

# **SOCIALE MEDIER**

## **Facebook, twitter og LinkedIn**



**Lederes holdning til og brug af sociale medier.**

**Juni 2010**

|   |   |
|---|---|
| <i>Resumé</i> .....   | 1 |
| <i>Lederne aktive på sociale medier</i> .....                                   | 2 |
| <i>Begrænset aktivitet i arbejdstiden</i> .....                                 | 3 |
| <i>Sociale medier til sociale formål</i> .....                                  | 3 |
| <i>Tidsrøver og underholdning</i> .....   | 4 |
| <i>Splittelse om medarbejdernes brug af sociale medier i arbejdstiden</i> ..... | 4 |
| <i>Om undersøgelsen</i> .....   | 5 |

## **Resumé**

Lederne har undersøgt lederes brug af og holdninger til sociale medier, som eksempelvis Facebook, Twitter og LinkedIn. Undersøgelsen viser, at lederne bruger de sociale medier, således har 65 procent af lederne en profil på et eller flere sociale medier. Lederne er dog i ringe grad aktive på de sociale medier i arbejdstiden, ligesom de primært bruger de sociale medier til sociale formål.

Rigtig mange lederne er venner med deres medarbejdere og kolleger, således accepterer knap syv ud af ti ledere venneanmodninger fra medarbejdere og kolleger.

Lederne er splittede, når det kommer til medarbejdernes brug af sociale medier i arbejdstiden. Her svarer 48 procent, at medarbejderne gerne må bruge de sociale medier, og 52 procent svarer nej til dette.

Hver femte leder arbejder på en virksomhed, hvor der er formuleret etiske retningslinjer for medarbejdernes brug af de sociale medier, og 19 procent af lederne har været i en situation, hvor de har været nødt til at sætte grænser for og føre kontrol med medarbejdernes brug af sociale medier i arbejdstiden.

I undersøgelsen er der spurgt til ledernes generelle brug af sociale medier, som eksempelvis Facebook, Twitter og LinkedIn. Derfor kan man på baggrund af resultaterne ikke konkludere noget om ledernes brug af et specifikt medie, som fx Facebook.

### Lederne aktive på sociale medier

Undersøgelsen viser, at 65 procent af lederne har en profil på sociale medier. Det kan være både på Facebook, Twitter, LinkedIn og/eller andre sociale medier. Når medarbejdere eller kolleger i virksomheden anmoder lederen om venskab accepterer knap 7 ud af 10 ledere venskabet, hvorimod en tredjedel afviser venneanmodningen.

### Har du en profil på sociale medier eksempelvis Facebook, LinkedIn, Twitter?

|                   | Pct.         |
|-------------------|--------------|
| Ja                | 65 %         |
| Nej               | 35 %         |
| <b>Svar i alt</b> | <b>100 %</b> |

### Hvad gør du, når du modtager "venneanmodninger" fra dine medarbejdere og kolleger?

|                   | Pct.         |
|-------------------|--------------|
| Afviser dem       | 32 %         |
| Accepterer dem    | 68 %         |
| <b>Svar i alt</b> | <b>100 %</b> |

### Begrænset aktivitet i arbejdstiden

Det er ikke i arbejdstiden, at lederne benytter de sociale medier, således svarer 32 procent, at de slet ikke er og 44 procent, at de i ringe grad er aktive på de sociale medier i arbejdstiden. Kun fem procent er aktive i meget høj grad eller i høj grad i arbejdstiden.

### I hvilken grad er du aktiv på sociale medier eksempelvis Facebook, LinkedIn, Twitter i din arbejdstid?

|                   | Pct.         |
|-------------------|--------------|
| I meget høj grad  | 1 %          |
| I høj grad        | 4 %          |
| I nogen grad      | 19 %         |
| I ringe grad      | 44 %         |
| Slet ikke         | 32 %         |
| <b>Svar i alt</b> | <b>100 %</b> |

### Sociale medier til sociale formål

Knap syv ud af 10 ledere bruger primært de sociale medier til at vedligeholde social kontakt med venner og familie dvs. i en ikke arbejdsmæssig sammenhæng. Dog er der 40 procent af lederne, der holder kontakt med andre ledere og 50 procent, der søger personer til deres netværk via sociale medier

Otte procent af lederne siger, at de bruger de sociale medier til at søge kandidater til jobs, og 17 procent tjekker eventuelle job kandidater på de sociale medier. Samtidig siger 30 procent, at de bruger de sociale medier til at præsentere sig selv som leder og otte procent, at de selv søger job via de sociale medier.

### Hvad bruger du sociale medier, som eksempelvis Facebook, LinkedIn, Twitter til? Sæt gerne flere krydser

|   | Pct. |
|---|------|
| Præsenterer dig selv som leder                  | 30 % |
| Præsenterer dig selv som jobsøgende             | 8 %  |
| Henter viden og sparring                        | 25 % |
| Søger personer til dit netværk                  | 50 % |
| Søger kandidater til jobs                       | 8 %  |
| Tjekker eventuelle kandidater til jobs          | 17 % |
| Social kontakt med andre ledere (professionelt) | 40 % |
| Social kontakt med venner og familie (privat)   | 69 % |
| Andet, skriv venligst                           | 6 %  |

### Tidsrøver og underholdning

Halvdelen af lederne ser de sociale medier som en tidsrøver, og 46 procent betragter dem som ren underholdning. De sociale medier bidrager dog også til at vedligeholde netværk, således ser 44 procent de sociale medier som en netværksfunktion, og 29 procent ser dem som en måde at holde sig opdateret på. Meget få (fire procent) ser de sociale medier som en erstatning for telefonen.

### Hvordan kan man bedst beskrive din overordnede holdning til Facebook og andre sociale medier? Sæt gerne flere krydser

|                                    | Pct. |
|------------------------------------|------|
| Netværksfunktion                   | 44 % |
| Erstatning for telefon             | 4 %  |
| Erstatning for private mails       | 11 % |
| Ren underholdning                  | 46 % |
| God måde at holde sig opdateret på | 29 % |
| Tidsrøver                          | 50 % |
| Andet, skriv venligst:             | 7 %  |

### Splittelse om medarbejdernes brug af sociale medier i arbejdstiden

Knap halvdelen af lederne (48 procent) svarer ja til, at medarbejderne i deres virksomhed må benytte de sociale medier i arbejdstiden. 52 procent af lederne svarer nej til dette.

### Må medarbejderne i din virksomhed bruge sociale medier, eksempelvis Facebook, LinkedIn, Twitter, i arbejdstiden?

|                   | Pct.         |
|-------------------|--------------|
| Ja                | 48 %         |
| Nej               | 52 %         |
| <b>Svar i alt</b> | <b>100 %</b> |

Der er således stor forskel på, hvordan virksomhederne tackler medarbejdernes brug af sociale medier. Af de 48 procent som svarer, at medarbejderne gerne må bruge de sociale medier i arbejdstiden har 18 procent af virksomhederne formuleret etiske retningslinjer for medarbejdernes brug af de sociale medier. Ligeledes har hver femte leder været i situationer, hvor de har følt det nødvendigt at sætte grænser for eller føre kontrol med medarbejdernes brug af sociale medier i arbejdstiden.

**Har din virksomhed formuleret etiske retningslinjer for medarbejdernes brug af sociale medier, eksempelvis Facebook, LinkedIn, Twitter?**

|                   | <b>Pct.</b>  |
|-------------------|--------------|
| Ja                | 18 %         |
| Nej               | 82 %         |
| <b>Svar i alt</b> | <b>100 %</b> |

**Har der været tilfælde, hvor du har følt det nødvendigt at sætte grænser for eller føre kontrol med medarbejdernes brug af Facebook, LinkedIn, Twitter i arbejdstiden?**

|                   | <b>Pct.</b>  |
|-------------------|--------------|
| Ja                | 19 %         |
| Nej               | 81 %         |
| <b>Svar i alt</b> | <b>100 %</b> |

**Om undersøgelsen**

Undersøgelsen er gennemført i perioden 9. – 19. april 2010 og baserer sig på svar fra 1.781 medlemmer af Ledernes spørgepanel.

Yderligere oplysninger kan fås ved henvendelse til analysekonsulent Ellen Marie Vestager, [emv@lederne.dk](mailto:emv@lederne.dk) – Telefon: 32 83 32 83.

I tabeller med procentangivelser kan det ske, at summen angives til 100 %, mens en simpel sammentælling af tallene giver 1 – 2 point højere eller lavere. Det er ikke udtryk for en fejl, men skyldes at procentangivelsen er afrundet.