

A*dS

DIGITALE PRÄSENZ – UMFRAGE DES A*dS AUTORINNEN UND AUTOREN DER SCHWEIZ

AUSGANGSLAGE

2021 führte der A*dS mit seinen Mitgliedern vier Weiterbildungs-Werkstätten im Bereich «Digitale Präsenz für Autor*innen» mit grossem Erfolg durch.

Der A*dS möchte seinen Mitgliedern die Möglichkeit geben, sich fachgerecht über den digitalen Wandel zu informieren. Es ist dem A*dS ebenfalls ein grosses Anliegen, die Dienstleistungen des Verbandes immer wieder zu überprüfen. Allfällige Massnahmen des Verbands möchten sich vor allem der digitalen Entwicklung und den damit entstehenden neuen Rechtsfragestellungen für Autor*innen widmen. Zur Überprüfung der Bedürfnisse unserer Mitglieder in diesem Bereich wurde eine Umfrage in drei Landessprachen lanciert. In der Folge soll unser Angebot entsprechend weiterentwickelt und geschärft werden.

Die Umfrageergebnisse dienen dazu, das Angebot für unsere Mitglieder im Bereich «Digitale Präsenz – Digitale Veränderung» weiterzuentwickeln. Der A*dS möchte auch im digitalen Bereich eine kompetente Informationsstelle für seine Mitglieder werden.

Zeitraum der Umfrage		27.11.2023 bis 08.01.2024
Werbung		Newsletter des A*dS (3 Aufrufe), diverse SoMe-Posts
Sprachen		DE, FR, IT
Beteiligung nach Landesteil		
DE		84
FR		12
IT		05
TOTAL		101

AUSWERTUNG

ABSCHNITT «DIGITALE PRÄSENZ/WEITERBILDUNG»

In der Deutschschweiz haben 20% der Befragten an den Weiterbildungsangeboten des A*dS teilgenommen. Rund die Hälfte der Teilnehmenden (DE) wünscht sich eine Auffrischung. In den anderen Landesteilen liegt die Teilnahme der Befragten unter 10%, und der italienische Landesteil wünscht sich eine Auffrischung, was als Wunsch nach einer Aktualisierung des technischen Standards/der Tools interpretiert werden darf.

Zwischen 55% und 58% der Befragten wünschen sich gerne eine Vertiefung des Gelernten in Bild und Ton, aber auch in Text in Bezug auf Soziale Medien. Dass der A*dS über kostengünstige oder Gratistools im Bereich Bild- und Tonbearbeitung auflistet und diese Auflistung sporadisch aktualisiert, ist in allen Landesteilen sehr willkommen. Die Mitglieder der Deutschschweiz verfügen über gute Ausrüstung. Dennoch steht auch hier der Geräteausleih nicht an erster Stelle; in keinem der Landesteile. Wiederum begrüsst rund die Hälfte der Befragten die Möglichkeit, (wieder) im Umgang mit Bild und Ton geschult zu werden.

ABSCHNITT «DIGITALER WERKZEUGKASTEN/DIGITALE FERTIGKEITEN»

Ein Grossteil der Befragten in allen Landesteilen setzt im digitalen Werkzeugkasten auf Fotografie. Die Mitglieder sind Fotografie gewohnt, es ist unkompliziert; jedes Mobiltelefon verfügt über die Funktion, inzwischen in sehr hoher Qualität. Nach neuen digitalen Werkzeugen wird sporadisch gesucht, wobei ca. ein Drittel der Befragten keinerlei Recherche betreibt. Allenfalls entdeckte Tools werden wegen Zeitmangels (ungewohnte Handhabung) und wenig intuitiver Handhabung infolge eher selten eingesetzt. Rund ein Viertel der Befragten sieht den Nutzen nicht und würde sie einsetzen, wenn sie den Nutzen für ihre Arbeit sehen könnten, die Handhabung der Tools intuitiv wäre, ihre Anschaffung kostengünstig, bzw. gratis.

ABSCHNITT «IHRE PERFORMANCE AM BILDSCHIRM»

Rund der Hälfte der Befragten (DE) hat nach eigenem Bekunden Schwierigkeiten, sich am Bildschirm überzeugend und natürlich zu präsentieren. Die überwiegende Mehrheit wünscht sich kuratierte Videokritik, die auch kuratierte Intervision sein könnte.

ABSCHNITT «IHRE INFORMATIONSQUELLEN ZU BRANCHENINHALTEN»

Zwei Drittel der Befragten suchen ihre Informationen gezielt, nicht über die Sozialen Medien, sondern über die klassischen Print-, Online- und öffentlich-rechtlichen Kanäle. An zweiter Stelle stehen Autor*innenforen. Die französische Schweiz bezieht auch Informationen über Facebook und Instagram. Nicht eruiert ist der Umstand, ob es sich hierbei um Social-Media-Kanäle öffentlich-rechtlicher Sendefässer/Tages- und Wochenzeitungen oder Onlineportale handelt. Die französischsprachige Schweiz zeigt sich zudem offener für Personenabos auf den Sozialen Medien. Es ist nicht eruiert, ob es sich um verschiedene Altersgruppen innerhalb der Befragten handelt. Alle Landesteile begrüßen die Veröffentlichung der Liste von aufgeführten Infokanälen und wünschen sich sporadisch eine Aktualisierung.

ABSCHNITT «TOOLBOX WEBSITE-PRÄSENZ»

Ein Drittel bis ein Viertel der Befragten bekunden technische Probleme beim Erstellen und Verwalten ihrer Webpräsenz. Im Detail: Die Mehrheit der Befragten unterhält eine Website. Die Mehrheit findet sich nicht zurecht mit Content-Management-Systemen (CMS), Updates des Systems/Designs, kann nicht Schritt halten mit den veränderten Designansprüchen in der Präsentation und mit den technischen (niederschweligen) Ansprüchen (Bsp. Responsive Design) und sieht sich mit zu hohen Kosten bei der Content-Verwaltung von Drittanbietern konfrontiert oder schätzt grundsätzlich die technischen Hürden zum Erstellen und Betreiben einer eigenen Website als zu hoch ein. Alle Landesteile würden die Information zu kostengünstigen und technisch niederschweligen Webseitenbetreibern schätzen. Eine Einführung ziehen in der französischsprachigen Schweiz mehr Mitglieder vor als in der Deutschschweiz, was daran liegen kann, dass Mitglieder der deutschsprachigen Schweiz über mehr Mittel verfügen, die Content-Verwaltung in Auftrag zu geben. Eine aktuelle und gut strukturierte Webpräsenz/Markenstärkung erachten die Mitglieder in allen Landesteilen gleichermassen als wichtig. Dafür wird finanzielle Unterstützung gewünscht.

ABSCHNITT «KÜNSTLICHE INTELLIGENZ»

Ein Grossteil der Befragten sieht den Nutzen der «KI» für ihren Arbeitsbereich nicht, verfügt laut Auskunft lediglich über rudimentäres Wissen und ist in Teilen beunruhigt oder blendet das Thema aus. Bei Wenigen entsteht der Eindruck, dass sie sich in der Praxis mit dem Thema auseinandersetzen und Anwendungen finden, die ihren Bedürfnissen entsprechen. Die Tools werden zu Recherchezwecken, fürs Marketing, zur Bildgenerierung und als Inspirationsquelle benutzt, auch für Zusammenfassungen. Mehr als die Hälfte der Befragten wünscht sich einen

Workshop zum besseren Verstehen, wie «KI» funktioniert, die Hälfte wünscht sich eine Einführung in «KI» und wie sie sich für die Arbeit (besser) nutzen lässt und eine kuratierte Form des A*dS, in dem über Neuerung aus diesem Bereich informiert wird.