

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).

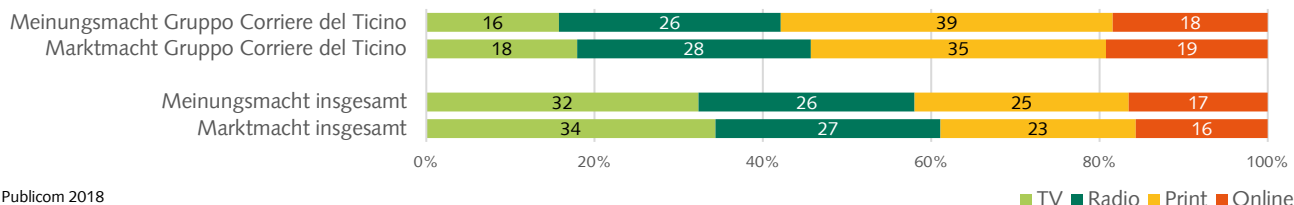
Basisinformationen

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 **39%** des Meinungsmacht-Potenzials und **35%** der gesamten Marktmacht von Gruppo Corriere del Ticino
- > **Radio** ist zweites Standbein, erzielt **26%** der Meinungsmacht und **25%** der Marktmacht des Konzerns
- > **Online** und **TV** tragen je etwa ein gutes **Sechstel** an Meinungs- und Marktmacht von Gruppo Corriere del Ticino bei
- > **Schweizer Meinungsmarkt** insgesamt: TV (**32%**) vor Radio (**26%**), Print (**25%**) und Online (**16%**)

Abb. 2: Regionale Meinungsmacht des Gruppo Corriere del Ticino

Anteile Konzern an gesamter Meinungsmacht in Medienräumen



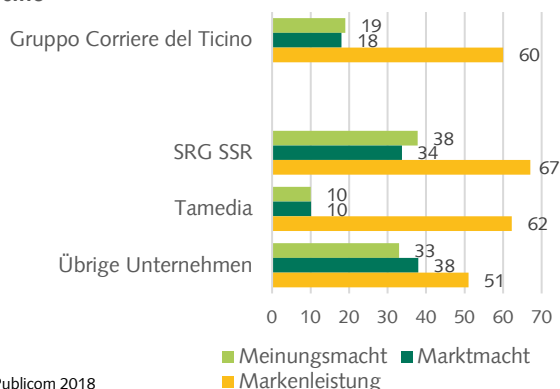
- Grosse Meinungsmacht:** -
- Mittelgrosse Meinungsmacht:**
 - > **Ticino** Nr. 2 mit **19%**
- Kleine bis mittlere Meinungsmacht:** -
- Geringfügige Meinungsmacht:** -
- Nicht vertreten** in gesamter Französischer Schweiz sowie Deutscher Schweiz

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)

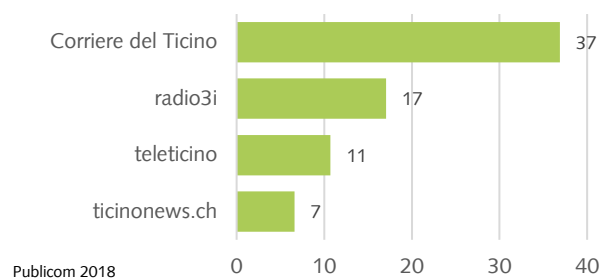
Rechts: Meinungsmacht Gruppo Corriere del Ticino-Medienmarken in Ticino (Indexwerte 0 bis 100)

Ticino



Publicom 2018

Ticino



Publicom 2018

- > **Gruppo Corriere del Ticino** ist in Ticino **Nr. 2** bei **Meinungsmacht** (22%) und **Marktmacht** (22%), klar hinter SRG SSR (38% Meinungsmacht), aber deutlich vor Tamedia (10%)
- > Gruppo Corriere del Ticino erreicht **zweitstärkste qualitative Markenleistung** (Mittelwert von 63), hinter SRG SSR und knapp vor Tamedia
- > **Corriere del Ticino** ist stärkste Marke für Gruppo Corriere del Ticino-Meinungsmacht; insgesamt **Nr. 2 in Ticino** mit 37 Indexpunkten, hinter RSI LA 1 (47) und vor Rete Uno (36)
- > **radio3i** ist zweitstärkste Gruppo Corriere del Ticino-Marke (17); mit mehr als halbiertes Meinungsmacht ggü. Corriere dT in Ticino die Nr. 9
- > 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)

Wichtige Veränderungen

- > Umbenennung des Konzerns von "mediaTI Holding SA" zu "Gruppo Corriere del Ticino" (13.2.2017).
- > Im September 2017 übernimmt Rezzonico Editore SA die 50%-Beteiligung von Ringier an der 2R media (Sonntagszeitung Il Caffè) (15.9.2017).
- > Auf Anfang 2018 endet Kooperation von Corriere del Ticino und Giornale del Popolo im Redaktions- und Werbebereich. Der Giornale wird ab diesem Datum wieder exklusiv durch die Publicitas vermarktet, der Corriere durch die eigene Tochtergesellschaft MediaTI Marketing; nach dem Konkurs der Publicitas wird der Giornale del Popolo (Print) am 18. Mai 2018 offiziell eingestellt.
- > Nach Publicitas-Konkurs gründen AZ Medien, Corriere del Ticino, NZZ, Tamedia und Verband Schweizer Medien neue Gesellschaft: AdAgent AG mit Sitz in Luzern (15.5.2018).

Methodische Anmerkungen

Der *Medienmonitor Schweiz* untersucht den Einfluss von insgesamt **170 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