



So ticken die jüngsten Schweizer Meinungsmacher

UNICEF Vorstudie
zum Schweizer Digitaltag
am 3. September 2019

UNICEF Vorstudie #Youthfluencer

Die jugendliche Influencer-Szene in der Schweiz ist bisher kaum erforscht. UNICEF hat sie anlässlich des Schweizer Digitaltages und des 30-jährigen Jubiläums der Kinderrechtskonvention identifiziert. Gemeinsam mit dem Berner Start-up Academic Alpha, einem Marktforschungsunternehmen mit engem Bezug zur Universität Bern, wurden 52 junge Influencer in der Schweiz mit insgesamt 4 Millionen Followern näher beleuchtet.

Mit der Vorstudie möchte UNICEF aufzeigen, dass die jungen Meinungsmacher eine Stimme und somit auch eine Verantwortung gegenüber ihrer Community besitzen. Damit wir als Erwachsene die Kinder und Jugendlichen auch online ausreichend schützen können, müssen wir erst einmal verstehen, was bereits Teil ihrer Realität ist. Die Vorstudie ist ein erster Schritt dazu, Kontakt zu den jugendlichen Meinungsmachern aufzubauen und so das Engagement der jungen Bürger zu verbessern.

Identifikation

- Identifikation von jungen Schweizer Top-Influencern (≤ 20 Jahre)
- Für die 1'000 reichweitenstärksten Instagram-Accounts wurde eine Altersüberprüfung durchgeführt.
- Die Altersüberprüfung erfolgte mittels aufwendigen Desk-Researchs (z.B. anhand von Zeitungsartikeln).
- Falls das Alter dadurch nicht eindeutig bestimmt werden konnte, wurden die Influencer mittels Direct Message angeschrieben.

Analyse

- Anhand des gewählten Vorgehens konnten total 52 Schweizer Top-Influencer (≤ 20 Jahre) identifiziert werden.
- Diese 52 Influencer stellen die Grundgesamtheit der nachfolgenden Analyse dar.
- Die Analyse der 52 Top-Influencer umfasst u.a. die eingesetzten Social-Media-Kanäle, deren Reichweite, die bearbeiteten Themen, Beiträge sowie die Interaktionen mit den Followern.

Influencers' followers

unicef 
for every child



10.4 M

52 Swiss influencers



8.5 M

population

Dzana ●

Fabio Zingg ●

Gabirano ●

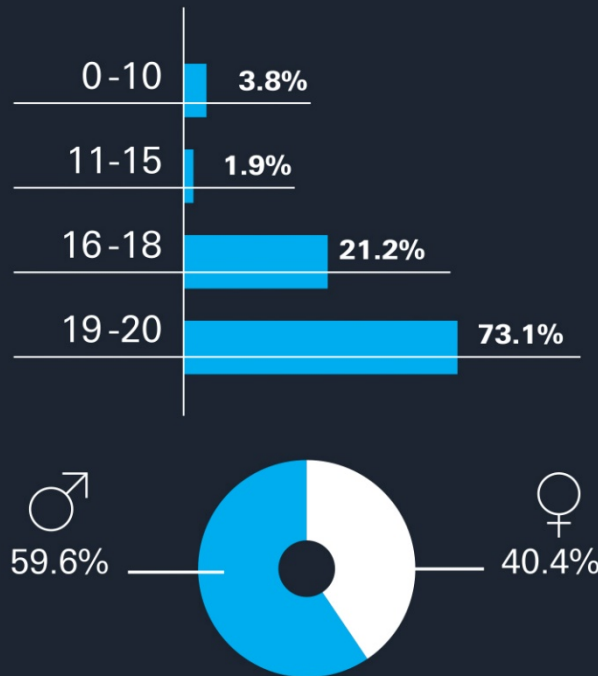
Sebastian Konrad ●

1.6 M

Alter und Geschlecht der Influencer

Influencers' age and gender

unicef 
for every child



- Rund ¾ der jungen Top-Influencer sind zwischen 19 und 20 Jahre alt.
- Unter den Top-Influencern finden sich zwei Kinder unter 10 Jahren; deren Accounts werden durch die Eltern resp. das Management betreut.
- Das Alter ist nicht primär ausschlaggebend für die Reichweite auf Social Media. Interessanterweise finden sich unter den jungen Top-Influencern mehr Männer (60%) als Frauen (40%).
- Das mittlere Alter ist bei Männern (18,4 Jahre) und Frauen (18,7 Jahre) vergleichbar.
- Unterschiede zwischen den Geschlechtern bestehen insbesondere hinsichtlich der bearbeiteten Themen (vgl. nächste Folie).

Topics

Lifestyle

Fashion

Travel

Outdoor Photography

Music

Beauty

Sport

Comedy

Portrait Photography

Pets

Aviation Photography

Politics

unicef
for every child

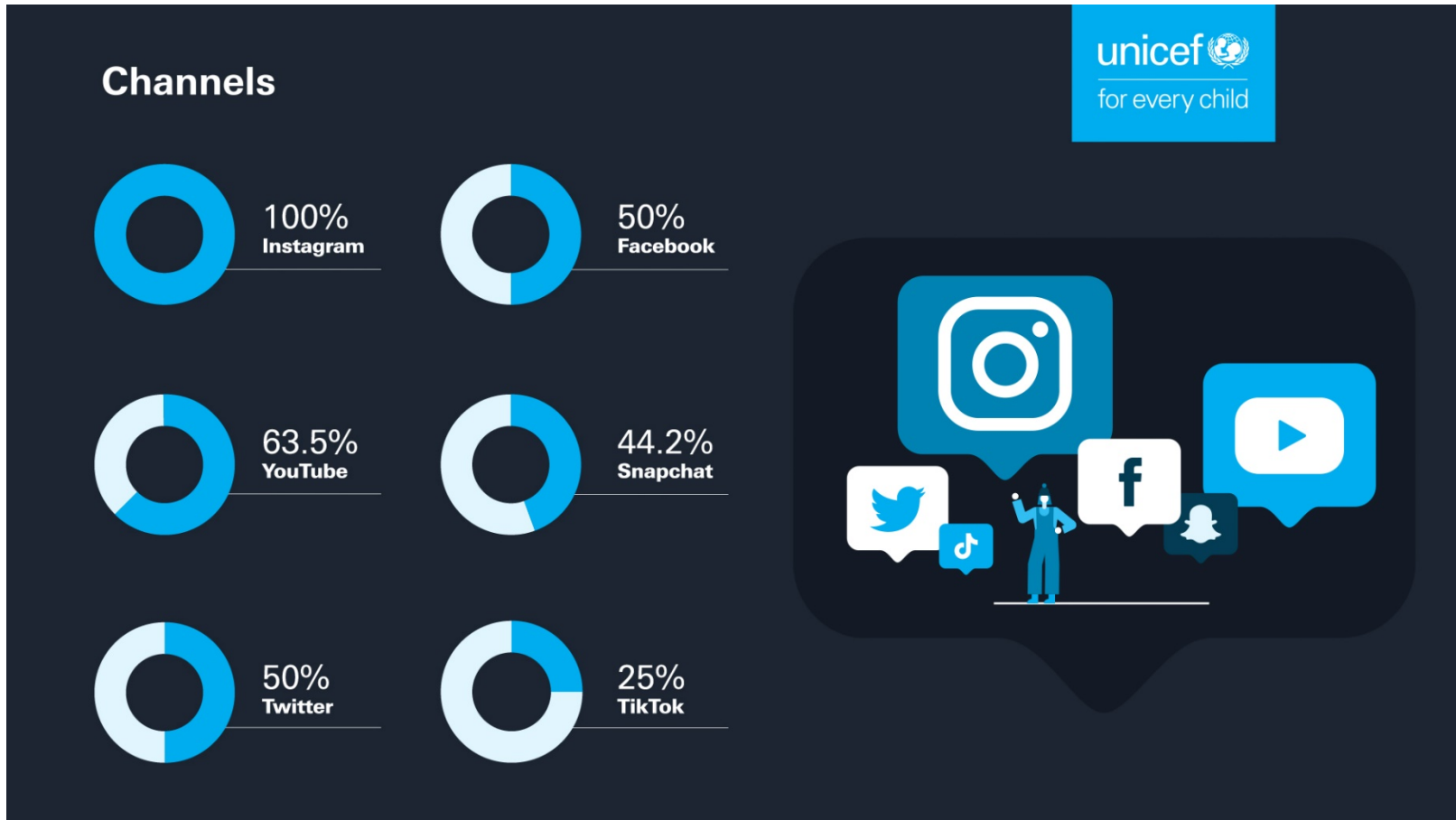
Topic	Female (White)	Male (Blue)
Lifestyle	10	6
Fashion	7	5
Travel	6	5
Outdoor Photography	0	10
Music	4	3
Beauty	5	1
Sport	1	4
Comedy	2	3
Portrait Photography	1	2
Pets	1	0
Aviation Photography	0	1
Politics	0	1

Legend: Female (White circle), Male (Blue circle)

Illustration includes: Airplane, Camera, Guitar, Speech bubbles, LOL text, and various icons.

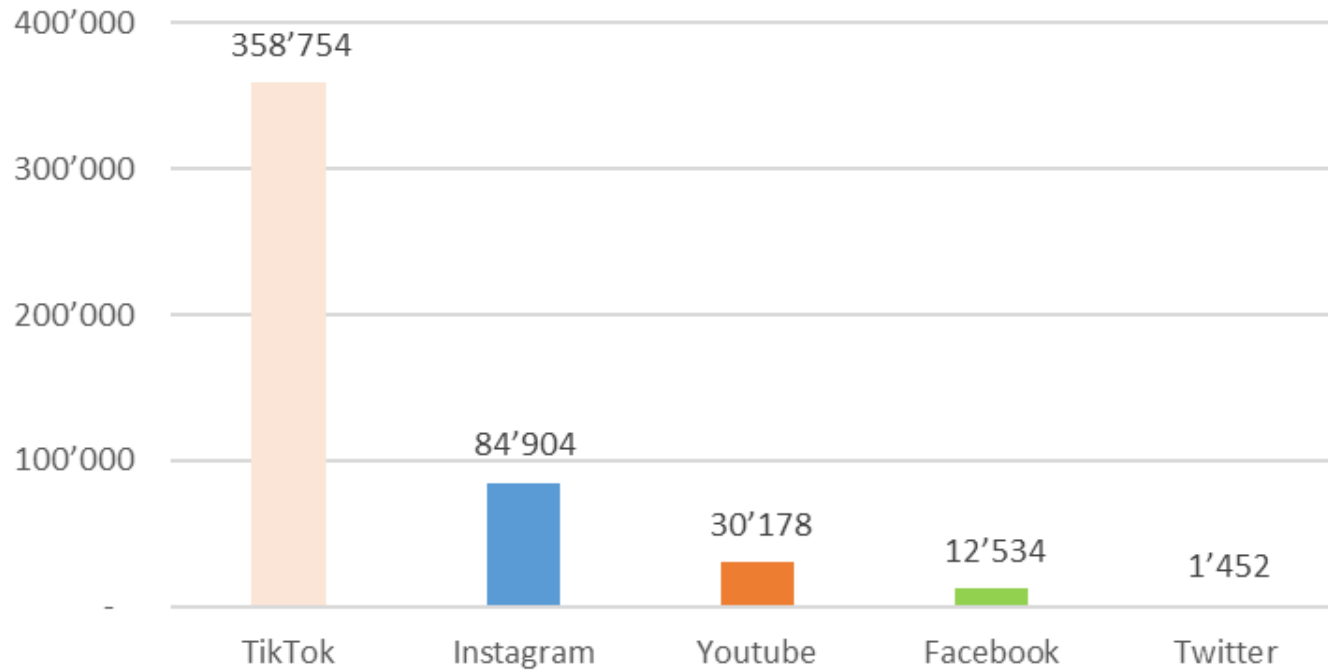
- Bei jungen Influencern sind insbesondere die Themen Lifestyle, Fashion, Travel und Photography beliebt.
- Während sich mehr Frauen für Lifestyle und Beauty interessieren, sind Männer häufiger den Kategorien Photography, Sport und Comedy zuzuordnen.
- Bei jungen Influencern sind Themen wie Politik, Umwelt, Food oder Kunst weniger verbreitet.

Kanäle der Influencer



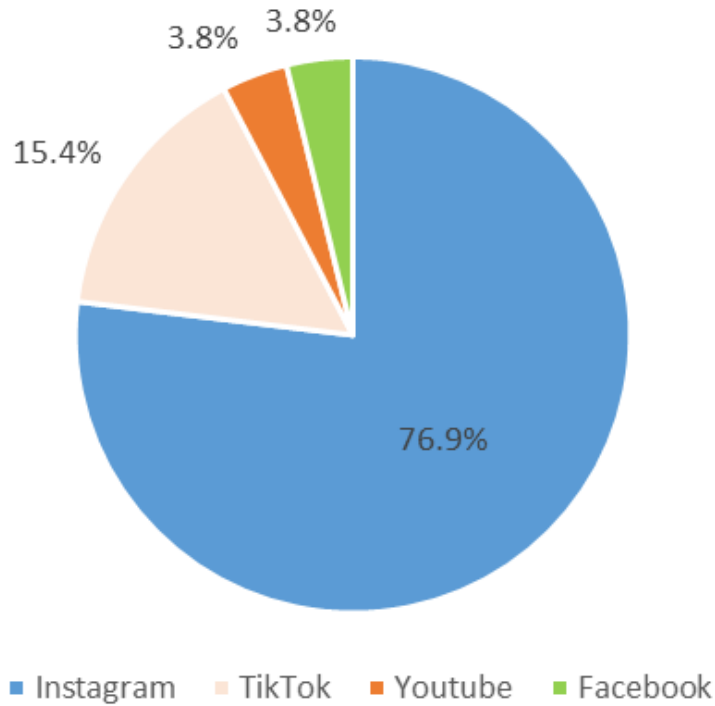
- Instagram ist bei jungen Influencern die beliebteste Plattform, gefolgt von Youtube (64%), Twitter und Facebook (je 50%).
- ¼ der analysierten Influencer ist auf TikTok aktiv. TikTok ist ein Videoportal, auf dem kurze Clips aufgenommen, bearbeitet und mit der Community geteilt werden können. Die Plattform ist noch jung, die App war 2018 jedoch weltweit bereits die am häufigsten heruntergeladene App.

Anzahl Follower der Influencer



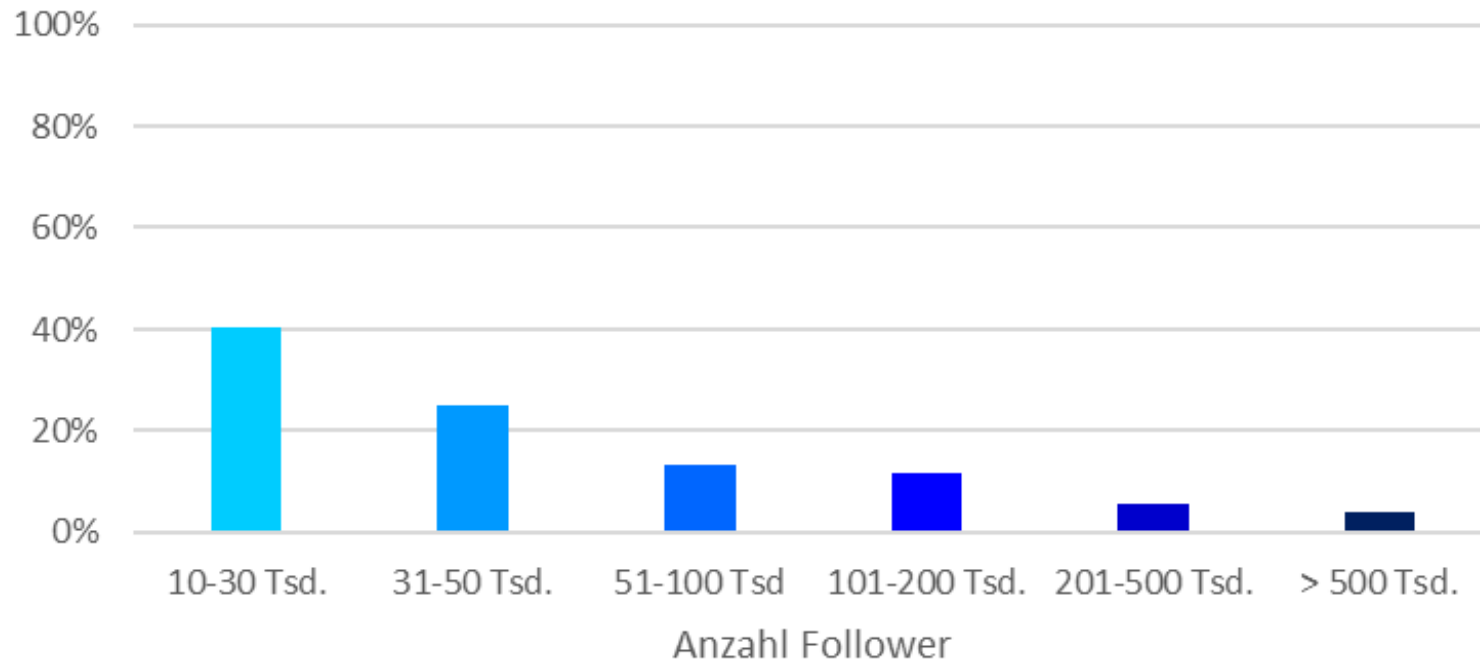
- Gemessen an der mittleren Follower-Zahl ist TikTok die Plattform mit der höchsten Reichweite (360 Tsd.), gefolgt von Instagram (85 Tsd.) und Youtube (30 Tsd.). Facebook und Twitter spielen eine untergeordnete Rolle.
- Die mittleren Follower-Zahlen sind stark von Extremwerten beeinflusst, d.h. die ausgewiesenen Mittelwerte sind nur beschränkt aussagekräftig. Zudem nutzen nur 13 von 52 Influencer die Plattform TikTok.

Hauptkanäle der Influencer



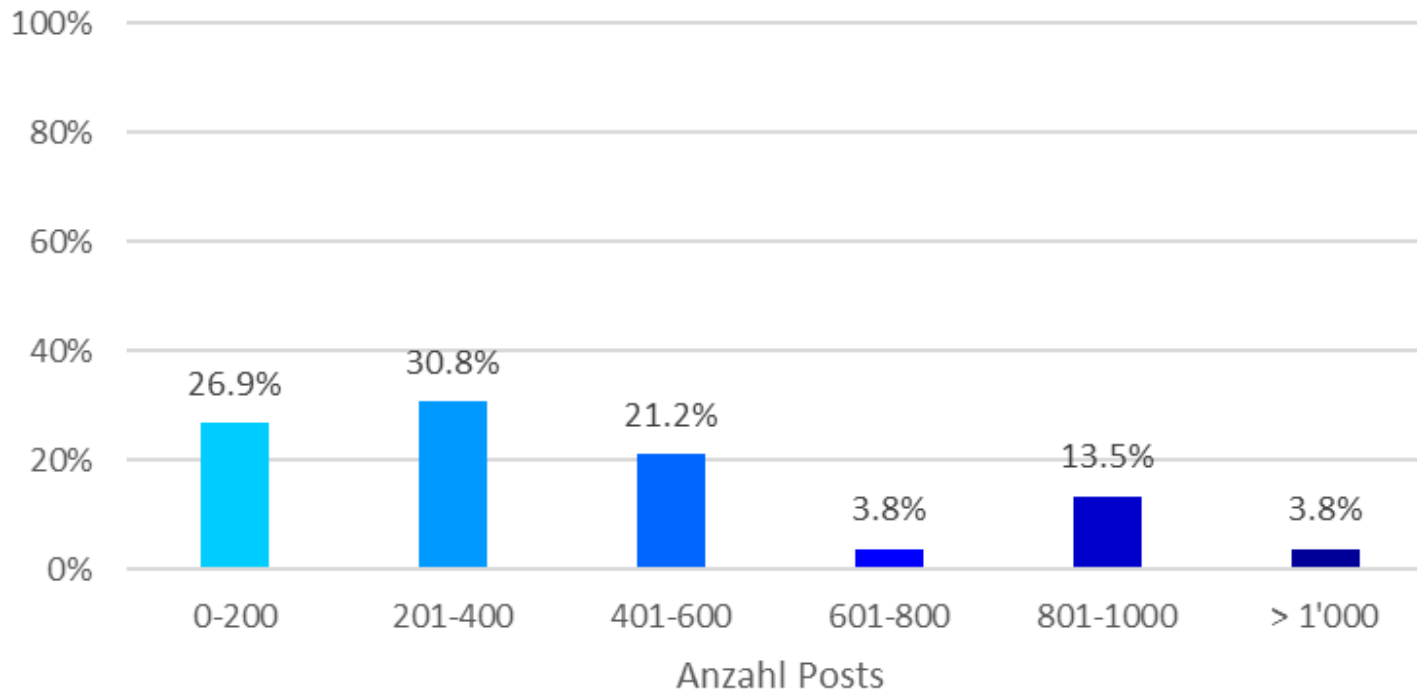
- Bei 40 der 52 identifizierten Influencern unter 21 Jahren ist Instagram der Kanal mit der höchsten Reichweite.
Bei 8 Influencern ist der Hauptkanal TikTok, nur je 2 Influencer haben Youtube und Facebook als Plattform mit der höchsten Reichweite.
- Kein Influencer nutzt Twitter als primären Kommunikationskanal.

Reichweite Instagram der Influencer



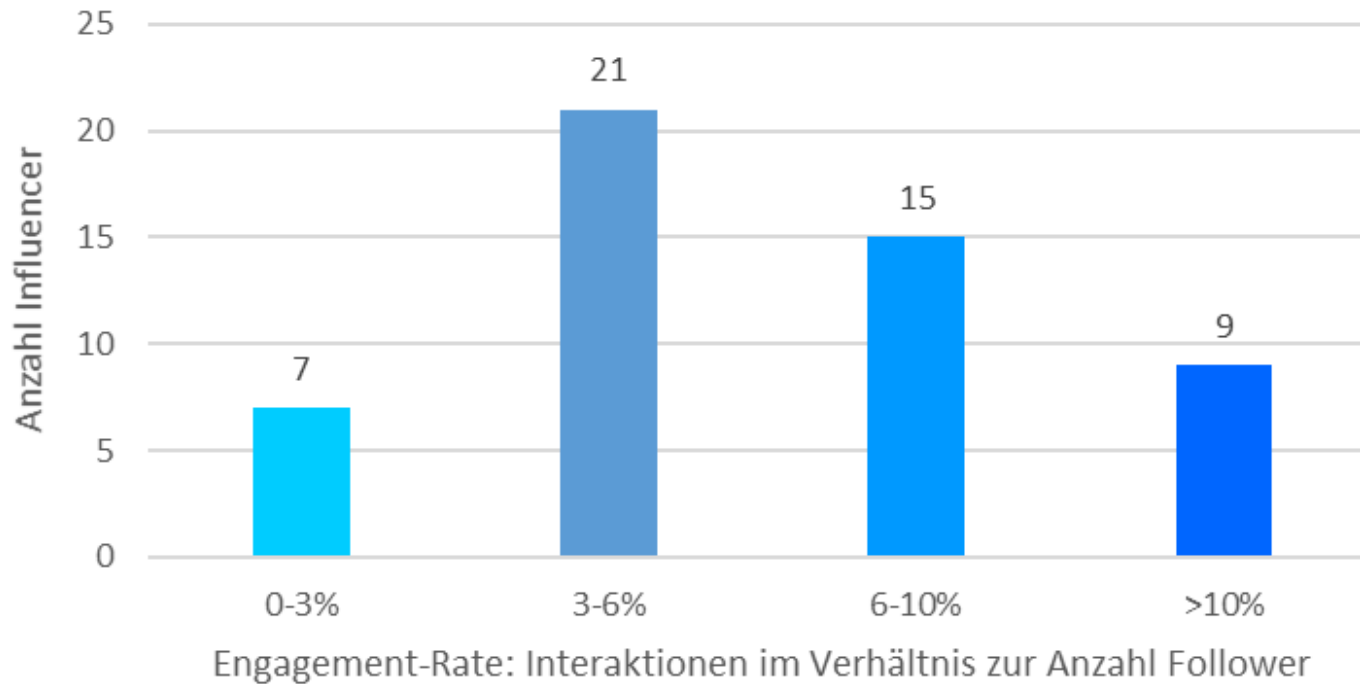
- Knapp 2/3 der identifizierten Influencer haben zwischen 10 und 50 Tsd. Follower auf Instagram, 1/5 mehr als 100 Tsd.
- Die 10 Influencer mit der grössten Reichweite auf Instagram vereinen rund 2.9 Millionen Follower auf sich.
Dies entspricht einem Anteil von 66% aller Instagram-Follower der 52 analysierten Influencer.

Aktivität der Influencer



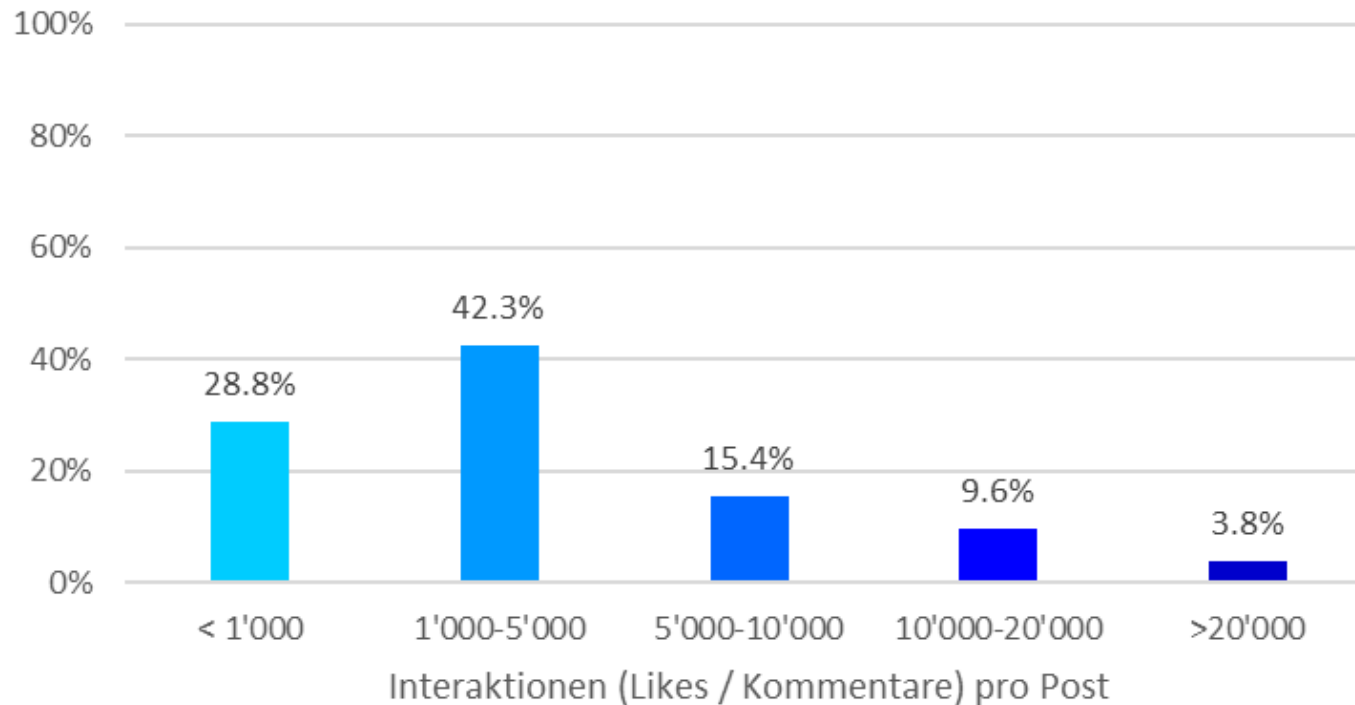
- Trotz des jungen Alters haben die Influencer durchschnittlich bereits rund 420 Posts auf Instagram abgesetzt.
- Diese grosse Aktivität zeugt von der Wichtigkeit von aktuellen Inhalten und regelmässigen Posts.
- Rund 1/5 der Influencer hat sogar bereits mehr als 600 Posts veröffentlicht.

Reaktionen der Follower



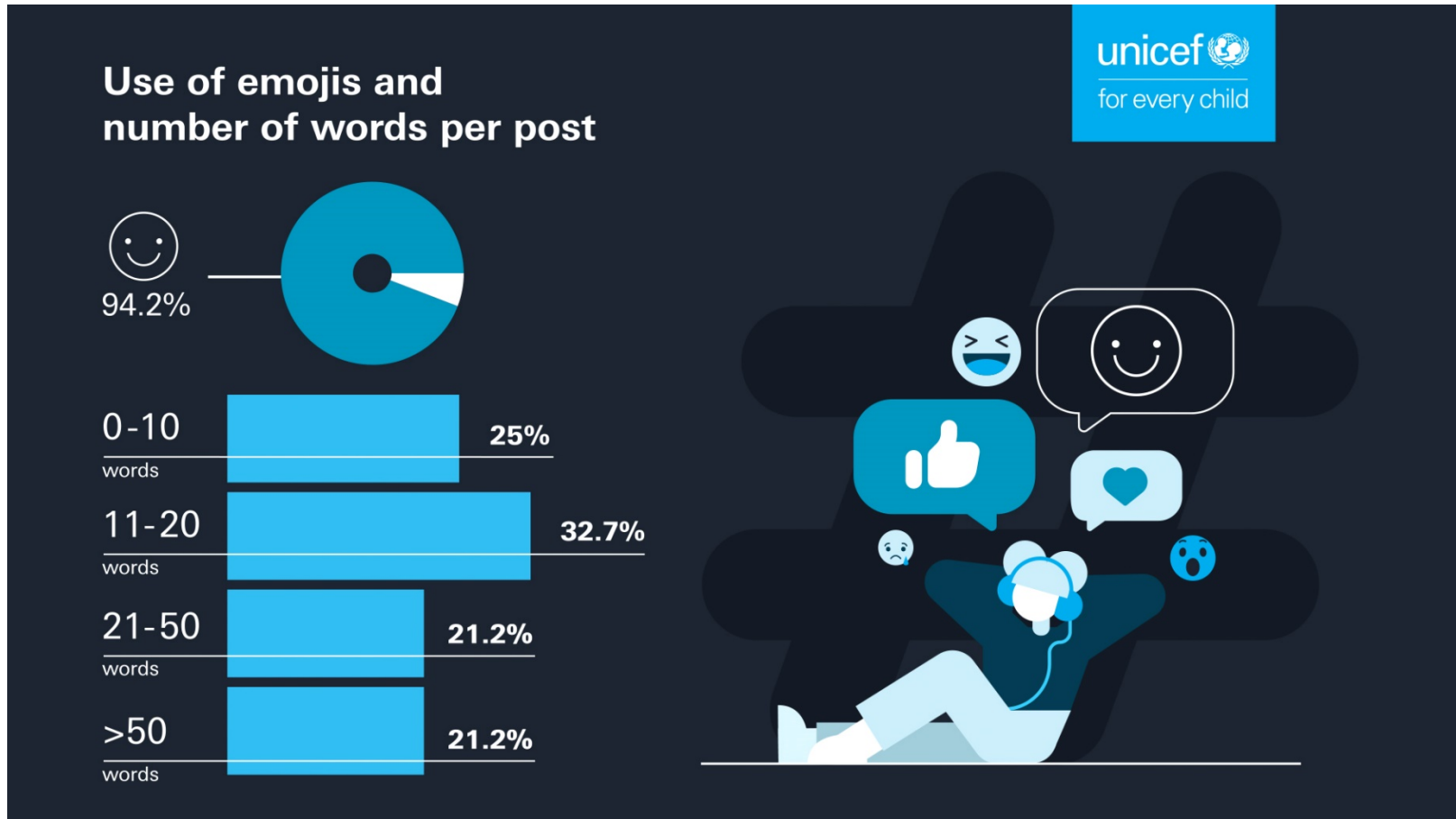
- Die Engagement-Rate drückt aus, ob Influencer ihre Follower auch wirklich erreichen und zu Interaktionen (Likes, Kommentare) bewegen können. Ein Wert von mehr als 6% gilt bereits als hoch.
- Die meisten Influencer (40%) haben eine durchschnittliche Engagement-Rate von 3-6%; rund 42% der Influencer haben eine hohe resp. sehr hohe Engagement-Rate (>10%).

Interaktionen mit Followern



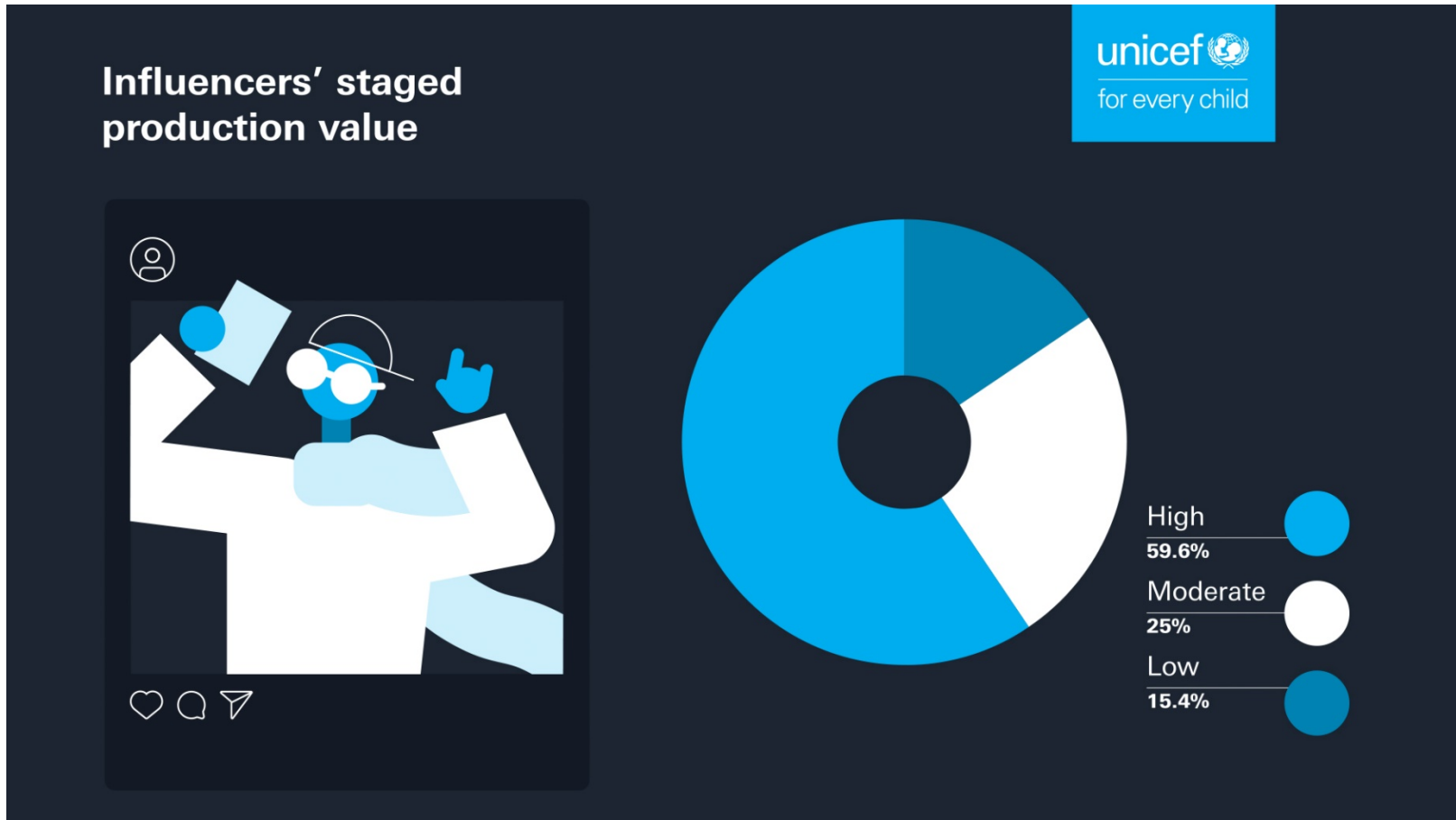
- Die Anzahl der Interaktionen (Likes, Kommentare) pro Instagram-Post hängt u.a. von der Follower-Zahl ab und schwankt deshalb stark. Die meisten jungen Top-Influencer erhalten zwischen 1 und 5 Tsd. Interaktionen pro Post (43%).
- Der Mittelwert der Anzahl Interaktionen liegt bei rund 6'000, der Median bei 2'100.

Art der Instagram-Beiträge



- Mehr als die Hälfte der jungen Top-Influencer (58%) benutzt maximal 20 Wörter pro Post. Durchschnittlich besteht ein Post aus 27 Wörtern. Dieses Ergebnis zeigt, dass der Wortgehalt der Beiträge eher tief ist.
- 49 der 52 jungen Top-Influencer (94%) setzen Emojis (Piktogramme) zur bildlichen Veranschaulichung der Inhalte von Instagram-Posts ein. Der Einsatz von Emojis ist somit altersunabhängig weit verbreitet.

Inszenierungsgrad der Follower



- Der Inszenierungsgrad gibt an, wie natürlich die Posts gestaltet sind und ob Bearbeitungsprogramme zur Perfektionierung der Bilder eingesetzt werden. Die Einstufung basiert auf persönlichen Einschätzungen.
- Rund 85% der jungen Top-Influencer inszenieren sich oder die Umgebung mehr oder weniger stark in den Posts; viele Bilder sind perfektioniert.

Porträts der Podiumsteilnehmer



Porträts der Teilnehmer

- Von den 52 identifizierten Top-Influencern wurden fünf Kandidaten für die Teilnahme an der Podiumsdiskussion am Schweizer Digitaltag (3. September 2019, Zürich HB um 11 Uhr) bestimmt.
- Die Teilnehmer werden in Kurzporträts mittels Steckbrief, Vorstellungsvideo und Zitaten präsentiert.

Gabirano Guinand (@gabirano)

- Wohnort: Bern
- Herkunft: Schweiz und Burundi
- Tätigkeiten: Komiker (u.a. Stand-up)
- Aussergewöhnlich: Körpergrösse (>2 Meter), in Afrika aufgewachsen, Vater arbeitet bei der DEZA
- Bei einer Influencer-Agentur unter Vertrag



175'000 Follower



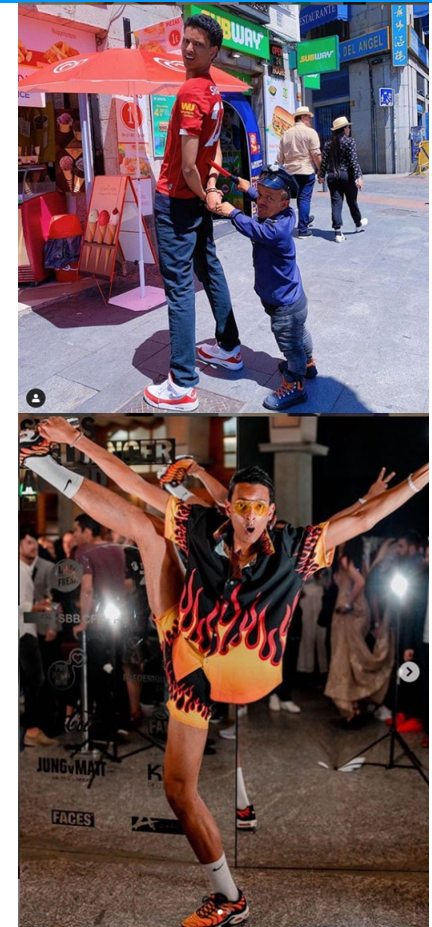
47'000 Abonnenten



32'000 Abonnenten



10'000 Follower



Bildquelle: Instagram-Account von Gabirano (@gabirano)

Quotes @gabirano

«Gabirano ist für seine Fans fast ein Familienmitglied, und wer ihm auf Insta oder Snapchat folgt, fragt sich schon, was los ist, wenn er mal einen Tag lang still bleibt. Ziemlich stressig für ihn. «Voll okay», entgegnet Gabirano, aber es reiche halt nicht, locker ab und zu ein Filmchen zu posten.»

Berner Zeitung, 2017

«Ich wollte gar nicht Influencer werden. Ich wollte einfach viele Abonnenten haben, um so viele Leute wie möglich zum Lachen zu bringen. Ich wusste damals noch gar nicht, was ein Influencer ist. Das gab es in der Schweiz auch noch nicht.»

Planet Lifestyle, 2018

«Ich werde täglich auf der Strasse erkannt. Es ist nicht mehr so einfach, sich mit einem Freund zu unterhalten.»

20 Minuten, 2018



«Ich habe die Schule nur abgebrochen, weil es mit meiner Influencer-Karriere sehr gut lief. Ich habe da schon genug Geld verdient, um davon leben zu können.»

Planet Lifestyle, 2018

Dzana Cehic (@dzzyzzzle)

- Alter: 16 Jahre
- Wohnort: Liechtenstein
- Herkunft: Bosnien
- Tätigkeiten: Selfmade Make-up Artist, zeigt Einblicke in ihren Lifestyle
- Info: Beauty-, Fashion- & Lifestyle-Influencer, die binnen zwei Jahren eine Reichweite von mehr als 500'000 Abonnenten aufweisen konnte



608'000 Follower (Hauptkanal)



200'000+



135'500



Bildquelle: Instagram-Account von Dzana (@dzzyzzzle)

Dzana Cehic (@dzzyzzzle)

“Work hard in silence,
let your success be your noise.”

Post von Dzana, 2019



“Dont waste your time to kick against a wall in the
hope to transform it to a door.”

Post von Dzana, 2019

“Doubt kills more dreams than failure ever will.”

Post von Dzana, 2019

“True confidence leaves no room for jealousy.
When you know you are great, you have no need
to hate.”

Post von Dzana, 2018

Fabio Zingg (@_fabiozingg)

- Alter: 19 Jahre
- Wohnort: Thurgau
- Herkunft: Schweiz
- Tätigkeiten: Outdoor Photography
- Aussergewöhnliches: arbeitete u.a. bereits mit Instagram und Engadin Tourismus zusammen. Ist Mitglied von The Alpinists, einer Gruppe junger naturbegeisterter Schweizer Influencer.



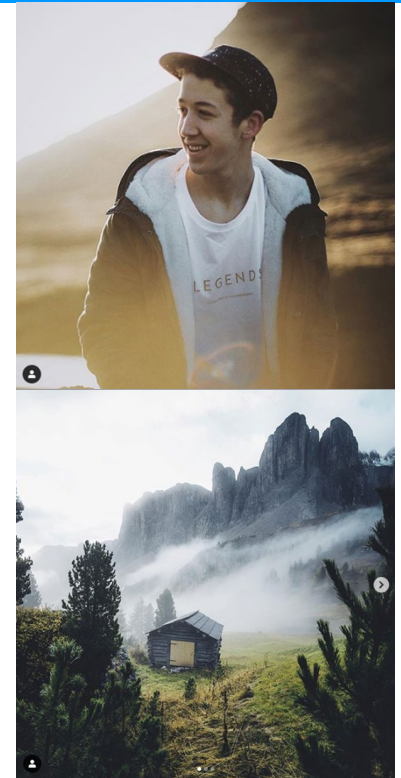
262'000 Follower



privates Profil



100 Abonnenten



Bildquelle: Instagram-Account von Fabio Zingg (@_fabiozingg)

Quotes @_fabiozingg

«Meine Freunde und ich wollten damit zeigen, dass auch Junge sich für die Natur und das Wandern begeistern können.»

Bellevue NZZ, 2019



«Das Schönste an meiner Arbeit ist, dass Sie mich die Welt entdecken lässt.»

Bellevue NZZ, 2019

«2017 wurde ich von Instagram angefragt, ob ich Videos für ihren offiziellen Account machen wolle. Sie fanden meine Passion für die Natur inspirierend. Für den Beitrag ging ich auf eine Gletscherwanderung im Engadin, von der ich wusste, dass dort immer wieder Steinböcke zu sehen sind. Über 226 Millionen Menschen haben diese Videos geschaut.»

Bellevue NZZ, 2019

«Es ist schon ein bisschen komisch, wenn ich auf der Strasse von Personen angesprochen werde, die ich noch nie in meinem Leben gesehen habe.»

20 Minuten, 2017

Sebastian Konrad(@sebastian.konrad)

- Alter: 18 Jahre
- Wohnort: Baselland
- Herkunft: Schweiz
- Tätigkeiten: Musikproduzent, Fashion- und Lifestyle-Influencer
- Aussergewöhnliches: Sohn von DJ Antoine, influencet u.a. für Zalando und Stimorol. Hat mit «Synonym» ein eigenes Modelabel. Veröffentlicht eigene Tracks auf Spotify.



12'300 Follower



1'000 Freunde



400 Abonnenten



Bildquelle: Instagram-Account von Sebastian (@sebastian.konrad)

Quotes @sebastian.konrad

«Jeden Monat bekomme ich eine Liste, auf der etwa 3000 Kleidungsstücke abgebildet sind. Davon muss ich mir dann zwölf Outfits zusammenstellen.»

20 Minuten, 2019



«Neben gemeinsamen Reisen und Coiffeur-besuchen, mischen sie – wenn auch selten – die Tanzfläche auf.»

SRF, 2015

«Papi ist mein bester Freund. Wenn wir zusammen sind, fühlt es sich oft an, als wären wir gleich jung. Manchmal denken die Leute, dass wir Brüder sind – und nicht Vater und Sohn. Aber dennoch hat mein Vater eine klare Linie.»

Bildzeitung, 2015

«In meinem Zimmer steht eine Soundanlage, ein Klavier sowie ein Mischpult. Ich wollte die Sache in meine eigene Hand nehmen und mein eigenes Ding durchziehen.»

Telebasel, 2017

Isabelle Von Graffenried

- Alter: 17 Jahre
- Wohnort: Bern
- Herkunft: Schweiz
- Tätigkeiten: Gymnasiastin und Umweltaktivistin
- Aussergewöhnliches: führt einen Secondhand-Kleiderladen und spendet den Erlös an Amnesty International. Engagiert sich sehr aktiv bei den Klimastreiks und setzt sich u.a. gegen Polizeigewalt und für die Demonstrationsfreiheit ein. Sieht die Nutzung von Social Media eher kritisch.



privates Profil (rund 200 Follower)



nicht mehr aktiv



nicht mehr aktiv



Bildquellen: Inaktiver Twitter-Account von Isabelle (@IGraffenried),
Berichte von Nau.ch und Mitglieder-Porträts der jungen GLP Kanton Bern.

Quotes Isabelle

«Ich finde es sehr wichtig, dass sich Jugendliche und junge Erwachsene mit der Politik beschäftigen. Denn man kann jetzt entscheiden, wie das Leben als Erwachsener aussehen wird.»

BernerBär, 2018

«Ich würde sofort die Masseneinwanderungsinitiative rückgängig machen.»

BernerBär, 2018



«Die Sensibilisierung für das Klima war bei uns schon immer da. Aber das volle Engagement kam schon erst durch die Klimastreiks.»

nau.ch, 2019

«Schon als ich im Kindergarten war, wollte ich immer und überall mitdiskutieren.»

- BernerBär, 2018

Herzlichen Dank für die Aufmerksamkeit.

