



Erfolgreiche Einführung eines WhatsApp-Newsletters bei Angestellte Schweiz: Neue Wege in der mobilen Mitgliederkommunikation



Social Media



Content Marketing



Newsletter



Whatsapp

Angestellte Schweiz vertritt seit über 100 Jahren die Interessen der Arbeitnehmenden in Politik und Unternehmen. Der Verband steht für gute Arbeitsbedingungen, faire Löhne und sichere Arbeitsplätze. Er handelt sozialpartnerschaftlich, konstruktiv und zuverlässig im Interesse von Gesellschaft und Wirtschaft. Mitgliedern bietet er ein vielfältiges, auf persönliche Bedürfnisse abgestimmtes Angebot: Weiterbildungen, Beratungen, Dienstleistungen und Informationen für das individuelle Weiterkommen. Um den Dialog mit bestehenden und potenziellen Mitgliedern zu stärken, setzt Angestellte Schweiz auf moderne, zielgruppengerechte Kommunikation – neu auch mit einem WhatsApp-Newsletter, begleitet durch *zeit*.

Ausgangslage

Im Rahmen der Weiterentwicklung ihrer digitalen Kommunikationsstrategie suchte Angestellte Schweiz nach einem zusätzlichen Kanal, um insbesondere die jüngere Zielgruppe besser zu erreichen. Diese meidet klassische Kanäle wie E-Mail zunehmend. Zwar erzielt der Verband mit bestehenden Kanälen wie LinkedIn bereits gute Ergebnisse, dennoch fehlte bisher ein direkter, persönlicher Kommunikationsweg im Sinne von „Owned Media“ (abgesehen vom Newsletter). WhatsApp als weit verbreiteter Messenger-Dienst bot sich als ideale Ergänzung an, um Mitglieder schnell, mobil und zielgerichtet mit aktuellen Informationen zu versorgen.

Ziele

Mit dem WhatsApp-Newsletter verfolgt Angestellte Schweiz mehrere strategische Ziele, die mit der Unterstützung von zeit definiert wurden. Im Zentrum steht der Aufbau eines eigenen, datensouveränen Kanals, der eine direkte und effiziente Ansprache der Zielgruppen ermöglicht – unabhängig von E-Mail-Adressen oder Social-Media-Algorithmen. Besonders die jüngere Generation soll über diesen mobilen Kanal besser erreicht und aktiviert werden.

Weitere zentrale Ziele waren:

- Reichweite bestehender Inhalte steigern Dabei erreichten wir 35'000 Schweizer:innen.
- neue Mitglieder gewinnen
- bestehende Mitglieder aktuell und mobil informieren
- Traffic auf relevante Inhalte und Kursangebote auf der Website lenken
- kurzfristige, anlassbezogene Informationen in Echtzeit vermitteln
- die Positionierung von Angestellte Schweiz als Expertin für Arbeitsthemen stärken

Im Fokus stehen dabei zwei Zielgruppen: potenzielle neue Mitglieder und bestehende aktive Mitglieder. Inhaltlich unterscheidet sich der WhatsApp-Kanal bewusst von den bestehenden E-Mail- und LinkedIn-Newslettern. Während letztere auf vertiefte Inhalte («Deep Dives») und ausführliche Updates setzen, bietet WhatsApp einen «snackable», fokussierten Zugang – jeweils mit klarem Call-to-Action, z. B. zur Anmeldung für ein passendes Weiterbildungsangebot.

Vorgehen

Zum Projektauftritt führte zeit einen gemeinsamen Workshop mit Angestellte Schweiz durch, um die strategische Ausrichtung des Kanals zu schärfen. Dabei wurden die Projektziele konkretisiert, die Zielgruppen analysiert, die wichtigsten Use Cases definiert sowie eine passende Content-Strategie entwickelt.

Ein zentraler Fokus lag auf der gezielten Bewerbung des Weiterbildungsangebots: Jede

WhatsApp-Nachricht sollte thematisch fokussiert sein und mit einem relevanten Kursangebot verknüpft werden. Diese klare Struktur schafft Mehrwert für die Empfänger:innen und differenziert den Kanal von bestehenden Newslettern. Gleichzeitig trägt sie zur Erreichung mehrerer strategischer Ziele bei, darunter die Steigerung des Website-Traffics, die Gewinnung neuer Mitglieder sowie die mobile Information und Aktivierung der Zielgruppen.

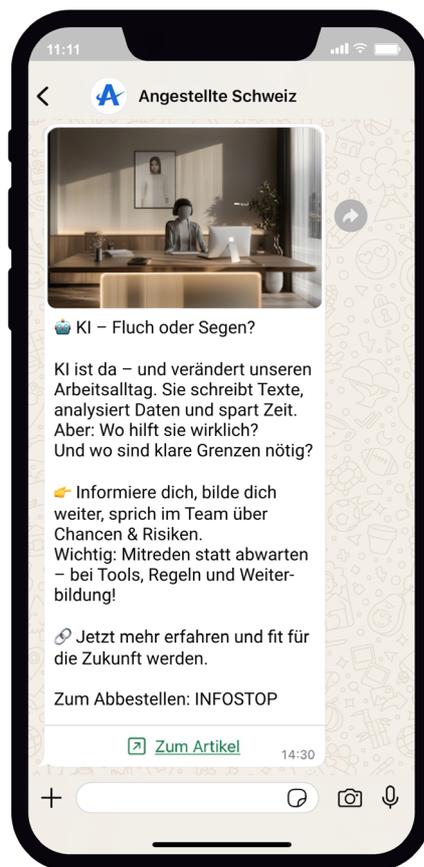
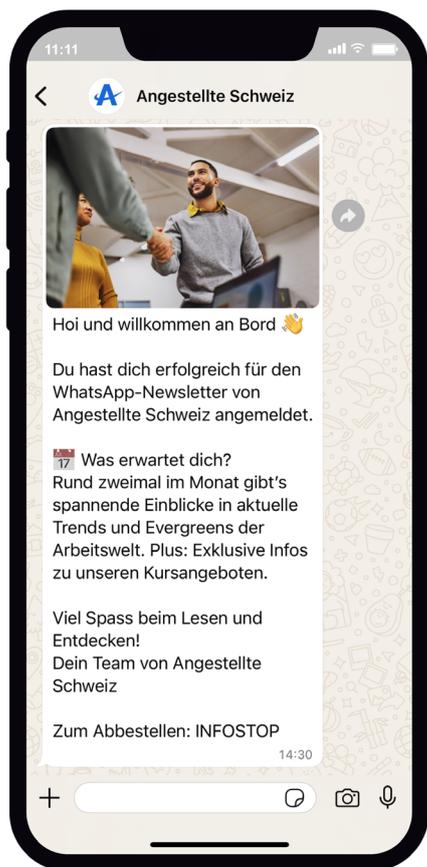
Die erarbeitete Content-Strategie ermöglicht es, mehrere Zielsetzungen gleichzeitig zu adressieren. Dazu gehören die Mitgliedergewinnung, die Aktivierung der Community und die Echtzeit-Kommunikation. Zudem wurden im Workshop vier geeignete Tool-Lösungen vorgestellt, die vorab anhand einer gemeinsam erarbeiteten Anforderungsliste evaluiert wurden. Wichtig war unter anderem eine Bewertung hinsichtlich Automatisierung und Benutzerfreundlichkeit. Nach der gemeinsamen Evaluation fiel die Wahl auf das Tool, das technisch und redaktionell am besten zu den Anforderungen passte.

Umsetzung

Nach der Tool-Auswahl übernahm zeit das komplette Setup des Tools – inklusive Erstellung des Kundenkontos, Verknüpfung mit der Meta Business Suite, Konfiguration der Benutzeroberfläche und Einrichtung von automatisierten Workflows. Gemeinsam mit Angestellte Schweiz wurden redaktionelle Prozesse definiert, sowie Opt-in- und Opt-out-Prozesse konzipiert.

Zwischenzeitlich schulte zeit die Mitarbeiter:innen von Angestellte Schweiz, damit auch sie wissen, wie das Tool funktioniert. Dazu wurde im Nachhinein ein umfassendes Dokument ausgehändigt.

Im Anschluss erfolgten umfassende Tests, um sämtliche Abläufe zu prüfen. Bereits bestehende Kontakte wurden datenschutzkonform ins System integriert. Der nächste Schritt war der Versand der ersten WhatsApp-Nachricht und des ersten vollständigen Newsletters. Dies war ein Meilenstein, der den operativen Start des neuen Kanals markierte und den Weg für die fortlaufende Kommunikation via WhatsApp ebnete.



Ergebnis

Nach dem erfolgreichen Launch des WhatsApp-Newsletters konnten erste wertvolle Erfahrungen gesammelt und Erkenntnisse für die weitere Optimierung gewonnen werden. Der Versand der ersten Nachrichten erfolgte an eine initiale Testgruppe von rund 250 bestehenden Kontakten. Die Öffnungsraten lagen mit knapp 80 % im erwarteten Bereich – ein deutlicher Vorteil gegenüber klassischen E-Mail-Newslettern. Auch erste Klicks (Klickrate: 30 %) auf verlinkte Kursangebote konnten verzeichnet werden. Die Performance-Zahlen bestätigten das Potenzial von WhatsApp als direktem und effektivem Kommunikationskanal.

Nach einer sorgfältigen Orientierungsphase ist es gelungen, den WhatsApp-Kanal als neue, strategisch wertvolle Ergänzung der bestehenden Kommunikationslandschaft zu etablieren. Die ersten rund 100 aktiven Abonnent:innen bilden die Grundlage für den weiteren Ausbau. Das Ziel besteht nun darin, durch regelmässige, fokussierte Inhalte das Vertrauen in den Kanal zu stärken, weitere Abonnent:innen zu gewinnen und die Positionierung von Angestellte Schweiz als Expertin für Arbeitswelt-Themen zu festigen.

Fazit

Mit dem WhatsApp-Newsletter hat Angestellte Schweiz einen modernen, mobilen Kommunikationskanal etabliert, der gezielt auf die Bedürfnisse der Zielgruppen eingeht und gleichzeitig die eigene Reichweite stärkt. Der erfolgreiche Start ist auf die Kombination aus strategischer Planung, technischer Umsetzung und redaktioneller Fokussierung zurückzuführen.

Auch nach dem Launch begleitet zeit Angestellte Schweiz weiterhin im Rahmen laufender Leistungen: von der inhaltlichen Beratung bis hin zur technischen Unterstützung bei der Optimierung von Workflows. Ziel ist es, den Kanal nachhaltig auszubauen, die Qualität zu sichern und Support zu bieten – für eine wirksame, zeitgemässe Kommunikation mit Mehrwert.

Möchten Sie ebenfalls auf WhatsApp-Marketing setzen?
Dann freuen wir uns auf Ihre Kontaktaufnahme.

Ihre Kontaktperson



Andrea Iltgen

Managing Partner

 +41 44 240 15 07

 andrea.iltgen@zeit.ch

www.zeit.ch

Unsere Dienstleistungen



Gerne unterstützen wir Sie mit unseren Erfahrungen bei der Entwicklung und Optimierung Ihrer User Experience. Wenn Sie Fragen haben, dann rufen Sie uns unverbindlich an **044 240 15 00** oder schreiben Sie uns auf info@xeit.ch.

Online-Marketing

- Online-Kampagnen
- Social Media Ads (Instagram, Facebook, YouTube, LinkedIn, TikTok, Snapchat, Pinterest)
- Suchmaschinenwerbung (SEA) Google, Microsoft Ads, Ecosia
- Inbound Marketing
- E-Mail-Marketing / Newsletter
- Account Based Marketing (ABM)

Social-Media-Marketing

- Social-Media-Beratung / Strategie-Workshops
- Content Creation (Bild, Text, Video, Audio)
- Community Management, 24/7
- Influencer Relations und -Kampagnen
- Online-PR
- Social-Media-Krisentraining und-Krisensimulation
- WhatsApp Newsletter

Websites & Apps

- UX Design
- WordPress Websites
- Microsites und Landingpages
- Blogs
- Mobile Websites, Responsive Design
- Apps und Games
- Online-Shops
- SEO
- Webanalyse und Conversion Tracking
- Usability Testing
- Conversion Rate Optimization

Beratung & Second Opinion

- Strategie-Workshops
- Positionierungs-Workshop
- Innovations-Workshop
- Marken-Workshop
- LinkedIn-Training
- Online Recruiting
- Employer Branding
- Diversity Marketing
- Content-Werkstatt

Kontakt

Herausgeber

xeit AG
Limmatstrasse 291
8005 Zürich
E-Mail: info@xeit.ch
Tel.: +41 44 240 15 00

www.xeit.ch
blog.xeit.ch

www.linkedin.com/company/xeit-ag
www.instagram.com/xeit.ch
www.facebook.com/xeit.ch

Nachdruck

Alle Rechte vorbehalten.

Nachdruck, auch nur auszugsweise, nur mit Genehmigung der xeit AG.

WWW.XEIT.CH