

## Medienraum Zürich/See

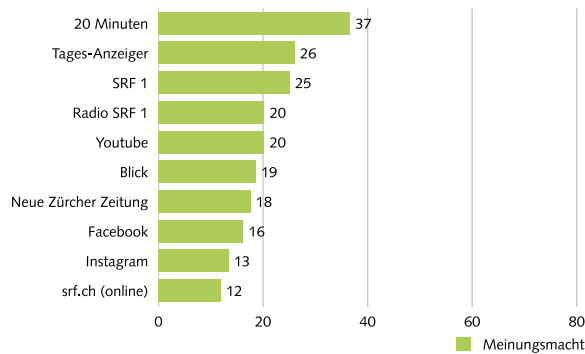


### Basisinformationen

- > 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: 57 Medienmarken
- > Stichprobe Medienraum: N=519 Befragte

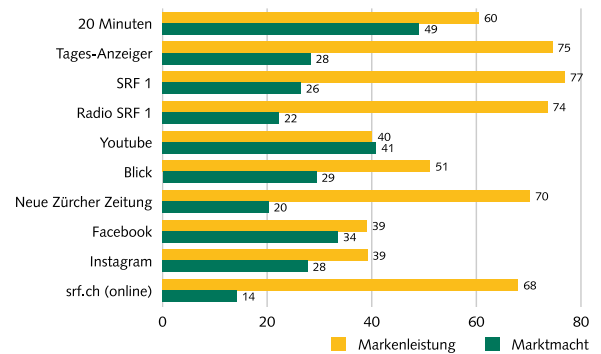
**Abb. 1: Meinungsmacht, Marktmacht und Markenleistung von Medienmarken**  
Top 10 Zürich/See gesamt und Top 5 Meinungsmacht im Altersvergleich (Indexwerte 0 bis 100)

### Zürich/See



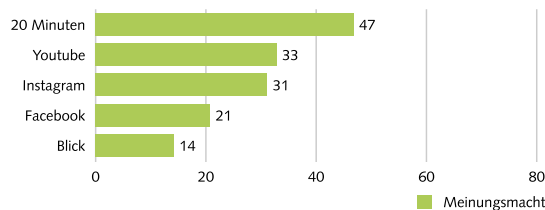
Publicom 2021

### Zürich/See



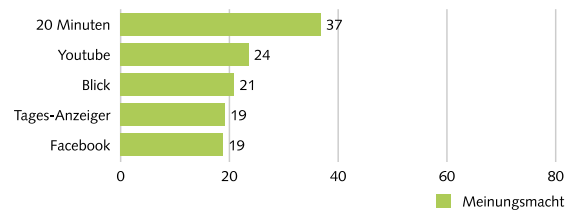
Publicom 2021

### Zürich/See, 15-29 Jahre



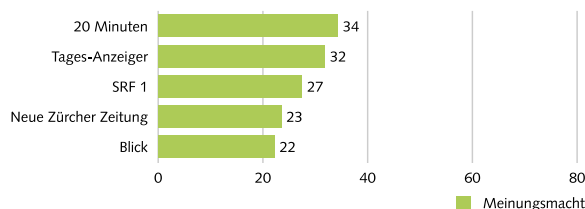
Publicom 2021

### Zürich/See, 30-44 Jahre



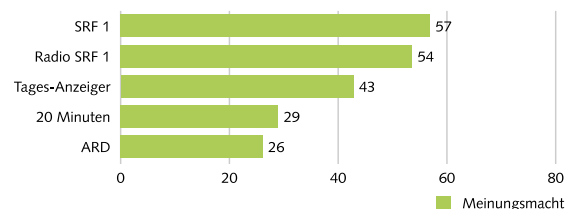
Publicom 2021

### Zürich/See, 45-59 Jahre



Publicom 2021

### Zürich/See, 60-79 Jahre



Publicom 2021

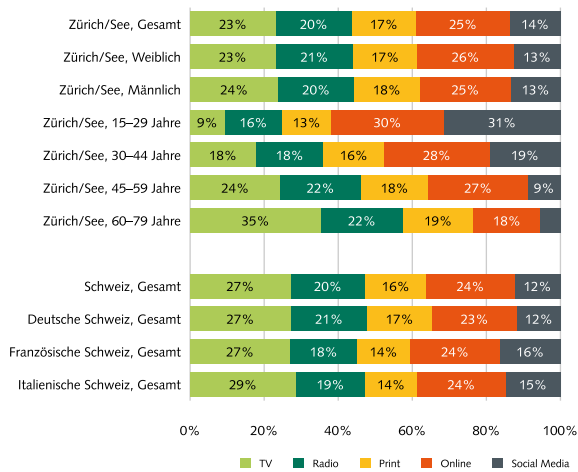
- > **20 Minuten, Tages-Anzeiger** und **SRF 1** mit grösstem Meinungsmacht-Potenzial in Zürich/See
- > SRF 1 mit hervorragender, Tages-Anzeiger mit sehr guter qualitativer **Markenleistung**

- > **20 Minuten** in jeder Alterskategorie in **Top 4**, bei **U60** auf **Platz 1**
- > **Youtube** bei **U45** in Top 2, Facebook und Blick in Top 5
- > **Tages-Anzeiger** bei **Ü30** in **Top 4**

## Abb. 2: Meinungsmacht Mediengattungen

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

### Zürich/See, Gesamt



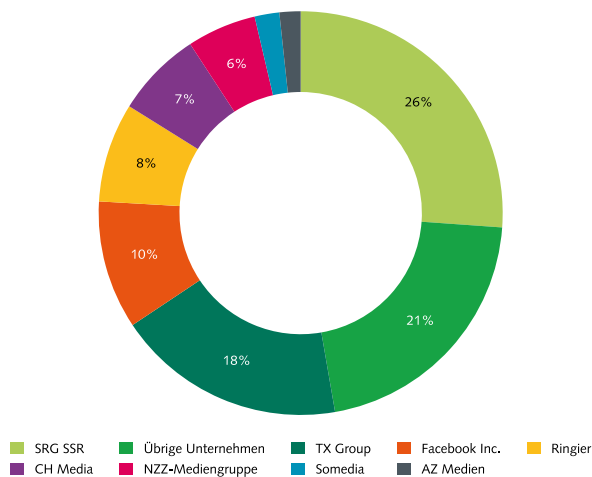
Publicom 2021

- > **Online (25%)** in Zürich/See knapp vor TV (23%) bei **Meinungsmacht-Anteilen** der Mediengattungen, dahinter Radio (20%), Print (17%) und Social Media (14%)
- > **Kaum Geschlechtsunterschiede** erkennbar
- > **Altersgefälle** bei Meinungsmacht aller Mediengattungen, v.a. bei **TV** und **Social Media**: TV ab 60 Jahren fast mehr als viermal so hoch wie U30, Social Media mehr als sechsmal so tief
- > Social Media bei U30, Online bei 30- bis 59-Jährige und TV bei Ü60 **stärkste Meinungsmacht**
- > TV bei U30, Print bei Print bei 30- bis 44-Jährige, Social Media bei Ü45 **schwächste Meinungsmacht**

## Abb. 3: Meinungsmacht Medienkonzerne

Anteile an summierter Meinungsmacht in Medienraum

### Zürich/See, Gesamt



Publicom 2021

- > **SRG SSR** ist mit 26% Konzern mit grösstem Meinungsmacht-Anteil in Zürich/See.
- > **TX Group** #2 mit 18%, gefolgt von **Facebook Inc.** mit 10%, **Ringier** mit 8%, **CH Media** mit 7% und **NZZ-Mediengruppe** mit 6%.
- > Hohe **Anbieterkonzentration**: grösste zwei Konzerne (SRG SSR und TX Group) erreichen **keine mehrheitliche Meinungsmacht** (44%)
- > **Somedia** und **AZ Medien** von untergeordneter Bedeutung
- > **Übrige Unternehmen** Zürich/See mit 21% 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 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](http://www.medienmonitor-schweiz.ch)