

# Im Fokus der Medien:

## Mediale Sichtbarkeit der Parteien in den Eidgenössischen Wahlen 2023

Eine systematische Erfassung und Analyse der Werbung und Medienberichterstattung im Kontext der eidgenössischen Wahlen 2023 (Zeitraum 01.01.2023-22.10.2023)



Die  
Mitte

FDP  
Die Liberalen

Presented by:

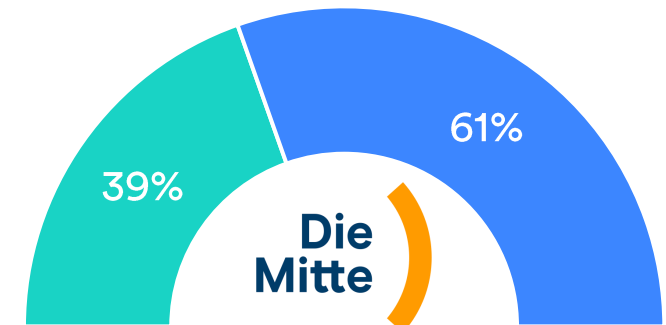
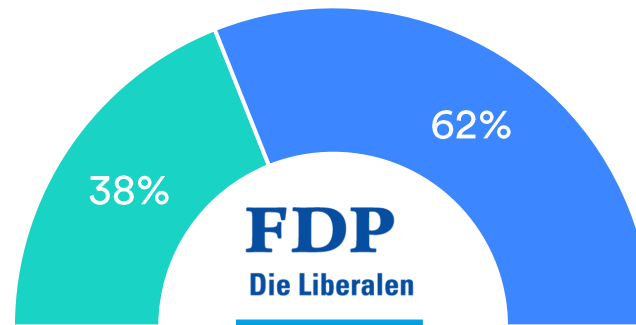
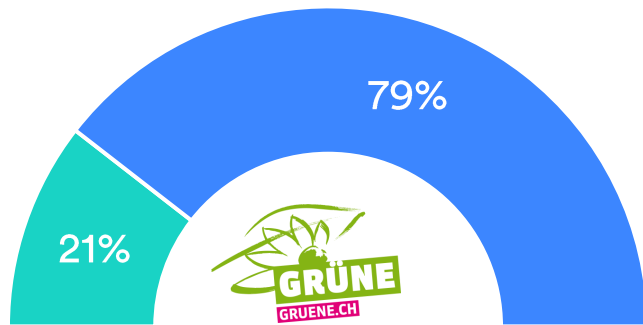
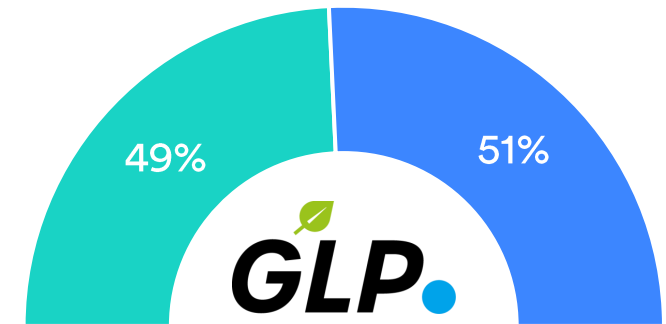
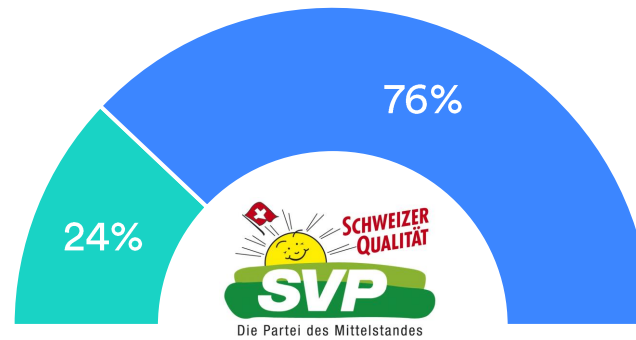
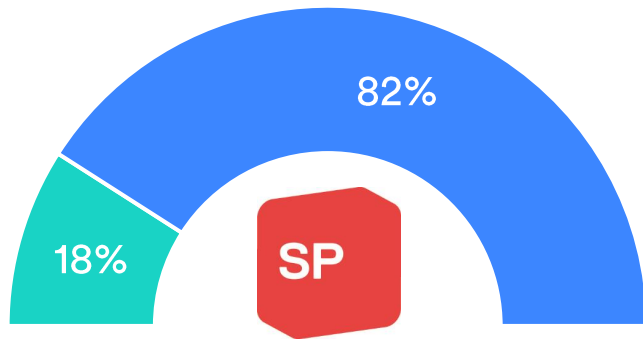


[Media Focus Schweiz GmbH](#) ist ein neutrales und unabhängiges auf die Messung und Analyse von Werbung, Medienpräsenz und Sponsoring spezialisiertes Medien- und Werbeforschungs-Unternehmen. Wir beantworten Fragestellungen und eröffnen Handlungsoptionen, wenn es um Werbung, Kommunikation und Sponsoring geht.



Seit 2001 gehört [pressrelations](#) zu den führenden Dienstleistern für digitale Medienbeobachtung und qualitative Medienanalyse. Wir verbinden in-house entwickelte Technologie mit der Expertise unserer News Manager, Analysten und Berater. Auf dieser Basis liefert pressrelations über 700 Kunden praxisnahe Insights und Handlungsempfehlungen zur Planung, Steuerung und Evaluation ihrer Kommunikationsarbeit.

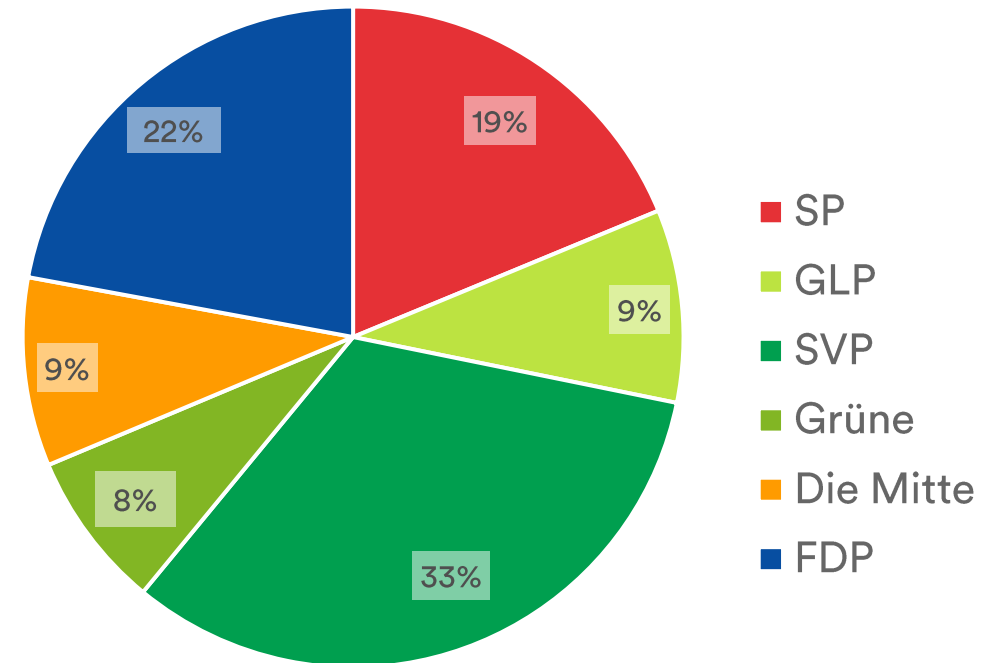
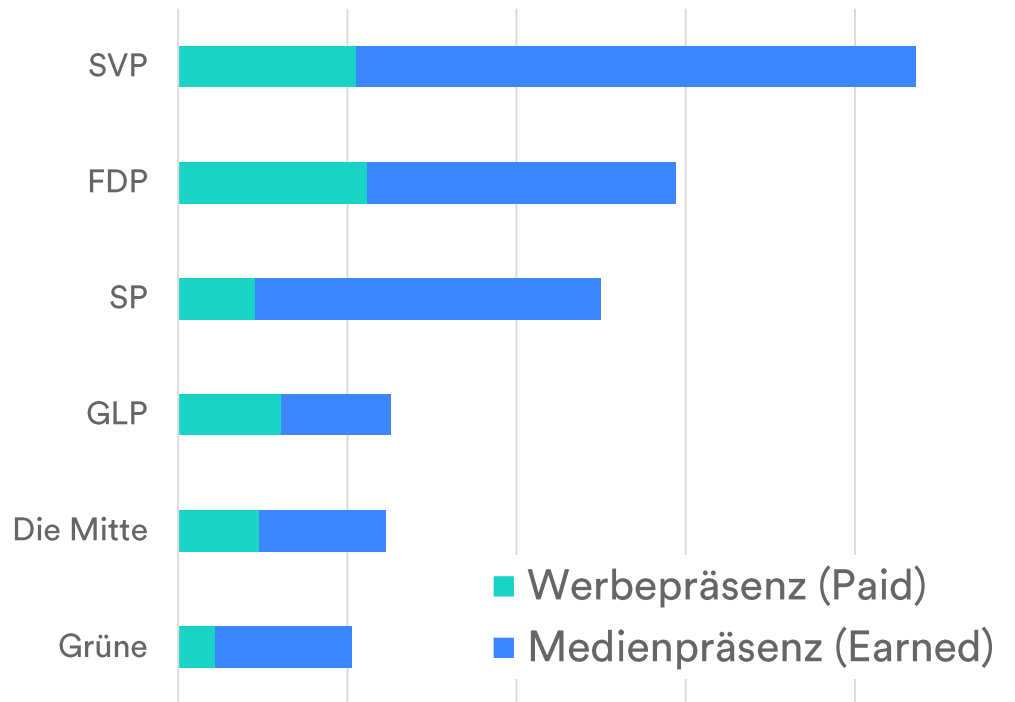
# Paid-Earned-Ratio



■ Werbepresenz (Paid) ■ Medienpresenz (Earned)

# Gesamtsichtbarkeit

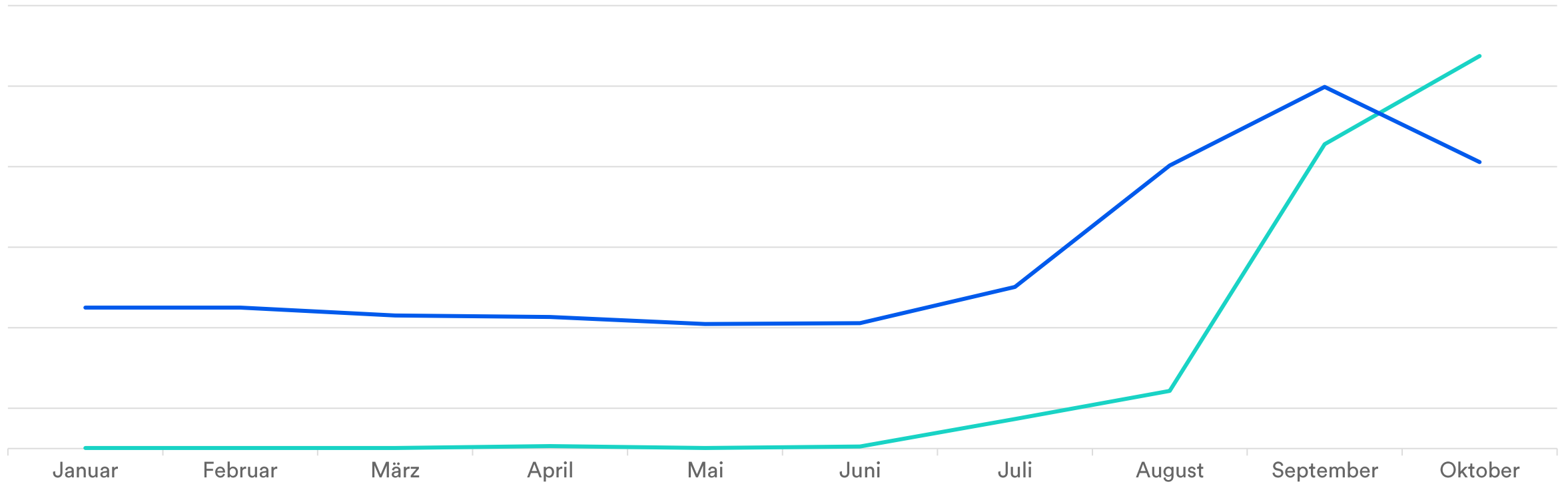
## Werbepräsenz + Medienpräsenz



# Saisonalität

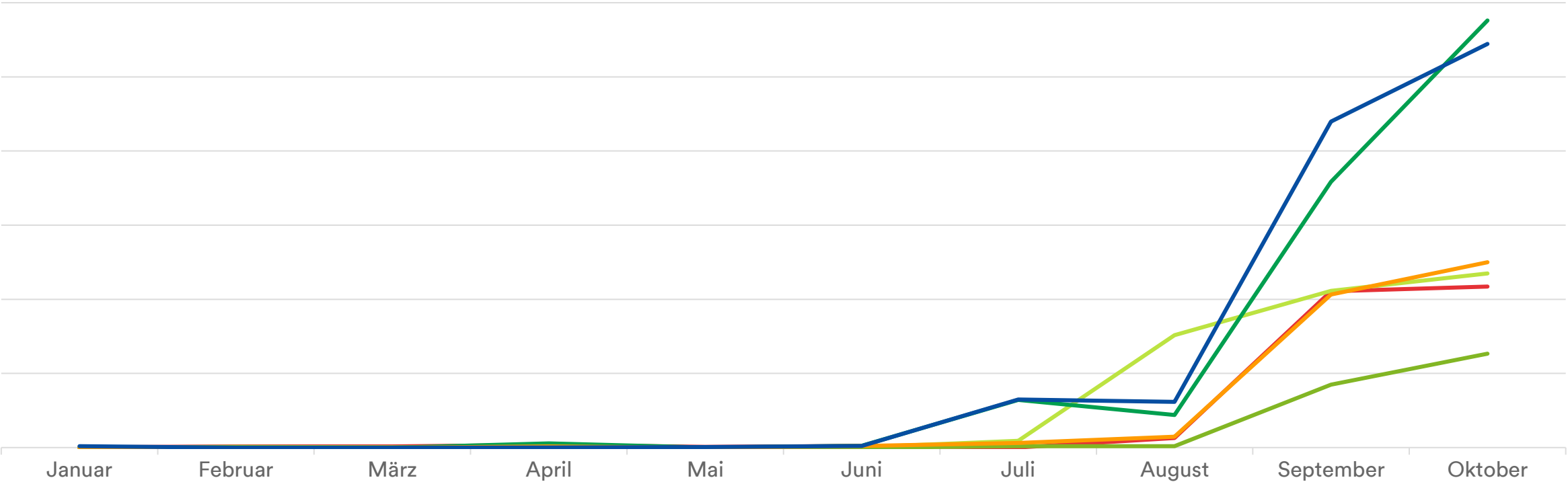
## Werbepräsenz vs. Medienpräsenz

■ Werbepräsenz (Paid) ■ Medienpräsenz (Earned)



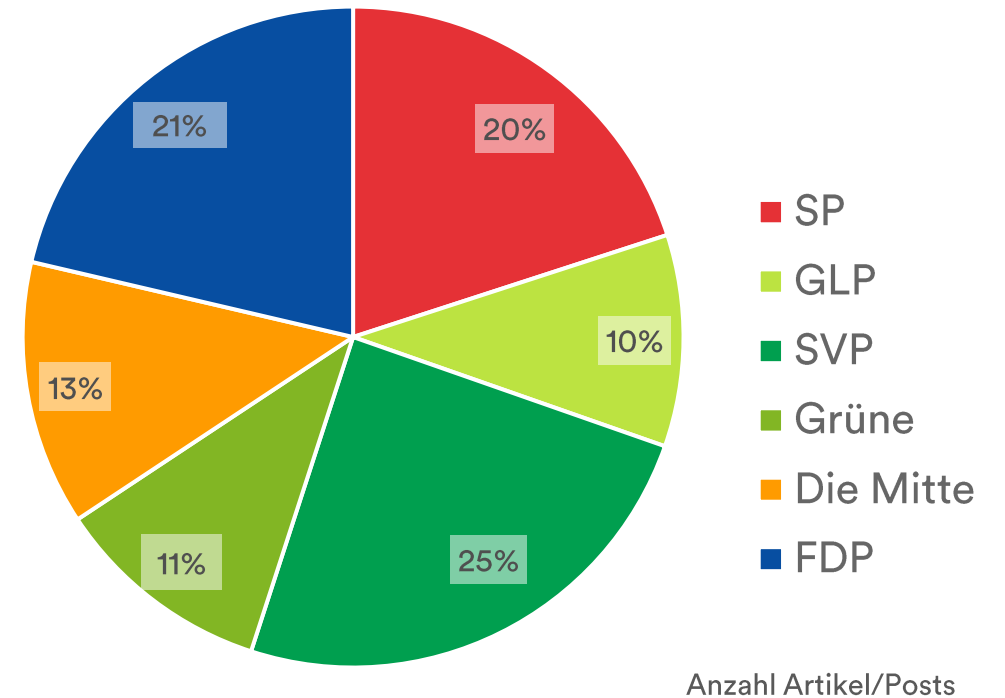
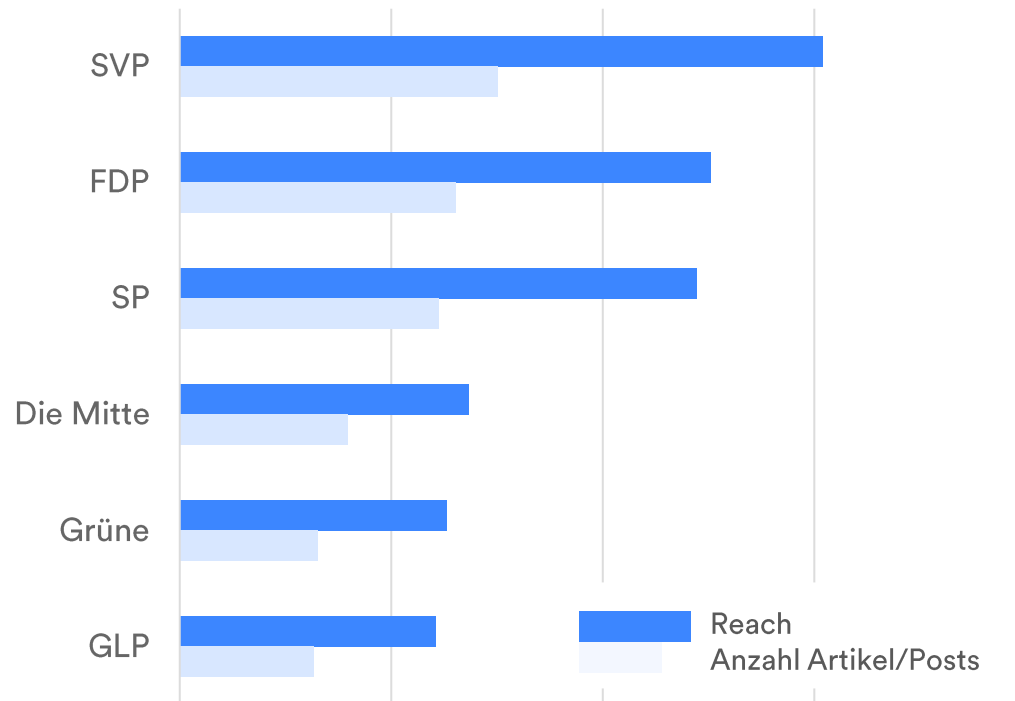
# Saisonalität Werbepräsenz

■ SP ■ GLP ■ SVP ■ Grüne ■ Die Mitte ■ FDP





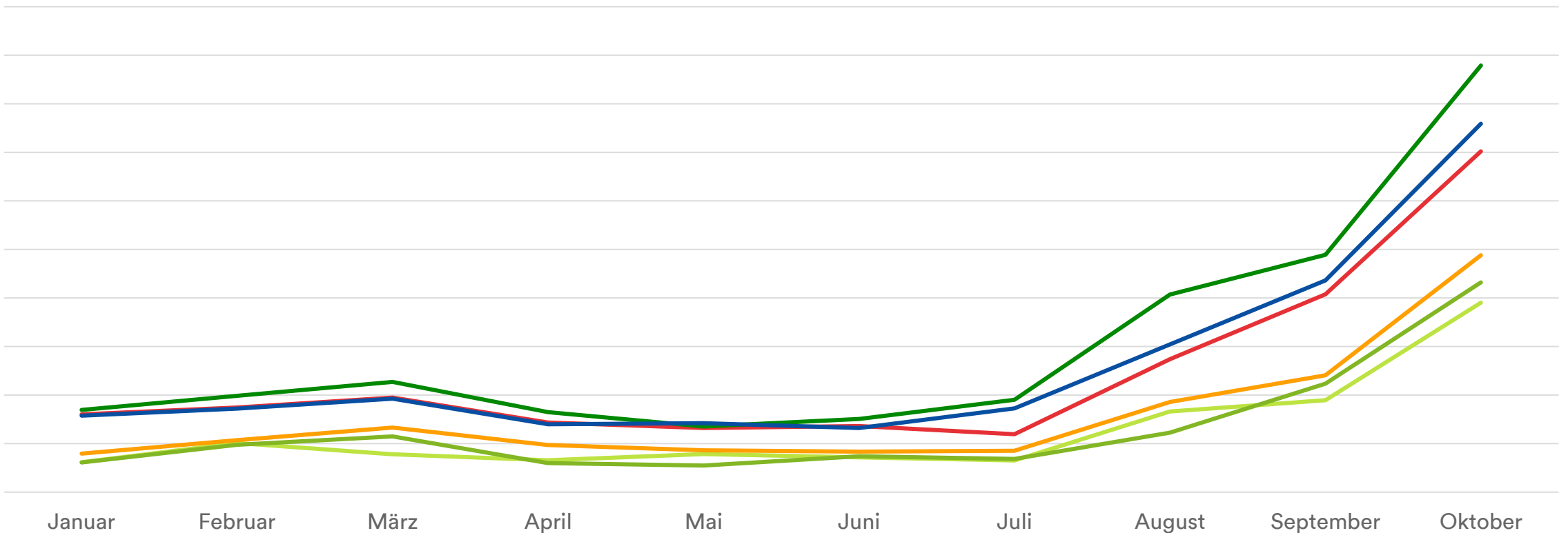
# Ranking Medienpräsenz



# Saisonalität Medienpräsenz

(Anzahl Artikel/Posts)

■ SP ■ GLP ■ SVP ■ Grüne ■ Die Mitte ■ FDP







# Summary

- Wie zu erwarten, nimmt das Thema «eidgenössische Wahlen» und der Werbedruck erst im Sommer Fahrt auf.
- Werblich hatte die **SP** in den ersten sechs Monaten des Jahres die Nase vorn, doch dann steigen die **SVP** und die **FDP** in den Wahlkampf ein und ziehen davon.
- Zwar generiert die **FDP** insgesamt am meisten Werbedruck, muss sich bei der Gesamtsichtbarkeit aber mit dem zweiten Rang begnügen.
- Die deutlich höhere Medienpräsenz der **SVP** verhilft der Partei zur höchsten Gesamtsichtbarkeit.
- Auch die Sichtbarkeit der **SP**, auf Rang 3, wird vor allem über Medienpräsenz getriggert. Werblich landet die **SP** auf dem vorletzten Platz, hinter der **GLP** und **der Mitte**, vor den **Grünen**.
- **Die Mitte** und die **GLP** haben ein relativ gleichmässiges Verhältnis zwischen Werbe- und Medienpräsenz.
- Die **Grünen** liegen mit rund  $\frac{1}{4}$  der Sichtbarkeit der **SVP** auf dem letzten Sichtbarkeitsrang.

# Medienabdeckung

Die **Werbepresenz** wird in Brutto-Werbedruck gemessen. Es handelt sich dabei um den Gegenwert gemäss Medientarif für die Einzelschaltung und nicht um die tatsächlichen Ausgaben, Kosten oder Budgets. Mengenrabatte, Kunden- oder Sonderkonditionen werden nicht berücksichtigt.

Die **Medienpräsenz** wird in Anzeigen-Äquivalenzwert berechnet. Die Berechnung erfolgt offline gemäss Anzeigenpreisen und online auf Basis von u.a. Reichweiten und TKPs.



## PRINT

Zeitungen, Zeitschriften,  
Fach- & Spezialpresse  
(inkl. Beilagen)  
379 Titel



## OUT OF HOME

Analoge und digitale  
Plakatwerbung  
(offizielle Plakatstellen)



## TV

Öffentlich-Rechtlich wie Privat  
35 Sender



## RADIO

21 Privatsender



## INTERNET

Display Crawler, Search- und  
YouTube-Werbung (Pre-, Post-,  
Mid-Rolls)



## KINO

>500 Kinosäle



## PRINT NEWS

Zeitungen, Zeitschriften,  
Fach- & Spezialpresse  
58'000 Titel weltweit



## ONLINE NEWS

Newsportale, Blogs  
250'000 Onlinemedien