

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).

Basisinformationen

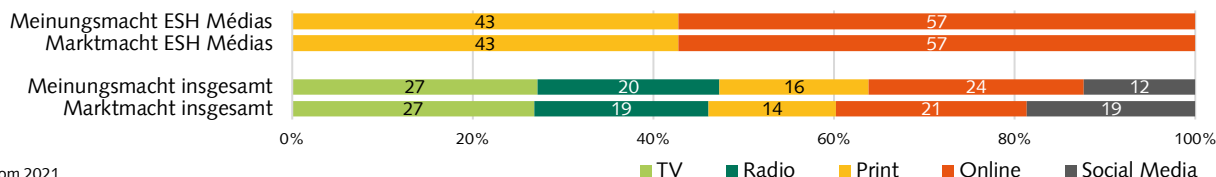


Geschäftssitz:	Neuchâtel
Name im Handelsregister:	ESH Editions Suisses Holding SA
Aktionariat:	Unbekannt
Kennzahlen:	Keine Geschäftszahlen verfügbar
Untersuchtes Sample:	3 Medienmarken

ESH Médias publiziert Informationen über das eigene Unternehmen nur sehr restriktiv.

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

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



Publicom 2021

- > **Klarer Schwerpunkt** ist neu **Online** mit **57%** des Meinungsmachtspotenzials und ebenso **57%** der gesamten Marktmacht von ESH Médias
- > **Print** ist nunmehr zweites Standbein, erzielt **43%** der Meinungsmacht und **43%** der Marktmacht des Konzerns
- > Keine eigenen Aktivitäten von ESH Médias in TV und Radio
- > **Meinungsmachtzunahme** bei Online (+25), Abnahme bei Print (-25) seit 2019
- > **Schweizer Meinungsmarkt** insgesamt: TV (27%) vor Online (24%), Radio (20%), Print (16%) und Social Media (12%)

Abb. 2: Regionale Meinungsmacht ESH Médias

Anteile Konzern an gesamter Meinungsmacht in Medienräumen



Publicom 2021

Sehr grosse Meinungsmacht:

-

Grosse Meinungsmacht:

-

Mittlere Meinungsmacht:

- > Arc Jurassien: ESH Médias #4 mit 6%

Kleine Meinungsmacht:

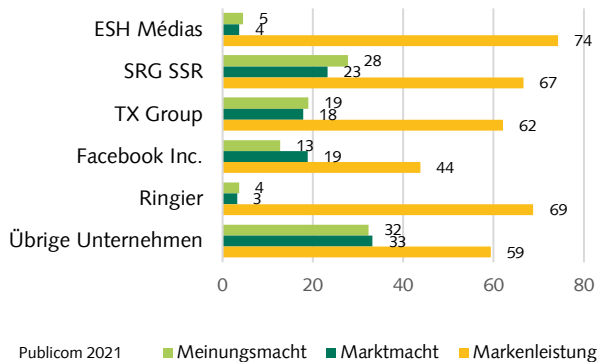
- > Französische Schweiz und Vaud/Fribourg/Valais: #4 mit 5% resp. 4%
- > Genève: #5 mit 0.4%

Nicht vertreten in gesamter deutscher sowie italienischer Schweiz

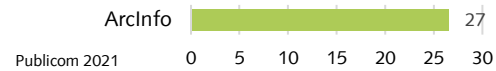
Abb. 3: ESH Médias: Konkurrenzvergleich / Meinungsmacht Medienmarken

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

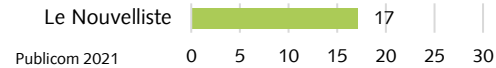
Französische Schweiz



Arc Jurassien



Vaud/Fribourg/Valais



Genève



- > **ESH Médias** ist in französischer Schweiz #4 bei Meinungsmacht (5%) und Marktmacht (4%), klar hinter SRG SSR (28% Meinungsmacht), TX Group (19%) und Facebook Inc. (13%), aber vor Ringier (4%)
- > ESH Médias erreicht **stärkste qualitative Markenleistung** aller Konzerne der französischen Schweiz (Mittelwert von 74), vor Ringier (69), SRG SSR (67), TX Group (62) und mit Abstand Facebook Inc. (44)

- > **Le Nouvelliste** ist #1 für ESH Médias Meinungsmacht, in **Vaud/Fribourg/Valais** die #10 bei Marken-Meinungsmacht
- > **ArcInfo** ist #2 für ESH Médias und #4 im **Arc Jurassien**
- > **La Côte** ist #31 für Meinungsmacht im Medienraum **Genève**
- > Meinungsmacht **französische Schweiz: Le Nouvelliste** im Markenvergleich auf Rang 15 (und damit insgesamt die stärkste ESH Médias-Marke), **ArcInfo** auf #20, **La Côte** abgeschlagen auf #43

Wichtige Veränderungen

> -

Methodische Anmerkungen

Der *Medienmonitor Schweiz* untersucht den Einfluss von insgesamt **171 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.

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