

## 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

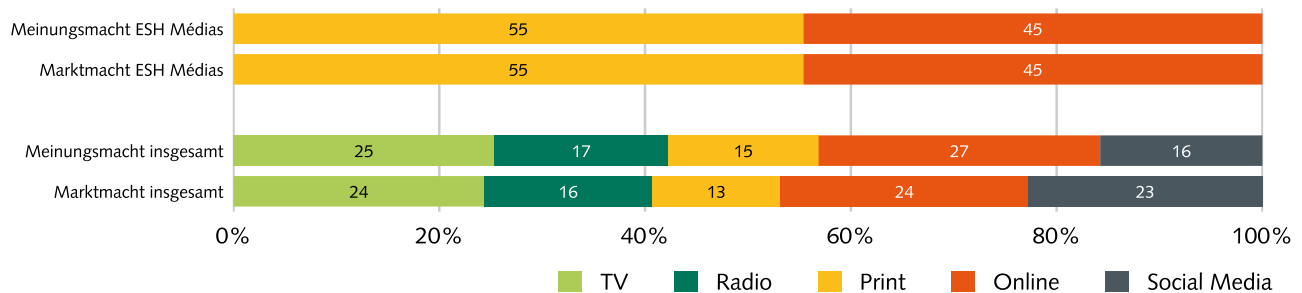
**eshmédias**

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 2025

- > **Schwerpunkt** von ESH Médias ist **Print** mit **55%** des Meinungsmachtpotenzials und ebenso grosser Marktmacht, **Online** mit jeweils **45%**
- > Keine eigenen Aktivitäten in TV und Radio
- > **Meinungsmachtabnahme** bei Radio (-1) und Print (+1, keine Veränderungen bei restlichen Mediengattungen seit 2023
- > Schweizer **Meinungsmacht** insgesamt: Online (27%) vor TV (25%), Radio (17%), 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:

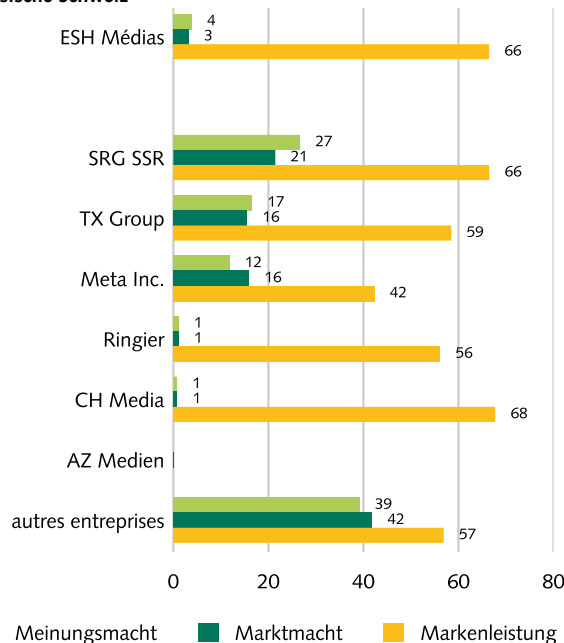
- > Arc Jurassien #4 mit 9%
- > Französische Schweiz #4 und Vaud/Fribourg/Valais #4 mit 4%
- > Genève #4 mit 2%
- > Ganze Schweiz #8 mit 1%

**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)

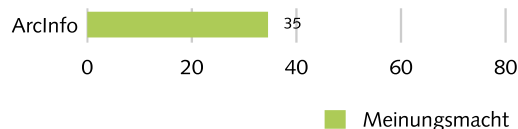
## Französische Schweiz



Publicom 2025

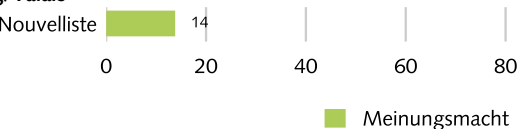
- > **ESH Médias** ist in französischer Schweiz #4 bei Meinungsmacht (4%) und Marktmacht (3%), klar hinter SRG SSR (27% Meinungsmacht), TX Group (17%) und Meta (12%), aber vor Ringier und CH Media (je 1%)
- > ESH Médias erreicht mit 66 eine **starke qualitative Markenleistung** aller Konzerne der französischen Schweiz, hinter CH Media (68), gleichauf mit SRG SSR (66), und vor TX Group (59), Ringier (56) und Meta (42)

## Arc Jurassien



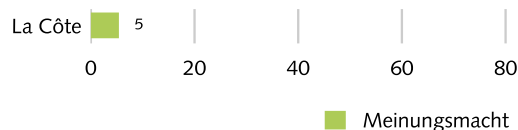
Publicom 2025

## Vaud/Fribourg/Valais



Publicom 2025

## Genève



Publicom 2025

- > **ArcInfo** #2 für Meinungsmacht von ESH Médias in Französische Schweiz (insgesamt #22) und #1 im Arc Jurassien
- > **Le Nouvelliste** #1 für Meinungsmacht von ESH Médias in Französische Schweiz (insgesamt #15) und insgesamt #11 in Vaud/Fribourg/Valais
- > **La Côte** #1 für Meinungsmacht von ESH Médias in Genève (insgesamt #16), in Französische Schweiz insgesamt #42

## Wichtige Veränderungen

- > Aufgrund der rückläufigen Werbeeinnahmen im Printmedienmarkt streicht ESH Médias 27 Stellen, um Fixkosten in Höhe von vier Millionen Franken zu reduzieren. Der Stellenabbau betrifft sämtliche Aktivitäten und Standorte der Gruppe, wobei insgesamt sechs Stellen in den Redaktionen wegfallen. (30.01.2024/20.02.2024)

## Methodische Anmerkungen

Der *Medienmonitor Schweiz* untersucht den Einfluss von insgesamt **182 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 *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) der Marktmacht-Index mit dem Markenleistungs-Index gewichtet und in den Indexbereich (0 bis 100) normalisiert.