

## Medienraum Genève

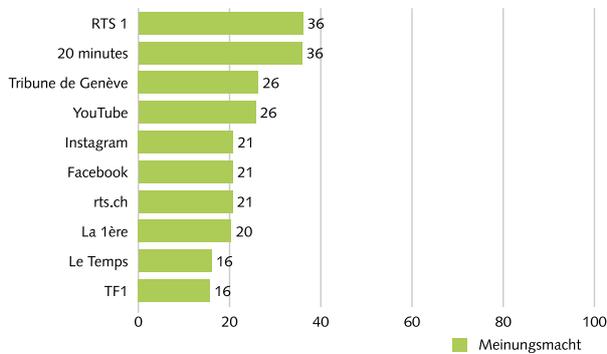


### Basisinformationen

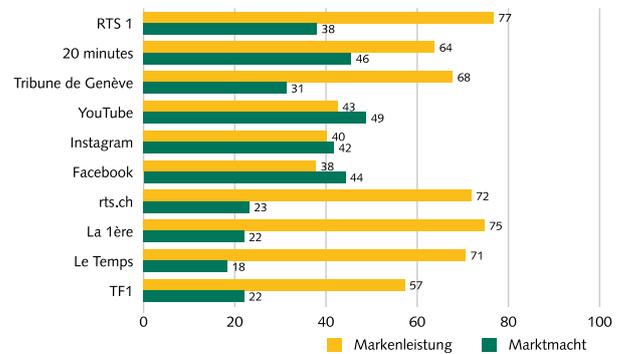
- > Geografie:
  - Kanton Genf
  - Bezirk Nyon (VD)
- > Ständige Wohnbevölkerung 15-79 Jahre: ca. 478'900 Personen (7.0% von gesamter Schweiz)
- > Sample Medienraum: 36 Medienmarken
- > Stichprobe Medienraum: N=306 Befragte

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

#### Genève



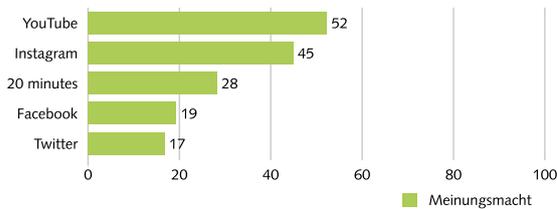
#### Genève



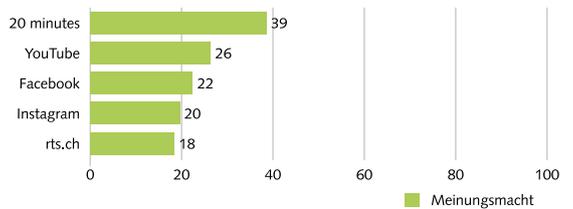
Publicom 2022

Publicom 2022

#### Genève, 15–29 Jahre



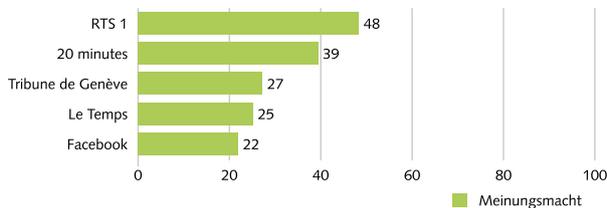
#### Genève, 30–44 Jahre



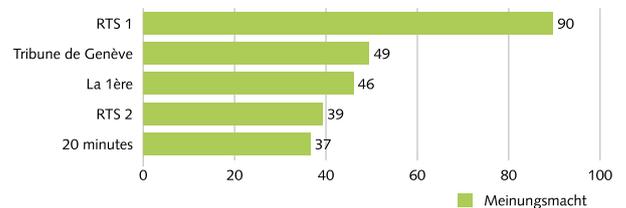
Publicom 2022

Publicom 2022

#### Genève, 45–59 Jahre



#### Genève, 60–79 Jahre



Publicom 2022

Publicom 2022

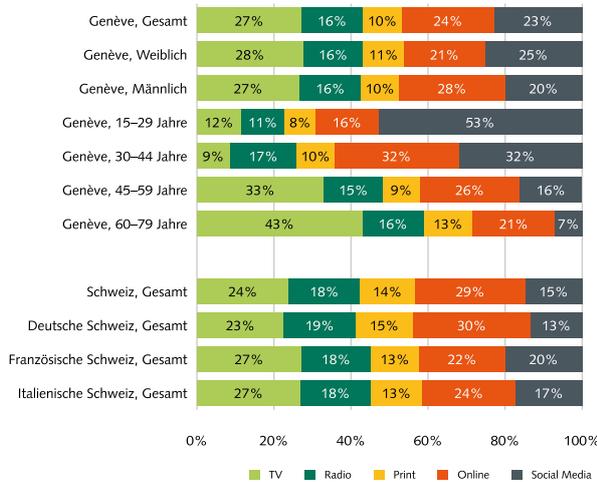
- > **RTS 1** und **20 Minuten** mit grösstem Meinungsmacht-Potenzial im Raum Genève
- > **RTS 1** bleibt im 2021 knapp Spitzenreiter vor 20 Minuten
- > **20 Minuten** in jeder Alterskategorie in **Top 5**, Facebook in den jüngsten drei von vier Kategorien und RTS 1 und Tribune de Genève in den zwei ältesten von vier Kategorien in Top 5

- > **RTS 1** bei 60+ **zweithöchster Wert** von 90 Punkten im Vergleich aller Medienräume und Alterskategorien
- > Keine **ausländische Marken** mehr in Top 5
- > RTS 1 und La 1ère mit sehr guter qualitativer **Markenleistung**

**Abb. 2: Meinungsmacht Mediengattungen**

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

**Genève, Gesamt**



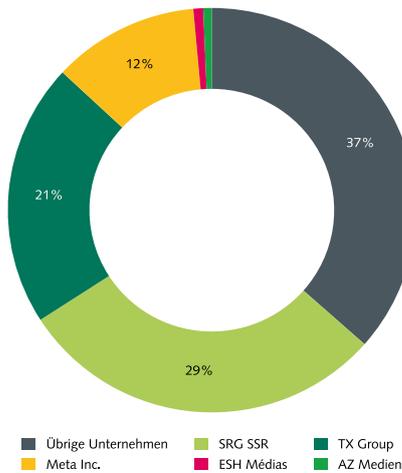
- > **TV** (27%) in Genève vor Online (24%), Social Media (23%), Radio (16%) und Print (10%) bei **Meinungsmacht-Anteilen** der Mediengattungen
- > **Geschlechtsunterschiede:** Online bei Männern mit Vorteilen, Social Media bei Frauen
- > Grosses **Altersgefälle** bei **Social Media**-Meinungsmacht
- > **Social Media** bei U45 grösste **Meinungsmacht-Anteilen** (Online bei 30-44-Jährigen gleichauf), TV bei Ü45
- > **Print** bei U60 kleinste **Meinungsmacht-Anteilen**

Publicom 2022

**Abb. 3: Meinungsmacht Medienkonzerne**

Anteile an summierter Meinungsmacht in Medienraum

**Genève, Gesamt**



- > **SRG SSR** ist mit 29% Konzern mit grösstem Meinungsmacht-Anteil im Raum Genève
- > **TX Group #2** mit 21%, gefolgt von **Meta** mit 12%
- > Hohe **Anbieterkonzentration:** grösste zwei Konzerne (SRG SSR und TX Group) erreichen knapp **keine mehrheitliche Meinungsmacht** (50%)
- > **ESH Médias** und **AZ Medien** von untergeordneter Bedeutung
- > **Übrige Unternehmen** in Raum Genève mit 37% an gesamter Meinungsmacht

Publicom 2022

**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 Verbreitungskanäle 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)