

Trust in Media: **Aufmerksamkeit** gewinnen in einer hypervernetzten Welt

**Warum Reichweite, Nähe und Zugehörigkeit
gemeinsam wirken**

27.08.2026 | Florian Sonderegger

Recap 2025:

Nähe

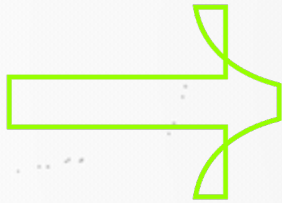
Letztes Jahr war die These: Reichweite schafft Kontakt. Wirkung wächst über Nähe.

Dieses Jahr bauen wir anhand der Trendstudie 2026 darauf auf.

01

REICHWEITE

Aufmerksamkeit



02

NÄHE

Vertrauen

**WIRKUNG
ENTSTEHT NICHT
MEHR PRIMÄR
DURCH MASSE,
SONDERN DURCH
NÄHE.**



Aber was bedeutet
Nähe in einer hyper-
connecteten Welt?

Flucht ins Offline für «Nähe»

78% → 79%

MEHR OFFLINE-ZEIT

der Befragten wünschen sich mehr Zeit ausserhalb des vernetzten Alltags.

ZEIT MIT FREUNDEN

der Befragten nennen Freund:innen als wichtigste bewusste Offline-Strategie.

41%

ZUGEHÖRIGKEIT

Das Bedürfnis nach Zugehörigkeit wird stärker offline erfüllt.

Quelle: jim & jim Trendstudie 2026

Wie kann (wieder)
mehr Zugehörigkeit zu
Medien entstehen?

Drei Zeiten der Zugehörigkeit

01

ERINNERUNG

Frühere Anwesenheit
bleibt als Name, Witz,
Beitrag oder Geschichte
verfügbar.

02

RHYTHMUS

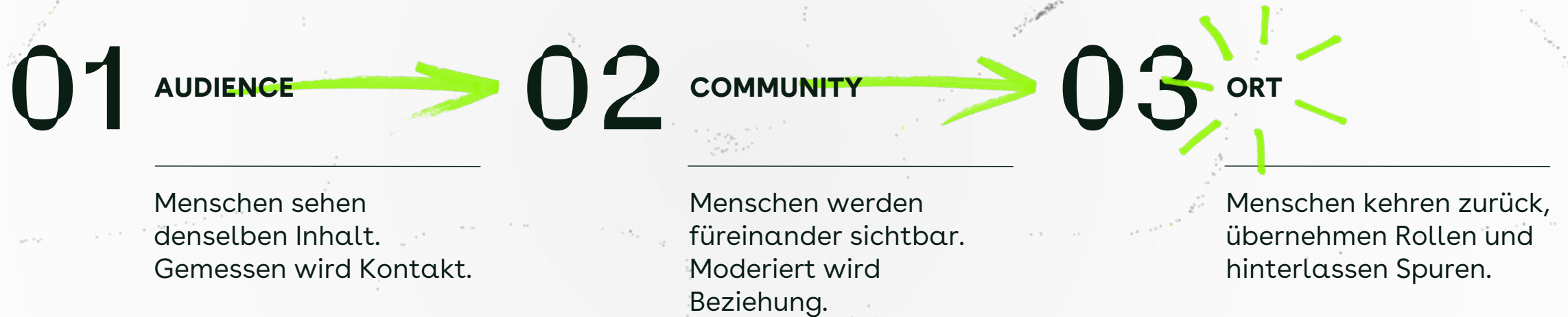
Eine wiederkehrende
Zeit macht aus Angebot
eine Verabredung.

03

KONSEQUENZ

Was Menschen tun,
verändert Inhalt,
Auswahl oder nächste
Begegnung.

Grade der Zugehörigkeit

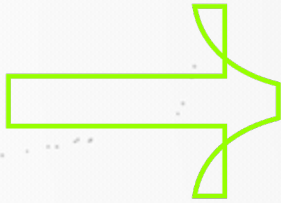


ORT =
ERINNERUNG
+ RHYTHMUS
+ KONSEQUENZ

01

REICHWEITE

Aufmerksamkeit



02

NÄHE

Vertrauen



03

ORT

Zugehörigkeit

Ok, but what does it
mean?

watson

News ✓
Unterhaltung ✓
Community ✓

«Ortlichkeit» in der DNA

Ritual, Hilfe, Themenmacht und Status: unterschiedliche Wege, Anwesenheit sichtbar und wirksam zu machen.



QUIZZ DEN HUBER



USER UNSER



RAT DER WEISEN



«HÖÖGLI»

Wiederkehrende Eventformate



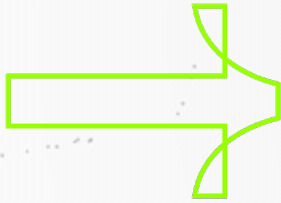
Neue Formen für bewährte Formate



Joy macht aus
Zugehörigkeit
Verbindung

01

REICHWEITE
Aufmerksamkeit



02

NÄHE
Vertrauen



03

ORT
Zugehörigkeit



04

JOY
Verbundenheit

Was bedeutet das
für die Zusammen-
arbeit mit Marken?

51% würden eine
Community verlassen,
wenn die prägenden
Marken nicht zu ihnen
passen.

Quelle: jim & jim Trendstudie 2026

Marken gewinnen aufbauend.



Reichweite schafft Sichtbarkeit. Nähe schafft Vertrauen. Zugehörigkeit macht Kontakt wiederholbar und glaubwürdig. Verbundenheit erhöht Wirkung, wenn die Marke eine passende Rolle übernimmt.

Wirkung steigt, wenn die Marke ihren Platz verdient

1

PASSUNG

Passt sie zum Ort?

Thema, Tonalität und Publikum passen zusammen.

2

BEITRAG

Was ermöglicht sie?

Sie finanziert nicht nur, sie ermöglicht etwas.

3

BETEILIGUNG

Was tun Menschen?

Eine Rolle für die Audience, statt einer Botschaft.

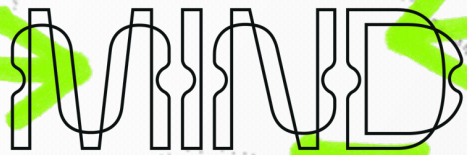
4

BEWEIS

Was wächst daraus?

Gemessen neben Kontakt auch Brand Lift, Qualität der Interaktion etc.

Eine Marke verdient ihre Rolle nicht durch Präsenz, sondern durch Beitrag.



<i>Creative Director</i> Sebastian Danielsson	<i>Creative Director</i> Philipp Klink	<i>Director Partner Solutions</i> Roman Mösli	<i>Senior Client Relations</i> Nicole Fuchs	<i>Strategy & Business Communications</i> Marc Heinicke
<i>Deputy Lead</i> Anthea Ting	<i>Senior Strategy & Planning</i> Julien Swoboda	<i>Director Strategy & Planning</i> Mirela Jovanovic	<i>Senior Project Management</i> Jan Jenny	<i>Lead</i> Florian Sonderegger
<i>Project Management</i> Ilgin Aydemir	<i>Senior Partner Solutions</i> Mattia Bochicchio	<i>Senior Project Management</i> Naomi Osada	<i>Project Management</i> Severin Schenk	<i>Creative</i> Luana Barra
<i>Director Client Relations</i> Tarkan Özküp	<i>Strategy & Planning</i> Patricia Merz	<i>Strategy & Planning</i> Melanie Keller	<i>Director Client Relations</i> Raffael Leu	<i>Project Management</i> Silvio Vukojevic

Danke!



Florian Sonderegger

Commercial Director
All Media, Digital &
Innovation