

mediaBrands 2021

Projektbeschreibung

Repräsentative, intermediale Single-Source-Tracking-Studie zur Nutzung und qualitativen Positionierung von Medienmarken in der Deutschschweiz, der Französischen Schweiz und der Italienischen Schweiz.

Konzept und Durchführung: Publicom AG

Marken: Tages- und wochenaktuelle Medien (Print, elektronisch, online, mobile) → **Markenliste**

Methode: Befragung mittels CAWI (Online)

Grundgesamtheit: Bevölkerung 15 – 79 in der **Deutschschweiz** (bzw. in zehn Medienregionen der Deutschschweiz), der **Französischen Schweiz** (bzw. in drei Medienregionen der Französischen Schweiz) und der **Italienischen Schweiz**.



Stichprobengrösse (in Klammern: Maximaler Vertrauensbereich)

	Gesamte Schweiz	4'700 Befragte (+/- 1.4%)
Davon:	Deutschschweiz	3'269 Befragte (+/- 1.7%)
	Französische Schweiz	1'129 Befragte (+/- 2.8%)
	Italienische Schweiz	304/204 Befragte¹ (+/- 5.7%)

¹ In der italienischen Schweiz wurden insgesamt 304 Personen befragt, um valide Aussagen treffen zu können. Um die Gesamtschweizer Verhältnisse abzubilden, wurde die Stichprobe der italienischen Schweiz später auf 204 heruntergewichtet.

Quotierung/Gewichtung: Interlocked nach Medienräumen, Geschlecht und Alter (112 Quotenzellen). Die schweizweite Stichprobe wurde im Hinblick auf die D-CH und I-CH disproportional zur wahren Verteilung gezogen. Eine proportionale Stichprobe hätte zur Folge gehabt, dass im Tessin zu wenige Personen befragt worden wären, um valide Aussagen machen zu können, bzw. dass in der D-CH weit mehr Personen befragt worden wären als für valide Aussagen nötig. Die wahren Proportionen wurden mittels Gewichtung wiederhergestellt. Dabei wurden Antworten der überproportional häufig Befragten aus dem Tessin heruntergewichtet und der Befragten aus der D-CH hochgewichtet. Schweizweite Gewichtung: wie Quotierung; zusätzliche Randsummengewichtung nach Wohnbevölkerung in den Medienräumen und Berufstätigkeit.

Markenidentifikation: Bildgestützt

Feld/Rekrutierung: INTERVISTA-Panel (offline rekrutiertes Online-Accesspanel) nach Quotenvorgaben bezüglich Alter, Geschlecht, Bildung, Wohnort.

Erhebungszeitraum: Mai/Juni 2021

Datensatz/Standardreport:

Qualitative markenspezifische Variablen

- > Markensympathie
- > Brand Image, bestehend aus Imagedimensionen: Glaubwürdigkeit, Kompetenz, Relevanz, Unverwechselbarkeit, Publikumsnähe, Nutzwert, Jugendlichkeit, Unterhaltungswert
- > Markenbindung/Brand Loyalty
- > Präferenzmedien
- > Kommunikationsleistung/Kontaktqualität (Brand Performance Value)

Qualitative gattungsspezifische Variablen

- > Subjektive Bedeutung von Mediengattungen
- > Werbebeachtung Mediengattungen (ab 2019 inkl. Plakate und digitale Screens, ÖV, Kino)
- > Werbeakzeptanz Mediengattungen (ab 2019 inkl. Plakate und digitale Screens, ÖV, Kino)

Quantitative Variablen

- > Quartalsreichweiten Mediengattungen
- > Quartalsreichweiten Marken (Total Audience)
- > Tagesreichweiten Marken (Total Audience)
- > Wochenreichweiten Marken (Total Audience)

Soziodemographie

- > Alter, Geschlecht, Bildung, Wohnort, Erwerbs- und Berufstätigkeit, Haushaltgrösse, Haushaltzusammensetzung, Haushaltseinkommen

Mögliche Spezialauswertungen

- > Nutzeranalyse für die bestellten Marke(n) (Kategorisierung der Nutzer nach Nutzungshäufigkeit und Markensympathie in Fans, Aspiranten, Pragmatiker, Distanzierte)
- > Soziodemografie und Relevant Sets der Fans/Aspiranten der bestellte(n) Marken
- > Auf Wunsch: **weitere Analysen**

Standard-Breaks: Alter und Geschlecht (auf Wunsch weitere Breaks möglich)

Beispielauswertungen

Imageprofile auf einen Blick

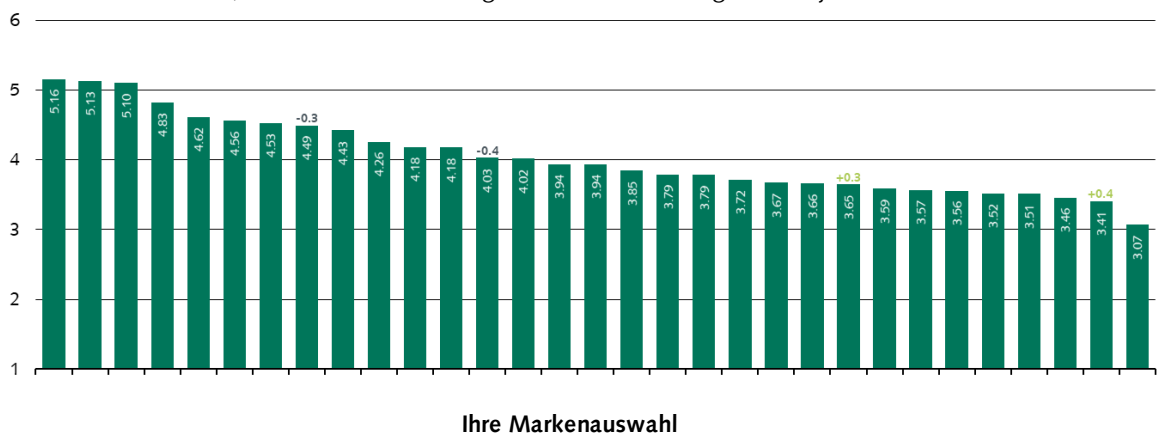
Mittelwerte der Imagedimensionen auf Skala 1 = "trifft überhaupt nicht zu" bis 6 = "trifft voll und ganz zu";
Basis: Weitester Nutzerkreis einer Marke; Reihenfolge: Summe der Mittelwerte der Imagedimensionen



© mediaBrands Publicom 2021

Imagedimension: Jugendlichkeit

Mittelwerte "jung" auf Skala 1 = "trifft überhaupt nicht zu" bis 6 = "trifft voll und ganz zu"; Basis: Weitester Nutzerkreis einer Marke; Wert über der Säule: Signifikante Veränderung zum Vorjahr



© mediaBrands Publicom 2021

Liste der ausgewiesenen Marken

(Nach Mediengattung und innerhalb der Gattung nach Sprachregion alphabetisch geordnet)

Tageszeitung

- > 20 Minuten (d,f,i)
- > Anzeiger von Uster
- > Appenzeller Zeitung
- > ArcInfo
- > az Aargauer Zeitung
- > az Badener Tagblatt
- > az Grenchner Tagblatt*
- > az Limmattaler Zeitung*
- > az Solothurner Zeitung
- > Basler Zeitung
- > Berner Oberländer
- > Berner Zeitung
- > Bieler Tagblatt
- > Blick
- > Bote der Urschweiz
- > Bündner Tagblatt*
- > bz – ... für die Region Basel
- > Der Bund
- > Der Landbote
- > Freiburger Nachrichten
- > Langenthaler Tagblatt*
- > Linth-Zeitung*
- > Luzerner Zeitung
- > Neue Zürcher Zeitung
- > Nidwaldner Zeitung*
- > Obwaldner Zeitung*
- > ot Oltner Tagblatt
- > Sarganserländer*
- > Schaffhauser Nachr.
- > St. Galler Tagblatt
- > Südostschweiz
- > Tages-Anzeiger
- > Thuner Tagblatt
- > Thurgauer Zeitung
- > Toggenburger Tagblatt*
- > Uner Zeitung*
- > Walliser Bote
- > Werdenberger & Obertoggenburger*
- > Wiler Zeitung
- > Zofinger Tagblatt
- > Zuger Zeitung
- > Zürcher Oberländer
- > Zürcher Unterländer
- > Zürichsee-Zeitung
- > 24 heures

- > Journal du Jura*
- > La Côte
- > La Liberté
- > Le Nouvelliste
- > Le Quotidien jurassien
- > Le Temps
- > Tribune de Genève
- > Corriere del Ticino
- > La Regione

Wochen-/Kundenzeitung

- > Coopzeitung (d,f,i)
- > Finanz und Wirtschaft
- > Handelszeitung
- > Migros-Magazin (d/f)
- > NZZ am Sonntag
- > Schweiz am Wo'ende
- > SonntagsBlick
- > SonntagsZeitung
- > Weltwoche
- > WOZ Wochenzeitung
- > Le Matin Dimanche
- > Azione
- > Il Caffè
- > Mattino della Domenica

Radio

- > 20 Minuten Radio (d,f,i)
- > Radio 1
- > Radio 24
- > Radio 32
- > Radio Argovia
- > Radio Basilisk
- > Radio BeO
- > Radio Bern1
- > Radio Canal 3 (d/f)
- > Radio Central
- > Radio Energy
- > Radio FM1
- > Radio Munot
- > Radio neo1
- > Radio Pilatus
- > Radio Rottu Oberwallis
- > Radio SRF 1

- > Radio SRF 2 Kultur
- > Radio SRF 3
- > Radio SRF 4 News
- > Radio SRF Musikwelle
- > Radio SRF Virus
- > Radio Südostschweiz
- > Radio Top
- > Radio Zürisee
- > Sunshine Radio
- > Couleur 3
- > Espace 2
- > GRRIF
- > La 1ère
- > LFM
- > Nostalgie
- > NRJ Léman
- > One FM
- > Option Musique
- > Radio Chablais
- > Radio Lac
- > RadioFr.
- > RFJ
- > Rhône FM
- > RJB
- > Rouge FM
- > RTN
- > Radio Ticino RFT
- > Radio 3i
- > Rete Due
- > Rete Tre
- > Rete Uno
- > Radio Rumantsch

Fernsehen

- > 3+
- > ARD
- > Blick TV
- > Kanal 9/Canal 9 (d/f)
- > ProSieben
- > RTL
- > Sat.1
- > SRF 1
- > SRF zwei
- > SRF info
- > Tele 1
- > Tele M1
- > Tele Top
- > Tele Züri
- > TeleBärn
- > Telebasel

- > TeleBilingue (d/f)
- > TV Südostschweiz
- > TVO
- > ZDF
- > Canal Alpha
- > France 2
- > La Télé
- > Léman Bleu
- > M6
- > RTS 1
- > RTS 2
- > TF1
- > Canale 5
- > Italia 1
- > Rai 1
- > Rai 2
- > RSI LA 1
- > RSI LA 2
- > Teleticino
- > 4+
- > 5+
- > 6+
- > S1
- > TV24
- > TV25

Online

- > blue News
- > cash.ch
- > finanzen.ch
- > fm1today.ch
- > GMX
- > Nau.ch
- > Pilatus today.ch
- > republik.ch
- > srf.ch
- > watson
- > zuerios.ch
- > rts.ch
- > lematin.ch
- > rsi.ch
- > ticinonews.ch
- > tio.ch
- > Facebook
- > Instagram
- > Twitter
- > YouTube
- > Tiktok
- > Netflix
- > Spotify