



Seniorenrat Dietikon

# Dig[iT]reff 10-2022

## Social Media

4

# Dig[iT]reff 10-2022

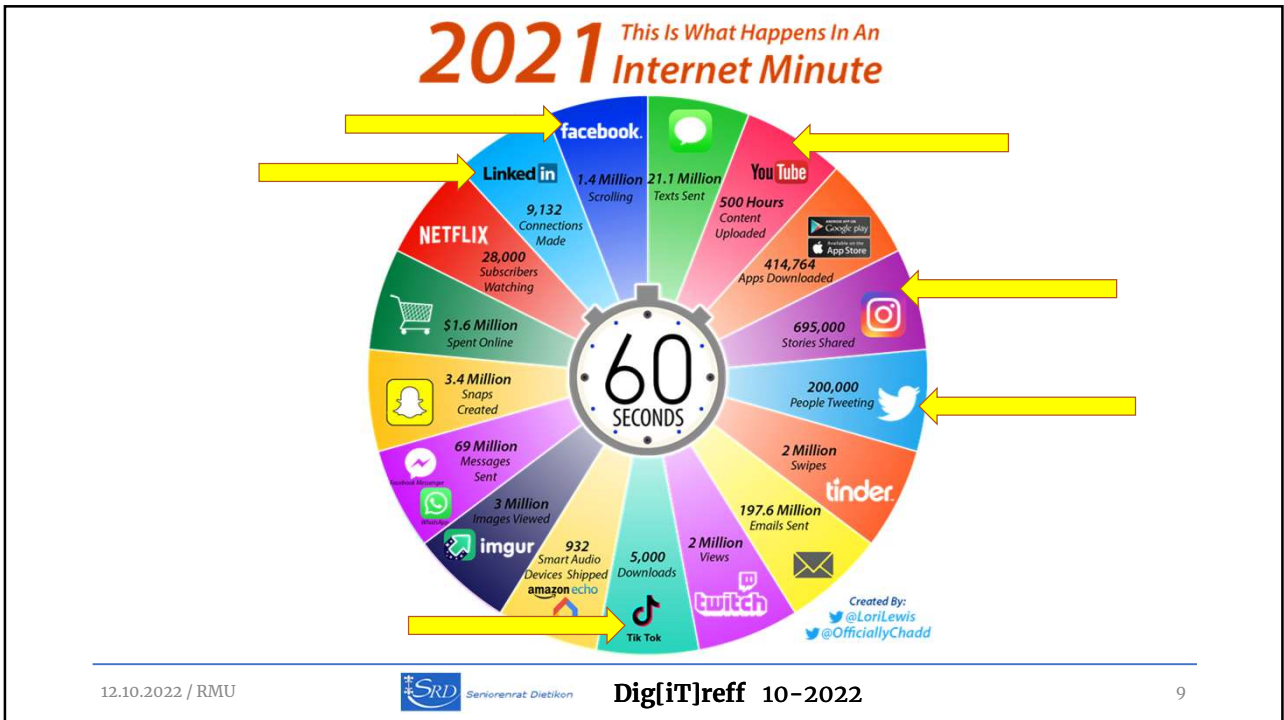
## Informationsteil:

- Was ist Social Media (Soziale Medien)
- Zahlen, Fakten und Grundlagen
- Was bringt uns Social Media
- Für was kann ich Social Media einsetzen
- Welche Social Media-Plattformen gibt es und wie unterscheiden sie sich
- Wie und wo soll ich in Social Media einsteigen
- Vor- und Nachteile von Social Media

7



8



9

# Soziale Netzwerke generell

- Social Media ist interaktiv und sehr beweglich
- Social Media Plattformen bauen auf Aktualitäten auf
- Es ist immer das sichtbar, was jetzt gerade läuft
- Veröffentlicht man nichts, ist man unsichtbar
- Videos haben einen hohen Stellenwert, Inhalt ist aber gefragt
- Facebook ist immer noch Platzhirsch, Instagram legt massiv zu
- Tik Tok ist bei den Jungen im Vordergrund
- LinkedIn ist Das Business-Netzwerk

10

## Social Media Grundlagen

- Definition von Social Media
- Was ist Social Media
- Wie funktioniert Social Media
- User-Profile
- Kontakte
- Freunde und Follower
- Privatsphäre und Big Data
- Der Hashtag (#)





11

## Definition von Social Media

- Social Media (dt.: soziale Medien) bezeichnet Kommunikationskanäle im Internet, die es Nutzern ermöglichen, sich miteinander zu vernetzen.
- Der Fokus von Social Media liegt auf der Interaktion zwischen Nutzern.
- Ein weiteres Merkmal von Social Media ist, dass die Netzwerke auf User Generated Content basieren, also Inhalten, die von den Nutzern selbst erstellt und verbreitet werden

## Was ist Social Media

- Social Media sind digitale Kommunikationskanäle, die der Vernetzung von Nutzern dienen
- Jeder Nutzer erstellt auf der jeweiligen Plattform ein Profil und pflegt dieses im besten Falle regelmässig, indem er zum Beispiel Informationen und Fotos publiziert
- User können über Social Media Kanäle miteinander kommunizieren, Inhalte erstellen oder teilen
- User können Beiträge aus seinem Netzwerk teilen, kommentieren und/oder liken  
- Mit Social Media geht auch eine veränderte Nutzung des Internets einher: Vom reinen Konsum (Web 1.0) zur Partizipation (Web 2.0)

## Wie funktioniert Social Media

- **Social** meint in diesem Zusammenhang das Vernetzen mit Anderen sowie die Interaktion durch das Teilen und Empfangen von Informationen.
- **Media** ist schlichtweg das Kommunikationsinstrument, hier: das Internet. Social Media ist also ein web- oder App-basiertes Kommunikationstool, das Nutzer in die Lage versetzt, miteinander zu interagieren und Informationen zu teilen sowie zu konsumieren.
- Für die Interaktion sind User Accounts in Sozialen Netzwerken unerlässlich. Ebenso legen User sich in den meisten Social-Media-Plattformen Profile an, die von anderen eingesehen werden können.

## User-Profile in Social Media

Diese Profile enthalten Informationen über den jeweiligen User, wie etwa

- Profilbild
- Biographie
- Website Link
- Feed
- Aktivitäten
- Fotoalben

Diese Informationen können je nach den Privacy-Einstellungen von Freunden/Followern eingesehen werden, oder auch nicht!

## Kontakte in Social Media

- **Kontakte sind auf Social-Media-Kanälen obligatorisch**
- Sie nennen sich Freund:innen, Follower, Abonnent:innen, etc.
- Viele Plattformen bieten **Gruppen** an, wie Facebook beispielsweise.
- In den Gruppen können sich Nutzer:innen zu verschiedenen Interessen organisieren.

## Freunde/Follower in Social Media

- Freundschaftsanfragen
  - Versenden
  - Annehmen
  - Ablehnen
- *«Social Media-Freunde sind wie Kugelschreiber, Du hast zwar 150, aber es schreiben nur 5»*
- Nachrichten (Messages)
  - An alle (öffentlich) oder einzelne Freunde senden
- Gruppen (sind sehr beliebt)
  - Zu bestimmten Themen
  - Diskussionsforen

# Privatsphäre und Big Data

- In den Einstellungen kann bestimmt werden, wer welche Informationen einsehen kann
  - Alle
  - Nur Freunde
- Auch welche Mitteilungen man auf sein Handy erhalten möchte!
- Social Media ist auch Big Data
  - Social Media ist auf allen Plattformen gratis
  - Man bezahlt mit seinen Daten und seinem Verhalten
  - Diese Daten werden gezielt für Werbung eingesetzt

# Der Hashtag (#)

- Auch Hashtags (#) sind eine Erfindung Sozialer Medien, genauer von Twitter
- Seit 2007 finden die Rautenzeichen Verwendung und sind inzwischen auch ausserhalb von Social Media populär
- Hashtags kategorisieren Posts und machen sie unter bestimmten Schlagworten auffindbar (suchbar)
- Die derzeit beliebtesten Hashtags auf Instagram sind #love #instagood #photooftheday



20

## Social Media in der Schweiz

- [WhatsApp](#) – 6 Mio. (Hochrechnung 2021 [Statista](#); keine offiziellen Zahlen)
- [YouTube](#) – 4.6 Mio. (Hochrechnung aus: [IGEM digiMonitor](#), 2021)
- [Facebook](#) – 4.6 Mio. (Quelle: [Statista](#); 3.5 Mio gemäss FB Ad Manager, 2021)
- [Instagram](#) – 3.1 Mio. (Quelle: FB [Ad Manager](#), 2021)
- [Snapchat](#) – 1.5 Mio (Quelle: [Snapchat Ad manager](#), 2021)
- [LinkedIn](#) – 1.7 Mio. (Hochrechnung aus: [IGEM digiMonitor](#), 2021)
- [Twitter](#) – 870'000 (Hochrechnung aus: [IGEM digiMonitor](#), 2021)
- [Pinterest](#) – 1 Mio. (Quelle: [FutureBiz 2021](#); siehe [Pinterest-Marketing-Tipps](#))
- [Xing](#) – 1 Mio. (Quelle: [Xing Marketing 2021](#))
- [TikTok](#) – 670'000 stark wachsend (Quelle: [IGEM digiMonitor](#), 2021)

21



# Monatliche Nutzerzahlen

User-Vergleich weltweit: Instagram, Facebook, LinkedIn, YouTube, TikTok.

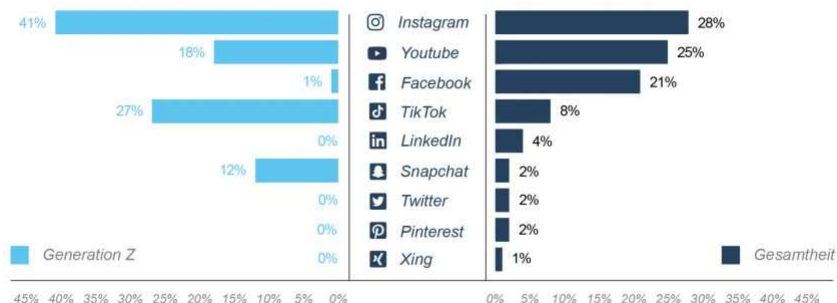
- **Instagram:** 1 Milliarde (CH: ca. 3.9 Mio.)
- **Facebook:** 2.9 Milliarden (CH: rund 3.5 Mio.)
- **LinkedIn:** 810 Millionen (CH: ca. 3.5 Mio.)
- **YouTube:** 2.3 Milliarden (CH: rund 4.6 Mio.)
- **TikTok:** 1 Milliarde (CH: ca. 2 Mio.)

22

# Nutzungsdauer Social Media

Auf welchem Netzwerk verbringen Sie am meisten Zeit?

Werte in %



23

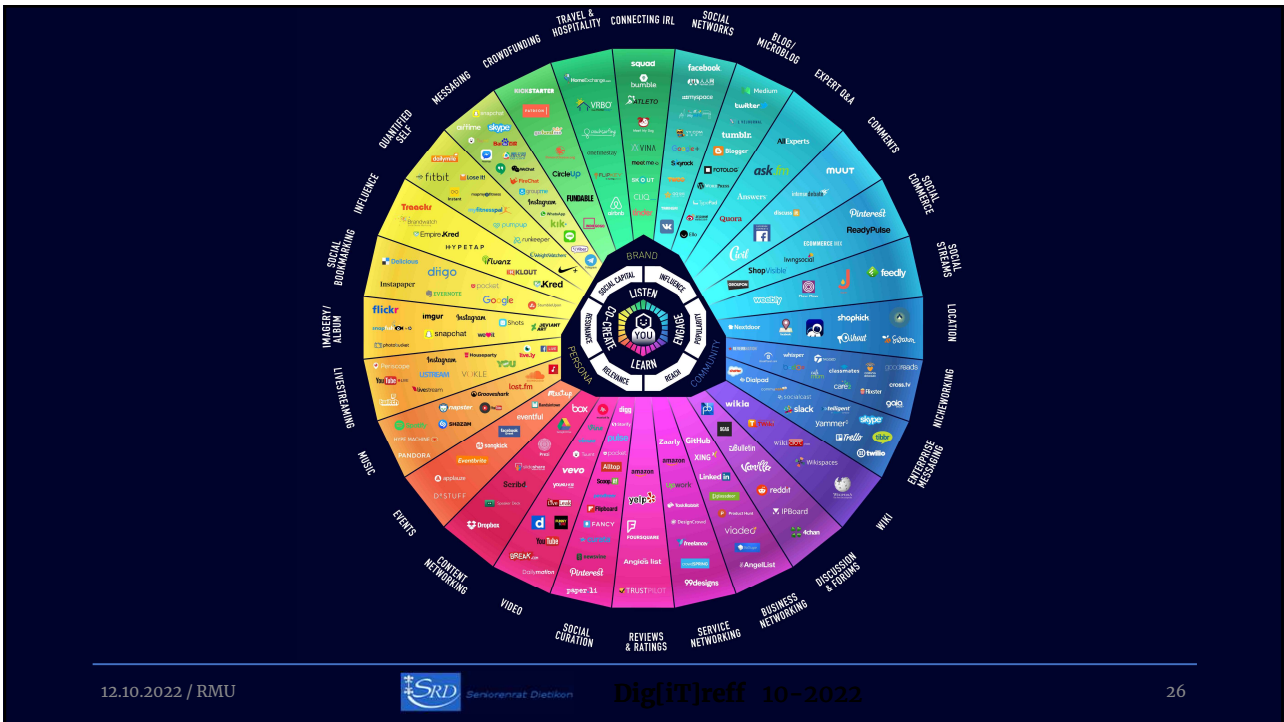


# Welche Social Media Plattformen gibt es

12.10.2022 / RMU

25

25



12.10.2022 / RMU



Digit[IT]reff 10-2022

26

26

# Bekannteste Social Media Plattformen

- Facebook von Meta
- Instagram vom Meta
- YouTube von Google
- Twitter
- LinkedIn von Microsoft
- TikTok

# Facebook



## Facebook (Meta)



- Fokus auf privates Networking sowie Information und Unterhaltung
- Unternehmensseiten getrennt von privaten Profilen, inkl. Call to Action Buttons, Shop-Integration
- Visueller Content erfolgreicher als Link/Text
- Hashtags spielen keine Rolle
- Zielgruppenansprache hauptsächlich über getargete Anzeigen
- Gruppen zu unterschiedlichen Themen, eigener Bereich für Reels in Gruppen
- Geeignet für Service und Support (via Messenger Nachrichtenfunktion)
- Wird von der Generation Z kaum mehr genutzt
- Beliebt: extrem breit gefächertes Angebot – von News, über Persönliches, Lustiges/Unterhaltendes, aber auch Politisches, Fachliches und sogar Marktplatz

## Facebook (Meta)



- Schon seit einigen Jahren ist eine Verschiebung hin zu einer älteren Nutzerschaft festzustellen
- Bei den Jugendlichen hat Facebook an Wichtigkeit verloren
- CH: Mit rund 3.7 Millionen Usern aus der Schweiz rangiert die weltweit grösste Social Media Plattform bei den Eidgenossen hinter Instagram nur noch auf Platz 2
- CH: Etwa 15 Prozent der Schweizer Facebook-User sind 55 Jahre und älter. Zum Vergleich: bei Instagram hat diese Altersklasse lediglich einen Anteil von 9 Prozent an der gesamten Nutzerschaft

# Instagram



31

## Instagram (Meta)



- Fokus auf Bildsprache
- Keine reine Foto-App mehr
- Videocontent grösster Treiber für Engagement und Reichweite
- Inspirationsplattform und Shopping-Touchpoint
- Wichtiger Werbekanal
- Hashtags nehmen wichtige Funktion ein
- Trend zu weniger inszeniertem, authentischem Content
- Macht sich gerne Trends von anderen Plattformen wie Snapchat oder TikTok zu eigen
- Nutzer:innen entdecken neue Produkte oder Dienstleistungen oftmals über Instagram
- Beliebt: visuelle Inspirationen

32

# Instagram (Meta)



- Millennials und zunehmend etwas ältere Zielgruppe
- Grösste Altersgruppen weltweit: 30 Prozent sind zwischen 18-24 Jahre alt, 32 Prozent sind zwischen 25 und 34 Jahren und 16 Prozent sind zwischen 35-44 Jahre alt
- 61 % der Instagram Nutzer:innen sind zwischen 18 und 34 Jahren alt
- CH: Per Januar 2022 verzeichnete Instagram insgesamt ca. 3.9 Millionen Nutzer:innen aus der Schweiz
- CH: Knapp ein Drittel der Nutzer:innen in der Schweiz, insgesamt über einer Million, sind zwischen 25 und 34 Jahre alt
- CH: Die Geschlechterverteilung in der Schweiz ist relativ ausgewogen: 52 Prozent sind weiblich und 48 Prozent der Nutzer sind männlich

33

# YouTube



34

# Youtube (Google)



- Weltweit beliebteste Plattform für Video-Inhalte
- Zweitgrösste Suchmaschine nach Google (und gleichzeitig auch soziales Netzwerk)
- Wird interessenbasiert genutzt, beliebt sind Anleitungen/Tutorials und Content
- Bei Videos dominiert nach wie vor das Querformat (16:9)
- Shorts: Wie Instagram mit den Reels hat auch YouTube den Trend zu Hochformat-Videos (9:16) adaptiert
- Anzahl Views via Smart TV steigt
- Anzahl Creators mit mehr als 1 Mio. Abonnent:innen seit 2019 um 65 Prozent gestiegen (Quelle: YouTube, 2019)
- Beliebt: Musikvideos, Unterhaltung, Let's Plays, Tutorials, TV-Sendungen, Sportvideos, Produkttests, Creator Content

35

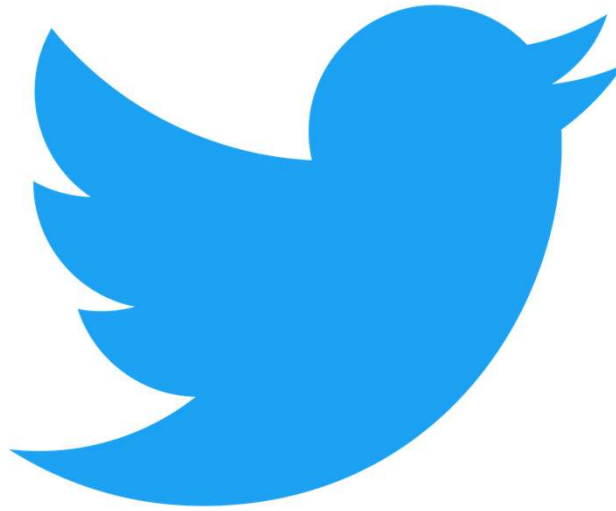
# Youtube (Google)



- Grösste Altersgruppe: 25-34 Jahre (20 Prozent), ungefähr 15 Prozent der Nutzer:innen sind über 55 Jahre alt
- Pro Tag verbringen weltweit über 122 Millionen User durchschnittlich 18 Minuten auf YouTube
- Rund 54 Prozent der YouTube-Nutzenden sind männlich. Im Vergleich dazu liegt der Anteil der weiblichen Nutzer auf der beliebten sozialen Videoplattform bei etwa 46 Prozent.
- CH: Mit einer Durchdringung von 91.8 Prozent zählt die Schweiz weltweit zu den Ländern mit der höchsten YouTube-Penetration
- CH: YouTube wird von jungen Menschen besonders stark genutzt: 84 Prozent der 19- bis 25-Jährigen gaben bei einer Umfrage des Marktforschungsinstituts GfK Switzerland an, YouTube zu nutzen

36

# Twitter



37

# Twitter



Twitter bedeutet auf Englisch Gezwitscher. Das Unternehmen wurde 2006 in San Francisco von Jack Dorsey, Evan Williams, Biz Stone und Noah Glass gegründet. Twitter ermöglicht das Versenden von Mikronachrichten, sogenannten Tweets (Gezwitscher), die in der Regel auf 280 Zeichen beschränkt sind.

- 1,3 Milliarden Twitter-Konten weltweit
- 330 Millionen aktive Nutzer pro Monat
- 229 Millionen aktive Nutzer pro Tag

38



# Twitter



- Twitter hat die Kommunikation auf der ganzen Welt revolutioniert. Das soziale Netzwerk ermöglicht es, öffentliche Debatten zu verfolgen. Dabei bietet Twitter auch den Personen eine Bühne, die keinen Zugang zu den grossen Medien haben.
- Twitter fördert die öffentliche Debatte: 83 % der führenden Politiker der Welt haben ein Twitter-Konto.
- Die Nachrichten werden weitergeleitet und viel gelesen, da 500 Millionen Menschen das Netzwerk besuchen, ohne sich einzuloggen.
- Twitter wird vor allem von Politikern, Journalisten und Künstlern genutzt, die auf diese Weise aktuelle Ereignisse kommentieren.

39

# LinkedIn



40

# LinkedIn (Microsoft)



ist ein soziales Netzwerk zur Pflege bestehender Geschäftskontakte und zum Knüpfen von neuen geschäftlichen Verbindungen

- Business-Netzwerk für Berufstätige, Fach- und Führungskräfte
- Benutzer: über 830 Millionen Anwender in 200 Ländern
- (Potentielle) Kund:innen/Leads, Auftraggeber:innen Geschäftspartner:innen, Mitarbeitende
- Grösste Altersgruppe 24-34 Jahre (55 Prozent), immerhin 15 Prozent sind zwischen 18 und 24 Jahre alt
- Weltweit rund 57% männlich, 43% weiblich

41

# TikTok



42

# Tik Tok



- Mobile Kurzvideoplattform
- Beliebteste Plattform bei Teenagern
- Schräg, spassig, schnelllebig, weniger inszeniert
- Fokus auf Kreativität und Dynamik, TikTok-Trends, angesagte Sounds/Challenges, Creators
- Endlosschleife, hoher Unterhaltungs- und Suchtfaktor
- Hohe Verweildauer, intensive Nutzung & Interaktion mit Inhalten
- Grosse Aktivitätstreiber: Hashtag Challenges, Face Filter/Lenses

# Tik Tok



- Format: Kurzvideos im Hochkantformat
- Feature: Duette
- Feature: Video-Reaktionen
- Feature: Livestream
- Werbemöglichkeiten: Bild-/Videoanzeigen (In-Feed, Newsfeed)
- Werbemöglichkeit: Brand Takeover Ads
- Werbemöglichkeit: Branded Effects
- Werbemöglichkeit: Gesponserte Hashtag Challenges
- Werbemöglichkeit: Spark Ads (Bewerben eigener organischer Inhalte oder von Creators)



45

## Vorteile von Social Media

- Spielend einfach mit anderen Menschen in Kontakt bleiben
- Mit sozialen Netzwerken schnell Anschluss finden
- Eingeschlafene Freundschaften wiederbeleben
- Online viele Meinungen einholen
- In sozialen Netzwerken die Kreativität ausleben

46

## Nachteile von Social Media

- Trotz der vielen Möglichkeiten und Vorteile, birgt Social Media auch Gefahren:
  - Jedermann kann seine Meinung kundtun und somit können auch Angestellte eines Unternehmens oder das Unternehmen selbst durch unbedachte Äusserungen Image-Schäden hervorrufen oder gar einen Shitstorm heraufbeschwören.
  - Bei aller sozialer Interaktion ist auch ein Mass an Feindseligkeit im Social Media-Bereich nicht von der Hand zu weisen, weshalb es immer auch Richtlinien für die jeweiligen Plattformen im Social-Media-Bereich gibt.
- Nicht alles glauben was man sieht, hört und liest -> verifizieren

## Zu Beachten

- Online zu sein heisst in gewisser Weise transparenter zu leben.
- Sie können leider nicht genau nachvollziehen, wo Sie überall Ihre Spuren hinterlassen und wissen deshalb nicht, wer diese Infos vielleicht zu Ihrem Nachteil ausnutzen kann.
- Cybermobbing als ernstes Problem. Je nachdem, auf welche Kontakte Sie sich einlassen, können Sie Beleidigungen, Beschimpfungen oder aufdringliches Verhalten erleben.
- Achtung: Chatten macht süchtig!
- Viele User suchen nach Anerkennung und stellen sich positiv dar, so wie sein möchten
- Die Wirklichkeit wird vielfach manipuliert
- Influencer (meistens werbefinanziert) haben meistens sehr viele Follower
- Glaube nicht alles was in Social Media verbreitet wird, v.a. wenn man einen fremden Beitrag teilt. Dieser wird dann als deine Meinung wahrgenommen.

## Welche Social Media-Plattformen soll ich nutzen?

12.10.2022 / RMU

49

49

## Welche Plattform soll ich nutzen?

- Will ich überhaupt Social Media benutzen?
- Facebook ist für die ältere Generation gut für einen Einstieg in Social Media und um sich mit Gleichgesinnten zu vernetzen
- YouTube ist gut, wenn man sich Hilfe zu Produkten und allg. Themen holen will (Hobbies, Kochen, Reisen, ..)
- Nicht auf allen Kanälen gleichzeitig beginnen, die Informationsfülle erschlägt einem sonst und das Handling wird zeitintensiv
- Zuerst vielleicht einfach schauen, lernen und Freunde finden, bevor man selbst postet

12.10.2022 / RMU

50

50

## Fragen, die es zu klären gilt

- Welche Plattform möchte ich benutzen
- Auf welchen Plattformen sind meine Freunde und Bekannten unterwegs
- Zu welchen Themen möchte ich mich äussern, zu welchen nicht
- Bin ich bereit, etwas von mir preiszugeben