

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

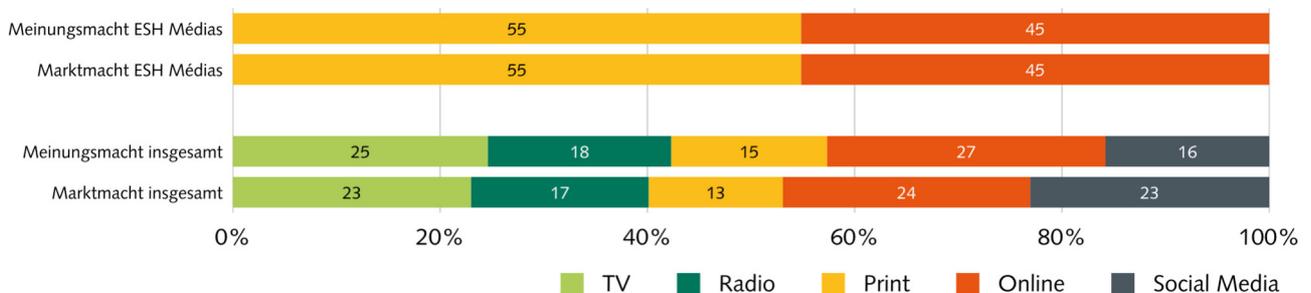
eshmédias

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 2024

- > **Print** mit 55% und Online mit 45% des **Meinungsmachtspotenzials** sowie auch der **Marktmacht** von ESH Médias
- > **Keine eigenen Aktivitäten** in TV und Radio
- > **Meinungsmachtzunahme** bei TV (+2) und Print (+1), **Abnahme** bei Online (-1) seit 2022
- > **Schweizer Meinungsmarkt** insgesamt: Online (27%) vor TV (25%), Radio (18%), Social Media (16%) und Print (15%)

Abb. 2: Regionale Meinungsmacht ESH Médias

Anteile Konzern an gesamter Meinungsmacht in Medienräumen

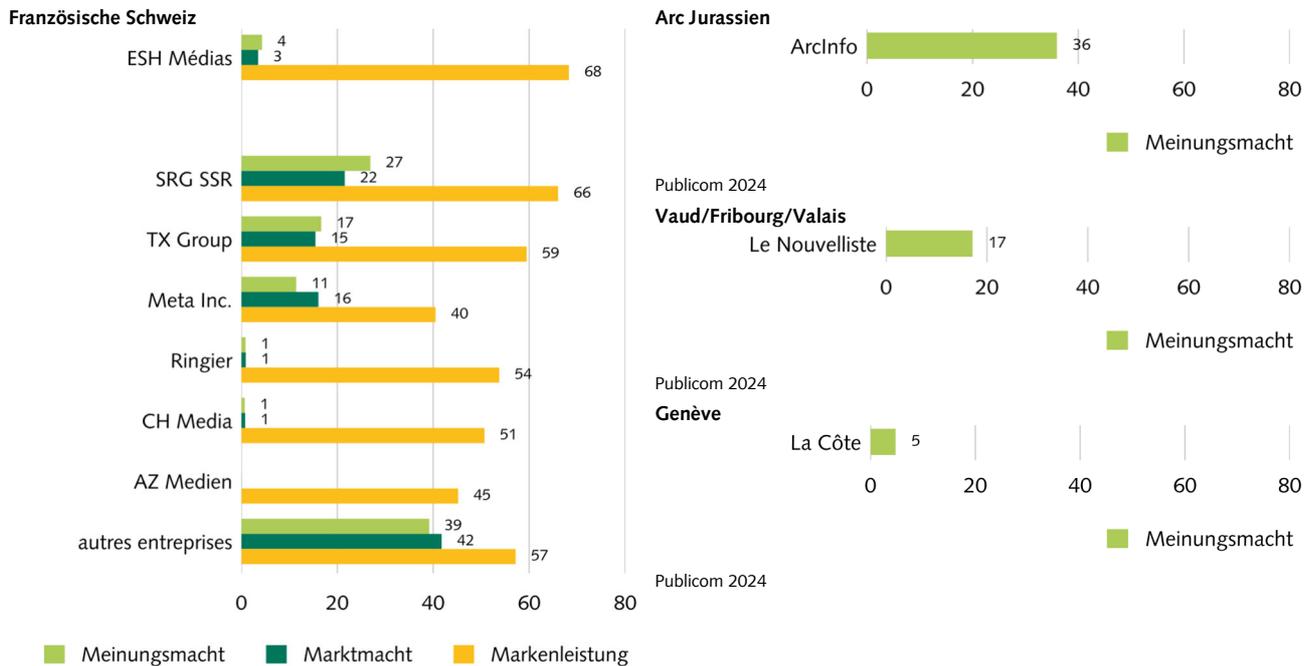


Publicom 2024

- Sehr grosse Meinungsmacht:** -
- Grosse Meinungsmacht:** -
- Mittlere Meinungsmacht:** -
- Kleine Meinungsmacht:**
 - > Arc Jurassien #4 mit 9%
 - > Vaud/Fribourg/Valais #4 und Französische Schweiz #4 mit 4%
 - > Genève #4 und Ganze Schweiz #7 mit 1%
- Nicht vertreten** im Medienraum Deutsche Schweiz (Basel, Mittelland, Bern, Hochalpen, Zentralschweiz, Zürich Nordwest, Zürich Nordost, Zürich/See, St. Gallen, Graubünden) und Italienische Schweiz (Ticino)

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)



Publicom 2024

- > **ESH Médias** ist in französischer Schweiz #4 bei Meinungsmacht (4%) und Marktmacht (3%), klar hinter SRG SSR (27% Meinungsmacht), TX Group (17%) und Meta (11%), aber vor Ringier (1%)
- > ESH Médias erreicht mit **68 stärkste qualitative Markenleistung** aller Konzerne der französischen Schweiz, vor SRG SSR (66), TX Group (59), Ringier (54), AZ Medien (45) und Meta (40)
- > **ArcInfo** #2 für Meinungsmacht von ESH Médias in Französische Schweiz (insgesamt #22) und #1 im Arc Jurassien
- > **Le Nouvelliste** #1 für Meinungsmacht in Französische Schweiz (insgesamt #14) und #1 in Vaud/Fribourg/Valais
- > **La Côte** in Genève #1 für Meinungsmacht, insgesamt #44

Wichtige Veränderungen

Methodische Anmerkungen

Der *Medienmonitor Schweiz* untersucht den Einfluss von insgesamt **181 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 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