

Medienraum Genève

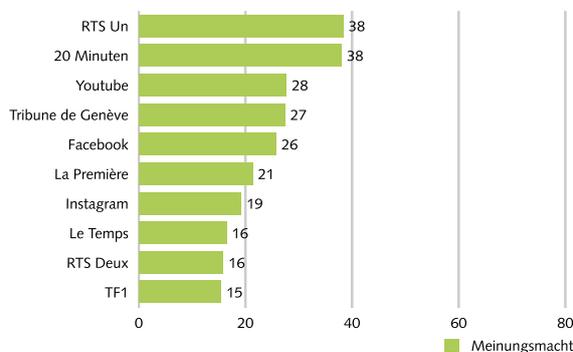


Basisinformationen

- > Geografie:
 - Kanton Genf
 - Bezirk Nyon (VD)
- > Ständige Wohnbevölkerung 15-79 Jahre: ca. 478'900 Personen (7.0% von gesamter Schweiz)
- > Sample Medienraum: 36 Medienmarken
- > Stichprobe Medienraum: N=310 Befragte

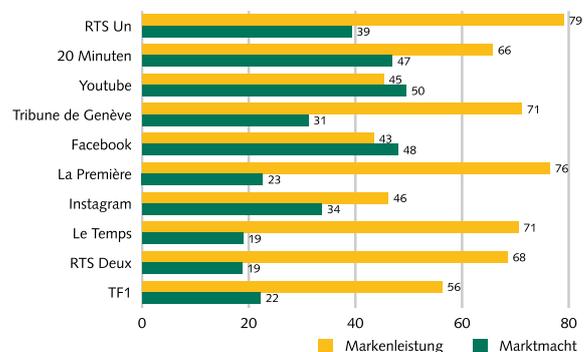
Abb. 1: Meinungsmacht, Marktmacht und Markenleistung von Medienmarken
Top 10 Genève gesamt und Top 5 Meinungsmacht im Altersvergleich (Indexwerte 0 bis 100)

Genève



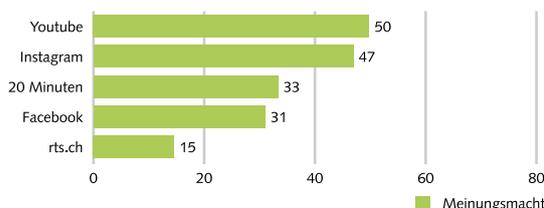
Publicom 2021

Genève



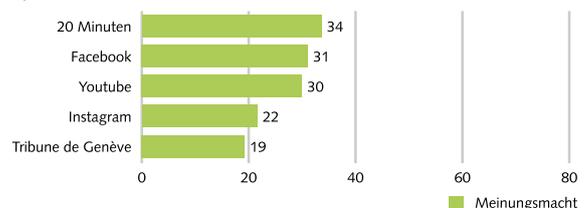
Publicom 2021

Genève, 15–29 Jahre



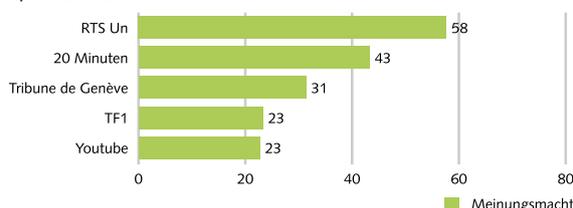
Publicom 2021

Genève, 30–44 Jahre



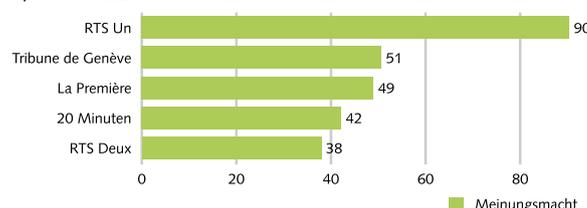
Publicom 2021

Genève, 45–59 Jahre



Publicom 2021

Genève, 60–79 Jahre



Publicom 2021

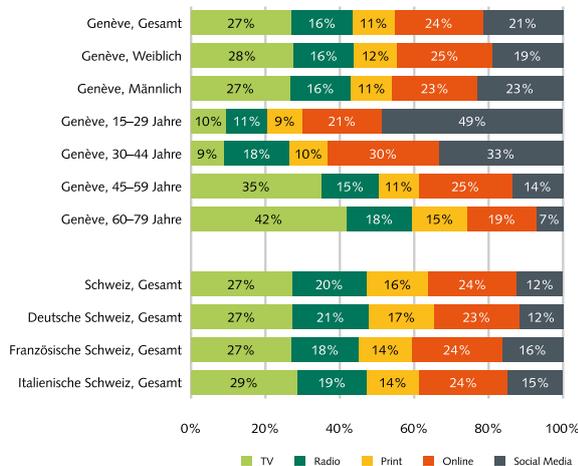
- > **RTS Un** und **20 Minuten** mit grösstem Meinungsmacht-Potenzial im Raum Genève
- > **RTS Un** bleibt im 2020 Spitzenreiter vor 20 Minuten
- > **20 Minuten** in jeder Alterskategorie in **Top 5**, Youtube in den jüngsten drei von vier Kategorien und Tribune de Genève in den ältesten drei von vier Kategorien in **Top 5**

- > **RTS Un** bei 60+ neu nur noch **zweithöchster Wert** von 90 Punkten im Vergleich aller Medienräume und Alterskategorien
- > Nur 45-59-Jährige mit **ausländischem TV-Sender** in **Top 5**
- > RTS Un mit hervorragender, La Première mit sehr guter qualitativer **Markenleistung**

Abb. 2: Meinungsmacht Mediengattungen

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

Genève, Gesamt



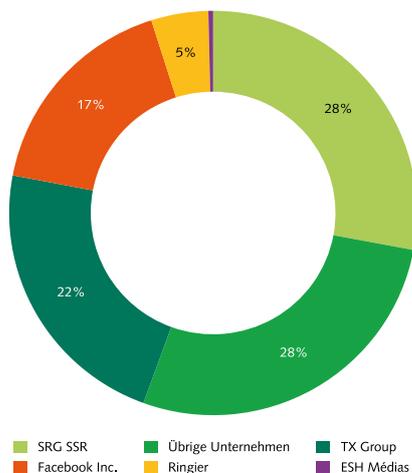
Publicom 2021

- > **TV (27%)** in Genève vor Online (24%), Social Media (21%), Radio (16%) und Print (11%) bei **Meinungsmacht-Anteilen** der Mediengattungen
- > **Geschlechtsunterschiede:** Online bei Frauen mit Vorteilen, Social Media bei Männern
- > **Altersgefälle** bei **Print-**, aber vor allem bei **Social Media-**Meinungsmacht
- > **Social Media** bei U45 grösste **Meinungsmacht-Anteilen**, TV bei Ü45
- > **Print** bei U60 kleinste **Meinungsmacht-Anteilen**

Abb. 3: Meinungsmacht Medienkonzerne

Anteile an summierter Meinungsmacht in Medienraum

Genève, Gesamt



Publicom 2021

- > **SRG SSR** ist mit 28% Konzern mit grösstem Meinungsmacht-Anteil im Raum Genève
- > **TX Group** #2 mit 22%, gefolgt von **Facebook Inc.** mit 17% und **Ringier** mit 5%
- > Hohe **Anbieterkonzentration:** grösste zwei Konzerne (SRG SSR und TX Group) erreichen knapp **keine mehrheitliche Meinungsmacht (50%)**
- > **ESH Médias** von untergeordneter Bedeutung
- > **Übrige Unternehmen** in Raum Genève mit 28% 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