

## ESH Médias

### Portrait

Die **Groupe ESH Médias** (Edition Suisse Holding SA, bisher: Hersant) mit Sitz in Neuenburg publiziert Informationen nur sehr restriktiv.

ESH Médias 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).

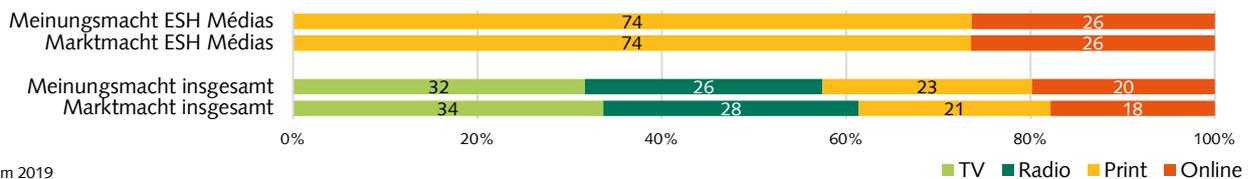
### Basisinformationen



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

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

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



Publicom 2019

- > **Klarer Schwerpunkt ist Print**, mit **74%** des Meinungsmacht-Potenzials und 74% der gesamten Marktmacht von ESH Médias
- > **Online** ist zweites Standbein, erzielt **26%** der Meinungsmacht und 26% der Marktmacht des Konzerns
- > Keine eigenen Aktivitäten von ESH Médias in TV und Radio
- > **Meinungsmacht-Zunahme** bei Print (+14), Abnahme bei Online (-14) seit 2017
- > **Schweizer Meinungsmarkt** insgesamt: TV (32%) vor Radio (26%), Print (23%) und Online (20%)

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

Anteile Konzern an gesamter Meinungsmacht in Medienräumen



#### Grosse Meinungsmacht:

-

#### Mittelgrosse Meinungsmacht:

-

#### Kleine bis mittlere Meinungsmacht:

- > **Arc Jurassien**: ESH Médias Nr. 3 mit **9%**

#### Geringfügige Meinungsmacht:

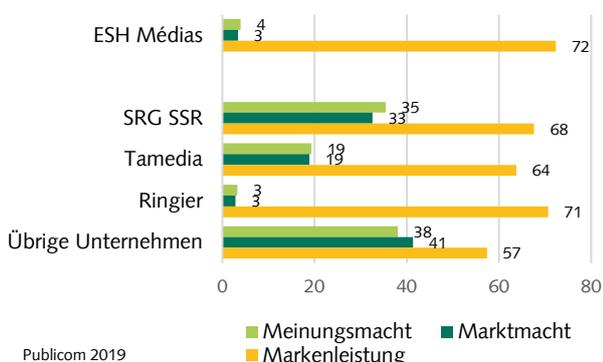
- > Vaud/Fribourg/Valais und französische Schweiz: Nr. 3 mit 4%
- > Genève: Nr. 4 mit 1%

**Nicht vertreten** in gesamter Deutscher sowie Italienischer Schweiz

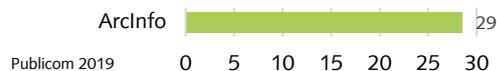
## Abb. 3: ESH Médias: Konkurrenzvergleich / Meinungsmacht Medienmarken

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

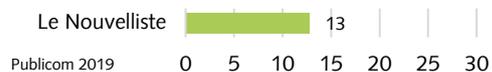
### Französische Schweiz



### Arc Jurassien



### Vaud/Fribourg/Valais



### Genève



- > **ESH Médias** ist in französischer Schweiz Nr. 3 bei Meinungsmacht (4%) und Marktmacht (3%), klar hinter SRG SSR (35% Meinungsmacht) und Tamedia (19%), aber vor Ringier (3%)
- > ESH Médias erreicht **stärkste qualitative Markenleistung** aller Konzerne der französischen Schweiz (Mittelwert von 72), mit Abstand folgen Ringier und SRG SSR
- > **ArcInfo** ist Nr. 1 für ESH Médias-Meinungsmacht und insgesamt Nr. 3 im **Arc Jurassien**
- > **Le Nouvelliste** ist in **Vaud/Fribourg/Valais** die Nr. 9 bei Marken-Meinungsmacht
- > **La Côte** ist Nr. 22 für Meinungsmacht im Medienraum **Genève**
- > Meinungsmacht **französische Schweiz: Le Nouvelliste** im Markenvergleich auf Rang 12 (und damit insgesamt die stärkste ESH Médias-Marke), **ArcInfo** auf Nr. 24

## Wichtige Veränderungen

- > Zusammenführung der beiden Neuenburger Titel "L'Express" und "L'Impartial" in die neue Tageszeitung "ArcInfo" per 23. Januar 2018.

## Methodische Anmerkungen

Der *Medienmonitor Schweiz* untersucht den Einfluss von insgesamt **176 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 **Konzernenebene** 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)