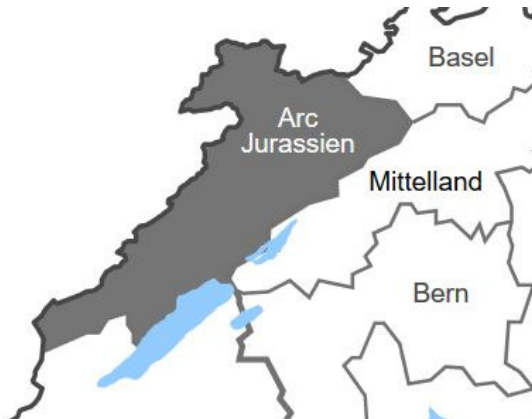


## Medienraum Arc Jurassien

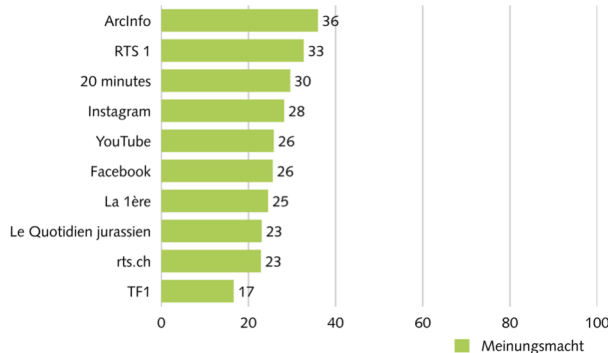


### Basisinformationen

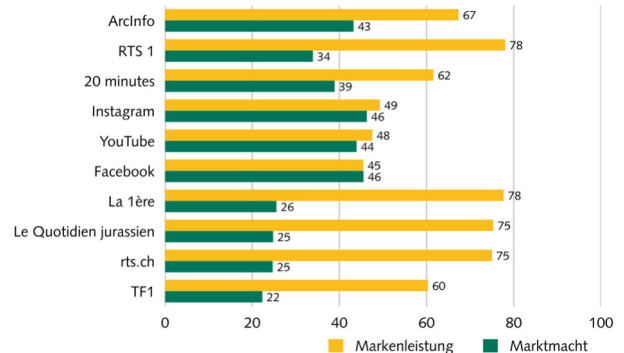
- > Geografie:
  - Kantone Jura und Neuenburg
  - Verwaltungskreis Berner Jura (BE)
- > Ständige Wohnbevölkerung 15-79 Jahre: ca. 239'800 Personen (3% von gesamter Schweiz)
- > Sample Medienraum: 41 Medienmarken
- > Stichprobe Medienraum: N=215 Befragte

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

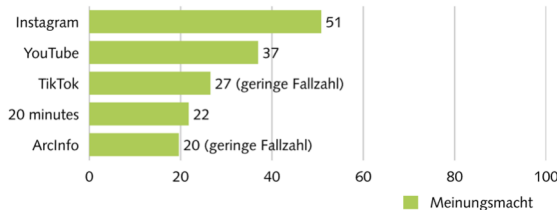


#### Arc Jurassien



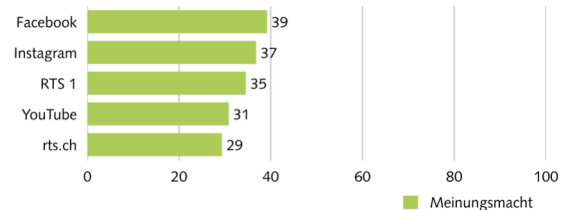
#### Publicom 2024

##### Arc Jurassien, 15-29 Jahre



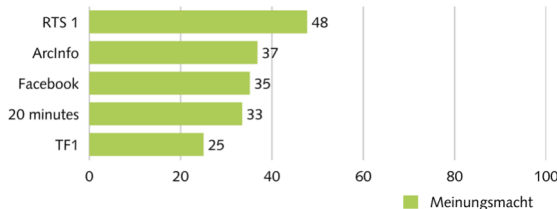
#### Publicom 2024

##### Arc Jurassien, 30-44 Jahre



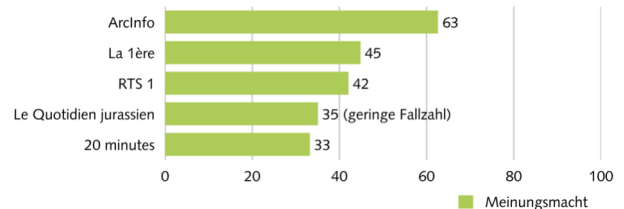
#### Publicom 2024

##### Arc Jurassien, 45-59 Jahre



#### Publicom 2024

##### Arc Jurassien, 60-79 Jahre



#### Publicom 2024

- > **ArcInfo** mit grösstem Meinungsmacht-Potenzial im Raum **Arc Jurassien**, vor **RTS 1**, gefolgt von **20 minutes**
- > **20 minutes**, **ArcInfo** und **RTS 1** in drei von vier Kategorien in **Top 5**, **ArcInfo** bei U60 und **RTS 1** bei 45-59-Jährigen **#1**

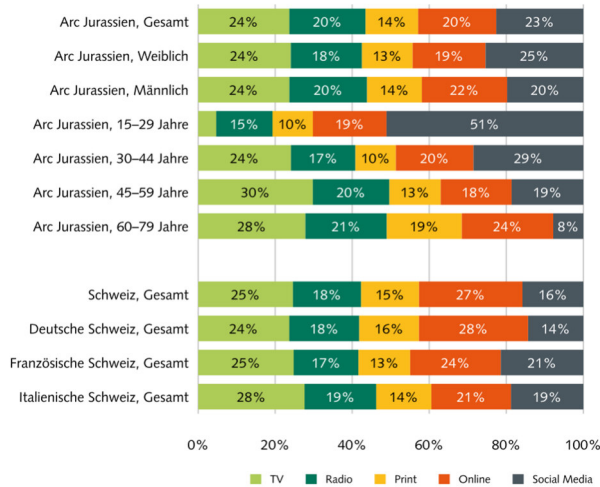
#### Publicom 2024

- > **RTS 1** und **La 1ère** mit sehr guter qualitativer **Markenleistung**
- > **Instagram** und **YouTube** bei U45-Kategorien in **Top-5**, **Instagram** bei U30 auf **#1**
- > **Facebook** bei den Kategorien zwischen 30-60-Jahren in **Top-5**, bei 30-44-Jährigen auf **#1**

**Abb. 2: Meinungsmacht Mediengattungen**

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

**Arc Jurassien, Gesamt**



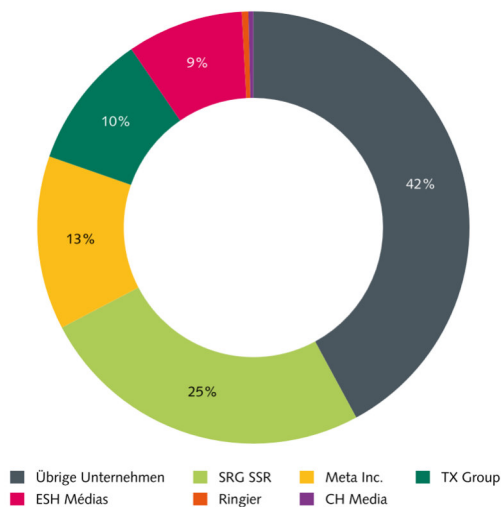
- > **TV (24%)** in Arc Jurassien bei **Meinungsmacht-Anteilen** der Mediengattungen vor Social Media (23%), Online und Radio (je 20%) und Print (14%)
- > **Mässige Geschlechtsunterschied:** Social Media mit Vorteilen bei Frauen; Online bei Männern
- > **Grosses Altersgefälle** bei **Social Media**-Meinungsmacht: unter 30 Jahren mehr als sechsmal so hoch wie bei Ü60
- > Social Media bei U45, TV bei Ü45 mit **stärkste Meinungsmacht**
- > TV bei U30, Print bei 30-44-Jährige und Social Media bei Ü60 **schwächste Meinungsmacht**

Publicom 2024

**Abb. 3: Meinungsmacht Medienkonzerne**

Anteile an summierter Meinungsmacht in Medienraum

**Arc Jurassien, Gesamt**



- > **SRG SSR** ist mit 25% Konzern mit grösstem Meinungsmacht-Anteil im Arc Jurassien
- > **Meta** auf #2 mit 13% **TX Group** (10%) auf Platz 3, vor **ESH Médias** (9%)
- > Mittlere **Anbieterkonzentration:** grösste zwei Konzerne (SRG SSR und Meta) erreichen **keine mehrheitliche Meinungsmacht** (38%)
- > **Ringier** und **CH Media** von untergeordneter Bedeutung
- > **Übrige Unternehmen** im Arc Jurassien mit 42% an gesamter Meinungsmacht

Publicom 2024

**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)