

Medienraum Graubünden



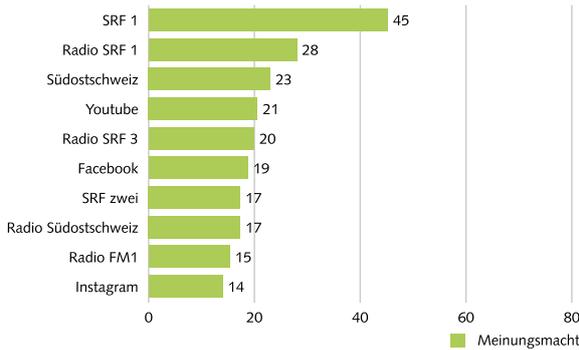
Basisinformationen

- > Geografie:
 - Kanton Graubünden (ohne Region Moesa, s. Medienraum Tessin)
 - Wahlkreise Sarganserland und Werdenberg (beide SG)
- > Ständige Wohnbevölkerung 15-79 Jahre: ca. 218'500 Personen (3.2% von gesamter Schweiz)
- > Sample Medienraum: 53 Medienmarken
- > Stichprobe Medienraum: N=209 Befragte

Abb. 1: Meinungsmacht, Marktmacht und Markenleistung von Medienmarken

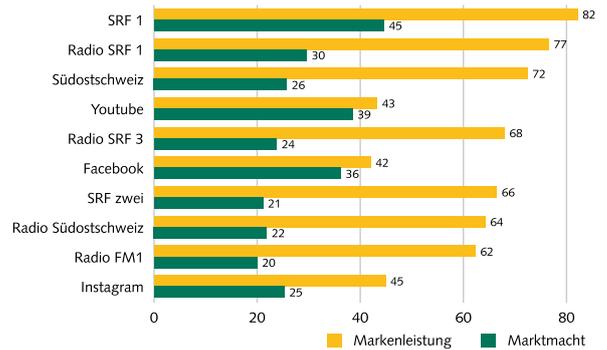
Top 10 Graubünden gesamt und Top 5 Meinungsmacht im Altersvergleich (Indexwerte 0 bis 100)

Graubünden



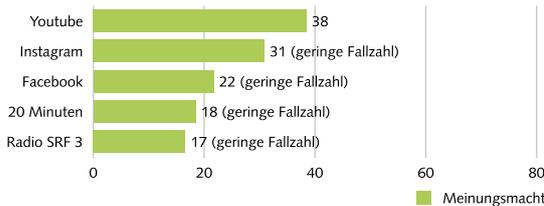
Publicom 2021

Graubünden



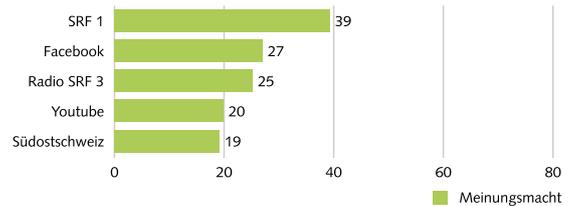
Publicom 2021

Graubünden, 15-29 Jahre



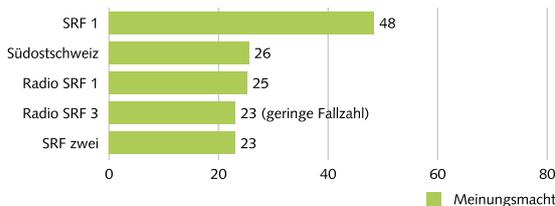
Publicom 2021

Graubünden, 30-44 Jahre



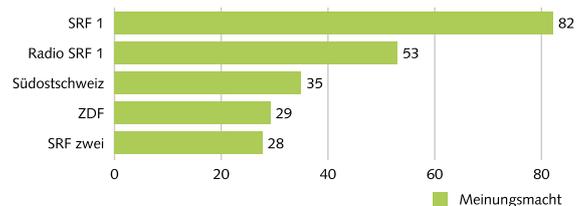
Publicom 2021

Graubünden, 45-59 Jahre



Publicom 2021

Graubünden, 60-79 Jahre



Publicom 2021

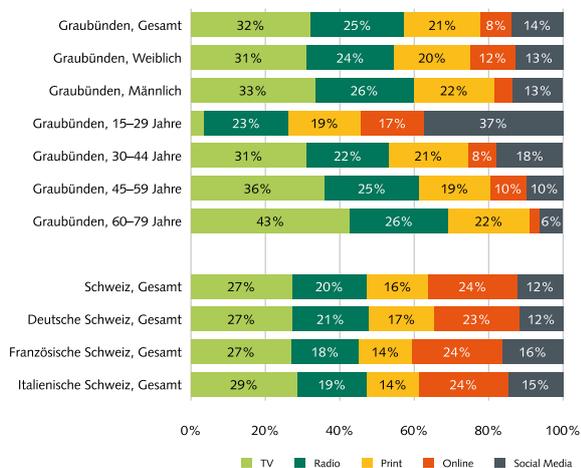
- > **SRF 1, Radio SRF 1 und Südostschweiz** mit grösstem Meinungsmacht-Potenzial in Graubünden
- > SRF 1 und Radio SRF 1 mit hervorragender qualitativer **Markenleistung**

- > **SRF 1** mit grösster Meinungsmacht bei Ü30
- > **Radio SRF 3** in Top 5 bei U60 und **Südostschweiz** bei Ü30
- > Youtube und Facebook bei **U45** in Top 4
- > Radio SRF 1 und SRF zwei in Top 5 bei **Ü45**

Abb. 2: Meinungsmacht Mediengattungen

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

Graubünden, Gesamt



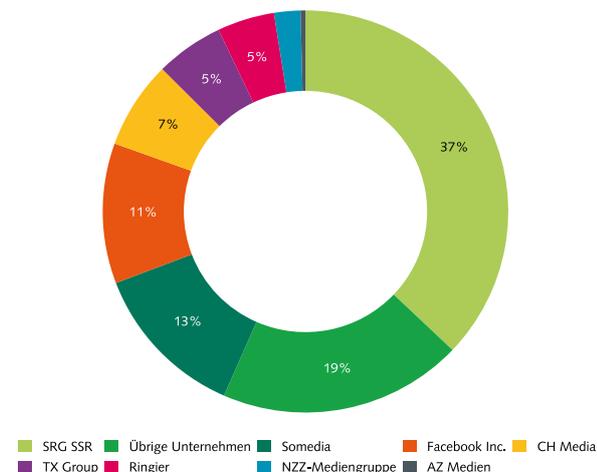
Publicom 2021

- > **TV (32%)** in Graubünden vor Radio (25%) bei **Meinungsmacht-Anteilen** der Mediengattungen, dahinter Print (21%), Social Media (14%) und Online (8%)
- > **Kleine Geschlechtsunterschiede:** Online bei Frauen mit deutlichen Vorteilen, TV, Radio und Print bei Männern
- > **Grosses Altersgefälle** bei **TV** und **Social Media**-Meinungsmacht: TV ab 60 Jahren fast zehnmal so hoch wie U30, Social Media mehr als sechsmal so tief
- > Social Media bei U30 deutlich **stärkste Meinungsmacht**, TV bei Ü30
- > TV bei U30, Online bei 30-44-Jährige sowie bei 60-79-Jährige und Social Media bei Ü60 **schwächste Meinungsmacht**

Abb. 3: Meinungsmacht Medienkonzerne

Anteile an summierter Meinungsmacht in Medienraum

Graubünden, Gesamt



Publicom 2021

- > **SRG SSR** ist mit 37% Konzern mit grösstem Meinungsmacht-Anteil im Graubünden
- > **Somedia** #2 mit 13%, gefolgt von **Facebook Inc.** mit 11%, **CH Media** mit 7% und **TX Group** und **Ringier** mit 5%.
- > Hohe **Anbieterkonzentration:** grösste zwei Konzerne (SRG SSR und Somedia) erreichen knapp keine **mehrheitliche Meinungsmacht (50%)**
- > **NZZ-Mediengruppe** und **AZ Medien** von untergeordneter Bedeutung
- > **Übrige Unternehmen** im Graubünden mit 19% an gesamter Meinungsmacht

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** (tägliche Kontaktleistungen von Medienmarken, ermittelt durch Sekundäranalyse der Schweizer Währungsstudien von WEMF, Mediapulse und Net-Matrix. Eigene Hochrechnung für 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