

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).

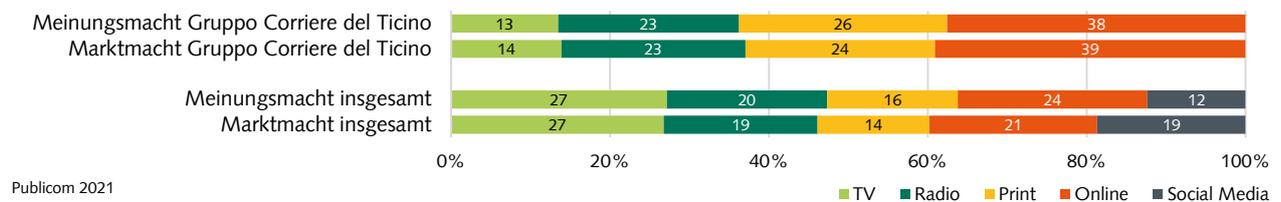
Basisinformationen

CORRIERE DEL TICINO GRUPPO

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

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

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



- > Erster **Schwerpunkt** ist **Online** mit **38%** des Meinungsmachtpotenzials und **39%** der gesamten Marktmacht von Gruppo Corriere del Ticino; hat im Jahr 2020 alle anderen Gattungen überholt
- > **Print** als zweites Standbein mit **26%** der Meinungsmacht und **24%** der Marktmacht des Konzerns

- > **Radio** trägt nicht einmal mehr ein Viertel an Meinungs- und Marktmacht von Gruppo Corriere del Ticino bei, TV schrumpft weiter auf **13%**
- > **Meinungsmachtzunahme** bei Online (+12), Abnahme bei Radio (-6), Print (-4) und TV (-2) seit 2019
- > **Schweizer Meinungsmacht** insgesamt: TV (27%) vor Online (24%), Radio (20%), Print (16%) und Social Media (12%)

Abb. 2: Regionale Meinungsmacht Gruppo Corriere del Ticino
Anteile Konzern an gesamter Meinungsmacht in Medienräumen



Publicom 2021

Grosse Meinungsmacht:

Mittelgrosse Meinungsmacht:

> Ticino #2 mit 20% und Italienischer Schweiz ebenfalls #2 mit 20%

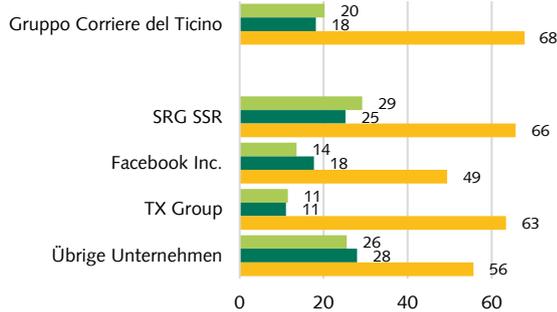
Kleine bis mittlere Meinungsmacht:

Geringfügige Meinungsmacht:

Nicht vertreten in gesamter französischer und deutscher Schweiz

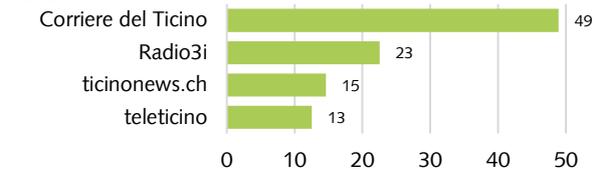
Abb. 3: Meinungsmacht von Gruppo Corriere del Ticino: Konkurrenzvergleich / Meinungsmacht Medienmarken
Links: Anteile Top 5-Konzerne an Meinungs- und Marktmacht in Ticino; Mittelwerte für Markenleistung (Index 0 bis 100)
Rechts: Meinungsmacht Gruppo Corriere del Ticino-Medienmarken in Ticino (Indexwerte 0 bis 100)

Ticino



Publicom 2021 ■ Meinungsmacht ■ Marktmacht ■ Markenleistung

Ticino



Publicom 2021

- > **Gruppo Corriere del Ticino** ist in Ticino #2 bei **Meinungsmacht** (20%) und **Marktmacht** (20%), klar hinter SRG SSR (29% Meinungsmacht) aber deutlich vor Facebook Inc. (14%) und TX Group (11%)
- > Ausgeglichene **qualitative Markenleistung in Ticino**: Gruppo Corriere del Ticino knapp hinter SRG SSR (66) und TX Group (63)

- > **Corriere del Ticino** ist stärkste Marke für Gruppo Corriere del Ticino-Meinungsmacht; insgesamt #1 in Ticino mit 49 Indexpunkten, vor RSI LA 1 (46) tio.ch (35) und Rete Uno (34)
- > **radio3i** ist zweitstärkste Gruppo Corriere del Ticino-Marke (23) mit fast 1/4 der Meinungsmacht des Corriere, in Ticino die #9
- > Weiter zurück: **ticonews.ch** (#3 für Gruppo Corriere del Ticino und #15 in Ticino) und **teleticino** (#4 für Gruppo Corriere del Ticino und #18 in Ticino)

Wichtige Veränderungen

- > Der Stiftungsrat hat den bisherigen Betriebsleiter, Pari-de Pelli, zum **neuen Chefredaktor** gewählt, der Fabio Pontiggia per 1. Januar 2021 ersetzen wird (24.09.2020).

Methodische Anmerkungen

Der *Medienmonitor Schweiz* untersucht den Einfluss von insgesamt **171 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.

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