

Medienraum Zürich Nordwest



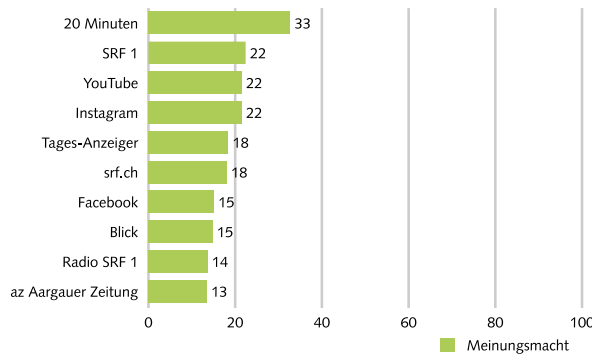
Basisinformationen

- > Geografie:
 - Bezirke Bülach, Dielsdorf (beide ZH)
 - Bezirke Baden, Bremgarten, Muri, Zuzach (alle AG)
- > Ständige Wohnbevölkerung 15-79 Jahre: ca. 454'850 Personen (6% von gesamter Schweiz)
- > Sample Medienraum: 58 Medienmarken
- > Stichprobe Medienraum: N=281 Befragte

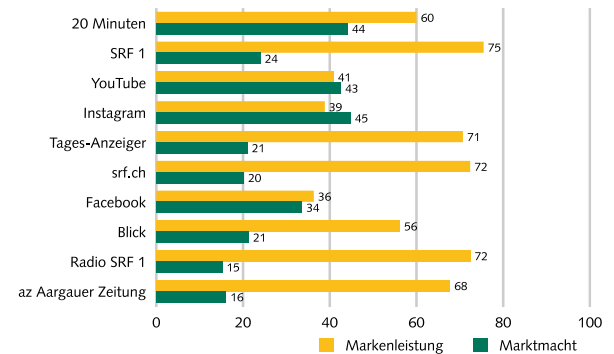
Abb. 1: Meinungsmacht, Marktmacht und Markenleistung von Medienmarken

Top 10 Zürich Nordwest gesamt und Top 5 Meinungsmacht im Altersvergleich (Indexwerte 0 bis 100)

ZH Nordwest

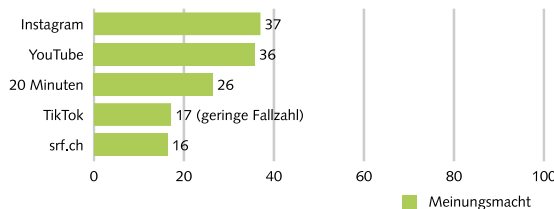


ZH Nordwest



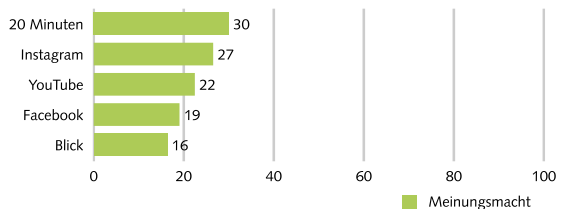
Publicum 2026

ZH Nordwest, 15–29 Jahre



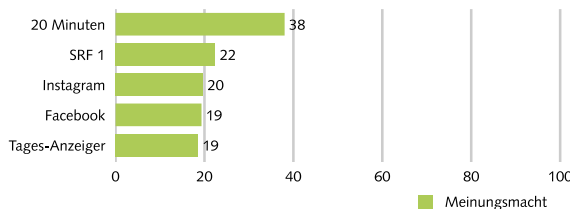
Publicum 2026

ZH Nordwest, 30–44 Jahre



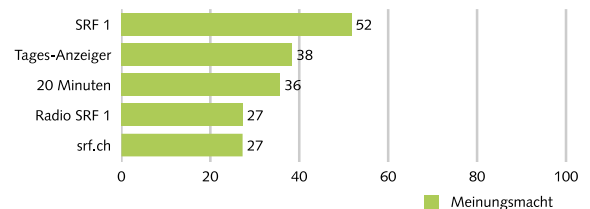
Publicum 2026

ZH Nordwest, 45–59 Jahre



Publicum 2026

ZH Nordwest, 60–79 Jahre



Publicum 2026

- > **20 Minuten** mit grösstem Meinungsmacht-Potenzial im Raum Zürich Nordwest, vor **SRF 1** (TV) und **YouTube**
- > **20 Minuten** in jeder Alterskategorie in **Top 5**, bei 30-59 Jährigen auf **#1**
- > **Instagram** in drei von vier Kategorien in **Top 5**

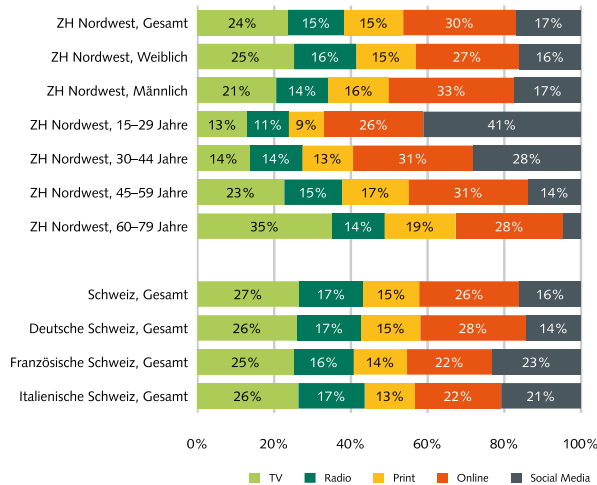
Publicum 2026

- > **SRF 1** (TV) mit hervorragender qualitativer **Markenleistung**
- > **Instagram** bei U30-Kategorie auf **#1**
- > YouTube bei U45-Kategorien und SRF 1 (TV) sowie Tages-Anzeiger bei Ü45 in **Top-5**, **SRF 1 (TV)** **#1** bei Ü60

Abb. 2: Meinungsmacht Mediengattungen

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

ZH Nordwest, Gesamt



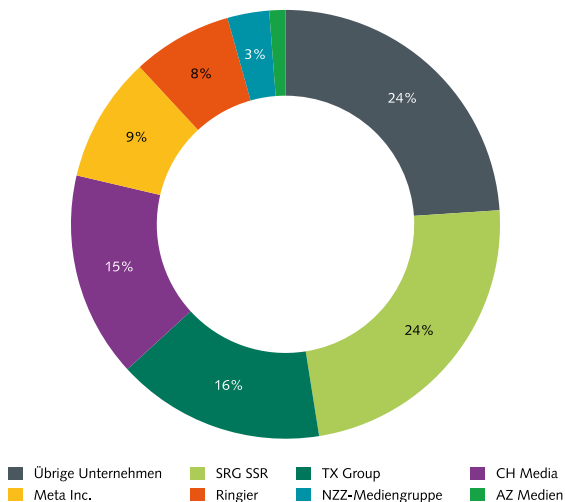
- > **Online (30%)** in Zürich Nordwest vor **TV (24%)** bei **Meinungsmacht-Anteilen** der Mediengattungen, dahinter Social Media (17%), Radio und Print (je 15%)
- > **Geschlechtsunterschiede:** TV und Radio bei Frauen mit Vorteilen, Online bei Männern mit grossen Vorteilen
- > **Altersgefälle** bei **TV** und **Social Media**-Meinungsmacht: TV ab 60 Jahren dreimal so hoch wie U30, Social Media über neunmal so tief
- > Social Media bei U30, Online bei 30-59-Jährigen und TV bei Ü60 **stärkste Meinungsmacht**
- > Print bei U45 und Social Media bei Ü45 **schwächste Meinungsmacht**

Publicom 2026

Abb. 3: Meinungsmacht Medienkonzerne

Anteile an summierter Meinungsmacht in Medienraum

ZH Nordwest, Gesamt



- > **SRG SSR** ist mit 24% Konzern mit grösstem Meinungsmacht-Anteil in Zürich Nordwest
- > **TX Group** #2 mit 16%, gefolgt von **CH Media** (15%), **Meta** (9%) und **Ringier** (8%)
- > **Anbieterkonzentration:** grösste zwei Konzerne (SRG SSR und TX Group) erreichen **keine mehrheitliche Meinungsmacht** (40%)
- > **NZZ-Mediengruppe** (3%) und **AZ Medien** von untergeordneter Bedeutung
- > **Übrige Unternehmen** in Zürich Nordwest mit 24% an gesamter Meinungsmacht

Publicom 2026

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 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 im Auftrag des Bundesamts für Kommunikation (BAKOM).

Weitere Informationen unter www.medienmonitor-schweiz.ch