

Medienraum Arc Jurassien



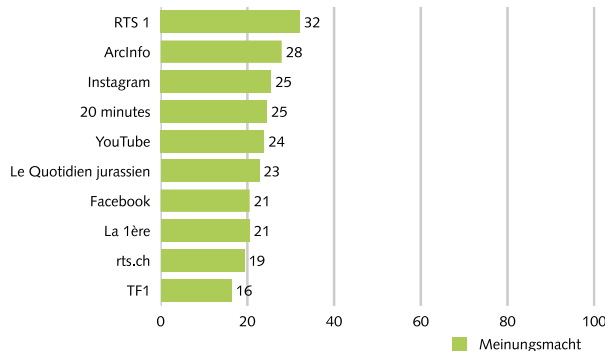
Basisinformationen

- > Geografie:
 - Kantone Jura und Neuenburg
 - Verwaltungskreis Berner Jura (BE)
- > Ständige Wohnbevölkerung 15-79 Jahre: ca. 241'800 Personen (3% von gesamter Schweiz)
- > Sample Medienraum: 38 Medienmarken
- > Stichprobe Medienraum: N=214 Befragte

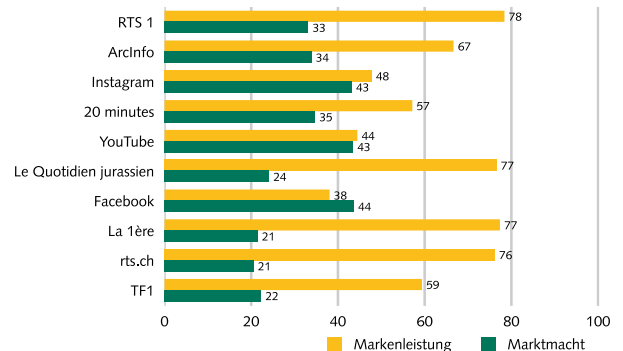
Abb. 1: Meinungsmacht, Marktmacht und Markenleistung von Medienmarken

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

Arc Jurassien

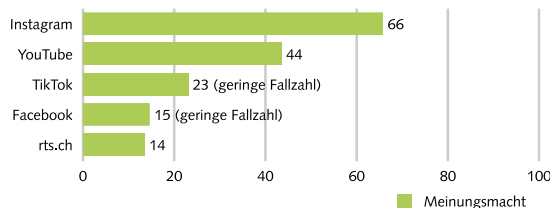


Arc Jurassien



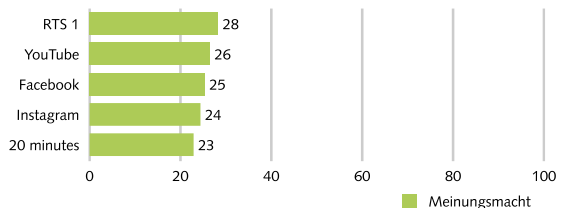
Publicum 2026

Arc Jurassien, 15–29 Jahre



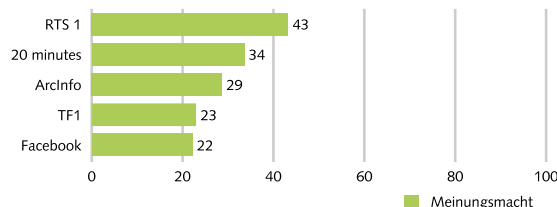
Publicum 2026

Arc Jurassien, 30–44 Jahre



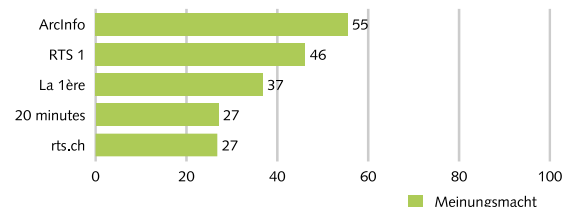
Publicum 2026

Arc Jurassien, 45–59 Jahre



Publicum 2026

Arc Jurassien, 60–79 Jahre



Publicum 2026

- > **RTS 1** mit grösstem Meinungsmacht-Potenzial im Raum **Arc Jurassien**, vor **ArcInfo**, gefolgt von **Instagram**
- > **RTS 1**, **20 minutes** und **Facebook** in drei von vier Kategorien in **Top 5**
- > **RTS 1** #1 in den Kategorien zwischen 30-60-Jahren und **ArcInfo** bei den Ü60

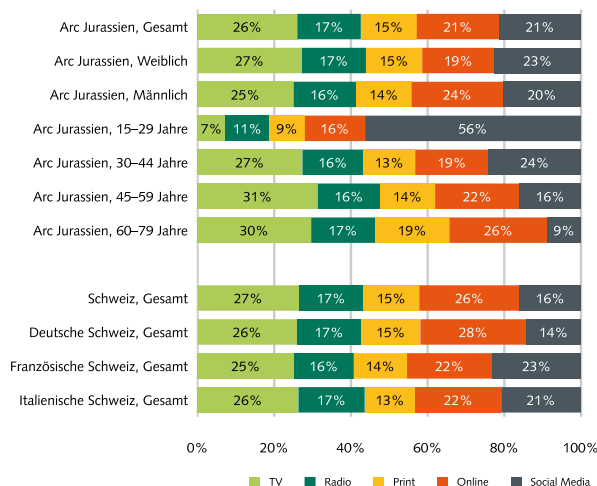
Publicum 2026

- > **RTS 1**, **Le Quotidien jurassien**, **La 1ère** und **rts.ch** mit sehr guter qualitativer **Markenleistung**
- > **Instagram** und **YouTube** bei U45-Kategorien in **Top-5**, **Instagram** bei U30 auf #1
- > **rts.ch** bei U30 und Ü60 in **Top-5**, **20 minutes** bei den Kategorien zwischen 30-60-Jährigen

Abb. 2: Meinungsmacht Mediengattungen

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

Arc Jurassien, Gesamt



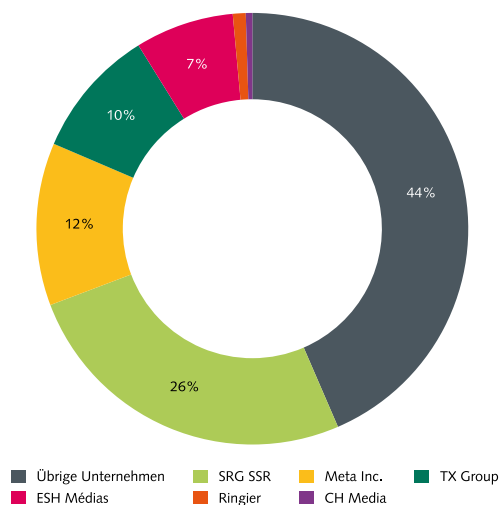
- > **TV (26%)** in Arc Jurassien bei **Meinungsmacht-Anteilen** der Mediengattungen vor Social Media und Online (je 21%), Radio (1%) und Print (15%)
- > **Geschlechtsunterschiede:** TV mit Vorteilen bei Frauen; Online bei Männern
- > **Grosses Altersgefälle** bei **Social Media**-Meinungsmacht: unter 30 Jahren mehr als sechsmal so hoch wie bei Ü60
- > Social Media bei U30, TV bei Ü30 mit **stärkste Meinungsmacht**
- > TV bei U30, Print bei 30-59-Jährige und Social Media bei Ü60 **schwächste Meinungsmacht**

Publicom 2026

Abb. 3: Meinungsmacht Medienkonzerne

Anteile an summierter Meinungsmacht in Medienraum

Arc Jurassien, Gesamt



- > **SRG SSR** ist mit 26% Konzern mit grösstem Meinungsmacht-Anteil im Arc Jurassien
- > **Meta #2** mit 12%, gefolgt von **TX Group** (10%) und **ESH Médias** (7%)
- > Mittlere **Anbieterkonzentration**: grösste zwei Konzerne (SRG SSR und Meta) erreichen **keine mehrheitliche Meinungsmacht** (34%)
- > **Ringier** und **CH Media** von untergeordneter Bedeutung
- > **Übrige Unternehmen** im Arc Jurassien mit 44% an gesamter Meinungsmacht

Publicom 2026

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 im Auftrag des Bundesamts für Kommunikation (BAKOM).

Weitere Informationen unter www.medienmonitor-schweiz.ch