

Medienraum Graubünden



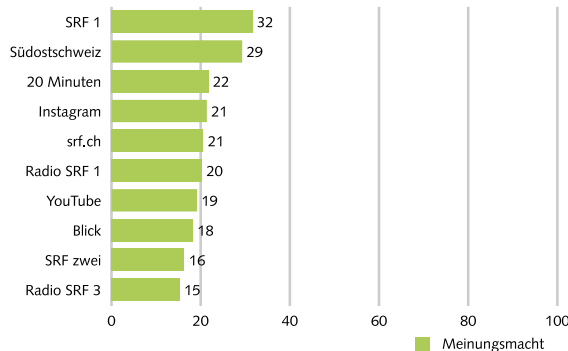
Basisinformationen

- > Geografie:
 - Kanton Graubünden (ohne Region Moesa, s. Medienraum Tessin)
 - Wahlkreise Sarganserland und Werdenberg (beide SG)
- > Ständige Wohnbevölkerung 15-79 Jahre: ca. 225'650 Personen (3 % von gesamter Schweiz)
- > Sample Medienraum: 55 Medienmarken
- > Stichprobe Medienraum: N=200 Befragte

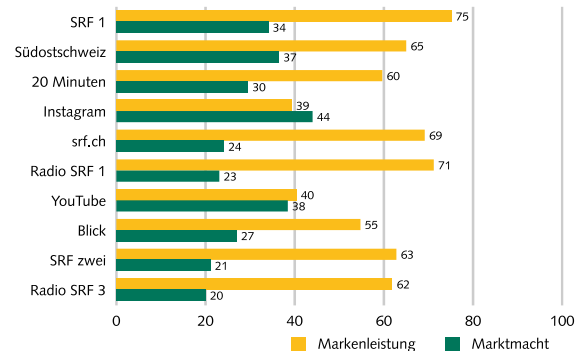
Abb. 1: Meinungsmacht, Marktmacht und Markenleistung von Medienmarken

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

Graubünden

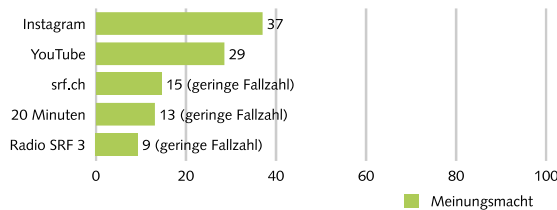


Graubünden



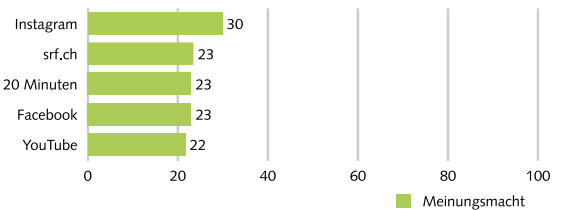
Publicum 2025

Graubünden, 15–29 Jahre



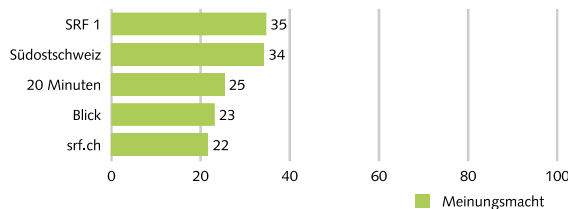
Publicum 2025

Graubünden, 30–44 Jahre



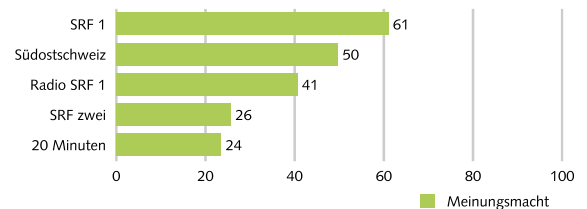
Publicum 2025

Graubünden, 45–59 Jahre



Publicum 2025

Graubünden, 60–79 Jahre



Publicum 2025

- > **SRF 1 (TV)** mit grösstem Meinungsmacht-Potenzial im Raum Graubünden, vor **Südostschweiz (Print)**, gefolgt von **20 Minuten**
- > **20 Minuten** in jeder Alterskategorie in **Top 5**, **srf.ch** in drei von vier Kategorien

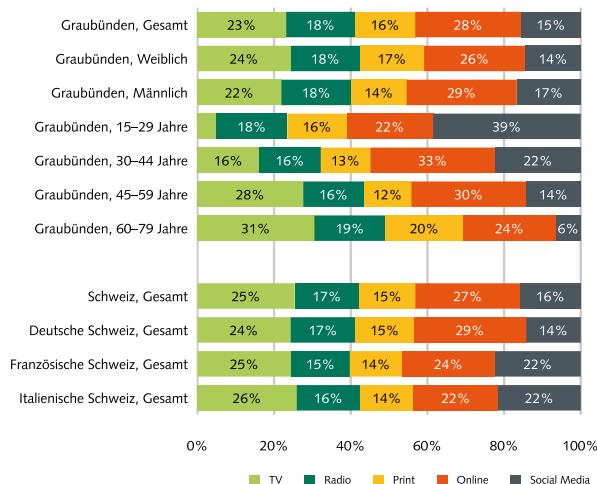
Publicum 2025

- > **SRF 1 (TV)** mit höchster qualitativer **Markenleistung**
- > **Instagram** und **YouTube** bei U45-Kategorien in **Top-5**, **Instagram** auf **#1**
- > **SRF 1 (TV)** und **Südostschweiz** bei Ü45-Kategorien in **Top-5**, **SRF 1 (TV)** auf **#1**

Abb. 2: Meinungsmacht Mediengattungen

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

Graubünden, Gesamt



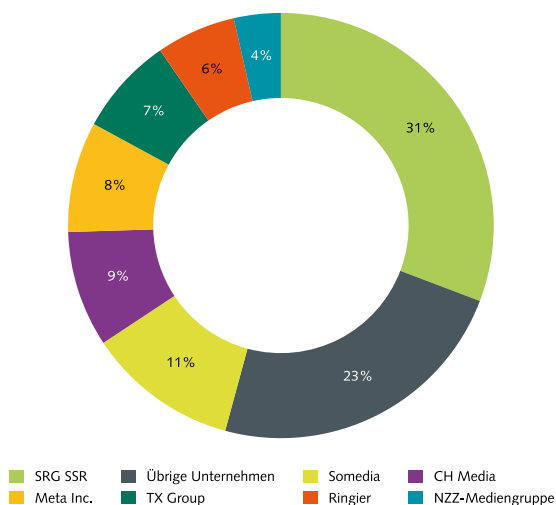
- > **Online** (28%) in Graubünden vor TV (23%) bei **Meinungsmacht-Anteilen** der Mediengattungen, dahinter Radio (18%), Print (16%) und Social Media (15%)
- > **Geschlechtsunterschiede:** Print und TV bei Frauen mit Vorteilen; Online und Social Media bei Männern
- > **Altersgefälle** bei **TV** und **Social Media**-Meinungsmacht: TV ab 60 Jahren über sechsmal so hoch wie U30, Social Media sechseinhalbmal so tief
- > Social Media bei U30 **stärkste Meinungsmacht**, Online bei 30-59-Jährigen und TV bei Ü60
- > TV bei U30, Print bei 30-59-Jährige und Social Media bei Ü60 **schwächste Meinungsmacht**

Publicom 2025

Abb. 3: Meinungsmacht Medienkonzerne

Anteile an summierter Meinungsmacht in Medienraum

Graubünden, Gesamt



- > **SRG SSR** ist mit 31% Konzern mit grösstem Meinungsmacht-Anteil im Graubünden
- > **Somedia** #2 mit 11%, gefolgt von **CH Media** mit 9%, **Meta** mit 8%, **TX Group** mit 7%, **Ringier** mit 6% und **NZZ-Mediengruppe** mit 4%
- > **Anbieterkonzentration:** grösste zwei Konzerne (SRG SSR und Somedia) erreichen keine **mehrheitliche Meinungsmacht** (42%)
- > **Übrige Unternehmen** im Graubünden mit 23% an gesamter Meinungsmacht

Publicom 2025

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 Verbreitungs Kanäle 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