

Social-Media-Nutzung in der Schweiz: Es bleibt dynamisch

Vor Facebook war My Space, vor Xing StudiVZ und vor Whatsapp ICQ. Heute heisst der neue Herausforderer: Snapchat. Aber nach wie vor dominiert Facebook die sozialen Netzwerke. Dies zeigt die jüngste Ausgabe der Social-Media-Nutzungsstudie der Social-Media-Agentur Xeit.



DIE AUTORIN

Andrea Ittgen
Managing Partner,
Xeit

Als wir 2008 erstmals die Studie zur Social-Media-Nutzung in der Schweiz (damals unter dem Titel «Web-2.0-Studie») herausgegeben haben, hiess Xing noch OpenBC, grosse Themen waren Second Life und Social Bookmarking. Und erst die Hälfte der Befragten kannte Facebook. Und ob schon sich die Social-Media-Nutzung mittlerweile über alle (Alters-)Schichten etabliert hat und ein Stück weit zur Normalität geworden ist, ist noch immer sehr viel Dynamik im Markt. Aus dem umfassenden Zahlenmaterial, das wir bei der Befragung für die Studie auswerten konnten, wir drei grosse Themen ableiten.

Facebook wird heute viel passiver – als eine Art News-Feed für Firmen, Freunde und Medien – genutzt.

Die Schweiz ist «always on»

Nur rund zwei Drittel der Befragten arbeiten täglich am Arbeitsplatz mit dem Internet, aber aufgrund der hohen Verbreitung von Smartphones ist trotzdem der Grossteil der Schweizer täglich online. Und mehr als die Hälfte geht auch nachts nicht offline – die Nutzer schalten ihr Handy nie beziehungsweise höchstens im Flugzeug aus. Und scheinbar haben sich viele an dieses «Always on»-Gefühl gewöhnt: Während sich im Vorjahr noch 60 Prozent ab und zu gestresst fühlten, ständig online zu sein, sind es laut der aktuellen Studie nur noch 40 Prozent.

Facebook bekommt Konkurrenz

In den letzten Jahren hat Facebook laufend an Bedeutung gewonnen, da immer neue Dienste und Funktionen lanciert wurden, die spezialisierte Anbieter substituierten. Shares lösten Social Bookmarks ab, die Check-in-Funktion verdrängte andere Location Based Social Networks, und Facebook avancierte zeitweise zur grössten Photo-Sharing-Plattform. Und sogar im Videobereich macht der blaue Riese mittlerweile Youtube & Co. Konkurrenz.

Aber nun zeichnet sich langsam ein Rückgang dieser Dominanz ab: Bei der jungen Generation haben andere Player die Nase vorn: In der Altersklasse bis 19 Jahre nutzen etwa 87 Prozent Snapchat, 61 Prozent häufiger als im Jahr zuvor. Ebenfalls positiv entwickelte sich Instagram: 35 Prozent der Befragten aller Altersklassen nutzen die Fotoplattform häufiger als noch im Vorjahr. Auch der Angriff von Facebook auf Youtube als Video-Channel hat bisher noch keine Auswirkungen gezeigt: Nur gerade 8 Prozent der Be-

fragten nutzen Youtube weniger häufig als im Vorjahr. Trotz allem ist Facebook nach wie vor mit Abstand das meist genutzte soziale Netzwerk in der Schweiz – und konnte sogar noch einen kleinen Netto-Zuwachs verzeichnen. Aber die Nutzungsart veränderte sich. Facebook wird heute viel passiver – als eine Art News-Feed für Firmen, Freunde und Medien – genutzt, während viele User für den aktiven Austausch untereinander andere Plattformen vorziehen, etwa Whatsapp oder Snapchat.

Chat als beliebteste Social-Media-Funktion

Chatten ist derzeit vermutlich die beliebteste Social-Media-Aktivität. Zwei Drittel der im Rahmen der Studie befragten Schweizer nutzen Chat-Funktionen täglich. 71 Prozent tun dies am liebsten über Whatsapp. Damit ist die App mit Abstand der beliebteste Messenger weit vor SMS, Facebook oder Snapchat. Interessant ist, dass der Trend zum Chatten auch auf anderen Plattformen sichtbar wird. So «missbraucht» gerade die jüngere Zielgruppe sehr gerne die Kommentarfunktion von Facebook, um sich unter Beiträgen gegenseitig zu markieren und dann etwas hin- und herzuschreiben – gerne auch komplett ausserhalb des Kontextes. Gleiches gilt für Instagram.

5 TIPPS ZUR NUTZUNG VON SOCIAL MEDIA

- Die Nutzer sind «always on» – Sie als Unternehmen dürfen gerne auch einmal ausserhalb der Bürozeiten etwas auf Social Media veröffentlichen. Die User werden es Ihnen mit erhöhter Aufmerksamkeit danken.
- Facebook ist momentan noch das soziale Netzwerk mit der höchsten Reichweite in der Schweiz: Nutzen Sie die attraktiven Werbemöglichkeiten, wenn Sie Ihre Zielgruppe sehr gezielt und kosteneffizient erreichen wollen.
- Bevor Sie sich auf eine Plattform festlegen, analysieren Sie Ziele, Zielgruppen (und deren Bedürfnisse) und Inhalte – vielleicht eignet sich ja eine ganz andere Plattform als ursprünglich gedacht.
- Plattformen kommen und gehen: Prüfen Sie immer auch die Möglichkeit, «Owned Media» wie etwa Blogs einzusetzen, machen Sie sich damit unabhängig und sorgen Sie so für noch mehr Sichtbarkeit im Web.
- Der Chat ist momentan die beliebteste Funktion auf Social Media. Haben Sie die Möglichkeiten für Ihr Unternehmen schon geprüft, etwa indem Sie Whatsapp als Servicekanal einrichten?

i STUDIE

Die Studie «Social Media in der Schweiz» wird seit 2008 jährlich von der Zürcher Agentur Xeit herausgegeben. Die Studie basiert auf einer quantitativen Onlinebefragung. Die Untersuchung fand in den Monaten Februar und März dieses Jahres statt. Insgesamt wurden 1089 Schweizerinnen und Schweizer zu ihrer Social-Media-Nutzung befragt. Die komplette Studie ist als PDF-Dokument oder Print Booklet erhältlich unter:

www.xeit.ch/wissen/studien/social-media-studie-2016