

## Presseinformation

# Social Media im Job: Für jeden Zweiten Alltag

- **48 Prozent der erwerbstätigen deutschen Onliner nutzen Soziale Medien beruflich**

*Soziale Medien gehören an rund jedem zweiten Arbeitsplatz zum Job dazu*

**Hamburg, den 18. April 2018 – Social Media nur ein Freizeit-Spaß, der bei der Arbeit nichts zu suchen hat? Weit gefehlt. An fast jedem zweiten Arbeitsplatz spielen Soziale Medien heute eine entscheidende Rolle. 48 Prozent der erwerbstätigen Deutschen mit Internet-Zugang nutzen Facebook, Twitter, Xing, YouTube und Co. beruflich. Das zeigt der aktuelle, repräsentative Social-Media-Atlas der Hamburger Kommunikationsberatung Faktenkontor und des Marktforschers Toluna.**

*Berufliche Social-Media-Nutzung steigt um sieben Prozentpunkte*

15 Prozent der berufstätigen Onliner sind im Job wahre „Social-Media-Power-Nutzer“ und setzen das Web 2.0 häufig für ihre Arbeit ein. Weitere 22 Prozent tun dies gelegentlich, elf Prozent selten. Insgesamt ist die berufliche Social-Media-Nutzung damit innerhalb eines Jahres um sieben Prozentpunkte von 41 auf 48 Prozent angestiegen.

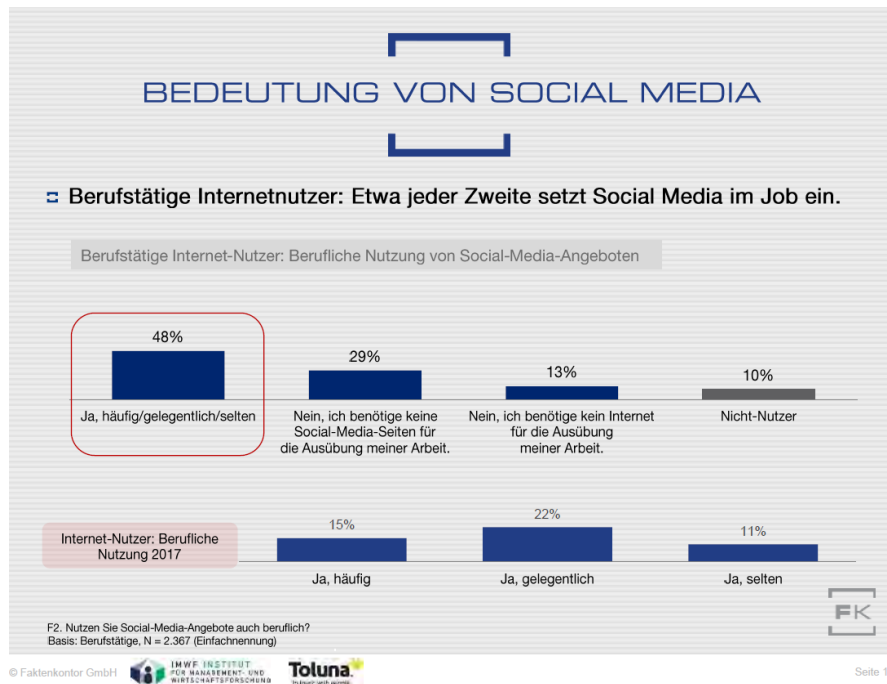
*Kaum Arbeit ohne Internet*

Auf der anderen Seite stehen zum einen 42 Prozent der erwerbstätigen Onliner, die Social Media zwar privat, aber nicht beruflich einsetzen. Darin eingeschlossen sind 13 Prozent, die im Job komplett ohne Internet auskommen. Lediglich jeder zehnte nutzt Soziale Medien weder beruflich noch privat.

*Wichtig: Social-Media-Richtlinien für Angestellte*

**„Wichtig ist, dass sich Angestellte bewusst sind, dass sie ihre Firma in der Öffentlichkeit repräsentieren, wenn sie Soziale Medien beruflich einsetzen“, sagt Dr. Roland Heintze, Geschäftsführender Gesellschafter und Social-Media-Experte des Faktenkontors. „Damit das glatt läuft, sollten Unternehmen ihren Mitarbeitern grundlegende Richtlinien für die Social-Media-Kommunikation an die Hand geben. Zum Beispiel, dass man sich klar als Mitarbeiter zu erkennen gibt, wenn man sich im Social Web zu Themen rund um den eigenen Betrieb äußert. Und den Adressaten grundsätzlich mit Wertschätzung, Integrität und Höflichkeit begegnet.“**

*Grafik: Fast jeder zweite  
erwerbstätige  
Onliner nutzt  
Soziale Medien  
beruflich*



*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:  
Repräsentative  
Panel-Befragung*

Für den aktuellen Social-Media-Atlas (Hamburg, Januar 2018) 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 2017. Die Ergebnisse sind auf ganze Zahlen gerundet. Die komplette Studie mit allen Ergebnissen kann unter <https://www.faktenkontor.de/faktenkontor-studien/> gegen eine Schutzgebühr von 380,- Euro zzgl. MwSt. bestellt werden.

**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](mailto:Roland.Heintze@faktenkontor.de) Internet: [www.faktenkontor.de](http://www.faktenkontor.de)

*Faktenkontor:  
Berater für  
Unternehmens-  
und Vertriebs-  
kommunikation*

Faktenkontor ist der Berater für Unternehmenskommunikation und Reputationsmanagement. 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](http://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](mailto:Roland.Heintze@faktenkontor.de) Internet: [www.faktenkontor.de](http://www.faktenkontor.de)