promio.net
e-marketing & online research

Social Media Nutzung und Regulierung in Unternehmen – Fluch oder Segen?

promio.net
e-marketing & online research

Agenda

» Kurzvorstellung promio.net GmbH
» Studiensteckbrief
» Auszug aus den Ergebnissen
» Fazit
» Diskussion

promio.net
e-marketing & online research

Kurzvorstellung promio.net GmbH

Fakten

- Sitz: Bonn
- Mitarbeiter: 20
- Gründung: 2000
- Mitgliedschaften: DDV Vorstandsmitglied & Vorsitz Council Digitaler Dialog; Certified Senders Alliance Mitglied Kontrollgremium
- Auszeichnungen:
  - 2010 . Gewinner eco Internet Award 2010, Kategorie: Online Marketing
  - 2010 . MarketingSherpa Silver Award, Kategorie Best Triggered Email or Autoresponder Series
  - 2009 . Shortlist E-Mail Service Provider, eco Internet Award
  - 2006 . 2.Platz New Media Award, Kategorie Permission
  - 2006 . Mailingtage Award in Bronze, Kategorie E-Mail
  - 2005 . Gewinner Deutscher Multimedia Award, Kategorie E-Mail

Kurzvorstellung promio.net GmbH

Agenturprofil

- Spezialagentur mit Schwerpunkt E-Mail Marketing und Online-Marktforschung
- Leistungen für erfolgreichen Kundendialog:

promio.address
Adresspotenziale für
E-Mail Kampagnen

promio.mail
Professionelle
E-Mail Versandlösung

promio.consult
Expertenberatung rund um
das Thema E-Mail Marketing

promio.research
Zielgenaue
Online-Marktforschung

- Inhouse Technologie & Know how
- Teil- oder Fullservice

promio.net
e-marketing & online research

Studiensteckbrief

Übersicht

- Titel: Social Media Nutzung und Regulierung in Unternehmen - Fluch oder Segen?
- Methodik / Erhebung: Online-Befragung unter Mitgliedern des promio.net Online-Panels
- Zielgruppe: 1) Führungskräfte / Personalverantwortliche
  2) Angestellte / Mitarbeiter in Unternehmen
- Quoten: Auf Unternehmensgröße:
  Kleinstunternehmen (< 10 MAs): 25%
  Kleine Unternehmen (11-50 Mas): 25%
  Mittlere Unternehmen (51-500 MAs): 25%
  Große Unternehmen (> 500 MAs): 25%
- Stichprobe: 1) Führungskräfte / Personalverantwortliche: N=120
  2) Angestellte / Mitarbeiter: N=400
- Feldzeit: 02.08.2010 – 10.08.2010

promio.net
e-marketing & online research

Studiensteckbrief

Definition Social Media:

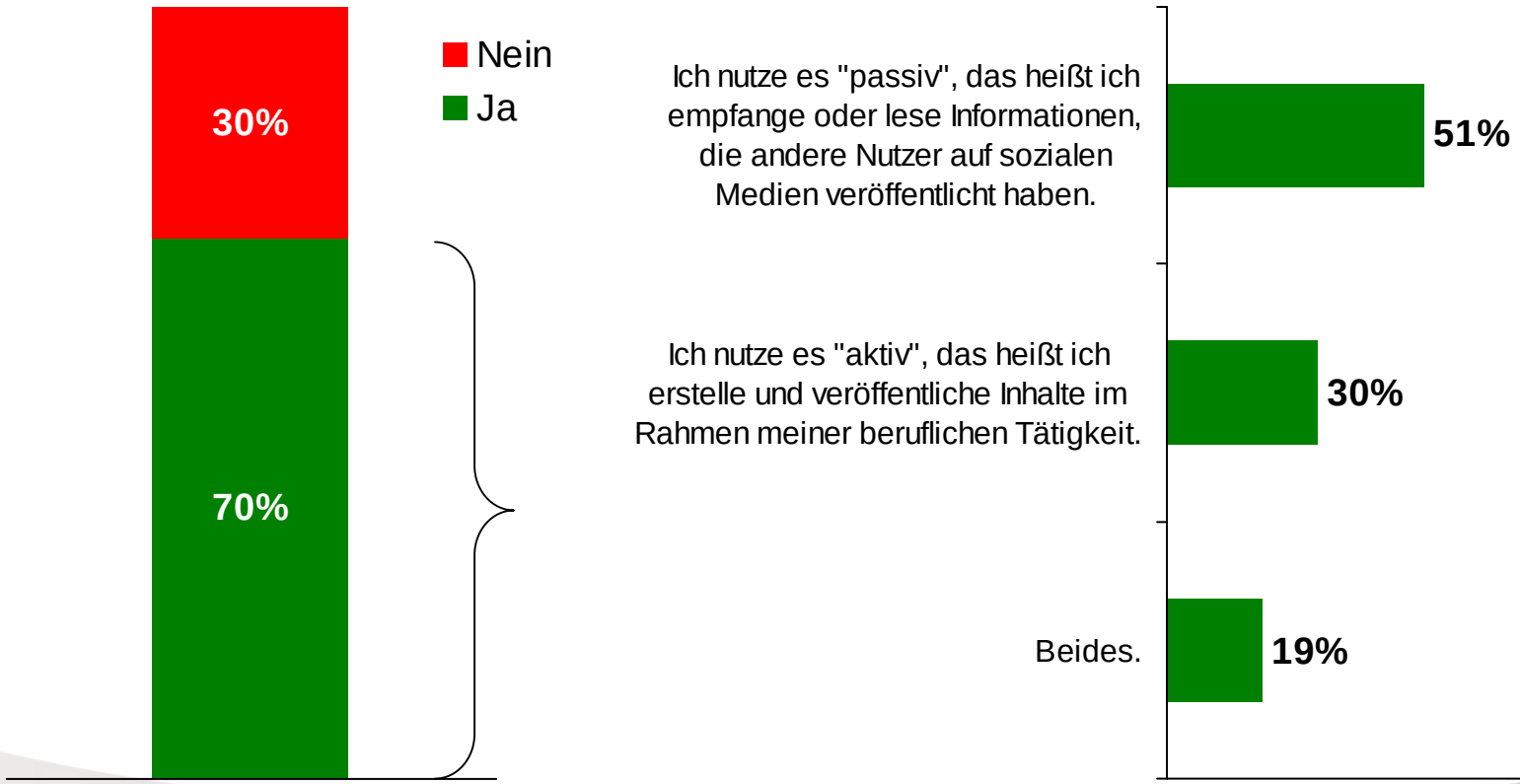
- „Webbasierte Plattformen, die eine interaktive Kommunikation zwischen Menschen unterstützen und einen gegenseitigen Austausch von Meinungen, Eindrücken, Emotionen und Erfahrungen ermöglichen."
- Beispiele (im Fragebogen mit ausführlicher Erklärung):
  - Soziale Netzwerke
  - Soziale Netzwerke mit Fokus auf Geschäftskontakte / B2B Networking
  - Weblogs / Blogs
  - Mikro-Blogging
  - Wikis
  - Internetforen
  - Foto-Sharing Portale
  - Video-Sharing Portale

promio.net
e-marketing & online research

Ergebnisse
Führungskräfte / Personalverantwortliche

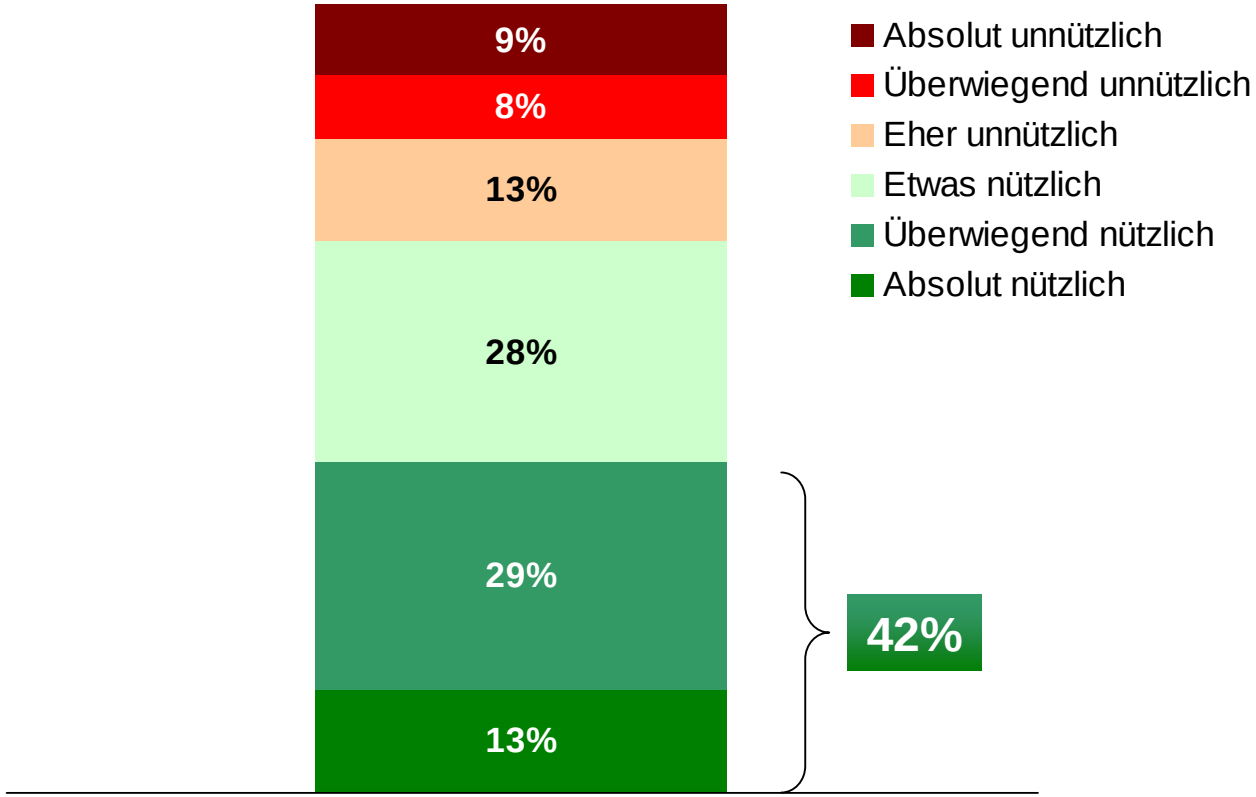
Nutzung sozialer Medien am Arbeitsplatz

Hoher Anteil Nutzer von sozialen Medien am Arbeitsplatz.
Vergleich Angestellte: 36% Nutzer.



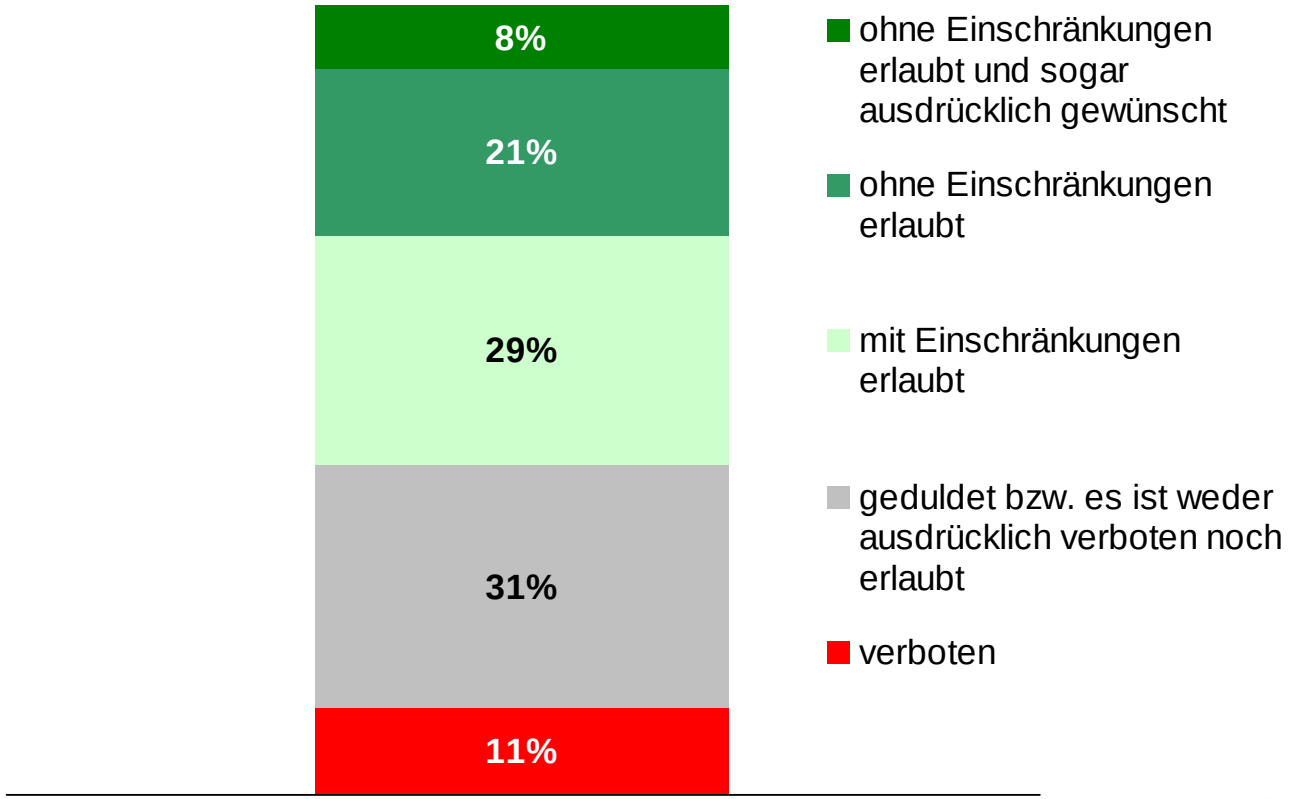
Nutzwert sozialer Medien für berufl. Tätigkeit

Die Mehrheit der Führungskräfte bewertet soziale Medien als nützlich.



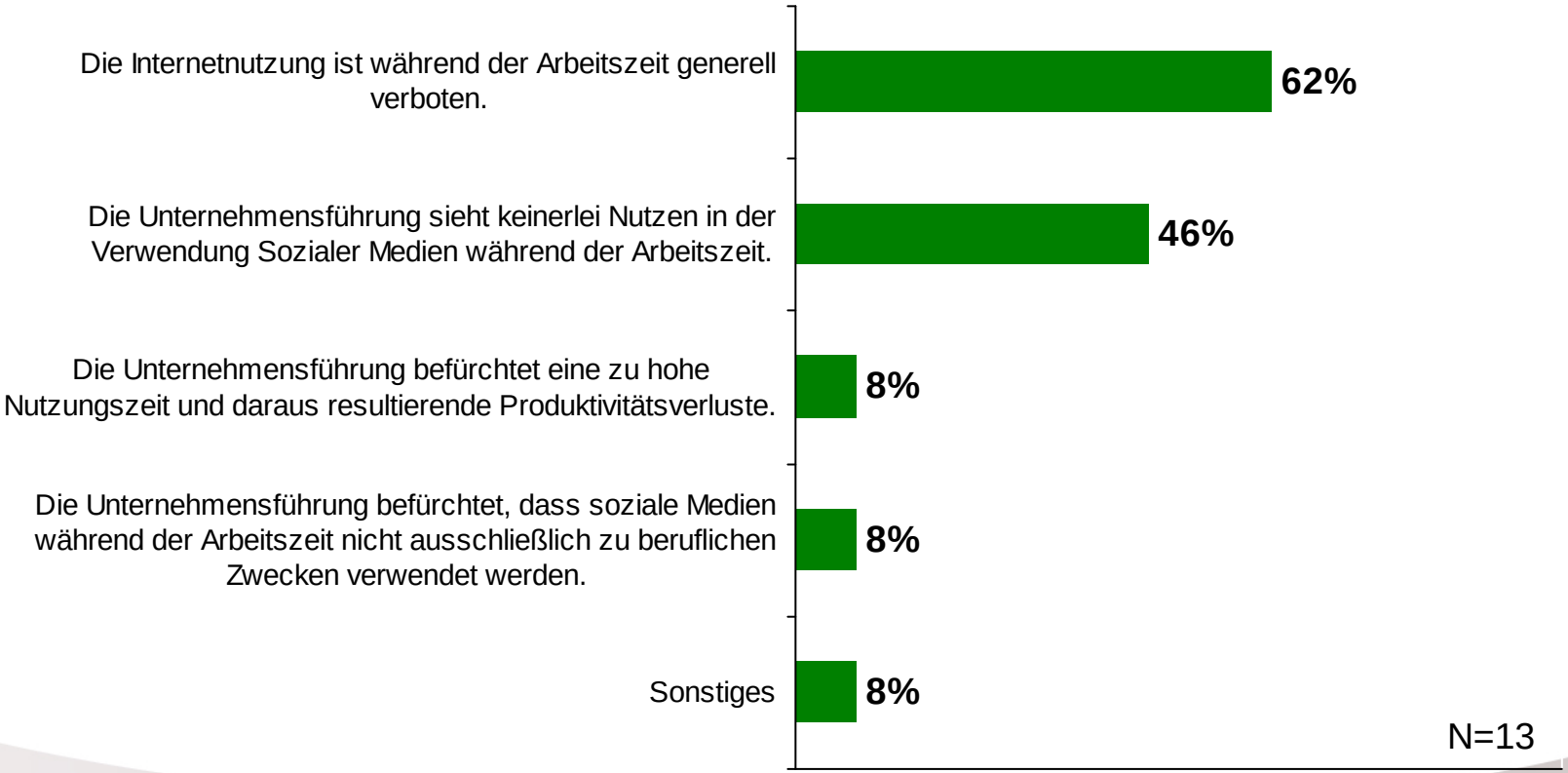
Nutzung Sozialer Medien: Erlaubt oder verboten?

Knapp 90% der Unternehmen erlauben oder dulden eine Nutzung.



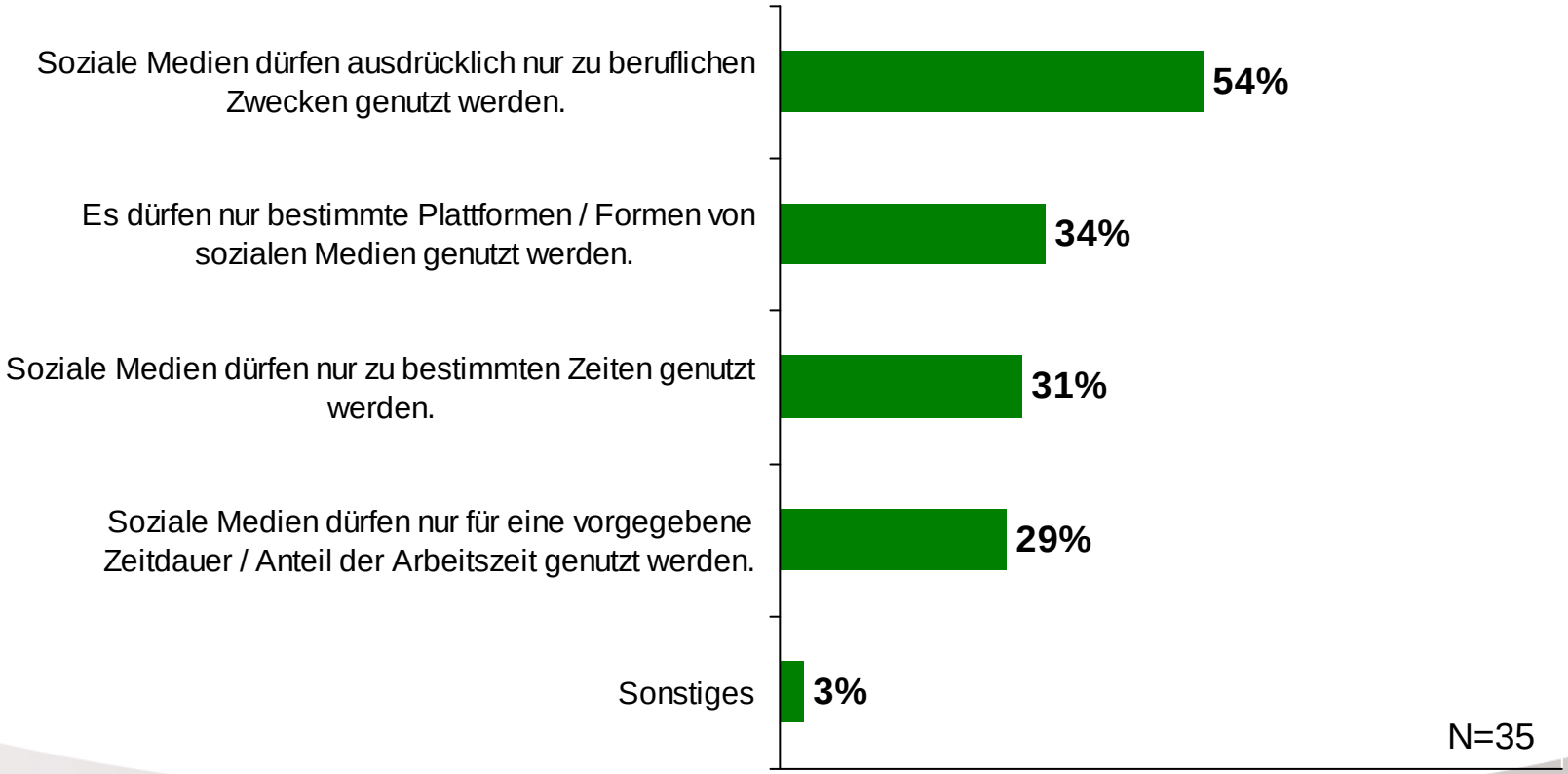
Nutzungsverbot: Gründe

Verbot schließt häufig gesamte Internetnutzung ein.



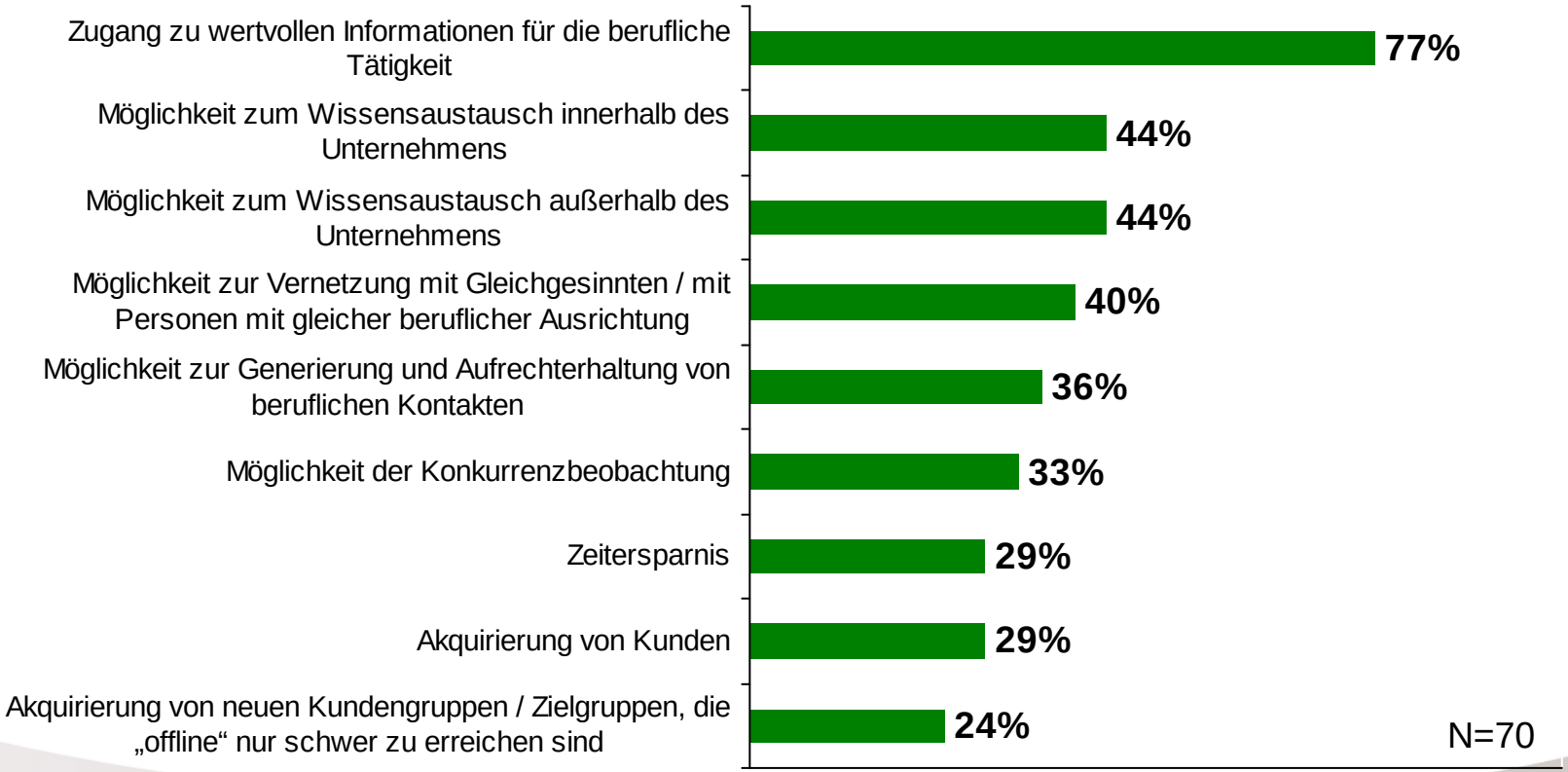
Einschränkte Nutzung erlaubt: Details

Häufig ist die Nutzung auf eine berufliche Nutzung eingeschränkt.



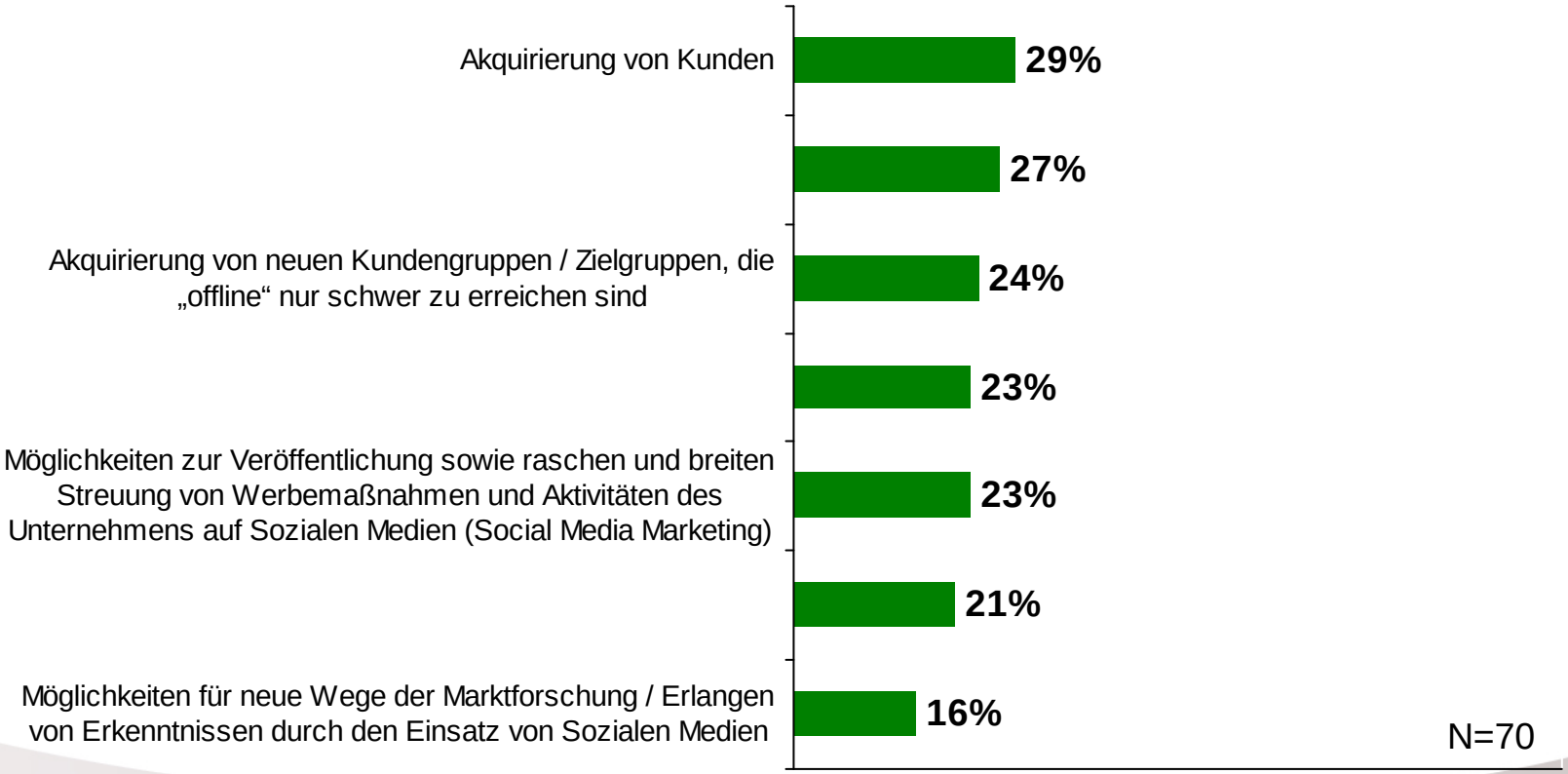
Erlaubte Nutzung: Vorteile & Chancen (1)

Führungskräfte schätzen den Zugang zu wertvollen Informationen.



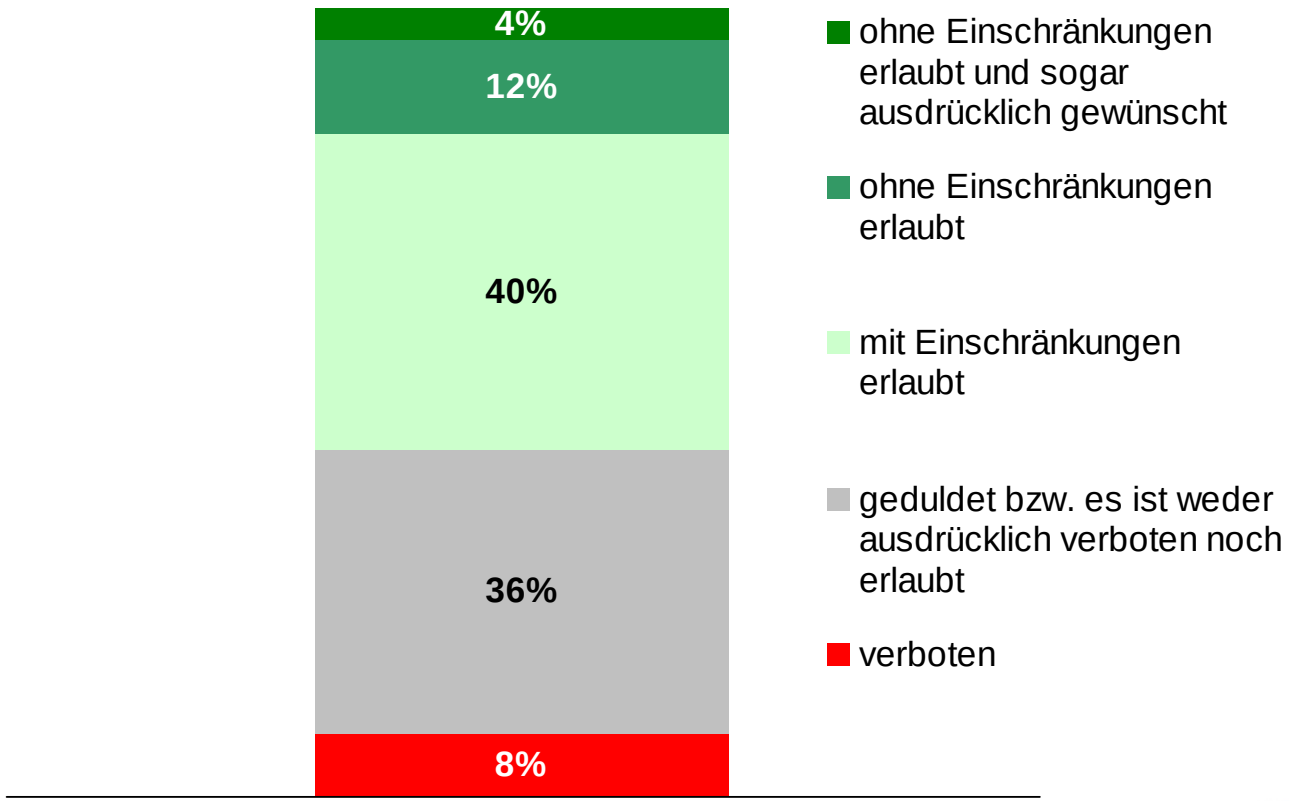
Erlaubte Nutzung: Vorteile & Chancen (2)

Eine Möglichkeit zur Mitarbeiterrekrutierung gut ein Viertel der FK als Chance.



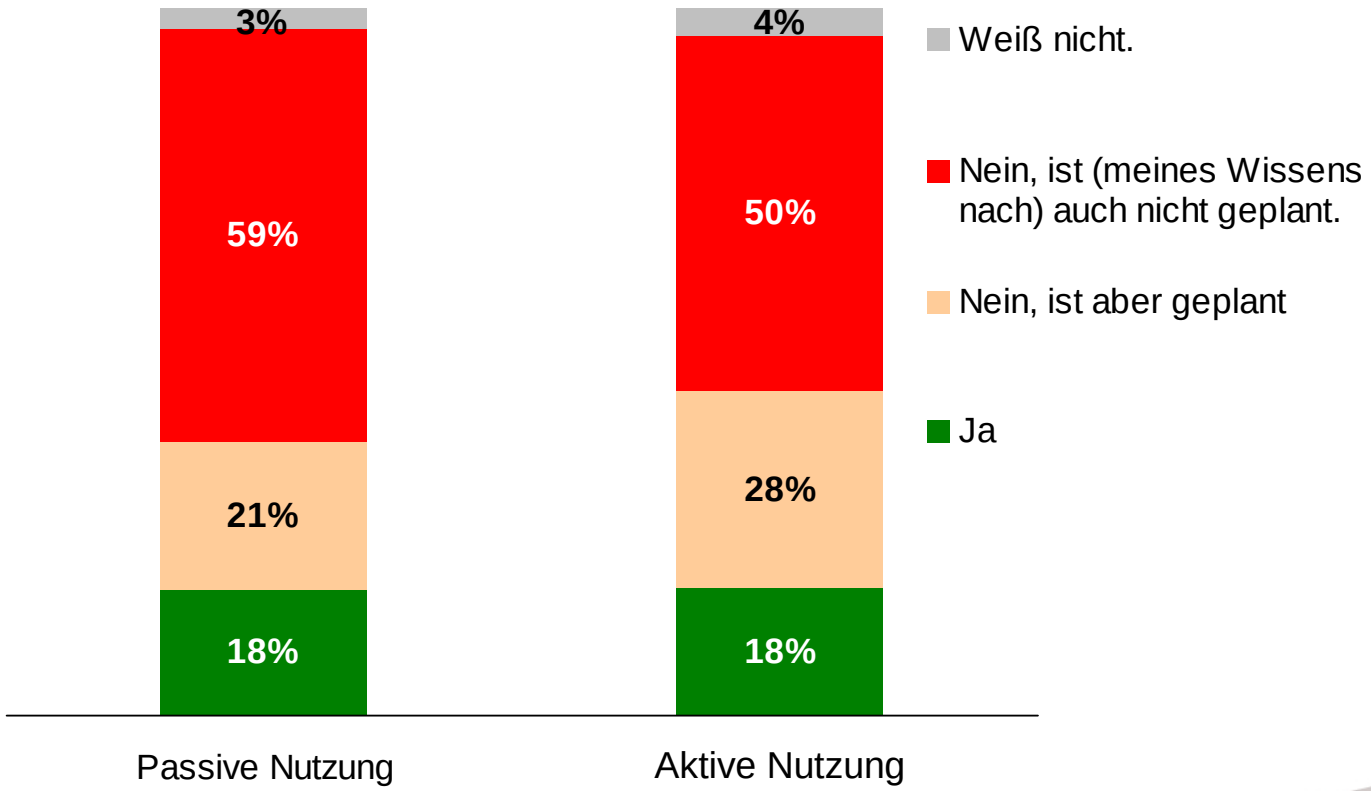
Aktive Nutzung: Erlaubt oder verboten?

Nur 8% der Unternehmen verbieten eine aktive Nutzung ausdrücklich.



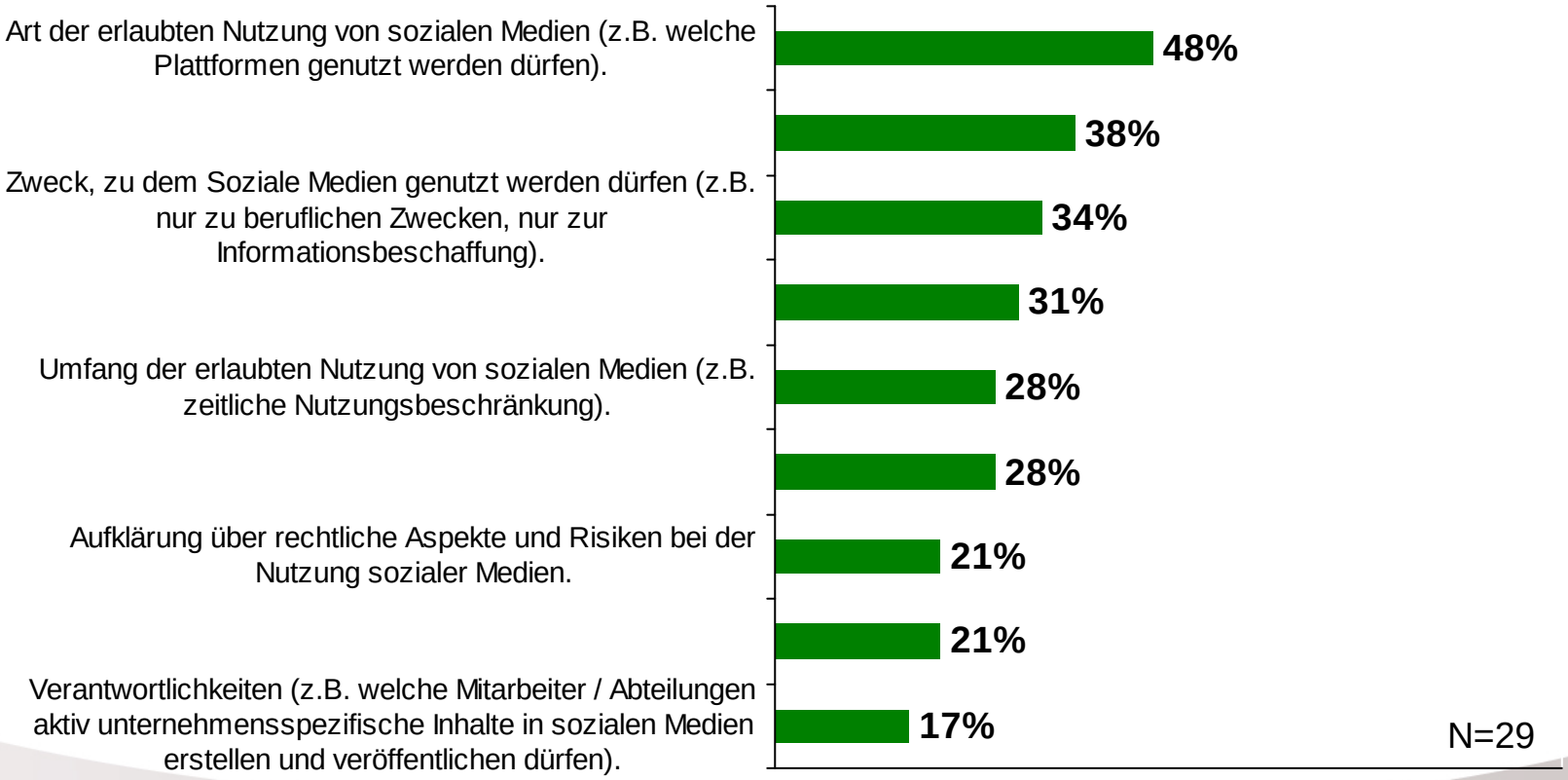
Richtlinien / vertragliche Regelung für Nutzung

Lediglich 18% der Unternehmen verfügen bereits über vertragliche Regelungen.



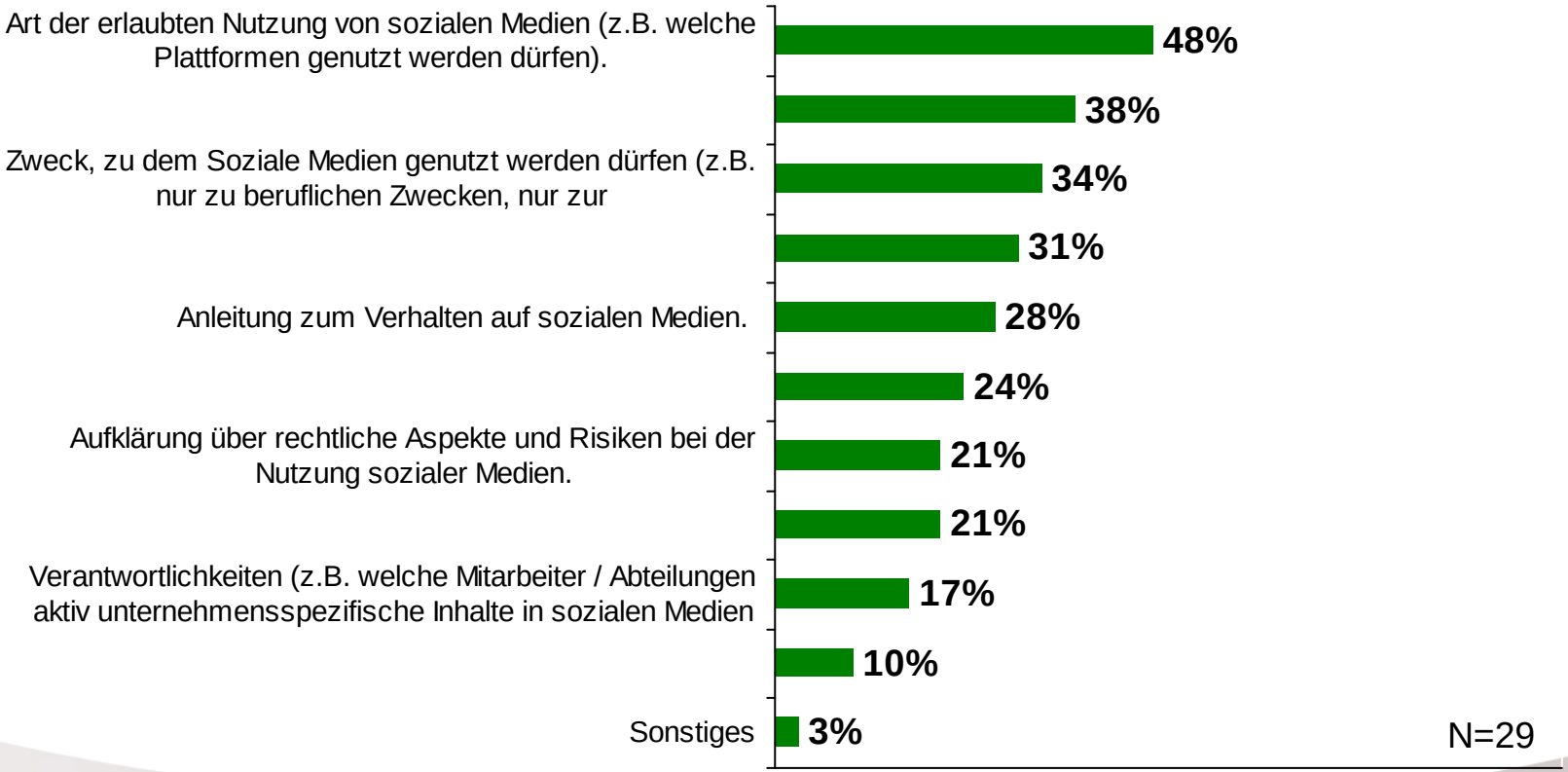
Richtlinien / vertragliche Regelungen: Details (1)

Knapp die Hälfte der Richtlinien geben Hinweise zur Art der erlaubten Nutzung.



Richtlinien / vertragliche Regelungen: Details (2)

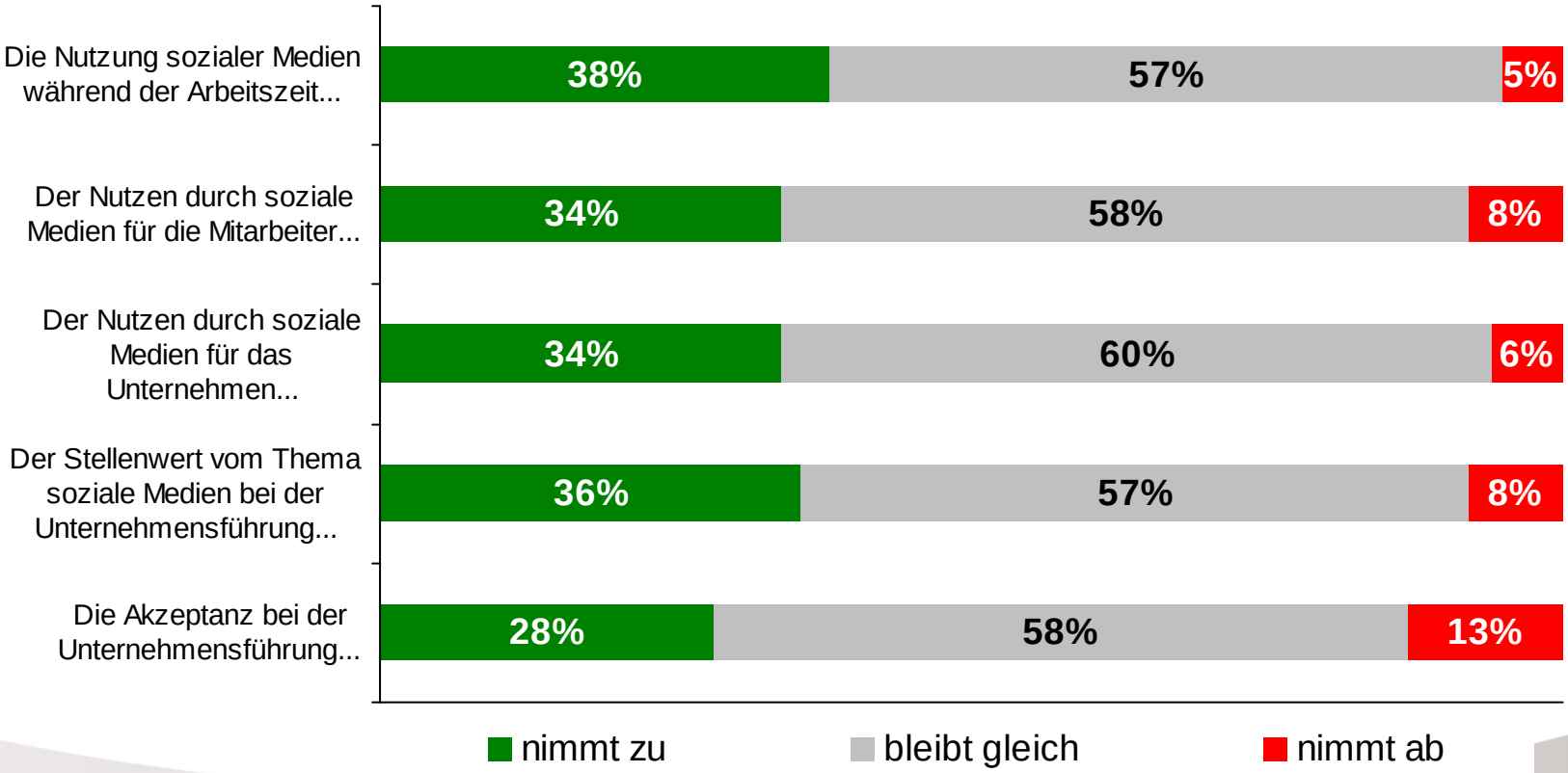
Hinweise zu rechtlichen Aspekten und Verantwortlichkeiten sind selten.



promio.net
e-marketing & online research

Zukunft sozialer Medien

Mehr als ein Drittel der Unternehmen glaubt an einen zunehmenden Nutzwert.

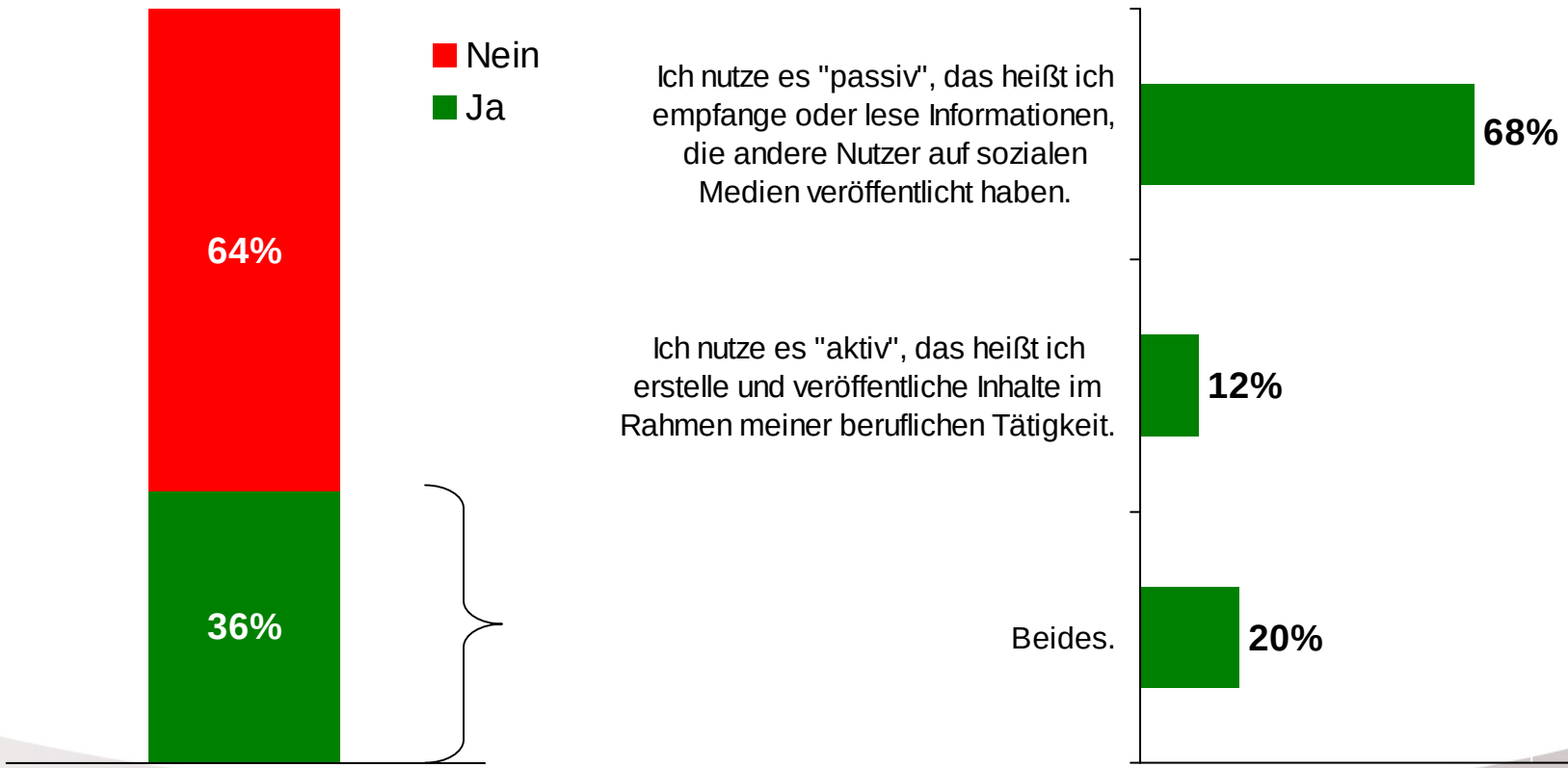


promio.net
e-marketing & online research

Ergebnisse
Angestellte / Mitarbeiter in Unternehmen

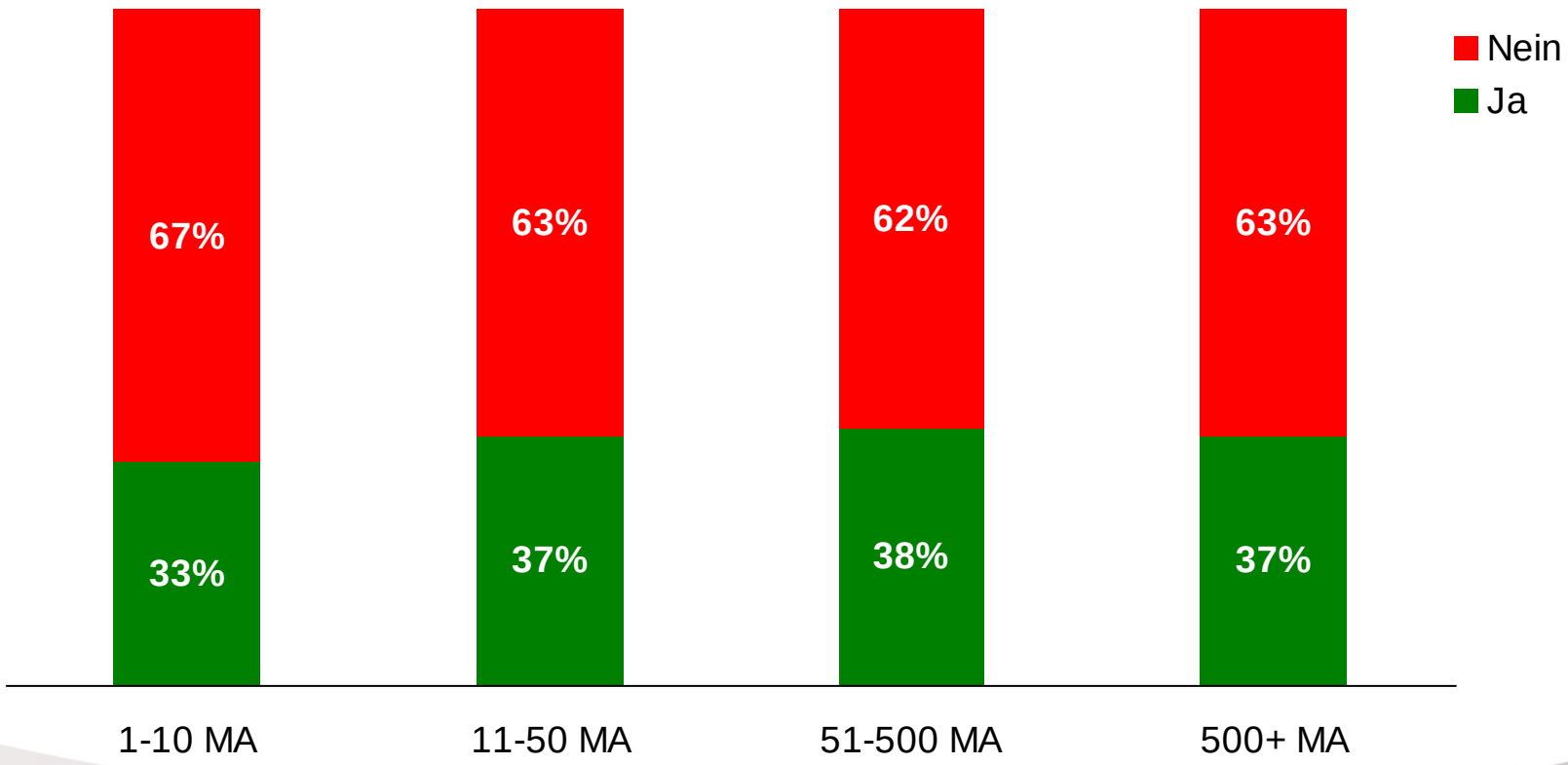
Nutzung sozialer Medien am Arbeitsplatz

Gut ein Drittel der Angestellten nutzt soziale Medien am Arbeitsplatz.



Nutzung sozialer Medien am Arbeitsplatz

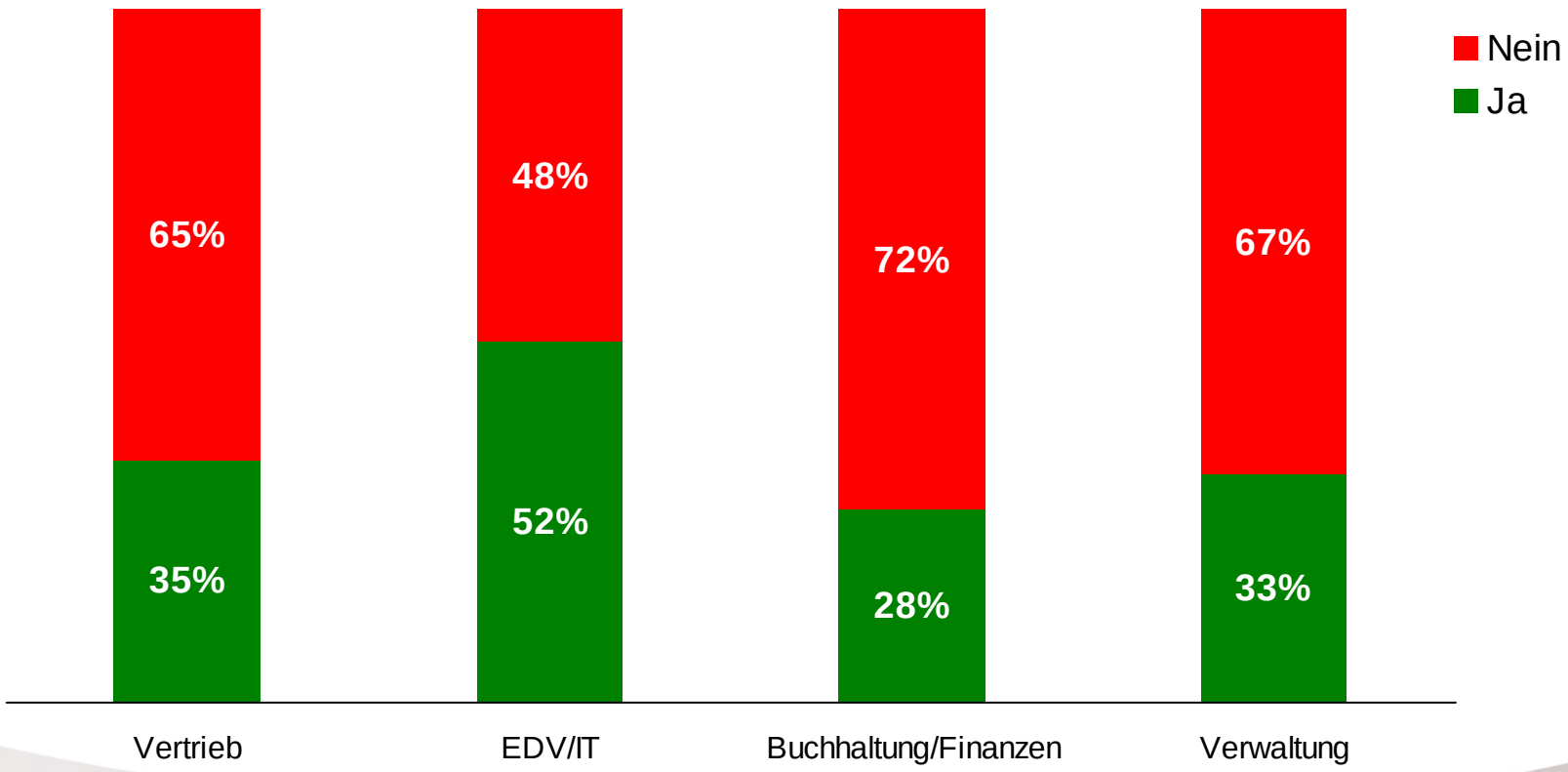
Nutzung weitestgehend unabhängig von Unternehmensgröße.



promio.net
e-marketing & online research

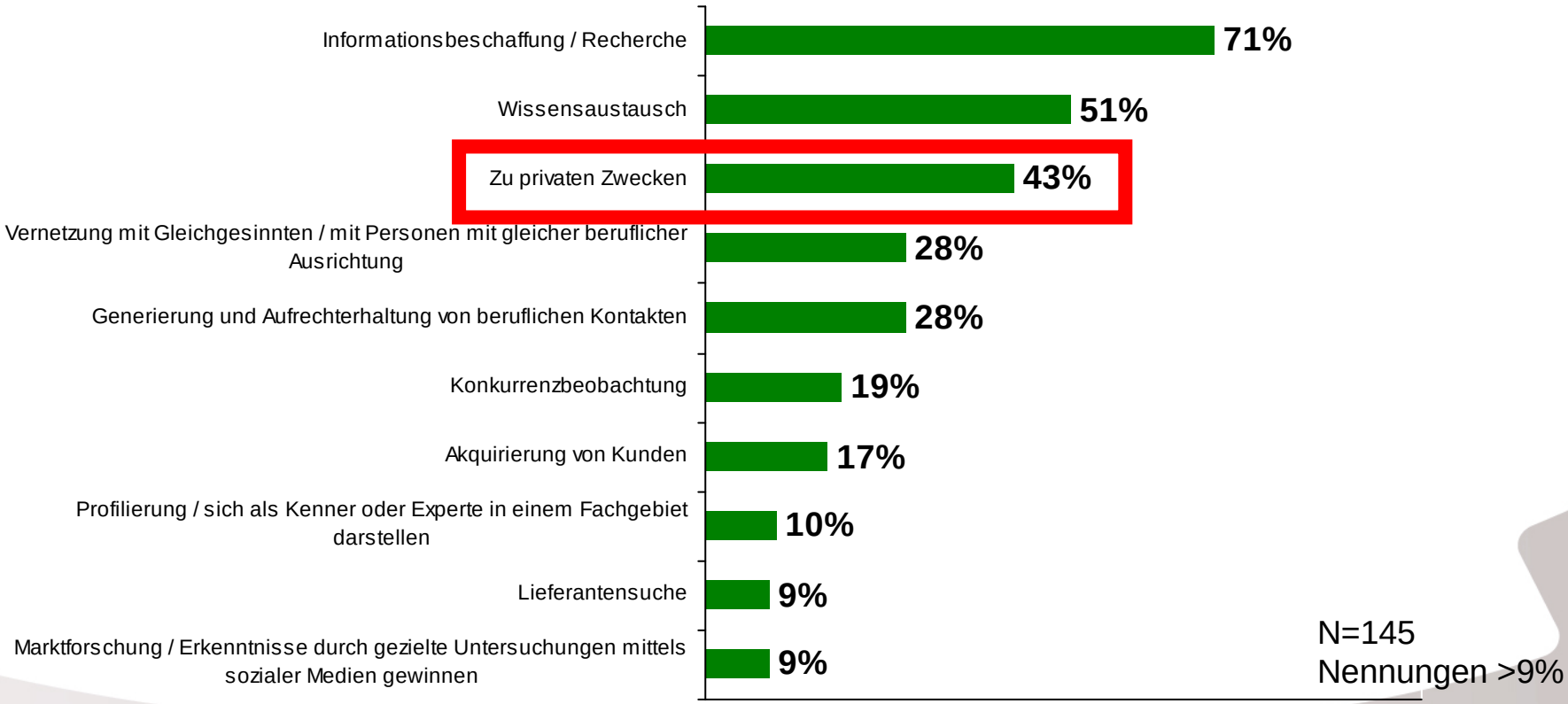
Nutzung sozialer Medien am Arbeitsplatz

Auszug Unternehmensbereiche: höchster Anteil Nutzer bei EDV/IT.



Nutzungszweck

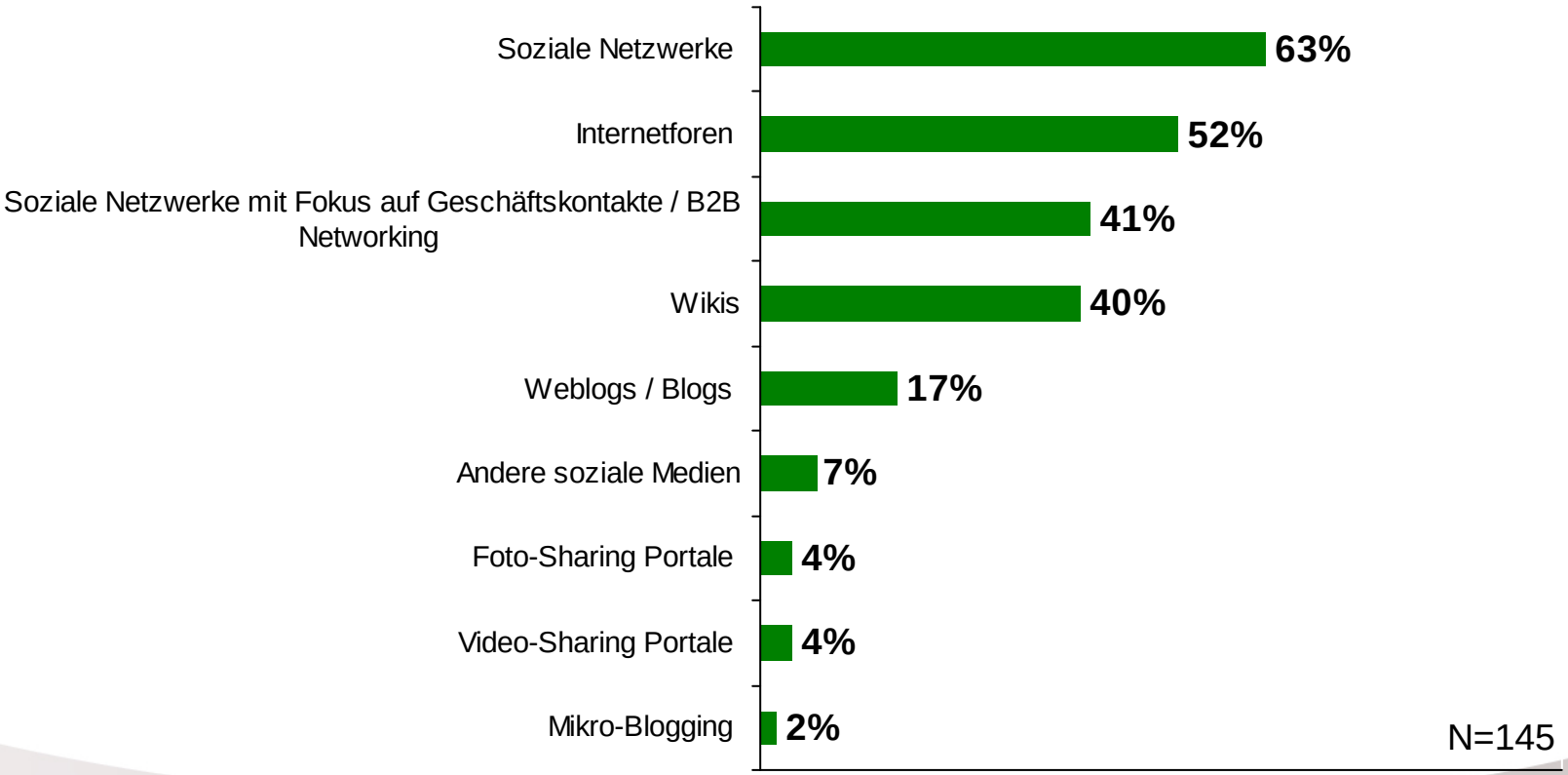
Hoher Anteil private Nutzung sozialer Medien am Arbeitsplatz!



N=145
Nennungen >9%

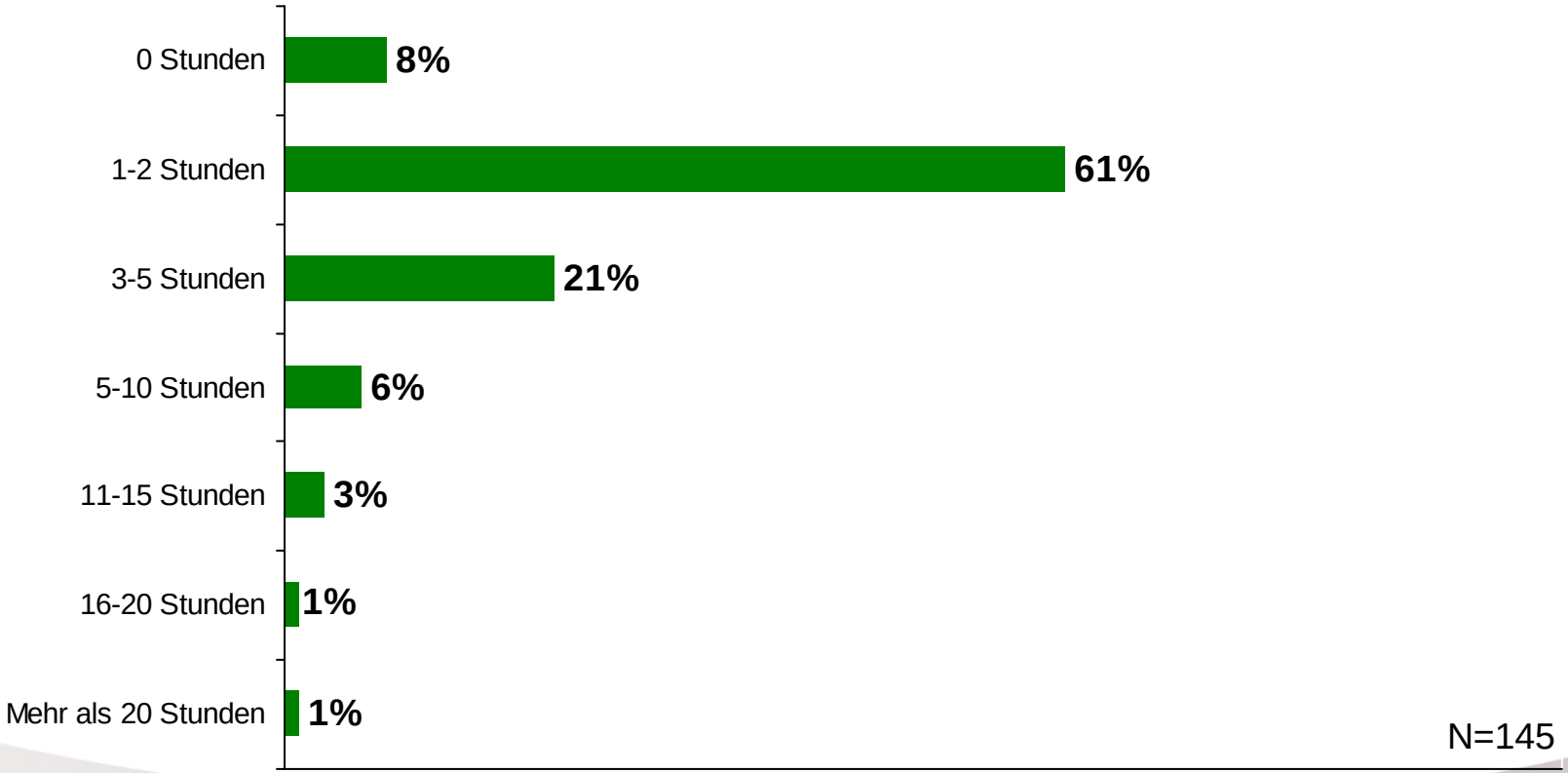
Genutzte soziale Medien

Soziale Netzwerke, Internetforen und Wikis liegen bei Nutuzung vorn.



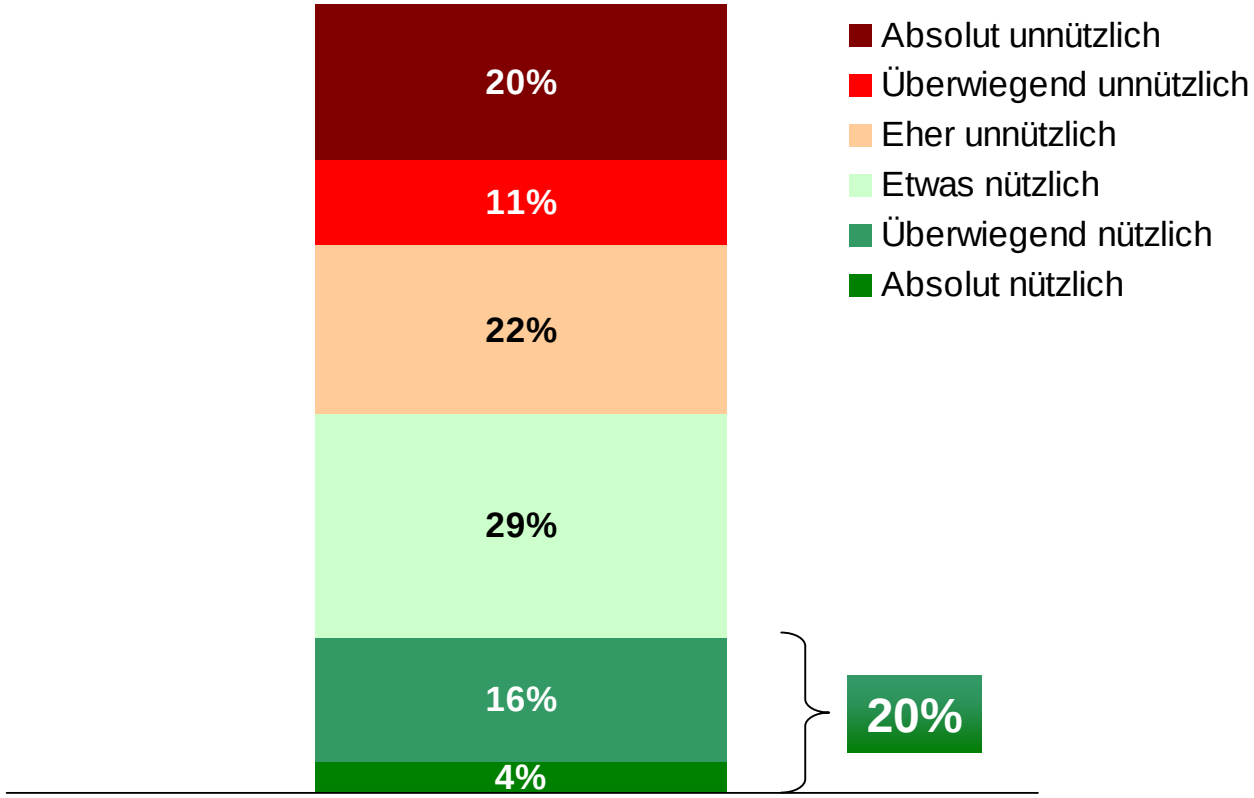
Aufgewendete Zeit (h/Woche) für Nutzung

Überwiegende Nutzzeit: 1-2 Stunden / Woche.



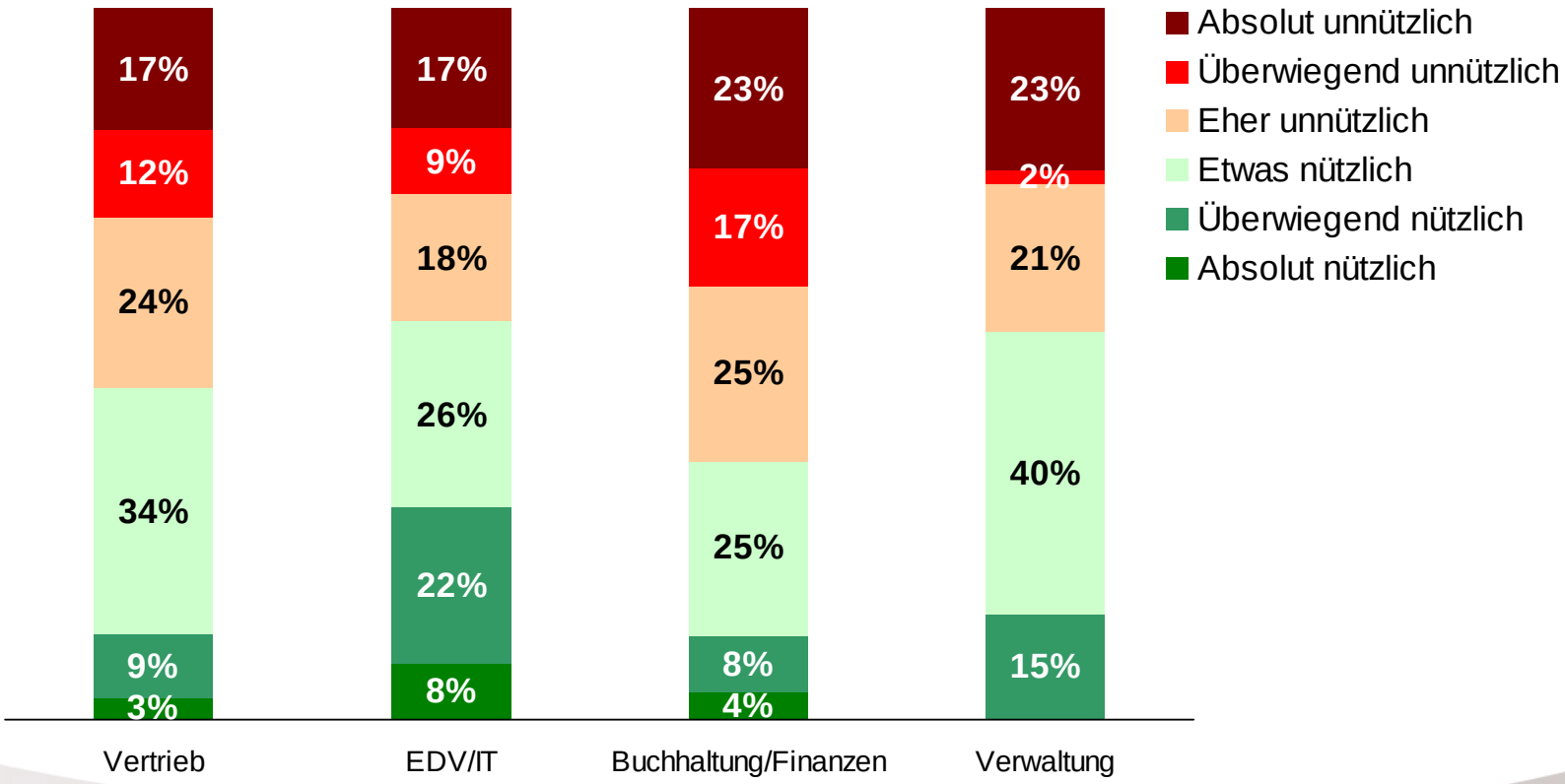
Nutzwert sozialer Medien für berufl. Tätigkeit

Eher geringer Nutzwert für berufliche Tätigkeit.



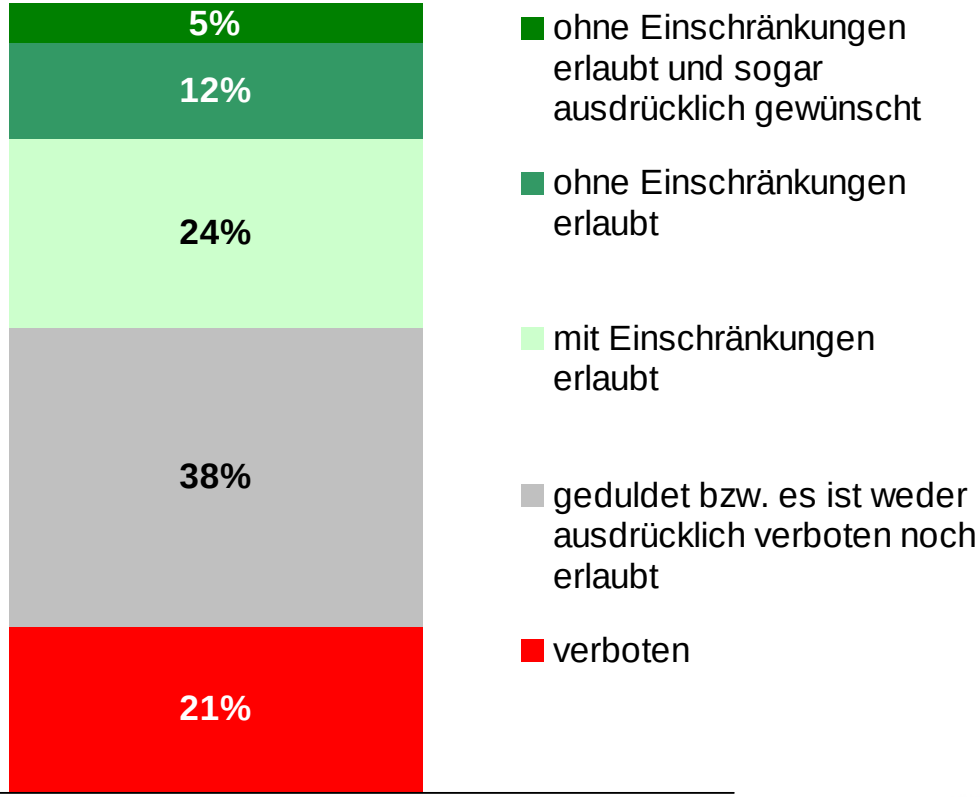
Nutzwert sozialer Medien für berufl. Tätigkeit

EDV/IT sieht den höchsten Nutzen für die berufliche Tätigkeit.



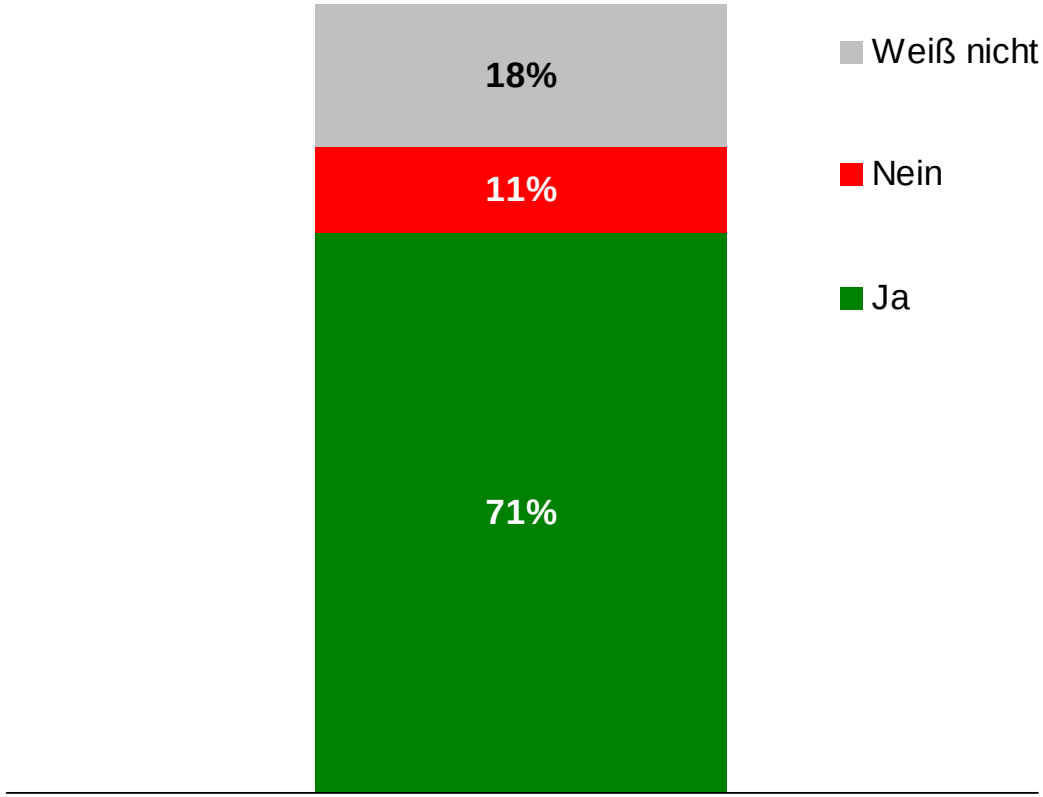
Nutzung sozialer Medien: Erlaubt oder verboten?

Bei knapp 80% der Unternehmen ist Nutzung erlaubt oder geduldet.



Nutzungsverbot: Sinnvoll?

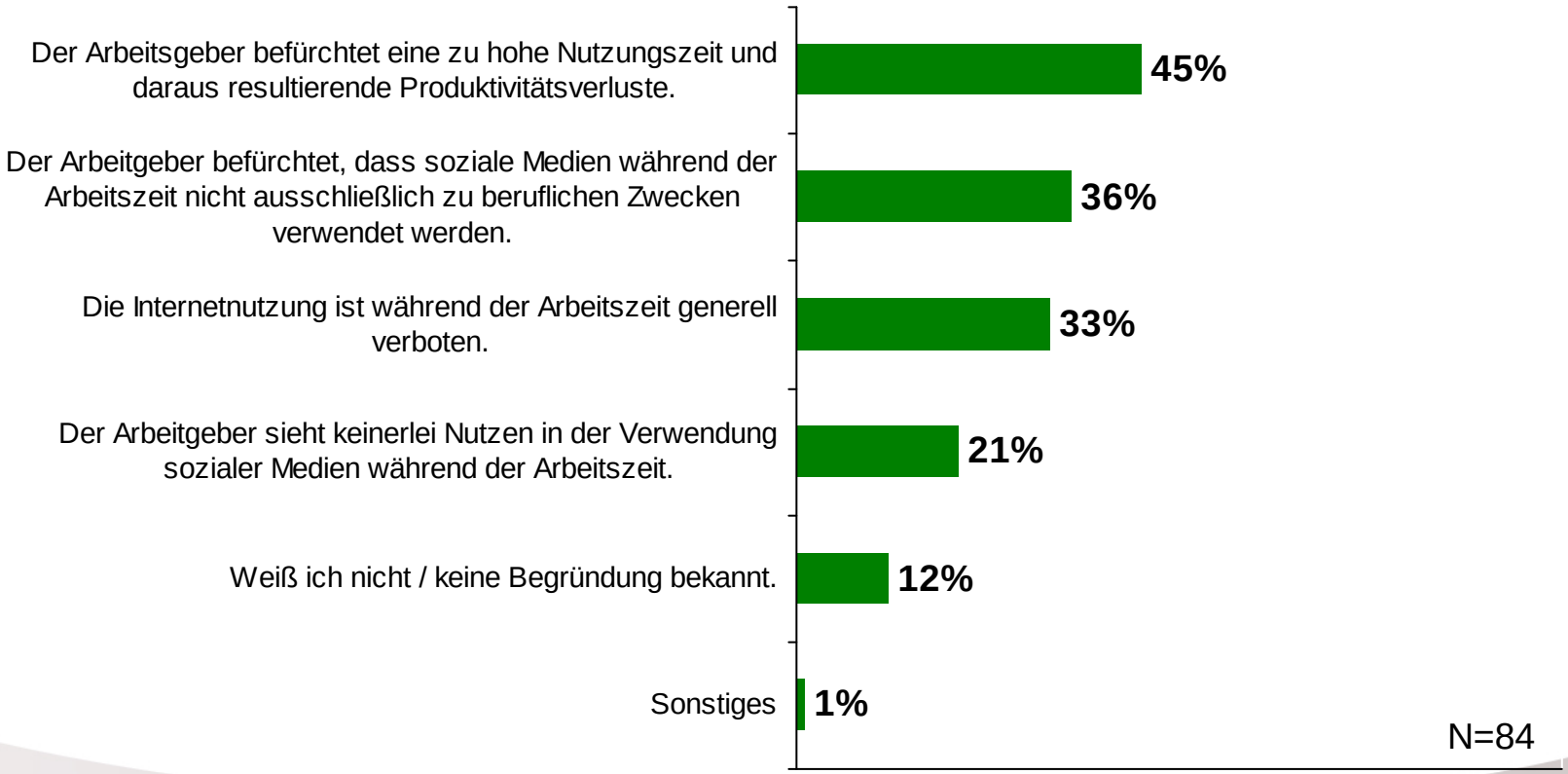
Nutzungsverbot wird von den meisten Angestellten für sinnvoll erachtet.



N=84

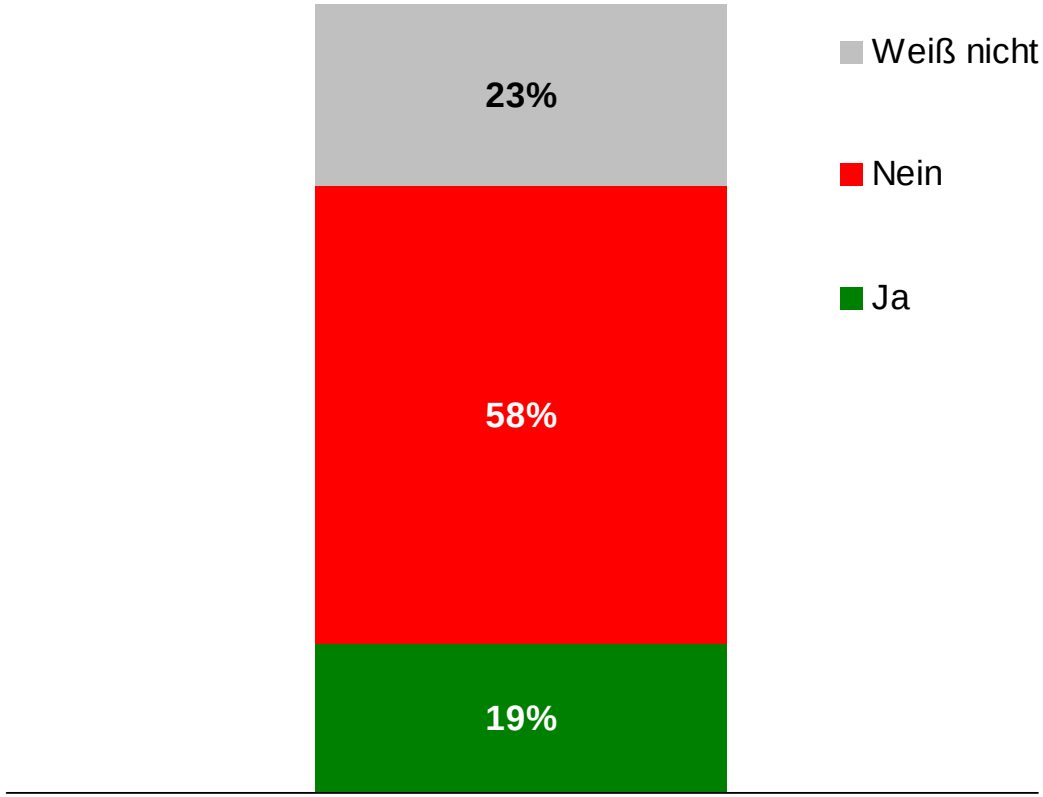
Nutzungsverbot: Begründung des Arbeitgebers

Zu hohe Nutzungszeit und private Verwendung sind Hauptgründe für Verbot.



Nutzungsverbot: Erlaubte Nutzung gewünscht?

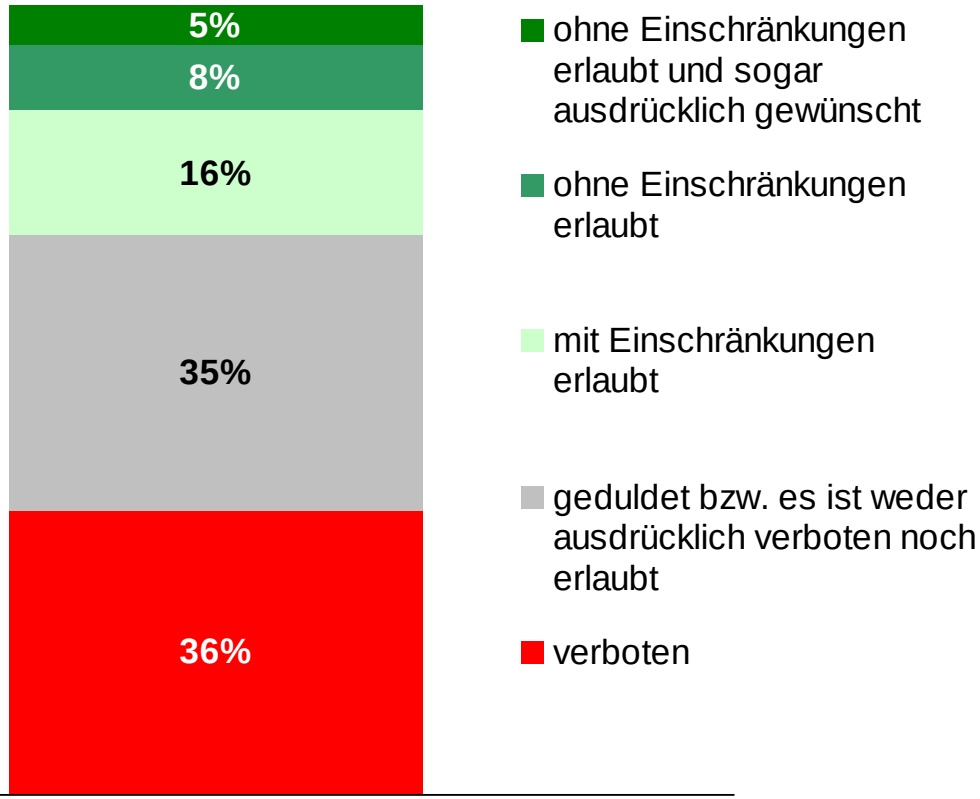
Nur 19% der Angestellten wünschen eine erlaubte Nutzung.



N=84

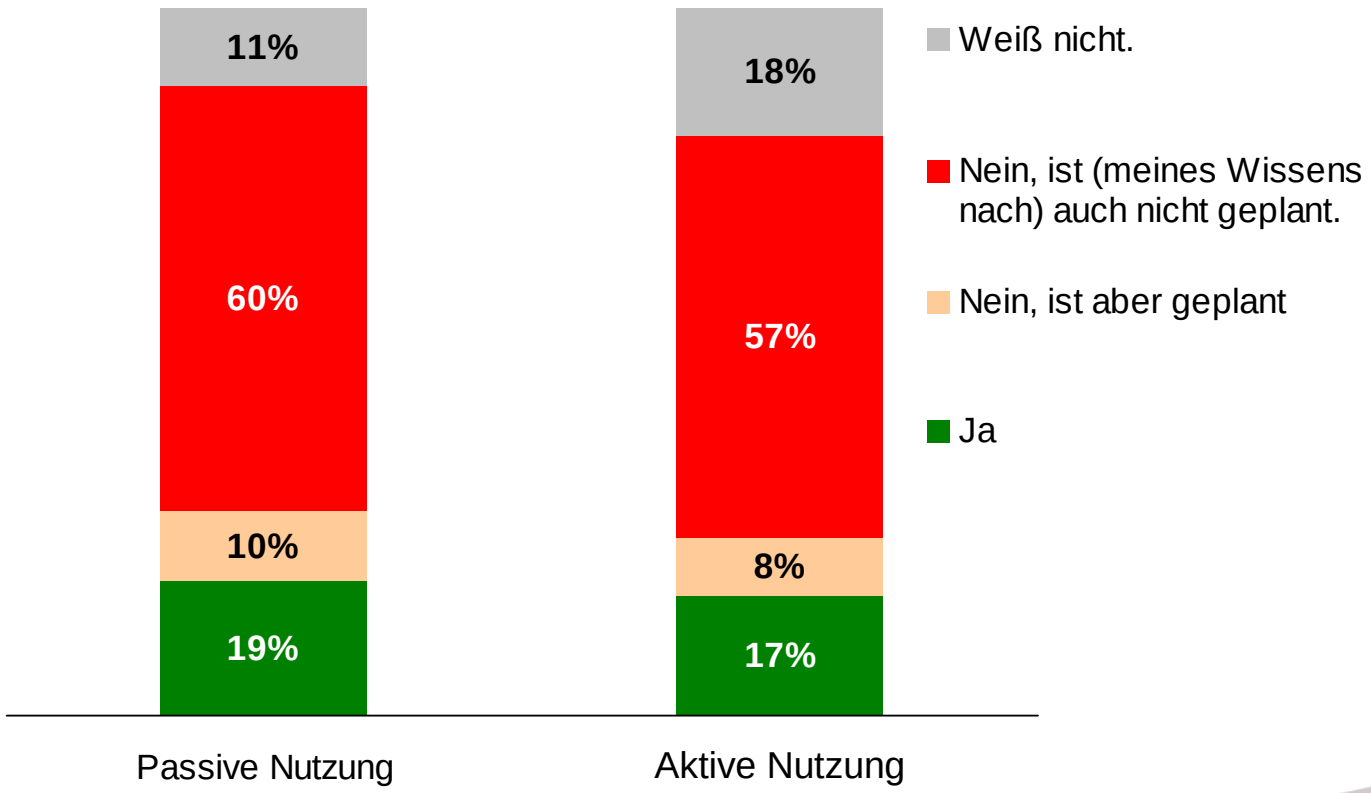
Aktive Nutzung: Erlaubt oder verboten?

Über ein Drittel der Unternehmen verbieten die aktive Nutzung.



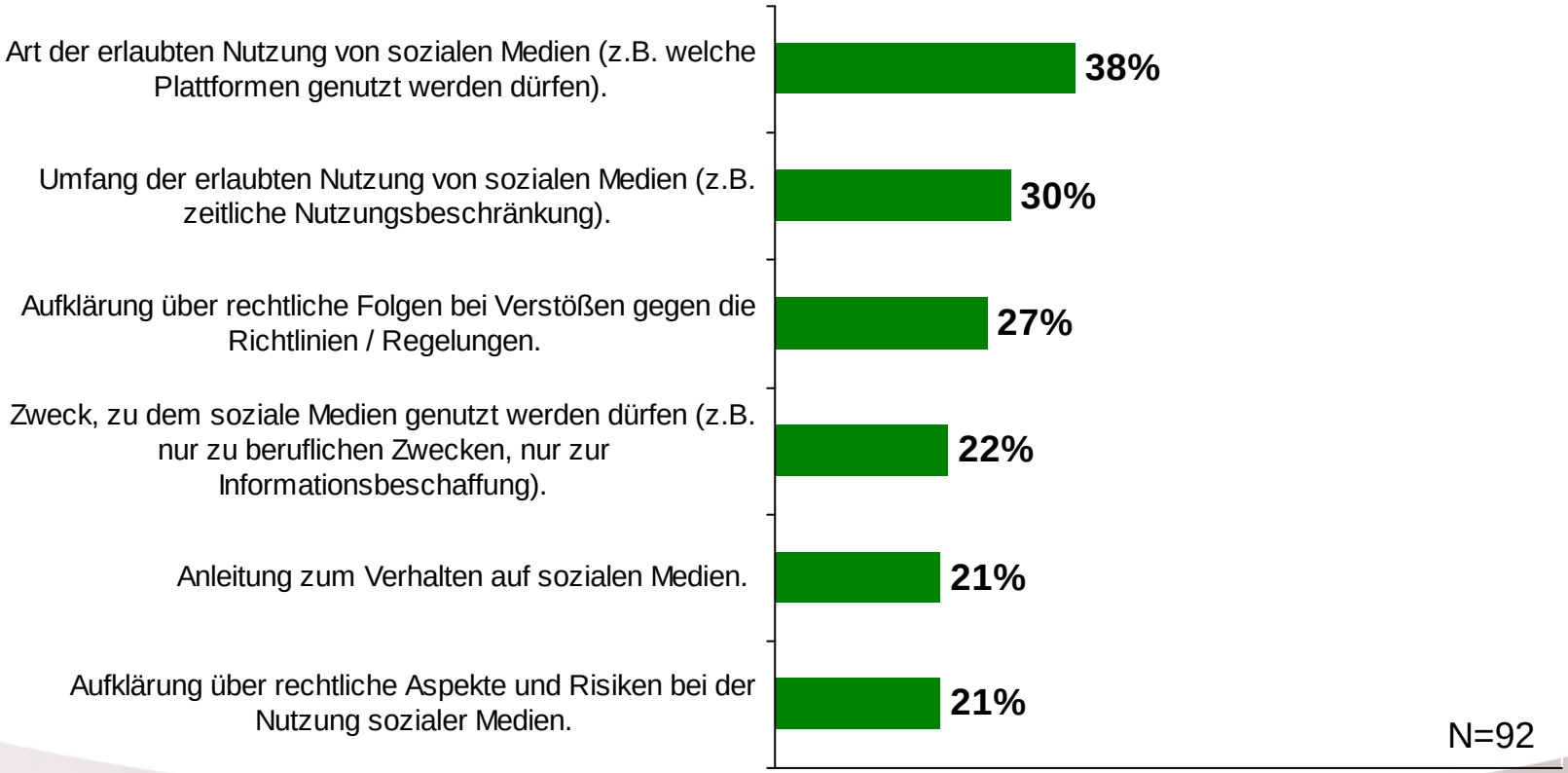
Richtlinien / vertragliche Regelung für Nutzung

Vertragliche Regelungen für Nutzung sozialer Medien nur selten vorhanden.



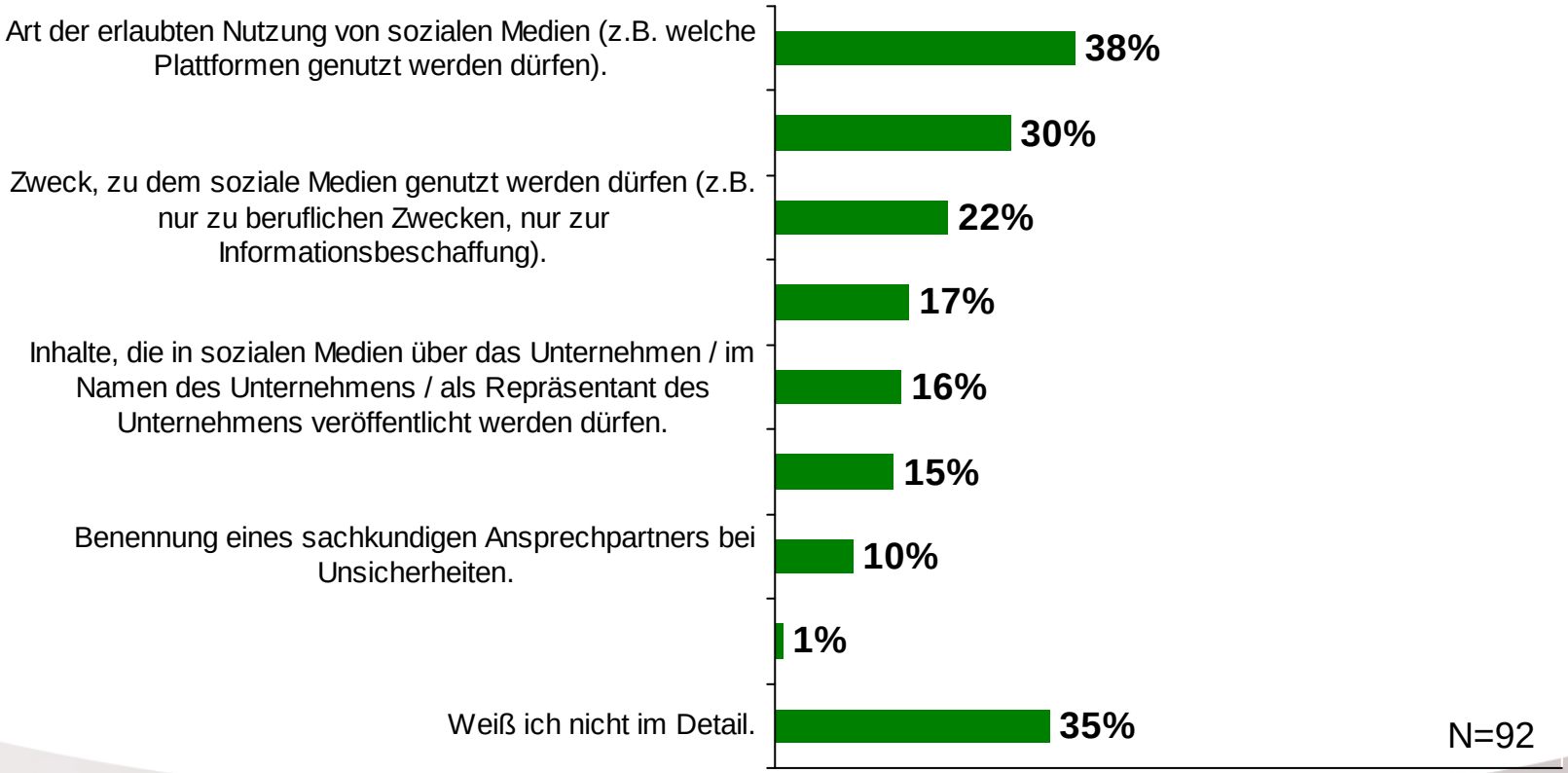
Richtlinien / vertragliche Regelungen: Details (1)

Die vertraglichen Regelungen decken wichtige Aspekte nicht umfassend ab.



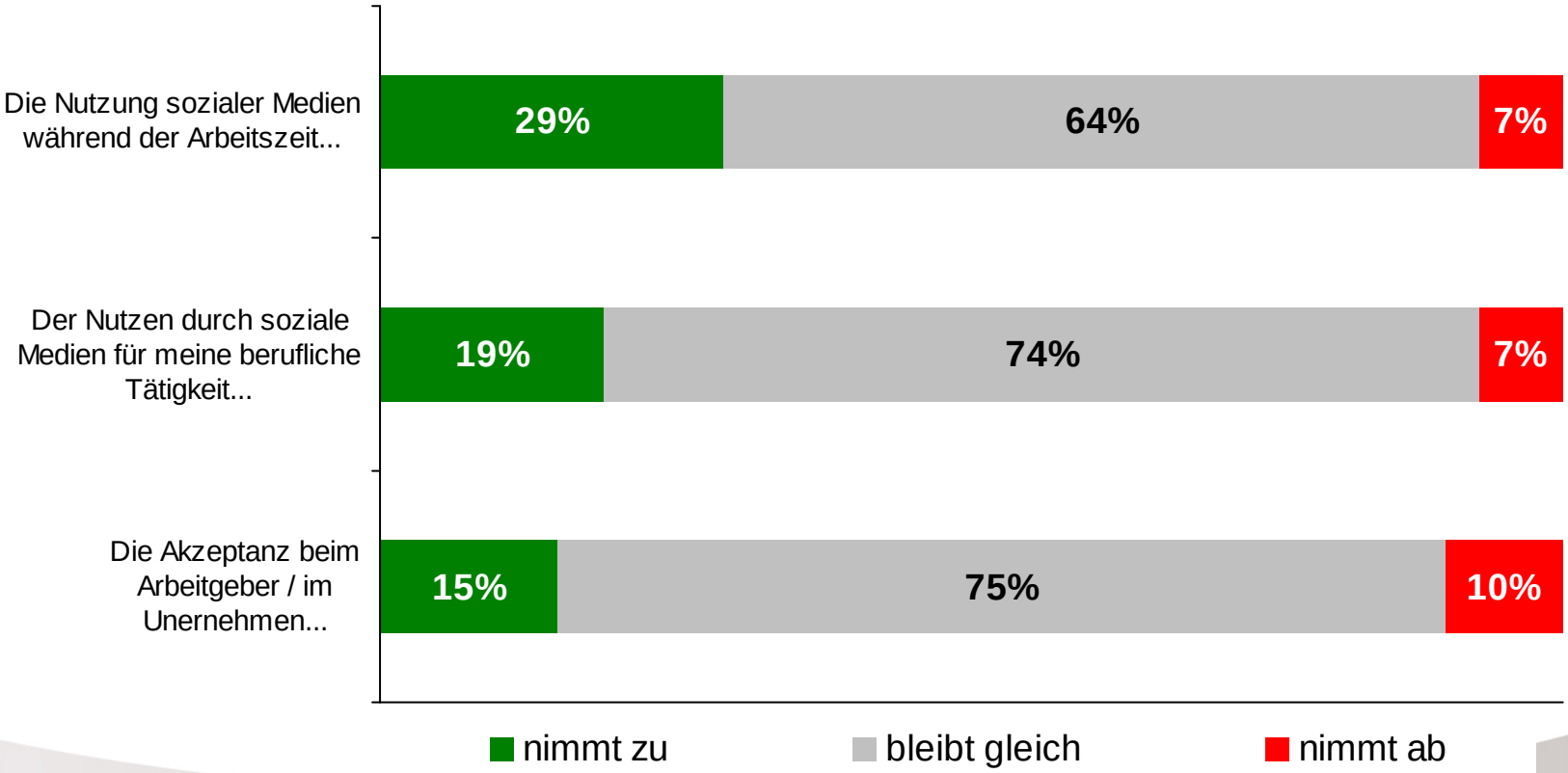
Richtlinien / vertragliche Regelungen: Details (2)

Die vertraglichen Regelungen decken wichtige Aspekte nicht umfassend ab.



Zukunft sozialer Medien

Der überwiegende Teil der Angestellten sieht zukünftig keine Änderungen.



promio.net
e-marketing & online research

Fazit (1)

Social Media Nutzung und Regulierung in Unternehmen –
Fluch oder Segen?

Führungskräfte / Personalverantwortliche:

- ✓ Hoher Anteil Nutzer sozialer Medien am Arbeitsplatz.
- ✓ Nutzung sozialer Medien wird überwiegend als Segen bewertet.
- ✓ Nur selten wird die Nutzung am Arbeitsplatz ausdrücklich verboten.
- ✓ Richtlinien / vertragliche Regelungen bisher kaum vorhanden und zumeist unvollständig.
- ✓ Aber: Ein Viertel aller Unternehmen sieht eine Notwendigkeit, die Aktivität ihrer Mitarbeiter auf sozialen Medien zukünftig zu regulieren.
- ✓ Über ein Drittel der Unternehmen glaubt, dass der Nutzen für sowohl die Mitarbeiter als auch für das Unternehmen zukünftig zunimmt und der Stellenwert des Themas bei der Unternehmensführung wächst.

promio.net
e-marketing & online research

Fazit (2)

Social Media Nutzung und Regulierung in Unternehmen –
Fluch oder Segen?

Angestellte / Mitarbeiter in Unternehmen:

- ✓ Der Anteil Nutzer ist deutlich geringer als bei den Führungskräften.
- ✓ Über die Hälfte der Angestellten findet soziale Medien nicht nützlich für die berufliche Tätigkeit.
- ✓ Die Mehrheit der Angestellten glaubt, dass der Nutzen für die berufliche Tätigkeit zukünftig nicht zunehmen wird.
- ✓ Auferlegte Einschränkungen bei der Nutzung werden weitestgehend akzeptiert.

promio.net
e-marketing & online research

Diskussion

promio.net
e-marketing & online research

http://b2b.promio.net

Sebrus Berchtenbreiter
Geschäftsführung
tel. +49 228 2807710
email. s.berchtenbreiter@promio.net

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit