

Medienraum Zürich Nordost

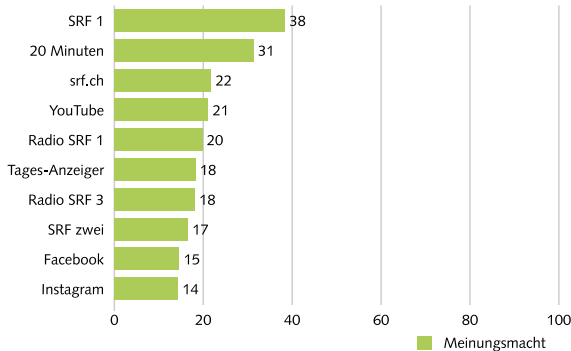


Basisinformationen

- > 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: 60 Medienmarken
- > Stichprobe Medienraum: N=383 Befragte

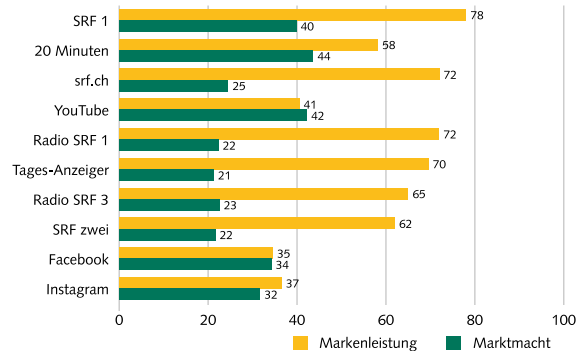
Abb. 1: Meinungsmacht, Marktmacht und Markenleistung von Medienmarken
Top 10 Zürich Nordost gesamt und Top 5 Meinungsmacht im Altersvergleich (Indexwerte 0 bis 100)

ZH Nordost



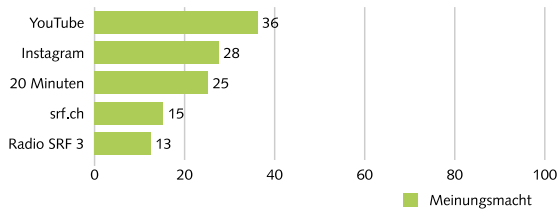
Publicom 2022

ZH Nordost



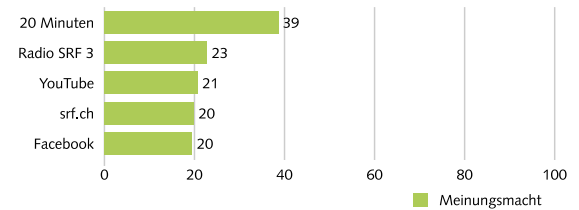
Publicom 2022

ZH Nordost, 15-29 Jahre



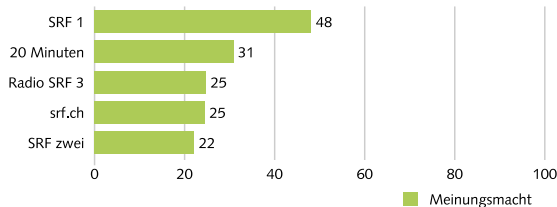
Publicom 2022

ZH Nordost, 30-44 Jahre



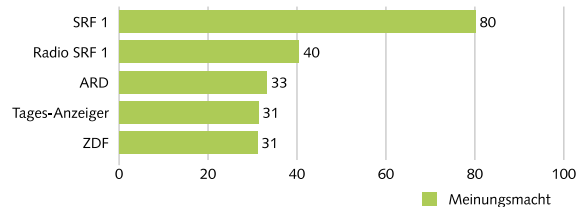
Publicom 2022

ZH Nordost, 45-59 Jahre



Publicom 2022

ZH Nordost, 60-79 Jahre



Publicom 2022

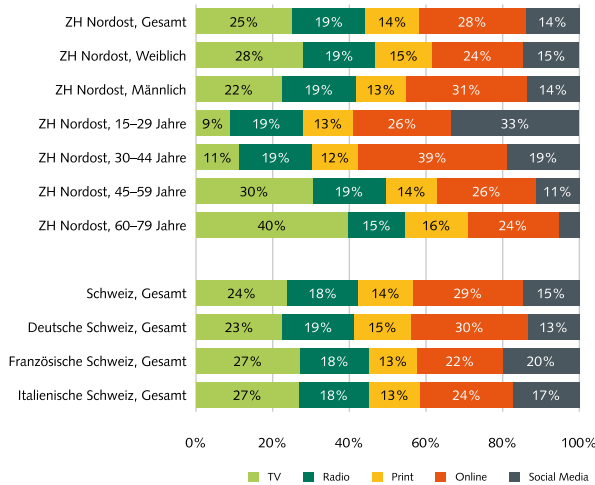
- > **SRF 1** mit grösstem Meinungsmacht-Potenzial in Zürich Nordost, **20 Minuten** deutlich dahinter
- > SRF 1 mit hervorragender, Radio SRF 1 und srf.ch mit sehr guter qualitativer **Markenleistung**
- > **SRF 1** mit grösster Meinungsmacht bei Ü45

- > **20 Minuten** in Top 3 bei U60, **YouTube** auf Platz 1 bei U30
- > **Radio SRF 3** und **srf.ch** bei U60 in Top 5
- > 60-79-Jährige mit zwei **ausländischen TV-Sendern** in Top 5

Abb. 2: Meinungsmacht Mediengattungen

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

ZH Nordost, Gesamt



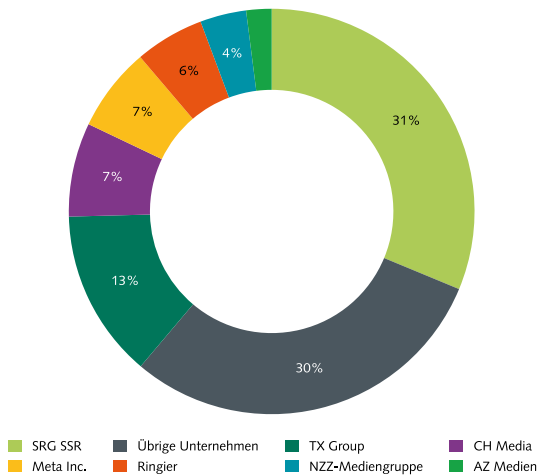
- > **Online (28%)** in Zürich Nordost neu vor TV (25%) bei **Meinungsmacht-Anteilen** der Mediengattungen, dahinter Radio (19%) und Print und Social Media (je 14%)
- > **Geschlechtsunterschiede:** TV bei Frauen mit grossen und Print mit kleinen Vorteilen, Online bei Männern mit grossen Vorteilen
- > **Grosses Altersgefälle** bei TV und Social Media-Meinungsmacht: TV ab 60 Jahren über viermal so hoch wie U30, Social Media über sechsmal so tief
- > Social Media bei U30, Online bei 30- bis 44-Jährige und TV bei Ü45 **stärkste Meinungsmacht**
- > TV bei U45 und Social Media bei Ü45 **schwächste Meinungsmacht**

Publicom 2022

Abb. 3: Meinungsmacht Medienkonzerne

Anteile an summierter Meinungsmacht in Medienraum

ZH Nordost, Gesamt



- > **SRG SSR** ist mit 31% Konzern mit grösstem Meinungsmacht-Anteil in Zürich Nordost
- > **TX Group #2** mit 13%, neu gefolgt von **Meta** mit 7%, **CH Media** 7%, **Ringier** 6% und **NZZ-Mediengruppe** mit 4%.
- > Hohe **Anbieterkonzentration:** grösste zwei Konzerne (SRG SSR und TX Group) erreichen **keine mehrheitliche Meinungsmacht (44%)**
- > **AZ Medien** von untergeordneter Bedeutung
- > **Übrige Unternehmen** in Zürich Nordost mit 30% 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