

24/2015

Lohnt sich die Nutzung sozialer Medien im Berufsleben?

Können soziale Medien erfolgreich im Arbeitsleben eingesetzt werden? Berufliche Netzwerke wie LinkedIn versprechen ihren Nutzern, durch „Zugang zu Personen, Stellen, News, Updates und Insider-Informationen [...] im Beruf erfolgreich zu bleiben“. Aber ist dies wirklich der Fall? Und haben andere soziale Medien dieselben informationellen Vorteile? Prof. Dr. Sonja Utz (Leibniz-Institut für Wissensmedien, IWM Tübingen) hat herausgefunden, dass insbesondere Nutzer beruflicher Netzwerke wie LinkedIn von höheren informationellen Vorteilen berichten als Nicht-Nutzer. Darüber hinaus ist die Art der Nutzung von den jeweiligen Social-Media-Plattformen von Bedeutung.

Tübingen, 7. Dezember 2015 Prof. Dr. Sonja Utz erforschte, ob Nutzer sozialer Medien (LinkedIn, Twitter, Facebook) berufliche Vorteile aus der Verwendung sozialer Medien ziehen können. Als berufliche informationelle Vorteile werden das rechtzeitige Erhalten von relevanten Informationen und Hinweise auf Karrieremöglichkeiten vom eigenen Netzwerk definiert – wichtige Anzeichen für Karriereerfolg.

Es wurde eine Umfrage unter einer repräsentativen Auswahl von niederländischen Online-Nutzern durchgeführt. Von den 1959 Berufstätigen nutzen 76% Facebook oder ein anderes soziales Netzwerk für private Zwecke, 32% nutzen LinkedIn oder ein anderes berufliches Netzwerk und 18% nutzen Twitter oder einen anderen Mikroblogging-Dienst.

Die Ergebnisse der Studie, welche neulich in der Fachzeitschrift *New Media & Society* erschien, zeigt deutliche Plattform-Effekte auf: LinkedIn-Nutzer berichteten von erheblich höheren beruflichen informationellen Vorteilen als Nicht-Nutzer. Das gleiche Ergebnis, wenn auch weniger stark ausgeprägt, wurde bei Nutzern von Twitter gefunden, während Facebook-Nutzer von geringeren informationellen Vorteilen als Nicht-Nutzer berichteten.

Nur ein Profil zu haben reicht allerdings nicht. Für alle drei Arten von Social-Media-Plattformen wurden die beruflichen informationellen Vorteile vorhergesagt durch die Häufigkeit der beruflich relevanten Posts und durch strategisches Netzwerken, z. B. das Hinzufügen von potentiell wichtigen Kontakten. Daraus folgt, dass sowohl der Inhalt als auch die Gestaltung von Online-Netzwerken von Bedeutung sind. Regelmäßiges Lesen von fremden Posts war nur bei LinkedIn wichtig. „Berufliche Netzwerke wie LinkedIn oder Xing sind explizit auf berufliche Zwecke ausgelegt. Der Großteil der Kommunikation dort ist arbeitsbezogen, deshalb ist die Chance größer als bei Facebook, relevante Informationen zu erhalten“, so Prof. Dr. Sonja Utz. Zusätzlich ist es wichtig, mit wem die Nutzer reden. Berufliche Netzwerke vereinfachen es, mit engen Freunden und Kollegen in Kontakt zu bleiben (sogenannte strong ties), aber auch mit ehemaligen Bekannten oder Menschen, die man nur einmal getroffen hat (sogenannte weak ties). Die Studie zeigt, dass die Anzahl an strong ties und weak ties bei LinkedIn informationelle Vorteile voraussagten. Die Ergebnisse sind damit im Einklang mit zwei Forschungstraditionen: Soziologischen Theorien, welche die Bedeutung von weak ties betonen, und Arbeiten in Organisationen, die zeigten, dass Leute es vorziehen, sich an ihre strong ties zu wenden, da sie diesen mehr vertrauen. Insgesamt zeigt die Studie, dass das Nutzen von sozialen Medien berufliche informationelle Vorteile hat. Dennoch sollten Nutzer dem Rat folgen: Eher berufliche Netzwerke als Facebook nutzen, über die Arbeit sprechen und Kontakte strategisch auswählen!

Die Studie ist Teil des ERC-Starting Grant Projektes ReDefTie (Redefining tie strength – how social media (can) help us to get non-redundant useful information and emotional support). Die Forscher untersuchen die Auswirkungen der Nutzung sozialer Medien. Basierend auf den Resultaten werden Empfehlungen zur Nutzung sozialer Medien für bestimmte Zwecke abgeleitet.

Link zur Studie (open access):

<http://nms.sagepub.com/content/early/2015/10/15/1461444815604143>

Kontakt:

Prof. Dr. Sonja Utz, Leibniz-Institut für Wissensmedien, Schleichstraße 6, 72076 Tübingen. Tel.: 07071/ 979-308, E-Mail: s.utz@iwm-tuebingen.de

Das Leibniz-Institut für Wissensmedien

Das Leibniz-Institut für Wissensmedien (IWM) in Tübingen erforscht das Lehren und Lernen mit digitalen Technologien. Rund 80 Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler aus Kognitions-, Verhaltens- und Sozialwissenschaften arbeiten multidisziplinär an Forschungsfragen zum individuellen und kooperativen Wissenserwerb in medialen Umgebungen. Seit 2009 unterhält das IWM gemeinsam mit der Universität Tübingen Deutschlands ersten Leibniz-WissenschaftsCampus zum Thema „Bildung in Informationsumwelten“. Internetadresse: www.iwm-tuebingen.de.

Kontakt & weitere Informationen zum Leibniz-Institut für Wissensmedien

Dr. Evamarie Blattner, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Leibniz-Institut für Wissensmedien, Schleichstraße 6, 72076 Tübingen.
Tel.: 07071/ 979-222, E-Mail: presse@iwm-tuebingen.de

Die Leibniz-Gemeinschaft

Die Leibniz-Gemeinschaft verbindet 89 selbständige Forschungseinrichtungen. Deren Ausrichtung reicht von den Natur-, Ingenieur- und Umweltwissenschaften über die Wirtschafts-, Raum- und Sozialwissenschaften bis zu den Geisteswissenschaften. Leibniz-Institute bearbeiten gesellschaftlich, ökonomisch und ökologisch relevante Fragestellungen. Sie betreiben erkenntnis- und anwendungsorientierte Grundlagenforschung. Sie unterhalten wissenschaftliche Infrastrukturen und bieten forschungsbasierte Dienstleistungen an. Die Leibniz-Gemeinschaft setzt Schwerpunkte im Wissenstransfer in Richtung Politik, Wissenschaft, Wirtschaft und Öffentlichkeit. Leibniz-Institute pflegen intensive Kooperationen mit den Hochschulen u.a. in Form der WissenschaftsCampi, mit der Industrie und anderen Partnern im In- und Ausland. Sie unterliegen einem maßstabsetzenden transparenten und unabhängigen Begutachtungsverfahren. Aufgrund ihrer gesamtstaatlichen Bedeutung fördern Bund und Länder die Institute der Leibniz-Gemeinschaft gemeinsam. Die Leibniz-Institute beschäftigen rund 18.100 Personen, darunter 9.200 Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler. Der Gesamtetat der Institute liegt bei 1,64 Milliarden Euro.

www.leibniz-gemeinschaft.de