

## ESH Médias

### Portrait

Die **Groupe ESH Médias** (Edition Suisse Holding SA, früher: Hersant) mit Sitz in Neuenburg publiziert Tageszeitungen in den Kantonen Neuenburg (ArcInfo), Wallis (Le Nouvelliste) und Waadt (La Côte). ArcInfo ist Anfang 2018 aus der Fusion der Titel L'Impartial (La Chaux-de-Fonds) und L'Express (Neuenburg) entstanden. Der Vorgängertitel von L'Express, das Feuille d'avis de Neuchâtel wurde 1738 gegründet und kann als älteste Tageszeitung der Schweiz bezeichnet werden (die Neue Zürcher Zeitung wurde 1780 gegründet).

Das Unternehmen publiziert Informationen nur sehr restriktiv.

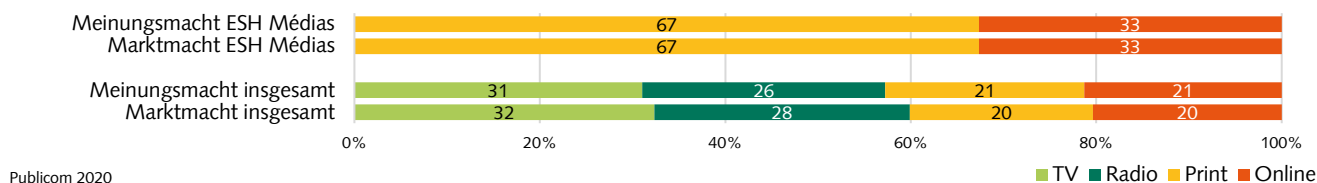
### Basisinformationen



Geschäftssitz:	Neuchâtel
Name im Handelsregister:	ESH Editions Suisses Holding SA
Aktionariat:	unbekannt
Kennzahlen:	keine Geschäftszahlen verfügbar
Untersuchtes Sample:	3 Medienmarken

**Abb. 1: Meinungsmacht und Marktmacht – Publizistische Schwerpunkte von ESH Médias**

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



- > **Klarer Schwerpunkt** ist **Print**, mit 67% des Meinungsmacht-Potenzials und ebenso 67% der gesamten Marktmacht von ESH Médias
- > **Online** ist zweites Standbein, erzielt 33% der Meinungsmacht und 33% der Marktmacht des Konzerns
- > Keine eigenen Aktivitäten von ESH Médias in TV und Radio
- > Seit 2018 **Meinungsmacht-Verlagerung** zu Online (+7%) von Print (-7%)
- > **Schweizer Meinungsmarkt** insgesamt: TV (31%) vor Radio (26%), Print (21%) und Online (21%)

**Abb. 2: Regionale Meinungsmacht von ESH Médias**

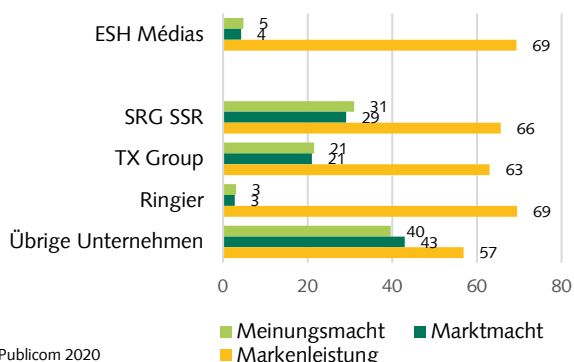
Anteile Konzern an gesamter Meinungsmacht in Medienräumen



**Abb. 3: ESH Médias: Konkurrenzvergleich / Meinungsmacht Medienmarken**

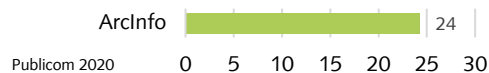
Links: Anteile Top 5-Konzerne an Meinungs- und Marktmacht in Französischer Schweiz; Mittelwerte für Markenleistung (Index 0 bis 100)  
Rechts: Meinungsmacht ESH Médias-Medienmarken in Arc Jurassien, Vaud/Fribourg/Valais und Genève (Indexwerte 0 bis 100)

## Französische Schweiz

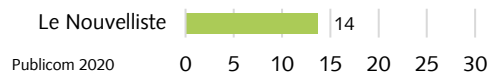


Publicom 2020

## Arc Jurassien



## Vaud/Fribourg/Valais



## Genève



- > **ESH Médias** ist in französischer Schweiz Nr. 3 bei Meinungsmacht (5%) und Marktmacht (4%), klar hinter SRG SSR (31% Meinungsmacht) und TX Group (21%), aber vor Ringier (3%)
- > ESH Médias erreicht **stärkste qualitative Markenleistung** aller Konzerne der französischen Schweiz (Mittelwert von 69), zusammen Ringier (69, gesamtschweizerisch geringste Markenleistung eines Konzerns: 57), vor SRG SSR und mit Abstand TX Group
- > **ArcInfo** ist Nr. 1 für ESH Médias-Meinungsmacht und insgesamt Nr. 4 im Arc Jurassien
- > Le Nouvelliste ist in Vaud/Fribourg/Valais die Nr. 9 bei Marken-Meinungsmacht
- > La Côte ist Nr. 19 für Meinungsmacht im Medienraum Genève
- > **Meinungsmacht französische Schweiz:** Le Nouvelliste im Markenvergleich auf Rang 11 (und damit insgesamt die stärkste ESH Médias-Marke), ArcInfo auf Nr. 21, La Côte abgeschlagen auf Nr. 38

## Methodische Anmerkungen

Der *Medienmonitor Schweiz* untersucht den Einfluss von insgesamt **172 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 Verbreitungskanal, 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](http://www.medienmonitor-schweiz.ch)