

Medienraum St. Gallen

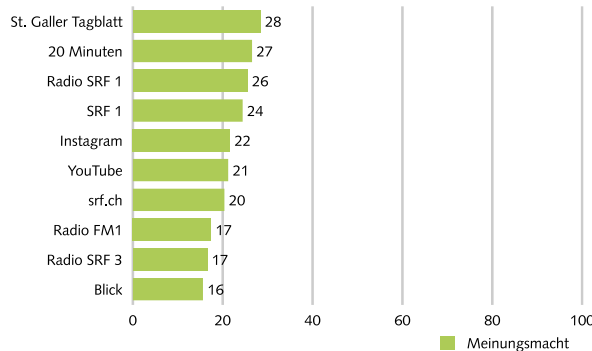


Basisinformationen

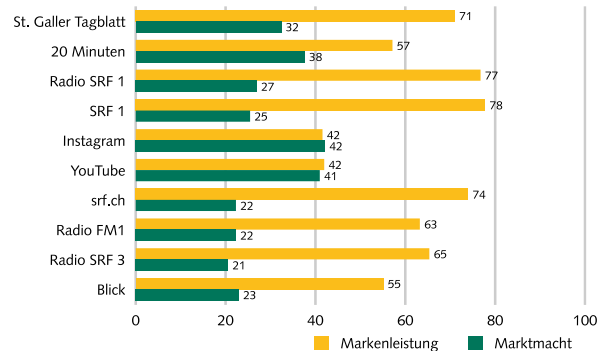
- > Geografie:
 - Wahlkreise Rheintal, Rorschach, St. Gallen, Toggenburg, Wil (alle SG)
 - Kantone Appenzell Ausserrhoden und Appenzell Innerrhoden
- > Ständige Wohnbevölkerung 15-79 Jahre: ca. 444'100 Personen (6% von gesamter Schweiz)
- > Sample Medienraum: 55 Medienmarken
- > Stichprobe Medienraum: 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

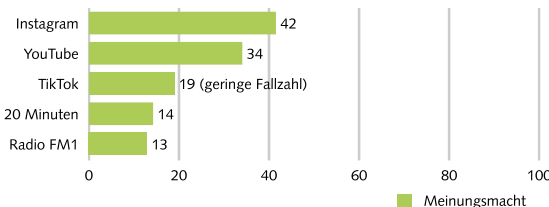


St. Gallen



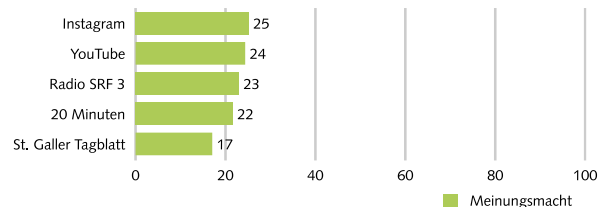
Publicum 2025

St. Gallen, 15–29 Jahre



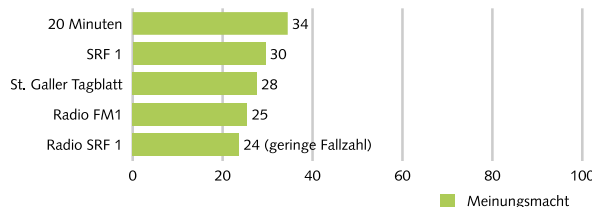
Publicum 2025

St. Gallen, 30–44 Jahre



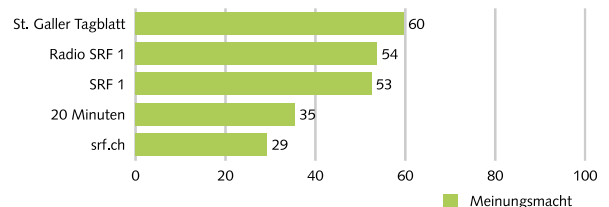
Publicum 2025

St. Gallen, 45–59 Jahre



Publicum 2025

St. Gallen, 60–79 Jahre



Publicum 2025

- > **St. Galler Tagblatt** mit grösstem Meinungsmacht-Potenzial im Raum St. Gallen, vor **20 Minuten**, gefolgt von **Radio SRF 1**
- > **20 Minuten** in jeder Alterskategorie in **Top 5**, bei 45-59 Jährigen auf **#1**
- > **St. Galler Tagblatt** in drei von vier Kategorien in **Top 5**, bei Ü60 auf **#1**

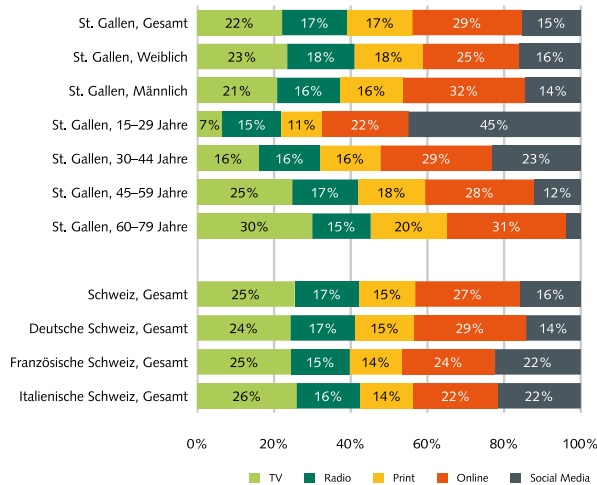
Publicum 2025

- > **SRF 1 (TV)** mit stärkster qualitativer **Markenleistung**
- > **Instagram** und **YouTube** bei U45-Kategorien in **Top-5**, **Instagram** auf **#1**
- > Radio SRF 1 und SRF 1 bei Ü45 in **Top-5**, Radio FM 1 bei 15-29-Jährigen

Abb. 2: Meinungsmacht Mediengattungen

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

St. Gallen, Gesamt



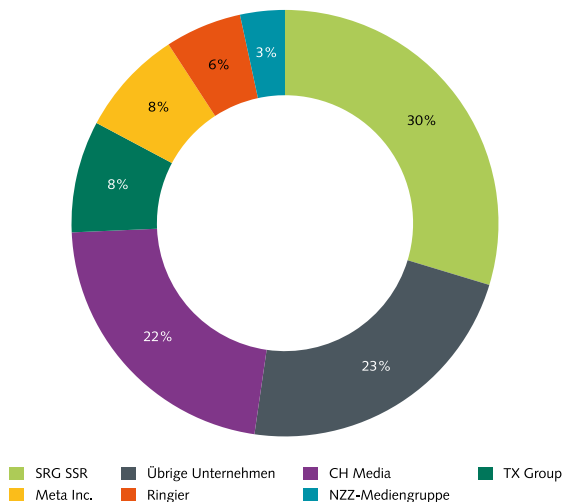
- > **Online (29%)** in St. Gallen deutlich vor TV (22%) bei **Meinungsmacht-Anteilen** der Mediengattungen, dahinter Radio und Print (je 17%) und Social Media (15%)
- > **Geschlechtsunterschiede:** TV, Radio, Print und Social Media bei Frauen mit Vorteilen; Online bei Männern mit grossen Vorteilen
- > **Altersgefälle** bei TV und Social Media-Meinungsmacht: TV ab 60 Jahren über viermal so hoch wie U30, Social Media über elfmal so tief
- > Social Media bei U30 und Online bei Ü30 **stärkste Meinungsmacht**
- > TV bei U30 **schwächste Meinungsmacht**, TV, Radio und Print bei 30-44-Jährigen und Social Media bei Ü45

Publicom 2025

Abb. 3: Meinungsmacht Medienkonzerne

Anteile an summierter Meinungsmacht in Medienraum

St. Gallen, Gesamt



- > **SRG SSR** ist mit 30% Konzern mit grösstem Meinungsmacht-Anteil in St. Gallen
- > **CH Media** #2 mit 22%, gefolgt von **TX Group** und **Meta** mit je 8 und **Ringier** mit 6%
- > **Anbieterkonzentration:** grösste zwei Konzerne (SRG SSR und CH Media) erreichen **eine mehrheitliche Meinungsmacht (52%)**
- > **NZZ-Mediengruppe** mit 3% von untergeordneter Bedeutung
- > **Übrige Unternehmen** in St. Gallen 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 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