



Wien, 2. Juni 2016

PRESSEINFORMATION

Twitter ist das bevorzugte Netzwerk für digitale Diplomatie

Laut einer Studie von Burson-Marsteller nutzen die Regierungen Twitter am häufigsten, haben aber mehr Follower auf Facebook

In den vergangenen fünf Jahren hat sich Twitter bei führenden Politikern und Regierungen zum bevorzugten Kanal für digitale Diplomatie entwickelt. Laut der Studie „Twiplomacy“, einer jährlichen globalen Umfrage der PR-Agentur Burson-Marsteller zu den in sozialen Medien vertretenen Regierungen, ist Twitter das beliebteste soziale Netzwerk, das von Staats- und Regierungschefs in 173 Ländern verwendet wird, die 90 Prozent aller Mitgliedstaaten der Vereinten Nationen (UN) ausmachen. Facebook steht mit offiziellen Seiten von 169 Regierungen als Plattform bei der Nutzung an zweiter Stelle. Allerdings haben die Staatsoberhäupter durchschnittlich doppelt so viele Follower auf Facebook als auf Twitter.

YouTube rangiert unter den sozialen Plattformen auf dem dritten Platz und wird von 78 Prozent aller UN-Mitgliedstaaten genutzt, gefolgt von Instagram mit 70 Prozent. Während auf Twitter hauptsächlich mit Texten sowie Bildelementen kommuniziert wird, basiert Instagram in erster Linie auf Bildern mit minimalen Texten und mehr Hinter-den-Kulissen-Aufnahmen. Regierungen, die größere Social-Media-Teams beschäftigen, experimentieren auch mit der vorwiegend visuellen Kommunikation auf den Plattformen Vine und Snapchat, die sich an ein jüngeres Publikum, die sogenannten „Millennials“ richten. Regierungen, deren Übertragungsmöglichkeiten begrenzt sind, insbesondere in Lateinamerika, veröffentlichen ihre Pressekonferenzen zunehmend auch über Periscope und Facebook Live.



Im Jahr 2016 wurde die Studie „*Twiplomacy*“, die sich zuvor ausschließlich auf Twitter konzentrierte, auf andere Social-Media-Plattformen wie [Facebook](#), [Instagram](#), [YouTube](#) und Nischenplattformen der digitalen Diplomatie wie [Snapchat](#), [LinkedIn](#), [Google+](#), [Periscope](#) und [Vine](#) ausgeweitet. Die „*Twiplomacy*“-Website beinhaltet Live-Rankings und den ersten Social-Media-Atlas weltweit für jedes von der Studie erfasste Land.

„Unsere *Twiplomacy* Studie zeigt, dass Personen in Machtpositionen zunehmend Social-Media-Plattformen nutzen, um sich an das für sie wichtigste Publikum zu wenden“, so Don Baer, Worldwide Chair und CEO von Burson-Marsteller. „Das Engagement ist eine der wichtigsten Einflussmaßnahmen in den sozialen Medien. Unsere Studie *Twiplomacy* zeigt, welche politischen Kommunikatoren auf welchen sozialen Plattformen den größten Erfolg haben und was wir von ihnen lernen können.“

Barack Obama erfolgreiche Nummer 1

Dank dieser finalen Ausgabe von *Twiplomacy* 2016 können Kommunikatoren erfahren, wie sie erfolgreiche Social-Media-Accounts erstellen und ihr Online-Engagement vergrößern. Durch die Kombination von Daten aus verschiedenen Profilen und einer eingehenden Analyse des Inhalts konnte festgehalten werden, wie wichtig es ist, visuelle und kreative Aspekte zu posten, den Inhalt auf die spezifische Plattform auszurichten, ein menschliches Gesicht zu zeigen und rechtzeitig zu agieren. Zu den Mächtigen, die laut der Studie in den sozialen Medien am erfolgreichsten agieren, zählen US-Präsident Barack Obama und sein Team im Weißen Haus, Mauricio Macri (Präsident von Argentinien) und Justin Trudeau (Premierminister von Kanada).

„Diese plattform-übergreifende Studie zeigt, dass die Staats- und Regierungschefs immer häufiger auf einen integrierten Ansatz über mehrere Social-Media-Kanäle hinweg setzen, was Aufschluss darüber bieten kann, wohin sich zunehmend auch die Führungskräfte in der Wirtschaft wenden“, erklärt Jeremy Galbraith, CEO von Burson-Marsteller Europe, Middle East and Africa und Global Chief Strategy Officer. „Wir beobachten, dass Weltpolitiker den Menschen einen Blick auf die Person hinter dem amtlichen Titel gestatten – und dass heute kreative oder persönliche Bilder die Menschen viel besser als Worte erreichen. Eine Taktik, die auch Führungskräfte in Unternehmen effektiv nutzen können.“



Die aktuelle Ausgabe der Twiplomacy Studie 2016 analysierte 793 Twitter-Accounts von Staats- und Regierungschefs in 173 Ländern mit insgesamt 324 Millionen Followern.

Digitale Diplomatie

Die diesjährigen Wahlen in den USA bedeuten nicht nur das Ende der Präsidentschaft von Barack Obama, sondern auch den Verlust der unangefochtenen Nummer 1 in der Welt der digitalen Diplomatie. Mit der größten Fangemeinde unter allen Weltpolitikern tritt der Mann, der sein persönliches Image am erfolgreichsten durch sein Online-Profil vermittelt hat, mit 137 Millionen Followern, Fans und Abonnenten von der Bühne ab. Allein der Twitter-Account Barack Obama verfügt über 74 Millionen Follower, vor Papst Franziskus, der mit 28 Millionen den zweiten Platz belegt, und dem indischen Premierminister Narendra Modi mit 19 Millionen Followern auf dem dritten Platz.

Die Twitter-Studie von Burson-Marsteller zeigt jedoch auch, dass eine große Fangemeinde nicht immer mit viel Einfluss gleichzusetzen ist. Der offizielle Twitter-Account des Präsidenten @POTUS, der im Mai 2015 eingerichtet wurde, liegt mit 7,6 Millionen Followern auf dem 7. Platz der meistgefolgten Accounts und ist mit durchschnittlich 12.350 Retweets pro Tweet der bei Weitem effektivste. Im Vergleich dazu werden die über den Account @BarackObama, der zehnmal so viele Follower hat wie @POTUS, versandten Tweets durchschnittlich nur 1.572 Mal retweetet.

Beziehungspflege via Twitter

Außenministerien nutzen Twitter meist, um Beziehungen zu knüpfen. Im Mai 2015 hat das Außenministerium der Vereinigten Staaten mithilfe von Twitter die Beziehungen zum kubanischen Außenministerium wiederaufleben lassen, Monate vor der offiziellen Wiederaufnahme diplomatischer Beziehungen. Das State Department versuchte auch, mit dem iranischen Präsidenten Hassan Rouhani und dem Außenminister Javad Zarif Kontakte zu knüpfen, entfolgte den Profilen jedoch, nachdem die beiden Männer nicht reagiert hatten.

Der Europäische Auswärtige Dienst ist mit 122 Verbindungen zu den ausländischen Kollegen das am besten vernetzte Auslandsbüro. Das russische Außenministerium liegt



hier an zweiter Stelle mit Twitter-Beziehungen zu 111 anderen politischen Führern und das norwegische Außenministerium belegt mit 100 gegenseitigen Followern den dritten Platz.

Der meistgefolgte Twitter-Account einer Nichtregierungsorganisation ist der der Vereinten Nationen, @UN, dem 296 der 793 politisch führenden Twitter-Accounts folgen; die *New York Times* (@NYTimes) ist der meistgefolgte Nachrichtendienst und @UNICEF liegt bei den internationalen Organisationen an zweiter Stelle. Der @Twiplomacy Twitter-Account belegt den vierten Platz der von führenden Politikern meistgefolgten Nicht-Regierungs-Accounts mit 162 Staats- und Regierungschefs unter seinen Followern, und liegt damit vor *The Economist*, der BBC, Reuters und CNN.

„Twitter ermöglicht in der heutigen Online-Welt Beziehungen zwischen führenden Weltpolitikern“, erklärt Matthias Lüfkens, Managing Director, Digital, bei Burson-Marsteller EMEA. „Es ist mir eine besondere Ehre, dass unser @Twiplomacy Twitter-Account zu den Accounts mit den meisten Staats- und Regierungschefs unter seinen Followern gehört.“

Sonstige wichtige Ergebnisse der Studie:

- Die indische Außenministerin @SushmaSwaraj ist mit 5 Millionen Followern die meistgefolgte weibliche Politikerin vor der jordanischen Königin @QueenRania mit 4,7 Millionen Followern.
- Der britische Premierminister @Number10gov ist mit über 4,4 Millionen Followern der meistgefolgte Regierungschef in der Europäischen Union und liegt damit vor dem Italiener @MatteoRenzi und der britischen Königsfamilie @RoyalFamily mit 2,3 bzw. 2,2 Millionen Followern.
- Der Kenianer Uhuru Kenyatta @UKenyatta ist mit 1,4 Millionen Followern der meistgefolgte Führer im sub-saharischen Afrika, dicht gefolgt vom Ruander @PaulKagame, der vor der südafrikanischen Regierung (@PresidencyZA) mit 673.000 Followern liegt.
- In Lateinamerika hat der mexikanische Präsident Enrique Peña Nieto @EPN 5,2 Millionen Follower und liegt weit vor dem kolumbianischen @JuanManSantos, dem venezolanischen @NicolasMaduro und dem argentinischen Präsidenten @MauricioMacri, mit jeweils gut 2,8 Millionen Followern.



- Scheich Mohammed bin Rashid Al Maktoum ([@HHShkMohd](#)) ist mit 6 Millionen der meistgefolgte Führer der arabischen Welt, gefolgt vom saudi-arabischen [@KingSalman](#) mit 5 Millionen, der jordanischen [@QueenRania](#) und Abdullah Bin Zayed ([@ABZayed](#)), dem Außenminister der Vereinigten Arabischen Emirate mit 3 Millionen Followern.
- Bei den Außenministerien hat das U.S. State Department ([@StateDept](#)) mit 2,6 Millionen die meisten Follower vor dem türkischen ([@TC Disisleri](#)) und dem russischen ([@MID RF](#)) Außenministerium, die jeweils mehr als 1 Million Follower verzeichnen.

Mehr als 5.000 Botschaften und Botschafter sind aktuell auf Twitter aktiv; der Kanal ist zur Stimme der diplomatischen Vertretungen in New York, Washington, London und Brüssel geworden.

Die komplette Sammlung der Studien zu sozialen Medien finden Sie unter [bm.com](#) und [twiplomacy.com](#).

Über die Studie

Twiplomacy ist die neueste Studie von Burson-Marsteller über die Kommunikation von weltweit führenden Politikern, Regierungen und internationalen Organisationen über soziale Medien. Bisher ausschließlich auf Twitter fokussiert, wurde die Studie 2016 auf andere Social Media-Plattformen wie [Facebook](#), [Instagram](#), [YouTube](#), [Google+](#), [LinkedIn](#) und weitere Nischenplattformen wie [Snapchat](#); [Periscope](#) und [Vine](#) ausgeweitet.

Die Daten der Studie wurden mit den firmeneigenen Burson Tools erarbeitet und ausgewertet, Stand Mai 2016.

Über Burson-Marsteller

Burson-Marsteller zählt weltweit zu den führenden Agenturen für Public Relations und Public Affairs. Seit der Gründung 1953 in den USA ist professionelle Kommunikation oberstes Ziel und Qualitätsmaßstab zugleich. Burson-Marsteller verfügt über ein globales Netzwerk von 73 eigenen und 85 assoziierten Büros und ist in 110 Ländern auf sechs Kontinenten präsent. In Deutschland bietet Burson-Marsteller seinen Kunden strategische Beratung und die Umsetzung anspruchsvoller nationaler und internationaler Kommunikationskampagnen durch Büros in Frankfurt am Main, Berlin und München. Burson-Marsteller ist seit 1979 Mitglied von Young & Rubicam Brands, die im Jahr 2000 von der WPP-Gruppe übernommen wurde. Weitere Informationen finden Sie auf [www.burson-marsteller.de](#)



Kontakt: Johannes Mak / Ecker & Partner Öffentlichkeitsarbeit und Public Affairs GmbH
Austria | 1040 Wien | Goldeggasse 7/Hoftrakt
Telefon +43 1 59932-36 | Fax +43 1 59932-30 | Mobil +43 699 15 90 90 95
j.mak@eup.at | www.eup.at | www.facebook.com/eckerundpartner