

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.

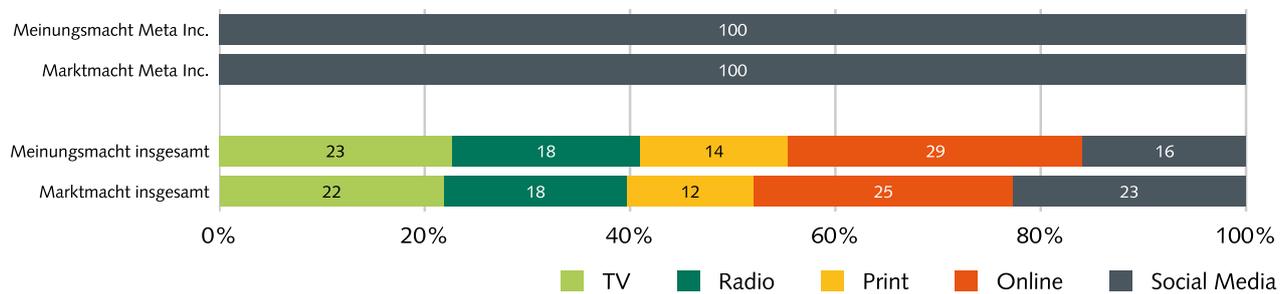
Basisinformationen



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 summierter nationaler Meinungs- und Marktmacht des Konzerns



Publicom 2023

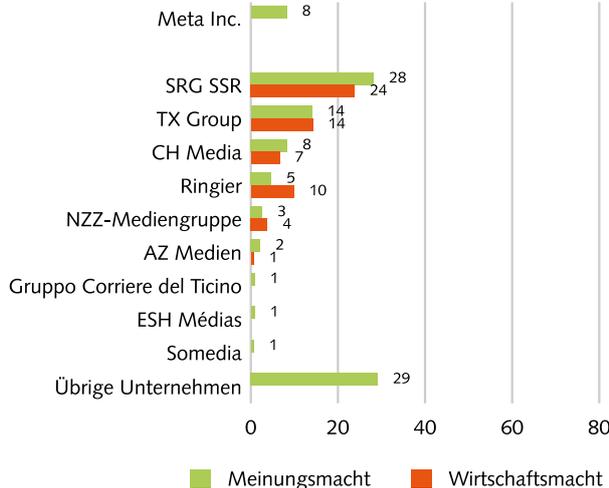
> Meta nur mit Aktivitäten in **Social Media**

> **Schweizer Meinungsmarkt** insgesamt: Online (29%) vor TV (23%), Radio (18%), Social Media (16%) und Print (14%)

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)

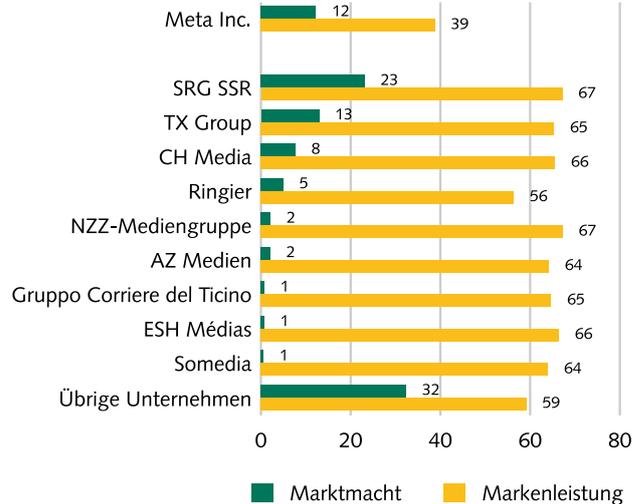
Schweiz



Publicom 2023

> **Meta #4** bei nationaler **Meinungsmacht** (8%), hinter SRG SSR und TX Group, knapp hinter CH Media, deutlich vor Ringier

Schweiz



Publicom 2023

> Meta mit Abstand **tiefste qualitative Markenleistung** (Mittelwert von 62)

> Meta **#3** hinter SRG SSR bei nationaler **Marktmacht**, und knapp hinter TX Group

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:



Publicom 2023

Sehr grosse Meinungsmacht:

-

Grosse Meinungsmacht:

-

Mittlere Meinungsmacht:

- > Genève und Vaud/Fribourg/Valais: #4 mit 12%
- > Arc Jurassien #3 und Französische Schweiz #4: mit je 11%
- > Ticino und Italienische Schweiz #5: mit 10%

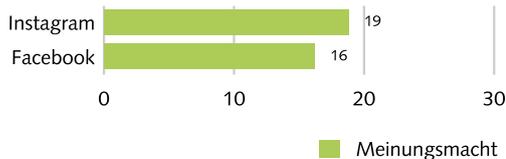
Kleine Meinungsmacht:

- > Graubünden #4; ZH Nordwest #5: mit je 9%
- > Hochalpen und Zürich/See #4; Ganze Schweiz und St. Gallen #5: mit je 8%
- > ZH Nordost und Bern #4; Basel, Deutsche Schweiz, Mittelland und Zentralschweiz #5: mit je 7%

Abb. 4: Meinungsmacht Meta: Medienmarken Schweiz und Sprachregionen

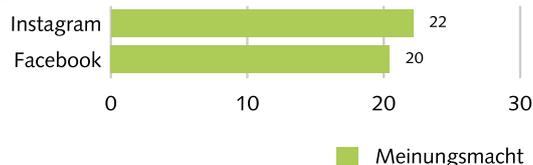
Meinungsmacht von Medienmarken, national und in Sprachregionen (Indexwerte 0 bis 100)

Schweiz



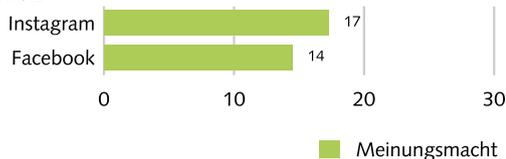
Publicom 2023

Französische Schweiz



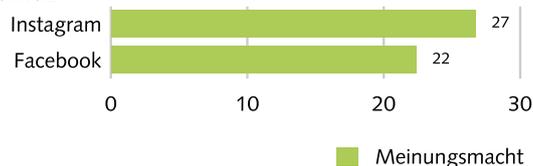
Publicom 2023

Deutsche Schweiz



Publicom 2023

Italienische Schweiz



Publicom 2023

- > **Instagram und Facebook: Viert- und sechstgrösste nationale Meinungsmacht** aller Medienmarken (19 bzw. 16 Indexpunkte)
- > Instagram neu in **allen Landesteilen** mit grösserer Meinungsmacht als Facebook

- > Geringster **Unterschied** der Meinungsmacht in Französischer Schweiz (2); in Deutschschweiz mit 3 Punkten, in Italienischer Schweiz mit 5 Punkten Unterschied
- > Beide Marken mit grösserer Meinungsmacht in lateinischer Schweiz

Wichtige Veränderungen

- > Meta entlässt beim ersten grossen Stellenabbau seiner Geschichte mehr als 11'000 Angestellte. Das entspricht etwa 13% der Belegschaft (09.11.2022)
- > Grosser Gewinn- und Umsatzrückgang bei Meta lässt Aktie um 13 Prozent einbrechen (26.10.2022)

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**, 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