

Umfragen und Stimmungsbilder zu aktuellen Themen aus Steuerpolitik, Sozialpolitik, Arbeitspolitik, Europapolitik und Management. 17. Dezember 2009

□ Führungskräfte im Web 2.0

Sparsame Nutzung, aber ausgeprägter Sinn für Datenschutz

*Bewusstsein für die Online-Reputation vorhanden,
Bereitschaft zum Handeln gering*

Führungskräfte in Deutschland nutzen die berufsbezogenen Angebote des „Web 2.0“ insbesondere die professionellen „Sozialen Netzwerke“, eher zurückhaltend. Sie haben ein realistisches Bild sowohl von deren Chancen als auch von den Risiken einer Verfügbarkeit, insbesondere in Fragen des Datenschutzes. Wenn es allerdings um die aktive Pflege des eigenen Rufes im Internet angeht („Online-Reputation“) fallen jedoch Problembewusstsein und Bereitschaft zum eigenen aktiven oder präventiven Handeln noch merklich auseinander.

Dies sind die zentralen Schlussfolgerungen einer Umfrage des Deutschen Führungskräfteverbandes ULA in Kooperation mit der Online Plattform MyImageControl.

Themen der Umfrage waren die Nutzung Sozialer Netzwerke im Internet, die aktuelle politische Diskussion um einen besseren Datenschutz für Internet-Nutzer und Arbeitnehmer sowie das Interesse an professionellen Dienstleistungen zur Pflege der eigenen Online-Reputation.

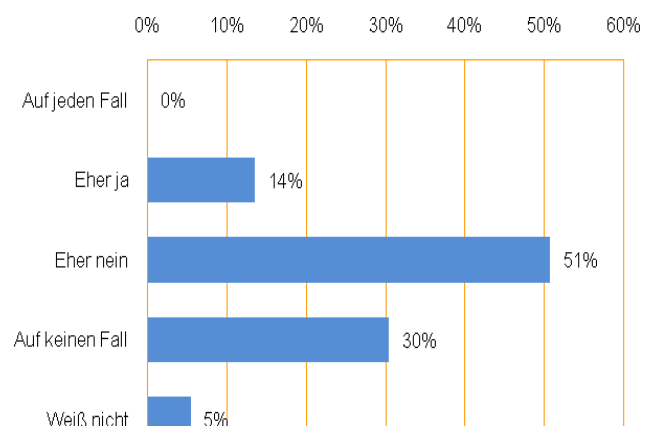
Auswertung auf Basis von 406 Teilnehmern

Befragt wurden die 1.000 Mitglieder des ULA-Panels „Manager Monitor“. An der Umfrage beteiligten sich 406 Personen.

Von Ihnen gaben 34 Prozent an, regelmäßig Soziale Netzwerke wie Xing, LinkedIn, Facebook, MeinVZ oder „Werkent-wen“ zu nutzen. Fast genau die Hälfte davon tut dies seltener als einmal pro Woche, 36 Prozent drei bis sechs Mal pro Woche, 13 Prozent täglich und nur zwei Prozent mehrmals täglich.

Bei den Antworten auf die Frage: „Glauben Sie, dass Ihre persönlichen Daten in „Sozialen Netzwerken“ ausreichend

geschützt werden?“ offenbart sich ein spürbares Maß an Skepsis.



Weit verbreitete Furcht vor Missbrauch personenbezogener Daten

Die Gefahr eines Missbrauchs der persönlichen Daten halten 25 Prozent der Befragten für „sehr hoch“ und 47 Prozent „eher hoch“ (Weitere Werte: „Eher gering“: 25 Prozent; „Sehr gering“: Ein Prozent; „Weiß nicht“: Vier Prozent) .

Die Frage, ob – was die Verfügbarkeit personenbezogener Informationen im Internet anbelangt – die bestehenden Datenschutzregelungen ausreichend seien, beantworten 53 Prozent der Befragten mit „Eher nein“ und 24 Prozent sogar mit „Auf keinen Fall“.

74 Prozent wünschen sich strengere Datenschutzregelungen im Sinne eines *strenger* geregelten Zugangs zu den Daten und höherer Anforderungen an ihre Nutzung. Nur 26 Prozent der Teilnehmer halten keine Akzentverschiebung für nötig. Nur ein einziger der 406 Umfrageteilnehmer plädierte für eine Lockerung.

Führungskräfte sehen Handlungsbedarf bei (Arbeitnehmer-) Datenschutz

Auch in Bezug auf den Arbeitnehmerdatenschutz sehen die Befragten Handlungsbedarf, wenn auch in etwas geringerem Ausmaß. Hier fällt die unterschiedliche Bewertung der „deutschen Wirtschaft“ insgesamt und des eigenen Arbeitgebers auf: Bei der Frage, ob sich die deutsche Wirtschaft auseisend um den Arbeitnehmerdatenschutz kümmere, Antworten 28 Prozent mit „Ja“, 48 Prozent mit „Nein“ und 24 Prozent mit „Weiß nicht“.

Die Bewertung des eigenen Arbeitgebers fällt Arbeitgebers (auch unter Berücksichtigung der leicht unterschiedlichen Fragestellung) besser aus:

Die Auswertung der Frage „Welche Bedeutung hat Ihrem Eindruck nach der Schutz persönlicher Daten von Arbeitnehmern in Ihrem Unternehmen?“ ergab 58 Prozent für „Hohen Stellenwert“, 36 Prozent für „Mittleren Stellenwert“ und nur sechs Prozent für „geringen Stellenwert“.

Bei der Bewertung von Einzelmaßnahmen zu Gunsten eines strengeren Arbeitnehmerdatenschutzes ergibt sich für die wichtigsten der derzeit diskutierten Regelungsinstrumente durchweg Zustimmung, die teils sehr deutlich, zum Beispiel in Fragen der Überwachung des E-Mail und Telefonverkehrs) aber nur knapp ausfällt.

Online-Reputation: trotz Problembewusstseins wenig Bereitschaft zum Handeln

Was den dritten Teil der Umfrage angeht, die Online-Reputation und ihre Pflege, erweisen sich die Befragten als problembewusst. 70 Prozent halten ihre Reputation im Internet für wichtig oder sogar sehr wichtig. Zwei Drittel glauben, dass die Bedeutung ihres Online-Images für ihre Karriere in Zukunft zunehmen wird (20 Prozent: „Auf jeden Fall“; 46 Prozent: „Eher ja“.

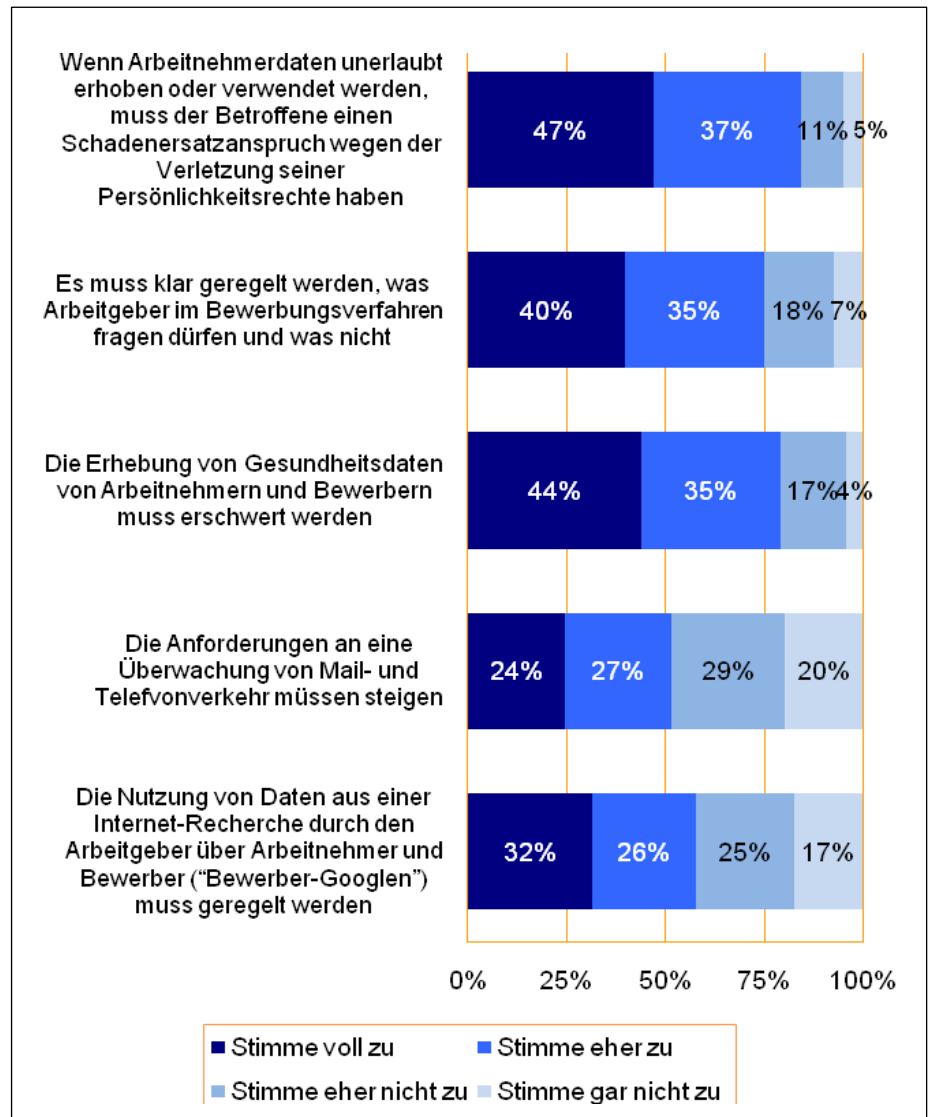
Ungeachtet dieser Erkenntnis kümmern sich aber nur 36 Prozent der Befragten aktiv um ihr Online-Image und wenden hierfür (zu 95 Prozent) nicht mehr als eine Stunde pro Woche auf. Die meisten Nennungen als Pflegemaßnahme erzielte das regelmäßige Eingeben des eigenen Namens in allgemeine Suchmaschinen oder spezielle Personensuch-

maschinen. Zwei Drittel derer, die angeben, sich aktiv um ihr Online-Image zu bemühen, halten diesen Aufwand auch für ausreichend.

Immerhin ein Drittel dieser Teilgruppe der Befragten kann sich vorstellen, hierfür einen professionellen Dienstleister, wie etwa den Kooperationspartner dieser Umfrage (MyImageControl), zu beauftragen. Ein Viertel der Befragten schließt dies aus („Auf keinen Fall“). 41 Prozent („Wahrscheinlich nein“), sieht zumindest derzeit noch keinen zwingenden Bedarf hierfür.

Fazit

Die Daten liefern wichtige Indizien für den Umgang von Führungskräften mit sozialen Netzwerken und dem Thema Datenschutz. Anspruch auf strenge Repräsentativität können sie aber nicht erheben. Dagegen spricht schon die Verzerrung bei der Auswahl der Teilnehmer (es handelt sich um Mitglieder eines Online-Panels mit Interesse an einer internetbezogenen Fragestellung).



Es wurde auch keine Altersschichtung der Umfrageteilnehmer (bis max. 65 Jahre) vorgenommen. Hier stünde zu erwarten, dass sich bei jüngeren Alterskohorten die Werte deutlich von denen der älteren Jahrgänge unterscheiden. Jüngere Führungskräfte sind in aller Regel nicht nur vertrauter mit den Online-Technologien. Außerdem ist eine gute Selbstdarstellung, auch online, in einer frühen Phase der Karriere von größerer Bedeutung als bei älteren, in der Regel schon fest etablierten Führungskräften.

Impressum

Unter www.manager-monitor.de veröffentlicht der Deutsche Führungskräfteverband sechs Mal im Jahr Umfragen zu aktuellen Themen aus den Bereichen Steuerpolitik, Sozialpolitik, Arbeitspolitik, Europapolitik und Management. Die Umfragen basieren auf einem festen Panel mit rund 1.000 berufstätigen Führungskräften aus nahezu allen Branchen der Privatwirtschaft im Alter von 30 bis 65 Jahren.

Der Deutsche Führungskräfteverband vertritt die politischen Interessen der angestellten Führungskräfte in Berlin und Brüssel.

Seine Mitgliedsverbände bieten den Führungskräften eine individuelle berufs begleitende Beratung rund um den Arbeitsvertrag. Sie bieten Raum für einen Zusammenschluss von Führungskräften auf regionaler und betrieblicher Ebene und gewährleisten so eine wirkungsvolle berufliche Interessenvertretung. Sie liefern ihren Mitgliedern aktuelle Informationen durch Broschüren, Merkblätter oder Newsletter und ihre Verbandszeitschriften. Seminare und Kooperationen mit Anbietern von für Führungskräfte besonders interessanten Dienstleistungen mit günstigen Sonderkonditionen für Mitglieder runden das Angebot der Verbände ab.

Die Verbände des ULA-Netzwerks im Überblick

www.vaa.de | www.die-fuehrungskraefte.de | www.vga-koeln.de | www.vdl.de | www.kdf-online.org | www.vbu-ev.de

Herausgeber *Deutscher Führungskräfteverband (ULA)*

Kaiserdamm 31 | 14057 Berlin

Telefon 030.30 69 63-0 | Fax 030.30 69 63-13

E-Mail info@ula.de | www.ula.de

Redaktion *Andreas Zimmermann*

Verantwortlich *Kay Uwe Berg*

Gestaltungskonzept *Nolte | Kommunikation*