

WHITE PAPER

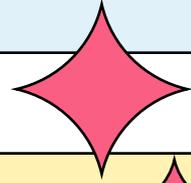
Die TOP 7

Social Media Plattformen

Lisa Lang & Raphael Kaiser



INHALT

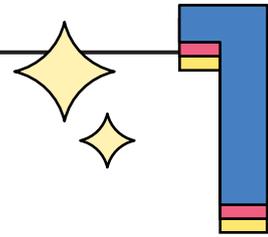


- 1. Facebook**
- 2. Instagram**
- 3. TikTok**
- 4. LinkedIn**
- 5. Snapchat**
- 6. Pinterest**
- 7. X**
- 8. Creatives**



Facebook

Die klassische Plattform



Nutzerstruktur Schweiz

3.5Mio.

Monatlich aktive Nutzer

50%

Frauen

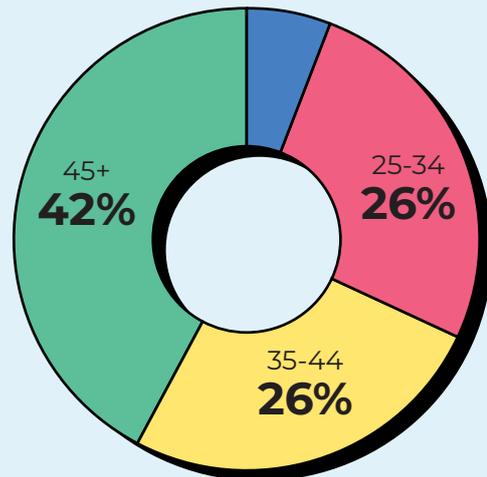
50%

Männer

Alter

18-24

6%



Kampagnenziele

Awareness

Brand-Awareness, Reichweite

Consideration

Traffic, Interaktionen, App-Installationen, Videoaufrufe, Leadgenerierung

Conversion

Conversions, Katalogverkäufe

KPI Benchmarks

(abhängig von Zielgruppe, Saisonalität etc.)

5.50CHF

Cost per Mille

1.50CHF

Cost per Click

0.10CHF

Cost per Video-View

Creatives

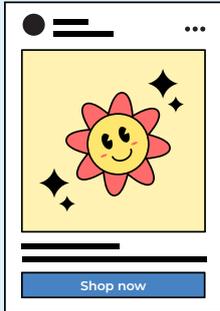
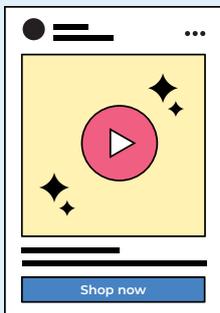


Image Ads

Anzeige mit aussagekräftigem Bild



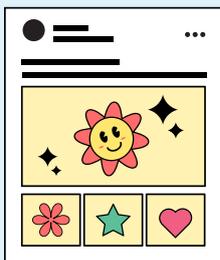
Video Ads

Anzeige mit Elementen von Bewegung und Ton



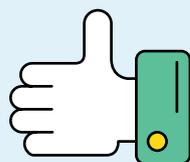
Carousel Ads

Bis zu 10 Bilder oder Videos in einer einzigen Anzeige



Collection Ads

Titelbild oder -video und drei Produktbilder



Targeting & Audiences



Standort

Länder, Regionen, Kantone, Städte, Postleitzahlen Umkreis (1 bis 80 km)

Demografie

Alter, Geschlecht, Sprache, Ausbildung, Beziehungsstatus, Lebensereignisse, Arbeit und mehr

Audiences

Custom Audiences, Lookalike Audiences

Interessen

Einkaufen & Mode, Essen & Trinken, Familie & Beziehungen, Fitness & Wellness, Hobbys & Aktivitäten, Sport & Outdoor, Technologie, Unterhaltung, Business & Industrie

Verhalten

Mobilgeräte, Kaufverhalten, Reisen, digitale Aktivitäten

Besonderheiten

Facebook & Instagram

Facebook und Instagram werden in einer Buchung zusammengefasst

Dynamic Ads

Maximale Flexibilität dank Integration eines Produktkatalogs

Tests & Studien

A/B Tests und Branding- und Conversion-Lift Studien



Instagram

Die visuelle Plattform



Nutzerstruktur Schweiz

3.8Mio.

Monatlich aktive Nutzer

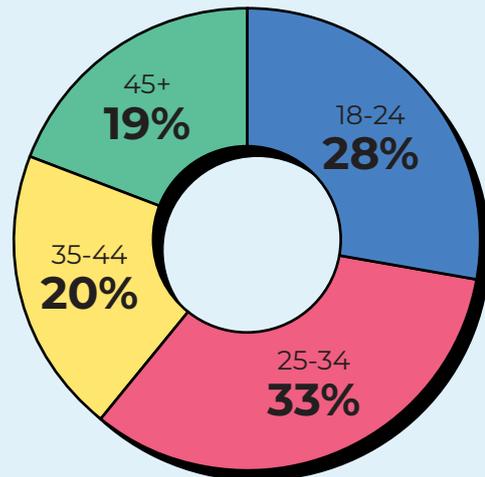
51%

Frauen

49%

Männer

Alter



Kampagnenziele

Awareness

Brand-Awareness, Reichweite

Consideration

Traffic, Interaktionen, App-Installationen, Videoaufrufe, Leadgenerierung

Conversion

Conversions, Katalogverkäufe

KPI Benchmarks

(abhängig von Zielgruppe, Saisonalität etc.)

4.00CHF

Cost per Mille

2.00CHF

Cost per Click

0.15CHF

Cost per Video-View

Creatives

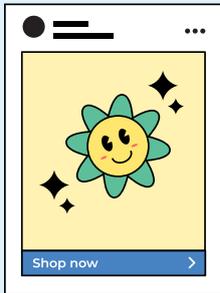
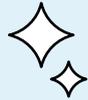
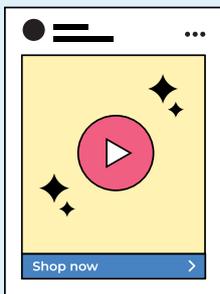


Image Ads

Anzeige mit aussagekräftigem Bild



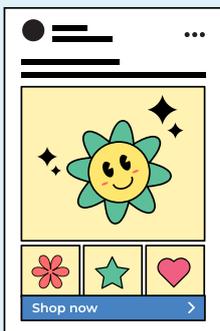
Video Ads

Anzeige mit Elementen von Bewegung und Ton



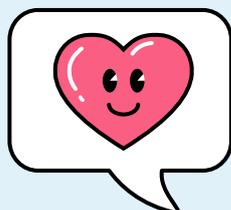
Carousel Ads

Bis zu 10 Bilder oder Videos in einer einzigen Anzeige



Collection Ads

Titelbild oder -video und drei Produktbilder



Targeting & Audiences



Standort

Länder, Regionen, Kantone, Städte, Postleitzahlen Umkreis (1 bis 80 km)

Demografie

Alter, Geschlecht, Sprache, Ausbildung, Beziehungsstatus, Lebensereignisse, Arbeit und mehr

Audiences

Custom Audiences, Lookalike Audiences

Interessen

Einkaufen & Mode, Essen & Trinken, Familie & Beziehungen, Fitness & Wellness, Hobbys & Aktivitäten, Sport & Outdoor, Technologie, Unterhaltung, Business & Industrie

Verhalten

Mobilgeräte, Kaufverhalten, Reisen, digitale Aktivitäten

Besonderheiten



Facebook & Instagram

Facebook und Instagram werden in einer Buchung zusammengefasst

Targeting

Die Anbindung von Facebook ermöglicht ein leistungsfähiges Targeting

Interaktion

Instagram weist eine überdurchschnittlich hohe Interaktionsrate auf

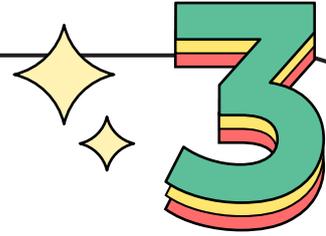
Tests & Studien

A/B Tests und Branding- und Conversion-Lift Studien



TikTok

Die junge Plattform



Nutzerstruktur Schweiz

2.3 Mio.

Monatlich aktive Nutzer

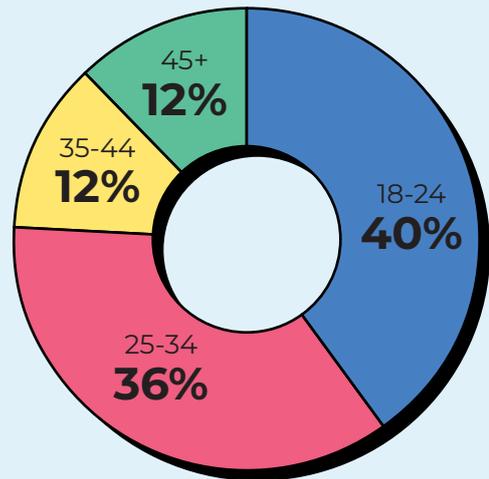
52%

Frauen

48%

Männer

Alter



Kampagnenziele

Awareness

Reichweite

Consideration

Traffic, App-Installationen,
Videoaufrufe,
Leadgenerierung

Conversion

Conversions

KPI Benchmarks

(abhängig von Zielgruppe,
Saisonalität etc.)

3.50 CHF

Cost per Mille

1.50 CHF

Cost per Click

0.15 CHF

Cost per Video-View

Creatives



Video Ads

Anzeige mit Elementen von Bewegung und Ton. Ist auch als Fixplatzierung «Top View» buchbar



Story Selection

Interaktive Videoanzeige mit Hauptvideo und anschließender Auswahl zwischen Video A & Video B

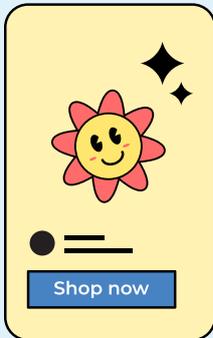
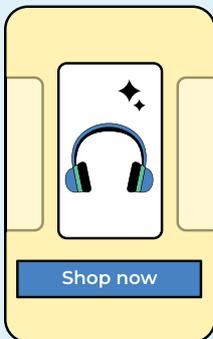


Foto Ads

Anzeige mit aussagekräftigem Bild



Carousel Ads

Bis zu 35 Bilder in einer Anzeige möglich



Targeting & Audiences



Standort

Länder, Kantone, Städte

Demografie

Alter, Geschlecht, Sprache, Ausbildung, Beziehungsstatus, Lebensereignisse, Arbeit und mehr

Audiences

Custom Audiences, Lookalike Audiences

Interessen

Education, Automobiles, Baby/Kids/ Maternity, Financial Services, Beauty & Personal Care, Tech & Electronics, Travel, Pets, Apparel & Accessories, News & Entertainment, Games, Food & Beverage, Sports & Outdoors und mehr

Besonderheiten



Besondere Werbformen

Möglichkeit seine Werbepresenz anhand von Top View und Top Feed Buchungen nachhaltig zu erhöhen

Neue Contentformate verfügbar

TikTok startete als Video only Plattform - mittlerweile kann man auch Fotos hochladen

Hohe Nutzungsdauer

Jugendliche verbringen im Schnitt pro Tag circa eine Stunde auf TikTok

Alterscluster

Es gibt die Möglichkeit Werbung an User ab 13 Jahren auszuspielen



LinkedIn

Die professionelle Plattform



Nutzerstruktur Schweiz

4Mio.

Monatlich aktive Nutzer

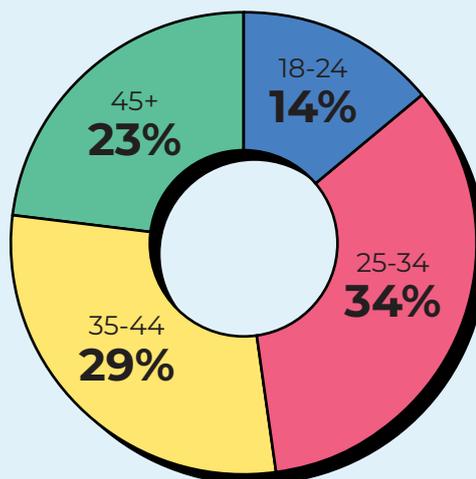
43%

Frauen

57%

Männer

Alter



Kampagnenziele

Awareness

Brand-Awareness

Consideration

Website-Besucher,
Engagement, Videoaufrufe,
Nachrichten

Conversion

Leadgenerierung,
Conversions (Website),
Job-Bewerbungen

KPI Benchmarks

(abhängig von Zielgruppe,
Saisonalität etc.)

34.00CHF

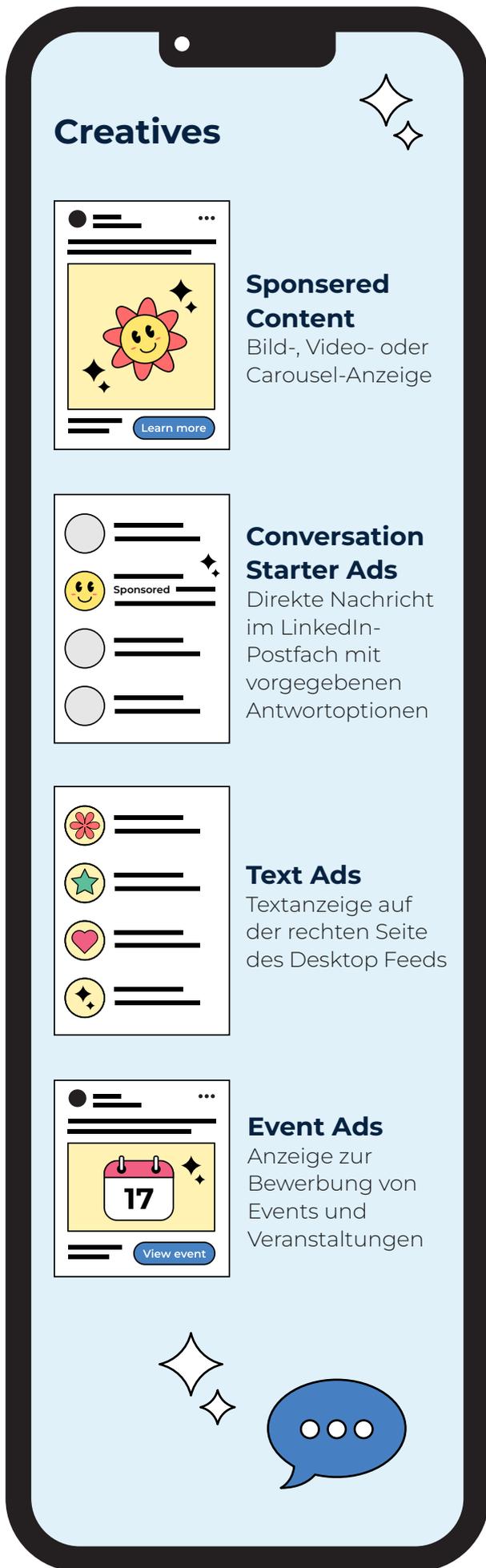
Cost per Mille

11.00CHF

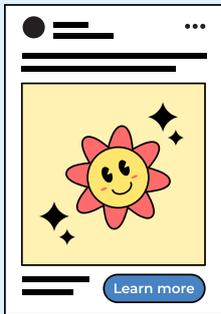
Cost per Click

0.24CHF

Cost per Video-View

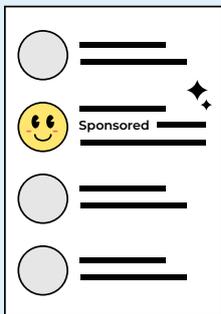


Creatives



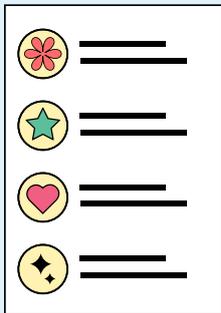
Sponsored Content

Bild-, Video- oder Carousel-Anzeige



Conversation Starter Ads

Direkte Nachricht im LinkedIn-Postfach mit vorgegebenen Antwortoptionen



Text Ads

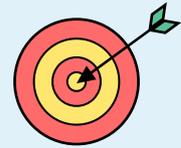
Textanzeige auf der rechten Seite des Desktop Feeds



Event Ads

Anzeige zur Bewerbung von Events und Veranstaltungen

Targeting & Audiences



Standort

Länder, Regionen, Kantone, Städte

Demografie

Alter, Geschlecht, Sprache

Audiences

Custom Audiences, Predictive Audiences

Attribute

Branchen, Unternehmensgrösse, Ausbildung, Berufserfahrung, Jobbezeichnungen, Karrierestufen, Kenntnisse, Tätigkeitsbereiche und mehr

Besonderheiten



Vertrauen

Die Werbung wird auf LinkedIn als besonders glaubwürdig empfunden

Professionalität

Die Nutzer weisen ein Investment-Mindset auf

B2B

Besonders geeignet für B2B Kampagnen



Snapchat

Die kreative Plattform



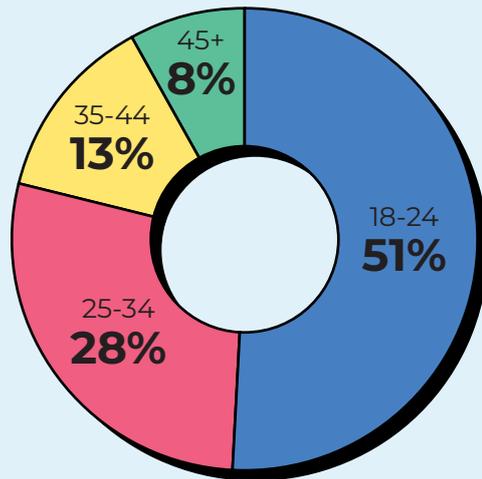
Nutzerstruktur Schweiz

2.4Mio.
Monatlich aktive Nutzer

53%
Frauen

47%
Männer

Alter



Kampagnenziele

Awareness
Brand-Awareness

Consideration
Traffic (Website & App),
Interaktionen, App-
Installationen, Videoaufrufe,
Leadgenerierung

Conversion
Conversions
(Website & App),
Katalogverkäufe

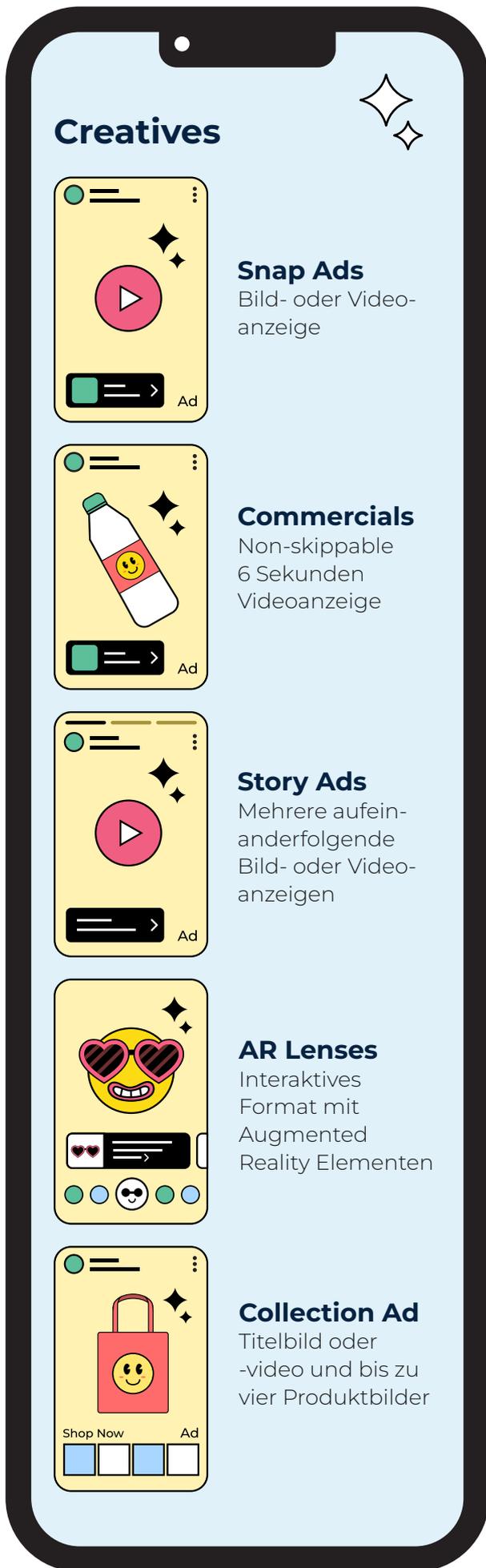
KPI Benchmarks

(abhängig von Zielgruppe,
Saisonalität etc.)

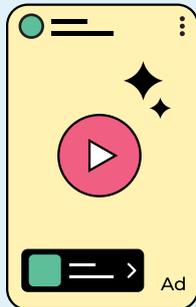
3.00CHF
Cost per Mille

6.50CHF
Cost per Click
(Commercials & AR Lens)

0.60CHF
Cost per SwipeUp
(Cost per Mille)



Creatives



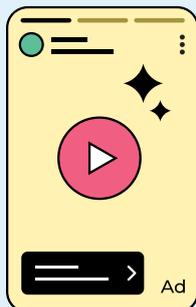
Snap Ads

Bild- oder Video-
anzeige



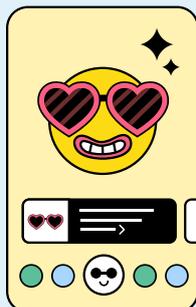
Commercials

Non-skippable
6 Sekunden
Videoanzeige



Story Ads

Mehrere aufeinanderfolgende
Bild- oder Video-
anzeigen



AR Lenses

Interaktives
Format mit
Augmented
Reality Elementen



Collection Ad

Titelbild oder
-video und bis zu
vier Produktbilder

Targeting & Audiences



Standort

Länder, Kantone, Umkreis
(0.1 bis 100 km)

Demografie

Alter, Geschlecht, Sprache

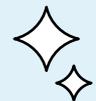
Audiences

Custom Audiences, Lookalike
Audiences

Lifestyles

Film & TV Fans, Fitness Enthusiasts,
Foodies, Gamers, Musikfans, Pet &
Animal Lovers, Shoppers, Sports Fans,
Travel Enthusiasts und mehr

Besonderheiten



National Takeover

Hohe Sichtbarkeit durch Buchung von
First Lense und First Story Werbe-
platzierungen

Westschweiz

Überdurchschnittlich stark vertreten in
der Westschweiz

Generation Z

Über 50% der Nutzer sind zwischen 13
und 24 Jahre alt

Kreativität

Lenses eröffnen Wege für besonders
kreative Werbemöglichkeiten

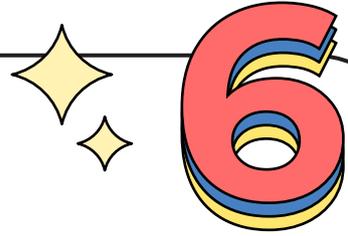
Alterscluster

Es gibt die Möglichkeit Werbung an
User ab 13 Jahren auszuspielen



Pinterest

Die inspirierende Plattform



Nutzerstruktur Schweiz

1.9 Mio.

Monatlich aktive Nutzer

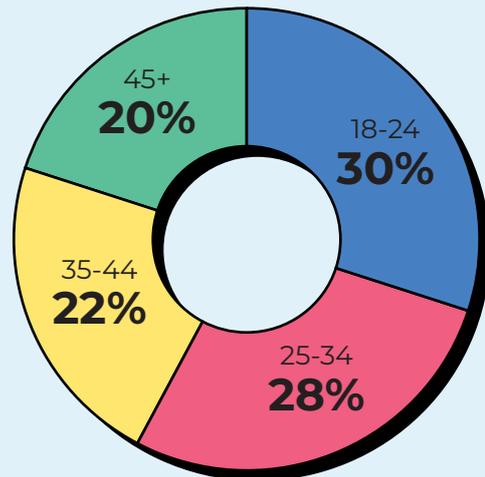
76%

Frauen

24%

Männer

Alter



Kampagnenziele

Awareness

Brand-Awareness,
Videoaufrufe

Consideration

Traffic

Conversion

Conversions,
Katalogverkäufe,
Online Sales

KPI Benchmarks

(abhängig von Zielgruppe,
Saisonalität etc.)

4.00 CHF

Cost per Mille

1.00 CHF

Cost per Click

0.05 CHF

Cost per Video-View

Creatives

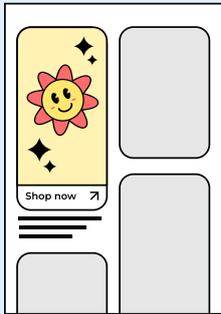
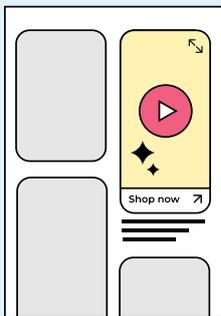


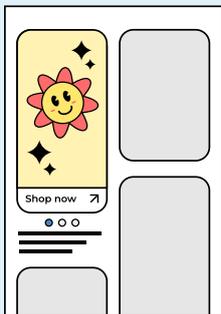
Image Pins

Anzeige mit aus-
sagekräftigem Bild



Video Pins

Anzeige mit
Elementen von
Bewegung und
Ton



Carousel Pins

Bis zu 5 Bilder in
einer einzigen
Anzeige



Quiz Pins

Multiple-Choice-
Fragen, die Nutzer
zu einem person-
alisierten Ergebnis
führen

Targeting & Audiences



Standort

Länder, Kantone, Postleitzahlen

Demografie

Alter, Geschlecht, Sprache

Audiences

Webseitenbesucher, Kundenlisten,
Interaktion, Actalike

Interessen

Architektur, Beauty, Bildung,
Einrichtungsideen, Elektronik,
Entertainment, Erziehung, Essen &
Trinken, Eventplanung, Fahrzeuge,
Finanzplanung, Gesundheit, Gärtnern,
Handwerk & Basteln, DIY, Hochzeit,
Kunst, Mode, Sport, Tiere und mehr

Keywords

Ein- und Ausschluss relevanter
Keywords

Besonderheiten

Inspiration & DIY

Mitglieder nutzen Pinterest, um sich
inspirieren zu lassen

E-Commerce

Hoher Anteil an kaufbereiten Nutzern

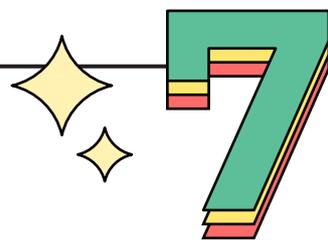
Weiblich

Auf dieser Plattform ist die Zielgruppe
vergleichsweise weiblich



X (früher Twitter)

Die kommunikative Plattform



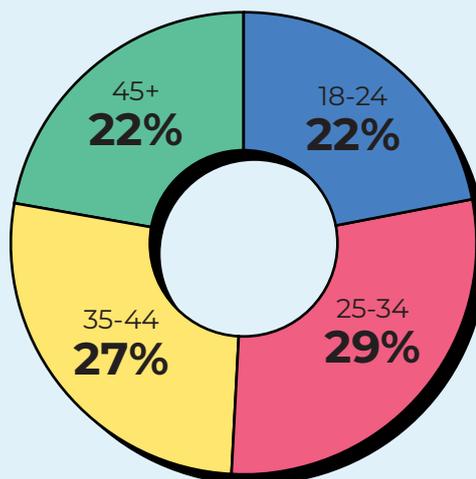
Nutzerstruktur Schweiz

2.6Mio.
Monatlich aktive Nutzer

44%
Frauen

56%
Männer

Alter



Kampagnenziele

Awareness
Reichweite

Consideration
Traffic, Interaktionen, App-
Installationen, Videoaufrufe,
Pre-Roll-Aufrufe, Follower

Conversion
Erneute App-
Interaktionen, Sales,
Keywords

KPI Benchmarks

(abhängig von Zielgruppe,
Saisonalität etc.)

4.00CHF
Cost per Mille

2.00CHF
Cost per Click

0.05CHF
Cost per Video-View

Creatives

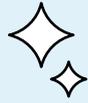


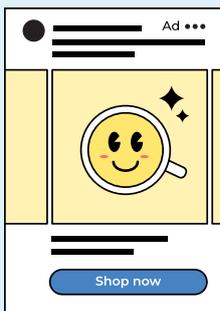
Image Ads

Anzeige mit aussagekräftigem Bild



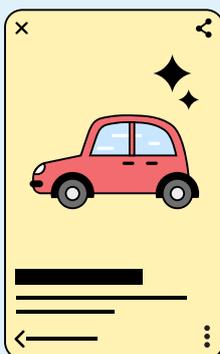
Video Ads

Anzeige mit Elementen von Bewegung und Ton



Carousel Ads

Bis zu 6 Bilder oder Videos in einer einzigen Anzeige



Moment Ads

Sammlung von Tweets, um eine fesselnde Geschichte zu erzählen



Collection Ads

Titelbild oder -video und bis zu vier Produktbilder

Targeting & Audiences



Standort

Länder, Städte

Demografie

Alter, Geschlecht, Sprache

Audiences

Custom Audiences, Lookalike Audiences, Followers

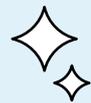
Interessen

Bildung, Events, Filme & Fernsehen, Gesellschaft, Gesundheit, Musik & Radio, Finanzen, Recht, Regierung & Politik, Sport, Style & Mode, Wissenschaft und mehr

Hashtags

Ein- und Ausschluss relevanter Hashtags (Keywords)

Besonderheiten



Agenda Setting

Die X-Nutzer erkennen Trends frühzeitig und sind Meinungsmacher

Launch

Eignet sich besonders für die Bewerbung neuartiger Produkte & Services

Connect

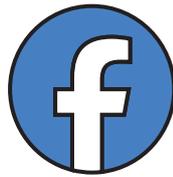
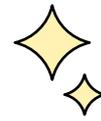
Marke mit Events oder Feier-/Aktionstagen verbinden

Alterscluster

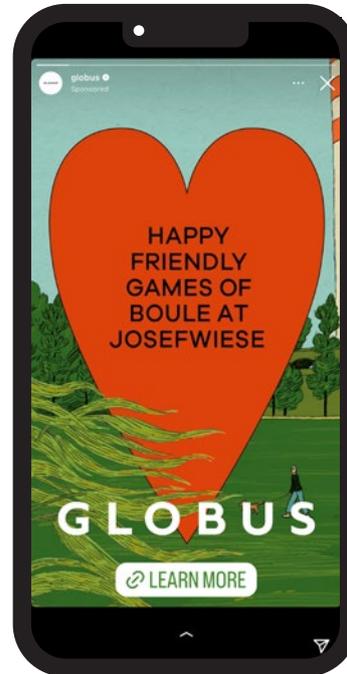
Es gibt die Möglichkeit Werbung an User ab 13 Jahren auszuspielen

Creatives

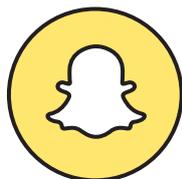
Beispiele aus der Praxis



Video Ad
Ramseier



Story Ad
GLOBUS



AR Lens
die Mobilier

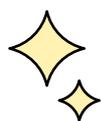
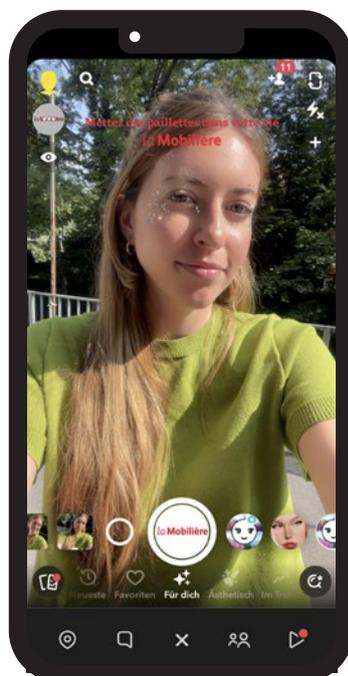
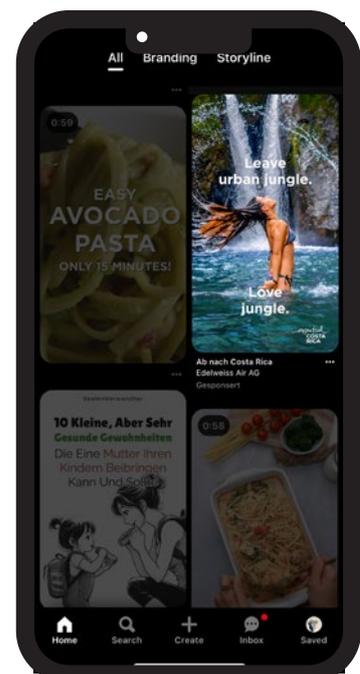


Image Pin
Edelweiss





Video Ad
dieci

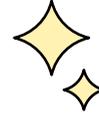
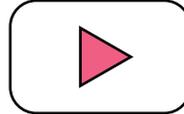
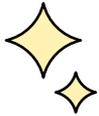
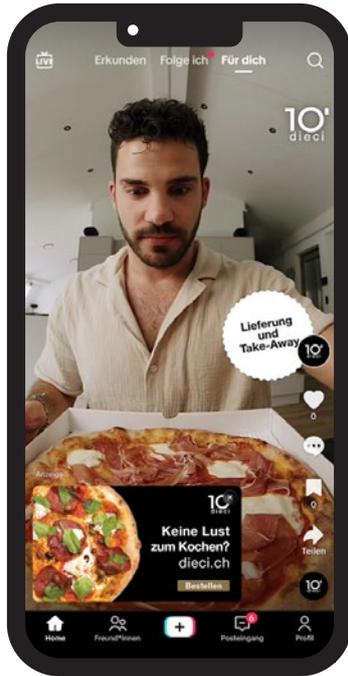


Image Ad
newhome



Image Ad
Mediaschneider





Mediaschneider AG

Nüscherstrasse 44

8001 Zürich

+41 44 387 52 72

info@mediaschneider.com

