

lead DIGITAL

START
MAGAZIN
STELLENMARKT

SOCIAL MEDIA
E-COMMERCE
MOBILE
SEMSEO
ADMEDIA
WORK

Webxf.org

Lufthansa hat die beste Karriere-Fanpage

ANNETTE MATTGEY Veröffentlicht am 08.07.2013 - 11:36 Uhr

Die Personal-er der Dax 30-Unternehmen sind fit in Social Media. Dabei kommt der **Lufthansa**-Auftritt auf Platz eins vor **BMW** und **Deutsche Post DHL**. Dieses gute Zeugnis stellt den deutschen Großunternehmen die aktuelle WebXF-Studie aus. Das **Web Excellence Forum** hat **Karriere**-Fanpages der Dax 30-Teilnehmer im ersten Quartal 2013 analysiert: Dabei hat sie die Dialogqualität der Karriere-Fanpages erhoben und mit Corporate- und Produkt-Fanpages verglichen. Ihr Fazit: Personalabteilungen beantworten Fan-Posts im Schnitt häufiger, aber etwas langsamer als ihre PR- und Marketingkollegen. Lufthansa, BMW, Deutsche Post DHL und Telekom liegen vorne. Hinter dem Web Excellence Forum, das die aktuelle Studie „Career-Fanpage Monitor 2013“ in Auftrag gegeben hat, verbirgt sich eine Initiative von Corporate Web- und Social Media-Verantwortlichen aus aktuell 26 Großunternehmen, darunter 12 Dax 30.

Gemütliche, aber zuverlässige Reaktion: Antworten brauchen mehr als einen Tag

Die HR-Kommunikatoren reagieren im Schnitt nach rund 29 Stunden auf Posts und antworten damit fünf Stunden später als die Kollegen der Corporate- und Produkt-Fanpages (jeweils rund 24 Stunden). Ihre Antwortquote ist jedoch höher: Karriere-Posts werden zu 59 Prozent beantwortet, Posts auf Produkt-Fanpages zu 45 Prozent und auf Corporate-Fanpages zu 38 Prozent.

WebXF Web Excellence Forum

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

Die Studie zieht ebenfalls Vergleiche zu Anfragen per E-Mail. Die Antwortquote lag bei E-Mails mit 66 Prozent höher, als bei Fanpages (49 Prozent). 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 HR-Teams deutscher Konzerne in Bezug auf ihre Social Media-Kommunikation gutgestellt“, erklärt **Michael Heine**, Gründer des WebXF.

„Die vergleichenden Analysen und Benchmarks des WebXF helfen uns, unsere Marketing-Kommunikation besser bewerten und gezielter steuern zu können“, sagt **Tim Friesendorf**, Referent Social Media bei **MLP**. Im Vergleich der Dialogleistung liegen die 33 untersuchten Career-Fanpages recht eng beieinander. Besonders positiv stechen folgende Karriere-Auftritte hervor: Belufthansa (das seit kurzem mit der Lufthansa-Fanpage verschmolzen ist) 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 Top Ten der Dax 30-Karrierepages:

Unternehmen	Fanpage	User-Posts pro Tag	User-Posts pro 100 Fans
Lufthansa	Belufthansa	1,5	0,4
BMW	bmwkarriere	0,9	0,1
Deutsche Post DHL	DeutschePostDHLKarriere	0,5	1,2
Siemens	Siemenscareers	0,5	n.a.
Audi	audikarriere	0,4	0,1
Deutsche Telekom AG	TelekomKarriere	0,4	0,5
Volkswagen	volkswagen.karriere	0,4	0,1
Commerzbank	commerzbankcareer	0,26	0,2
Fresenius	freseniuscareers	0,25	0,7
Henkel	HenkelCareers	0,25	n.a.

Die ausführliche Übersicht mit allen Kategorien der zehn bestplatzierten Karriere-Fanpages der Dax 30-Unternehmen im ersten Quartal 2013 findet sich bei **WebXF**.