

## Medienraum Zürich Nordost

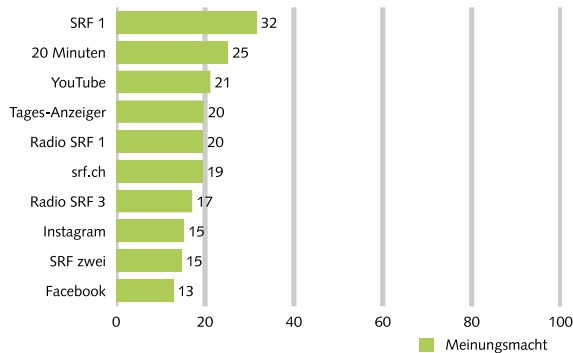


### Basisinformationen

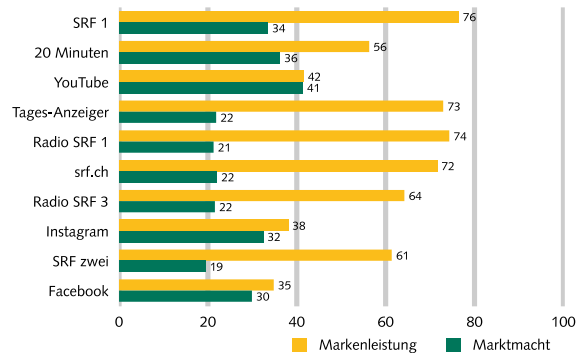
- > Geografie:
  - Bezirke Andelfingen, Hinwil, Pfäffikon, Uster, Winterthur (alle ZH)
  - Bezirke Frauenfeld, Kreuzlingen, Weinfelden (alle TG)
  - Kanton Schaffhausen
- > Ständige Wohnbevölkerung 15-79 Jahre: ca. 607'700 Personen (9% von gesamter Schweiz)
- > Sample Medienraum: 62 Medienmarken
- > Stichprobe Medienraum: N=384 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

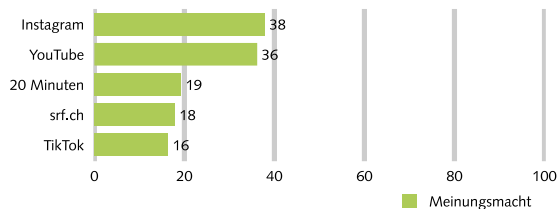


#### ZH Nordost



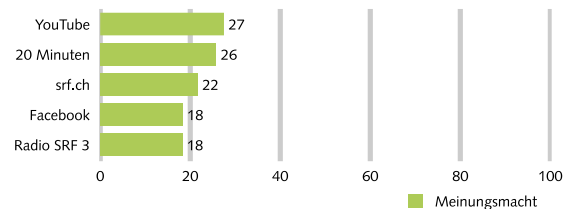
#### Publicom 2023

##### ZH Nordost, 15-29 Jahre



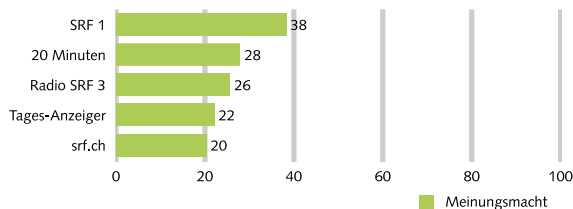
#### Publicom 2023

##### ZH Nordost, 30-44 Jahre



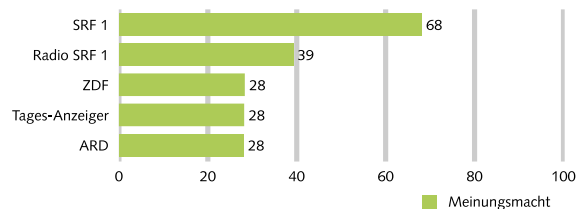
#### Publicom 2023

##### ZH Nordost, 45-59 Jahre



#### Publicom 2023

##### ZH Nordost, 60-79 Jahre

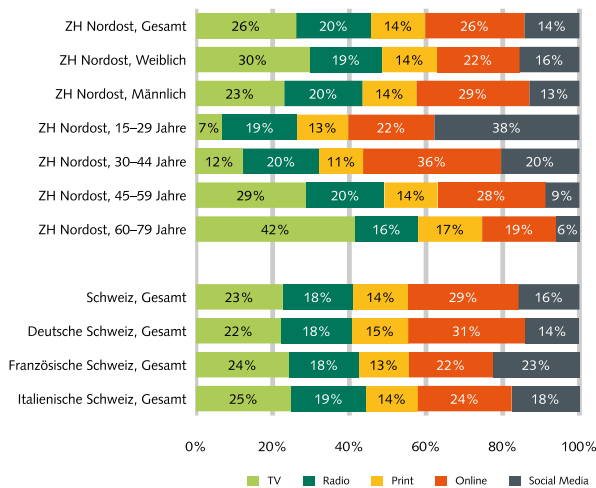


- > **SRF 1** mit grösstem Meinungsmacht-Potenzial in Zürich Nordost, **20 Minuten** deutlich dahinter
- > SRF 1 mit hervorragender, Radio SRF 1 und Tages-Anzeiger mit sehr guter qualitativer **Markenleistung**
- > **SRF 1** mit zweitgrösster Meinungsmacht bei Ü45

- > **20 Minuten** immer in Top 3 bei U60
- > **Instagram** #1 bei U30, **YouTube** bei 30- 44-Jährigen, **SRF 1** bei Ü45
- > 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

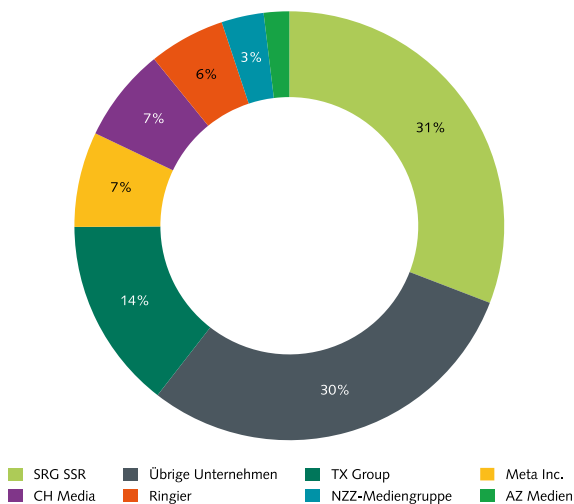


Publicom 2023

## Abb. 3: Meinungsmacht Medienkonzerne

Anteile an summierter Meinungsmacht in Medienraum

### ZH Nordost, Gesamt



Publicom 2023

## 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 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 Verbreitungs kanal. Die ermittelte Gattungs-Kontaktsumme wird als prozentualer **Anteil** des Brutto-Kontaktuniversums ausgewiesen (= Summe der Kontaktleistungen aller Verbreitungs Kanäle der im betreffenden Raum untersuchten Medienmarken).

- > **TV** in Zürich Nordost neu vor Online (je 26%) bei **Meinungsmacht-Anteilen** der Mediengattungen, dahinter Radio (20%), Social Media und Print (je 14%)
- > **Geschlechtsunterschiede**: TV bei Frauen mit grossen und Social Media mit Vorteilen, Online bei Männern mit grossen Vorteilen
- > **Grosses Altersgefälle** bei **TV** und **Social Media**-Meinungsmacht: TV ab 60 Jahren sechsmal 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**

- > **SRG SSR** ist mit 31% Konzern mit grösstem Meinungsmacht-Anteil in Zürich Nordost
- > **TX Group #2** mit 14%, gefolgt von **Meta** und **CH Media** mit je 6%, **Ringier** mit 6% und **NZZ-Mediengruppe** mit 3%.
- > 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 3% an gesamter Meinungsmacht

Der **Medienmonitor Schweiz** ist eine Studie der Publicom AG im Auftrag des Bundesamts für Kommunikation (BAKOM).

Weitere Informationen unter [www.medienmonitor-schweiz.ch](http://www.medienmonitor-schweiz.ch)