

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.

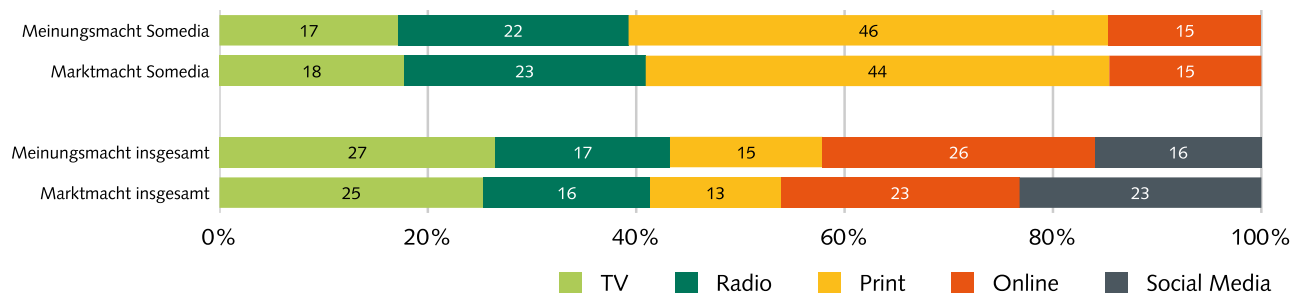
Basisinformationen

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 2026

- > Erster **Schwerpunkt** ist **Print** mit **46%** des Meinungsmachtpotenzials und 44% der gesamten Marktmacht von Somedia
- > **Radio** ist zweites Standbein, erzielt je **22%** der Meinungsmacht und 23% der Marktmacht des Konzerns
- > **TV** nimmt **17%** Meinungs- und 18% Marktmacht ein und **Online** jeweils **15%**
- > **Meinungsmachtabnahme** bei Online (-3) und TV (-2), Zunahme bei Print (+3) und Radio (+1) seit 2024
- > Schweizer **Meinungsmacht** insgesamt: TV (27%) vor Online (26%), Radio (17%), Social Media (16%) und Print (15%)

Abb. 2: Regionale Meinungsmacht Somedia

Anteile Konzern an gesamter Meinungsmacht in Medienräumen



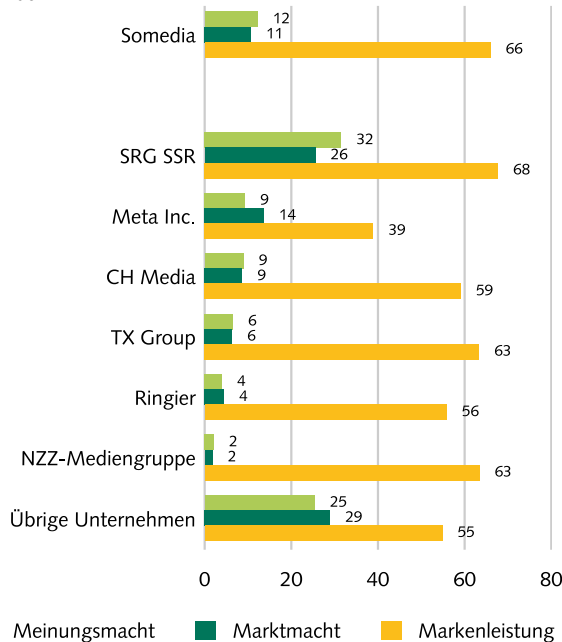
- Grosse Meinungsmacht:**
- Mittelgrosse Meinungsmacht:**
- Kleine bis mittlere Meinungsmacht:**
 - > Graubünden #2 mit 12%
- Geringfügige Meinungsmacht:**
 - > Zürich/See #7 mit 2%
 - > Deutsche Schweiz #7 und Ganze Schweiz #7 mit je 1%
- Nicht vertreten** im Medienraum Französische Schweiz (Genève, Vaud/Fribourg/Valais, Arc Jurassien), Italienische Schweiz (Ticino), Bern, Basel, Zürich Nordwest, Mittelland, Hochalpen, Zentralschweiz, Zürich Nordost und St. Gallen

Publicom 2026

Abb. 3: Samedia: Konkurrenzvergleich / Meinungsmacht Medienmarken

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

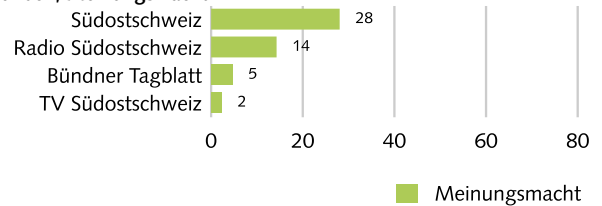
Graubünden



Publicom 2026

- > Samedia ist in **Graubünden #2** bei **Meinungsmacht** (12%) und **#3** bei **Marktmacht** (11%), klar hinter SRG SSR (32% Meinungsmacht), aber vor CH Media (9%), Meta (9%), TX Group (6%), Ringier (4%) und NZZ-Mediengruppe (2%)
- > Samedia (66) erreicht in **Graubünden** eine **überdurchschnittliche qualitative Markenleistung**, knapp hinter SRG SSR (68) und vor NZZ-Mediengruppe (63), TX Group (63) und vor CH Media (59), Ringier (56) und Meta (39)

Graubünden, Meinungsmacht



Publicom 2026

- > Tageszeitung **Südostschweiz** ist stärkste Marke für Samedia-Meinungsmacht; insgesamt in **Graubünden #2**, hinter SRF 1
- > **Radio Südostschweiz** ist zweitstärkste Samedia-Marke im Medienraum Graubünden #9
- > Weiter zurück sind das **Bündner Tagblatt** (#3 für Samedia und #30 in Graubünden) und v.a. **TV Südostschweiz** (#4 für Samedia und #35 in Graubünden)

Wichtige Veränderungen

- > Die "Südostschweiz Gesamtausgabe" verstärkt sich ab 2026 durch den "Rheintaler" sowie die "Rheintalische Volkszeitung" und übernimmt diese von der Galledia AG. (02.09.2025)
- > Samedia übernimmt die seit 1965 bestehende, finanziell angeschlagene Glarner Wochenzeitung "Fridolin". Redaktion und publizistisches Profil der Gratiszeitung mit einer Auflage von über 32'000 Exemplaren bleiben unverändert. (25.07.2025)

Die 2024 an Radio Alpin AG vergebene Konzession wird nach einer Beschwerde beim Bundesverwaltungsgericht wieder der Südostschweiz Radio AG zugesprochen. Sie behält die Konzession für das Versorgungsgebiet Südostschweiz-Glarus bis 2034. (30.01.2025)

Methodische Anmerkungen

Der *Medienmonitor Schweiz* untersucht den Einfluss von insgesamt **173 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 von Publicom – Beratung und Forschung für Medien und Kommunikation im Auftrag des Bundesamts für Kommunikation (BAKOM).

Weitere Informationen und Methodik unter www.medienmonitor-schweiz.ch