

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.

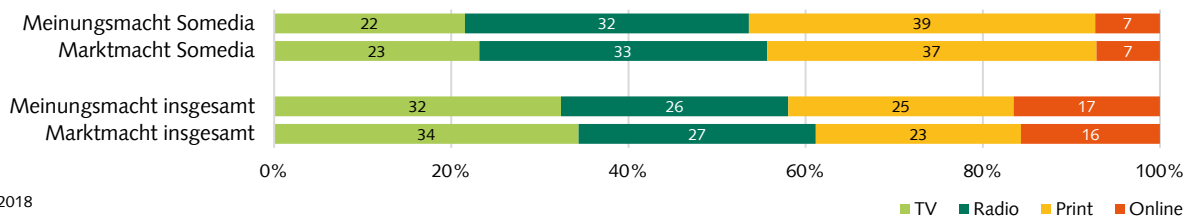
Basisinformationen

somedia

Geschäftssitz:	Chur
Name im Handelsregister:	Somedia AG
Aktionariat:	Familienbesitz
Kennzahlen:	keine Geschäftszahlen verfügbar
Untersuchtes Sample:	4 Medienmarken

Abb. 1: Meinungsmacht und Marktmacht – Publizistische Schwerpunkte von Somedia

Anteile Mediengattungen bzw. Verbreitungskanäle an summierter nationaler Meinungs- und Marktmacht des Konzerns



- > Erster **Schwerpunkt** ist **Print**, mit **39%** des Meinungsmacht-Potenzials und **37%** der gesamten Marktmacht von Somedia
- > **Radio** ist zweites Standbein, erzielt **ein Drittel%** der Meinungsmacht und **30%** der Marktmacht des Konzerns
- > **TV** trägt rund ein **Fünftel** an Meinungs- und Marktmacht von Somedia bei; **Online** ist mit **7%** klares Schlusslicht
- > **Schweizer Meinungsmarkt** insgesamt: TV (**32%**) vor Radio (**26%**), Print (**25%**) und Online (**17%**)

Abb. 2: Regionale Meinungsmacht von Somedia

Anteile Konzern an gesamter Meinungsmacht in Medienräumen



- Grosse Meinungsmacht:**
-
- Mittelgrosse Meinungsmacht:**
- > **Graubünden:** Somedia Nr. 2 mit **15%**
- Kleine bis mittlere Meinungsmacht:**
-
- Geringfügige Meinungsmacht:**
- > Zürich/See: Nr. 6 mit **2%**

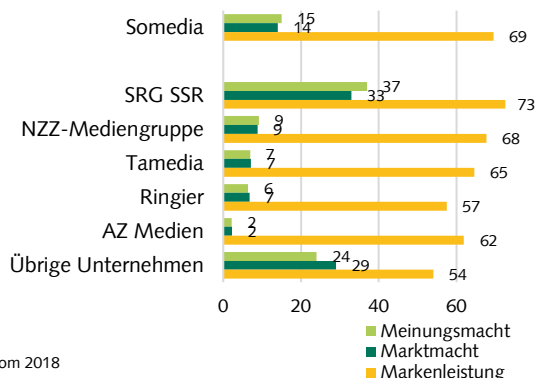
Nicht vertreten in Französischer Schweiz (Medienräume Genève, Vaud/Fribourg/Valais, Arc Jurassien), Italienischer Schweiz (Ticino) und in folgenden Medienräumen der Deutschen Schweiz: Zentralschweiz, Zürich Nordwest, Basel, Mittelland, Bern, Hochalpen und St. Gallen

Abb. 3: Somedia: Konkurrenzvergleich / Meinungsmacht Medienmarken

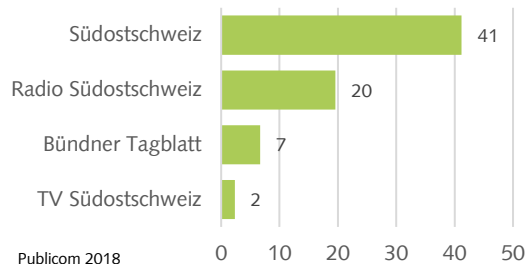
Links: Anteile Top 5-Konzerne an Meinungs- und Marktmacht in Graubünden; Mittelwerte für Markenleistung (Index 0 bis 100)

Rechts: Meinungsmacht Somedia-Medienmarken in Graubünden (Indexwerte 0 bis 100)

Graubünden



Graubünden



- > **Somedia** ist in **Graubünden Nr. 2** bei **Meinungsmacht** (15%) und **Marktmacht** (14%), klar hinter SRG SSR (37% Meinungsmacht), aber deutlich vor NZZ Mediengruppe (9%)
- > Somedia erreicht **zweitstärkste qualitative Markenleistung** (Mittelwert von 69), hinter SRG SSR und knapp vor NZZ
- > Tageszeitung **Südostschweiz** ist stärkste Marke für Somedia-Meinungsmacht; insgesamt **Nr. 3 in Graubünden**, hinter SRF 1 und Radio SRF 1
- > **Radio Südostschweiz** ist zweitstärkste Somedia-Marke im Medienraum Graubünden Nr. 6
- > Weit zurück: **Bündner Tagblatt** (Nr. 3 für Somedia und Nr. 14 in Graubünden) und v.a. **TV Südostschweiz** (Nr. 4 für Somedia und Nr. 29 in Graubünden)

Wichtige Veränderungen

- > Somedia will Defizit bei "La Quotidiana" (einzige rätoromanische Tageszeitung) nicht mehr länger tragen (29.3.2018).
- > Basler Zeitung kooperiert mit Somedia in Layout und Korrektorat (29.3.2017)
- > Die in finanziellen Schwierigkeiten steckende rätoromanische Tageszeitung "La Quotidiana" erscheint auch 2018 (17.8.2017).
- > Südostschweiz und Basler Zeitung prüfen gemeinsamen Mantelteil (24.10.2017).
- > Nach Prüfung: Kein gemeinsamer Mantelteil von Südostschweiz und Basler Zeitung (29.1.2018).
- > Somedia legt Redaktionen von Südostschweiz und Bündner Tagblatt zusammen (30.1.18).
- > "Werbewoche" von Somedia an Galledia verkauft (12.4.2018).
- > Somedia (51%) und Tamedia (49%) gründen LZ Linth Zeitung AG, Zürichsee-Zeitung (Obersee) und Südostschweiz (Gaster & See) gehen in Linth-Zeitung auf (31.8.2018).

Methodische Anmerkungen

Der *Medienmonitor Schweiz* untersucht den Einfluss von insgesamt **170 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** (tägliche Kontaktleistungen von Medienmarken, ermittelt durch Sekundäranalyse der Schweizer Währungsstudien von WEMF, Mediapulse und Net-Matrix).

- > Befunde auf **Gattungsebene** kumulieren die täglichen Kontaktleistungen für jeden Verbreitungs kanal, 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