

## Medienraum Basel

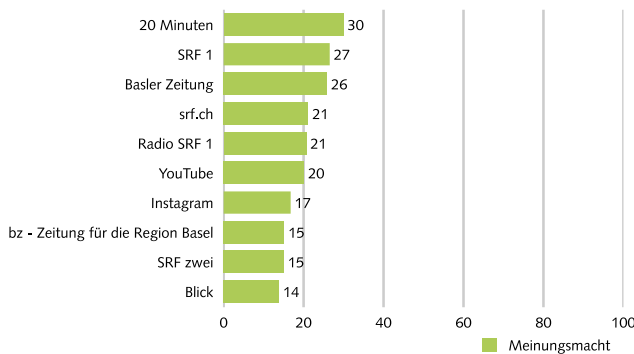


### Basisinformationen

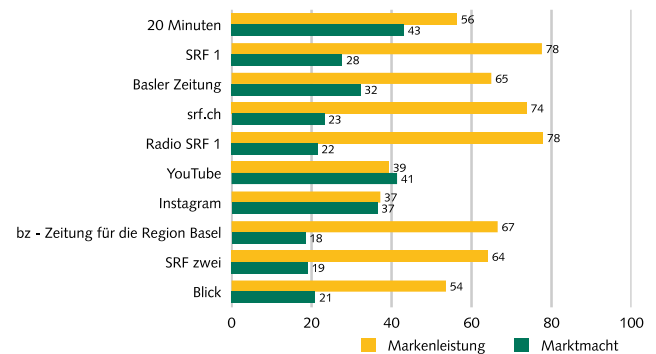
- > Geografie:
  - Kantone Basel-Stadt und Basel-Landschaft
  - Bezirke Laufenburg (AG), Rheinfelden (AG), Dorneck (SO) und Thierstein (SO)
- > Ständige Wohnbevölkerung 15-79 Jahre: ca. 491'400 Personen (7% von gesamter Schweiz)
- > Sample Medienraum: 54 Medienmarken
- > Stichprobe Medienraum: N=303 Befragte

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

#### Basel

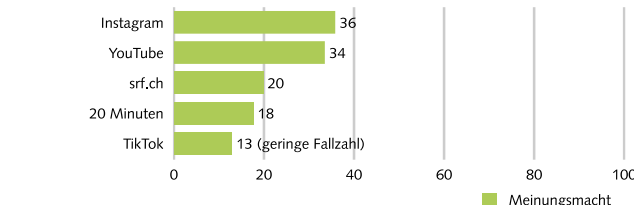


#### Basel



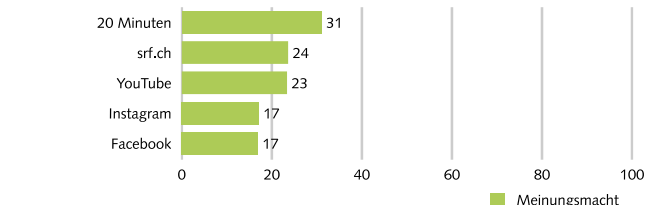
#### Publicum 2025

##### Basel, 15–29 Jahre



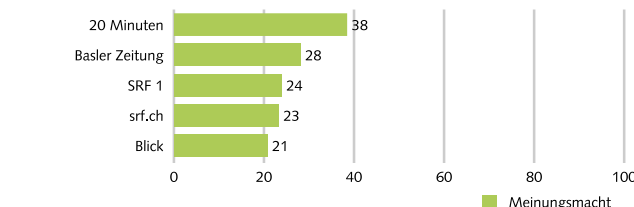
#### Publicum 2025

##### Basel, 30–44 Jahre



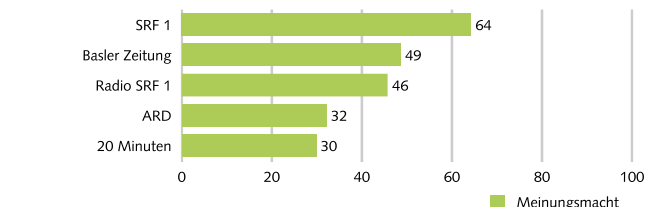
#### Publicum 2025

##### Basel, 45–59 Jahre



#### Publicum 2025

##### Basel, 60–79 Jahre



#### Publicum 2025

- > **20 Minuten** mit grösstem Meinungsmacht-Potenzial im Raum Basel, vor **SRF 1** (TV), gefolgt von **Basler Zeitung**
- > **20 Minuten** in jeder Alterskategorie in **Top 5**, bei 30-59 Jährigen auf **#1**
- > **srf.ch** in den drei jüngeren Kategorien in **Top 5**

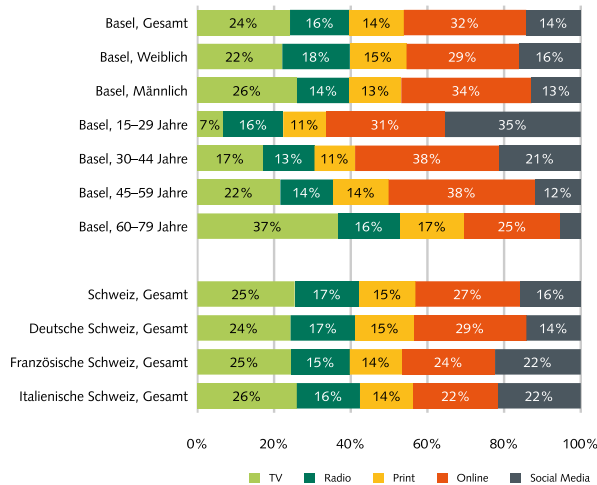
#### Publicum 2025

- > **SRF 1** (TV und Radio) mit sehr guter qualitativer **Markenleistung**
- > **Instagram** und **YouTube** bei U45-Kategorien in **Top-5**, **Instagram** bei U30 auf **#1**
- > **SRF 1** (TV) und **Basler Zeitung** bei Ü45-Kategorien in **Top-5**, **SRF 1** (TV) bei Ü60 auf **#1**

**Abb. 2: Meinungsmacht Mediengattungen**

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

**Basel, Gesamt**



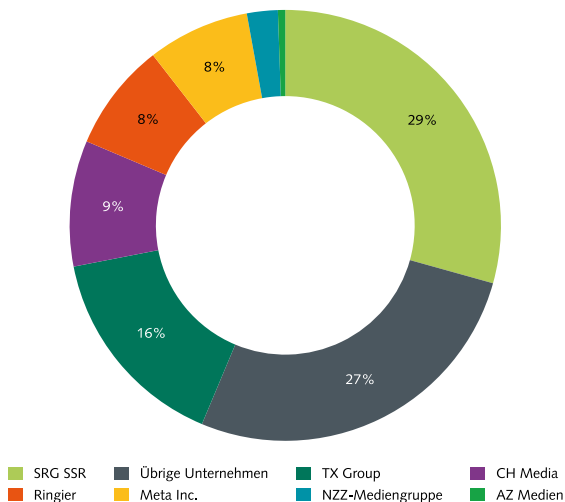
- > **Online (32%)** in Basel vor TV (24%) bei **Meinungsmacht-Anteilen** der Mediengattungen, dahinter Radio (16%), Social Media und Print (je 14%)
- > **Geschlechtsunterschiede:** TV und Online bei Männern mit grossen und Vorteilen; Radio, Social Media und Print bei Frauen mit Vorteilen
- > **Altersgefälle** bei TV und Social Media-Meinungsmacht: TV ab 60 Jahren über fünf so hoch wie U30, Social Media siebenmal so tief
- > Social Media bei U30, Online bei 30-59-Jährigen und TV bei Ü60 deutlich **stärkste Meinungsmacht**
- > TV bei U30, Print bei 30-44-Jährigen und Social Media bei Ü45 **schwächste Meinungsmacht**

Publicom 2025

**Abb. 3: Meinungsmacht Medienkonzerne**

Anteile an summierter Meinungsmacht in Medienraum

**Basel, Gesamt**



- > **SRG SSR** ist mit 29% Konzern mit grösstem Meinungsmacht-Anteil in Basel
- > **TX Group** #2 mit 16%, gefolgt von **CH Media** mit 9%, **Meta** und **Ringier** mit je 8%
- > **Anbieterkonzentration:** grösste zwei Konzerne (SRG SSR und TX Group) erreichen **keine mehrheitliche Meinungsmacht** (45%)
- > **NZZ-Mediengruppe** und **AZ Medien** von untergeordneter Bedeutung
- > **Übrige Unternehmen** in Basel mit 27% an gesamter Meinungsmacht

Publicom 2025

**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)