

Medienraum Graubünden



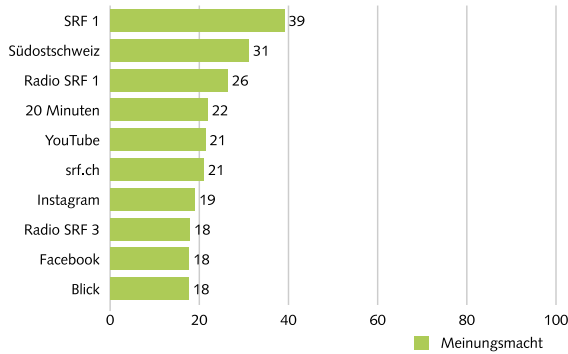
Basisinformationen

- > Geografie:
 - Kanton Graubünden (ohne Region Moesa, s. Medienraum Tessin)
 - Wahlkreise Sarganserland und Werdenberg (beide SG)
- > Ständige Wohnbevölkerung 15-79 Jahre: ca. 218'500 Personen (3.2% von gesamter Schweiz)
- > Sample Medienraum: 54 Medienmarken
- > Stichprobe Medienraum: N=200 Befragte

Abb. 1: Meinungsmacht, Marktmacht und Markenleistung von Medienmarken

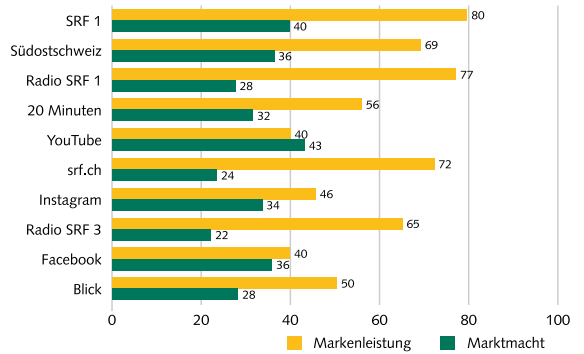
Top 10 Graubünden gesamt und Top 5 Meinungsmacht im Altersvergleich (Indexwerte 0 bis 100); *geringe Fallzahlen (N<30)

Graubünden



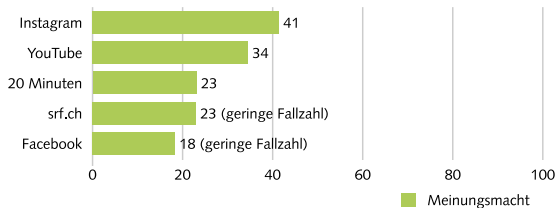
Publicom 2022

Graubünden



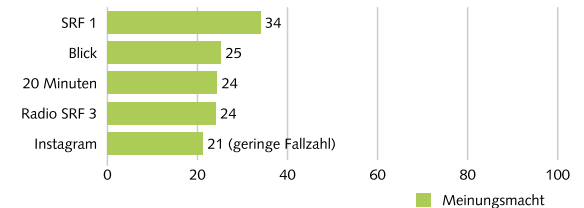
Publicom 2022

Graubünden, 15-29 Jahre



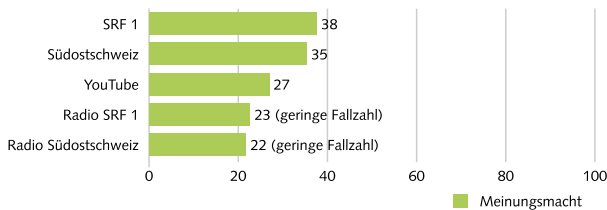
Publicom 2022

Graubünden, 30-44 Jahre



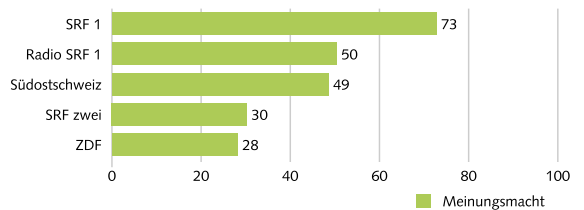
Publicom 2022

Graubünden, 45-59 Jahre



Publicom 2022

Graubünden, 60-79 Jahre



Publicom 2022

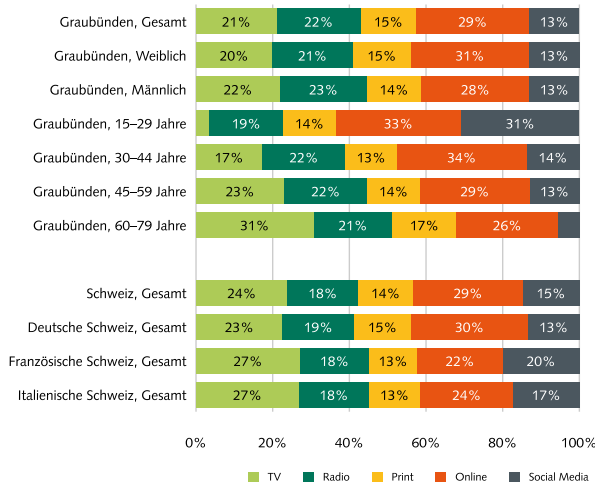
- > **SRF 1** mit deutlich grösstem Meinungsmacht-Potenzial in Graubünden
- > SRF 1 und Radio SRF 1 mit hervorragender qualitativer **Markenleistung**

- > **SRF 1** mit **grösster Meinungsmacht** in drei von vier Alterskategorien; **Instagram** bei U30
- > **20 Minuten** bei U45 in Top 3, **Instagram** in Top 5
- > **Südostschweiz** in Top 3 und **Radio SRF 1** in Top 4 bei U45

Abb. 2: Meinungsmacht Mediengattungen

Alters-, Geschlechts- und Regionen-Vergleich (Anteile an summierter Meinungsmacht in Medienraum)

Graubünden, Gesamt



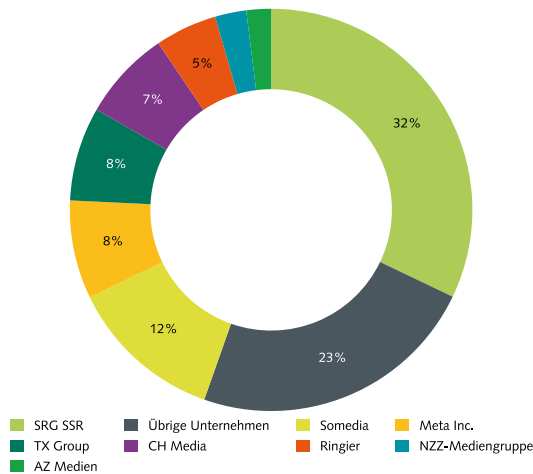
- > **Online (29%)** in Graubünden vor Radio (22%) bei **Meinungsmacht-Anteilen** der Mediengattungen, dahinter TV (21%), Print (15%) und Social Media (13%)
- > **Kleine Geschlechtsunterschiede:** Online bei Frauen mit Vorteilen, TV und Radio bei Männern
- > **Grosses Altersgefälle** bei TV und Social Media-Meinungsmacht: TV ab 60 Jahren über zehnmal so hoch wie U30, Social Media mehr als sechsmal so tief
- > Online bei U60 **stärkste Meinungsmacht**, TV bei Ü60
- > TV bei U30, Print bei 30-44-Jährige und Social Media bei Ü45 **schwächste Meinungsmacht**

Publicom 2022

Abb. 3: Meinungsmacht Medienkonzerne

Anteile an summierter Meinungsmacht in Medienraum

Graubünden, Gesamt



- > **SRG SSR** ist mit 32% Konzern mit grösstem Meinungsmacht-Anteil im Graubünden
- > **Somedia #2** mit 12%, gefolgt von **Meta** mit 8%, **TX Group** mit 8%, **CH Media** mit 7% und **Ringier** mit 5%
- > Hohe **Anbieterkonzentration:** grösste zwei Konzerne (SRG SSR und Somedia) erreichen keine **mehrheitliche Meinungsmacht** (44%)
- > **NZZ-Mediengruppe** und **AZ Medien** von untergeordneter Bedeutung
- > **Übrige Unternehmen** im Graubünden mit 23% an gesamter Meinungsmacht

Publicom 2022

Methodische Anmerkungen

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).

- > **Indexwerte** auf **Markenebene** (Abb. 1) kumulieren die täglichen Kontaktleistungen aller erhobenen Verbreitungskanäle der betreffenden Medienmarke, ausgewiesen als Teil des Netto-Universums (=Bevölkerung) im betreffenden Gebiet und Segment. Zur Berechnung des Meinungsmacht-Index wird der Marktmacht-Index mit dem Markenleistungs-Index gewichtet und in die Index-Skala (0 bis 100) normalisiert.
- > Befunde auf **Gattungsebene** (Abb. 2 und 3) kumulieren die täglichen Kontaktleistungen der Medienmarken im Verbreitungskanal. Die ermittelte Gattungs-Kontaktsumme wird als prozentualer **Anteil** des Brutto-Kontaktuniversums ausgewiesen (= Summe der Kontaktleistungen aller Verbreitungskanäle der im betreffenden Raum untersuchten Medienmarken).

Der **Medienmonitor Schweiz** ist eine Studie der Publicom AG im Auftrag des Bundesamts für Kommunikation (BAKOM).

Weitere Informationen unter www.medienmonitor-schweiz.ch