

## Medienraum Genève



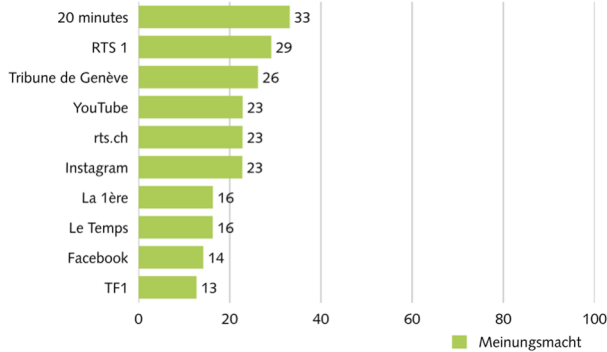
### Basisinformationen

- > Geografie:
  - Kanton Genf
  - Bezirk Nyon (VD)
- > Ständige Wohnbevölkerung 15-79 Jahre: ca. 488'400 Personen (7% von gesamter Schweiz)
- > Sample Medienraum: 36 Medienmarken
- > Stichprobe Medienraum: N=306 Befragte

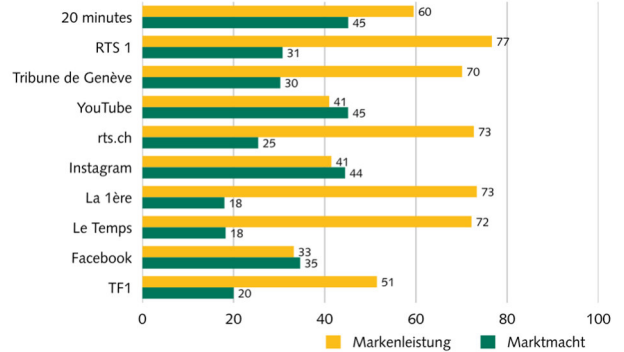
Abb. 1: Meinungsmacht, Marktmacht und Markenleistung von Medienmarken

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

#### Genève

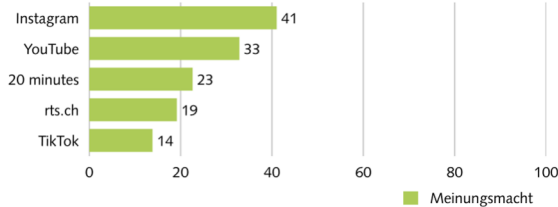


#### Genève



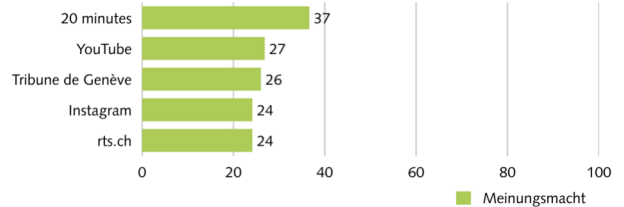
#### Publicom 2024

##### Genève, 15-29 Jahre



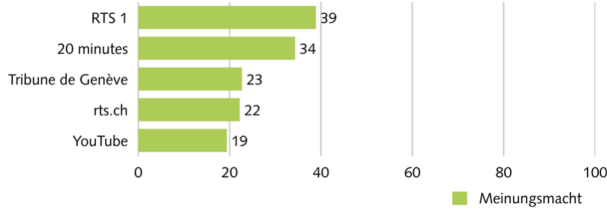
#### Publicom 2024

##### Genève, 30-44 Jahre



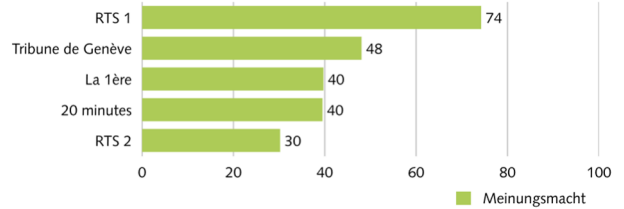
#### Publicom 2024

##### Genève, 45-59 Jahre



#### Publicom 2024

##### Genève, 60-79 Jahre



#### Publicom 2024

- > **20 minutes** mit grösstem Meinungsmacht-Potenzial im Raum Genève, vor **RTS 1** und **Tribune de Genève**
- > **20 minutes** in jeder Alterskategorie in **Top 5**, bei 30-44 Jährigen auf **#1**
- > **YouTube**, **rts.ch** und **Tribune de Genève** in drei von vier Kategorien in **Top 5**

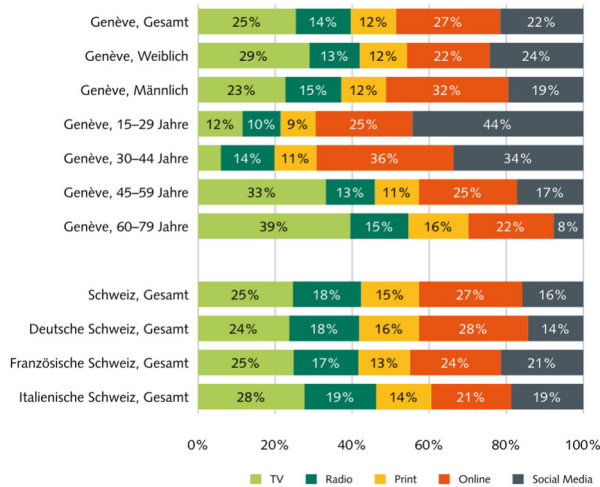
#### Publicom 2024

- > **RTS 1** mit sehr guter qualitativer **Markenleistung**
- > **Instagram** bei U45-Kategorien in **Top-5**, bei U30 auf **#1**
- > **RTS 1** bei Ü45-Kategorien auf **#1**

**Abb. 2: Meinungsmacht Mediengattungen**

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

**Genève, Gesamt**



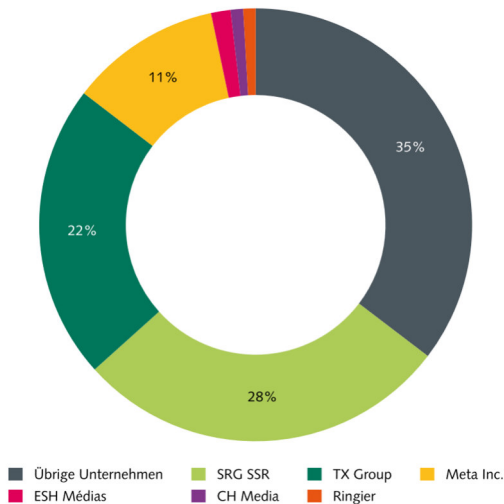
- > **Online (27%)** in Genève vor TV (25%), Social Media (22%), Radio (14%) und Print (12%) bei **Meinungsmacht-Anteilen** der Mediengattungen
- > **Geschlechtsunterschiede:** Online bei Männern mit Vorteilen, TV und Social Media bei Frauen
- > Grosses **Altersgefälle** bei **Social Media**-Meinungsmacht
- > **Social Media** bei U30 grösste **Meinungsmacht-Anteilen**, **Online** bei 30-44-Jährige und **TV** bei Ü45
- > **Print** bei 30-44-Jährige kleinste **Meinungsmacht-Anteilen**

Publicom 2024

**Abb. 3: Meinungsmacht Medienkonzerne**

Anteile an summierter Meinungsmacht in Medienraum

**Genève, Gesamt**



- > **SRG SSR** ist mit 28% Konzern mit grösstem Meinungsmacht-Anteil im Raum Genève
- > **TX Group #2** mit 22%, gefolgt von **Meta** mit 11%
- > Hohe **Anbieterkonzentration:** grösste zwei Konzerne (SRG SSR und TX Group) erreichen knapp **keine mehrheitliche Meinungsmacht (50%)**
- > **ESH Médias, CH Media** und **Ringier** von untergeordneter Bedeutung
- > **Übrige Unternehmen** in Raum Genève mit 35% an gesamter Meinungsmacht

Publicom 2024

**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 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)