

Medienraum St. Gallen

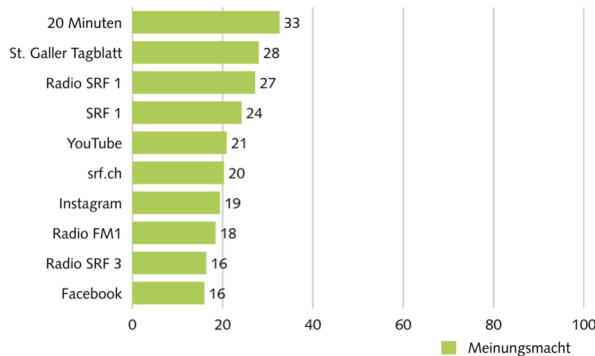


Basisinformationen

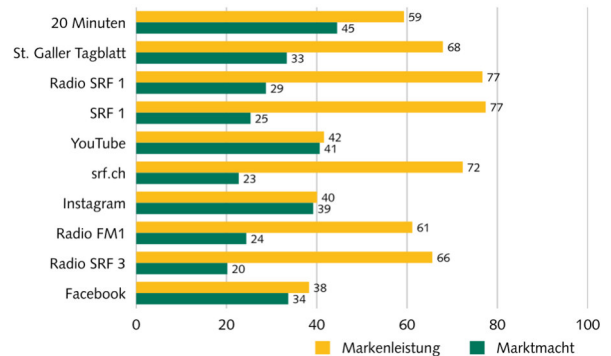
- > Geografie:
 - Wahlkreise Rheintal, Rorschach, St. Gallen, Toggenburg, Wil (alle SG)
 - Kantone Appenzell Ausserrhoden und Appenzell Innerrhoden
- > Ständige Wohnbevölkerung 15-79 Jahre: ca. 437'450 Personen (6% von gesamter Schweiz)
- > Sample Medienraum: 55 Medienmarken
- > Stichprobe Medienraum: N=274 Befragte

Abb. 1: Meinungsmacht, Marktmacht und Markenleistung von Medienmarken
Top 10 St. Gallen gesamt und Top 5 Meinungsmacht im Altersvergleich (Indexwerte 0 bis 100)

St. Gallen

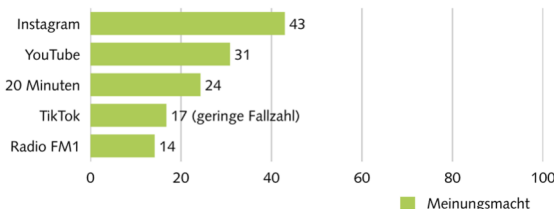


St. Gallen



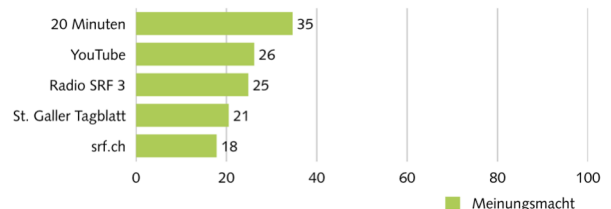
Publicum 2024

St. Gallen, 15–29 Jahre



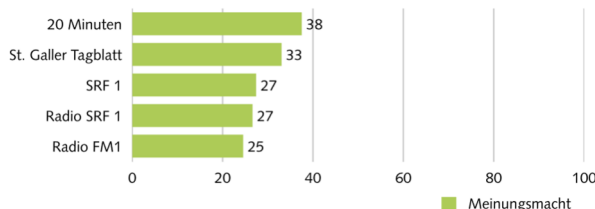
Publicum 2024

St. Gallen, 30–44 Jahre



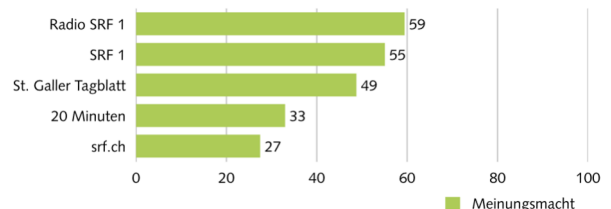
Publicum 2024

St. Gallen, 45–59 Jahre



Publicum 2024

St. Gallen, 60–79 Jahre



Publicum 2024

- > **20 Minuten** mit grösstem Meinungsmacht-Potenzial im Raum St. Gallen, vor **St. Galler Tagblatt**, gefolgt von **Radio SRF 1**
- > **20 Minuten** in jeder Alterskategorie in **Top 5**, bei 30-59 Jährigen auf **#1**
- > **St. Galler Tagblatt** in drei von vier Kategorien in **Top 5**
- > **Instagram** bei U30- Kategorien auf **#1**

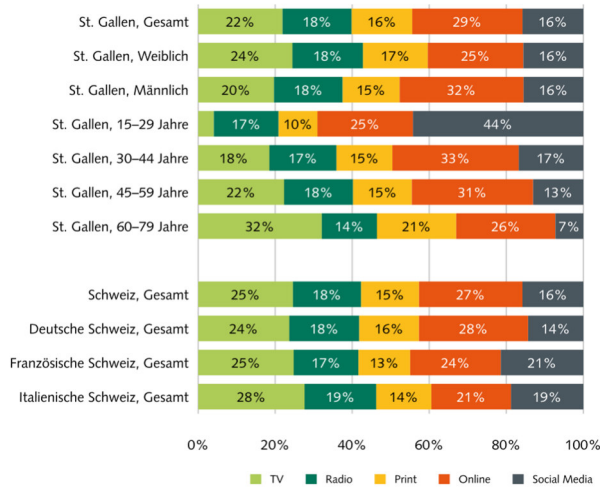
Publicum 2024

- > **Radio SRF 1** und **SRF 1** (TV) mit sehr guter qualitativer **Markenleistung**
- > Radio SRF 1 und SRF 1 bei Ü45 in **Top-5**, Radio SRF 1 bei Ü60 auf **#1**
- > YouTube bei U30, Radio FM 1 bei 15-29- und bei 45-59-Jährigen und srf.ch bei 30-44 und bei Ü60 in **Top-5**

Abb. 2: Meinungsmacht Mediengattungen

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

St. Gallen, Gesamt



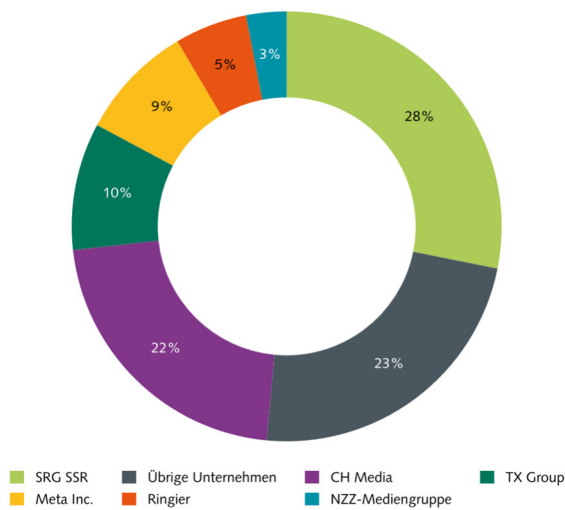
- > **Online (29%)** in St. Gallen deutlich vor TV (22%) bei **Meinungsmacht-Anteilen** der Mediengattungen, dahinter Radio (18%), Print und Social Media (je 16%)
- > **Geschlechtsunterschiede:** TV und Print bei Frauen mit Vorteilen, Online bei Männern mit grossen Vorteilen
- > **Grosses Altersgefälle** bei TV und Social Media-Meinungsmacht: TV ab 60 Jahren achtmal so hoch wie U30, Social Media über sechsmal so tief
- > Social Media bei U30 **stärkste Meinungsmacht**, Online bei 30-59-Jährigen und TV bei Ü60
- > TV bei U30, Print bei 30-44-Jährige und Social Media bei Ü45 **schwächste Meinungsmacht**

Publicom 2024

Abb. 3: Meinungsmacht Medienkonzerne

Anteile an summierter Meinungsmacht in Medienraum

St. Gallen, Gesamt



- > **SRG SSR** ist mit 28% Konzern mit grösstem Meinungsmacht-Anteil in St. Gallen
- > **CH Media #2** mit 22%, gefolgt von **TX Group** mit 10%, **Meta** mit 9%, **Ringier** mit 5% und **NZZ-Mediengruppe** mit 3%.
- > Hohe **Anbieterkonzentration:** grösste zwei Konzerne (SRG SSR und CH Media) erreichen knapp keine **mehrheitliche Meinungsmacht (50%)**
- > **Übrige Unternehmen** in St. Gallen mit 23% an gesamter Meinungsmacht

Publicom 2024

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 Verbreitungs Kanäle 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