

## Gruppo Corriere del Ticino

### Portrait

Die Gruppo Corriere del Ticino mit Sitz in Muzzano (TI) ist das grösste private Medienhaus der **Italienischen Schweiz**. Für strategische Aktivitäten ist die Società Editrice del Corriere del Ticino SA verantwortlich.

Das Medienhaus verlegt den **Corriere del Ticino**, die grösste abonnierte Tageszeitung der italienischen Schweiz, das Nachrichtenportal **ticinonews.ch** und veranstaltet je einen Radio- und TV-Sender: **Radio3i** und **TeleTicino**. Die Gruppe hält zudem Minderheitsbeteiligungen an einem weiteren Radiosender, Radio Fiume Ticino, am Medienhaus Rezzonico SA und an der Website **tio.ch** (20 minuti).

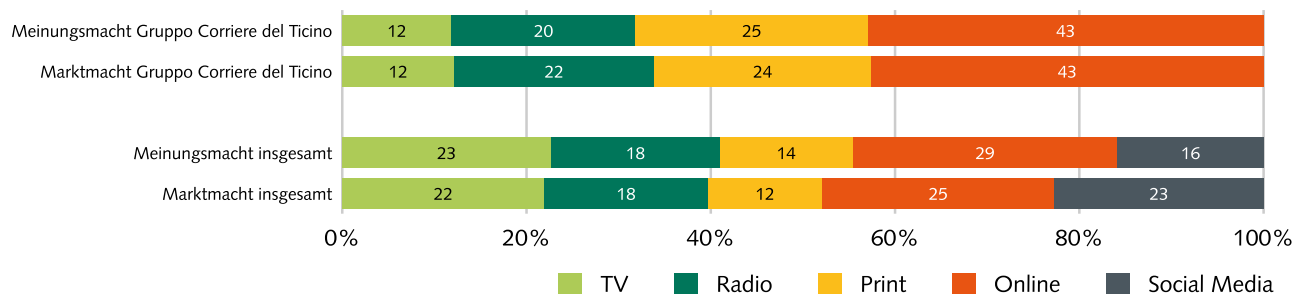
### Basisinformationen

## **CORRIERE DEL TICINO** GRUPPO

Geschäftssitz:	Muzzano
Name im Handelsregister:	Corriere del Ticino Holding SA
Aktionariat:	Familienbesitz
Kennzahlen:	Keine Geschäftszahlen verfügbar
Untersuchtes Sample:	4 Medienmarken

### Abbildung 1: Meinungsmacht und Marktmacht – Publizistische Schwerpunkte des Gruppo Corriere del Ticino

Anteile Mediengattungen bzw. Verbreitungskanäle an summierter nationaler Meinungs- und Marktmacht des Konzerns



Publicom 2023

- > Erster **Schwerpunkt** ist **Online** mit **43%** des Meinungsmachtpotenzials und ebenso viel der gesamten Marktmacht von Gruppo Corriere del Ticino
- > **Print** als zweites Standbein mit 25% der Meinungsmacht und 24% der Marktmacht des Konzerns
- > **Radio** mit 20% resp. 22% an Meinungs- und Marktmacht von Gruppo Corriere del Ticino, **TV** wie im Vorjahr 12%
- > **Meinungsmachtzunahme** bei Online (+3), Abnahme bei Radio (-1), Print (-2). TV ggü. 2021 unverändert
- > **Schweizer Meinungsmarkt** insgesamt: Online (29%) vor TV (23%), Radio (18%), Social Media (16%) und Print (14%)

**Abb. 2: Regionale Meinungsmacht Gruppo Corriere del Ticino**

Anteile Konzern an gesamter Meinungsmacht in Medienräumen



Publicom 2023

**Grosse Meinungsmacht:**

**Mittelgrosse Meinungsmacht:**

> Ticino #3 mit 19% und Italienischer Schweiz ebenfalls #3 mit 18%

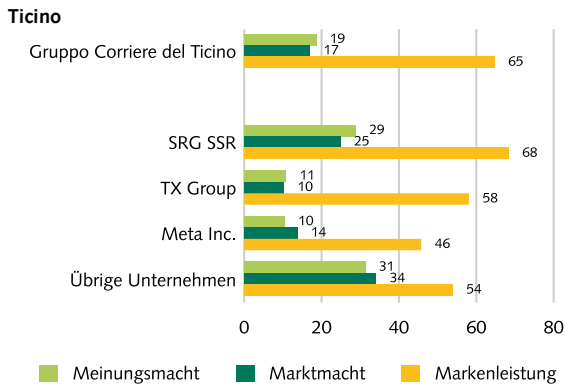
**Kleine bis mittlere Meinungsmacht:**

**Geringfügige Meinungsmacht:**

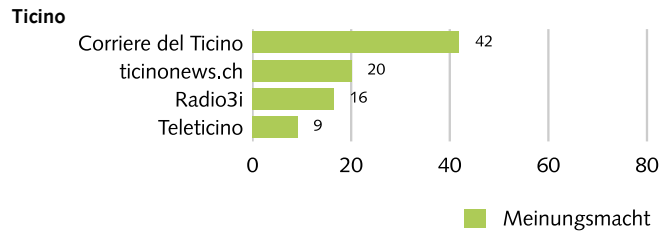
Nicht vertreten in gesamter französischer und deutscher Schweiz

**Abb. 3: Meinungsmacht von Gruppo Corriere del Ticino: Konkurrenzvergleich / Meinungsmacht Medienmarken**

Links: Anteile Top 5-Konzerne an Meinungs- und Marktmacht in Ticino; Mittelwerte für Markenleistung (Index 0 bis 100)  
Rechts: Meinungsmacht Gruppo Corriere del Ticino-Medienmarken in Ticino (Indexwerte 0 bis 100)



Publicom 2023



Publicom 2023

- > **Gruppo Corriere del Ticino** ist in Ticino #2 bei **Meinungsmacht** (19%) und **Marktmacht** (17%), klar hinter SRG SSR (29% Meinungsmacht) aber deutlich vor TX Group (11%) und Meta (10%)
- > Gute qualitative **Markenleistung** in Ticino: Gruppo Corriere del Ticino knapp hinter SRG SSR (68), aber deutlich vor TX Group (58)
- > Corriere del Ticino ist stärkste Marke für Gruppo Corriere del Ticino-**Meinungsmacht**; insgesamt #1 in Ticino mit 42 Indexpunkten, vor tio.ch (39), LaRegion (36) und RSI LA 1 (35)
- > **Ticonews.ch** ist zweitstärkste Gruppo Corriere del Ticino-Marke (20) mit nur halb so viel der Meinungsmacht des Corriere, in Ticino die #11
- > Weiter zurück: **Radio3i** (#3 für Gruppo Corriere del Ticino und #13 in Ticino) und **teleticino** (#4 für Gruppo Corriere del Ticino und #19 in Ticino)

## Wichtige Veränderungen

-

## Methodische Anmerkungen

Der *Medienmonitor Schweiz* untersucht den Einfluss von insgesamt **176 Medienmarken** aus TV, Radio, Print, Online und Social Media (mind. wochenaktuell, ohne Gratis-Wochenanzeiger) auf die **Meinungsbildung** in der Schweizer Bevölkerung.

**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).

- > Befunde auf **Gattungsebene** kumulieren die täglichen Kontaktleistungen für jeden Verbreitungskanal, der von Medienmarken des Konzerns bedient wird (Abb.1). Befunde auf **Konzernebene** kumulieren die Gesamt-Kontaktleistung (=aller Verbreitungskanäle) sämtlicher Marken des Unternehmens (Abb. 2 und 3). Die ermittelte Kontaktsumme wird als prozentualer **Anteil** des Brutto-Kontaktuniversums ausgewiesen, das der Summe der Kontaktleistungen aller Medienmarken eines Konzerns (Abb. 1) bzw. in einer Region (Abb. 2 und 3) entspricht.
- > **Indexwerte** auf **Markenebene** (Abb. 3) kumulieren die täglichen Gesamt-Kontaktleistungen einer Medienmarke, ausgewiesen als Teil des Netto-Universums (=Bevölkerung) im betreffenden Gebiet und/oder Bevölkerungssegment. Zur Berechnung des Meinungsmacht-Index wird der Marktmacht-Index mit dem Markenleistungs-Index gewichtet und in den Indexbereich (0 bis 100) normalisiert.

Der *Medienmonitor Schweiz* ist eine Studie der Publicom AG im Auftrag des Bundesamts für Kommunikation (BAKOM). Weitere Informationen und Methodik unter [www.medienmonitor-schweiz.ch](http://www.medienmonitor-schweiz.ch)