

Medienraum Arc Jurassien



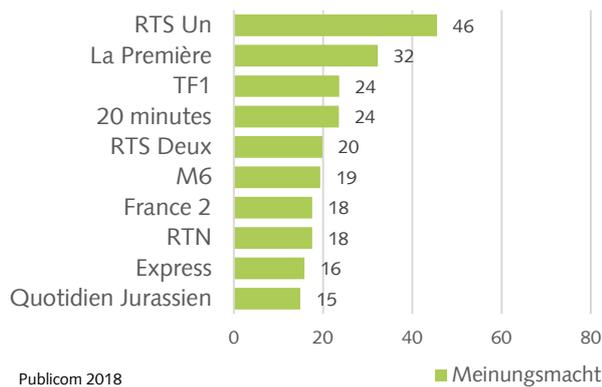
Basisinformationen

- > Geografie:
 - Kantone Jura und Neuenburg
 - Verwaltungskreis Berner Jura (BE)
- > Ständige Wohnbevölkerung 15-79 Jahre: ca. 240'000 Personen (3.6% von gesamter Schweiz)
- > Sample Medienraum: 38 Medienmarken
- > Stichprobe Medienraum: N=224 Befragte

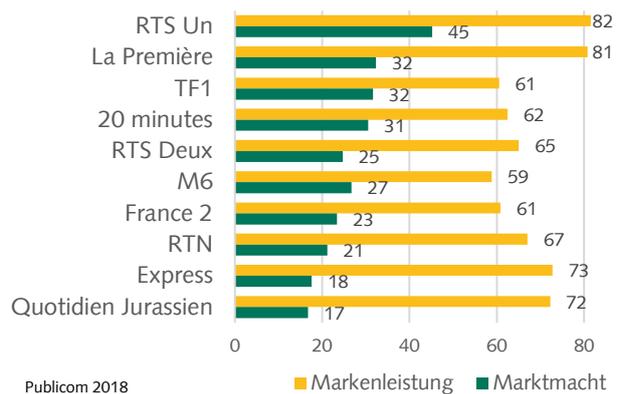
Abb. 1: Meinungsmacht, Marktmacht und Markenleistung von Medienmarken

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

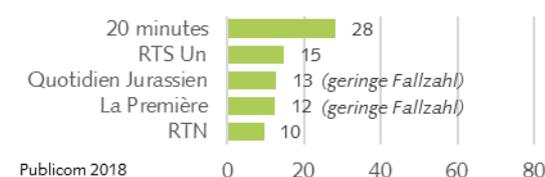
Arc Jurassien



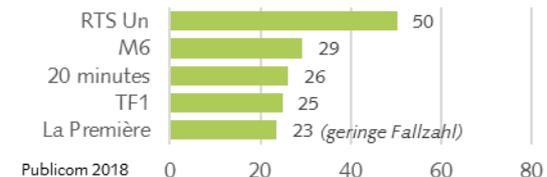
Arc Jurassien



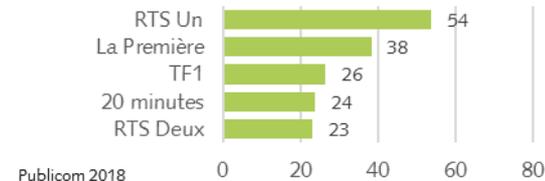
Arc Jurassien, 15-29 Jahre



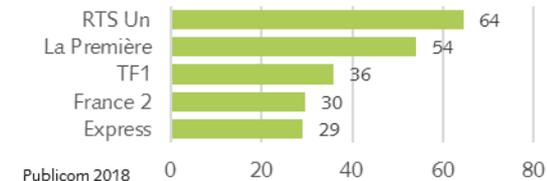
Arc Jurassien, 30-44 Jahre



Arc Jurassien, 45-59 Jahre



Arc Jurassien, 60-79 Jahre

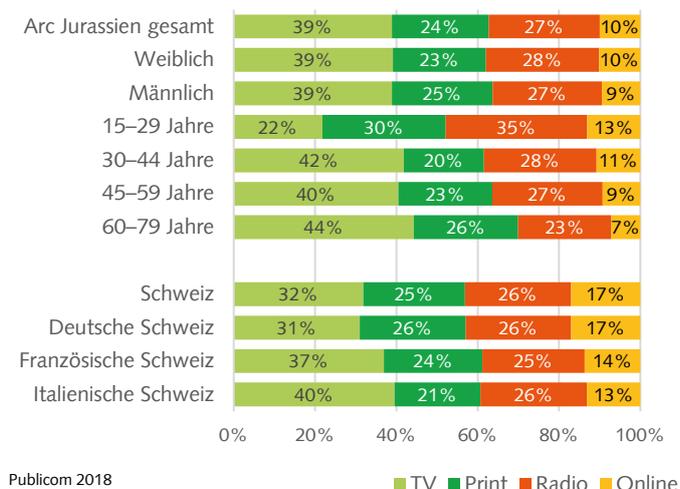


- > **RTS Un, La Première** und **TF1** mit grösstem Meinungsmacht-Potenzial im Arc Jurassien
- > **RTS Un** und **La Première** mit **Markenleistungs-Höchstwerten** im Regionenvergleich (82 bzw. 81)
- > L'Express und Le Quotidien Jurassien ebenfalls mit hervorragender qualitativer Markenleistung

- > **RTS Un** immer in Top 3, **La Première** immer Top 5
- > **20 minutes** bis 59 immer in den Top 4, ab 60 nicht mehr vertreten
- > Ab 30 immer drei TV-Sender in Top 5, dritter TV-Sender wechselt je nach Alter

Abb. 2: Meinungsmacht Mediengattungen

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

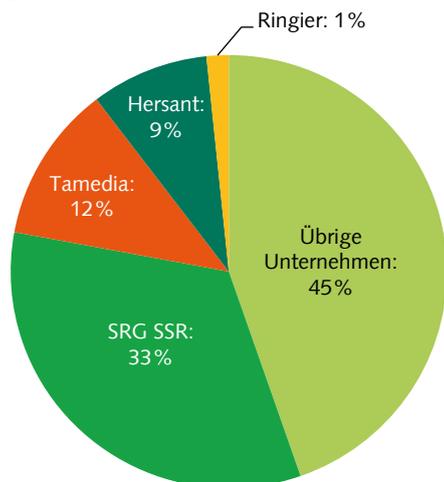


- > **TV** mit 39% in Arc Jurassien klar führend bei **Meinungsmacht**-Anteilen der Mediengattungen, danach Radio vor Print und Online
- > **Online** mit zweitschwächster Meinungsmacht im Regionenvergleich (noch vor Hochalpen)
- > Arc Jurassien zwischen Französischer und Italienischer Schweiz, **TV**-Meinungsmacht klar vor Deutschschweiz
- > Geringe Geschlechtsunterschiede: Print bei Männern mit leichten Vorteilen
- > U30: **Radio** und **Print** in Arc Jurassien prägend, **Radio** mit **Höchstwert** aller Regionen (35%, wie Basel)
- > **TV**: ab 60 Jahren doppelt so viel Meinungsmacht wie U30

Abb. 3: Meinungsmacht Medienkonzerne

Anteile an summierter Meinungsmacht in Medienraum

Arc Jurassien



- > **SRG SSR** in Arc Jurassien Konzern mit grösster Meinungsmacht von 33% (Medienmarken: v.a. RTS Un, La Première, RTS Deux, Couleur 3, rts.ch)
- > **Tamedia** Nr. 2 mit 12% (v.a. 20 minutes, Le Matin, Le Matin Dimanche)
- > **Hersant** ist Nr. 3 in Stammregion, erlangt 9% Meinungsmacht (v.a. Express, Impartial und arcinfo.ch)
- > In Arc Jurassien erreichen grösste zwei Konzerne (SRG SSR und Tamedia) zusammen **keine mehrheitliche Meinungsmacht** (45%)
- > **Übrige Unternehmen** mit 45% Meinungsmacht: **klarer Höchstwert** aller Medienräume (v.a. TF 1, M6, France 2, RTN, Le Quotidien Jurassien, RFJ)

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