

Presseinformation

Immer schneller: Berufliche Social-Media-Nutzung legt rasant zu

- Vier von zehn berufstätigen Onlinern nutzen Soziale Medien im Job

41% der berufstätigen Onliner nutzen Social Media im Job

Hamburg, den 05. April 2017 – Social-Media-Kenntnisse werden in der Arbeitswelt immer mehr zur Schlüsselqualifikation. Denn Facebook, Twitter, Xing und Co. werden nicht nur im privaten Alltag immer selbstverständlicher – sondern auch in der Arbeitswelt: 41 Prozent der berufstätigen Internet-Nutzer setzen Soziale Medien in ihrem Job ein. Das bedeutet einen Anstieg um 15 Prozentpunkte innerhalb eines Jahres, wie der aktuelle, repräsentative Social-Media-Atlas der Hamburger Kommunikationsberatung Faktenkontor und des Marktforschers Toluna zeigt.

Intensive Nutzung bei 13%

Unter den berufstätigen Onlinern in Deutschland nutzen aktuell 13 Prozent Soziale Medien häufig als Teil ihrer Arbeit, 18 Prozent tun dies gelegentlich, weitere zehn Prozent eher selten.

Berufliche Social-Media-Nutzung legt immer schneller zu

Mit zusammen 41 Prozent liegt die berufliche Social-Media-Nutzung damit nicht nur auf einem Rekordhoch – die Sozialen Medien durchdringen die Berufswelt auch immer schneller. Im vierten Quartal 2015 gaben erst 26 Prozent der berufstätigen Internet-Nutzer in Deutschland an, Soziale Medien beruflich einzusetzen. Das sind nur sieben Prozentpunkte mehr als im Jahr davor mit 19 Prozent.

Social-Media-Kenntnisse als selbstverständlich erwartet

„Ein geübter Umgang mit Sozialen Medien wird auf dem Arbeitsmarkt bald so selbstverständlich erwartet werden wie heute grundlegende Computer-Kenntnisse“, prognostiziert **Dr. Roland Heintze**, Geschäftsführender Gesellschafter und Social-Media-Experte des Faktenkontors.

Social-Media-Verhaltensregeln wichtig für Unternehmen

Auf die steigende Verbreitung und Bedeutung der Sozialen Medien in der Berufswelt müssen sich aber auch Arbeitgeber einstellen: **„Wichtig ist, dass Unternehmen ihren Angestellten klare Verhaltensregeln für die Social-Media-Kommunikation an die Hand geben“**, so Heintze. **„Sonst kann ein unbedarftes, web-öffentliches Fehlverhalten eines einzelnen Mitarbeiters schnell die Reputation der ganzen Firma in Mitleidenschaft ziehen.“**

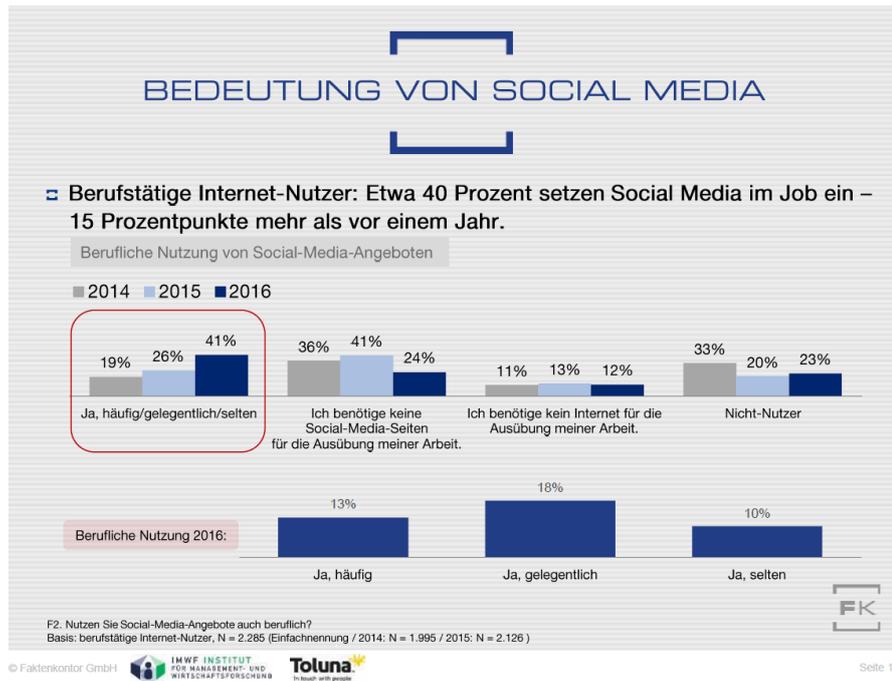
59% kommen beruflich (noch) ohne Social Media aus

Bisher sind 36 Prozent der berufstätigen Onliner in Deutschland zwar privat im Web 2.0 unterwegs, benötigen aber (noch) keine Sozialen Medien für ihren Job. Weitere 23 Prozent der Internet-Nutzer in Arbeit halten sich sowohl privat als auch beruflich vom Social Web fern.

Faktenkontor GmbH · Ludwig-Erhard-Straße 37 · 20459 Hamburg

Ansprechpartner: Dr. Roland Heintze, Tel.: 0 40/253 185-110, Fax: 0 40/253 185-310
E-Mail: Roland.Heintze@faktenkontor.de Internet: www.faktenkontor.de

Grafik: Berufliche Social-Media-Nutzung



Über den Social-Media-Atlas

Der Social-Media-Atlas erfasst seit 2011 jährlich auf Basis einer repräsentativen Umfrage die Nutzung Sozialer Medien in Deutschland und dient Unternehmen als unverzichtbare Grundlage zur strategischen Planung ihrer Social-Media-Aktivitäten. Die Studie liefert unter anderem belastbare Fakten darüber, welche Dienste im Web 2.0 von wem wie intensiv genutzt werden, welche Themen auf welchen Kanälen diskutiert werden und inwieweit Soziale Medien Kaufentscheidungen beeinflussen. Der Social-Media-Atlas wird von der Beratungsgesellschaft Faktenkontor und dem Marktforscher Toluna in Kooperation mit dem IMWF – Institut für Management- und Wirtschaftsforschung herausgegeben.

Studiengrundlage: Online-repräsentative Panel-Befragung

Für den aktuellen Social-Media-Atlas (Hamburg, Januar 2017) wurden 3.500 nach Alter, Geschlecht und Bundesland repräsentative Internetnutzer ab 14 Jahren in Form eines Online-Panels zu ihrer Social-Media-Nutzung befragt. Erhebungszeitraum war das vierte Quartal 2016. Die Ergebnisse sind auf ganze Zahlen gerundet. Die komplette Studie mit allen Ergebnissen kann unter <http://www.faktenkontor.de/faktenkontor-studien/> gegen eine Schutzgebühr von 360,- Euro zzgl. MwSt. bestellt werden.

Faktenkontor: Berater für Unternehmens- und Vertriebskommunikation

Faktenkontor ist der Berater für Unternehmens- und Vertriebskommunikation. Branchenerfahrene Experten unterstützen Unternehmen aus Finanzdienstleistung, Gesundheitswirtschaft sowie der Beratungs- und Technologie-Branche darin, ihre Zielgruppen über klassische und digitale Medien sowie im persönlichen Kontakt zu erreichen. Neben Medienberatung gehören Konzeption und Umsetzung von Kampagnen sowie Social-Media-Strategien zum Leistungsspektrum. Das Faktenkontor ist zertifiziertes Mitglied der Gesellschaft der führenden PR- und Kommunikationsagenturen (GPRA) und zertifiziertes Mitglied des Hamburger Consulting Club e.V. (HCC).

Besuchen Sie unsere Website: www.faktenkontor.de.

Faktenkontor GmbH · Ludwig-Erhard-Straße 37 · 20459 Hamburg

Ansprechpartner: Dr. Roland Heintze, Tel.: 0 40/253 185-110, Fax: 0 40/253 185-310
E-Mail: Roland.Heintze@faktenkontor.de Internet: www.faktenkontor.de

Faktenkontor GmbH - Ludwig-Erhard-Straße 37 - 20459 Hamburg

Ansprechpartner: Dr. Roland Heintze, Tel.: 0 40/253 185-110, Fax: 0 40/253 185-310
E-Mail: Roland.Heintze@faktenkontor.de Internet: www.faktenkontor.de