



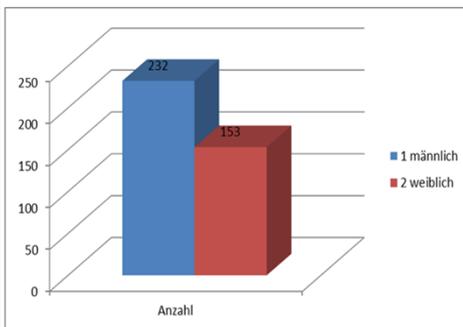
## Welche Fragestellungen wurden erfasst?

4. Wie nutzbringend schätzen Mitarbeitende verschiedene Arten der Wissensvermittlung / Wissensaneignung („traditionelle“ Kurse /Schulungen, WBTs, direkter Austausch mit Kollegen, betriebsinterne soziale Medien) in ausgewählten Bereichen der Kompetenzentwicklung ein?
5. Zusatzinformation: Wie zufrieden sind die Mitarbeitenden mit interaktiven webbasierten Trainings (falls sie damit Erfahrung haben)?

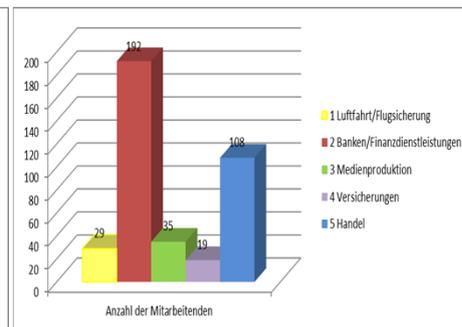


## Demographische Daten

### Geschlecht



### Branchen

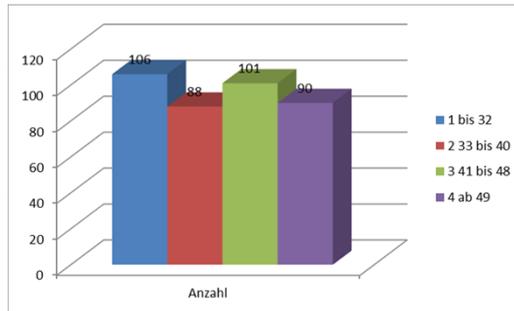


## Demographische Daten

### 4 Altersgruppen

#### Alter

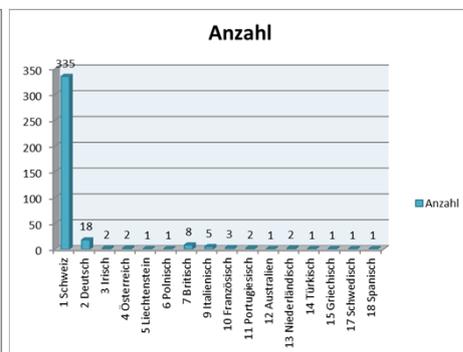
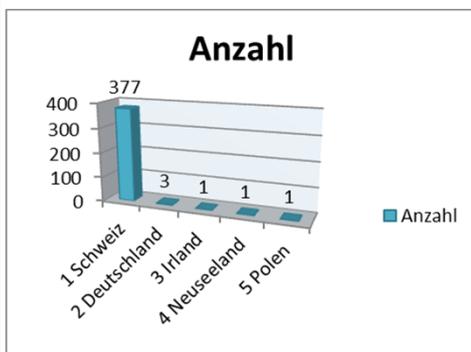
Mittelwert	40,32
Median	40,00
Standardabweichung	10,700
Minimum	16
Maximum	62
Perzentile	
25	32,00
50	40,00
75	48,00



## Demographische Daten

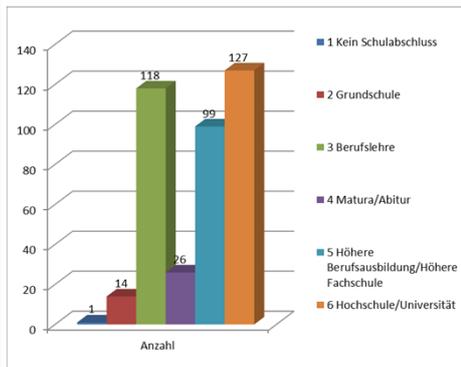
#### Wohnort

#### Nationalität

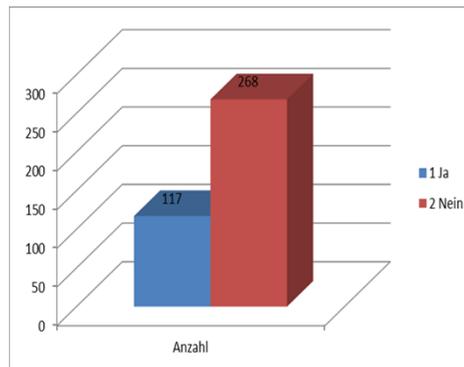


## Demographische Daten

### Schulabschluss



### Führungsfunktion

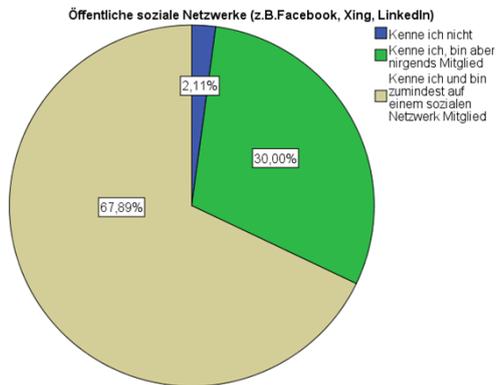


## 1. Fragestellung

Wie werden soziale Medien von den Mitarbeitenden genutzt?



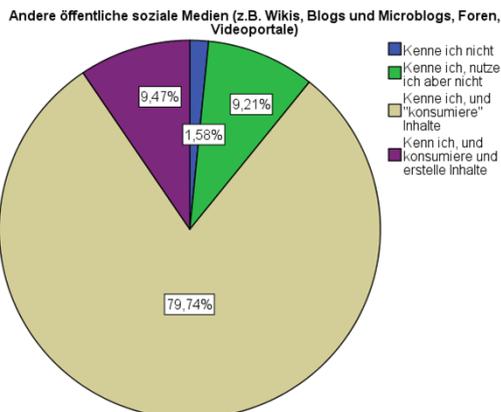
## Wie werden öffentliche soziale Netzwerke (z.B. Facebook, Xing, LinkedIn) genutzt?



- Der Grossteil der Teilnehmer kennt soziale Netzwerke und ist zumindest auf einem der Netzwerke Mitglied.
- Die Teilnehmer, die soziale Netzwerke nicht nur kennen, sondern diese auch aktiv nutzen bzw. Mitglied auf mindestens einem der Netzwerke sind, sind signifikant jünger als diejenigen, die soziale Netzwerke entweder nicht kennen oder nicht aktiv nutzen.



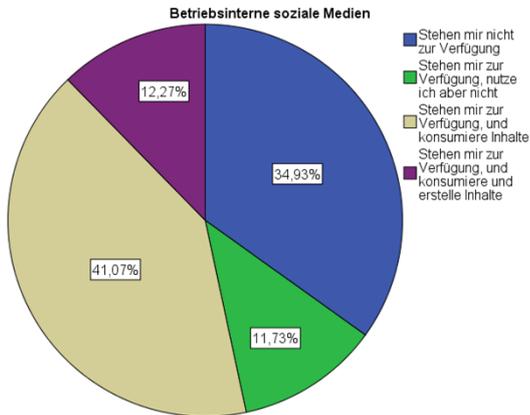
## Wie werden andere öffentliche soziale Medien (z.B. Wikis - Wikipedia, Blogs und Microblogs - Twitter, Foren, Videoportale - Youtube) genutzt?



- Der Grossteil der Teilnehmer nutzt andere öffentliche soziale Medien passiv (konsumiert Inhalte).
- Diejenigen, die soziale Medien zwar kennen, aber nicht nutzen sind signifikant älter als die Gruppe, die diese Medien aktiv (durch Konsumieren und Erstellen von Inhalten) nutzen.



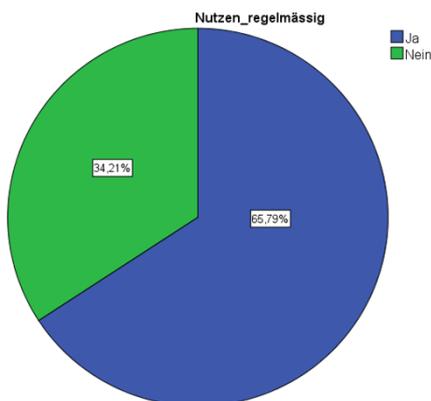
## Wie werden betriebsinterne soziale Medien genutzt?



- Die Mehrheit der Studienteilnehmer haben betriebsinterne soziale Medien zur Verfügung und nutzen diese passiv (konsumieren Inhalte).
- Zwischen den angeführten Gruppen gibt es keine signifikanten Altersunterschiede.



## Nutzen die Mitarbeitenden soziale Medien regelmässig?



- Der Grossteil der Teilnehmer nutzt soziale Medien regelmässig.
- Diejenigen, die Social Media nicht regelmässig nutzen, sind signifikant älter als diejenigen, die Social Media regelmässig nutzen.



### Beachtenswert: Wie werden soziale Medien von den Mitarbeitenden genutzt?

- Der Grossteil der Teilnehmer ist zumindest auf einem der sozialen Netzwerke Mitglied. Vor allem die jüngeren Studienteilnehmer nutzen soziale Netzwerke aktiv.
- Die meisten Studienteilnehmer kennen andere öffentliche soziale Medien (z.B. Wikis, Blogs, Foren, Videoportale) und nutzen diese passiv. Der Grossteil derjenigen, die andere soziale Medien aktiv nutzen, ist unter 40 Jahre.
- Der Grossteil der Stichprobe nutzt soziale Medien regelmässig. Die Mehrheit derjenigen, die soziale Medien regelmässig nutzen, ist unter 40 Jahre.

-> Vor allem die jüngeren Studienteilnehmer nutzen soziale Medien aktiv und regelmässig.



### 1. Fragestellung

In welchem Ausmass nutzen die Teilnehmer soziale Medien?



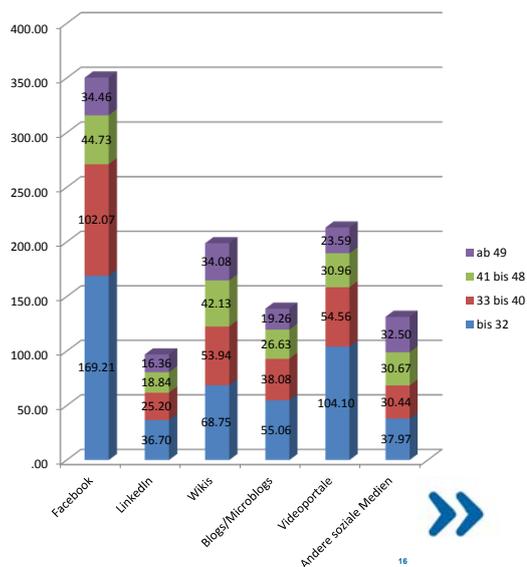
## Ergebnis

- Der Grossteil der TLN nutzt Wikis, Blogs und Microblogs, Foren, Videoportale und betriebsinterne soziale Medien bis zu 2 Stunden, darüber nimmt der Anteil der Nutzer stark ab. Ein sehr geringer Prozentsatz nutzt diese Medien jeweils über 10 Stunden.
- Bei Xing und LinkedIn gibt es niemanden, der diese Netzwerke mehr als 6 Stunden pro Woche nutzt. Auch diese Medien werden hauptsächlich bis zu 2 Stunden genutzt.
- Facebook wird von ca. 90% der Stichprobe bis zu 3 Stunden genutzt. Ein sehr geringer Prozentsatz nutzt FB über 10 Stunden pro Woche.



## Unterscheiden sich die Altersgruppen im Ausmass der Nutzung von sozialen Medien?

Die jüngeren Teilnehmer verbringen signifikant mehr Zeit mit der Nutzung der angeführten Social Media. Die älteren Teilnehmer verbringen signifikant weniger Zeit auf diesen Social Media-Plattformen.

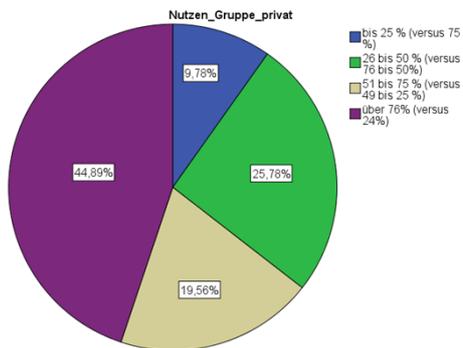


## 1. Fragestellung

Für welchen Zweck nutzen die Teilnehmenden Social Media?



Von der ganzen Zeit, in der Sie soziale Medien nutzen, wieviel Prozent davon nutzen Sie sie für private (versus geschäftliche) Zwecke?

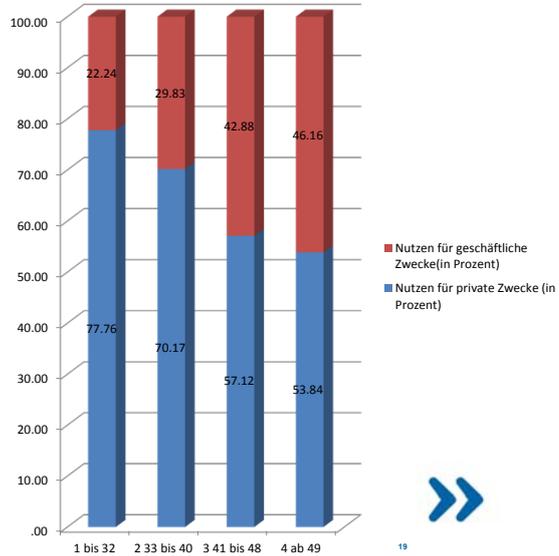


- Der Grossteil der Stichprobe (64,65%, rosa und beiger Bereich) nutzt soziale Medien vorwiegend (zu über 50%) zu privaten Zwecken.
- Nur 9,78% der Teilnehmer nutzt soziale Medien vorwiegend (zu über 75%) für geschäftliche Zwecke.

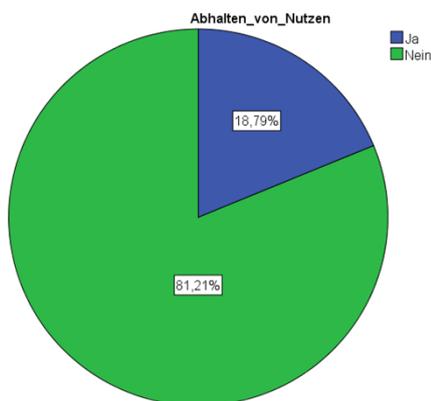


## Unterscheiden sich die Altersgruppen darin, zu welchem Zweck sie Social Media nutzen?

Die jüngere Altersgruppe (unter 32) verwendet im Vergleich mit den älteren Teilnehmern (über 41) Social Media signifikant häufiger zu privaten Zwecken, während ältere Mitarbeitende diese zu fast gleichen Teilen für private als auch für geschäftliche Zwecke verwenden.



## Gibt es etwas, das Sie davon abhalten würde, soziale Medien zu Lernzwecken anzuwenden?



- Die Mehrheit der Studienteilnehmer gibt an, dass es nichts gibt, das sie von der Nutzung von Social Media zu Lernzwecken abhalten würde.
- Personen unterschiedlichen Alters unterscheiden sich nicht signifikant darin, ob sie sich von der Nutzung von Social Media abhalten lassen würden.

## Was würde Sie davon abhalten, soziale Medien zu Lernzwecken anzuwenden?

Fehlender bzw. unzureichender Daten- und Persönlichkeitsschutz	Unzureichende bzw. fragliche Qualität der Informationen/Beiträge	Geringe Relevanz und/oder Aktualität der Beiträge	(Zeit-)Aufwand ist grösser als Nutzen	Nachteile im Vergleich zu direktem Kontakt mit Kollegen und/oder Lehrer	Geringe Benutzerfreundlichkeit	Sonstiges
Nichtbeachtung der Privatsphäre; Keine Sicherheitseinstellungen	Wenn ich nicht wüsste, ob Inhalte tatsächlich korrekt sind, die ich unter Umständen verwenden oder weitergeben würde	Wenig relevanter Inhalt für meine Arbeit - schwieriges Auffinden des für mich relevanten Inhalts	If the technical stuff is more time consuming than the advantage of Social Media brings.	Ineffizient; zu zeitintensiv; direkter Kontakt ist viel effizienter und zielführender	Die Informationen liegen ungeordnet vor	Vermischung Privates / Geschäftliches
Mangelnde Sicherheit und Diskretion im Netz	„Mangelnde Glaubwürdigkeit, z.B. Wikipedia zitieren ist ein "No Go", da jeder reinschreiben kann"	Wenn Daten nicht aktuell oder nicht schnell zu finden sind	Ineffizient; zu zeitintensiv;	Kompliziertheit, Mehraufwand ohne viel Nutzen, direkter Austausch im Team bringt in meinem Falle mehr	Wenn das System kompliziert, unüberschaubar und nicht anwenderfreundlich gestaltet ist!	Technische Störungen
Keine Anonymität	Informationsqualität schwierig zu kontrollieren.	Umständliche Bedienung, keine relevanten Inhalte etc.	Kompliziertheit, Mehraufwand ohne viel Nutzen	Nur bedingt, direkter Kontakt zu Lehrperson ist wichtig für Dialog, Diskussion	Wenn Information ohne Priorisierung zur Verfügung gestellt würde.	Je nach Profil möchte ich keine Reputationsrisiken durch die Verwendung des Mediums eingehen.
Social Media seems to give ample opportunity to computer hackers	Mangelnde Qualität der Inhalte	Keine Quellenangabe, keine aktuellen Inhalte	Wenn Aufwand und Ertrag in einem Missverhältnis stehen		Unrelevant content, bad structure, not user friendly	

## Beachtenswert: Für welchen Zweck werden soziale Medien von den Mitarbeitenden genutzt?

- Der Grossteil der Stichprobe nutzt soziale Medien vorwiegend zu privaten Zwecken.
- Die unter 32jährigen Studienteilnehmer verwenden im Vergleich mit den älteren Teilnehmern (über 41) Social Media signifikant häufiger zu privaten Zwecken.
- Die älteren Studienteilnehmer verwenden diese zu fast gleichen Teilen für private als auch für geschäftliche Zwecke.
- Der Grossteil der Stichprobe gibt an, dass es nichts gibt, das sie von der Nutzung von Social Media zu Lernzwecken abhalten würde.
- Ein geringer Teil der Stichprobe gibt u.a. an, dass Folgendes sie von der Nutzung von Social Media abhalten würde:
  - Fehlender bzw. unzureichender Daten- und Persönlichkeitsschutz
  - Unzureichende bzw. fragliche Qualität der Informationen/Beiträge
  - Geringe Relevanz und/oder Aktualität der Beiträge
  - (Zeit-)Aufwand ist grösser als Nutzen
  - Geringe Benutzerfreundlichkeit
  - Nachteile im Vergleich zu direktem Kontakt mit Kollegen und/oder Lehrer



## 2. Fragestellung

Welche ausgewählten Eigenschaften von betriebsinternen sozialen Medien sind für Mitarbeitende wichtig, damit sie diese als Lernform am Arbeitsplatz nutzen würden?



Welche 3 der Eigenschaften müssen bei einer Einführung von sozialen Medien unbedingt berücksichtigt werden, damit Sie diese anwenden würden?

Folgende 3 Eigenschaften wurden am häufigsten genannt:

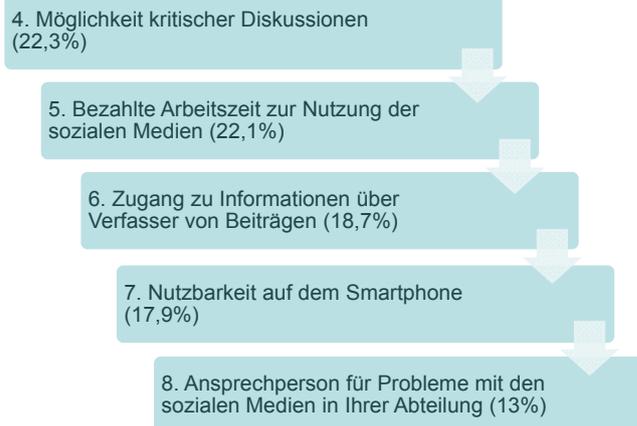
1. Schnelle Auffindbarkeit relevanter Inhalte (69,9%)

2. Aktualität der Daten (66,5%)

3. Gründliche Schulung zur Nutzung der sozialen Medien (36,1%)



### Welche 3 der Eigenschaften müssen bei einer Einführung von sozialen Medien unbedingt berücksichtigt werden, damit Sie diese anwenden würden?



### Bemerkenswert: Welche ausgewählten Eigenschaften von betriebsinternen sozialen Medien sind für Mitarbeitende wichtig, damit sie diese als Lernform am Arbeitsplatz nutzen würden?

- Für den Grossteil der Stichprobe sind die schnelle Auffindbarkeit relevanter Inhalte und die Aktualität der Daten eine Voraussetzung dafür ist, dass sie Social Media zu Lernzwecken verwenden würden.
- Zudem würde ein grosser Teil der Stichprobe eine Schulung zum Gebrauch von Social Media brauchen, damit sie diese zu Lernzwecken anwenden würden.
- Am seltensten wurde angegeben, dass eine Ansprechperson zur Verfügung stehen müsste, dass Social Media auf einem Smartphone nutzbar sein sollen und dass Information über den Autor auffindbar sein müssten.



### 3. Fragestellung

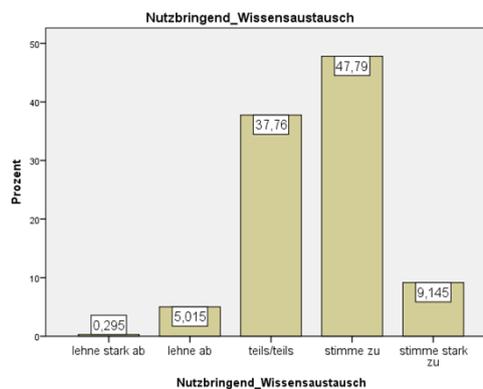
Wie gross ist das Bedürfnis nach sozialen Medien als Lernform am Arbeitsplatz?



### Fragestellung 3.1.

Werden betriebsinterne soziale Medien als nutzbringend für den Wissensaustausch und das Lernen am Arbeitsplatz eingeschätzt?

Soziale Medien wären nutzbringend für den Wissensaustausch mit Kollegen.



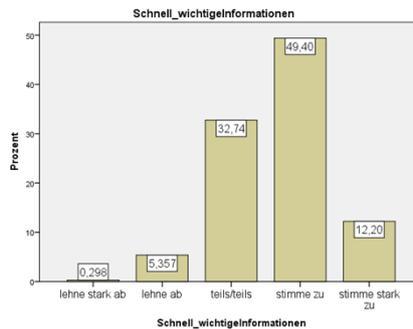
## Werden betriebsinterne soziale Medien als nutzbringend für den Wissensaustausch und das Lernen am Arbeitsplatz eingeschätzt?

Für den Erwerb von Wissen, Kenntnissen und Fertigkeiten würden mir soziale Medien einen echten Zusatznutzen bringen.



Zürcher Fachhochschule

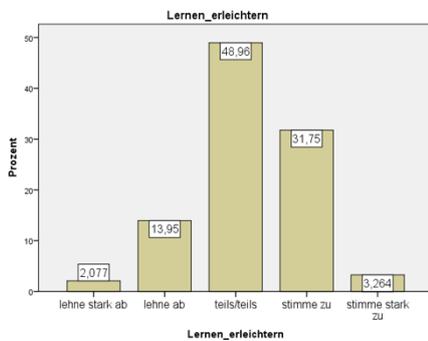
Mit sozialen Medien käme ich schneller an wichtige Informationen.



29

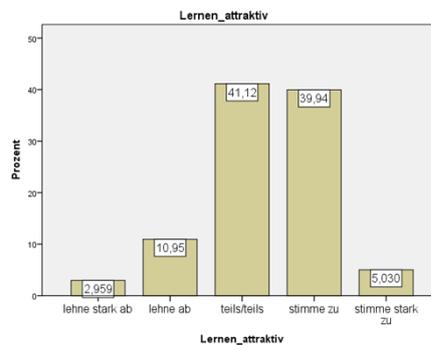
## Werden betriebsinterne soziale Medien als nutzbringend für den Wissensaustausch und das Lernen am Arbeitsplatz eingeschätzt?

Soziale Medien würden mir das Lernen erleichtern.



Zürcher Fachhochschule

Das Lernen mit sozialen Medien wäre für mich attraktiv.



30

**Beachtenswert:  
Werden betriebsinterne soziale  
Medien als nutzbringend für den  
Wissensaustausch und das Lernen  
am Arbeitsplatz eingeschätzt?**

- Der Grossteil der Studienteilnehmer stimmt zu, dass soziale Medien für den Wissensaustausch mit Kollegen nutzbringend wären.
- Im Vergleich dazu, stimmt die Mehrheit der Teilnehmer der Aussage teils/teils zu, dass soziale Medien das Lernen erleichtern würde.
- Dass das Lernen mit soziale Medien attraktiv wäre, finden ca. 40% der Stichprobe. Etwas mehr als 40% stimmen der Aussage zu, dass dies nur zu Teilen der Fall ist.



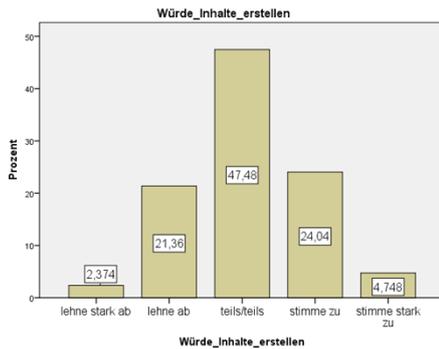
**Fragestellung 3.2.**

**Würden die  
Mitarbeitenden  
betriebsinterne soziale  
Medien für den  
Wissensaustausch und  
das Lernen am  
Arbeitsplatz nutzen?**

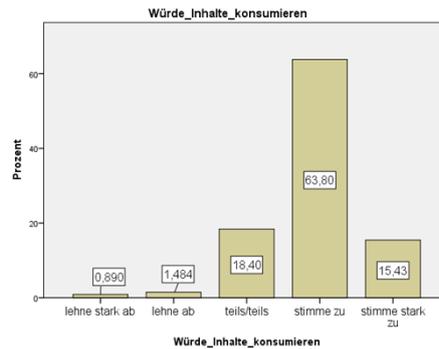


## Wenn mein Unternehmen betriebsinterne soziale Medien für den Wissensaustausch und das Lernen innerhalb des Unternehmens zur Verfügung stellen würde, ...

...würde ich eigene Inhalte erstellen



...würde ich Inhalte darin «konsumieren»



## Beachtenswert: Würden die Mitarbeitenden betriebsinterne soziale Medien für den Wissensaustausch und das Lernen am Arbeitsplatz nutzen?

- Der Grossteil der Studienteilnehmer gibt an, dass sie soziale Medien passiv nutzen würden (durch Konsumieren der Inhalte).
- Hingegen gibt ein geringerer Teil der Stichprobe an, dass sie soziale Medien aktiv nutzen würden (durch Konsumieren und Erstellen der Inhalte).



## 4. Fragestellung

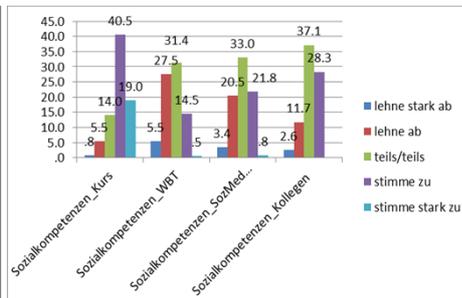
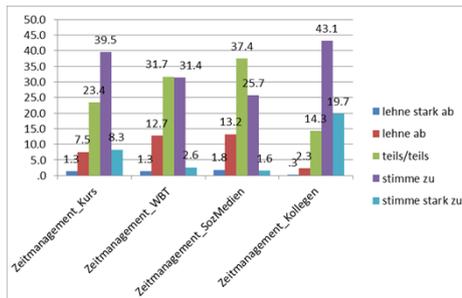
Wie nutzbringend schätzen Mitarbeitende verschiedene Arten der Wissensvermittlung in ausgewählten Bereichen der Kompetenzentwicklung ein?



Wie nutzbringend sind die 4 verschiedenen Arten der Wissensvermittlung zur Verbesserung folgender Kompetenzen?

### Zeitmanagement

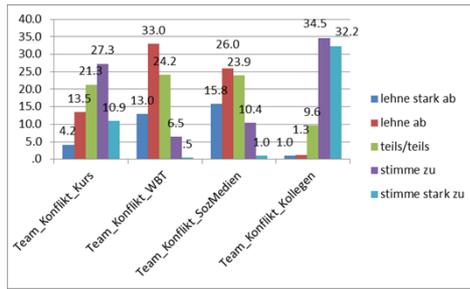
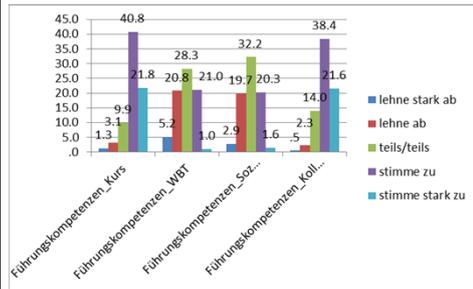
### Sozialkompetenzen



## Wie nutzbringend sind die 4 verschiedenen Arten der Wissensvermittlung zur Verbesserung folgender Kompetenzen?

### Führungskompetenzen

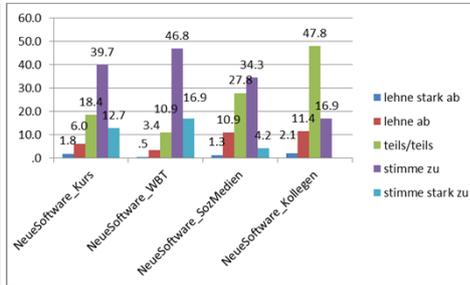
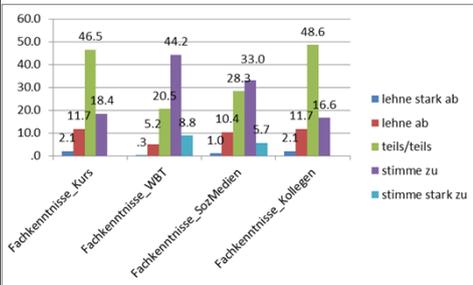
### Konfliktmanagement



## Wie nutzbringend sind die 4 verschiedenen Arten der Wissensvermittlung zur Verbesserung folgender Kompetenzen?

### Fachkenntnisse

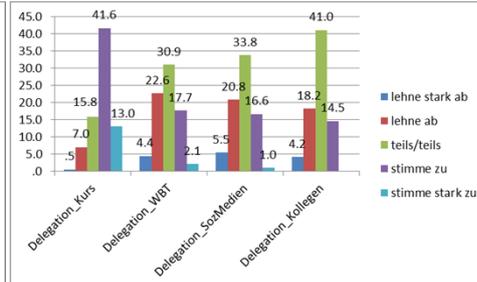
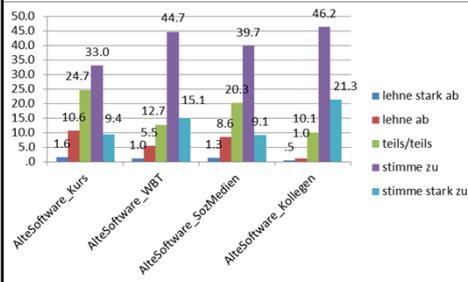
### Neue Software



## Wie nutzbringend sind die 4 verschiedenen Arten der Wissensvermittlung zur Verbesserung folgender Kompetenzen?

### Alte Software

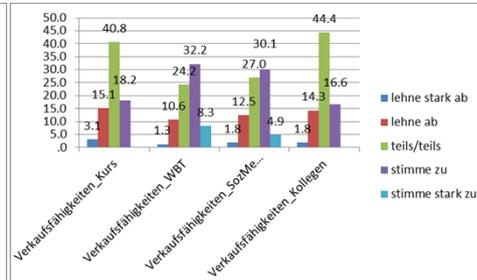
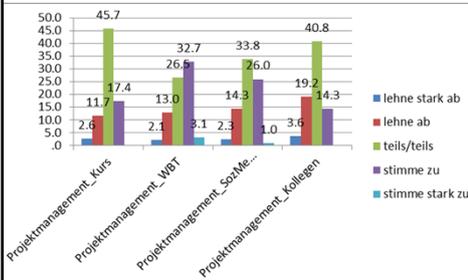
### Delegation



## Wie nutzbringend sind die 4 verschiedenen Arten der Wissensvermittlung zur Verbesserung folgender Kompetenzen?

### Projektmanagement

### Verkaufsfähigkeiten



### **Beachtenswert: Wie nutzbringend schätzen Mitarbeitende verschiedene Arten der Wissensvermittlung in ausgewählten Bereichen der Kompetenzentwicklung ein?**

- Der Einsatz von Social Media wird v.a. bei der Verbesserung eigener Fachkenntnisse, eigener Verkaufsfähigkeiten und bei der Verbesserung von Kenntnissen im Umgang mit (neuer und bereits bekannter) Software als am nützlichsten eingestuft.
- Bei der Verbesserung von anderen Kompetenzen (v.a. Führungskompetenzen, Sozialkompetenzen, Konfliktmanagement, Delegation von Aufgaben) werden diese auch teilweise als nicht nützlich eingestuft.

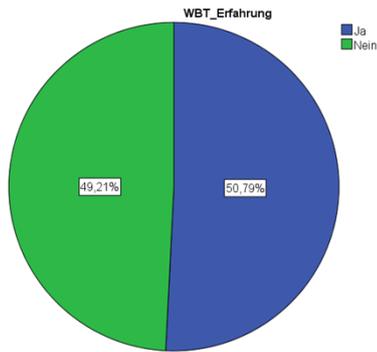


### **5. Fragestellung**

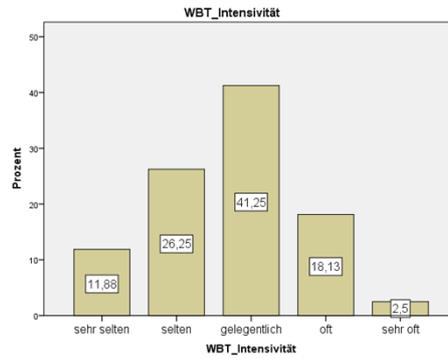
**Wie zufrieden sind die Mitarbeitenden mit interaktiven webbasierten Trainings?**



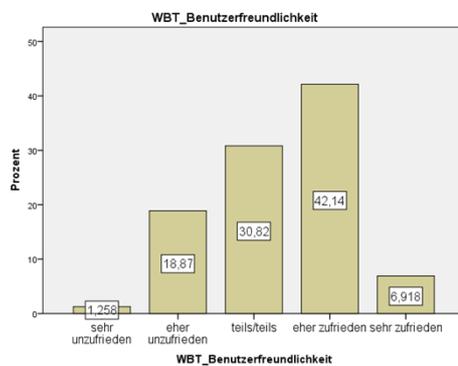
**Haben Sie Erfahrung mit interaktiven webbasierten Trainings in Ihrem Unternehmen?**



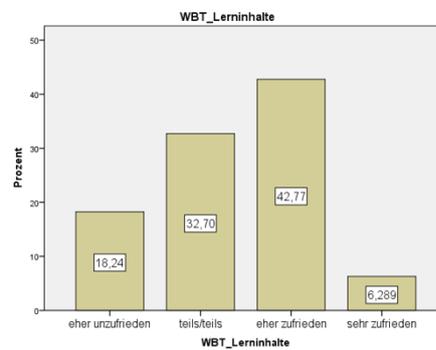
**Wie intensiv haben Sie interaktive webbasierte Trainings in Ihrem Unternehmen genutzt?**



**Wie zufrieden waren Sie mit der Benutzerfreundlichkeit der WBT-Plattform(en)?**



**Wie zufrieden waren Sie insgesamt mit den Lerninhalten auf der WBT-Plattform(en)?**



## Beachtenswert: Wie zufrieden sind die Mitarbeitenden mit interaktiven webbasierten Trainings?

Von denjenigen, die Erfahrung mit WBTs haben, war der Grossteil teils/teils oder eher zufrieden mit der Benutzerfreundlichkeit und den Lerninhalten der WBTs. Ein geringer Teil der Stichprobe war sehr zufrieden und ein noch geringerer Teil war sehr unzufrieden mit der Benutzerfreundlichkeit. Mit den Lerninhalten war niemand sehr unzufrieden.

