

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.

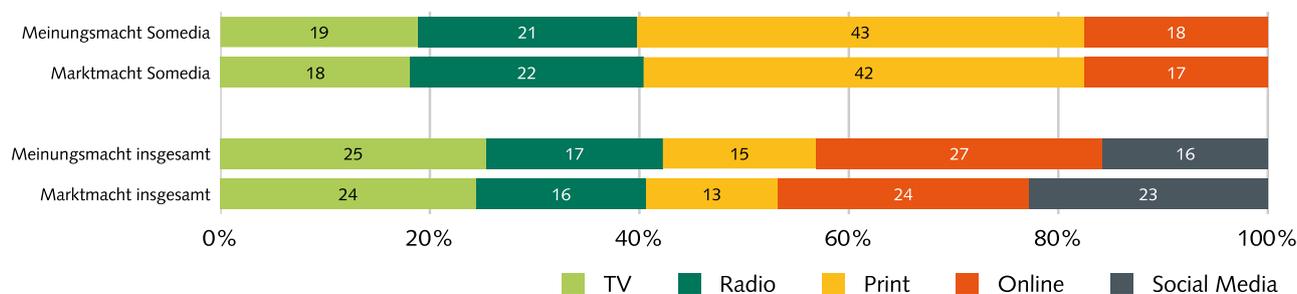
Basisinformationen

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 2025

- > Erster **Schwerpunkt** ist **Print** mit **43%** des Meinungsmachtpotenzials und 42% der gesamten Marktmacht von Somedia
- > **Radio** ist zweites Standbein, erzielt je **21%** der Meinungsmacht und 22% der Marktmacht des Konzerns
- > **TV** nimmt **19%** Meinungs- und 18% Marktmacht ein und **Online 18%** bzw. **17%**
- > **Meinungsmacht**abnahme bei Radio (-1) und Print (+1, keine Veränderungen bei restlichen Mediengattungen seit 2023
- > Schweizer **Meinungsmacht** insgesamt: Online (27%) vor TV (25%), Radio (17%), 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 11%

Geringfügige Meinungsmacht:

> Zürich/See #7 mit 2%

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

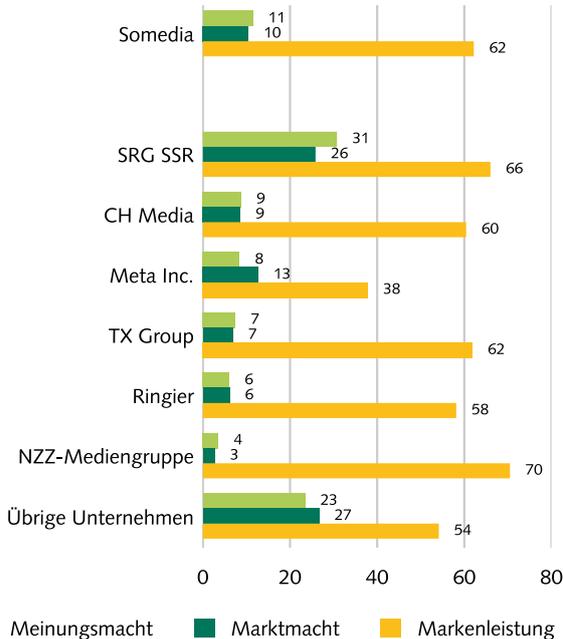
Nicht vertreten im Medienraum Französische Schweiz (Genève, Vaud/Fribourg/Valais, Arc Jurassien), Italienische Schweiz (Ticino), Bern, Basel, Zürich Nordwest, Mittelland, Hochalpen, Zentralschweiz, Zürich Nordost und St. Gallen

Publicom 2024

Abb. 3: Samedia: Konkurrenzvergleich / Meinungsmacht Medienmarken

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

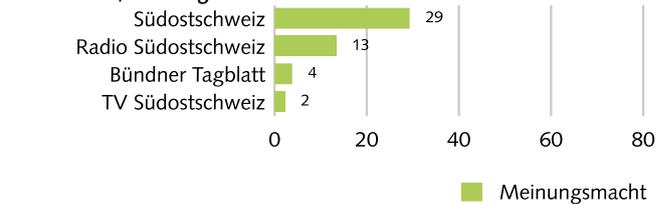
Graubünden



Publicom 2025

- > Samedia ist in **Graubünden #2** bei **Meinungsmacht** (11%) und bei **Marktmacht** (11%), klar hinter SRG SSR (31% Meinungsmacht), aber vor CH Media (9%), Meta (8%), TX Group (7%), Ringier (6%) und NZZ-Mediengruppe (4%)
- > Samedia (62) erreicht in **Graubünden** eine **überdurchschnittliche qualitative Markenleistung**, aber deutlich hinter NZZ-Mediengruppe (70), SRG SSR (66), gleichauf mit TX Group (62) und vor CH Media (60), Ringier (58) und Meta (38)

Graubünden, Meinungsmacht



Publicom 2025

- > Tageszeitung **Südostschweiz** ist stärkste Marke für Samedia-Meinungsmacht; insgesamt in **Graubünden #2**, hinter SRF 1
- > **Radio Südostschweiz** ist zweitstärkste Samedia-Marke im Medienraum Graubünden #12
- > Weiter zurück sind das **Bündner Tagblatt** (#3 für Samedia und #33 in Graubünden) und v.a. **TV Südostschweiz** (#4 für Samedia und #39 in Graubünden)

Wichtige Veränderungen

- > Bei der Neuvergabe der Radio-Konzessionen für die Jahre 2025 bis 2034 hat der Sender "Radio Südostschweiz" die Konzession zunächst zu-gunsten von "Radio Alpin" verloren. (11.01.2024) Samedia legte dagegen Beschwerde ein; das Verfahren ist per Ende 2024 noch hängig.

Methodische Anmerkungen

Der *Medienmonitor Schweiz* untersucht den Einfluss von insgesamt **182 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.