

Am Puls des Engadins

Fokusthema «Lokal»

Nr. 15 / 2025

Lokal beginnt im Dialog

Jedes Projekt beginnt mit einer Idee – und lebt vom direkten Austausch. Ob in Print oder Digital: Bei Gammeter Media wird Kommunikation lokal gedacht, gestaltet und umgesetzt. Nah an den Menschen und vielfältig in Sprache und Ausdruck.

S.2

Lokal denken, echt berichten

Lokale Medien wie die «Engadiner Post/Posta Ladina» schaffen Nähe, Identität und Vertrauen. Zweisprachig und tief verwurzelt berichten wir über die Region – aus der Region. Journalistische Sorgfalt und kulturelle Verantwortung prägen die tägliche Arbeit.

S.4

Lokal sichtbar, digital stark

Wie bleiben lokale Marken im digitalen Rauschen sichtbar? Mit Authentizität. Unsere Webfabrik hilft Unternehmen, ihren Auftritt online erlebbar zu machen – durch Sprache, Bilder, Geschichten und Designs, die aus dem Tal stammen und hier verankert sind.

S.6

Editorial

In der aktuellen Ausgabe des PULS gehen wir auf Position und sagen: In einem zunehmend globalisierten Marktumfeld gewinnt das Lokale an Bedeutung. Lokalkolorit und Lokalwissen binden emotional und stellen eine authentische Beziehung zu Kund:innen her. Mit ihrem Wissen um und ihrem Blick auf lokale Gegebenheiten, Traditionen und Bedürfnisse können Unternehmen Angebote kreieren, die einen einzigartigen Mehrwert schaffen. Zentral dabei ist, dass Lokalkolorit nicht als beschönigendes Instrument missbraucht wird, sondern immer authentisch bleibt. Dies gelingt aber nur, wenn Lokalwissen auch tatsächlich vorhanden oder erarbeitet worden ist. Denn gerade deshalb, weil lokal auch nah dabei sein bedeutet, fliegt eine Täuschung rasch auf. Dies gilt auch im News-Bereich. Lokales Geschehen ist das, was uns unmittelbar betrifft und daher auch interessiert. Diese naturgemässe Interessensorientierung ist einerseits ein Vorteil für eine Lokalzeitung. Die unmittelbare Nähe von Geschehen, Leser:innen und Medienschaffenden birgt aber durchaus auch Risiken. Tauchen Sie mit uns ein in dieses und andere Themen rund um «lokal». Ich wünsche Ihnen eine interessante Lektüre und zusammen mit Ihren Teams einen gelungenen Start in eine schöne Sommersaison.

Martina Gammeter
CEO Gammeter Media
Verlegerin Engadiner Post /
Posta Ladina



Von der Idee zum fertigen Produkt – lokale Inhalte von A–Z

Ob Magazin, Broschüre oder Webaufttritt – am Anfang steht immer eine Idee. Den Weg von diesem ersten Gedanken bis zum fertigen Produkt ebnen wir bei Gammeter Media mit Expertise, regionalem Gespür und einem offenen Ohr für unsere Kund:innen.

Die Wege sind kurz – im besten Sinne. Viele Projekte beginnen bei uns mit einem Kaffee im Besprechungsraum, einer Handskizze auf dem Tisch oder einem gemeinsamen Blick auf den Bildschirm. Diese persönliche Nähe schafft Raum für direkten Austausch, schnelle Abstimmungen – und nicht selten für ein herzhaftes Lachen.

Von der ersten Konzeption übers Texten, die Gestaltung, Bildauswahl und Korrekturläufe bis hin zur finalen Produktion arbeiten Texter:innen, Grafiker:innen und die Produktion Hand in Hand. Unsere Kund:innen können dabei live am kreativen Prozess teilhaben – oder sich auf eine klassische Produktionsbegleitung verlassen. Papiermuster anfassen, Druckveredelungen erleben und den Moment des Entstehens mitfühlen: Bei uns wird Gestaltung greifbar. So entsteht nicht nur ein überzeugendes Ergebnis, sondern auch ein Prozess, der partnerschaftlich, transparent und inspirierend ist.



Gemeinsam für die Region – unsere Partnerschaft mit St. Moritz Tourismus

Wenn es um die Vermarktung einer ganzen Region geht, braucht es mehr als schöne Bilder. Es braucht ein tiefes Verständnis für die Identität des Ortes – und Partner, die diese mittragen. In einer langjährigen Zusammenarbeit begleiten wir St. Moritz Tourismus bei der Umsetzung von Kommunikationsmassnahmen, die lokal verwurzelt und gleichzeitig international anschlussfähig sind.

Ob Printprodukte, Content-Kampagnen oder digitale Services: Gemeinsam gestalten wir Inhalte, die sowohl die Mentalität der einheimischen Bevölkerung widerspiegeln als auch die Ansprüche moderner Gäste erfüllen.

Im Dialog entsteht Qualität

Was unsere Zusammenarbeit auszeichnet, ist die Nähe – räumlich wie menschlich. Meetings vor Ort, flexible Prozesse, spontane Korrekturen: «Es ist ein Vorteil, dass wir einfach schnell ins Medienhaus runtergehen können, um Unklarheiten zu besprechen und die Produkte dort physisch anschauen können», sagt Marijana Jakic von St. Moritz Tourismus. Projekte entstehen nicht am Schreibtisch, sondern im Gespräch – auf Deutsch, Romanisch oder bei Bedarf Italienisch. Lokal zu arbeiten, bedeutet für uns, Verantwortung zu übernehmen – für die Region, für unsere Kunden, für die Geschichten, die wir gemeinsam mit unseren Kund:innen erzählen.

Gute Kommunikation entsteht dort, wo man die Menschen, ihre Sprache und Mentalität kennt. Unsere Zusammenarbeit mit St. Moritz Tourismus zeigt, wie viel einfacher Prozesse werden, wenn man sich persönlich trifft, spontan austauscht und die Region wirklich versteht. Nähe schafft Vertrauen – und bessere Ergebnisse.



Lokal verbunden – die Bedeutung lokaler Medien

In einer Welt, in der Nachrichten rund um den Globus in Sekundenbruchteilen verfügbar sind, stellt sich die Frage: Was macht lokale Medien noch aus – und warum sind sie gerade heute so wichtig? Die Antwort liegt auch hier in der Nähe. Zu den Menschen, zu den Geschichten, zur Kultur. Medien wie die «Engadiner Post/Posta Ladina» sind weit mehr als reine Informationsquellen – sie gehören zum Alltag – und prägen ihn. «Wir berichten nicht nur über das Engadin, wir berichten aus dem Engadin», so Fadrina Hofmann. Als Redaktorin der «Engadiner Post/Posta Ladina» ist sie vor Ort, kennt die Menschen, weiss um die Dynamiken der Gemeinden, spricht ihre Sprachen – im wörtlichen wie im übertragenen Sinn. «Diese Nähe ermöglicht Tiefe, aber verlangt gleichzeitig auch ein hohes Mass an journalistischer Sorgfalt und Distanz. Wer über Menschen schreibt, die er auch privat kennt, braucht ein feines Gespür für Verantwortung. Dieser Spagat verlangt klare journalistische Prinzipien und transparente Kommunikation», betont Fadrina.

Während globale Nachrichten rund um die Uhr verfügbar sind, liefern lokale Medien etwas, das kein Algorithmus ersetzen kann: Nähe, Relevanz und Verlässlichkeit. Sie geben den Menschen eine Stimme, schaffen Identität und stärken das Vertrauen in eine informierte Öffentlichkeit – dort, wo das Leben wirklich stattfindet.



Drei Stärken lokaler Medien

1. Nähe zum Alltag

Vor Ort, mitten im Geschehen – lokale Medien wissen, was wirklich bewegt.



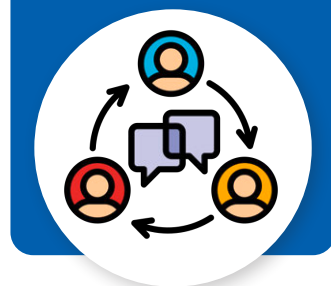
2. Regionale Identität

Mehrsprachige Berichte schaffen Verbindung und Verständnis.



3. Verlässlichkeit

Persönliche Nähe erfordert Sorgfalt – und schafft Vertrauen.

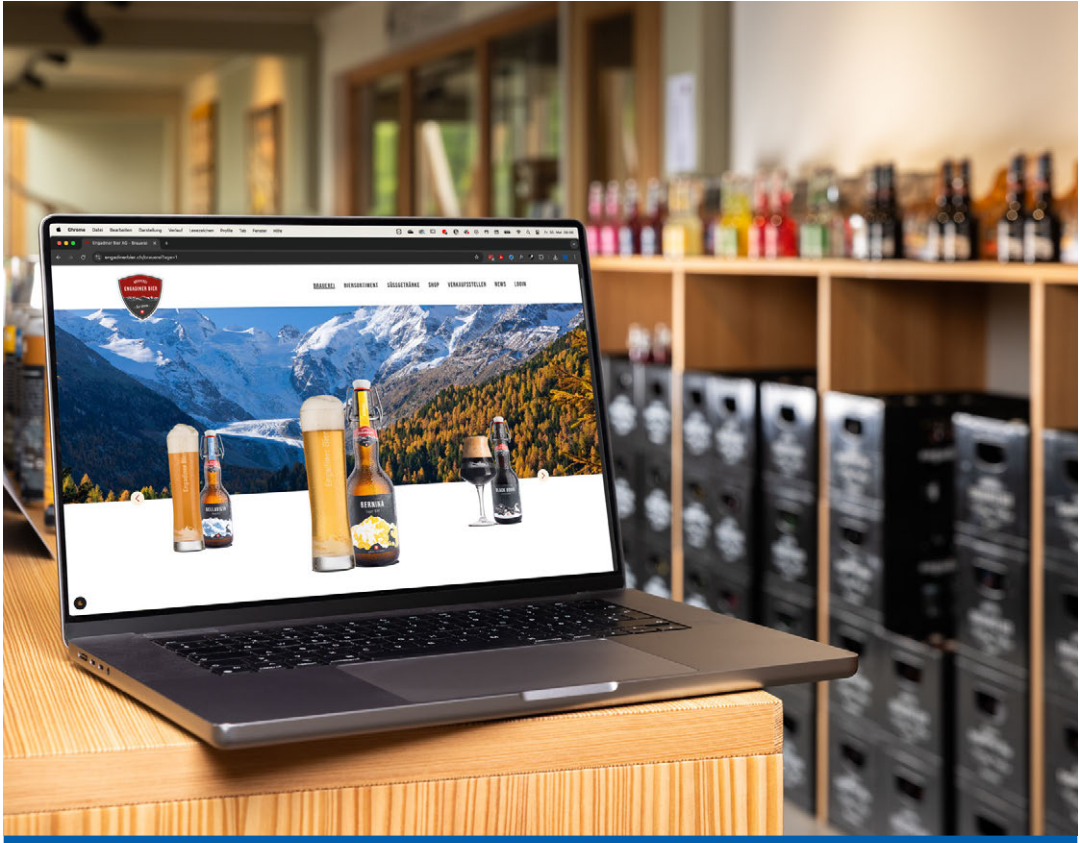


Vertrauen beginnt vor der eigenen Haustüre

Lokale Medien geben nicht nur Auskunft über das Geschehen – sie geben der Region auch eine Stimme. In deutscher und romanischer Sprache berichtet die «Engadiner Post/Posta Ladina» über Politik, Wirtschaft, Kultur und Gesellschaft. Die tiefe Verwurzelung in der Region ist kein Zufall – sie ist Ausdruck gelebten Qualitätsjournalismus. Während internationale Medien immer generischer und automatisierter werden, ist lokale Berichterstattung Handarbeit. Sie entsteht im Austausch, oft im persönlichen Gespräch, manchmal auch im Spannungsfeld zwischen Nähe und Neutralität. So tragen lokale Medien nicht nur zur Meinungsbildung bei – sie bewahren auch das kollektive Gedächtnis einer Region. Denn was heute auf der Titelseite steht, ist morgen Teil der Geschichte des Tals.



Fadrina Hofmann lebt mit ihrer Familie in Scuol und ist Redaktorin bei der «Engadiner Post/Posta Ladina».



Lokal in der digitalen Welt – wie Webdesign und Content lokale Marken stärken

Im digitalen Raum sichtbar zu bleiben, ist für lokale Unternehmen entscheidender denn je. Doch wie hebt man sich zwischen globaler Konkurrenz und Social-Media-Lärm ab? Die Antwort liegt in der Authentizität – und in einem digitalen Auftritt, der das Lokale bewusst ins Zentrum stellt.

Lokale Identität sichtbar machen

Unsere Webfabrik unterstützt Unternehmen aus der Region dabei, ihre Werte und ihre Herkunft auch online erlebbar zu machen. Lokale Geschichten, starke Bilder aus dem Tal, klare Sprache und gelebte Nähe – das sind messbare Erfolgsfaktoren im digitalen Auftritt.

«Die Leute wollen wissen, mit wem sie es zu tun haben – und woher diese Menschen kommen», so Jean-Marie Delnon, Webentwickler bei Gammeter Media. Ein Auftritt, der das widerspiegelt, schafft Vertrauen – sei es mit einer Webseite auf Romanisch, einem stimmigen Farbschema, das an die Engadiner Landschaft erinnert, oder mit einem durchdachten SEO-Konzept, das zentrale Suchbegriffe des Kunden einbindet.

Für lokale Unternehmen ist die digitale Sichtbarkeit heute entscheidend – doch inmitten der globalen Konkurrenz zählt mehr als nur die Reichweite. Wer online überzeugen will, setzt auf Authentizität: ein Webauftritt, der Herkunft, Werte und Nähe glaubwürdig vermittelt, schafft Vertrauen und hebt sich ab.

Unsere vier Tipps für lokale Sichtbarkeit:

1. Kooperationen mit «Local Influencern»

Nicht nur Promis, sondern auch die beliebte Hebamme, der bekannte Coiffeur oder der Sporttrainer im Ort geniessen hohes Vertrauen. Kooperiere mit diesen Personen für ein kurzes Testimonial, einen gemeinsamen Event oder einen Beitrag auf Social Media. Last, but not least: Nutze auch die Reichweite lokaler Medien. Ein kurzer Artikel, eine Erwähnung oder Anzeige in der «Engadiner Post/Posta Ladina» oder auf engadinerpost.ch erzielt bei Deiner Zielgruppe beispielsweise hohe Aufmerksamkeit.

2. Ungewöhnliche Einträge auf Plattformen

Google «liebt» Besonderheiten, die nicht jeder anbietet. Nutze die Chance, mit ungewöhnlichen Services aufzufallen. Ergänze Dein Google-Unternehmensprofil mit Spezialleistungen wie: «Beratung auf Romanisch», «Zahlung per Twint», «Produkte aus eigener Jagd / Landwirtschaft». So wirst Du bei regionalen Suchen bevorzugt angezeigt. Auch die «Engadiner Post/Posta Ladina» greift solche Themen regelmässig auf. Präsentiere Deine Marke dort im passenden Umfeld – ob in der Printausgabe oder auf engadinerpost.ch.

3. Regionale Kuriositäten oder Insider-Humor

Menschen lieben Emotionen und Inhalte, die sie nur verstehen, wenn sie dazugehören. Nutze Insiderwitze, Dialekt-Sprüche oder Anspielungen auf lokale Eigenheiten (z. B. Wetter, Dorfklatsch, Verkehrsprobleme) in Deiner Kommunikation. Das schafft Nähe und wird gerne geteilt.

4. Lokale Bildsprache mit Wiedererkennungswert

Bilder wirken stärker als Worte – vor allem, wenn sie echte Emotionen und vertraute Orte zeigen. Setze gezielt auf Fotos, die Deine Kundschaft wiedererkennt: typische Engadiner Landschaften, lokale Feste, Menschen aus der Region oder alltägliche Szenen mit Charme. Unser lokaler Fotograf unterstützt Dich gerne mit authentischem Bildmaterial, das perfekt zu Deinem Auftritt passt – ob für Social Media, Deine Website oder Printprodukte.



St. Moritz

Via Surpunt 54, 7500 St. Moritz
Telefon 081 837 90 00
info@gammetermedia.ch

Scuol

Bagnera 198, 7550 Scuol
Telefon 081 861 60 60
scuol@gammetermedia.ch

Bild: Daniel Zaugg



gammetermedia



Lokal sichtbar – Onlinewerbung mit Wirkung

Jetzt profitieren: Online-Sommeraktion mit 30 % Rabatt!

Ob klassischer Banner oder bezahlter Inhalt – Werbung auf engadinerpost.ch wirkt! Unsere Website verzeichnet monatlich rund 85'000 Nutzer:innen und 405'000 Seitenaufrufe. Die durchschnittliche Verweildauer von eineinhalb Minuten pro Besuch zeigt: Die Inhalte werden gelesen – und bleiben im Gedächtnis.

Unser Sommerangebot für Sie: Buchen Sie jetzt Ihren Online-Werbeauftritt – sei es als Banner auf engadinerpost.ch oder als bezahlter redaktioneller Inhalt – und profitieren Sie von 30 % Rabatt. Auch im digitalen Newsletter sind attraktive Platzierungen möglich.

Mehr Informationen zu unseren Online-Werbeformaten finden Sie hier.



Angebot gültig bis 20. September 2025 mit Aktionscode **«Puls 15»**.

