

Somedia

Portrait

Die Somedia mit Sitz in Chur ist ein führendes regionales Medienhaus in den Kantonen **Graubünden**, Glarus und im südlichen Teil des Kantons St. Gallen.

Das Unternehmen der Verlegerfamilie Lebrument gibt **Tages- und Wochenzeitungen** gedruckt und online heraus und betreibt einen **Radio**- und einen **TV-Sender**. Die Somedia ist Verlegerin der einzigen Tageszeitung in rätoromanischer Sprache. Zusammen mit der Sargansländer Druck AG und dem Vaduzer Medienhaus betreibt sie ein Druckzentrum im sanktgallischen Haag.

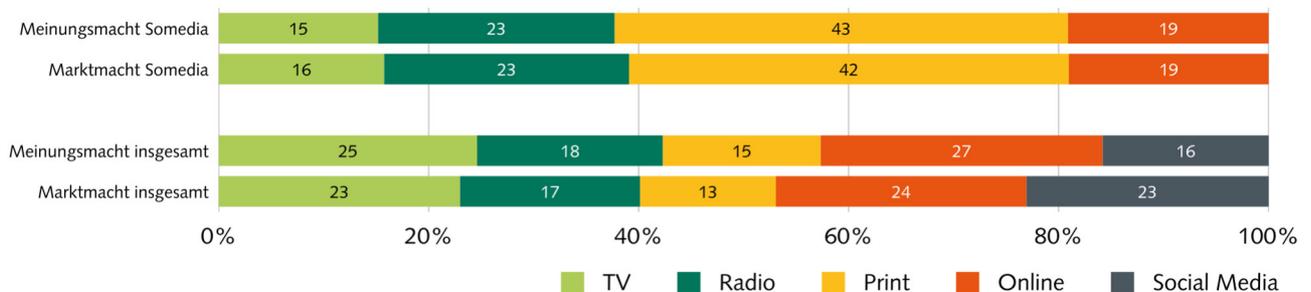
Basisinformationen

somedia

Geschäftssitz:	Chur
Name im Handelsregister:	Somedia AG
Aktionariat:	Familienbesitz
Kennzahlen:	Keine Geschäftszahlen verfügbar
Untersuchtes Sample:	5 Medienmarken

Abbildung 1: Meinungsmacht und Marktmacht – Publizistische Schwerpunkte von Somedia

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



Publicom 2024

- > Erster **Schwerpunkt** ist **Print** mit **43%** des Meinungsmachtpotenzials und 42% der gesamten Marktmacht von Somedia
- > **Radio** ist zweites Standbein, erzielt je **23%** der Meinungsmacht und Marktmacht des Konzerns
- > **Online** nimmt **19%** und **TV 15%** bzw. **16%** der Meinungs- und Marktmacht von Somedia ein
- > **Meinungsmachtzunahme** bei TV (+2) und Print (+1), Abnahme bei online (-2) seit 2022
- > **Schweizer Meinungsmacht** insgesamt: Online (27%) vor TV (25%), Radio (18%), Social Media (16%) und Print (15%)

Abb. 2: Regionale Meinungsmacht Somedia

Anteile Konzern an gesamter Meinungsmacht in Medienräumen



Grosse Meinungsmacht:

Mittelgrosse Meinungsmacht:

Kleine bis mittlere Meinungsmacht:

> Graubünden #2 mit 13%

Geringfügige Meinungsmacht:

> Zürich/See #7 mit 2%

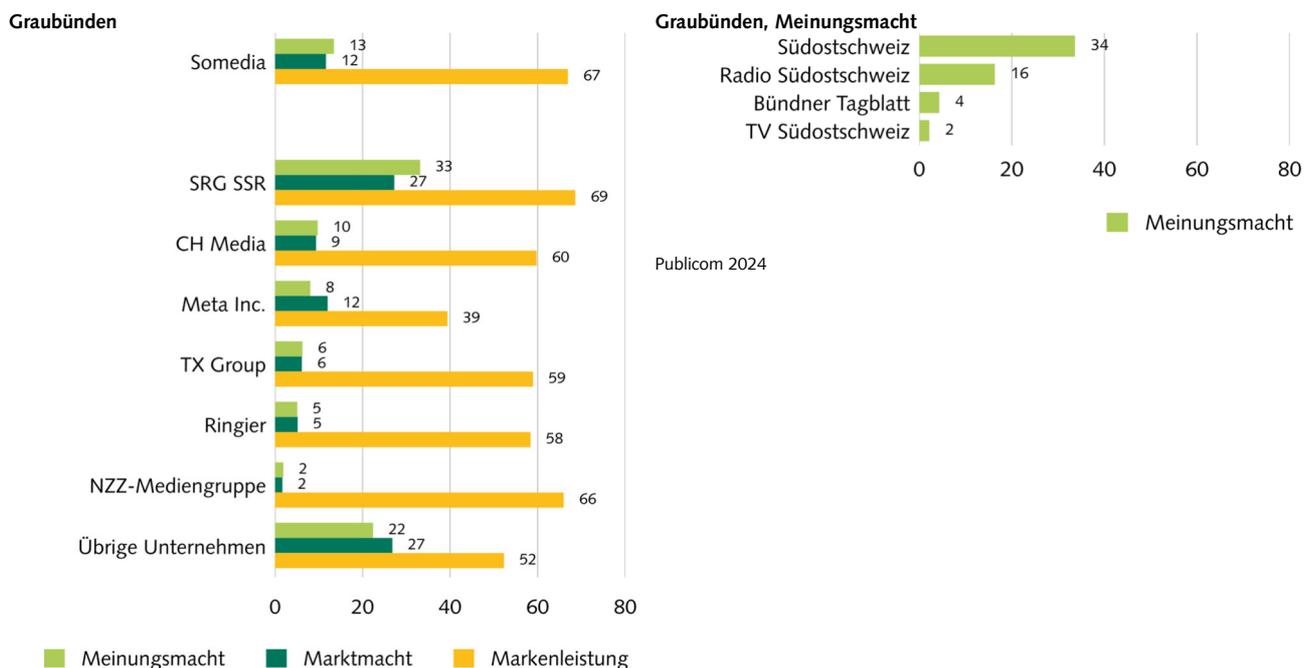
> Deutsche Schweiz #7 und Ganze Schweiz #9 mit je 1%

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

Publicom 2024

Abb. 3: Somedia: Konkurrenzvergleich / Meinungsmacht Medienmarken

Mittelwerte für Markenleistung (Index 0 bis 100) / Meinungsmacht Somedia-Marken in Graubünden (Indexwerte 0 bis 100)



- > Somedia ist in **Graubünden #2** bei **Meinungsmacht** (13%) und bei **Marktmacht** (12%), klar hinter SRG SSR (33% Meinungsmacht), aber vor CH Media (10%), Meta (8%), TX Group (6%), Ringier (5%) und NZZ-Mediengruppe (2%)
- > Somedia (67) erreicht in **Graubünden** eine **hohe qualitative Markenleistung**, knapp hinter SRG SSR (69), und vor NZZ-Mediengruppe (66), CH Media (60), TX Group (59), Ringier (58) und Meta (39)

- > Tageszeitung **Südostschweiz** ist stärkste Marke für Somedia-Meinungsmacht; insgesamt in **Graubünden #1**, vor SRF 1
- > **Radio Südostschweiz** ist zweitstärkste Somedia-Marke im Medienraum Graubünden #10
- > Weiter zurück sind das **Bündner Tagblatt** (#3 für Somedia und #30 in Graubünden) und v.a. **TV Südostschweiz** (#4 für Somedia und #36 in Graubünden)

Wichtige Veränderungen

- > Somedia betritt den Markt für medizinische Medien und Kommunikation, indem es die Somedia Health AG gründet. Im Rahmen dieser Initiative übernimmt Somedia Health das Westschweizer Unternehmen Helvète Media, das in der Westschweiz zwei Printmagazine herausgibt. (28.08.2023)

Methodische Anmerkungen

Der *Medienmonitor Schweiz* untersucht den Einfluss von insgesamt **181 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

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