

SPECIAL DIGITAL BUSINESS

Die KI aus dem Kontext

Künstliche Intelligenz auf neuen Pfaden: Gesucht wird in Texten neu integral.
Seite 26

Datenschutz im Web 3.0

Das Blockchain-basierte Web ist eine attraktive Vision des WWW.
Seite 28

Schöne neue Arbeitswelt

Das Metaverse verändert die Art zu arbeiten, aber auch die Unternehmen.
Seite 31

Transformation lahm

Die digitale Transformation sollte kommunikativer und mutiger werden bei KMU.
Seite 32



Nanoleq, Rümliang: Serge Weydert (PO), Florian Stauffer (Head R&D) und Vincent Martinez (CFO) (von links).

Cooler Content zieht

Tiktok verändert über drei wichtige Elemente die Spielregeln für die Social-Media-Wirtschaft.

MATTHIAS NIKLOWITZ

Auf den ersten Blick ist Tiktok nur eine sehr erfolgreiche Social-Media-Plattform. Mit Verzögerung haben auch die Werbetreibenden Tiktok entdeckt – und jetzt zeigen sich die Unterschiede, die nicht nur für die Werbetreibenden, sondern für die ganze Social-Media-Wirtschaft wichtig sind.

Zunächst füllt der Content den ganzen Screen. Wer Tiktok konsumiert, selbst auf kleinen Bildschirmen, wird durch nichts anderes mehr abgelenkt – und der Content wirkt dadurch attraktiver. User können immer nur ein Video betrachten, und sie können es zu Ende schauen, sie können es weiterwischen, sharen, liken oder Remixe abrufen – und sie gehen damit dem Tiktok-

Algorithmus auch die präzisen Daten zu den Inhalten, die den einzelnen Usern gefallen. Diese Daten braucht das System für den nächsten Schritt.

Denn es gibt keine konventionelle Timeline beziehungsweise keine Newsfeeds mehr. Dieses Vorgehen hat Twitter erfunden, Facebook kopiert und Instagram verfeinert. Tiktok arbeitet dagegen mit einem automatisierten Vorschlagssystem, das man von Youtube kennt. Damit sich die User nicht zu sehr bevormundet fühlen, gibt es Feedback-Optionen; damit kann der Algorithmus den nächsten Content noch präziser vorschlagen.

Schliesslich löst Tiktok mit diesem automatisierten Vorschlägen das Problem der fehlenden Unübersichtlichkeit und der latenten Spannung. Jede Social-Media-Plattform hat die Herausforderung, dass sehr viel mehr Content produziert wird, als einzelne User handhaben können. Der Tiktok-Algorithmus vermittelt den Usern

zudem ständig neuen und interessanten Content, ohne dass er von den Usern speziell gesucht worden war. Dadurch stellt sich das Gefühl der latenten Spannung ein, das auch jedes gute Gesellschaftsspiel auszeichnet.

Für Firmen, die mit Tiktok arbeiten möchten, verändert sich so vieles: Douyin, das chinesische Tiktok-Pendant (Tiktok ist in China nicht zugänglich), hatte schon früh Unbekannte untereinander verbunden. Der gemeinsam als attraktiv eingeschätzte Content bildete die Verbindung (bei Twitter ist es ähnlich). Anstelle bekannter Influencer ist bei Tiktok sehr gut passender Content, den die User zwar nicht kennen, aber attraktiv finden dürfen, massgeblich. User entdecken so ständig neue grossartige Accounts, was Kreative zu Höchstleistungen anspornt. Damit schliesst sich der Kreis, weil der Wettbewerb über ständig cooleren, besseren Content läuft. Hier können sich viele Unternehmen noch verbessern.

Reach
58,000
readers

Impressum
Der Social Digital Business ist eine redaktionelle Eigenveröffentlichung der «Handelszeitung» und Bestandteil der aktuellen Ausgabe.
Herausgeber: Redaktion und Verlag «Handelszeitung», Ringier Axel Springer Schweiz, 8071 Zurich.

«Digital Business» special

The practical special in «Handelszeitung» on 24 August 2023

Characteristics

The topic of digitalisation, and with it innovation, received a major boost in companies during the pandemic. And with a view to international developments, things are continuing at a rapid pace. Swiss companies that do not scale the issue down to IT or a CIO but are willing to gain experience in small (learning) steps will reap the benefits in the future.

These specials aim to stimulate interest in the topic by using examples and discussions with experts to highlight current and upcoming trends and showcase examples of SMEs that have been able to transform themselves despite obstacles.

In the «Digital Business» special supplement on 24 August, digital platforms occasionally disrupt long-established market participants – think AirBnB or Booking.com. To avoid getting caught up in this pull, there's only one thing to do: disrupt things yourself, reinvent. In the supplement, we demonstrate how this works and how it can also be fun.

**Advertise in this practical special and expand your digital reach at the same time.
We will be happy to advise you.**

Publication date

Topic	Published	Advertisement deadline	Print material deadline
Digital Business	24.08.2023	10.08.2023	21.08.2023

Pricing

Page format	Width x height mm	Gross price CHF 4c
1/1 page	291 x 438	13 500
Junior Page Mini	173 x 250	6 954
Junior Page Maxi	232 x 300	10 173
1/2 page, landscape	291 x 219	8 505
2/5 page	114 x 438	6 664
1/3 page, landscape	291 x 145	5 631
1/4 page, landscape	291 x 110	4 272
1/5 page, portrait	114 x 219	4 950

Other formats are available on request

Conditions

Advertising rates valid from 01/01/2023. All prices in CHF/gross, AC YTP 15% plus 7.7% VAT. Prices subject to change. The general terms and conditions apply, and can be found at www.ringier-advertising.ch.

Key figures	Handelszeitung
Distributed circulation:	31,607 copies
Readership:	58,000 readers
Reach:	1,2 %
Men/women:	73 % / 27 %

Sources: WEMF-Circulation Bulletin 2022 and MACH Basic 2023-1, German-speaking Switzerland

Further specials with digital themes

Topic	Title	Published
Crypto	Handelszeitung	22.06.2023
Smart Home	Handelszeitung	10.08.2023
Digital Shapers	Handelszeitung	31.08.2023
	Bilanz	25.08.2023
	PME	30.08.2023
Digital Business Transformation	Handelszeitung	05.10.2023
Digital B2B	Handelszeitung	26.10.2023
Digital Innovation	Handelszeitung	30.11.2023

Online

All «Handelszeitung» specials are now also published online at handelszeitung.ch/specials. We offer exciting advertising opportunities and formats.

Expand your reach to include our online audience.
We will be happy to advise you in detail.

Contact
Ringier Advertising

Michael Germann
michael.germann@ringier-advertising.ch
Tel. +41 44 259 89 63

Delivery of print material
anzeigen-prod@ringier.ch