

08.07.2013

Karriere-Fanpages auf Facebook: Personaler antworten häufiger

Für Personaler ist die Karriere-Fanpage auf Facebook zu einem wichtigen Kontaktkanal mit potenziellen Bewerbern und anderen Interessenten geworden. Eine Studie von WebXF hat die Qualität dieser Social-Media-Massnahme untersucht und herausgefunden, dass die HR-Fanpages der DAX 30-Unternehmen mit den Corporate- und Produkt-Fanpages durchaus mithalten können.



Im Schnitt reagieren die Verantwortlichen aus dem Bereich Human Resources (HR) nach rund 29 Stunden auf Posts der Facebook-Nutzer, deren Botschaften zu 59 Prozent beantwortet werden. Damit nehmen Facebook-Fanpages mittlerweile einen festen Platz im Medien-Mix der HR-Abteilungen bei deutschen Grossunternehmen ein.

Und sie brauchen den Vergleich mit Fanpages aus anderen Unternehmensbereichen nicht zu scheuen.

Die HR-Mitarbeiter reagieren zwar im Schnitt etwas langsamer als die Kollegen aus der Corporate- und Produkt-Kommunikation (jeweils 24 Stunden, dafür sind sie fleissiger. Posts auf Produkt-Fanpages werden nur zu 45 Prozent beantwortet, bei Corporate-Fanpages liegt der Anteil gar nur bei 38 Prozent. Das sind Ergebnisse der Studie "Career-Fanpage Monitor 2013", die das [Web Excellence Forum](#) (WebXF) durchgeführt hat.

Im Rahmen der Erhebung zogen die Studienautoren auch einen Vergleich zu E-Mail-Kommunikation der HR-Abteilungen mit den Nutzern. Demnach lag die Antwortquote bei E-Mails im Schnitt bei 66 Prozent und damit höher als bei Fanpages. Die Reaktionszeit betrug 41 Stunden und war damit um etwa zwölf Stunden höher als beim Social-Media-Kanal Facebook. "Unterm Strich sind die HR-Teams deutscher Konzerne in Bezug auf ihre Social-Media-Kommunikation gut aufgestellt", konstatiert Michael Heine, Gründer des WebXF. "Sie haben im Vergleich zu den anderen Fanpage-Kategorien Service, Corporate und [Produkt](#) deutlich weniger Fans, aber ähnlich gute Antwortzeiten und bessere Antwortquoten."

Die besten Ergebnisse unter den 33 untersuchten Career-Fanpages erzielten [BeLufthansa](#) (die meisten User-Posts), [DeutschePostDHL](#) Karriere (häufigsten Posts pro 100 Fans), [volkswagen](#).karriere mit der höchsten Antwortquote sowie [bmw](#)karriere und [Telekom](#)Karriere mit den schnellsten Antwortzeiten.

Für die Studie "Career-Fanpage Monitor 2013" hat das WebXF, eine Initiative von Corporate Web- und Social-Media-Verantwortlichen aus aktuell 26 Grossunternehmen, die Karriere-Fanpages von Dax 30-Unternehmen analysiert. (ph/iw)