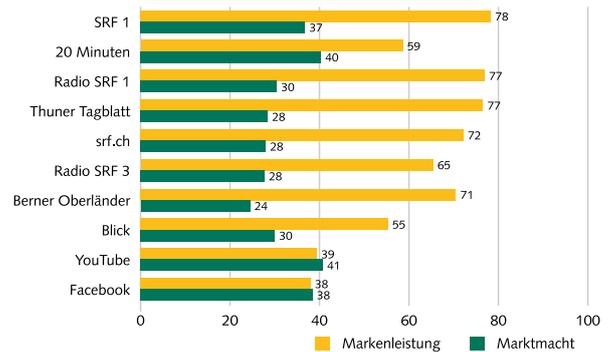
Top 10 Hochalpen gesamt und Top 5 Meinungsmacht im Altersvergleich (Indexwerte 0 bis 100); \*geringe Fallzahlen (N<30)

#### Hochalpen



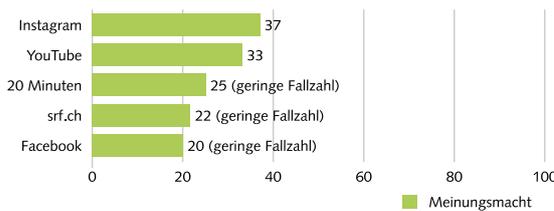
Publicom 2022

#### Hochalpen



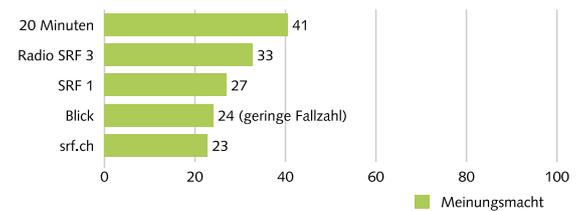
Publicom 2022

#### Hochalpen, 15–29 Jahre



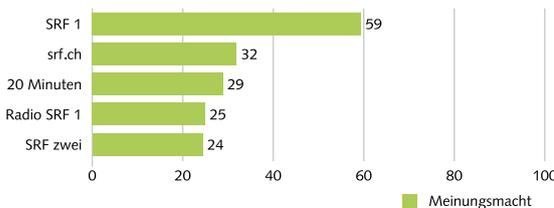
Publicom 2022

#### Hochalpen, 30–44 Jahre



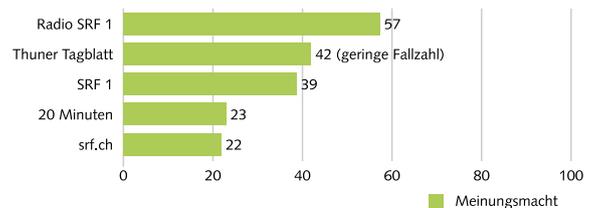
Publicom 2022

#### Hochalpen, 45–59 Jahre



Publicom 2022

#### Hochalpen, 60–79 Jahre



Publicom 2022

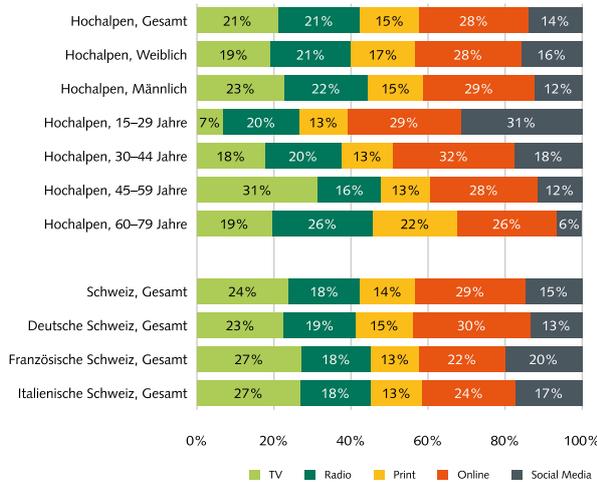
- > **SRF 1** mit deutlich grösstem Meinungsmacht-Potenzial in Hochalpen
- > SRF 1, Radio SRF 1 und Thuner Tagblatt mit hervorragender qualitativer **Markenleistung**
- > **20 Minuten** in jeder Alterskategorie in Top 4, **grösste Meinungsmacht** bei 30-44-Jährigen

- > **srf.ch** Top 5 in jeder Alterskategorie
- > **SRF 1** in Top 3 bei Ü30, **grösste Meinungsmacht** bei 45-60-Jährigen
- > **Instagram** mit **grösste Meinungsmacht** bei U30
- > **Radio SRF 1** in Top 4 bei Ü45, **grösste Meinungsmacht** bei Ü60

**Abb. 2: Meinungsmacht Mediengattungen**

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

**Hochalpen, Gesamt**



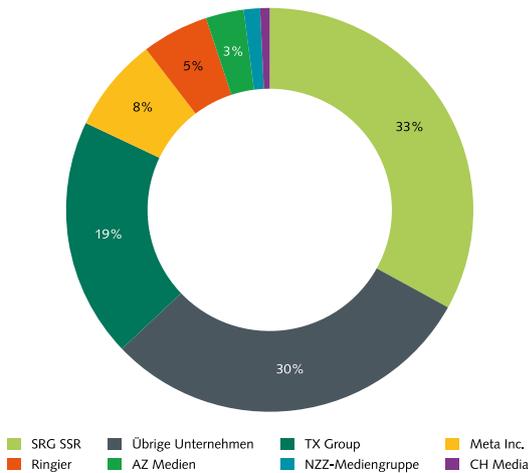
- > **Online (28%)** in Hochalpen vor TV und Radio (je 21%) bei **Meinungsmacht-Anteilen** der Mediengattungen, dahinter Print (15%) und Social Media (14%)
- > **Geschlechtsunterschiede:** Print und Social Media bei Frauen mit Vorteilen, TV bei Männern
- > **Altersgefälle** bei **Social Media**-Meinungsmacht: ab 60 Jahren mehr als fünfmal so tief wie U30
- > Social Media bei U30 **stärkste Meinungsmacht**, Online bei 30-44-Jährigen und bei Ü60 (gleichauf mit Radio) und TV bei 45-59-Jährigen

Publicom 2022

**Abb. 3: Meinungsmacht Medienkonzerne**

Anteile an summierter Meinungsmacht in Medienraum

**Hochalpen, Gesamt**



- > **SRG SSR** ist mit 33% Konzern mit grösstem Meinungsmacht-Anteil in Hochalpen
- > **TX Group #2** mit 19%, gefolgt von **Meta** mit 8%, **Ringier** mit 5% und **AZ Medien** mit 3%
- > Hohe **Anbieterkonzentration:** grösste zwei Konzerne (SRG SSR und TX Group) erreichen eine **mehrheitliche Meinungsmacht (52%)**
- > **CH Media** und **NZZ-Mediengruppe** von untergeordneter Bedeutung
- > **Übrige Unternehmen** in Hochalpen mit 30% an gesamter Meinungsmacht

Publicom 2022

**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](http://www.medienmonitor-schweiz.ch)