

Meta Platforms Inc.

Portrait

Meta ist ein US-amerikanisches Unternehmen mit Sitz in Menlo Park, Kalifornien. Zum Unternehmen gehören die sozialen Netzwerke Facebook und Instagram, der Messenger WhatsApp sowie Oculus VR, ein Hersteller von Virtual-Reality-Hardware.

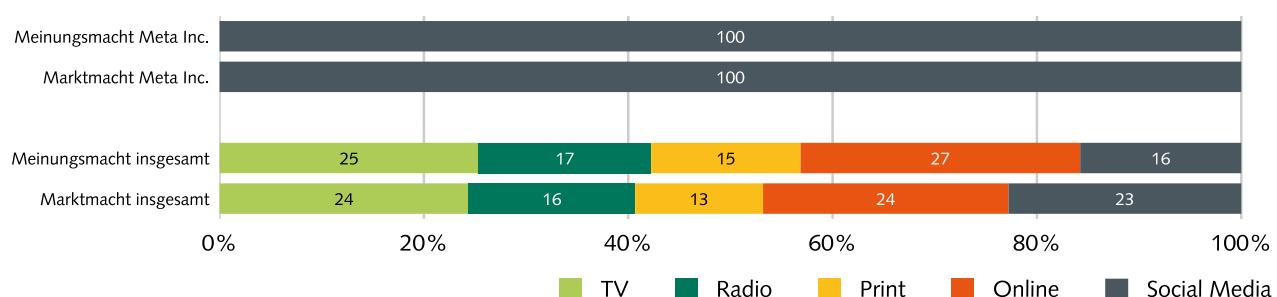
Basisinformationen



Meta Platforms Inc. gibt keine Geschäftszahlen zu den Aktivitäten in der Schweiz bekannt.

Abbildung 1: Meinungsmacht und Marktmacht – Publizistische Schwerpunkte von Meta Platforms Inc.

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



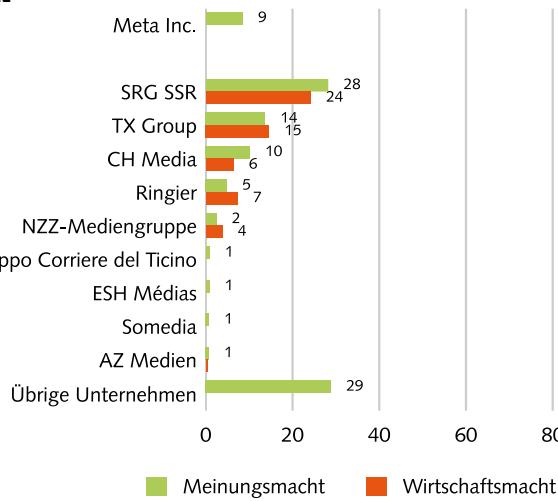
> Meta nur mit Aktivitäten in Social Media

- > **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: Meinungs-, Wirtschafts- und Marktmacht sowie Markenleistung – Meta im Konkurrenzvergleich

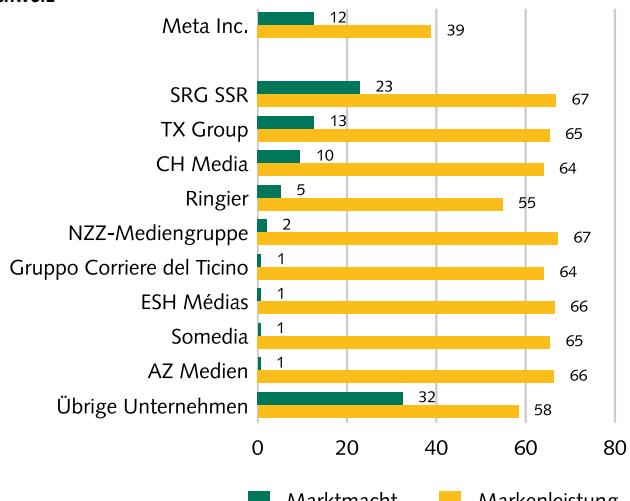
Anteile Konzerne an gesamter Meinungs-, Markt- und Wirtschaftsmacht; Mittelwerte für Markenleistung (Index 0 bis 100)

Schweiz



- > **Meta #4** bei nationaler **Meinungsmacht** (8%), hinter SRG SSR (28%), TX Group (14%) und CH Media (10%), vor Ringier (5%)

Schweiz



- > Meta mit 39 mit Abstand **tiefste qualitative Markenleistung**
- > Meta (12%) **#3** hinter SRG SSR (23%) **bei nationaler Marktmacht**, und knapp hinter TX Group (13%), aber vor CH Media (10%)

MEDIENMONITOR SCHWEIZ

Abb. 3: Regionale Meinungsmacht Meta
Anteile Konzern an gesamter Meinungsmacht in Medienräumen

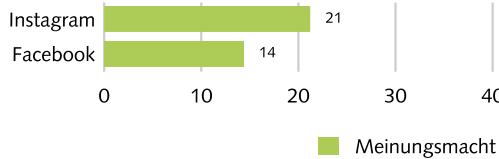
Meta ist, neben SRG SSR und TX Group, einziger nationaler Konzern mit Aktivitäten **in allen Regionen**:



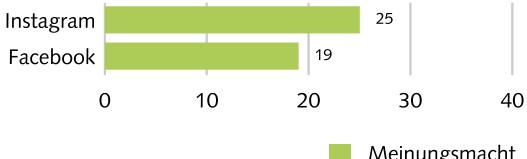
Abb. 4: Meinungsmacht Meta: Medienmarken Schweiz und Sprachregionen

Meinungsmacht von Medienmarken, national und in Sprachregionen (Indexwerte 0 bis 100)

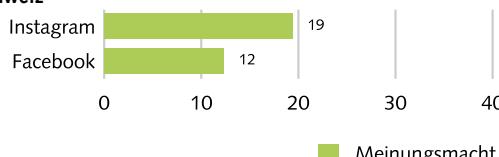
Schweiz



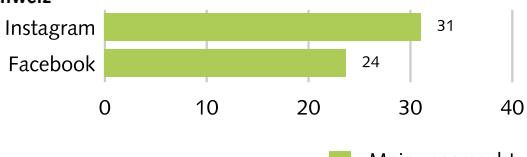
Französische Schweiz



Deutsche Schweiz



Italienische Schweiz



> **Instagram und Facebook: Dritt- und siebtgrösste nationale Meinungsmacht** aller Medienmarken (21 bzw. 14 Indexpunkte)

> Instagram **in allen Landesteilen** mit grösserer Meinungsmacht als Facebook

> Geringster **Unterschied** der Meinungsmacht in Französischer Schweiz (6); in Deutschschweiz und in Italienischer Schweiz mit je 7 Punkten Unterschied

> Beide Marken mit grösserer Meinungsmacht in lateinischer Schweiz

Wichtige Veränderungen

MEDIENMONITOR SCHWEIZ

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. 4) 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