

## 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 Familienunternehmen des Verlegers Hanspeter 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 SargansländerDruck AG und dem Vaduzer Medienhaus betreibt sie ein Druckzentrum im sanktgallischen Haag.

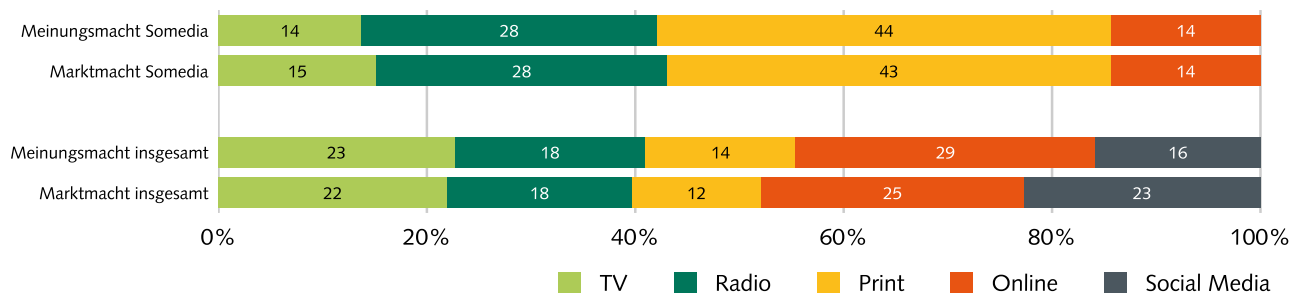
### Basisinformationen

**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 2023

- > Erster **Schwerpunkt** ist **Print** mit **44%** des Meinungsmachtpotenzials und 43% der gesamten Marktmacht von Somedia
- > **Radio** ist zweites Standbein, erzielt **28%** der Meinungsmacht und ebenso der Marktmacht des Konzerns
- > **TV** trägt ein **14%** an Meinungs- und 15% an Marktmacht von Somedia bei
- > **Online** nimmt 14% der Meinungs- bzw. 14% Marktmacht von Somedia ein
- > **Meinungsmachtzunahme** seit 2021 bei Radio (+1) und Print (+3); **Abnahme** bei Online (-2) und TV (-1)
- > **Schweizer Meinungsmarkt** insgesamt: Online (29%) vor TV (23%), Radio (18%), Social Media (16%) und Print (14%)

**Abb. 2: Regionale Meinungsmacht Somedia**

Anteile Konzern an gesamter Meinungsmacht in Medienräumen



**Grosse Meinungsmacht:**

**Mittelgrosse Meinungsmacht:**

**Kleine bis mittlere Meinungsmacht:**

> Graubünden: #3 mit 12%

**Geringfügige Meinungsmacht:**

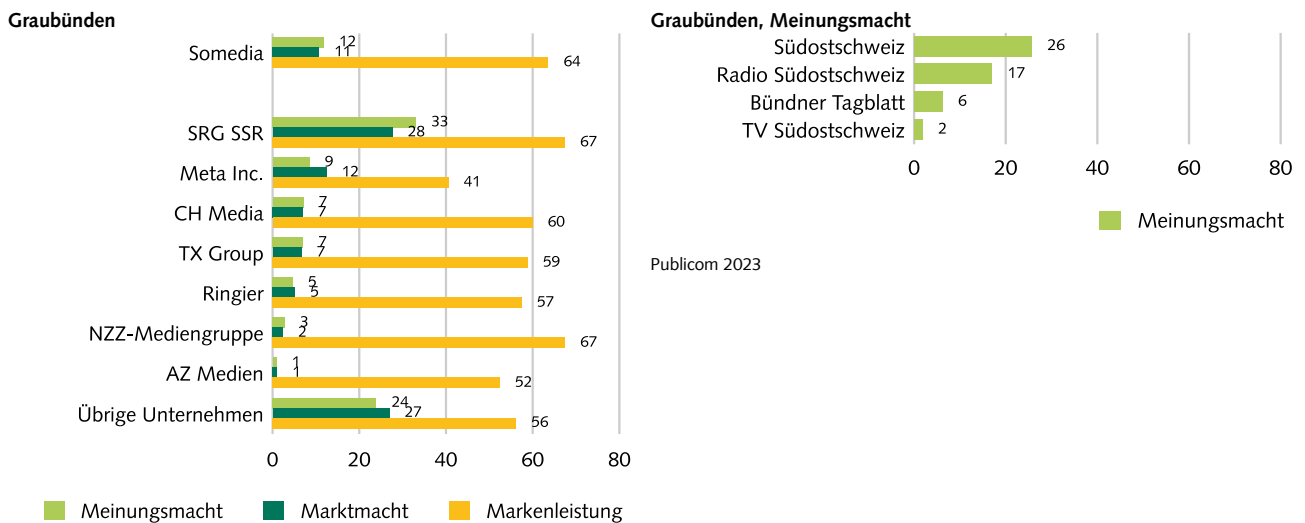
> Zürich/See: #9 mit 2%

**Nicht vertreten** in französischer Schweiz (Medienräume Genève, Vaud/Fribourg/Valais, Arc Jurassien), italienischer Schweiz (Ticino) und in folgenden Medienräumen der deutschen Schweiz: Zentralschweiz, Zürich Nordost, Zürich Nordwest, Basel, Mittelland, Bern, Hochalpen und St. Gallen

Publicom 2023

**Abb. 3: Samedia: Konkurrenzvergleich / Meinungsmacht Medienmarken**

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



Publicom 2023

- > Samedia ist in **Graubünden #2** bei **Meinungsmacht** (12%) und #3 bei **Marktmacht** (11%), klar hinter SRG SSR (33% Meinungsmacht), aber deutlich vor Meta (9%) und TX Group (7%)
- > Samedia erreicht **mittlere qualitative Markenleistung** (Mittelwert von 62), knapp hinter NZZ-Mediengruppe (67) und SRG SSR (67); vor CH Media (60), TX Group (59), Ringier (57) und AZ Medien (52)
- > Tageszeitung **Südschweiz** ist stärkste Marke für Samedia-Meinungsmacht; insgesamt in **Graubünden #2**, hinter SRF 1
- > **Radio Südschweiz** ist zweitstärkste Samedia-Marke im Medienraum Graubünden #9
- > Weiter zurück sind das **Bündner Tagblatt** (#3 für Samedia und #25 in Graubünden) und v.a. **TV Südschweiz** (#4 für Samedia und #38 in Graubünden)

## Wichtige Veränderungen

- > Die Mitgliederversammlung des Verlegerverbands Schweizer Medien (**VSM**) hat der seit 2018 als VR-Delegierter der Samedia Press AG und als Publizist tätige Bündner Andrea Masüger als **Verlegerpräsident** gewählt. Er löst damit Pietro Supino (TX Group) ab. (13.09.2022)
- > Samedia verkauft auf den 1. August 2022 die Rapperswiler Gratiszeitung "Obersee Nachrichten" an Fridolin-Medien. Ausserdem wird die Gratiszeitung "Glarner Woche" eingestellt. (25.05.2022)

## Methodische Anmerkungen

Der *Medienmonitor Schweiz* untersucht den Einfluss von insgesamt **176 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.
- > 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](http://www.medienmonitor-schweiz.ch)