

Medienraum Ticino



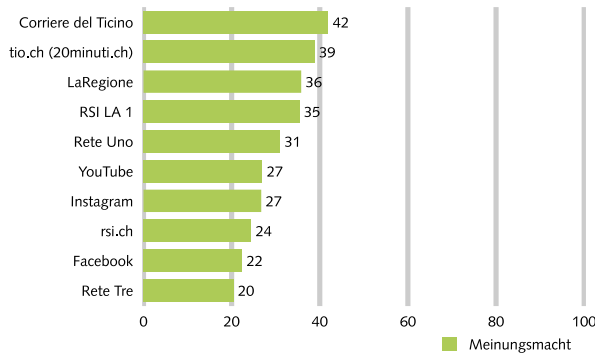
Basisinformationen

- > Geografie:
 - Kanton Tessin
 - Region Moesa (GR)
- > Ständige Wohnbevölkerung 15-79 Jahre: **ca. 287'800 Personen (4% von gesamter Schweiz)**
- > Sample Medienraum: **29 Medienmarken**
- > Stichprobe Medienraum: **N=300 Befragte**

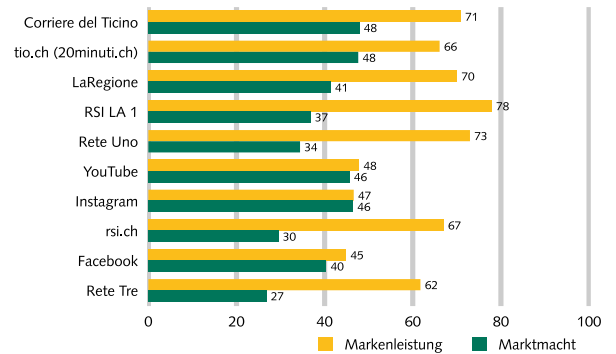
Abb. 1: Meinungsmacht, Marktmacht und Markenleistung von Medienmarken

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

Ticino

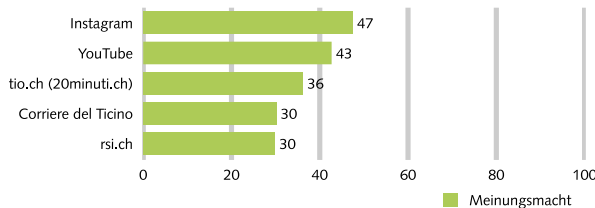


Ticino



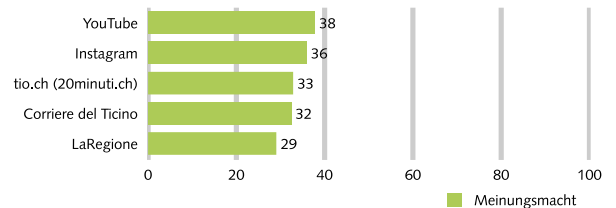
Publicum 2023

Ticino, 15–29 Jahre



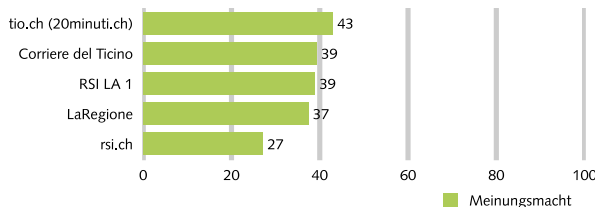
Publicum 2023

Ticino, 30–44 Jahre



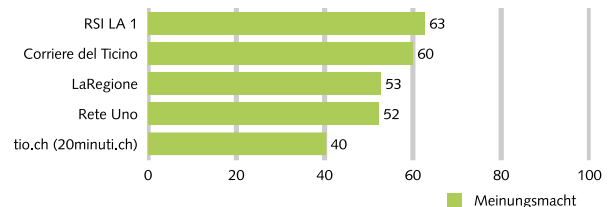
Publicum 2023

Ticino, 45–59 Jahre



Publicum 2023

Ticino, 60–79 Jahre



Publicum 2023

- > **Corriere del Ticino** und **tio.ch** mit grösstem Meinungsmacht-Potenzial in Ticino
- > RSI LA 1 mit hervorragender, Rete Uno mit sehr guter **Markenleistung**

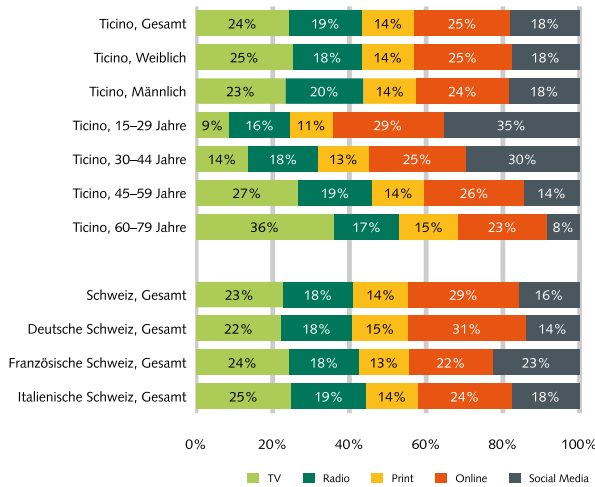
Publicum 2023

- > **Corriere del Ticino** in jeder Alterskategorie in **Top 4**; **tio.ch** in **Top 5**
- > YouTube und Instagram bei **U45** und LaRegione bei **Ü45** in Top 5

Abb. 2: Meinungsmacht Mediengattungen

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

Ticino, Gesamt



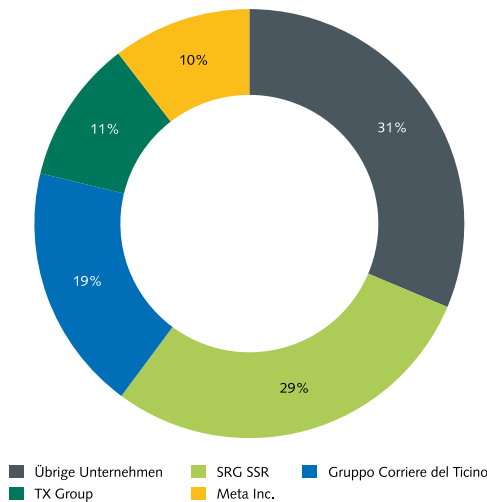
- > Online (25%) in Ticino knapp TV (26%), vor Radio (19%) und Social Media (18%) und schliesslich Print (14%) bei **Meinungsmacht-Anteilen** der Mediengattungen
- > **Kaum Geschlechtsunterschiede**: TV bei Frauen mit Vorteilen, Radio bei Männern
- > **Grosses Altersgefälle** bei TV und Social Media-Meinungsmacht
- > Social Media bei U45, TV bei Ü45 **grösste Meinungsmacht-Anteilen**
- > Print bei 30-59-Jährige **kleinste Meinungsmacht-Anteilen** (bei 45-59-Jährigen gleichauf mit Social Media), TV bei U30 und Social Media bei Ü60

Publicom 2023

Abb. 3: Meinungsmacht Medienkonzerne

Anteile an summierter Meinungsmacht in Medienraum

Ticino, Gesamt



- > **SRG SSR** ist mit 29% Konzern mit grösstem Meinungsmacht-Anteil im Ticino
- > **Gruppo Corriere del Ticino #2** mit 19%, gefolgt von **TX Group** mit 11% und **Meta** mit 10%
- > Hohe **Anbieterkonzentration**: grösste zwei Konzerne (SRG SSR und Gruppo Corriere del Ticino) erreichen **mehrheitliche Meinungsmacht** (48%) nicht
- > **Übrige Unternehmen** im Ticino mit 31% an gesamter Meinungsmacht

Publicom 2023

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