

## Medienraum Ticino



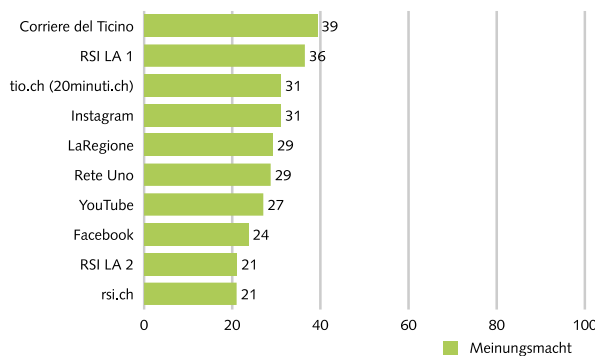
### Basisinformationen

- > Geografie:
  - Kanton Tessin
  - Region Moesa (GR)
- > Ständige Wohnbevölkerung 15-79 Jahre: ca. 292'500 Personen (4% von gesamter Schweiz)
- > Sample Medienraum: 29 Medienmarken
- > Stichprobe Medienraum: N=300 Befragte

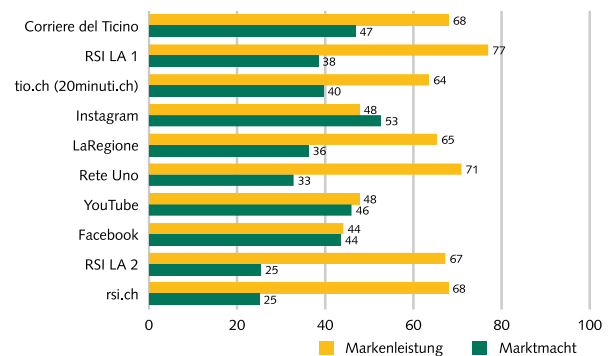
**Abb. 1: Meinungsmacht, Marktmacht und Markenleistung von Medienmarken**

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

#### Ticino

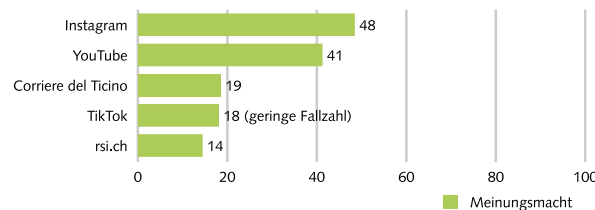


#### Ticino



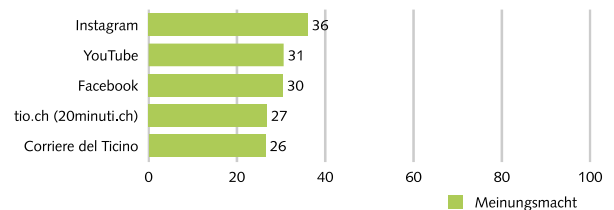
Publicom 2025

#### Ticino, 15–29 Jahre



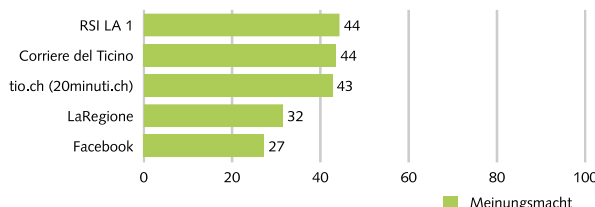
Publicom 2025

#### Ticino, 30–44 Jahre



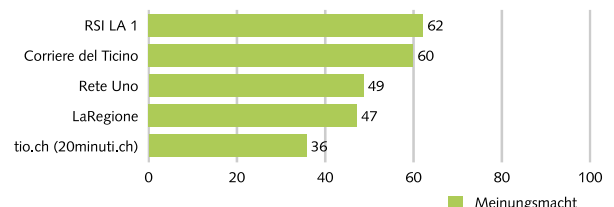
Publicom 2025

#### Ticino, 45–59 Jahre



Publicom 2025

#### Ticino, 60–79 Jahre



Publicom 2025

- > **Corriere del Ticino** mit grösstem Meinungsmacht-Potenzial in Ticino, vor **RSI LA 1**, gefolgt von **tio.ch** und **Instagram**
- > **Corriere del Ticino** in jeder Alterskategorie in **Top 5**
- > **Instagram** bei U45 und **RSI LA 1** bei Ü45-Kategorien auf **#1**

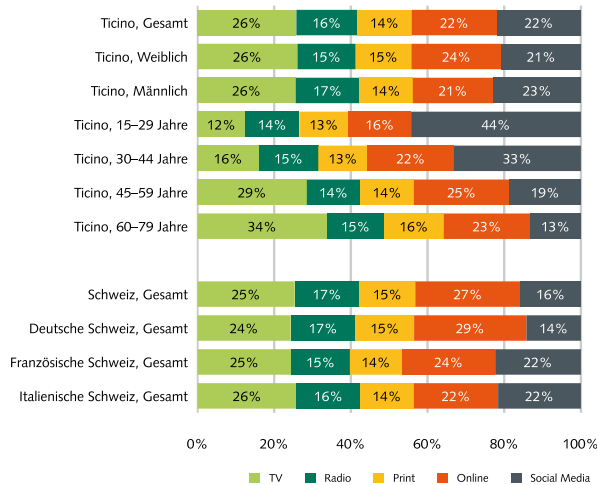
Publicom 2025

- > **RSI LA 1** mit sehr guter qualitativer **Markenleistung**
- > **tio.ch** in drei von vier Kategorien in **Top-5**
- > YouTube bei U45, Facebook bei 30-59-Jährigen und LaRegion bei Ü45 in **Top-5**

**Abb. 2: Meinungsmacht Mediengattungen**

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

## Ticino, Gesamt



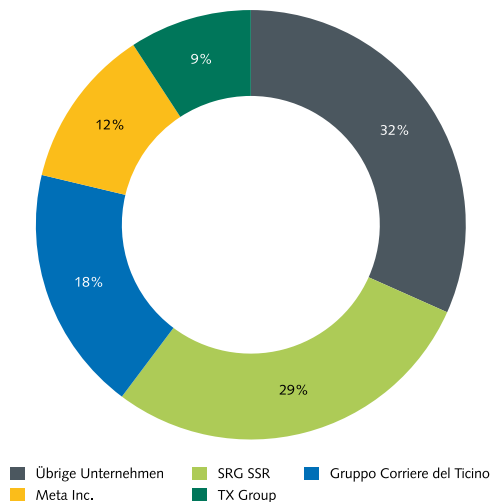
- > **TV (26%)** in Ticino, vor Online und Social Media (je 22%), Radio (16%) und Print (14%) bei **Meinungsmacht-Anteilen** der Mediengattungen
- > **Kleine Geschlechtsunterschiede:** Online bei Frauen mit Vorteilen, Radio und Social Media bei Männern
- > **Altersgefälle** bei TV und Social Media-Meinungsmacht
- > Social Media bei U45 und TV bei Ü45 **grösste Meinungsmacht-Anteilen**
- > TV bei U30 **kleinste Meinungsmacht-Anteilen**, Print bei 30-44-Jährigen, Radio und Print bei 45-59-Jährigen und Social Media bei Ü60

Publicom 2025

**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 18%, gefolgt von **Meta** (12%) und **TX Group** (9%)
- > Hohe **Anbieterkonzentration:** grösste zwei Konzerne (SRG SSR und Gruppo Corriere del Ticino) erreichen **keine mehrheitliche Meinungsmacht** (47%) nicht
- > **Übrige Unternehmen** im Ticino mit 32% an gesamter Meinungsmacht

Publicom 2025

## 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 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](http://www.medienmonitor-schweiz.ch)