

Medienraum Ticino

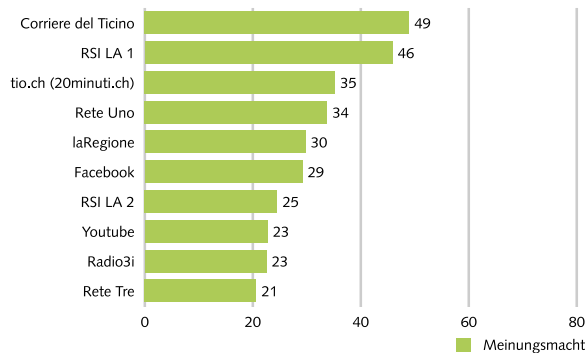


Basisinformationen

- > Geografie:
 - Kanton Tessin
 - Region Moesa (GR)
- > Ständige Wohnbevölkerung 15-79 Jahre: ca. 287'500 Personen (4.2% von gesamter Schweiz)
- > Sample Medienraum: 31 Medienmarken
- > Stichprobe Medienraum: N=304 Befragte

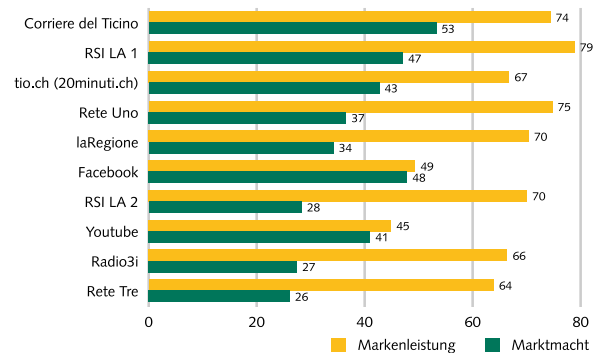
Abb. 1: Meinungsmacht, Marktmacht und Markenleistung von Medienmarken
Top 10 Ticino gesamt und Top 5 Meinungsmacht im Altersvergleich (Indexwerte 0 bis 100)

Ticino



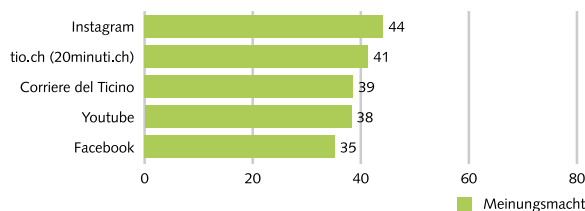
Publicom 2021

Ticino



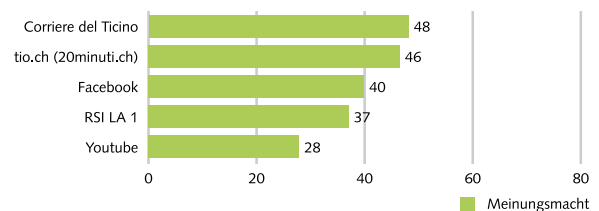
Publicom 2021

Ticino, 15-29 Jahre



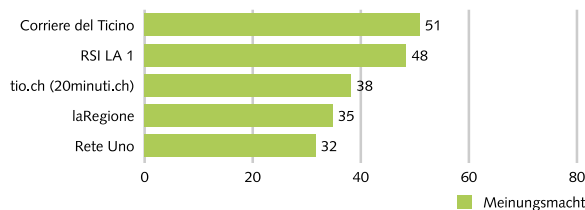
Publicom 2021

Ticino, 30-44 Jahre



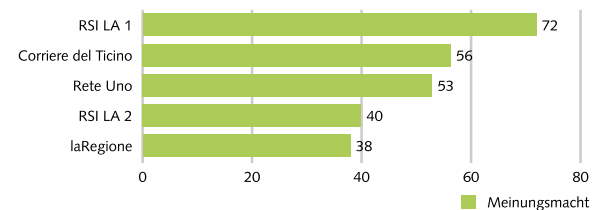
Publicom 2021

Ticino, 45-59 Jahre



Publicom 2021

Ticino, 60-79 Jahre



Publicom 2021

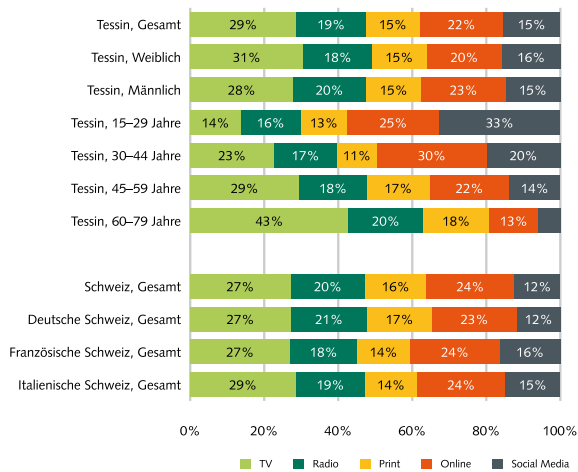
- > **Corriere del Ticino, RSI LA 1 und tio.ch (20minuti.ch)** mit grösstem Meinungsmacht-Potenzial in Ticino
- > RSI LA 1 mit hervorragender, Rete Uno mit sehr guter **Markenleistung**

- > **Corriere del Ticino** in jeder Alterskategorie in **Top 3**
- > **tio.ch (20minuti.ch)** bei U60 in **Top 3**, **RSI LA 1** bei Ü30 in **Top 4**
- > Youtube und Facebook bei **U45** und laRegione und Rete Uno bei **Ü45** in Top 5

Abb. 2: Meinungsmacht Mediengattungen

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

Ticino, Gesamt



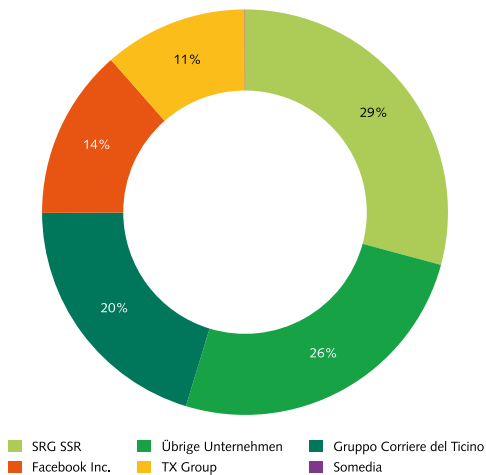
Publicom 2021

- > **TV (29%)** in Ticino vor Online (22%), Radio (19%) und Print bzw. Social Media (je 15%) bei **Meinungsmacht-Anteilen** der Mediengattungen
- > **Geschlechtsunterschiede:** TV bei Frauen mit Vorteilen, Radio und Online bei Männern
- > **Altersgefälle** bei **TV-, Print-**, aber vor allem bei **Social Media-Meinungsmacht**
- > Social Media bei U30, Online bei 30- bis 44-Jährige, TV bei U45 **grösste Meinungsmacht-Anteilen**
- > Print bei U45 **kleinste Meinungsmacht-Anteilen**, Social Media bei U65

Abb. 3: Meinungsmacht Medienkonzerne

Anteile an summierter Meinungsmacht in Medienraum

Ticino, Gesamt



Publicom 2021

- > **SRG SSR** ist mit 29% Konzern mit grösstem Meinungsmacht-Anteil im Ticino
- > **Gruppo Corriere del Ticino** #2 mit 20%, gefolgt von **Facebook Inc.** mit 14% und **TX Group** mit 11%.
- > Hohe **Anbieterkonzentration:** grösste zwei Konzerne (SRG SSR und Gruppo Corriere del Ticino) erreichen knapp **keine mehrheitliche Meinungsmacht (49%)**
- > **Somedia** von untergeordneter Bedeutung (0.03%)
- > **Übrige Unternehmen** im Ticino mit 26% 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 Verbreitungs Kanäle 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