

Medienraum Ticino



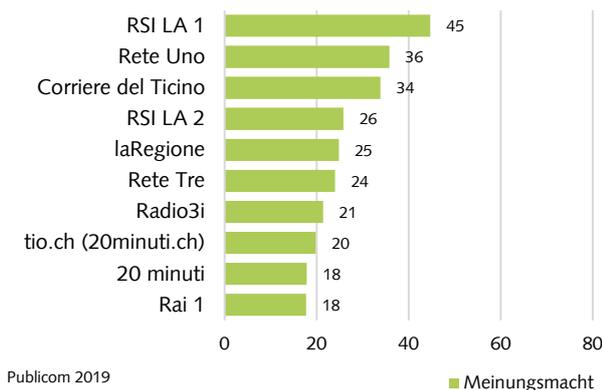
Basisinformationen

- > Geografie:
 - Kanton Tessin
 - Region Moesa (GR)
- > Ständige Wohnbevölkerung 15-79 Jahre: ca. 291'100 Personen (4.3% von gesamter Schweiz)
- > Sample Medienraum: 29 Medienmarken
- > Stichprobe Medienraum: N=304 Befragte

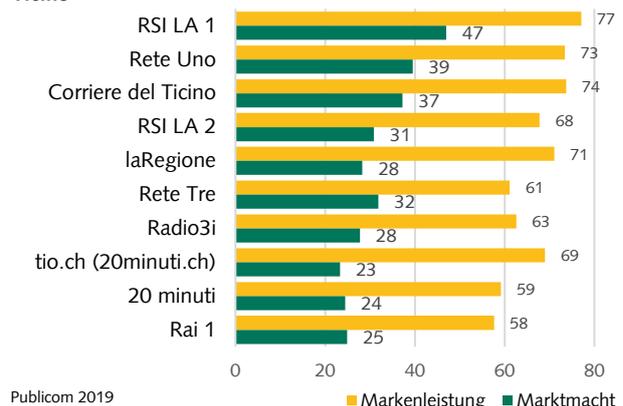
Abb. 1: Meinungsmacht, Marktmacht und Markenleistung von Medienmarken

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

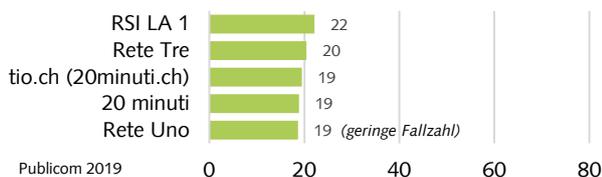
Ticino



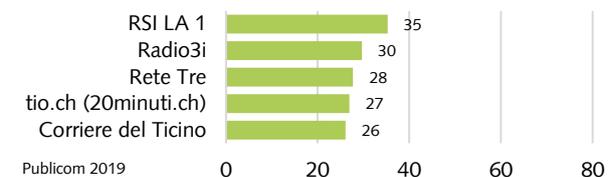
Ticino



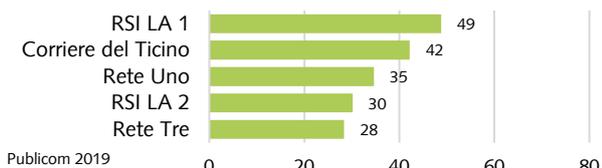
Ticino, 15-29 Jahre



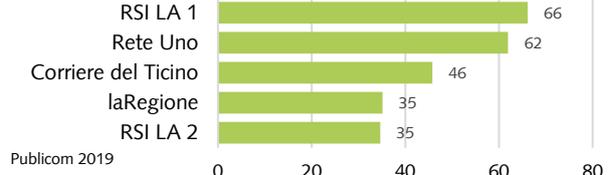
Ticino, 30-44 Jahre



Ticino, 45-59 Jahre



Ticino, 60-79 Jahre

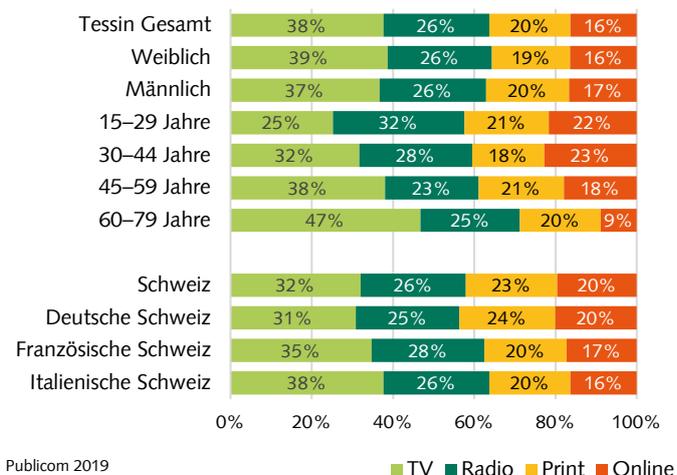


- > **RSI LA 1, Rete Uno** und **Corriere del Ticino** mit grösstem Meinungsmacht-Potenzial in Ticino
- > RSI LA 1 mit sehr guter, Corriere del Ticino und Rete Uno mit guter qualitativer Markenleistung
- > Nur RSI LA 1 ist in allen Alterskategorien in den Top 5 vertreten

- > RSI LA 1 in jedem Alterssegment mit grösster Meinungsmacht
- > 20 minuti fällt ab 45 Jahren aus Top 5
- > Corriere del Ticino gegenüber Vorjahr erst ab 30 in Top 5
- > Wechselndes Top-Radio in den Alterskategorien

Abb. 2: Meinungsmacht Mediengattungen

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

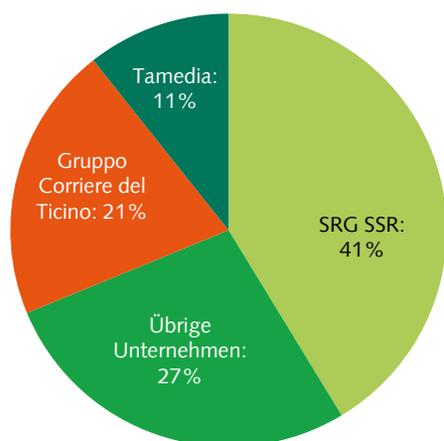


- > **TV** mit 38% klar grösste Meinungsmacht in Ticino (-2% seit 2017), dahinter **Radio** (unverändert) deutlich vor Print (-1%) und Online (+3%)
- > Mit 38% ist Ticino drittstärkste **TV-Region** (gleich wie Genf), mit 20% unterdurchschnittlicher Wert in **Print** im Vergleich aller Regionen
- > Geringfügige Geschlechterunterschiede: **TV** mit Vorteilen bei Frauen, Print und Online bei Männern
- > Stetige **Zunahme** der **TV**-Meinungsmacht mit **Alter**
- > Teilt sich mit Genf, Zürich Nordwest und Hochalpen **grössten TV-Einfluss** im **Segment U30** (25%)
- > Mit Hochalpen **zweitiefste** Online-Meinungsmacht über alle Regionen

Abb. 3: Meinungsmacht Medienkonzerne

Anteile an summierter Meinungsmacht in Medienraum

Ticino



- > **SRG SSR**: Konzern mit grösstem Meinungsmacht-Anteil von 41% (+3% zum Vorjahr) in Ticino (Medienmarken: v.a. RSI LA 1, Rete Uno, RSI LA 2, Rete Tre, rsi.ch)
- > Ticino nur noch **drittstärkste** Region der SRG SSR punkto Meinungsmacht (Vorjahr stärkste)
- > **Gruppo Corriere del Ticino** in Stammregion klare Nr. 2 mit 21% (+2%) (Corriere del Ticino, radio3i, teleticino, ticinonews.ch)
- > **Tamedia** ist Nr. 3 mit 11% (tio.ch und 20 minuti)
- > Weiterhin hohe **Anbieterkonzentration**: grösste zwei Konzerne (SRG SSR und Gruppo Corriere del Ticino) erlangen zusammen klar **mehrheitliche Meinungsmacht** (62%)
- > **Übrige Unternehmen** zusammen 27% (laRegione, Rai 1, Canale 5, Rai 2, Italia 1, Radio Ticino RFT)

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).

- > **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).
- > 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