

Medienraum Zürich/See

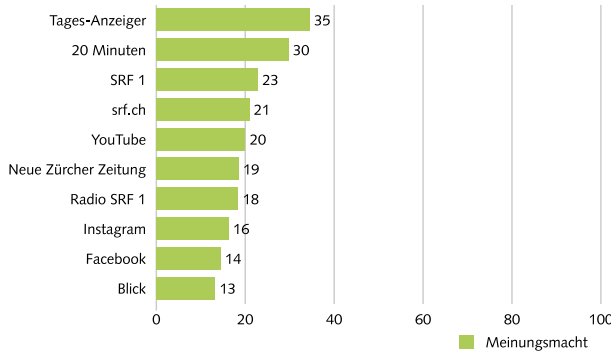


Basisinformationen

- > Geografie:
 - Bezirke Affoltern, Dietikon, Horgen, Meilen, Zürich (alle ZH)
 - Bezirke Einsiedeln, Höfe und March (alle SZ)
 - Wahlkreis See-Gaster (SG)
 - Kanton Glarus
- > Ständige Wohnbevölkerung 15-79 Jahre: ca. 796'600 Personen (11.6% von gesamter Schweiz)
- > Sample Medienraum: 67 Medienmarken
- > Stichprobe Medienraum: N=509 Befragte

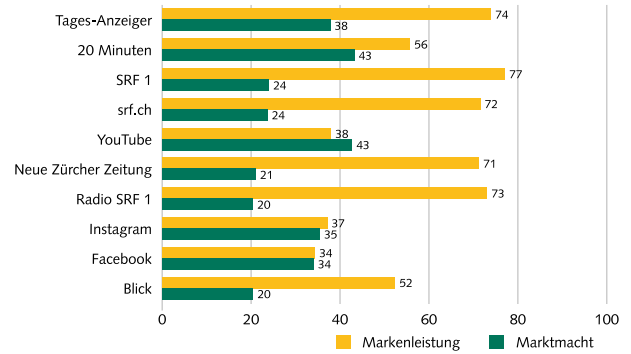
Abb. 1: Meinungsmacht, Marktmacht und Markenleistung von Medienmarken
 Top 10 Zürich/See gesamt und Top 5 Meinungsmacht im Altersvergleich (Indexwerte 0 bis 100)

Zürich/See



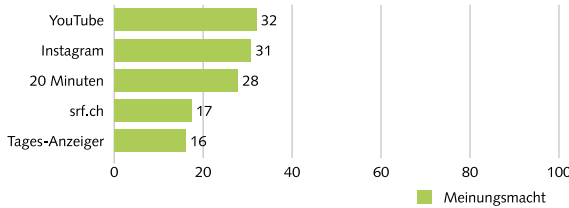
Publicom 2022

Zürich/See



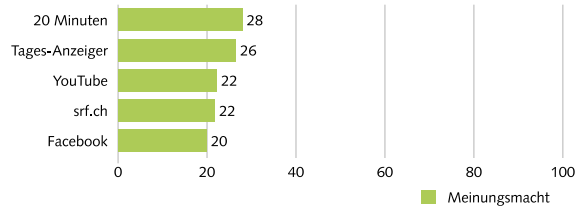
Publicom 2022

Zürich/See, 15–29 Jahre



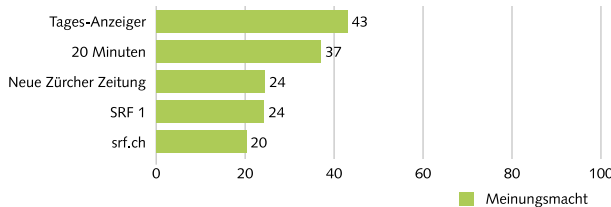
Publicom 2022

Zürich/See, 30–44 Jahre



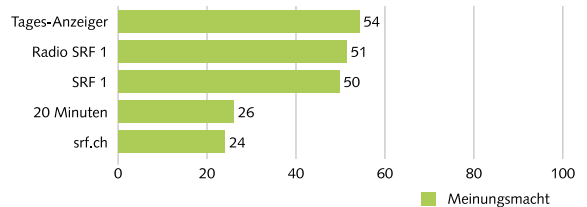
Publicom 2022

Zürich/See, 45–59 Jahre



Publicom 2022

Zürich/See, 60–79 Jahre



Publicom 2022

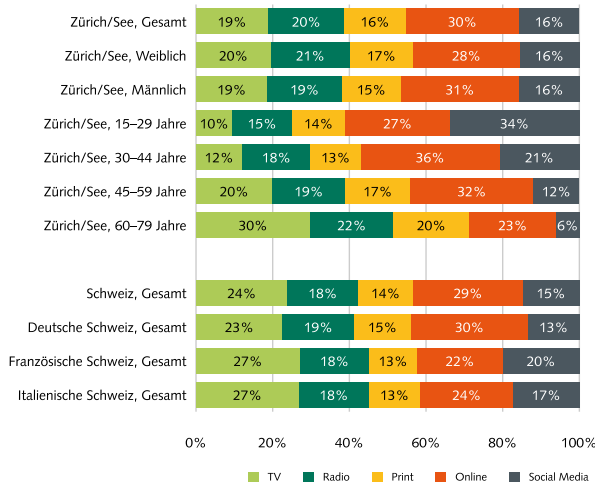
- > **Tages-Anzeiger** und **20 Minuten** mit grösstem Meinungsmacht-Potenzial in Zürich/See
- > SRF 1 mit hervorragender, Tages-Anzeiger und Radio SRF 1 mit sehr guter qualitativer **Markenleistung**

- > **20 Minuten**, **Tages-Anzeiger** und **srf.ch** in jeder Alterskategorie in **Top 5**
- > **YouTube** bei U30, **20 Minuten** bei 30-44-Jährigen und **Tages-Anzeiger** bei Ü45 auf **Platz 1**
- > **YouTube** bei U45 in Top 3, **SRF 1** bei Ü45 in Top 4

Abb. 2: Meinungsmacht Mediengattungen

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

Zürich/See, Gesamt



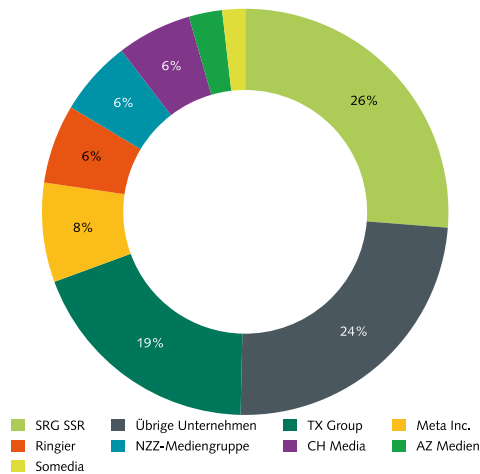
- > **Online (30%)** in Zürich/See deutlich vor Radio (20%) bei **Meinungsmacht-Anteilen** der Mediengattungen, dahinter TV (19%) und Print und Social Media (je 16%)
- > **Kleine Geschlechtsunterschiede:** Online bei Männern mit Vorteilen, Radio und Print bei Frauen
- > **Altersgefälle** bei Meinungsmacht aller Mediengattungen, v.a. bei TV und Social Media: TV ab 60 Jahren dreimal so hoch wie U30, Social Media über fünfmal mal so tief
- > Social Media bei U30, Online bei 30- bis 59-Jährige und TV bei Ü60 **stärkste Meinungsmacht**
- > TV bei U45, Social Media bei Ü45 **schwächste Meinungsmacht**

Publicom 2022

Abb. 3: Meinungsmacht Medienkonzerne

Anteile an summierter Meinungsmacht in Medienraum

Zürich/See, Gesamt



- > **SRG SSR** ist mit 26% Konzern mit grösstem Meinungsmacht-Anteil in Zürich/See.
- > **TX Group #2** mit 19%, gefolgt von **Meta** mit 8%, **Ringier** und **NZZ-Mediengruppe** mit je 6% und **CH Media** mit 5%
- > Hohe **Anbieterkonzentration:** grösste zwei Konzerne (SRG SSR und TX Group) erreichen **keine mehrheitliche Meinungsmacht (45%)**
- > **AZ Medien** und **Somedia** von untergeordneter Bedeutung
- > **Übrige Unternehmen** Zürich/See mit 24% an gesamter Meinungsmacht

Publicom 2022

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 Verbreitungskanäle 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