

furrerhugi.

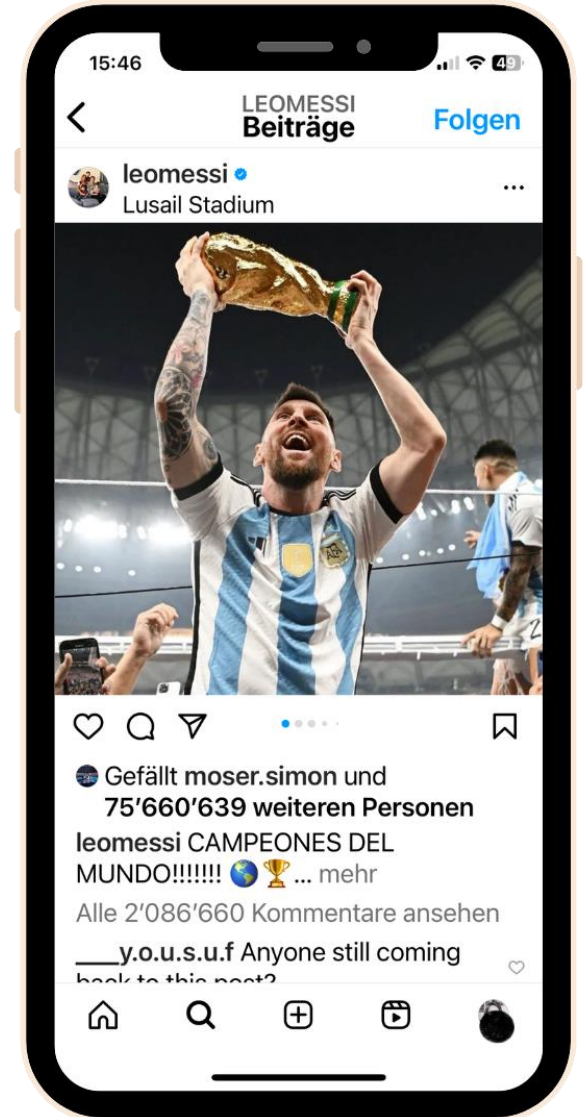
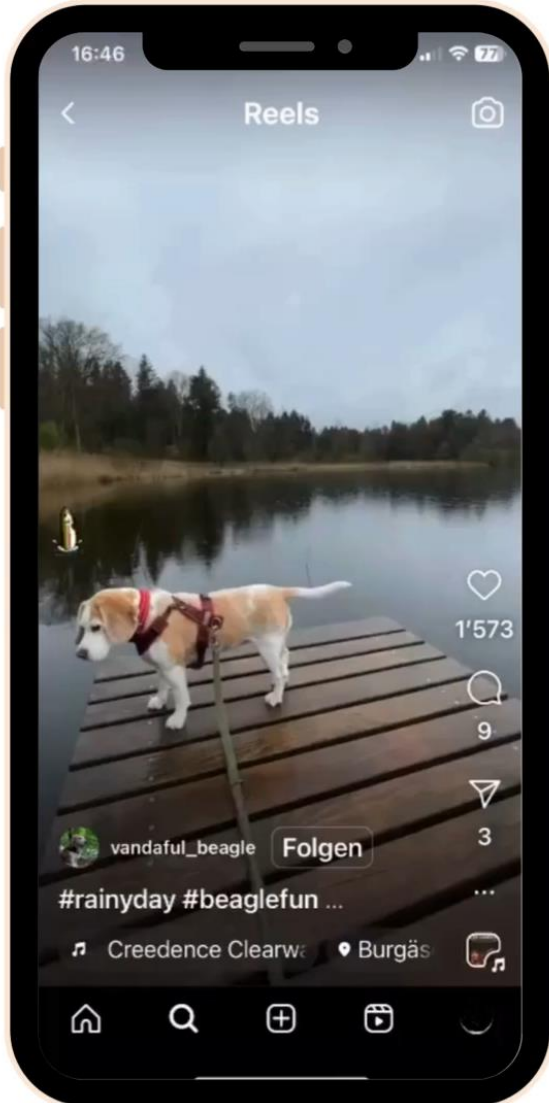
Kies & Beton in den sozialen Medien: Ansätze und Gedanken zur Branchenkommunikation



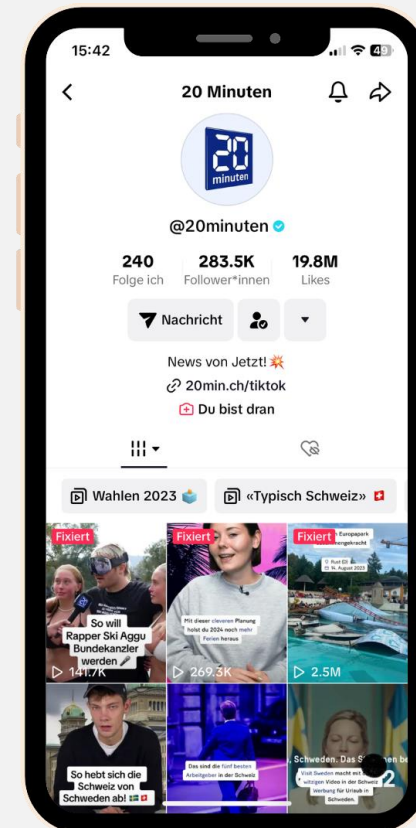
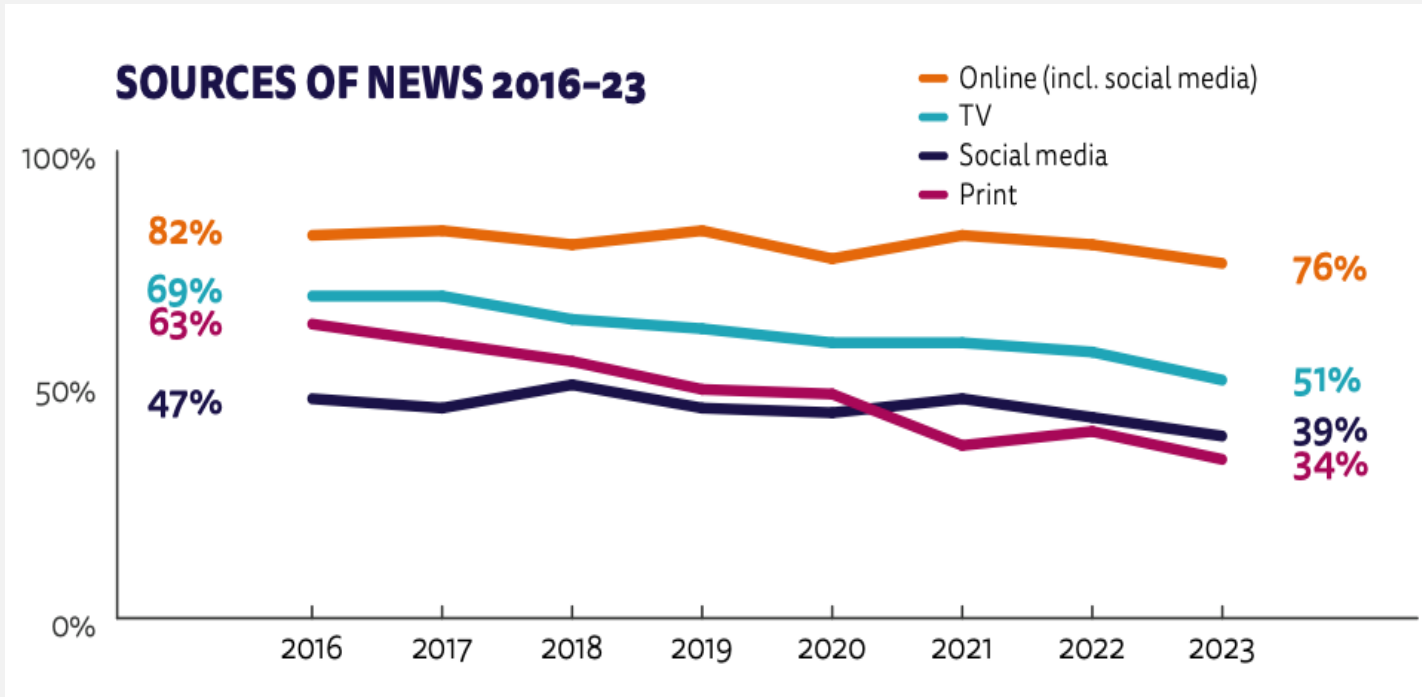
- 1** Übersicht zu den sozialen Medien:
Warum Social Media? Wo spielt die Musik?
- 2** Der FSKB auf den sozialen Medien:
Ziele, Erfahrungen und Erkenntnisse aus den bisherigen Arbeiten.
- 3** Bedeutung für die Kies-, Beton- und Recyclingbranche:
Wo sollte angesetzt werden?

Warum Social Media?

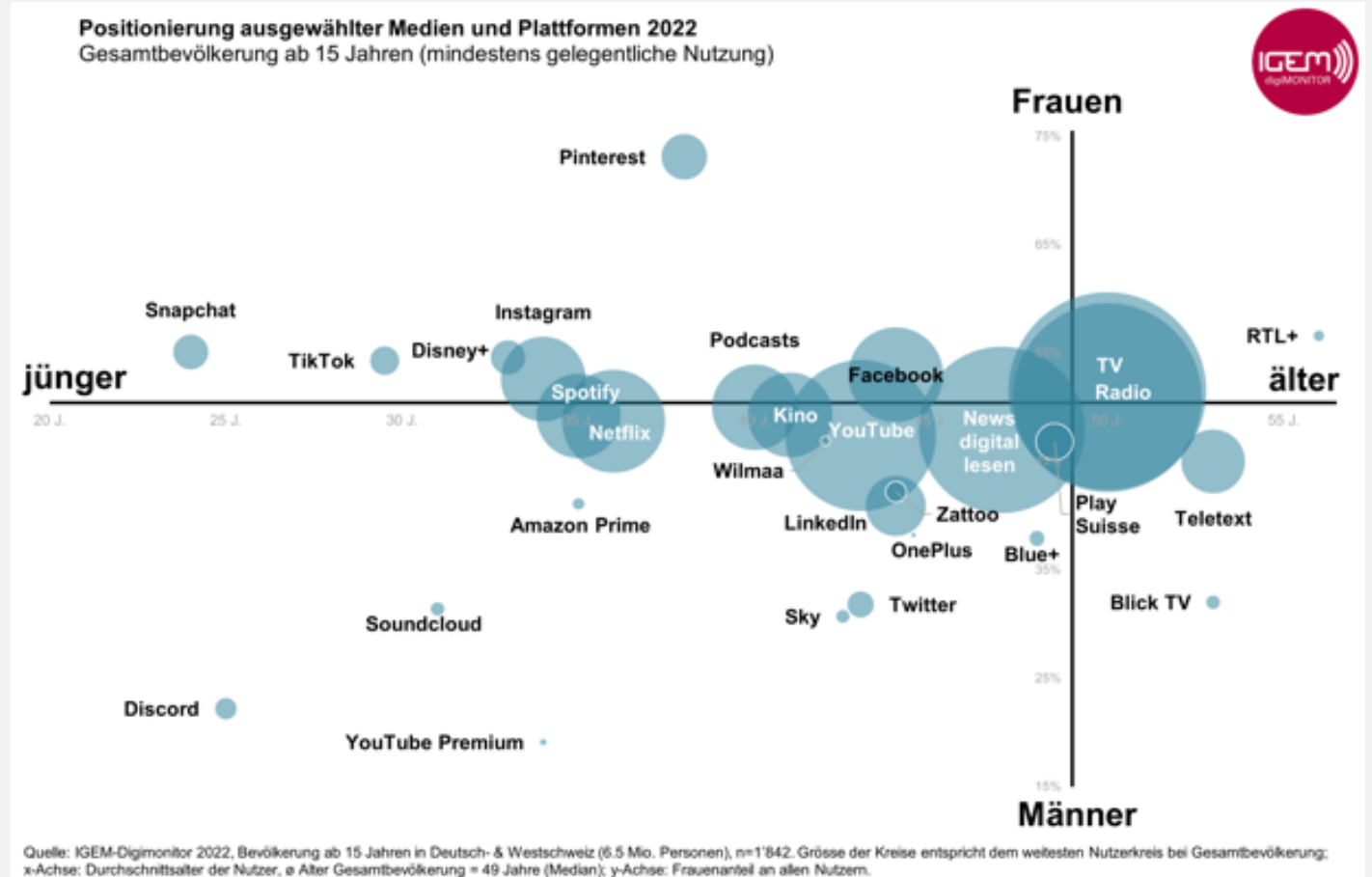
furrerhugi.



Entwicklung Quellen

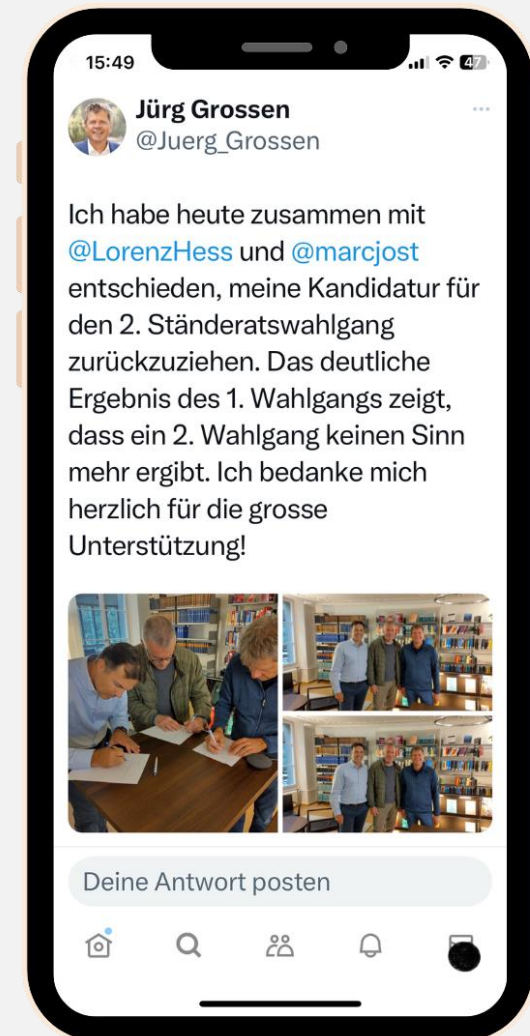


Informationsbe-schaffung und Unterhaltung im Wandel



Thesen

- Lineares Fernsehen funktioniert nur noch bei Sportanlässe und wichtigen Ereignissen. Jüngerer Publikum schwer erreichbar.
- Weil Medien Nutzer:innen dort erreichen müssen, wo sie sind, versuchen Medienhäuser die Leute auf Social Media abzuholen.
- Immer mehr Inhalte werden direkt auf Social Media geteilt, Medien nehmen die News von Social Media auf. Dies führt zueinem Verlust von Leser:innen.
- Gesellschaftliche Themen werden auf Social Media diskutiert und finden so wieder den Weg in die Medien.
- Medien als Gatekeeper verlieren an Relevanz.



Übersicht Social Media

Social-Media-Plattformen – Fokus setzen



4.2 Mio. User
Alter 13–45

- Nur Bilder oder Videos.
- Für Blogbeiträge und andere Artikel nur bedingt geeignet.



3.9 Mio. User
Alter 25–65

- Businessnetzwerk.
- Relevante Inhalte sind zentral.
- Kaum negative Kommentare.
- Business-Seiten performen weniger gut als private Accounts.



3.5 Mio. User
Alter ü30

- Reichweite fast nur noch mit Anzeigen.
- Viele Kommentare, oft negativ.
- Zielgruppe würde passen.



je 2.5 Mio. User
Alter 18–45+

- Bei Jungen und jung gebliebenen sehr beliebt.



1.5 Mio. User
Alter 18–65+

- Viele Politiker:innen und Medienschaffende sind auf X.
- Wichtiges Netzwerk für Meinungsbildung.

Algorithmen



Social-Graph
Relevant: Anzahl Follower



Interest-Graph
Relevant: Anzahl Reaktionen

Der FSKB auf den sozialen Medien

Ziele

Ansatz: Content für Social Media!

—> Wahrnehmung der Kies- und Betonbranche in der Öffentlichkeit verbessern und Meinungsbildung auf den sozialen Medien mitprägen.

—> Stimmbürger:innen präventiv und fortlaufend zu den branchenrelevanten Themen informieren und sensibilisieren.

—> Zielgruppengerechte und attraktive Inhalte zur Vermittlung der Botschaften/Argumente erarbeiten.

—> Stärkere FSKB-Präsenz auf den sozialen Medien sicherstellen.

Organisation

- Im Herbst 2022 gestartet.
- Präsenz auf Instagram, Facebook und LinkedIn (sowie X und YouTube).
- Inhaltsplanung und -produktion sowie Pflege der Kanäle durch furrerhugi.
- Inhaltliche/fachliche Verifizierungen durch FSKB-Geschäftsstelle.
- Ideenmanagement mit FSKB-Fachkommission für Marketing und Medien FKMM.
- Einbindung/Zusammenarbeit mit Partnerverbänden und Kantonalverbänden.

Fokus der Beiträge

Insgesamt über 30 eigene Produktionen

Rohstoffsicherheit



SCHON GEWUSST?

Kies und Sand gehören zu den bedeutendsten Rohstoffen der Schweiz.

Was ist eine Kiesgrube?

Steine aus der Kiesgrube, pierres provenant d'une gravière

OHNE KIES KEIN SPIELPLATZ.

Nachhaltigkeit



«Nachhaltigkeit ist eine Einstellung. Unsere Branche trägt Sorge zur Natur und zu ihren Ressourcen und handelt auch entsprechend. Kies, Sand und Beton aus der Region für die Region – Transportwege werden möglichst kurz gehalten und unnötige Fahrten ausgeschlossen. Boden wird nach erfolgtem Kiesabbau wieder der ursprünglichen Nutzung zugeführt und so werden neue, ökologisch wertvolle Lebensräume geschaffen.»

Monika Hochuli, Geschäftsinhaberin Hochuli AG

Biodiversität



Wir Gelbbauchunken finden in Kiesgruben den perfekten Platz zum Laichen.

Allgemeines



**DER FSKB-
JAHRESBERICHT
2022**

ist publiziert und online.

Reichweite 2023

Organisch



381'504, 482 Follower, 70 Posts



315'482, 132 Follower, 91 Posts



73'000, 740 Follower, 81 Posts

Paid

658'000 | 2 Mio. Impressionen

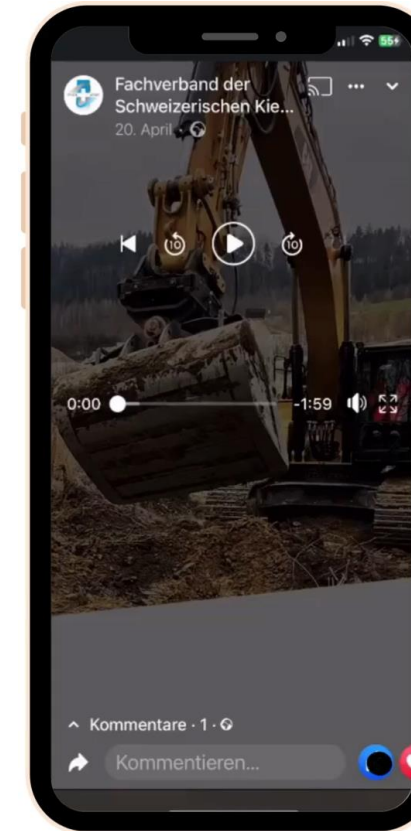
34'000 Impressionen

Highlight-Posts

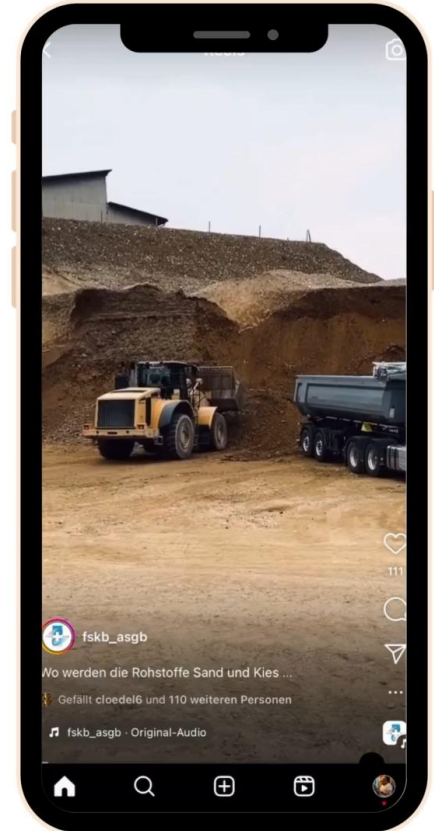
LinkedIn



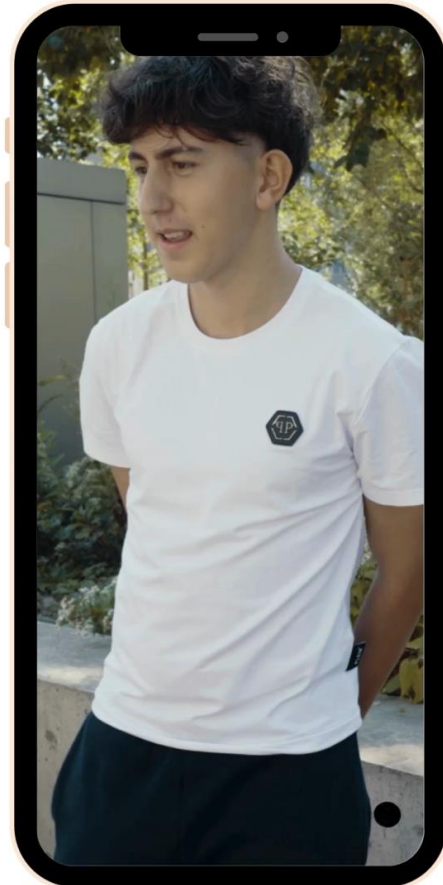
Facebook



Instagram



Audiovisuelle und unterhaltsame Inhalte: Aufwendig aber Notwendig!



FSKB-Learnings



Neben Videobeiträgen funktionieren am besten emotionale Posts (Hashtag zu aktuellen gesellschaftlichen Themen) und Geschichten von Mitarbeitenden aus der Kiesgrube.



Videos/Fotos aus der «Realität» haben eine hohe Reichweite und generieren Interaktionen, wir kombinieren Videos/Fotos mit Informationen.



LinkedIn und Instagram funktionieren organisch am besten.



«Anschlusskommunikation» ist wichtig – Posten, was die Menschen zurzeit bewegt.



Zusammenarbeit mit anderen (Branchen)-Accounts ist wichtig, um Reichweite zu erhöhen.



Mut haben – keine Kommunikation ist schlechte Kommunikation.

Bedeutung für die Kies-, Beton- und Recyclingbranche

Branche muss auf Social Media präsenter und visibler werden - Meinungsbildung auch auf diesen Kanälen mitprägen!

- **Synergien nutzen.** Nicht jede Organisation muss auf Social Media vertreten sein, die Kräfte können gebündelt werden – auch Mitarbeitende aktivieren.
- **Wissen teilen und originell verpacken.** Content ist zwar King, aber die passende Verpackung ist genauso wichtig. Nicht immer die eigene Marke im Vordergrund stellen, sondern die nützlichen Infos & interessanten Stories.
- **Trends aufnehmen.** Gerade auf Facebook und Instagram funktioniert es gut, wenn man Trends aufnimmt, kopiert und adaptiert. Prüfen, welche Formate für den Inhalt am besten geeignet sind.
- **Algorithmus beeinflussen.** Personen markieren und in Fokus setzen. Mit den Hashtags die wichtigen Keywords abdecken, um dem Algorithmus die Auswahl der Themen zu erleichtern.

