

## 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).

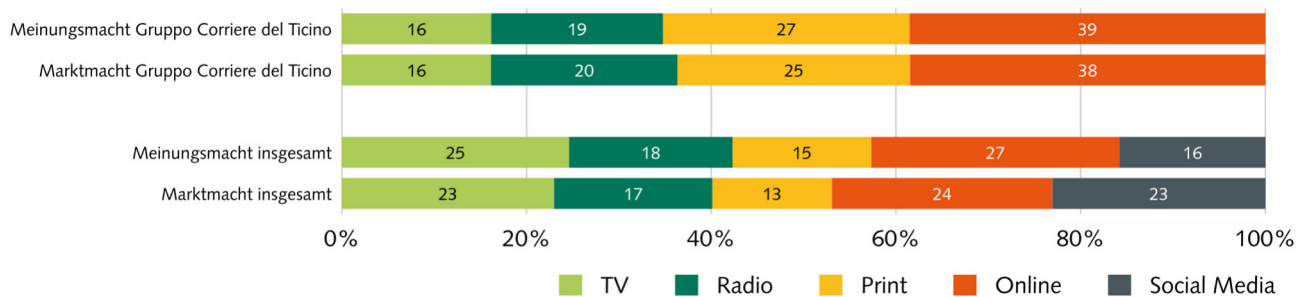
### Basisinformationen

## **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 2024

- > Erster **Schwerpunkt** ist **Online** mit **39%** des Meinungsmachtpotenzials und ebenso viel der gesamten Marktmacht von Gruppo Corriere del Ticino
- > **Print** als zweites Standbein mit **27%** der Meinungsmacht und **25%** der Marktmacht des Konzerns
- > **Radio** mit **19%** resp. **20%** an Meinungs- und Marktmacht von Gruppo Corriere del Ticino, **TV** **16%**
- > **Meinungsmachtzunahme** bei TV (+2) und Print (+1), Abnahme bei online (-2) seit 2022
- > Schweizer **Meinungsmacht** insgesamt: Online (27%) vor TV (25%), Radio (18%), Social Media (16%) und Print (15%)

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

Anteile Konzern an gesamter Meinungsmacht in Medienräumen



Publicom 2024

**Grosse Meinungsmacht:**

**Mittelgrosse Meinungsmacht:**

**Kleine bis mittlere Meinungsmacht:**

> Ticino #2 mit 19%

**Geringfügige Meinungsmacht:**

> Ganze Schweiz #8 mit 1%

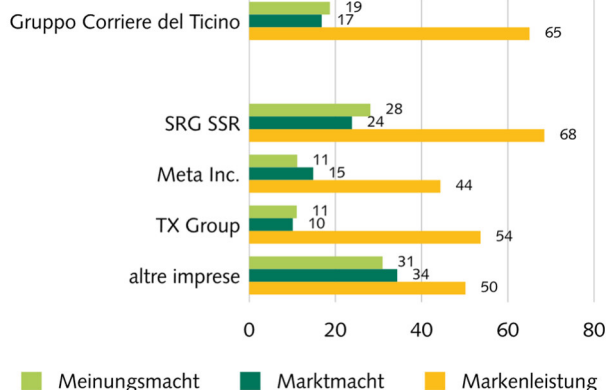
**Nicht vertreten** im Medienraum Französische Schweiz (Genève, Vaud/Fribourg/Valais, Arc Jurassien) und Deutsche Schweiz (Basel, Mittelland, Bern, Hochalpen, Zentralschweiz, Zürich Nordwest, Zürich Nordost, Zürich/See, St. Gallen, Graubünden)

**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)

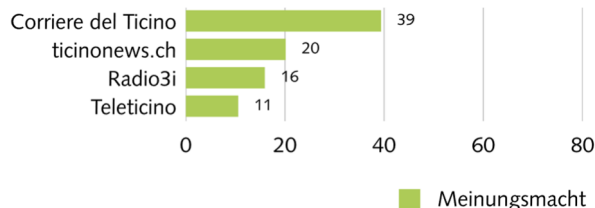
**Ticino**



Publicom 2024

- > **Gruppo Corriere del Ticino** ist in Ticino **#2** bei **Meinungsmacht** (19%) und **Marktmacht** (17%), hinter SRG SSR (28% Meinungsmacht) aber vor TX Group (11%) und Meta (11%)
- > Gute qualitative **Markenleistung** in Ticino: Gruppo Corriere del Ticino (65) knapp hinter SRG SSR (68), aber deutlich vor TX Group (54)

**Ticino**



Publicom 2024

- > **Corriere del Ticino** ist stärkste Marke für Gruppo Corriere del Ticino-**Meinungsmacht**; insgesamt #1 in Ticino
- > **Ticonews.ch** ist zweitstärkste Gruppo Corriere del Ticino-Marke (20) mit nur halb so viel der Meinungsmacht des Corriere, in Ticino die #10
- > Weiter zurück: **Radio3i** (#3 für Gruppo Corriere del Ticino und #13 in Ticino) und **teleticino** (#4 für Gruppo Corriere del Ticino und #17 in Ticino)

## Wichtige Veränderungen

-

## Methodische Anmerkungen

Der *Medienmonitor Schweiz* untersucht den Einfluss von insgesamt **181 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)