

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).

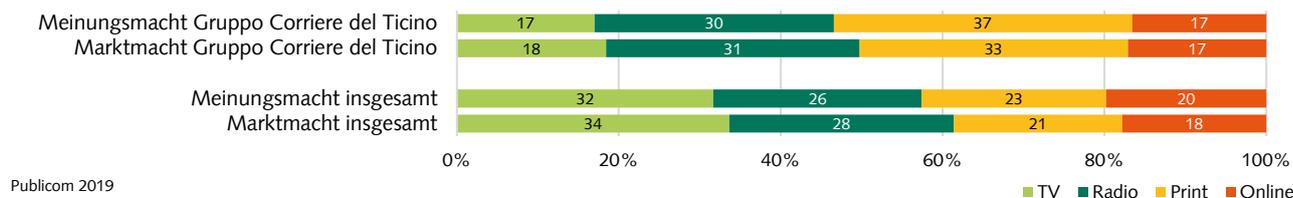
Basisinformationen

CORRIERE DEL TICINO GRUPPO

Geschäftssitz:	Neggio
Name im Handelsregister:	Fondazione per il Corriere del Ticino
Aktionariat:	-
Kennzahlen:	keine Geschäftszahlen verfügbar
Untersuchtes Sample:	4 Medienmarken

Abb. 1: Meinungsmacht und Marktmacht – Publizistische Schwerpunkte des Gruppo Corriere del Ticino

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



- > Erster **Schwerpunkt** ist **Print**, mit **37%** des Meinungsmacht-Potenzials und 33% der gesamten Marktmacht von Gruppo Corriere del Ticino
- > **Radio** ist zweites Standbein, erzielt **30%** der Meinungsmacht und 31% der Marktmacht des Konzerns
- > **Online** und **TV** tragen je etwa ein gutes **Sechstel** an Meinungs- und Marktmacht von Gruppo Corriere del Ticino bei
- > **Meinungsmacht-Zunahme** bei Radio (+4), Abnahme bei Print (-2), Online (-1) und TV (-1) seit 2017
- > **Schweizer Meinungsmarkt** insgesamt: TV (32%) vor Radio (26%), Print (23%) und Online (20%)

Abb. 2: Regionale Meinungsmacht des Gruppo Corriere del Ticino

Anteile Konzern an gesamter Meinungsmacht in Medienräumen



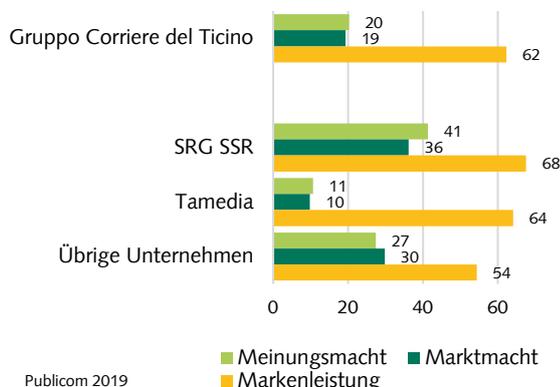
- Grosse Meinungsmacht:**
-
- Mittelgrosse Meinungsmacht:**
- > **Ticino** Nr. 2 mit **20%**
- Kleine bis mittlere Meinungsmacht:**
-
- Geringfügige Meinungsmacht:**
-
- Nicht vertreten** in gesamter Französischer Schweiz sowie Deutscher Schweiz

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

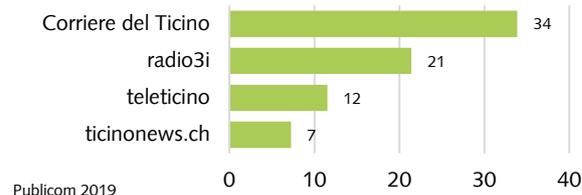
Links: Anteile Top 5-Konzerne an Meinungs- und Marktmacht in Ticino; Mittelwerte für Markenleistung (Index 0 bis 100)

Rechts: Meinungsmacht Gruppo Corriere del Ticino-Medienmarken in Ticino (Indexwerte 0 bis 100)

Ticino



Ticino



- > **Gruppo Corriere del Ticino** ist in Ticino **Nr. 2** bei **Meinungsmacht** (20%) und **Marktmacht** (19%), klar hinter SRG SSR (41% Meinungsmacht), aber deutlich vor Tamedia (11%)
- > Gruppo Corriere del Ticino erreicht **drittstärkste qualitative Markenleistung** (Mittelwert von 62), hinter SRG SSR und Tamedia
- > **Corriere del Ticino** ist stärkste Marke für Gruppo Corriere del Ticino-Meinungsmacht; insgesamt **Nr. 3** in Ticino mit 34 Indexpunkten, hinter RSI LA 1 (45) und Rete Uno (36)
- > **radio3i** ist zweitstärkste Gruppo Corriere del Ticino-Marke (21); mit ca. 2/3 der Meinungsmacht des Corriere, in Ticino die Nr. 8
- > Weiter zurück: **teleticino** (Nr. 3 für Gruppo Corriere del Ticino und Nr. 14 in Ticino) und v.a. **ticinonews.ch** (Nr. 4 für Gruppo Corriere del Ticino und Nr. 17 in Ticino)

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** (tägliche Kontaktleistungen von Medienmarken, ermittelt durch Sekundäranalyse der Schweizer Währungsstudien von WEMF, Mediapulse und Net-Matrix).

- > 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.
- > Da offizielle Reichweitzahlen fehlen, wird für Social Media-Marken keine Markt- und Meinungsmacht ausgewiesen.

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