

# Social Media Schweiz 2018

Bernet IAM Studie – Impulsveranstaltung, 21. März 2019

#SocialMediaCH18

Irène Messerli, Bernet Relations

@irenemesserli

zh  
aw

B

Bernet  
Relations

# Irène Messerli

Co-Inhaberin/Geschäftsleiterin Bernet Relations AG.  
MBA Leadership & Management (Transkulturelle  
Kommunikation, Personal Leadership, Organisations-  
entwicklung & Change Leadership). Eidg. dipl. PR-Beraterin.  
Pädagogik-Studium. Online-Journalistin. Leiterin  
Kommunikation bei einem internationalen  
Medienunternehmen, einer Hochschule und einem  
kantonalen Polizeikorps. Dozentin Journalistenschule MAZ.



**Bernet**  
Relations

# Bernet IAM Studie – Social Media Schweiz 2018

Studien zum Einsatz und Bewertung von

Internet und Social Media:

zhaw IAM und Bernet Relations – **17 Jahre**

**Kooperation von Praxis und Wissenschaft**



# Bernet IAM Studie – Zusammenarbeit seit 2002



- In der Deutschschweiz besitzen rund zwei Drittel aller Journalistinnen und Journalisten eine E-Mail-Adresse.

# Bernet IAM Studie – 2007 Bernet/MAZ Studie

**MARCEL BERNET**



**PUBLIC RELATIONS**

Olgastrasse 8, Postfach, 8024 Zürich  
Telefon 044 266 90 80, Fax 044 266 90 88  
info@bernet.ch, www.bernet.ch

**maz**

DIE SCHWEIZER JOURNALISTENSCHULE

maz/Bernet-Studie Web 2.0

Umgang von Schweizer Unternehmen  
und Organisationen mit dem Social Web



- ▶ 200 grösste Schweizer Unternehmen
  - ▶ kantonale/grossstädtische Verwaltungen
  - ▶ Auswahl von Schweizer Verbänden
  - ▶ Auswahl von Schweizer NGOs
- ✓ Antworten von 104 Organisationen

zh  
aw

**B**  
Bernet  
Relations

# 2007: Ausgewählte Aussagen

- Unter dem Oberbegriff Web 2.0 verstehen wir dialogische Elemente der Website, (Video-)Podcasts, Weblogs, RSS, Social Platforms, Second Life und Wikis.
- Die Annäherung an neue Plattformen und Online-Dialoge erfolgt noch zögerlich.
- Wikis und Weblogs finden immer mehr praktische Anwender, oft auch für den internen Gebrauch.

# 2007: Ausgewählte Aussagen

- Rund 80 Prozent der Befragten beliefern keine Blogger mit Medieninformationen und werden dies auch in Zukunft nicht tun.
- Knapp die Hälfte der Befragten führt ein Online-Monitoring durch, zwei Drittel davon täglich.

# Bernet IAM Studie

**Vom Hype zum Handwerk:  
Bernet ZHAW Studie  
Social Media Schweiz 2012**

---

Social Media wird praktisch: Zwei Drittel der Schweizer Unternehmen, Organisationen und Behörden setzen auf das Mitmach-Web. Die Hälfte folgt dabei einer formulierten Strategie. Facebook ist die mit Abstand am meisten bespielte Plattform vor YouTube, Twitter, Xing und Google+. Die meisten schätzen den Aufwand höher ein als den Nutzen – und glauben trotzdem an eine zunehmende Bedeutung von Social Media für Image und Absatz.

Hashtag #smch12

PDF: [www.bernet.ch/socialmediastudie](http://www.bernet.ch/socialmediastudie)



# Social Media wird Alltag: Integration nimmt zu

**Bernet ZHAW Studie  
Social Media Schweiz 2013  
#smch13**





# Bernet IAM Studie

Social Media in Organisationen:  
Weniger Experimente – mehr Strategie

Bernet ZHAW Studie

Social Media Schweiz 2016

#SocialMediaCH16



zh  
aw

B

Bernet  
Relations

# 2018: Methodisches Vorgehen

Juli 2018: Online-Fragebogen an

- grösste 350 Unternehmen der Schweiz
- die kantonalen und Bundesbehörden
- ausgewählte Verbände und NPO

✓ Bis Ende August 2018: Antworten von 140 Organisationen

# Aspekte der Wissenschaftlichkeit

- Fragebogen im Kern gleich, Anpassung an neue Entwicklungen
- Kein festes Panel: Teilnehmerschaft verändert sich
- Repräsentativität der Stichprobe

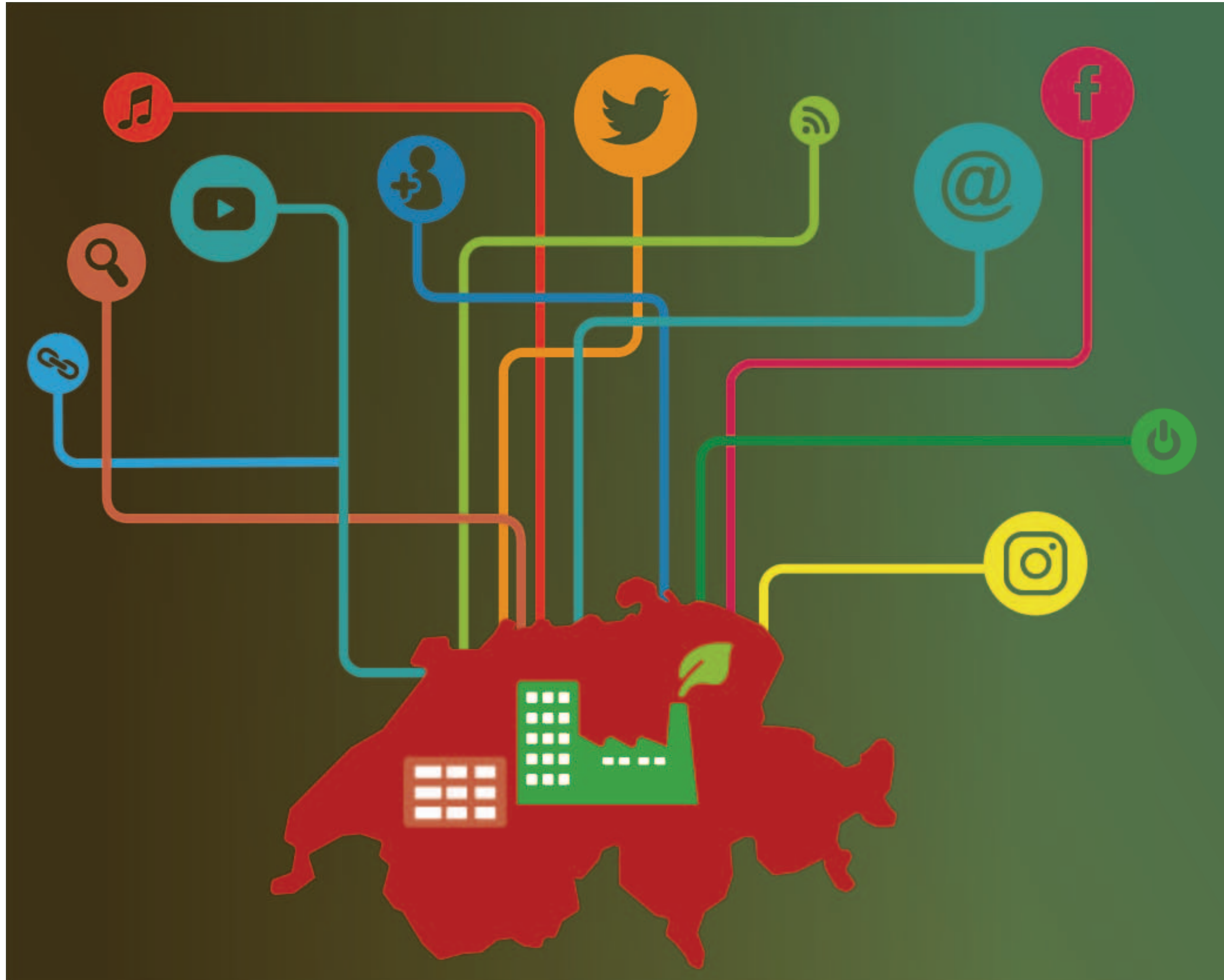
# Aspekte der Wissenschaftlichkeit

- ▀ Unternehmen (Vollerhebung der Grössten): 25 Prozent
- ▀ Verwaltungen, politische Organisationen, Verbände (Vollerhebung der Kantone, Bundesämter, ausgewählte Städte): 30 Prozent
- ▀ NGO (ausgewählte): 33 Prozent

**Prof. Dr. Guido Keel**, Leiter IAM Institut für Angewandte

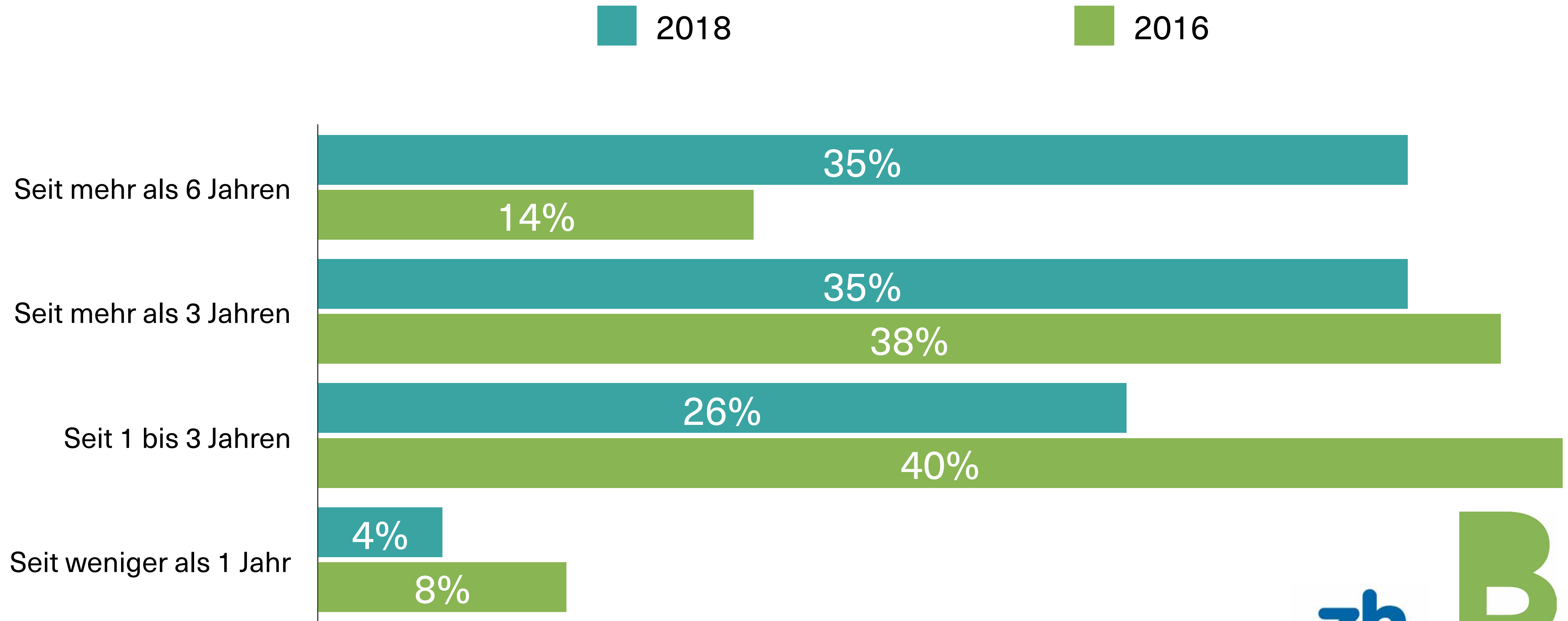
✓ Medienwissenschaft: *«Die Daten erlauben eine Beschreibung von Häufigkeiten und geben Hinweise auf Trends.»*

# Bernet IAM Studie 2018 – die wichtigsten Erkenntnisse



- Engagement
- Ziele und Strategie
- Kanäle
- Bezahlte Präsenz
- Ressourcen
- Monitoring
- Zukunft

# Wie lange ist Ihre Organisation bereits auf Social Media engagiert?

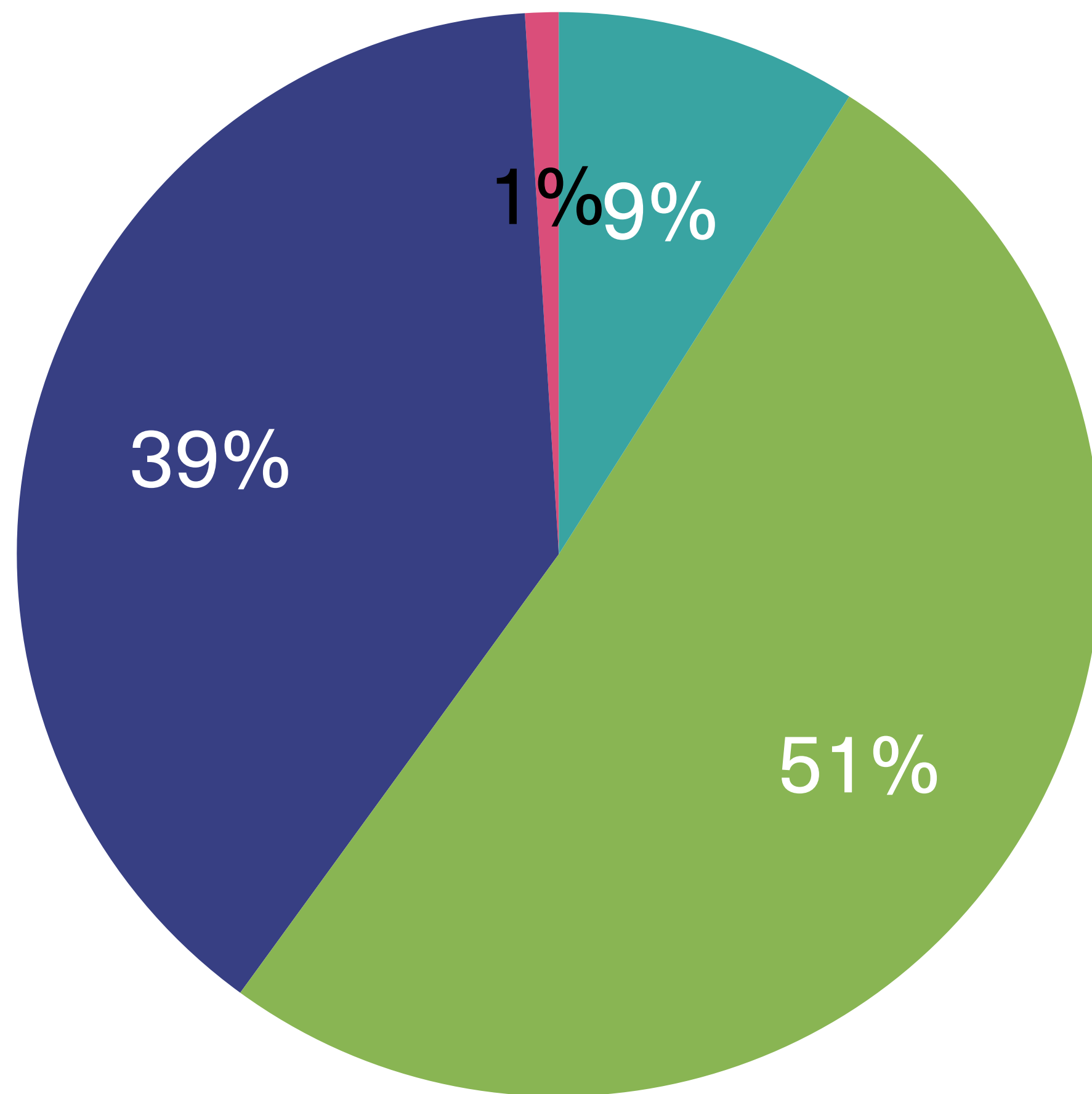


n=95

Quelle: Bernet ZHAW Studie Social Media Schweiz 2018 [bernet.ch/studien](http://bernet.ch/studien)



# Verfügt Ihre Organisation über eine formulierte Social-Media-Strategie?



- Nicht vorhanden
- Für die Gesamtorganisation
- Für Bereiche/Abteilungen/Projekte
- Weiss nicht

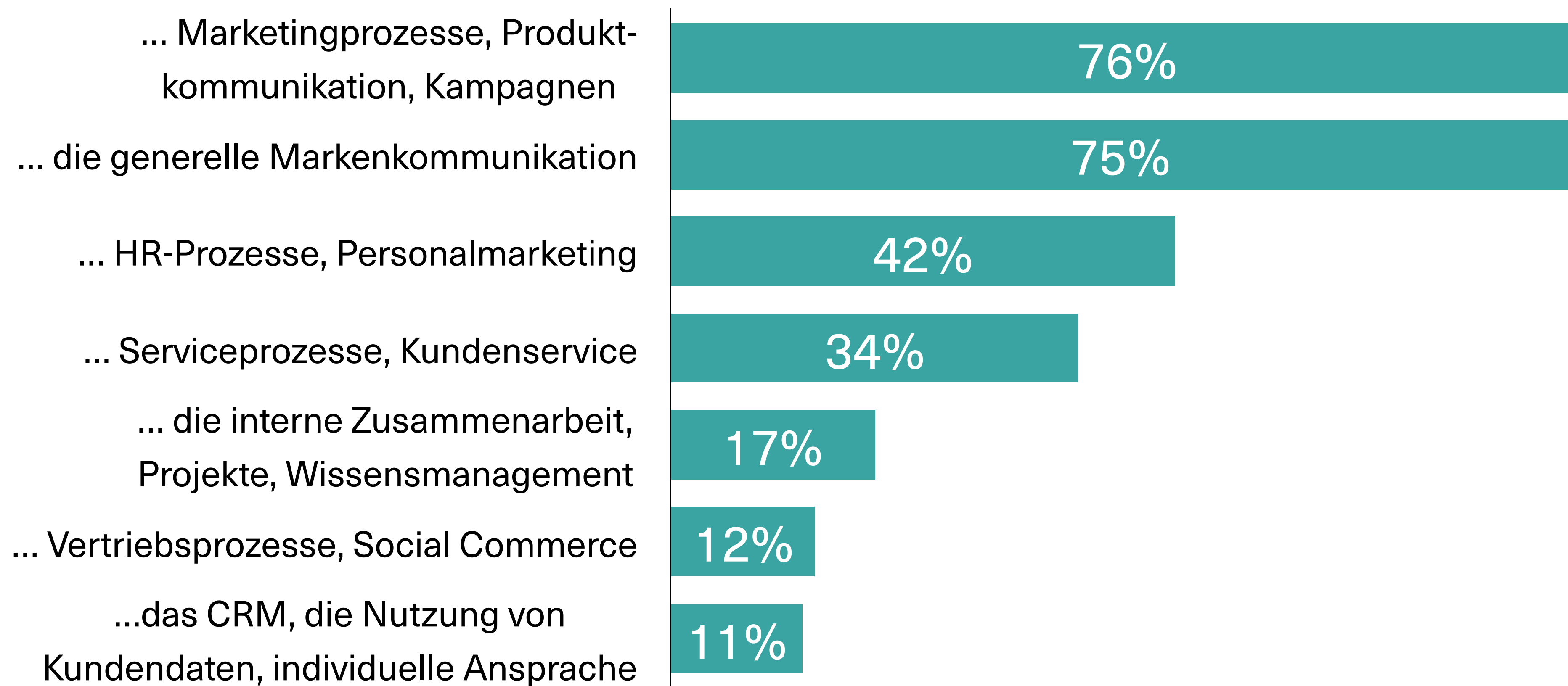
n=104

Quelle: Bernet ZHAW Studie Social Media Schweiz 2018 [bernet.ch/studien](http://bernet.ch/studien)

zh  
aw

**B**  
Bernet  
Relations

# Wie integriert erfolgen Ihre Social-Media-Aktivitäten? Sind sie integriert in...?



n=104

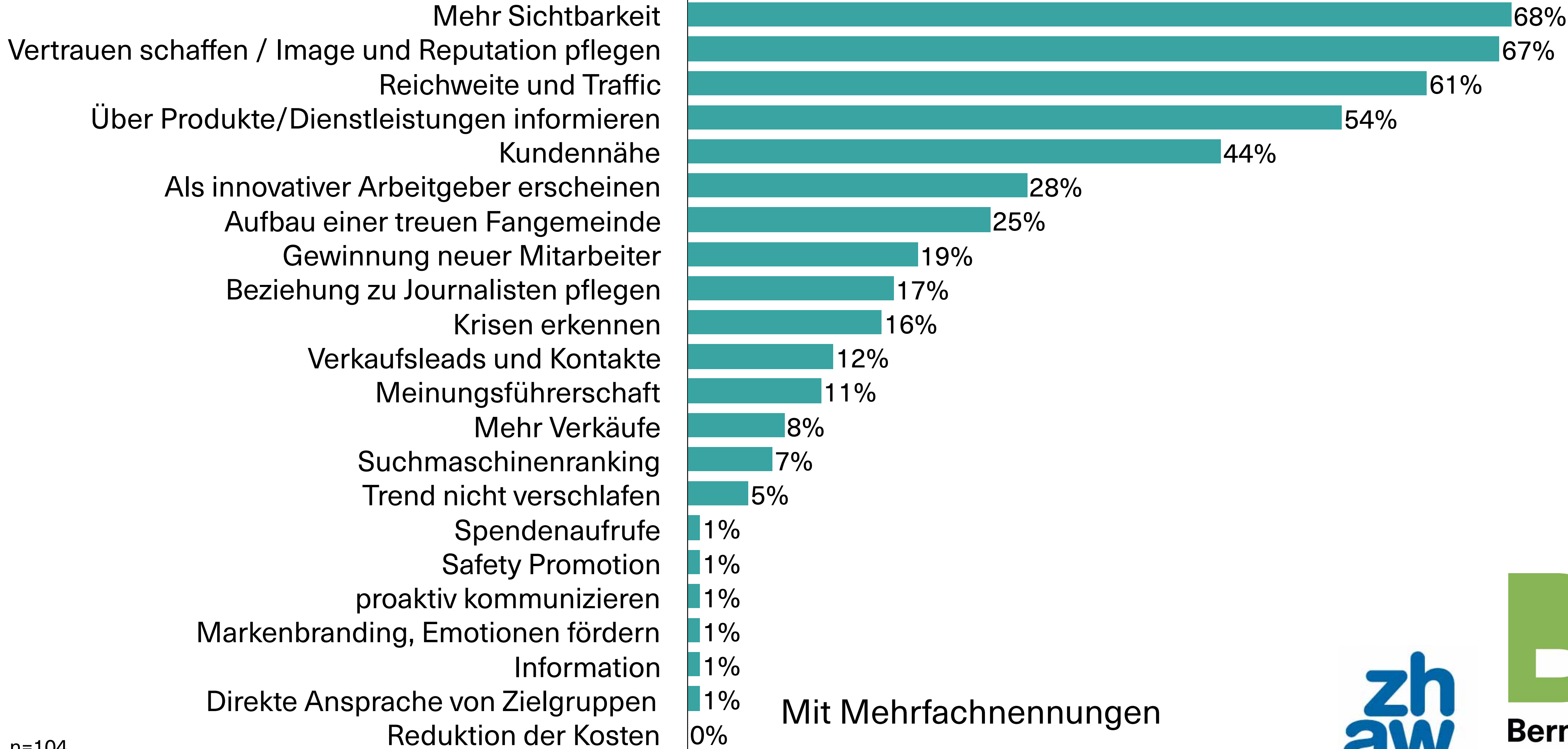
Quelle: Bernet ZHAW Studie Social Media Schweiz 2018 [bernet.ch/studien](http://bernet.ch/studien)

zh  
aw

**B**  
Bernet  
Relations



# Welche Ziele verfolgen Sie mit Ihrem Social-Media-Einsatz?



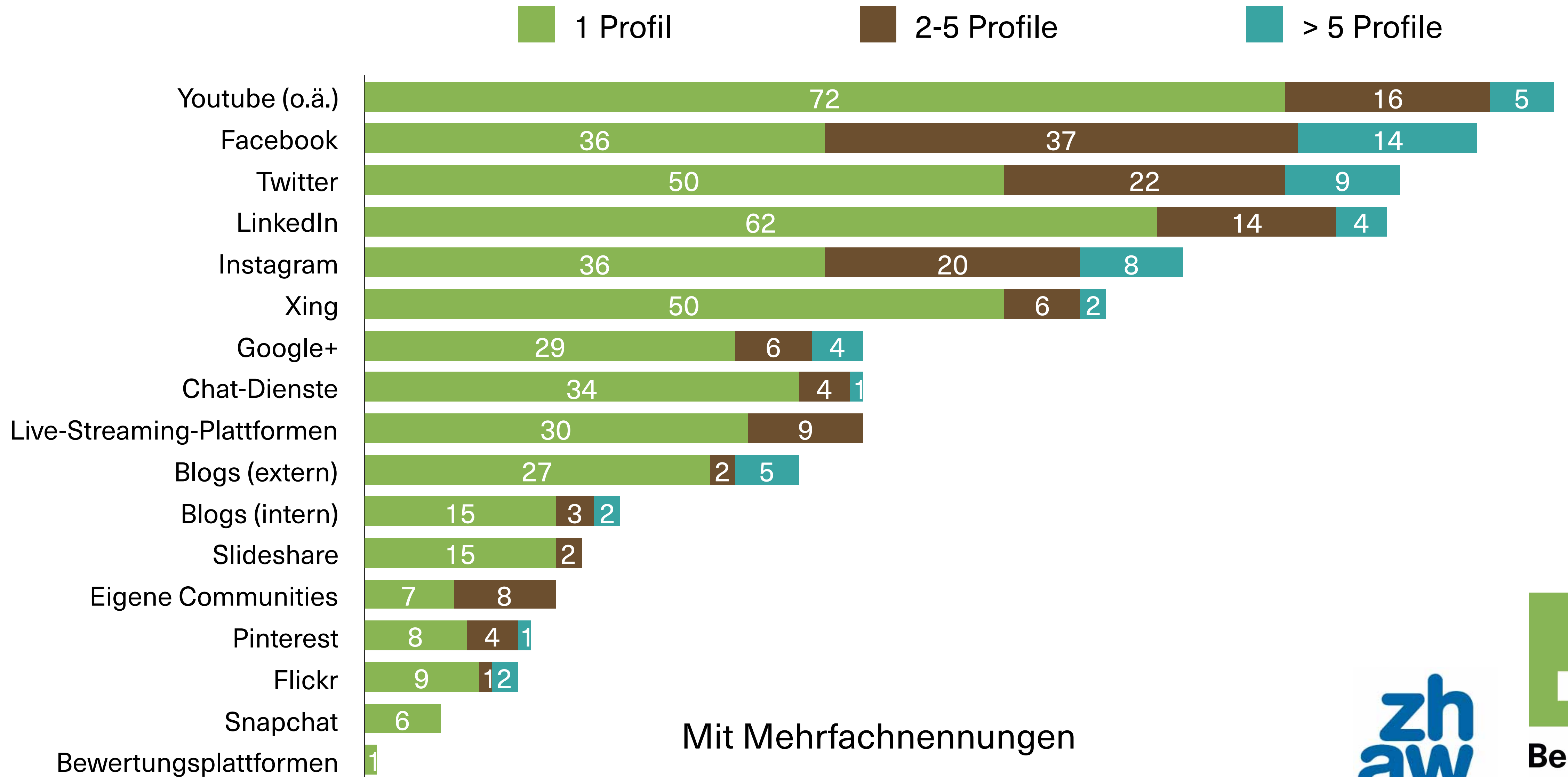
Mit Mehrfachnennungen

n=104

Quelle: Bernet ZHAW Studie Social Media Schweiz 2018 [bernet.ch/studien](http://bernet.ch/studien)



# Welche Social-Media-Kanäle pflegt Ihre Organisation aktiv?



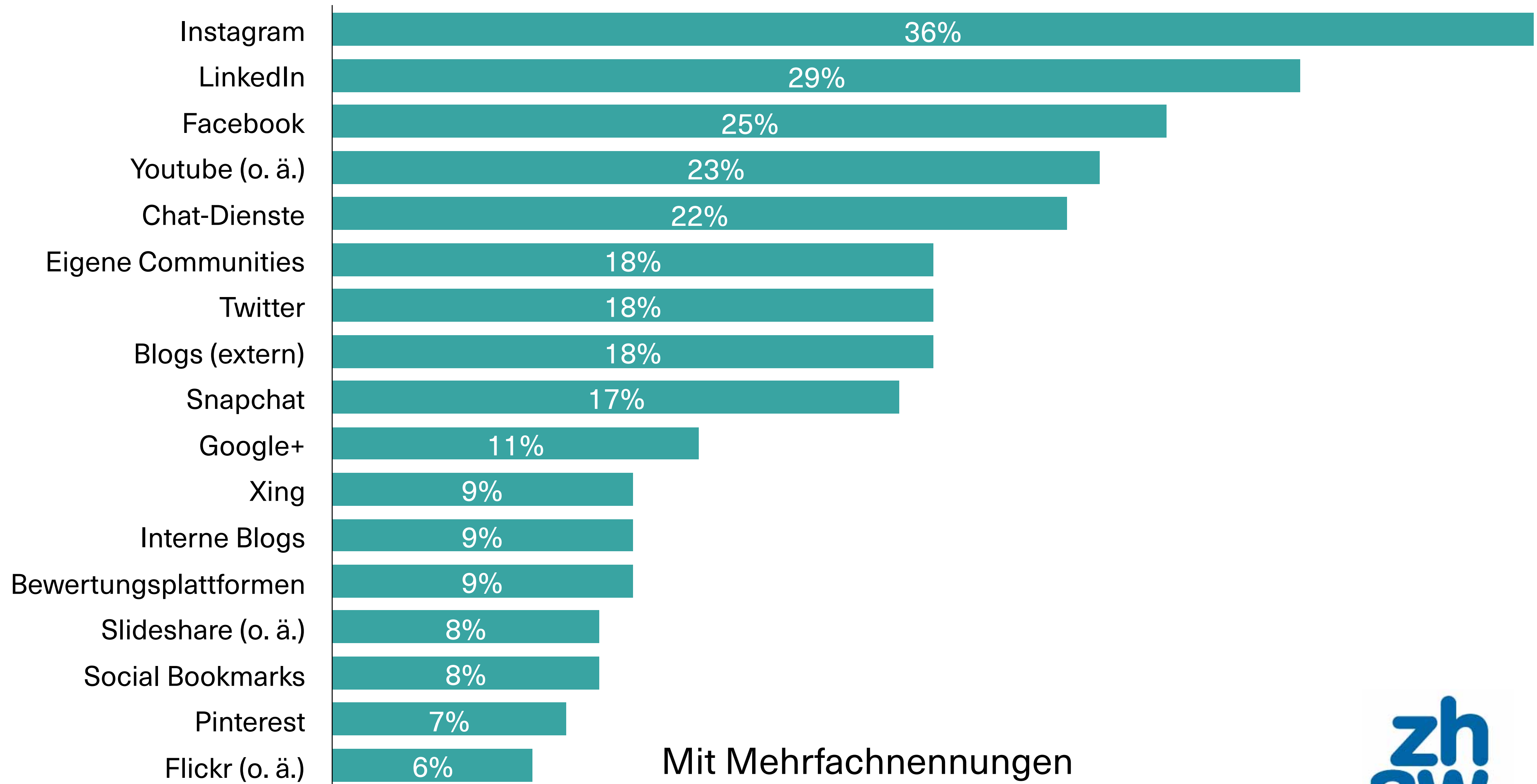
Mit Mehrfachnennungen

n=96

Quelle: Bernet ZHAW Studie Social Media Schweiz 2018 [bernet.ch/studien](http://bernet.ch/studien)



# Über welchen Kanal möchten Sie gerne mehr lernen?



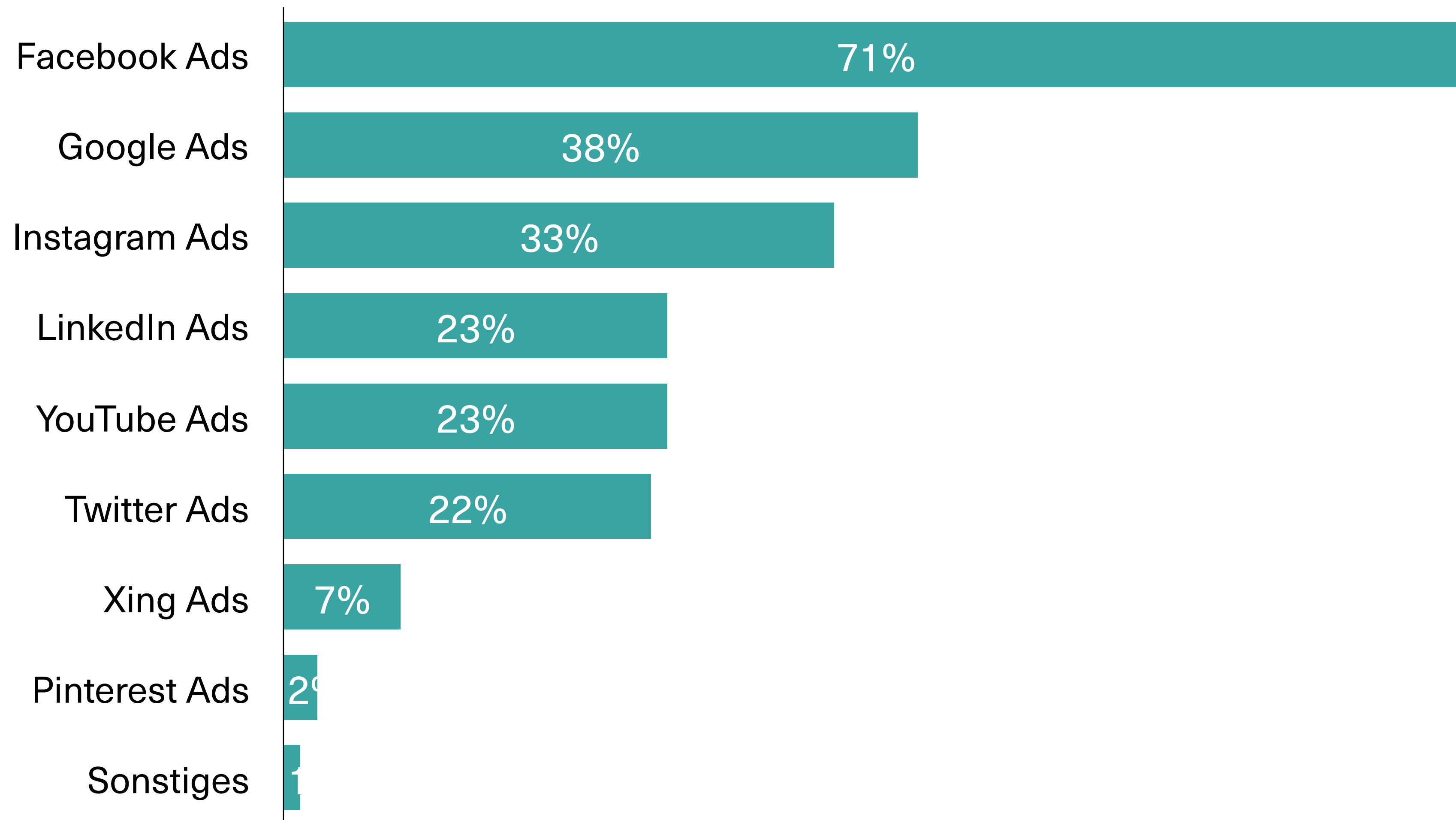
Mit Mehrfachnennungen

n=100

Quelle: Bernet ZHAW Studie Social Media Schweiz 2018 [bernet.ch/studien](http://bernet.ch/studien)



# Bei welchen Plattformen haben Sie schon mit Geld Reichweite gekauft (Paid Ads)?

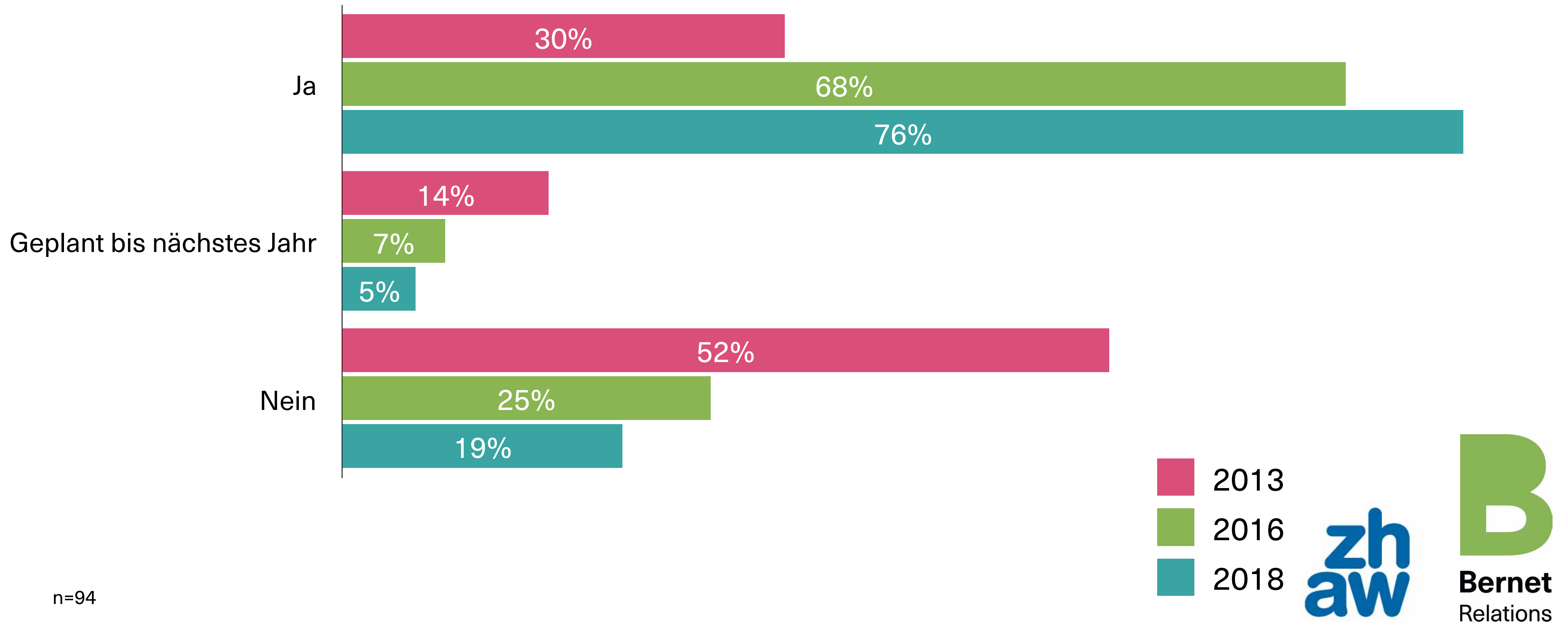


n=99

Quelle: Bernet ZHAW Studie Social Media Schweiz 2018 [bernet.ch/studien](https://www.bernet.ch/studien)



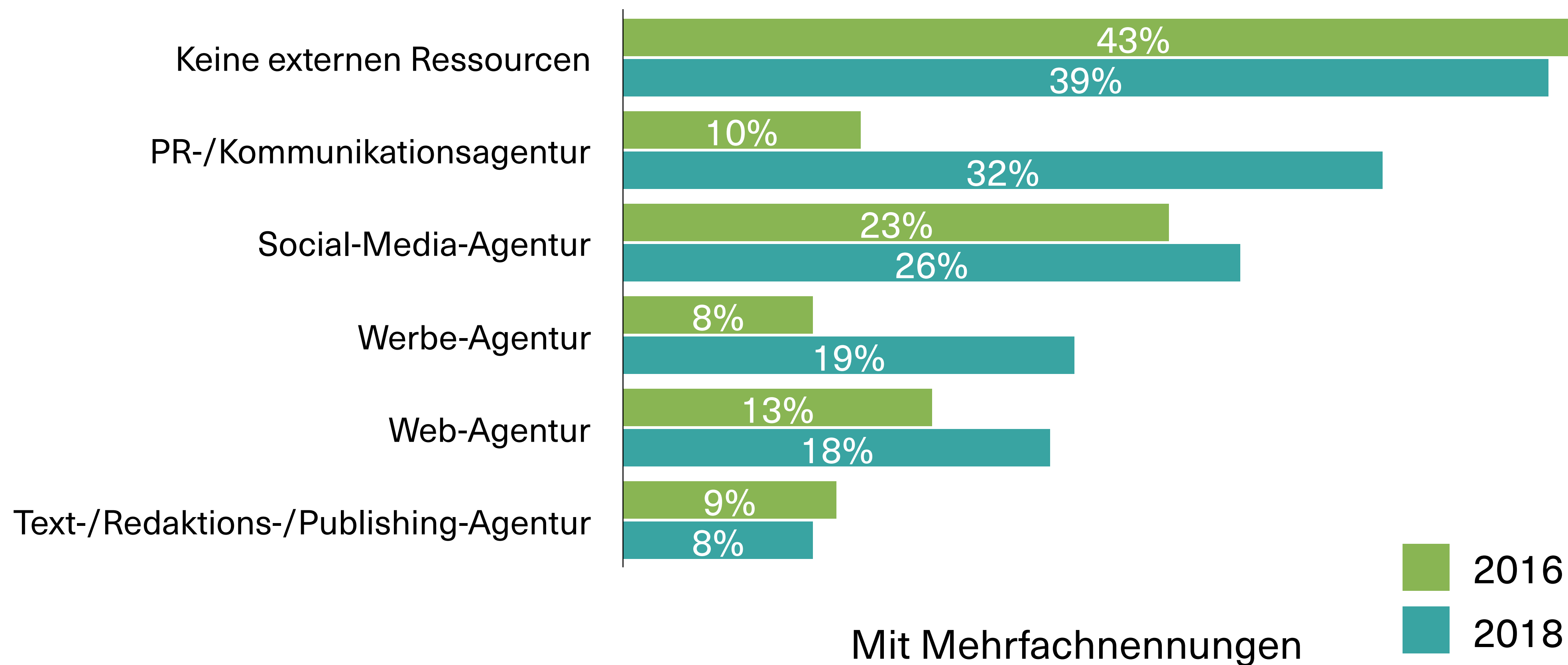
# Verfügt Ihre Organisation über ein Budget oder über Stellenprozenzte für Social-Media Aktivitäten?



n=94

Quelle: Bernet ZHAW Studie Social Media Schweiz 2018 [bernet.ch/studien](http://bernet.ch/studien)

# Wenn Sie externe Ressourcen für Social Media einsetzen, mit was für Dienstleistern arbeiten Sie?



n=97

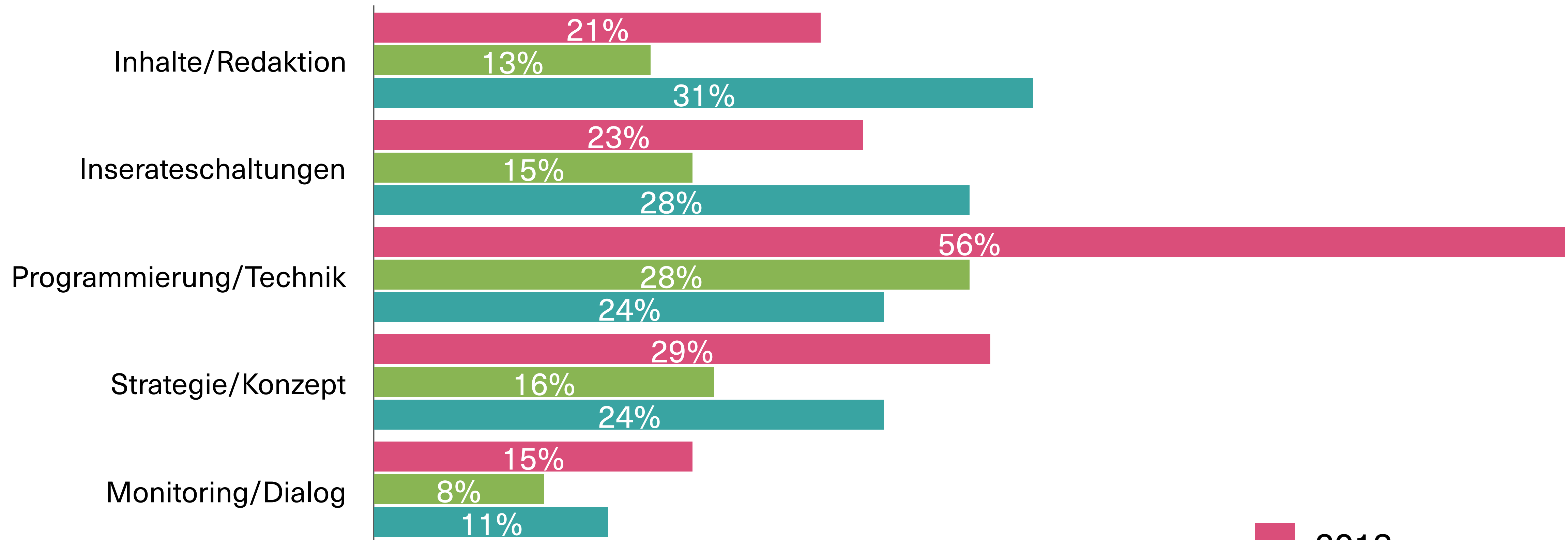
Quelle: Bernet ZHAW Studie Social Media Schweiz 2018 [bernet.ch/studien](http://bernet.ch/studien)

2016  
2018

zhaw

B  
Bernet  
Relations

# Was delegieren Sie hauptsächlich an externe Dienstleister für Social Media?



Mit Mehrfachnennungen

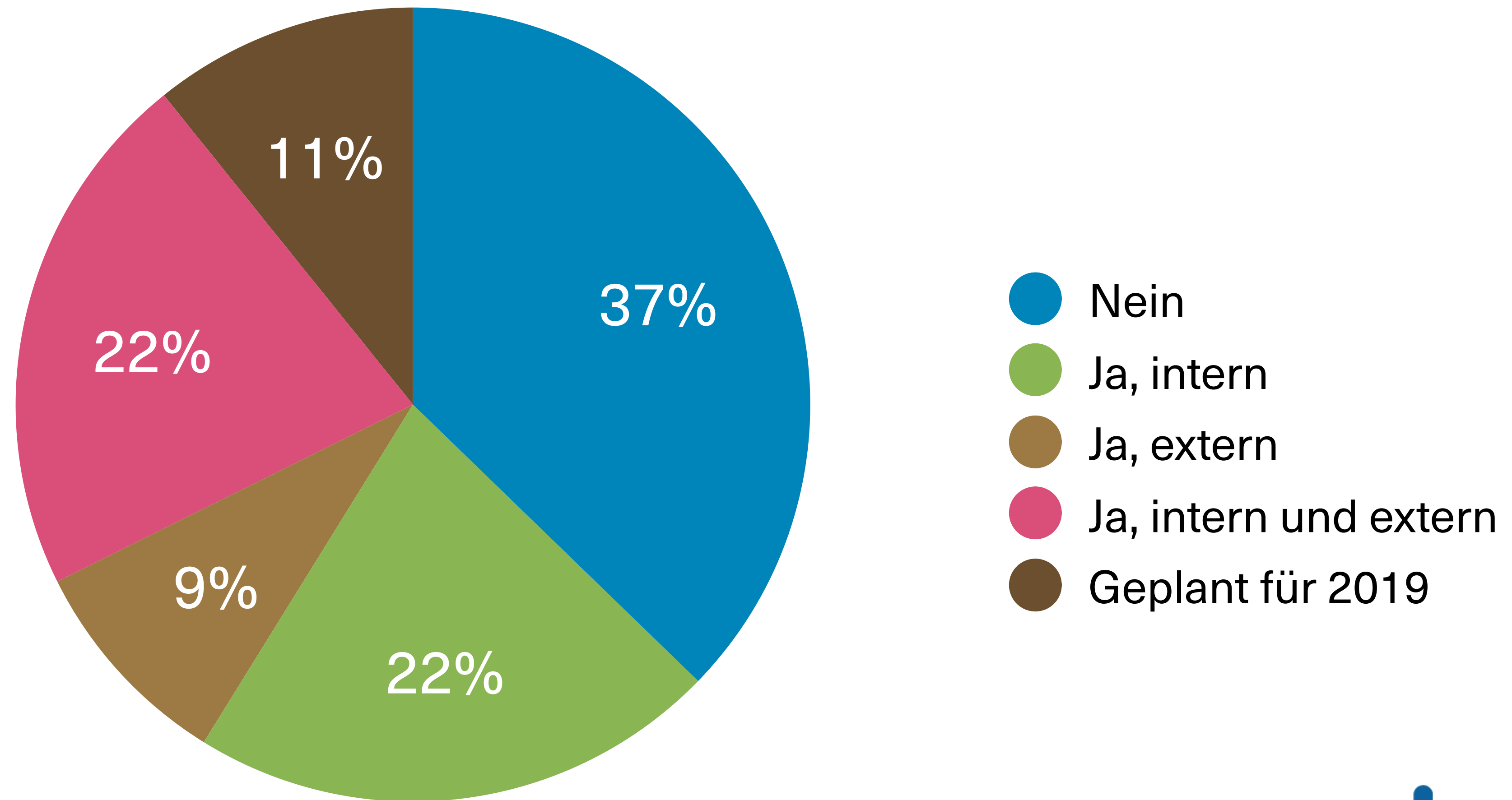
n=97

Quelle: Bernet ZHAW Studie Social Media Schweiz 2018 [bernet.ch/studien](http://bernet.ch/studien)

2013  
2016  
2018



# Arbeitet Ihre Organisation mit internen oder externen Influencern für die Social-Media-Aktivitäten?



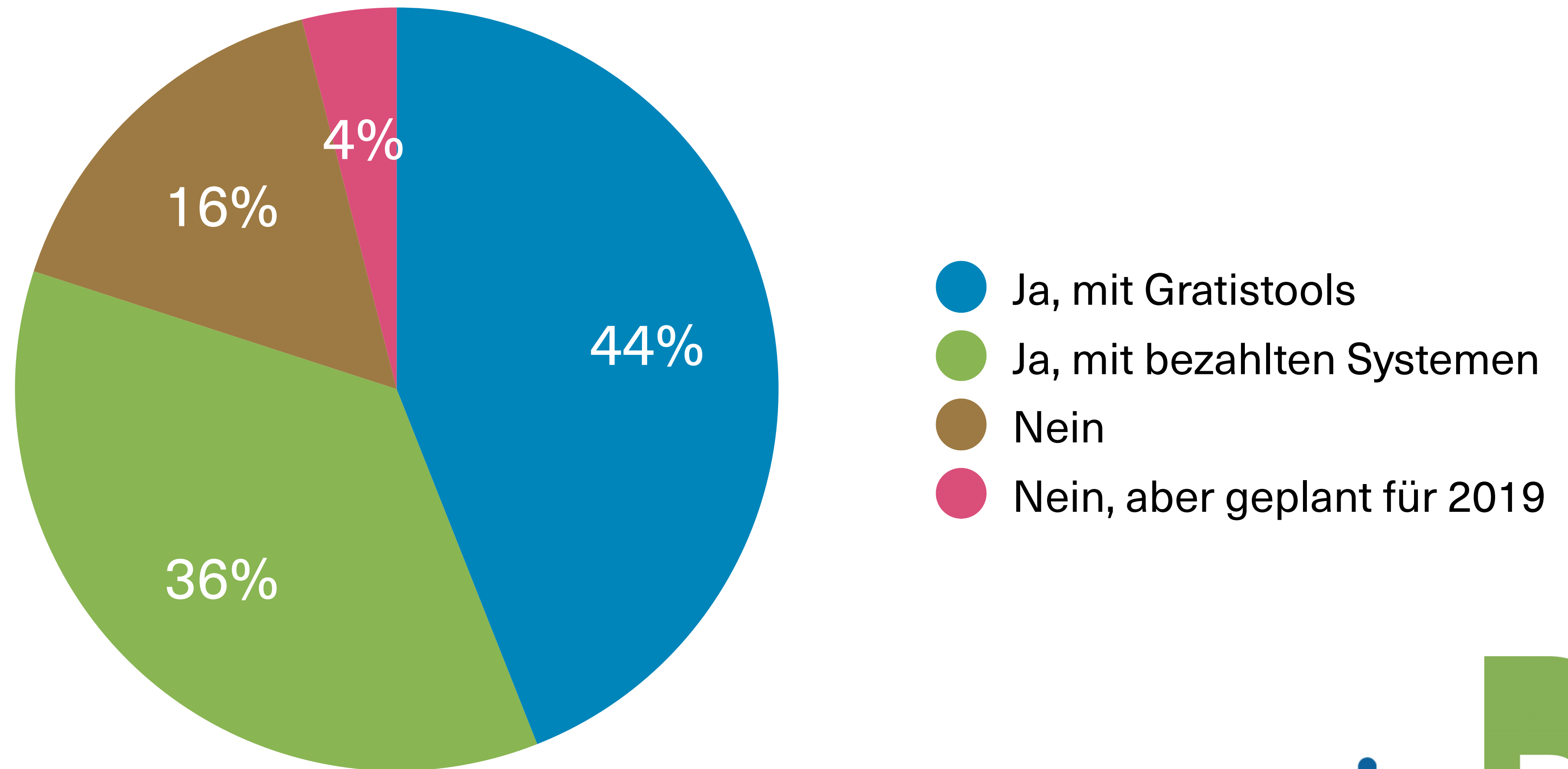
n=95

Quelle: Bernet ZHAW Studie Social Media Schweiz 2018 [bernet.ch/studien](http://bernet.ch/studien)





# Betreiben Sie ein Monitoring für Social-Media-Plattformen?

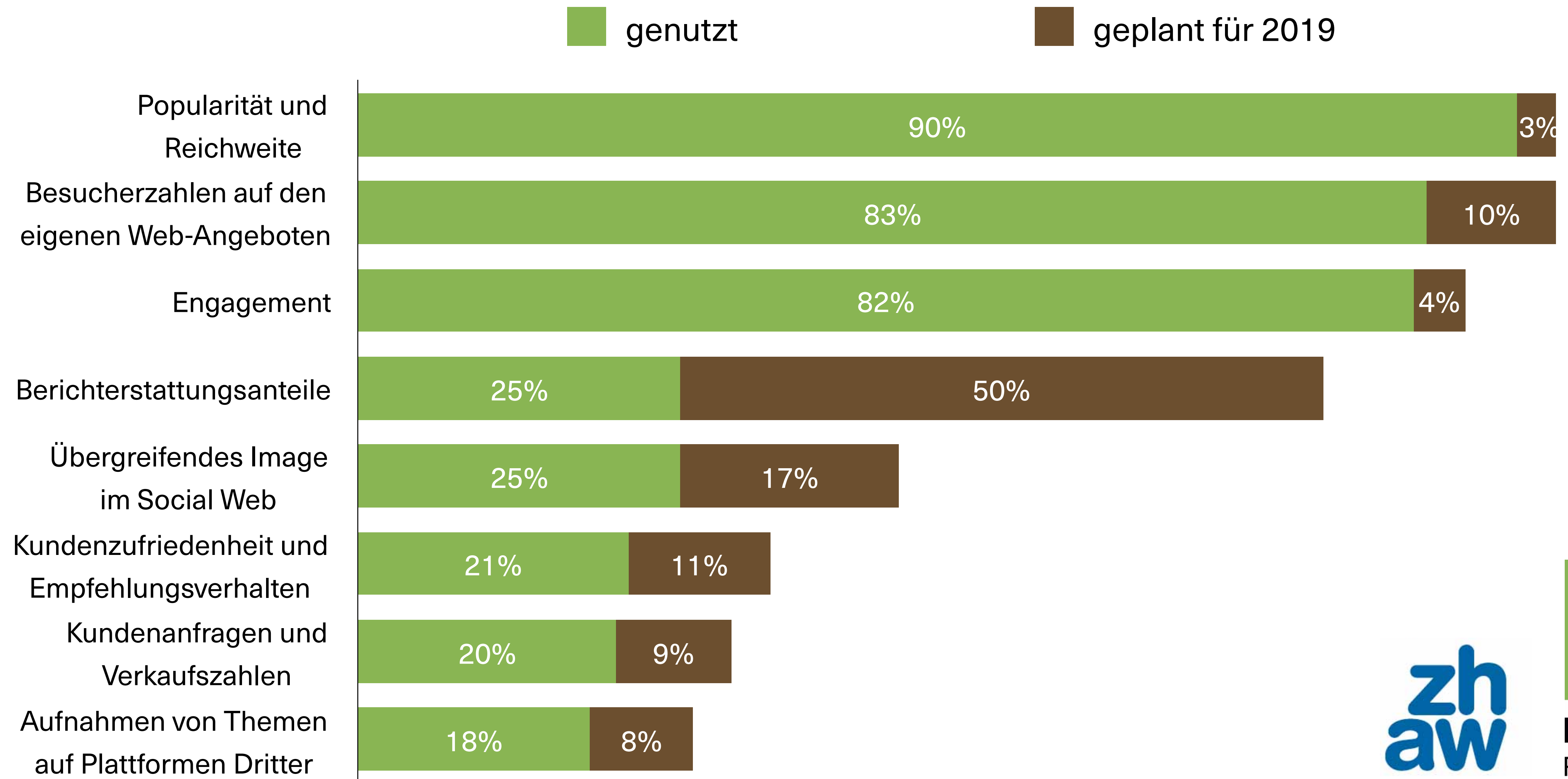


n=94

Quelle: Bernet ZHAW Studie Social Media Schweiz 2018 [bernet.ch/studien](http://bernet.ch/studien)



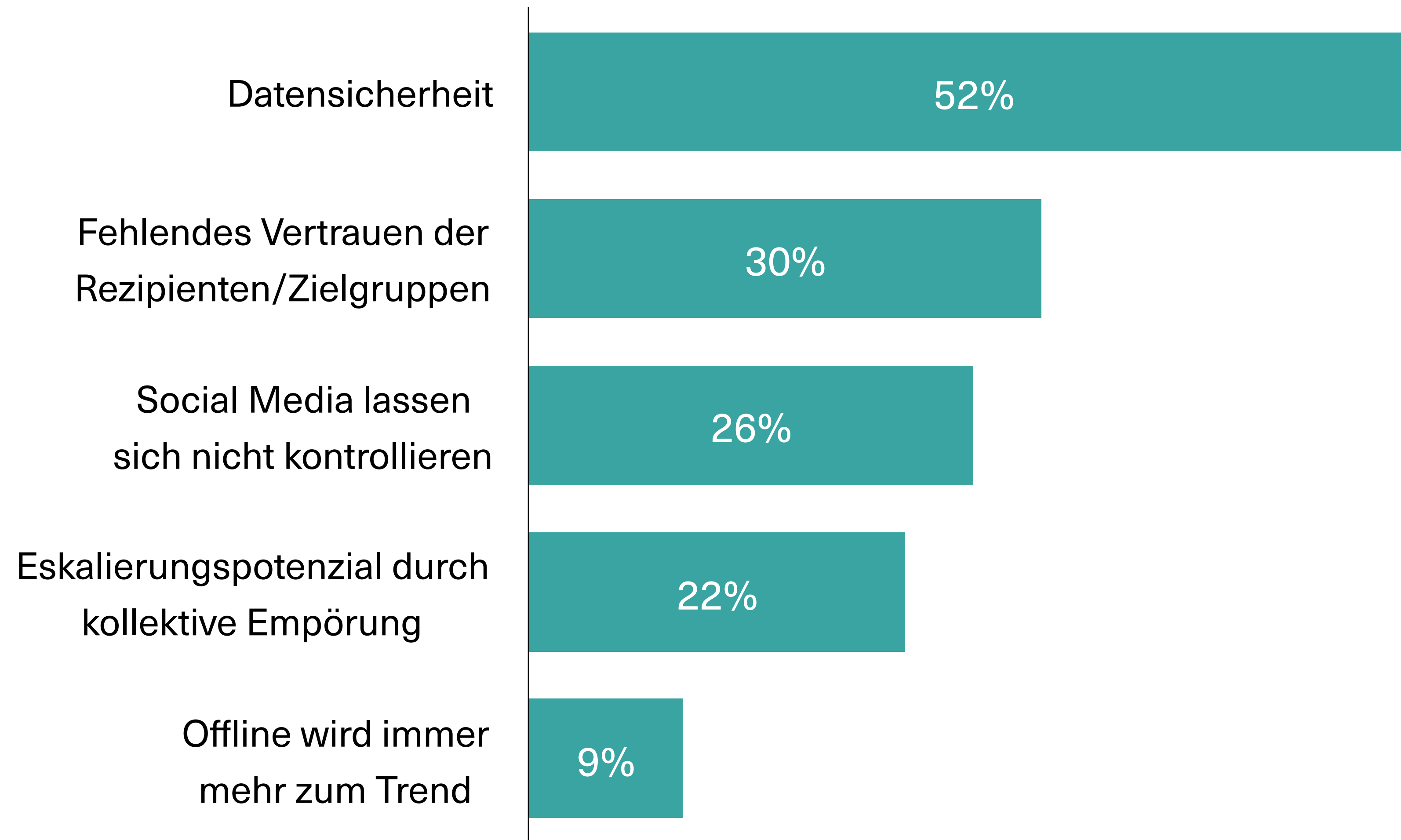
# Mit welchen Messwerten ermitteln Sie den Erfolg Ihrer Social-Media-Aktivitäten?



n=92

Quelle: Bernet ZHAW Studie Social Media Schweiz 2018 [bernet.ch/studien](https://bernet.ch/studien)

# Wo sehen Sie die grössten Schwierigkeiten und Hindernisse bei der Nutzung von Social Media?



n=96

Quelle: Bernet ZHAW Studie Social Media Schweiz 2018 [bernet.ch/studien](https://bernet.ch/studien)



# Engagement stagniert, mehr Strategie

- ▀ **Engagement:** Stagniert auf hohem Niveau, fast 90 Prozent der Schweizer Organisationen sind aktiv – nur noch wenig Newbies.
- ▀ **Strategie:** Organisationen sind immer strategischer unterwegs, vor allem für Bereiche und bei Projekten – weniger in der Gesamtstrategie.

# Mehr direkte Kontakte, breites Versenden

- ▀ **Ziele:** Sichtbarkeit, Reichweite, Nähe.
- ▀ Politische Organisationen, Verwaltungen, Verbände streben den direkten Kontakt zu Kunden, Bürgern und Journalisten an.
- ▀ Kommerzielle Unternehmen setzen Social Media eher breit ein, pflegen individuelle Kontakte weniger.

# Unmittelbar erleben, für Reichweite bezahlen

- ▀ **Kanäle:** Am stärksten gewachsen sind Chat-Dienste und Live-Streaming.
- ▀ **Bezahlte Präsenz:** Immer mehr Ads, auch bei NPO, Behörden, Verbänden, politischen Organisationen.

# Budget für Engagement, Meinungen sind gefragt

- ▀ **Ressourcen:** Mehr Budgets und externe Unterstützung.
- ▀ **Influencer:** Mehr als die Hälfte arbeitet mit Influencern –  
Verwaltungen, politische Organisationen und Verbände  
eher mit internen – Unternehmen mit internen und  
externen.

# Mitarbeiter gewinnen, Gesamtstrategie entwickeln

An Stellenwert gewinnen:

- ▀ Einsatz von Social Media für das Personalmarketing
- ▀ Ausdehnung der Social-Media-Strategie auf die gesamte Organisation – über alle Abteilungen und Bereiche.



# Drei To-dos für Verbände

- ▀ **Einbinden:** Strategie weiter entwickeln, weitere Abteilungen/Bereiche strategisch sinnvoll einbeziehen
- ▀ **Experimentieren:** neue Kanäle, Anwendungen (Ads, Influencer) ausprobieren und Vereinbarkeit mit Strategie prüfen.
- ▀ **Weiterbilden:** Mitarbeitende schulen und ins Boot holen (Texten, Dialog führen, Guidelines, Community Communication...)

**Resultate der Studie inklusive  
Grafiken – online unter:**

**[bernet.ch/socialmediastudie](http://bernet.ch/socialmediastudie)**

**Merci!**

# Bernet Relations AG

Irène Messerli , Co-Inhaberin/Geschäftsleiterin

Olgastrasse 8, 8001 Zürich, +41 44 266 90 80

Schmiedenplatz 5, 3011 Bern, +41 31 550 10 80

[info@bernet.ch](mailto:info@bernet.ch)

[bernet.ch/studien](http://bernet.ch/studien)

[bernet.ch/wissen](http://bernet.ch/wissen)

[bernet.blog](http://bernet.blog)

[twitter.com/bernetblog](https://twitter.com/bernetblog)

[facebook.com/bernetrelations](https://facebook.com/bernetrelations)

[instagram.com/bernetrelations](https://instagram.com/bernetrelations)

#SocialMediaCH18