

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).

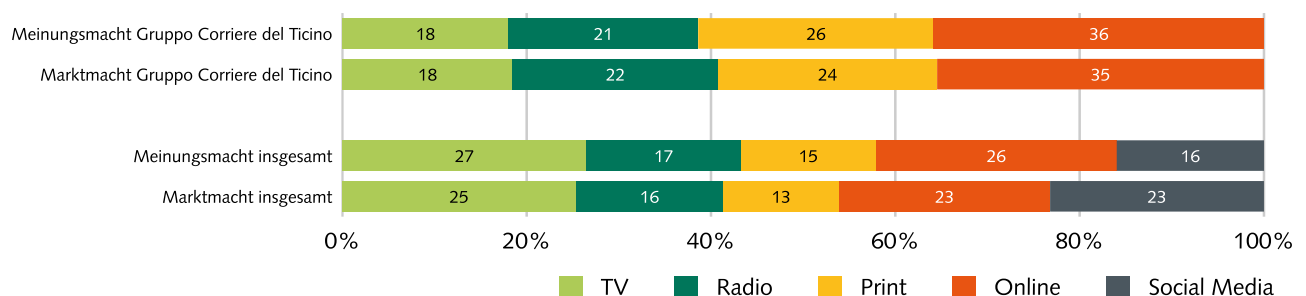
Basisinformationen

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 2026

- > Erster **Schwerpunkt** ist **Online** mit **36%** des Meinungsmachtpotenzials und **35%** der gesamten Marktmacht von Gruppo Corriere del Ticino
- > **Print** als zweites Standbein mit **26%** der Meinungsmacht und **24%** der Marktmacht des Konzerns
- > **Radio** mit **21%** resp. **22%** an Meinungs- und Marktmacht von Gruppo Corriere del Ticino
- > **TV** mit jeweils **18%** an Meinungs- und Marktmacht
- > **Meinungsmachtabnahme** bei Online (-3), Zunahme bei Radio (+2) und TV (+1) seit 2024; Print bleibt unverändert
- > Schweizer **Meinungsmacht** insgesamt: TV (27%) vor Online (26%), Radio (17%), Social Media (16%) und Print (15%)

Abb. 2: Regionale Meinungsmacht Gruppo Corriere del Ticino

Anteile Konzern an gesamter Meinungsmacht in Medienräumen



Publicum 2024

Grosse Meinungsmacht:

-

Mittelgrosse Meinungsmacht:

-

Kleine bis mittlere Meinungsmacht:

> Ticino #2 mit 18%

Geringfügige Meinungsmacht:

> Ganze Schweiz #7 mit 1%

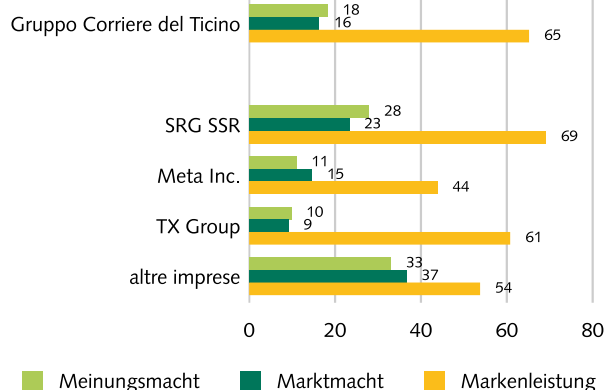
Nicht vertreten im Medienraum Französische Schweiz (Genève, Vaud/Fribourg/Valais, Arc Jurassien) und Deutsche Schweiz (Basel, Mittelland, Bern, Hochalpen, Zentralschweiz, Zürich Nordwest, Zürich Nordost, Zürich/See, St. Gallen, Graubünden)

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)

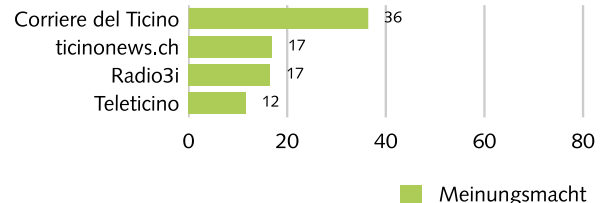
Rechts: Meinungsmacht Gruppo Corriere del Ticino-Medienmarken in Ticino (Indexwerte 0 bis 100)

Ticino



Publicum 2026

Ticino



Publicum 2026

- > **Gruppo Corriere del Ticino** ist in **Ticino #2** bei **Meinungsmacht** (18%) und **Marktmacht** (16%), hinter SRG SSR (28% Meinungsmacht) aber vor Meta (12%) und TX Group (10%)
- > Qualitative **Markenleistung** in Ticino: Gruppo Corriere del Ticino (65) hinter SRG SSR (69), aber deutlich vor TX Group (61) und Meta (44)

- > **Corriere del Ticino** ist stärkste Marke für Gruppo Corriere del Ticino-**Meinungsmacht**; insgesamt #2 in Ticino knapp hinter RSI LA 1
- > **Ticinonews.ch** ist zweitstärkste Gruppo Corriere del Ticino-Marke (17) mit weniger als halb so viel der Meinungsmacht des Corriere, in Ticino die #12
- > **Radio3i** (#3 für Gruppo Corriere del Ticino und #13 in Ticino) fast gleichauf mit ticinonews.ch
- > **Teleticino** schon weiter zurück (#4 für Gruppo Corriere del Ticino und #17 in Ticino)

Wichtige Veränderungen

La Domenica: Die Tessiner Sonntagszeitung verschwindet als eigenständige Publikation. Sie erscheint ab Januar 2026 als Beilage zur Samstagsausgabe des Corriere del Ticino. (14.10.2025)

Methodische Anmerkungen

Der *Medienmonitor Schweiz* untersucht den Einfluss von insgesamt **173 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 von Publicom – Beratung und Forschung für Medien und Kommunikation im Auftrag des Bundesamts für Kommunikation (BAKOM).

Weitere Informationen und Methodik unter www.medienmonitor-schweiz.ch