



SIE SIND HIER: [MAGAZIN](#) > [SOCIAL MEDIA MARKETING](#) > [ANALYSE DER KARRIERE-FANPAGES VON](#)

**ARTIKEL**

**Analyse der Karriere-Fanpages von DAX 30-Unternehmen**

05.07.2013 | Von adz.stg

Artikel empfehlen:

**WebXF Web Excellence Forum** standards for online communication **Das Web Excellence Forum (Benchmarking-Initiative zur Bewertung digitaler Kommunikation) hat erstmals die Dialogqualität der Karriere-Fanpages deutscher Großunternehmen erhoben und mit Corporate- und Produkt-Fanpages verglichen. Personalabteilungen beantworten Fan-Posts im Schnitt häufiger, aber etwas langsamer, als ihre PR- und Marketingkollegen. Lufthansa, BMW, Deutsche Post DHL und Telekom liegen vorne.**

Fanpages haben inzwischen einen festen Platz im Medien-Mix der Personalabteilungen deutscher Großunternehmen. Im Vergleich zu ihren Kollegen im Marketing oder Service ist die Social Media-Dialogleistung der Personalverantwortlichen nahezu ebenbürtig. Zu diesen Ergebnissen kommt die aktuelle Studie „Career-Fanpage Monitor 2013“. Die Personalkommunikatoren reagieren im Schnitt nach rund 29 Stunden auf Posts und antworten damit 5 Stunden später als die Kollegen der Corporate- und Produkt-Fanpages (jeweils rund 24 Stunden). Ihre Antwortquote ist jedoch höher: Karriere-Posts werden zu 59% beantwortet, Posts auf Produkt-Fanpages zu 45% und auf Corporate-Fanpages zu 38%.

Die Studie zieht ebenfalls Vergleiche zu Anfragen per E-Mail. Die Antwortquote lag bei E-Mails mit 66% höher, als bei Fanpages (49%). Die Reaktionszeit bei E-Mails war mit 41 Stunden hingegen etwa zwölf Stunden langsamer als bei Fanpage-Posts. Bereits seit 2004 überprüft WebXF quartalsweise die E-Mail Dialogleistung der teilnehmenden Unternehmen und der übrigen DAX 30.

„Karriere-Fanpages deutscher Unternehmen sind klein aber fein: Sie haben im Vergleich zu den anderen Fanpage-Kategorien Service, Corporate und Produkt deutlich weniger Fans, aber ähnlich gute Antwortzeiten und bessere Antwortquoten. Unterm Strich sind die Personalabteilungen deutscher Konzerne in Bezug auf ihre Social Media-Kommunikation gut aufgestellt“, erklärt Michael Heine, Gründer des WebXF.

Besonders positiv stechen folgende Karriere-Auftritte hervor:

- belufthansa erhält mit Abstand die meisten User-Posts
- pro 100 Fans posten Fans auf DeutschePostDHLKarriere am häufigsten
- die höchste Antwortquote erzielt volkswagen karriere
- am schnellsten antworten bmwkarriere und telekomkarriere

**Die Ergebnisse des WebXF Career-Fanpage Monitor 2013 im Überblick:**

**DAX-30: Vergleich Career- vs. Corporate-/Produkt-Fanpages**

Typ	Fans	User-Posts pro Tag	User-Posts pro 100 Fans	Antwortquote	Reaktionszeit (dd:hh:mm)
Career	15.699	0,2	0,2	59%	01:05:15
Corporate	503.847	2,2	0,8	38%	01:00:17
Produkt	3.284.904	7,7	0,2	45%	01:00:29
Gesamt	1.003.161	4,3	0,7	49%	01:00:56

Career-Fanpages: Weniger Fans, aber im Vergleich zu stark frequentierten Product-Fanpages ähnlich hohe Aktivität pro 100 Fans.

**Top-10 DAX-30 Career-Fanpages**

Unternehmen	Fanpage	User-Posts pro Tag	User-Posts pro 100 Fans	Antwortquote	Reaktionszeit (dd:hh:mm)
Lufthansa	belufthansa	3,5	0,4	78%	00:23:28
BMW	bmwkarriere	0,9	0,1	73%	00:17:06
Deutsche Post DHL	DeutschePostDHLKarriere	0,5	1,2	64%	01:03:03
Siemens	Siemenscareers	0,5	n.a.	93%	01:06:40
Audi	audi/careers	0,4	0,1	78%	01:13:09
Deutsche Telekom AG	TelekomKarriere	0,4	0,5	68%	00:17:17
Volkswagen	volkswagenkarriere	0,4	0,1	57%	01:02:18
Commerzbank	commerzbank/career	0,26	0,2	48%	01:16:17
Fresenius	freseniuscareers	0,25	0,7	73%	00:20:58
Henkel	HenkelCareers	0,25	n.a.	43%	00:16:29

Lufthansa führt im DAX30-Vergleich: überdurchschnittlich viele User-Posts und sehr gute Antwortquote.