

Medienraum Zürich Nordwest

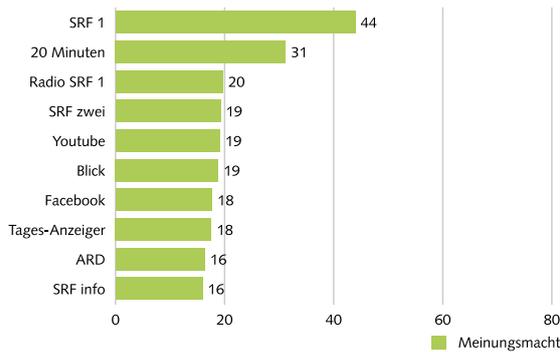


Basisinformationen

- > Geografie:
 - Bezirke Bülach, Dielsdorf (beide ZH)
 - Bezirke Baden, Bremgarten, Muri, Zuzach (alle AG)
- > Ständige Wohnbevölkerung 15-79 Jahre: ca. 433'200 Personen (6.3% von gesamter Schweiz)
- > Sample Medienraum: 56 Medienmarken
- > Stichprobe Medienraum: N=287 Befragte

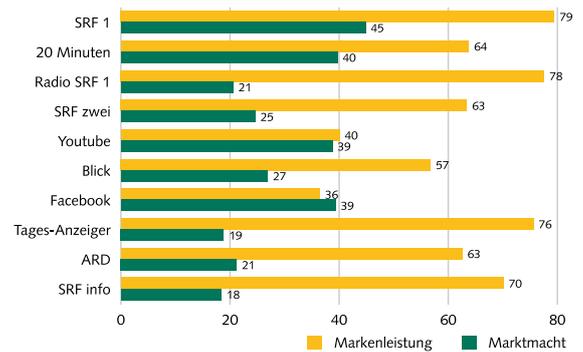
Abb. 1: Meinungsmacht, Marktmacht und Markenleistung von Medienmarken
Top 10 Zürich Nordwest gesamt und Top 5 Meinungsmacht im Altersvergleich (Indexwerte 0 bis 100)

Zürich Nordwest



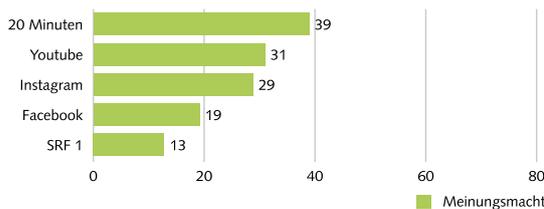
Publicom 2021

Zürich Nordwest



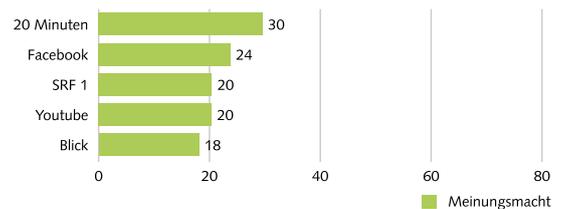
Publicom 2021

Zürich Nordwest, 15-29 Jahre



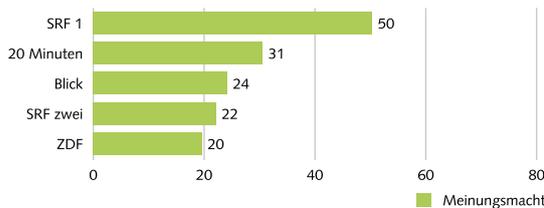
Publicom 2021

Zürich Nordwest, 30-44 Jahre



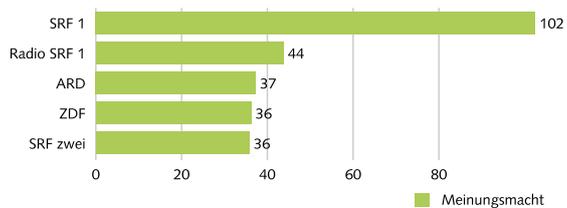
Publicom 2021

Zürich Nordwest, 45-59 Jahre



Publicom 2021

Zürich Nordwest, 60-79 Jahre



Publicom 2021

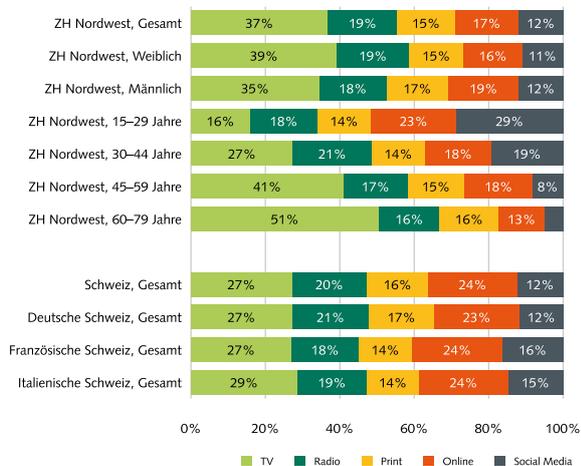
- > **SRF 1, 20 Minuten** und **Radio SRF 1** mit grösstem Meinungsmacht-Potenzial in Zürich Nordwest
- > SRF 1 und Radio SRF 1 mit hervorragender, Tages-Anzeiger mit sehr guter qualitativer **Markenleistung**
- > **SRF 1** in jeder Alterskategorie in Top 5, mit grösster Meinungsmacht bei Ü45

- > **20 Minuten** in Top 2 bei U60
- > **Youtube** und **Facebook** in Top 4 bei U45
- > **Blick** in Top 5 bei 30-59-Jährige
- > **SRF zwei** und **ausländische TV-Sendern** in Top 5 bei Ü45

Abb. 2: Meinungsmacht Mediengattungen

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

Zürich Nordwest, Gesamt



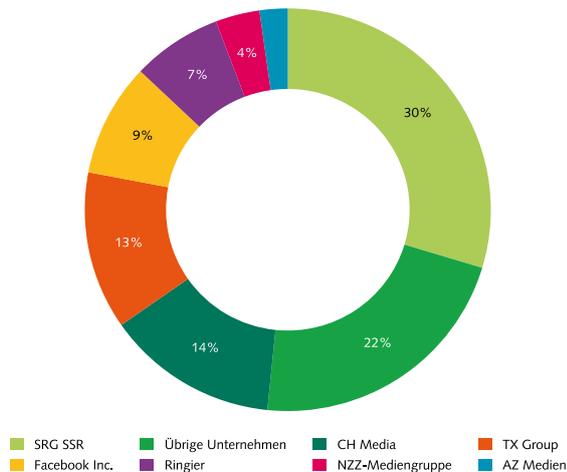
Publicom 2021

- > **TV (37%)** in Zürich Nordost deutlich vor Radio (19%) bei **Meinungsmacht-Anteilen** der Mediengattungen, dahinter Online (17%), Print (15%) und Social Media (12%)
- > **Kleine Geschlechtsunterschiede:** TV und Radio bei Frauen mit Vorteilen, Online, Print und Social Media bei Männern
- > **Grosses Altersgefälle** bei **TV** und **Social Media**-Meinungsmacht: TV ab 60 Jahren über dreimal so hoch wie U30, Social Media über siebenmal so tief
- > Social Media bei U30, TV bei Ü30 **stärkste Meinungsmacht:** bei Ü60 so stark wie alle anderen Mediengattungen zusammen
- > Print bei U45 und Social Media bei Ü45 **schwächste Meinungsmacht**

Abb. 3: Meinungsmacht Medienkonzerne

Anteile an summierter Meinungsmacht in Medienraum

Zürich Nordwest, Gesamt



Publicom 2021

- > **SRG SSR** ist mit 30% Konzern mit grösstem Meinungsmacht-Anteil in Zürich Nordwest
- > **CH Media** #2 mit 14%, gefolgt von **TX Group** mit 13%, **Facebook Inc.** mit 9%, **Ringier** mit 7% und **NZZ-Mediengruppe** mit 4%.
- > Hohe **Anbieterkonzentration:** grösste zwei Konzerne (SRG SSR und CH Media) erreichen **keine mehrheitliche Meinungsmacht** (44%)
- > **AZ Medien** von untergeordneter Bedeutung
- > **Übrige Unternehmen** in Zürich Nordwest mit 22% 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