

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

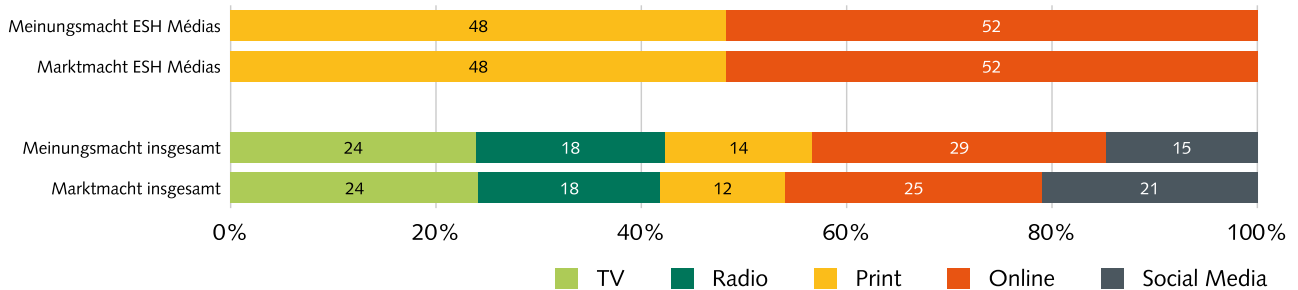


Geschäftssitz:	Neuchâtel
Name im Handelsregister:	ESH Editions Suisses Holding SA
Aktionariat:	Unbekannt
Kennzahlen:	Keine Geschäftszahlen verfügbar
Untersuchtes Sample:	3 Medienmarken

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

Abbildung 1: Meinungsmacht und Marktmacht – Publizistische Schwerpunkte von ESH Médias

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



Publicom 2022

- > **Klarer Schwerpunkt** bleibt **Online** mit **52%** des Meinungsmachtpotenzials und ebenso 52% der gesamten Marktmacht von ESH Médias
- > **Print** ist zweites Standbein, erzielt **48%** der Meinungsmacht und 48% der Marktmacht des Konzerns
- > **Keine eigenen Aktivitäten** in TV und Radio
- > **Meinungsmachtzunahme** bei Print (+5), Abnahme bei Online (-5) seit 2020
- > **Schweizer Meinungsmarkt** insgesamt: Online (29%) vor TV (24%), Radio (18%), Social Media (15%) und Print (14%)

Abb. 1: Regionale Meinungsmacht ESH Médias

Anteile Konzern an gesamter Meinungsmacht in Medienräumen



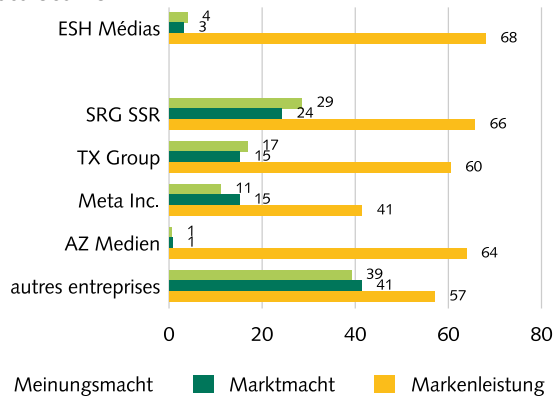
Publicom 2022

- Sehr grosse Meinungsmacht:** -
- Grosse Meinungsmacht:** -
- Mittlere Meinungsmacht:** -
- Kleine Meinungsmacht:**
 - > Arc Jurassien: #5 mit 9%
 - > Französische Schweiz und Vaud/Fribourg/Valais: #5 mit je 4%
 - > Genève und ganze Schweiz: #5 mit 0.8%
- Nicht vertreten** in gesamter deutscher sowie italienischer Schweiz

Abb. 2: ESH Médias: Konkurrenzvergleich / Meinungsmacht Medienmarken

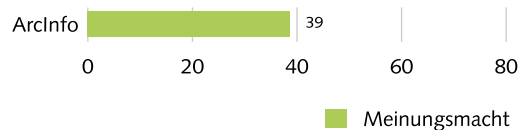
Links: Anteile Top 5-Konzerne an Meinungs- und Marktmacht in französischer Schweiz; Mittelwerte für Markenleistung (Index 0 bis 100); Rechts: Meinungsmacht ESH Médias-Marken in Arc Jurassien, Vaud/Fribourg/Valais und Genève (Index 0 bis 100)

Französische Schweiz



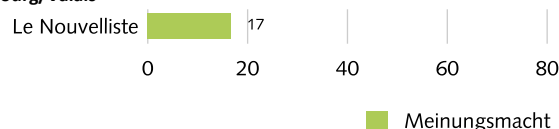
Publicom 2022

Arc Jurassien



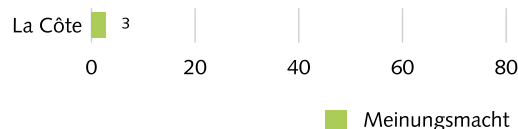
Publicom 2022

Vaud/Fribourg/Valais



Publicom 2022

Genève



Publicom 2022

- > **ESH Médias** ist in französischer Schweiz #4 bei Meinungsmacht (4%) und Marktmacht (3%), klar hinter SRG SSR (28% Meinungsmacht), TX Group (16%) und Meta (11%), aber vor AZ Medien (1%)
- > ESH Médias erreicht **stärkste qualitative Markenleistung** aller Konzerne der französischen Schweiz (Mittelwert von 62), vor SRG SSR (66), AZ Medien (64), TX Group (60) und mit Abstand Meta (41)

- > **Le Nouvelliste** ist #1 für ESH Médias Meinungsmacht, in **Vaud/Fribourg/Valais** die #11 bei Marken-Meinungsmacht
- > **ArcInfo** ist #2 für ESH Médias und #2 im **Arc Jurassien**
- > **La Côte** ist #29 für Meinungsmacht im Medienraum **Genève**
- > Meinungsmacht **französische Schweiz: Le Nouvelliste** im Markenvergleich auf Rang 14 (und damit insgesamt die stärkste ESH Médias-Marke), **ArcInfo** auf #24, **La Côte** abgeschlagen auf #47

Wichtige Veränderungen

- > Die ESH Médias Gruppe lancierte die **neuen Versionen der digitalen Plattformen** deren Flaggschiff "Le Nouvelliste", "Arcinfo" und "La Côte" (24.11.2021).
- > Die ESH Media Group hält **hundert Prozent des Aktienkapitals** der FrappeCom Suisse AG (16.03.2021).
- > Die ESH Media Group will sich auf die **Umgestaltung und Innovation** seiner Kernaktivitäten lokale Information und Kommunikation konzentrieren, weshalb sie per 1. Januar 2021 die Realdeals SA verkauft hat (06.01.2021).

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**, 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).

> 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 Kontaktsomme 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

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

Marktmacht-Index mit dem Markenleistungs-Index gewichtet und in den Indexbereich (0 bis 100) normalisiert.