

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 **ticnonews.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).

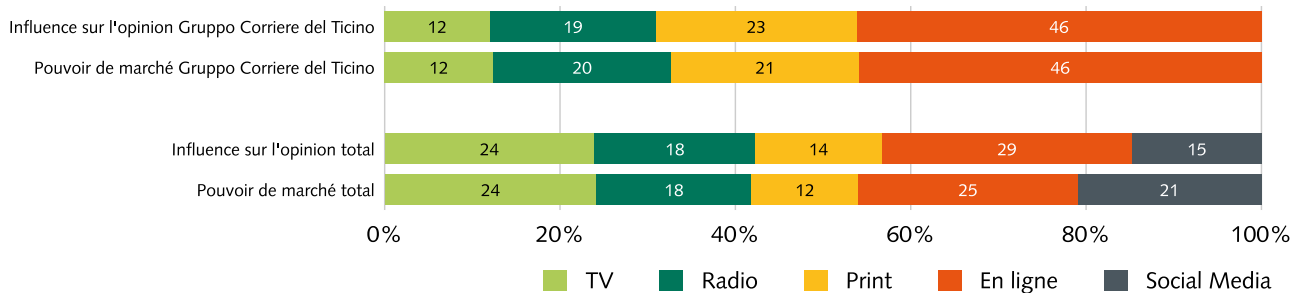
Basisinformationen



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 2022

- > **Erster Schwerpunkt** ist **Online** mit **46%** des Meinungsmachtpotenzials und ebenso viel der gesamten Marktmacht von Gruppo Corriere del Ticino
- > **Print** als zweites Standbein mit **23%** der Meinungsmacht und **21%** der Marktmacht des Konzerns
- > **Radio** mit **19%** resp. **20%** an Meinungs- und Marktmacht von Gruppo Corriere del Ticino, **TV** schrumpft weiter auf je **12%**
- > **Meinungsmachtzunahme** bei Online (+8), Abnahme bei Radio (-4), Print (-3) und TV (-1) seit 2020
- > **Schweizer Meinungsmarkt** insgesamt: Online (29%) vor TV (24%), Radio (18%), Social Media (15%) und Print (14%)

Abb. 1: Regionale Meinungsmacht Gruppo Corriere del Ticino

Anteile Konzern an gesamter Meinungsmacht in Medienräumen

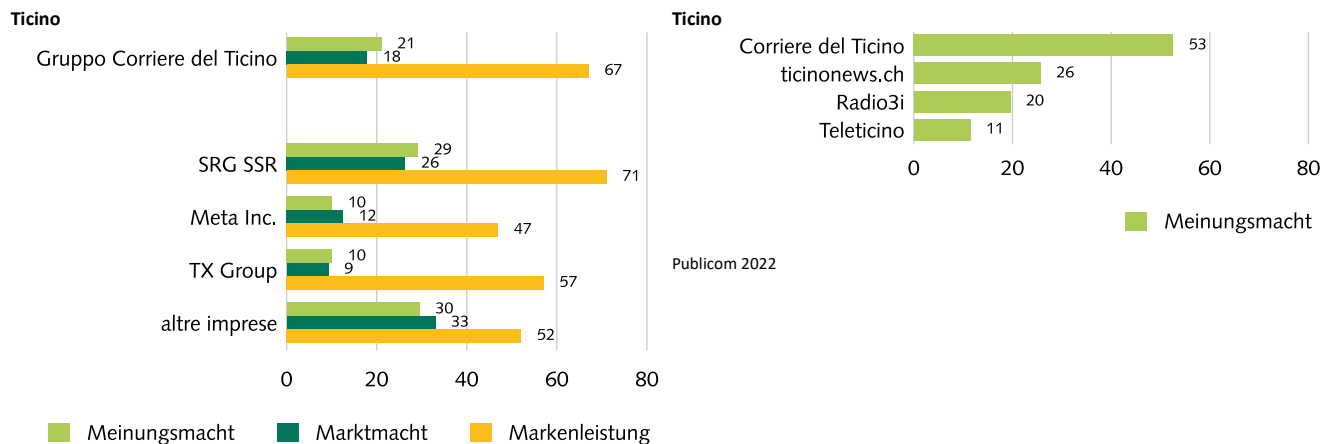


Publicom 2022

- Grosse Meinungsmacht:**
-
- Mittelgrosse Meinungsmacht:**
- > Ticino #3 mit 20% und Italienischer Schweiz ebenfalls #3 mit 20%
- Kleine bis mittlere Meinungsmacht:**
-
- Geringfügige Meinungsmacht:**
-
- Nicht vertreten** in gesamter französischer und deutscher Schweiz

Abb. 2: Meinungsmacht von Gruppo Corriere del Ticino: Konkurrenzvergleich / Meinungsmacht Medienmarken

Links: Anteile Top 5-Konzerne an Meinungsmacht 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 2022

- > **Gruppo Corriere del Ticino** ist in **Ticino #2** bei **Meinungsmacht** (20%) und **Marktmacht** (18%), klar hinter SRG SSR (32% Meinungsmacht) aber deutlich vor Meta (10%) und TX Group (9%)
- > Gute qualitative **Markenleistung** in Ticino: Gruppo Corriere del Ticino knapp hinter SRG SSR (71), aber deutlich vor TX Group (57)
- > Corriere del Ticino ist stärkste Marke für Gruppo Corriere del Ticino-**Meinungsmacht**; insgesamt #1 in Ticino mit 53 Indexpunkten, vor RSI LA 1 (46) tio.ch (39) und LaRegion (38)
- > **Ticinonews.ch** ist zweitstärkste Gruppo Corriere del Ticino-Marke (26) mit nur halb so viel der Meinungsmacht des Corriere, in Ticino die #8
- > 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

- > Matteo Pelli verlässt "TeleTicino" und "Radio3i" per 1. August 2021 und wird in der **Rolle des Direktors** von Sacha Dalcol ersetzt (28.05.2021).
- > Goldbach vermarktet seit Anfang Jahr das gesamte **Portfolio** der Gruppo Corriere del Ticino (20.01.2021).

Methodische Anmerkungen

Der *Medienmonitor Schweiz* untersucht den Einfluss von insgesamt **172 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