

Medienraum Genève



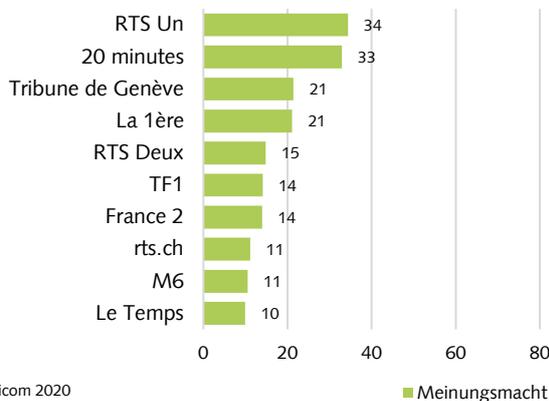
Basisinformationen

- > Geografie:
 - Kanton Genf
 - Bezirk Nyon (VD)
- > Ständige Wohnbevölkerung 15-79 Jahre: ca. 470'900 Personen (7% von gesamter Schweiz)
- > Sample Medienraum: 33 Medienmarken
- > Stichprobe Medienraum: N=321 Befragte

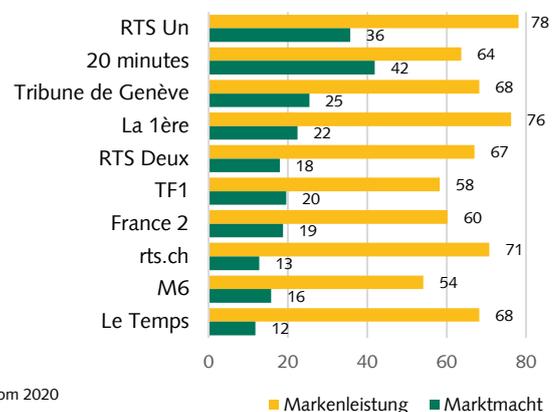
Abb. 1: Meinungsmacht, Marktmacht und Markenleistung von Medienmarken

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

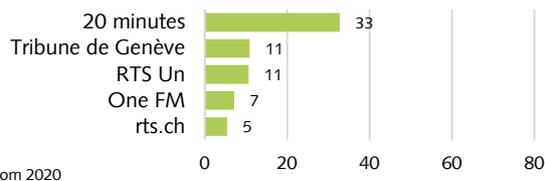
Genève



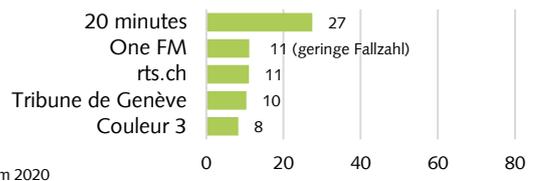
Genève



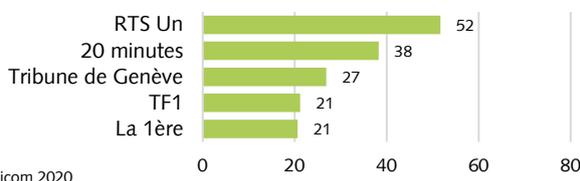
Genève, 15-29 Jahre



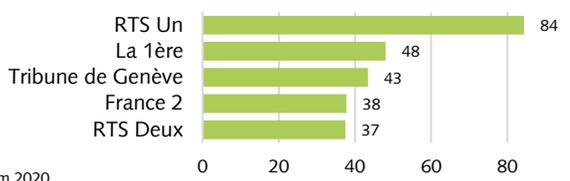
Genève, 30-44 Jahre



Genève, 45-59 Jahre



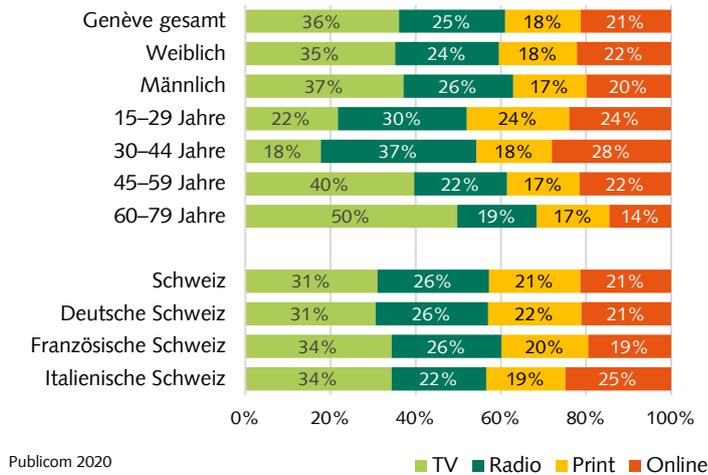
Genève, 60-79 Jahre



- > **20 minutes, RTS Un, Tribune de Genève und La 1ère** mit grösstem Meinungsmacht-Potenzial im Raum Genève
- > **RTS Un** holt sich 2019 Spitzenposition von 20 minutes zurück
- > 20 minutes und RTS Un bis 59 Jahre immer in Top 5, 20 minutes bis 44 Jahre Platz 1
- > RTS Un mit hervorragender, La 1ère mit sehr guter qualitativer **Markenleistung**
- > **RTS Un** bei 60+ das dritte Jahr in Folge mit **Höchstwert** von 84 Punkten im Vergleich aller Medienräume und Alterskategorien
- > Nur 45-59-Jährige mit ausländischem TV-Sender in Top 5

Abb. 2: Meinungsmacht Mediengattungen

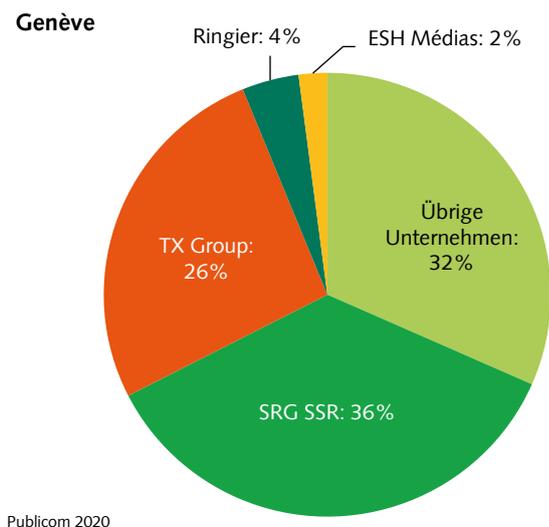
Alters-, Geschlechts- und Regionen-Vergleich (Anteile an summierter Meinungsmacht in Medienraum)



- > **TV** mit **38%** (-2% zu 2018) klar grösste Meinungsmacht in Genève, gefolgt von **Radio** (-1%), neu **Online** (+2%) und **Print** (-1%)
- > Mit 36% erreicht Genève wieder **dritthöchste** TV-Meinungsmacht im Regionenvergleich, dafür wie 2018 **zweittiefster** Radio-Wert (mit 25%)
- > **Kleine Geschlechtsunterschiede:** TV und Radio bei Männern, Print und Online bei Frauen mit leichten Vorteilen
- > **TV** ab 60 Jahren: mit 50% zweitgrösste Meinungsmacht aller Regionen und Segmente, Radio bei Ü30 (37%) ebenfalls mit zweithöchstem Wert
- > Ab 30 Jahren starkes **Altersgefälle** der **TV**-Meinungsmacht, mit Alter stetige Zunahme, U30 erstaunlicherweise höherer Wert als 30-44 Jahre
- > **Online** am stärksten bei 30-44-jährigen

Abb. 3: Meinungsmacht Medienkonzerne

Anteile an summierter Meinungsmacht in Medienraum



- > **SRG SSR** ist mit 36% Konzern mit grösstem Meinungsmacht-Anteil in Genève (Medienmarken: v.a. RTS Un, La 1ère, rts.ch, RTS Deux, Couleur 3)
- > **TX Group** Nr. 2 mit 26% (+2%), Genève ist mit Abstand **stärkste Region** des Konzerns (v.a. 20 minutes, Tribune de Genève, lematin.ch)
- > Weiterhin hohe **Anbieterkonzentration:** grösste zwei Konzerne (SRG SSR und TX Group) erreichen **mehrheitliche Meinungsmacht** (62%)
- > **Ringier** (4%) und **ESH Médias** (2%) von untergeordneter Bedeutung
- > **Übrige Unternehmen** in Genève mit 32% an Meinungsmacht (v.a. One FM, TF 1, M6, France 2, LFM), an dritter Stelle nach Arc Jurassien und Vaud/Fribourg/Valais

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-Metrix).

- > **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).
- > Da offizielle Reichweitzahlen fehlen, wird für Social Media-Marken keine Meinungsmacht ausgewiesen.

Der **Medienmonitor Schweiz** ist eine Studie der Publicom AG im Auftrag des Bundesamts für Kommunikation (BAKOM). Weitere Informationen unter www.medienmonitor-schweiz.ch