

Thun, 29. September 2016

So nutzen die Schweizer Kantone Social Media

Die Kantone setzen für ihre offizielle Kommunikation immer mehr auf Social Media. Die bisherigen Erfahrungen mit Social Media sind positiv. Twitter ist der beliebteste Kanal, vor Facebook, YouTube und LinkedIn.

Die sozialen Netzwerke sind feste Bestandteile der Kommunikationsstrategien der Kantone. Wer als Kanton nicht offiziell auf Twitter oder Facebook vertreten ist, der ist zumindest mit einzelnen Ämtern präsent. Gewisse Kantone haben bewusst ein dezentrales Kommunikationskonzept gewählt. Vereinzelte Kantone sind in Sachen Social Media noch zurückhaltend oder befinden sich in einer Testphase. Kantone, für welche Social Media Normalität ist, wissen die Vorteile der bürgernahen Kommunikation zu schätzen. 16 Kantone haben einen Twitter-Account, 15 Kantone bewirtschaften eine offizielle Facebook-Seite, 13 Kantone haben einen YouTube-Kanal. Das Businessnetzwerk LinkedIn ist in der Schweiz für die Kantone gefragter als Xing. Google+ ist unbedeutend geworden, währenddem Instagram für die Kantone an Wert gewinnt. Und im Kanton Waadt wagt sich die Polizei auf Snapchat.

Die Netzwerke

Twitter und Facebook fast gleichauf

16 Schweizer Kantone sind auf Twitter aktiv, die Kantone Basel-Stadt und Uri schon seit 2009. 13 Kantone haben an diesem Wochenende die Abstimmungsergebnisse auch via Twitter verkündet. In der Regel tweeten die Kantone regelmässig, antworten auf Anfragen, retweeten wenig und die Interaktion bleibt dürftig. Die Hausaufgaben gemacht haben die Kantone Freiburg, Graubünden und Waadt, welche ihren Twitter-Account verifiziert haben. Das blaue Verifizierungszeichen auf Twitter zeigt Nutzern, dass ein Account von öffentlichem Interesse authentisch ist. Kommuniziert eine Kantonsverwaltung spontan und unterhaltsam - was selten der Fall ist - führen diese Tweets zu einer verhältnismässig hohen Interaktionsrate. Twitter wird oft als zusätzlichen Verbreitungskanal für Medienmitteilungen eingesetzt. Dies geschieht meist automatisiert (zum Beispiel via Buffer oder Hootsuite). Die Automatisierung bietet Vorteile, vor allem Zeitersparnisse, hat aber auch Gefahren. Nicht überraschend hat der bevölkerungsreichste Kanton Zürich die meisten Followers. Rechnet man die Anzahl Followers im Verhältnis zu den Einwohnern, so führt diese Rangliste der Kanton Basel-Stadt an, vor den Kantonen Uri, Nidwalden und Glarus.

15 Kantone bewirtschaften eine offizielle Facebook-Seite. Die visuelle Kommunikation scheint auch die Verwaltung erreicht zu haben. Viele Facebook-Posts überzeugen mit attraktiven und passenden Bildern. Facebook wird mehr für "weiche Themen" eingesetzt. So wird versucht, eine möglichst grosse Bevölkerungsgruppe anzusprechen. Der Kanton Aargau hat am meisten Fans, vor Luzern und St. Gallen.

Interessanter Fakt: Das Total aller Fans der Facebook-Seiten der Kantone und das Total aller Followers der Twitter-Accounts der Kantone ist praktisch gleich (um die 45'000 Personen).

YouTube hat mehr Potential, Google+ zum Vergessen

YouTube wird von vielen Kantonen noch vernachlässigt. 13 Kantone verfügen zwar über einen eigenen YouTube-Kanal, doch die Anzahl hochgeladener Videos ist gering. Auch die Vermarktung der Videos scheint steigerungsfähig zu sein, denn die Anzahl Aufrufe, Bewertungen und Kommentare sind niedrig. Ebenso sind die Abonnentenzahlen bescheiden. Sie bewegen sich von 24 (Kanton Nidwalden) bis 239 (Kanton Graubünden).

Das soziale Netzwerk Google+ ist für die Kantone bedeutungslos geworden. Acht Kantons-Seiten lassen sich bei Google+ aufspüren. Zum Teil wurden aber nie Beiträge verfasst, zum Teil wurde der Betrieb eingestellt. So hat sich der Kanton Bern letztes Jahr von Google+ verabschiedet, weil der Interessentenkreis bescheiden geblieben ist.

Businessnetzwerke regional unterschiedlich, träger Start mit Instagram

Die Kantone Glarus und Zürich bewirtschaften bei Xing ein Gratisprofil, die Kantone Aargau und Luzern haben sich für ein kostenpflichtiges Employer Branding Profil entschieden. In der Romandie setzen die Kantone auf das internationale Businessnetzwerk LinkedIn. Die Kantone Genf und Waadt überraschen dort mit einer hohen Anzahl Followers (über 11'000), obwohl auf LinkedIn kaum Neuigkeiten veröffentlicht werden.

Viele Kantone liebäugeln mit einem Start auf der Foto- und Videoplattform Instagram. Die Kantone Jura, Luzern und Solothurn haben den Schritt bisher gewagt. Solothurn konnte mit 32 Beiträgen nur 7 Abonnenten gewinnen.

Der Mehrwert von Facebook, Twitter und YouTube - das sagen die Kantone

Die zurückhaltenden oder dezentral kommunizierenden Kantone (AI, AR, GE, SZ, VS, ZG)

Der Kanton **Appenzell Innerrhoden** betrachtet den Einsatz von Social Media eher kritisch. „Die Pflege von Social Media würde zusätzliche Ressourcen benötigen, welche im Verhältnis zum vermutlichen Nutzen recht hoch sind. Einen Ausbau der Stellenprozente für einen solchen Zweck würde wohl auch in der Öffentlichkeit nicht begrüsst“, sagt Stefanie Sutter der Ratskanzlei.

Auch der Kanton **Appenzell Ausserrhoden** ist - mit Ausnahme von einzelnen Ämtern - nicht in den sozialen Netzwerken aktiv. Dies wurde vom Regierungsrat so beschlossen. Der Beschluss kommt aber wieder neu in Diskussion, meint Georg Amstutz der Kantonskanzlei.

Der Kanton **Genf** überlässt den Departementen die Entscheidung, ob einzelne Servicestellen auf Social Media aktiv sind. So teilt die Kantonspolizei wie auch das Integrationsbüro Neuigkeiten auf Twitter. Andere Ämter haben eine Facebook-Seite, lässt der kantonale Kommunikations- und Informationsdienst verlauten.

Andreas Luig vom Kanton **Schwyz** teilt mit, dass einzelne Ämter, die sich einen konkreten Nutzen davon versprechen, in den Sozialen Medien aktiv sind. Eine flächendeckende Social-Media-Einführung sei aber nicht geplant.

Der Kanton **Wallis** hat offizielle Accounts bei Twitter, YouTube und LinkedIn, welche aber auf der Website nicht verlinkt sind. Verschiedene Dienststellen sind zudem auf Facebook aktiv, erklärt der Informationsleiter André Mudry.

Der Kanton **Zug** hat ein dezentrales Kommunikationskonzept und kommuniziert auch auf Social Media dezentral, so Marilena Amato der Kommunikationsstelle.

Kantone in der Findungsphase (BL, NE, OW, SH, TI)

Der Kanton **Basel-Landschaft** hat im Sinn eines Pilotprojektes vor gut einem Jahr eine Facebook-Seite eröffnet, erläutert Nic Kaufmann der Landeskantonskanzlei: „Es ist geplant, den Pilot auszuwerten und anschliessend eine Social-Media-Strategie auszuarbeiten.“

Auch der Kanton **Neuenburg** befindet sich in der Pilotphase. Das „Office cantonal de l'orientation scolaire et professionnelle“ hat seit April 2016 eine Facebook-Seite.

Gemäss Pierre-Yves Jeanneret, Webverantwortlicher des Kantons, wird eine Bilanz Ende des Jahres aufzeigen, wohin die Social-Media-Reise geht.

Einzelne Amtsstellen des Kantons **Obwalden** arbeiten mit Social Media. Matthias Küchler der Staatskanzlei Obwalden meint: „Grundsätzlich muss der Einsatz Sozialer Medien in Einklang mit den Richtlinien über Information und Kommunikation von Regierungsrat und kantonaler Verwaltung stehen. Auch gilt es, den Faktor Kosten (personelle und finanzielle Ressourcen) in Relation zum erwarteten Nutzen (Mehrwert für Öffentlichkeit) zu betrachten. Die Staatskanzlei plant, Twitter als zusätzlichen Verbreitungskanal für Informationen von Regierung und kantonaler Verwaltung einzusetzen.“

Im Kanton **Schaffhausen** sind einzelne Stellen auf Social Media-Plattformen präsent. Der Kanton ist bisher insbesondere aus Ressourcengründen eher zurückhaltend, erklärt Christian Ritzmann der Staatskanzlei, und fügt an, dass der Kanton aktuell eine Social-Media-Strategie erstellt. Im Rahmen der Verabschiedung der Strategie wird entschieden, wie der Kanton künftig auf den Social-Media-Plattformen aktiv sein wird.

Der Kanton **Tessin** ist seit 2014 auf Social Media aktiv und verfügt mit seinen Ämtern über acht Facebook-Seiten und drei Twitter-Accounts. Es handelt sich um eine Pilotphase und der Regierungsrat wird sich in den kommenden Monaten über die Fortsetzung des Projekts entscheiden (welches bis jetzt positiv ausgefallen ist). Die Evaluation für die Benutzung anderer Plattformen, vor allem YouTube und LinkedIn, wird in den kommenden Monaten durchgeführt, so Ivan Vanolli.

Kantone, welche mit Social Media positive Erfahrungen gemacht haben (AG, BE, BS, FR, GL, GR, JU, LU, NW, SO, SG, TG, UR, VD, ZH)

Im 2011 beschloss der Regierungsrat des Kantons **Aargau** die Social-Media-Strategie. Sie basiert auf den vier Säulen Integration, Image, Information und Interaktion. Die Erfahrungen sind grundsätzlich positiv, sagt Nina Rothenberger der Staatskanzlei. Die Integration in die bestehende Kommunikation funktioniert sehr gut. LinkedIn und Xing wurden zudem kürzlich im Rahmen der Überarbeitung des Arbeitgeberauftritts dem Social-Media-Portfolio hinzugefügt.

Christian Kräuchi, Leiter Kommunikation Kanton **Bern**: „Wir haben im Zusammenhang mit dem Einsatz der Sozialen Medien durchwegs gute Erfahrungen gemacht. Den Twitter-Kanal nutzen wir primär als Ergänzung zu den anderen Versandkanälen für Newsmeldungen, Facebook eher für weiche Themen. Die Social-Media-Kanäle sind für uns auch wichtig für die Krisenkommunikation sowie bei Grossanlässen wie Wahlen und

Abstimmungen. Gerade im Fall des Feuerverbots wegen Trockenheit konnten wir im Juli 2015 über Facebook mehr als 100'000 Personen erreichen. Das ist in Zeiten, in denen immer weniger Leute Zeitung lesen, wichtig. "

Der Kanton **Basel-Stadt** setzt Facebook als alltagsnaher Kanal und Twitter als Infokanal für Journalisten und politisch Interessierte ein. Ebenso veröffentlichen sie Videos auf YouTube und einzelne Ämter betreiben Blogs. „Grundsätzlich haben wir gute Erfahrungen gemacht ", sagt Sandra Eichenberger der Staatskanzlei.

Marie-Christine Müller der Staatskanzlei des Kantons **Freiburg** bestätigt, dass die Erfahrungen mit Social Media sehr positiv sind: "Wir können mit einem breiteren Publikum Kontakt aufnehmen und unsere Informationen sehr rasch und unkompliziert verbreiten." Der Leitfaden zur Nutzung der Social Media ist online abrufbar.

Auch Werner Kälin, als PR-Berater für den Kanton **Glarus** tätig, zeigt sich erfreut über die zwischenzeitliche Social-Media-Bilanz. Am aktivsten wird Facebook bewirtschaftet, Twitter wird vor allem für politische Informationen benutzt. In diesem Sommer hat der Kanton Glarnerinnen und Glarner aufgerufen, filmische Beiträge über ihre Lieblingsplätze einzureichen. Die Videos wurden im Anschluss auf dem YouTube-Channel gezeigt. Ferner verfügt der Kanton über einen Flickr-Account, wo Bilder zum Download zur Verfügung gestellt werden.

Die Regierung des Kantons **Graubünden** hat bereits 2014 eine positive Bilanz über das Versuchsjahr mit den Sozialen Medien gezogen und fortan auf Facebook, Twitter und YouTube kommuniziert. Bei der Nutzung von Social Media ist der Kontakt zwischen den aktiven Teilnehmern des Kantons wichtig, erklärt Tamara Kobler der Standeskanzlei Graubünden.

Sehr positiv, lautet das Fazit nach zwei Jahren Präsenz des Kantons **Jura** auf Facebook, Twitter, YouTube, Instagram und LinkedIn. Ferner gibt Pierre-Alain Berret vom „Service de l'information et de la communication " bekannt, dass die Interaktionen zahlreich sind und die Rückmeldungen dazu dienen, den Bürgerservice zu verbessern.

Auch im Kanton **Luzern** sind die Erfahrungen mit Social Media positiv. Philipp Berger der Staatskanzlei: „Für uns sind diese Kanäle eine gute und unbürokratische Möglichkeit, die Bevölkerung über Aktivitäten der kantonalen Verwaltung und der Kantonsregierung zu informieren und mit ihr in einen Dialog zu treten. Dass das Angebot geschätzt wird, bestätigen die vergleichsweise hohen Interaktionsraten. "

Ähnlich klingt es aus dem Kanton **Nidwalden**. Sie nutzen Social Media, um Bürgerinnen und Bürger zu erreichen. „Unsere Erfahrungen damit sind gut und wir werden diese

Kanäle auch in Zukunft nutzen. " betont Noémie Schafroth der Staatskanzlei.

Der Kanton **Solothurn** publiziert auf Social Media mit wenigen Ausnahmen insbesondere Medienmitteilungen, teilweise mit Bildern angereichert. Besonders Facebook und Twitter werden gut beachtet, meint Beat W. Wyler der Staatskanzlei und fügt an: „Wir sind offen, auch in weiteren Social-Media-Kanälen Erfahrungen zu sammeln. Instagram beispielsweise setzen wir erst seit wenigen Wochen ein. "











































Der Kanton **St. Gallen** bedient Facebook, Twitter und YouTube. Raouf Selmi der Staatskanzlei erklärt: „Unsere Erfahrungen sind bislang durchwegs positiv. Den grössten Mehrwert bieten die Plattformen im Abbau von Kommunikationshürden. Die Niederschwelligkeit der Plattformen wird von unseren Usern sehr geschätzt. Zahlreich und regelmässig suchen diese den Kontakt zu uns und informieren sich über Verwaltung, Regierung, Kantonsrat und Politik.“

Positiv bewertet auch Bettina Kunz vom Informationsdienst des Kantons **Thurgau** die Erfahrungen mit Facebook, Twitter und YouTube. Besonders bei Wahlen und Abstimmungen werden die Social-Media-Kanäle eingesetzt und beachtet.

Die Erfahrungen des Kantons **Uri**, welcher bereits seit 2009 auf Facebook und Twitter kommuniziert, sind durchaus positiv. „Generell nutzen wir Facebook als Kontaktmöglichkeit mit dem "breiten" Publikum. Twitter dient eher dem Verkehr zu Medienschaffenden. Wir stellen unsere Medienmitteilungen 1:1 in die Sozialen Medien. Dies der Not gehorchend, da unsere personellen Kapazitäten zur Pflege der Social Media beschränkt sind. Google+ kann aus unserer Sicht praktisch vernachlässigt werden ", erklärt Adrian Zurfluh.

Der Kanton **Waadt** kommuniziert vor allem über Twitter, ist aber auch auf LinkedIn und YouTube aktiv. Während Wahlen und Abstimmungen informiert der Kanton jeweils live auf Twitter, was sehr geschätzt wird. Aktuell ist eine neue Social-Media-Strategie in Arbeit, so Leïla Bouanani vom Informations- und Kommunikationsbüro. Vereinzelt Dienststellen sind selbstständig unterwegs, so auch die Kantonspolizei, welche einen Snapchat-Kanal bespielt.

Im Social-Media-Bericht 2015 des Kantons **Zürich**, welcher von Roger Zedi der Staatskanzlei verfasst wurde, stehen die einleitenden Worte: „Das zurückliegende Jahr ist aus Sicht der kantonalen Social-Media-Auftritte erfreulich verlaufen. Die bestehenden Kanäle sind weiter gewachsen und gröbere Unstimmigkeiten sind ausgeblieben. In einem gewissen Sinn sind die Social Media mittlerweile zur Normalität geworden, auch beim Kanton Zürich. " In diesem Jahr ist die Überprüfung und Anpassung des Social-Media-Konzeptes aus dem Jahre 2011 fällig.

<u>Nidwalden</u>		42'400	 819	 921	 24					
<u>Obwalden</u>		37'100								
<u>Schaffhausen</u>		79'800								
<u>Schwyz</u>		154'100								
<u>Solothurn</u>		266'400	 1'642	 1'288	 98	 7				
<u>St. Gallen</u>		499'100	 3'983	 2'621	 75					
<u>Tessin</u>		351'900								
<u>Thurgau</u>		267'400	 1'688	 294						
<u>Uri</u>		36'000	 1'949	 1'030	 58	 23				
<u>Waadt</u>		773'400		 5'805				 11'300		
<u>Wallis</u>		335'700		 1'672	 31	 28		 3'581		
<u>Zug</u>		122'100								
<u>Zürich</u>		1'466'400	 2'503	 9'587	 142	 7	 0	 869		
		8'327'000	45'771	47'891	1'200	691	279	935	34'153	30

Stand Anzahl Fans/Followers/Abonnenten: 26.9.2016; Quelle Einwohnerzahlen: Bundesamt für Statistik

*Followers Account in Deutsch und Französisch zusammen

Thun, 30. September 2016