

SKF Jahresbericht Social Media

Einleitung

Die Zahlen unserer Social Media Plattformen sind in den letzten zwölf Monaten stetig gewachsen. Dabei konnte ebenfalls die Interaktion mit den Mitgliedern auf den Plattformen gesteigert werden und rundum ein höherer Interaktionswert mit den Beiträgen erreicht werden.

1. Einige Zahlen der letzten 12 Monate

Plattform	Abonnentenzahl	Standort-CH	Wachstum
Facebook	2'358	48.8%	+ 9.5%
Instagram	3'803	51,7%	+ 12.4%
LinkedIn	203	69,3%	+ 15.3%

(stand 21.10.22)

Das Wachstum auf Facebook beträgt 9.5% (von 2'153 im 2021 zu 2'358). Das hohe Durchschnittswachstum hat sich nun auf einem tieferen Prozentsatz stabilisiert. Das Wachstum auf Instagram beträgt 12.4% (von 3'384 im 2020 zu 3'803). Das grösste Wachstum konnte auf LinkedIn erzielt werden.

Wie in den letzten beiden Jahresberichten erwähnt, ist der Schweizer Anteil unserer Abonentinnen und Abonnenten auf Facebook und Instagram nicht so hoch wie gewünscht (Instagram: 2019/20: 43%; 2020/21: 49%; Facebook: 2019/20: 40.4%; 2020/21: 40.4%). Auch wenn sich die Zahlen immer noch auf einem tiefen Niveau befinden, ist zumindest eine stetige Zunahme zu beobachten.

2. Analyse der Zielsetzung 2021/22

	<i>Das Wachstum soll im nächsten Jahr wiederum bei allen Plattformen mindestens 20% betragen</i>
Analyse	<p>Das Wachstum beträgt im Schnitt 12.4%.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Das Ziel von 20% wurde nicht erreicht. Gleichwohl wird seit 5 Jahren, in jedem Jahr ein Wachstum verzeichnet. • Die Wachstumswahlen sind übers Jahr gesehen konstant, somit ist nicht von einem momentanen Rückgang zu sprechen, sondern das Wachstum hat sich nun normalisiert.

	<i>Der Fokus muss weiterhin auf dem Ansprechen von Schweizer Abonentinnen und Abonnenten, sowohl auf Facebook als auch Instagram, liegen. Ziel wäre hier mindestens 50% bei Instagram und Facebook zu erzielen.</i>
Analyse	Das Ziel konnte sowohl bei Instagram als auch bei LinkedIn erfüllt werden. Bei Facebook wurde zwar das Ziel noch nicht ganz erreicht, dennoch hat sich der Anteil Schweizer Abonentinnen und Abonnenten um fast 8% gesteigert.

	<i>Social Media Kommunikation im Breitensport verbessern; eine Ansprechperson bei der NSK finden.</i>
Analyse	Es wurde über die verschiedenen Sektionen häufiger berichtet. Mit den J&S Posts und den Posts zu den PlusSport Karate Lagern konnte eine gute Balance gefunden werden. Die Ansprechperson beim NSK ist Linh Pham.

	<i>Manual zur Umsetzung der Sport-Toto-Gesellschaft Kommunikationsmassnahmen umsetzen</i>
Analyse	Das Manual wurde wie vereinbart umgesetzt. Für 2022 fehlt noch der Post von September-Dezember. Der STG-Post wird im November nach den Schweizer Meisterschaften erfolgen.

	<i>Social Media Handbuch für Kadermitglieder SKF erarbeiten</i>
Analyse	Dieser Punkt wurde abermals besprochen und wird in den Kickoff-Folien für die SKF-Athletinnen und Athleten Erwähnung finden.

3. Ziele 2022/23

- Das Wachstum soll im nächsten Jahr bei allen Plattformen durchschnittlich mindestens 10% betragen.
- Der Fokus muss weiterhin auf dem Ansprechen von Schweizer Abonentinnen und Abonnenten liegen, sowohl auf Facebook als auch Instagram. Ziel ist hier mindestens 50% bei Facebook zu erzielen. Bei Instagram ist das neue Ziel 55% Schweizer Abonentinnen und Abonnenten.
- Im neuen Jahr soll die Kommunikation auf LinkedIn verstärkt werden. Da erstmals eine verstärkte Arbeit auf dem Kanal erfolgt, kann auch mit einem grossen Zuwachs an Abonentinnen und Abonnenten gerechnet werden. Hier ist das Ziel 25% zu erreichen.
- Manual zur Umsetzung der Sport-Toto-Gesellschaft Kommunikationsmassnahmen umsetzen