

Medienraum Zürich Nordost

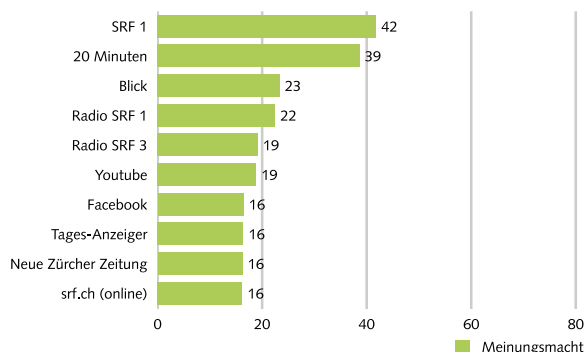


Basisinformationen

- > Geografie:
 - Bezirke Andelfingen, Hinwil, Pfäffikon, Uster, Winterthur (alle ZH)
 - Bezirke Frauenfeld, Kreuzlingen, Weinfelden (alle TG)
 - Kanton Schaffhausen
- > Ständige Wohnbevölkerung 15-79 Jahre: ca. 598'000 Personen (8.2% von gesamter Schweiz)
- > Sample Medienraum: 55 Medienmarken
- > Stichprobe Medienraum: N=395 Befragte

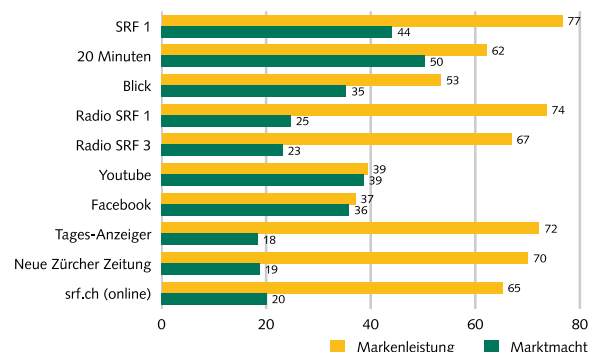
Abb. 1: Meinungsmacht, Marktmacht und Markenleistung von Medienmarken
Top 10 Zürich Nordost gesamt und Top 5 Meinungsmacht im Altersvergleich (Indexwerte 0 bis 100)

Zürich Nordost



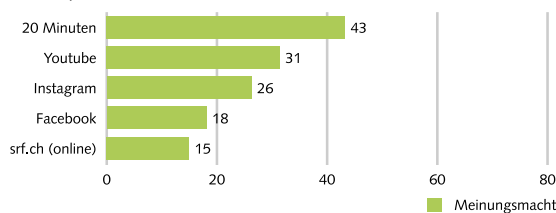
Publicom 2021

Zürich Nordost



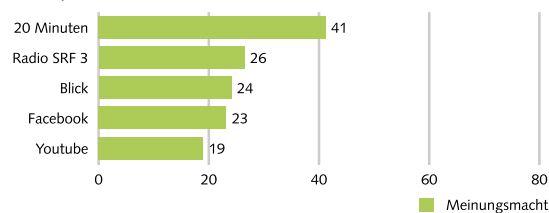
Publicom 2021

Zürich Nordost, 15–29 Jahre



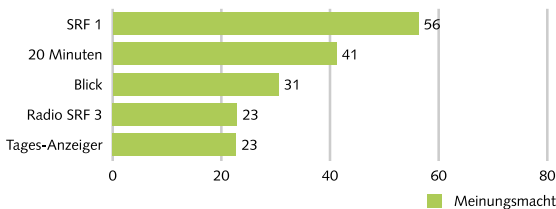
Publicom 2021

Zürich Nordost, 30–44 Jahre



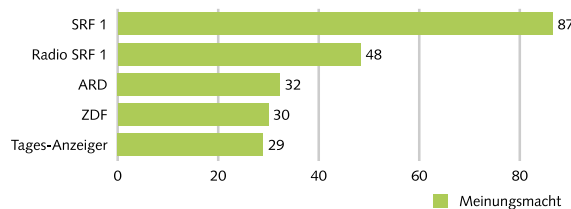
Publicom 2021

Zürich Nordost, 45–59 Jahre



Publicom 2021

Zürich Nordost, 60–79 Jahre



Publicom 2021

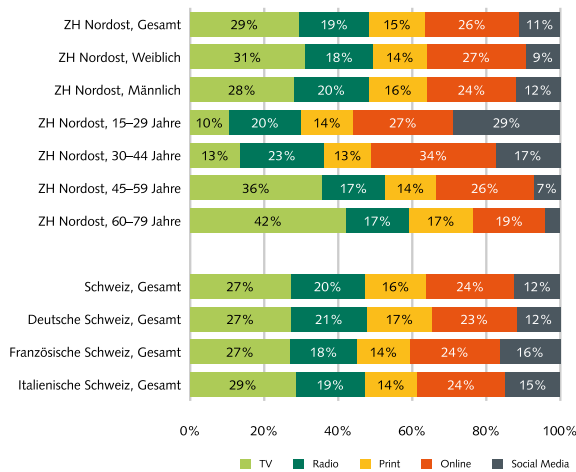
- > **SRF 1, 20 Minuten** und **Blick** mit grösstem Meinungsmacht-Potenzial in Zürich Nordost
- > SRF 1 mit hervorragender, Radio SRF 1 mit sehr guter qualitativer **Markenleistung**
- > **SRF 1** mit grösster Meinungsmacht bei Ü45

- > **20 Minuten** in Top 2 bei U60
- > **Youtube** und **Facebook** in Top 4 bei U45, **Tages-Anzeiger** in Top 5 bei Ü45
- > 60-79-Jährige mit zwei **ausländischen TV-Sendern** in Top 4

Abb. 2: Meinungsmacht Mediengattungen

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

Zürich Nordost, Gesamt



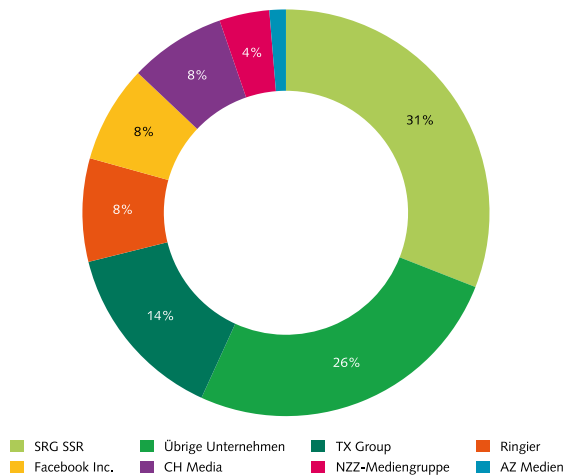
Publicom 2021

- > **TV (29%)** in Zürich Nordost knapp vor **Online (26%)** bei **Meinungsmacht-Anteilen** der Mediengattungen, dahinter **Radio (19%)**, **Print (15%)** und **Social Media (11%)**
- > **Kleine Geschlechtsunterschiede:** TV und Online bei Frauen mit Vorteilen, Social Media, Radio und Print bei Männern
- > **Grosses Altersgefälle** bei **TV** und **Social Media**-Meinungsmacht: TV ab 60 Jahren über viermal so hoch wie U30, Social Media fast sechsmal so tief
- > Social Media bei U30, Online bei 30- bis 44-Jährige und TV bei Ü45 **stärkste Meinungsmacht**
- > TV bei U30, TV und Print bei 30- bis 44-Jährige und Social Media bei Ü45 **schwächste Meinungsmacht**

Abb. 3: Meinungsmacht Medienkonzerne

Anteile an summierter Meinungsmacht in Medienraum

Zürich Nordost, Gesamt



Publicom 2021

- > **SRG SSR** ist mit 31% Konzern mit grösstem Meinungsmacht-Anteil in Zürich Nordost
- > **TX Group #2** mit 14%, gefolgt von **Ringier** mit 8%, **Facebook Inc.** mit 8%, **CH Media** mit 8% und **NZZ-Mediengruppe** mit 4%.
- > Hohe **Anbieterkonzentration:** grösste zwei Konzerne (SRG SSR und TX Group) erreichen **keine mehrheitliche Meinungsmacht (45%)**
- > **AZ Medien** von untergeordneter Bedeutung
- > **Übrige Unternehmen** in Zürich Nordost mit 26% an gesamter Meinungsmacht

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** (tägliche Kontaktleistungen von Medienmarken, ermittelt durch Sekundäranalyse der Schweizer Währungsstudien von WEMF, Mediapulse und Net-Matrix. Eigene Hochrechnung für 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 Verbreitungs Kanäle 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