

# Social Media Studie 2011

Eine empirische Untersuchung: Die DAX-, MDAX-, TecDAX-, sowie 120 mittelständische Unternehmen

Prof. Dr. Christoph Beck/Gero Hesse  
Social Media-Aktivitäten-Index im Personalmarketing & Recruiting

# Inhaltsverzeichnis

1.	Vorwort	Seite 3
2.	Management Summary	Seite 4
3.	Studiendesign, Vorgehensweise und Auswertungsverfahren	Seite 6
4.	Rankingergebnisse DAX, MDAX und TecDAX	Seite 11
	<ul style="list-style-type: none"><li>• Social Media auf der Karriere-Website</li><li>• Facebook-Karriere-Fansite</li><li>• Twitter</li><li>• Youtube</li><li>• XING</li><li>• LinkedIn</li><li>• Kununu</li><li>• Mobile</li><li>• SchülerVZ</li></ul>	
5.	Ranking DAX	Seite 32
6.	Ranking MDAX	Seite 35
7.	Ranking TecDAX	Seite 40
8.	Die Besten aus DAX, MDAX und TecDAX	Seite 43
9.	Rankingergebnisse Sonstige Unternehmen	Seite 44
	<ul style="list-style-type: none"><li>• Social Media auf der Karriere-Website</li><li>• Facebook-Karriere-Fansite</li><li>• Twitter</li><li>• Youtube</li><li>• XING</li><li>• LinkedIn</li><li>• Kununu</li></ul>	
10.	Die Besten aus der Kategorie Sonstige Unternehmen	Seite 54
11.	Fazit	Seite 55
12.	Autoren und Kontakt	Seite 56
13.	Rechtshinweise	Seite 57

Wie bereits die Vorgängerstudie aus 2010, verfolgt auch die vorliegende Untersuchung das Ziel, die Social Media-Aktivitäten von Wirtschaftsunternehmen in Deutschland möglichst objektiv zu bewerten und so den aktuellen Stand von Social Media im Personalmarketing und Recruiting darzustellen.

Dabei versteht sich die Studie primär als „Pulsmessung“ und der definierte Social Media-Aktivitäten-Index als Maßstab. Untersucht wurden alle DAX-, MDAX- und TecDAX-Unternehmen, sowie in diesem Jahr erstmalig jeweils dreißig Unternehmen der Größenklassen „bis 250 Mitarbeiter“, „251 bis 1000 Mitarbeiter“, „1001 bis 2500 Mitarbeiter“ und „mehr als 2500 Mitarbeiter“, die nicht im DAX, MDAX und TecDAX vertreten waren.

Zur Beurteilung der Social Media-Aktivitäten im Personalmarketing und Recruiting wurden folgende Plattformen im Hinblick auf ihre Bedeutung sowie Einbindung untersucht: die Karriere-Website der Unternehmen, Facebook, YouTube, Twitter, Xing, LinkedIn, Kununu, Mobile Anwendungen, SchülerVZ und StudiVZ.

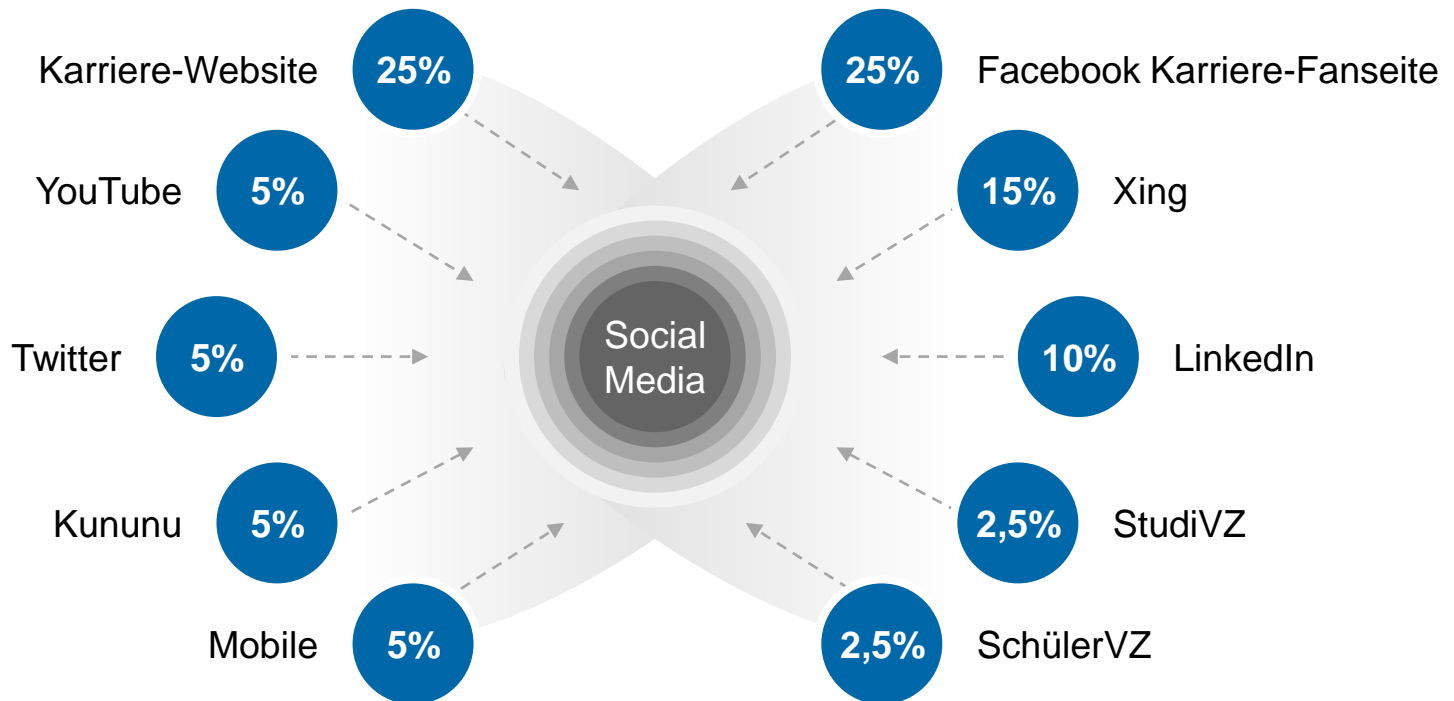
# Management Summary (1/2)

- Ziel der vorgestellten Studie war es, im Zeitraum vom 11. Juli bis zum 15. August 2011, die Social Media-Aktivitäten von 230 Wirtschaftsunternehmen in Deutschland möglichst objektiv zu bewerten und so den aktuellen Stand von Social Media im Personalmarketing und Recruiting darzustellen.
- Untersucht wurden alle DAX-, MDAX- und TecDAX-Unternehmen, sowie jeweils dreißig Unternehmen der Größenklassen „bis 250 Mitarbeiter“, „251 bis 1000 Mitarbeiter“, „1001 bis 2500 Mitarbeiter“ und „mehr als 2500 Mitarbeiter“, die nicht im DAX, MDAX und TecDAX vertreten waren.
- Zur Beurteilung der Social Media-Aktivitäten im Personalmarketing und Recruiting wurden folgende Plattformen im Hinblick auf ihre Bedeutung sowie Einbindung untersucht: die Karriere-Website der Unternehmen, Facebook, YouTube, Twitter, Xing, LinkedIn, Kununu, Mobile Anwendungen, SchülerVZ und StudiVZ.
- Die Einbindung von Social Media auf den Karriere-Websites in Form von Entrypoints, User Generated Content oder „Tell a Friend“-Funktionen durch die Unternehmen erfolgt „nur“ durch 27,4 Prozent aller untersuchten Unternehmen.
- 86,5 Prozent aller analysierten Unternehmen sind zwar auf Facebook präsent, jedoch haben „Nur“ 8,3 Prozent der Unternehmen eine Karriere-Fanpage. Die meisten Unternehmensprofile auf Facebook besitzen oft nur den Firmennamen, ohne Unternehmensbeschreibung oder nur mit einer Beschreibung aus Wikipedia.
- 6,5 Prozent der Unternehmen sind mit einem Karriere-Account auf Twitter aktiv.
- 74,3 Prozent aller analysierten Unternehmen besitzen Videos auf Youtube, allerdings haben „nur“ 21,7 Prozent spezielle Karrierevideos.

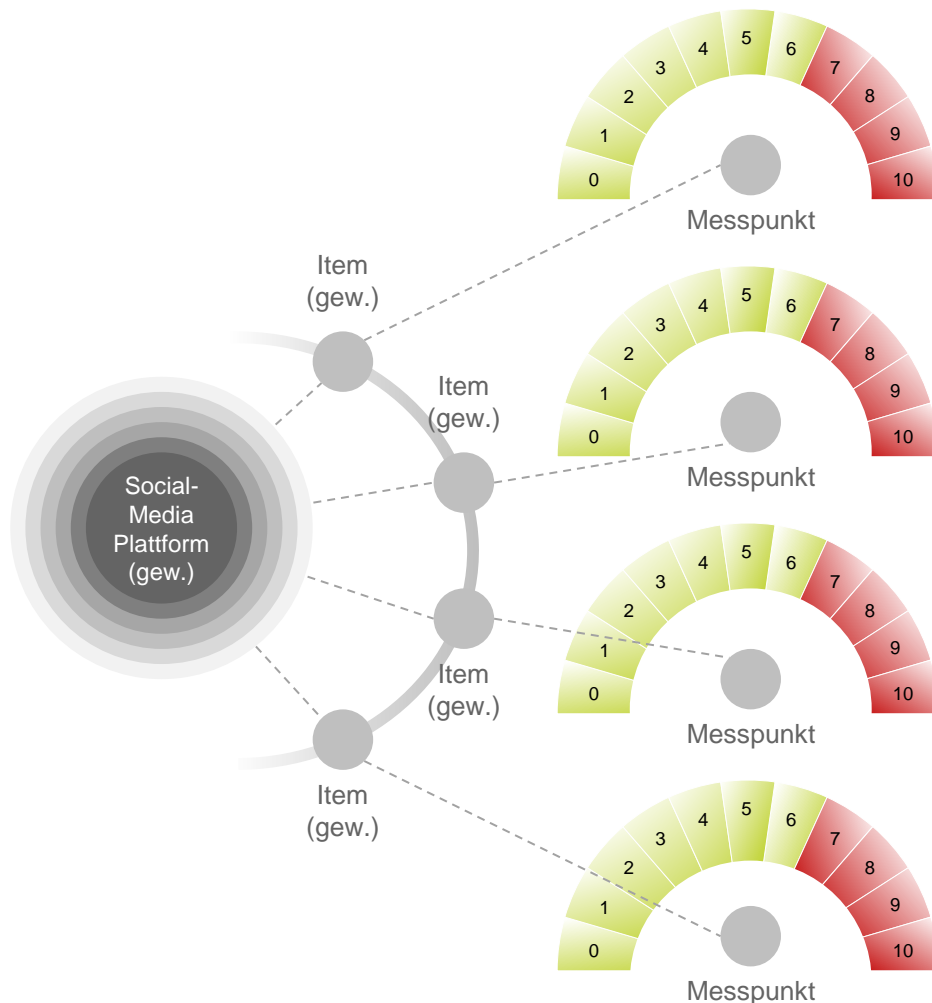
## Management Summary (2/2)

- Xing ist die Plattform, auf der die meisten Unternehmen vertreten sind. 93,5 Prozent aller untersuchten Unternehmen haben eine Präsenz bei Xing.
- LinkedIn nutzen 66,5 Prozent aller untersuchten Unternehmen und auch auf Kununu haben 65,2 Prozent der Unternehmen ein Profil.
- 52,2 Prozent der Unternehmen sind mit Gruppen im StudiVZ vertreten und 20,4 Prozent der Unternehmen im SchülerVZ.
- Im Gesamtranking aller untersuchten Unternehmen, belegt die Deutsche Telekom AG (DAX) den ersten Platz. Es folgen die Bayer AG (DAX), die BASF AG (DAX), die Commerzbank AG (DAX), die Daimler AG (DAX), die Douglas Holding AG (MDAX), die BMW AG (DAX), die Andreas Stihl AG & Co KG (>2500), die Continental AG (MDAX) und die Allianz SE (DAX).
- Social Media Aktivitäten-Index: Die Steigerung des Social Media-Engagements beläuft sich auf 1,81 (TecDAX) über 3,29 (MDAX) bis 6,95 Prozentpunkte (DAX) im Vergleich zum Vorjahr.

# Studiendesign, Vorgehensweise und Auswertungsverfahren



# Studiendesign, Vorgehensweise und Auswertungsverfahren



Um möglichst realistische und objektive Kenngrößen für das Social Media-Engagement zu ermitteln, wurden für die einzelnen Untersuchungskategorien (Plattformen) Items definiert, die wiederum mit unterschiedlichen Gewichtungen in das Kategorieergebnis einfließen.

Damit die Ergebnisse objektiv ermittelt werden konnten, wurden für jedes Item Beobachtungs- und Messpunkte definiert und im Ergebnis mit einer Punktzahl zwischen 0 und 10 Punkten bewertet, abhängig vom Erfüllungsgrad.

Die Summe der Kategoriewerte ergibt dann den **Social Media-Aktivitäten-Index**.

Um einen Vergleich zum Vorjahr herzustellen entschied sich die Studiengruppe erneut für die DAX-, MDAX- und TecDAX-Unternehmen. Darüber hinaus wollte man in diesem Jahr auch den Social Media-Aktivitäten-Index für Unternehmen der folgenden Unternehmensgrößenklassen ermitteln:

- Unternehmen bis 250 Mitarbeiter (Insgesamt 30 Unternehmen)
- Unternehmen mit 251 bis 1000 Mitarbeiter (Insgesamt 30 Unternehmen)
- Unternehmen mit 1001 bis 2.500 MA (Insgesamt 30 Unternehmen)
- Unternehmen mit mehr als 2.500 MA (Insgesamt 30 Unternehmen)



In Summe wurden **230 Unternehmen** dezidiert untersucht.

# Studiendesign, Vorgehensweise und Auswertungsverfahren

Im Feld der DAX, MDAX und TecDAX gab es in 2011 einen Wechsel der untersuchten Unternehmen. Im letzten Jahr nicht im MDAX vertreten waren die Axel Springer AG, Gerry Weber und die Deutsche Wohnen AG. Dieses Jahr neu im TecDAX vertreten sind die Adva Optical Networking, Gigaset AG, Stratec Biomedical AG und Suesse Microtec.

Die Studie wurde im Zeitraum vom **11. Juli bis zum 15. August 2011** durchgeführt und spiegelt im Ergebnis den Status quo des Social Media-Engagements im Personalmarketing und Recruiting von insgesamt 230 Unternehmen in Deutschland wieder. Dabei wird ein imaginäres Ideal-Engagement von Social Media-Aktivitäten zugrunde gelegt, an dem jedes Unternehmen gemessen wird.

## Änderungen in der Bewertung für 2011

Aufgrund des zunächst anscheinend höheren Durchdringungsgrades von Social Media wurden die einzelnen Aktivitäten der Unternehmen in diesem Jahr eng auf das Engagement im Bereich Personalmarketing & Recruiting begrenzt.




So wurde

- bei Facebook stärker zwischen einem Unternehmens- und einem Karriereprofil differenziert als 2010
- bei Youtube stärker zwischen Produkt-, Unternehmens- und Karrierevideos unterschieden
- bei YouTube, Xing und LinkedIn verstärkt darauf geachtet, dass nur explizite Karriereauftritte in die Bewertung eingeflossen sind
- bei Xing und LinkedIn in 2011 nur Gruppen gewertet wurden, welche im Bereich Karriere liegen und frei zugänglich sind oder sich ausdrücklich auch an „Interessierte“ wenden



# Ranking-Ergebnisse für DAX, MDAX und TecDAX




Platz	Unternehmen	Gesamtergebnisse in %
1	DEUTSCHE TELEKOM AG	70,20
2	BAYER AG	63,30
3	BASF SE	57,88
4	COMMERZBANK AG	53,85
5	DAIMLER AG	53,58
6	DOUGLAS HOLDING AG	47,60
7	BMW AG	47,48
8	CONTINENTAL AG	47,03
9	ALLIANZ SE	44,38
10	SIEMENS AG	43,58
11	FRAPORT AG	42,05
12	DEUTSCHE POST AG	41,13
13	DEUTSCHE LUFTHANSA AG	40,10
14	VOLKSWAGEN AG	37,28
15	DEUTSCHE BANK AG	33,15
16	KRONES AG	32,90
17	METRO AG	28,63
18	MAN SE	28,43
19	SAP AG	24,63
20	SMA SOLAR TECH	23,38

-  DAX
-  MDAX
-  TecDAX



# Ranking-Ergebnisse für DAX, MDAX und TecDAX

Platz	Unternehmen	Gesamtergebnisse in %
21	HENKEL AG & CO KGAA	22,93
22	RATIONAL AG	21,25
23	SOFTWARE	21,08
24	SALZGITTER AG	20,60
25	EUROPEAN AERONAUTIC DEFENCE AND SPACE CO EADS N.V.	20,33
26	THYSSENKRUPP AG	19,78
27	MERCK KGAA	19,28
28	BECHTLE AG	18,98
29	PROSIEBENSAT 1 MEDIA AG	18,50
30	BEIERSDORF AG	18,45
31	LEONIE AG	18,40
32	ADVA OPTICAL NETWORKING	18,35
33	ADIDAS AG	17,65
34	AXEL SPRINGER AG	17,40
35	E.ON AG	16,43
36	AURUBIS AG	15,58
37	MUENCHENER RUECKVERSUCHERUNGS-GESELLSCHAFT	15,10
38	FREENET AG	14,45
39	QIAGEN	13,98
40	PFEIFFER VACU TECH	13,78

-  DAX
-  MDAX
-  TecDAX



# Ranking-Ergebnisse für DAX, MDAX und TecDAX

Platz	Unternehmen	Gesamtergebnisse in %
41	IVG IMMOBILIEN AG	13,38
41	KLÖCKNER & CO SE	13,38
42	DRÄGERWERK AG	13,33
43	DEUTSCHE EUROSHOP AG	12,98
44	FRESENIUS SE	12,63
45	LANXESS	12,28
46	RWE AG	11,40
47	Q-CELLS	11,08
48	DEUTSCHE BOERSE AG	10,85
48	SOLARWORLD	10,85
49	UNITED INTERNET	10,40
50	TUI AG	10,38
51	BAYWA AG	10,25
52	GERRY WEBER AG	10,10
53	INFINEON TECHNOLOGIES AG	9,18
54	FRESENIUS MEDICAL CARE AG & CO KGAA	8,95
55	QSC	8,73
56	CELESIO AG	8,63
57	BILFINGER BERGER AG	8,60
57	JENOPTIK AG	8,60

	DAX
	MDAX
	TecDAX



# Ranking-Ergebnisse für DAX, MDAX und TecDAX

Platz	Unternehmen	Gesamtergebnisse in %
58	NORDEX	8,58
58	SGL CARBON SE	8,58
59	AIXTRON AG	8,50
59	LINDE AG	8,50
59	WACKER CHEMIE	8,50
60	ROTH UND RAU	8,35
61	HUGO BOSS AG	8,33
62	HEIDELBERGER DRUCKMASCHINEN AG	8,13
62	SYMRISE AG	8,13
63	FIELMANN AG	7,68
64	PHOENIX SOLAR	7,40
65	K+S AG	7,28
66	RHÖN-KLINIKUM AG	7,00
67	HEIDELBERGCEMENT AG	6,98
68	CENTROTHERM PHOTOVOLTAICS AG	6,90
69	HANNOVER RÜCKVERISCHERUNG AG	6,83
70	GIGASET	6,70
71	KONTRON AG	6,38
72	DEUTSCHE WOHNEN AG	5,88
73	ARREAL BANK AG	5,85

	DAX
	MDAX
	TecDAX



# Ranking-Ergebnisse für DAX, MDAX und TecDAX




Platz	Unternehmen	Gesamtergebnisse in %
73	GILDEMEISTER AG	5,85
73	WIRECARD	5,85
74	MTU AERO ENGINES HOLDING AG	5,80
75	ELRINGKLINGER AG	5,73
76	WINCOR NIXDORF AG	5,63
77	HOCHTIEF AG	5,55
77	PUMA AG RUDOLF DASSLER SPORT	5,55
78	SINGULUS TECHNOLOGIE	5,50
79	BRENNTAG AG	5,25
80	DEMAG CRANES AG	5,13
81	SKY DEUTSCHLAND AG	5,10
82	KABEL DEUTSCHLAND HOLDING AG	4,73
82	PRAKTIKER BAU- UND HEIMWERKERMÄRKTE HOLDING AG	4,73
83	DRILLISCH AG	4,58
83	STRATEC BIOMEDICAL	4,58
84	FUCHS PETROLUP AG	3,90
85	DIALOG SEMICONDUCTOR PLC	3,68
86	CARL ZEISS MEDITEC AG	3,60
87	SÜDZUCKER AG	3,45
88	EVOTEC AG	3,23

■ DAX  
□ MDAX  
■ TecDAX



# Ranking-Ergebnisse für DAX, MDAX und TecDAX

Platz	Unternehmen	Gesamtergebnisse in %
88	MORPHOSYS AG	3,23
88	SUESS MICROTEC	3,23
89	GEA GROUP AG	3,00
89	VOSSLOH AG	3,00
90	GERRESHEIMER AG	2,78
91	HAMBURGER HAFEN UND LOGISTIK AG	2,18
91	RHEINMETALL AG	2,18
91	STADA ARZNEIMITTEL AG	2,18
92	BB BIOTECH AG	1,50
93	GAGFAH S.A.	0,68

-  DAX
-  MDAX
-  TecDAX

# Ranking: Social Media auf der Karriere-Website

## Social Media auf der Karriere-Website

Das Ranking zeigt, dass gerade einmal **43 der 110 untersuchten Unternehmen** Social Media in Form von Entrypoints, User Generated Content oder „Tell a Friend“-Funktionen auf der eigenen Karriere-Website einbinden. Anders als im Vorjahr war zu beobachten, dass Social Media – wenn es auf der Karriere-Seite eingebunden ist – auch auf den Inhaltsseiten zu finden ist.

Außerdem ist aufgefallen, dass vor allem die DAX-Unternehmen im Vergleich zum letzten Jahr eine „Tell a Friend“-Funktion eingebaut haben. Des Weiteren wurde von nur vier Unternehmen User Generated Content auf den Karriereseiten eingebunden.

**Im Folgenden werden nur Unternehmen gelistet, welche einen Wert über null Prozent erreichen.**

# Ranking: Social Media auf der Karriere-Website

## Social Media auf der Karriere-Webseite (Auszug aus dem Ranking)

Platz	Unternehmen	Prozent
1	BAYER AG	74,50
2	KRONES AG	70,50
3	DEUTSCHE TELEKOM AG	64,00
4	RATIONAL AG	58,00
5	DOUGLAS HOLDING AG	52,00
5	LEONIE AG	52,00
6	FRAPORT AG	47,50
7	CONTINENTAL AG	46,50
8	KLÖCKNER & CO SE	43,00
8	PROSIEBENSAT 1 MEDIA AG	43,00
9	IVG IMMOBILIEN AG	41,50
10	ADVA OPTICAL NETWORKING	40,00
11	DEUTSCHE EUROSHOP AG	39,00
12	SALZGITTER AG	36,00
13	EUROPEAN AERONAUTIC DEFENCE AND SPACE CO EADS N.V.	34,50

Platz	Unternehmen	Prozent
14	BASF SE	34,00
14	DEUTSCHE POST AG	34,00
14	PFEIFFER VACU TECH	34,00
15	DAIMLER AG	31,50
16	BECHTLE AG	27,00
17	AXEL SPRINGER AG	25,00
17	COMMERZBANK AG	25,00
18	DEUTSCHE LUFTHANSA AG	22,50
18	SAP AG	22,50

## Ranking: Facebook-Karriere-Fansite

102 der 110 Unternehmen verfügen über eine Präsenz auf Facebook. Davon haben 17 Unternehmen eine eigene Karriereseite, weitere sieben haben eine Unternehmensseite mit Karriereinhalten und 78 Unternehmen haben lediglich eine Unternehmenspräsenz.

Den ersten Platz in dieser Kategorie teilen sich mit 100 Prozent die Bayer AG, die Commerzbank AG, die Daimler AG und die Deutsche Telekom AG. Auf Rang zwei schafft es mit 94 Prozent die BASF SE. Besonders auffällig war, dass die Unternehmen, die eine Karriereseite bei Facebook haben, diese auch sehr aktiv nutzen. Es gibt meist eine hohe Interaktion mit den Fans indem seitens der Unternehmen schnell und hilfreich auf Kommentare auf der Pinnwand geantwortet wird.

Häufiger wurde das allgemeine Profil gegenüber dem letzten Jahr weiter ausgebaut. Dies betrifft, z. B. die Deutsche Post AG, Allianz SE oder auch die MAN SE. Auf der anderen Seite ist ebenfalls aufgefallen, dass viele Unternehmen zwar mit Namen auf Facebook vertreten sind, die Profile aber oft weder ein Logo noch Inhalt besitzen, beziehungsweise, dass der Inhalt über Wikipedia eingefügt wurde.

# Ranking: Facebook-Karriere-Fansite

## Facebook-Karriere-Fansite (Auszug aus dem Ranking)

Platz	Unternehmen	Prozent
1	BAYER AG	100,00
1	COMMERZBANK AG	100,00
1	DAIMLER AG	100,00
1	DEUTSCHE TELEKOM AG	100,00
2	BASF SE	94,00
2	BMW AG	94,00
3	VOLKSWAGEN AG	90,00
4	CONTINENTAL AG	89,00
5	ALLIANZ SE	86,00
6	DEUTSCHE LUFTHANSA AG	83,50
6	DEUTSCHE POST AG	83,50
7	DOUGLAS HOLDING AG	83,00
7	FRAPORT AG	83,00
7	SIEMENS AG	83,00
8	MAN SE	73,50

Platz	Unternehmen	Prozent
9	METRO AG	46,50
10	DEUTSCHE BANK AG	42,50
11	AURUBIS AG	12,00
11	FREENET AG	12,00
11	KRONES AG	12,00



## Ranking: twitter

---

Insgesamt sind lediglich 13 der 110 Unternehmen mit einem Karriere-Account auf Twitter aktiv. Wie im Vorjahr ist auch in diesem Jahr die Deutsche Telekom AG das einzige Unternehmen, das 100 Prozent erzielt. Aufgefallen ist, dass vier Unternehmen ihre Aktivitäten enorm verstärkt haben. So verbesserte sich Daimler von 38 Prozent auf 94 Prozent und erreicht somit den zweiten Platz im Ranking. Die Salzgitter AG, wie auch die Douglas Holding AG, verdreifachten ihren Wert von 20 Prozent bzw. 24,5 Prozent auf respektable 79,5 Prozent bzw. 78 Prozent.

Des Weiteren war zu beobachten, dass viele Unternehmen zwar mit einem Unternehmens-Account bei Twitter registriert sind, oft auch mit Karriereinhalten, aber eben nicht mit einem reinen Karriere-Account.

# Ranking: twitter

## Twitter (Auszug aus dem Ranking)

Platz	Unternehmen	Prozent
1	DEUTSCHE TELEKOM AG	100,00
2	DAIMLER AG	94,00
3	BASF SE	89,50
4	ALLIANZ SE	87,00
5	BMW AG	84,00
6	BAYER AG	83,50
7	COMMERZBANK AG	81,00
8	SALZGITTER AG	79,50
9	DOUGLAS HOLDING AG	78,00
10	SIEMENS AG	59,50
11	SAP AG	49,50
11	THYSSENKRUPP AG	49,50
12	ADIDAS AG	45,00

## Ranking: Youtube

---

Insgesamt 92 der 110 Unternehmen sind auf YouTube aktiv. Davon haben 39 Unternehmen explizite Karrierevideos, 32 Unternehmen haben Unternehmensvideos und 21 Unternehmen sind mit Produktvideos vertreten. Den ersten Platz belegt die Bayer AG mit 95 Prozent, dicht gefolgt von der Deutschen Lufthansa AG und der E.ON AG mit jeweils 94 Prozent.

Bei der Auswertung ist aufgefallen, dass die Karrierevideos teilweise nicht unter dem Unternehmensnamen selbst ins Netz gestellt werden, sondern unter einem Nickname. Außerdem waren teilweise keine konkreten Karrierevideos zu finden, sondern ein Bericht über Karrierechancen im Unternehmen, der in einen größeren Beitrag – zum Beispiel von Deutsche Welle oder Campus TV – eingebunden ist. Diese Beiträge wurden trotzdem gewertet, da sie in der Suche unter dem Unternehmensnamen auftauchten und für Bewerber ebenfalls interessant sind.

# Ranking: Youtube

## YouTube (Auszug aus dem Ranking)

Platz	Unternehmen	Prozent
1	BAYER AG	95,00
2	DEUTSCHE LUFTHANSA AG	94,00
2	E.ON AG	94,00
3	COMMERZBANK AG	92,00
4	DEUTSCHE TELEKOM AG	86,00
5	VOLKSWAGEN AG	86,00
6	DAIMLER AG	81,00
6	HENKEL AG & CO KGAA	81,00
7	BEIERSDORF AG	78,50
7	SIEMENS AG	78,50
8	DOUGLAS HOLDING AG	74,00
8	MERCK KGAA	74,00
9	BMW AG	71,00
10	DEUTSCHE BANK AG	70,50
11	BASF SE	69,50
12	KRONES AG	64,50
13	Q-CELLS	63,50
14	ALLIANZ SE	63,00
15	SAP AG	60,00

Platz	Unternehmen	Prozent
16	MAN SE	58,50
17	FRAPORT AG	57,50
18	SMA SOLAR TECH	55,50
19	MUENCHENER RUECKVERSUCHERUNGS- GESELLSCHAFT	51,00
20	CONTINENTAL AG	49,50
20	HEIDELBERGCEMENT AG	49,50
20	HUGO BOSS AG	49,50
21	MTU AERO ENGINES HOLDING AG	48,50
22	LEONIE AG	48,00
23	ARREAL BANK AG	45,00
23	BECHTLE AG	45,00
24	K+S AG	43,50
25	BILFINGER BERGER AG	39,50
26	QIAGEN	39,00
27	LANXESS	37,50
28	HANNOVER RÜCKVERISCHERUNG AG	34,50
28	METRO AG	34,50

# Ranking: XING

Insgesamt 107 der 110 Unternehmen haben einen Auftritt bei Xing. Dabei besitzt kein Unternehmen ein Xing-Karriere-Profil. Die meisten Unternehmen besitzen ein reines Unternehmensprofil, vereinzelt mit Karriereinhalten. Die BASF SE und die Metro AG teilen sich mit 39,5 Prozent den ersten Rang. Mit 37 Prozent sichert sich die Software AG den zweiten Platz vor MAN SE mit 28,5 Prozent.

Aufgrund der strengeren Bewertung ergibt sich hier ein besonders großer Unterschied zum Vorjahr. Bei der Bewertung ist ebenfalls aufgefallen, dass ähnlich wie bei Facebook, viele Profile nur den Namen des Unternehmens tragen, aber außer Informationen aus Wikipedia keine weiteren Informationen enthalten. Außerdem haben viele Unternehmen zwar Gruppen für aktuelle oder ehemalige Mitarbeiter, die jedoch nicht einsehbar sind und somit nicht gewertet werden konnten.

# Ranking: XING

## Xing (Auszug aus dem Ranking)

Platz	Unternehmen	Prozent
1	BASF SE	39,50
1	METRO AG	39,50
2	SOFTWARE	37,00
3	MAN SE	28,50
4	HENKEL AG & CO KGAA	25,50
5	COMMERZBANK AG	24,00
6	CELESIO AG	19,50
7	ADVA OPTICAL NETWORKING	9,00
7	ALLIANZ SE	9,00
7	AURUBIS AG	9,00
7	BMW AG	9,00
7	DAIMLER AG	9,00
7	DEUTSCHE TELEKOM AG	9,00
7	DOUGLAS HOLDING AG	9,00
7	DRÄGERWERK AG	9,00
7	FREENET AG	9,00
7	FRESENIUS SE	9,00
7	MUENCHENER RUECKVERSUCHERUNGS- GESELLSCHAFT	9,00

# Ranking: XING

Die Metro AG fiel besonders positiv durch die Integration der Xing Karriere-Group auch auf ihrer Karriere-Website auf.

**METRO GROUP** MADE TO TRADE. **XING**

**METRO GROUP** Social Network - Stay in touch.

About METRO community METRO GROUP & XING Get started

**Herzlich willkommen im METRO GROUP Social Network - Stay in touch.**

Hier vernetzen sich ehemalige, jetzige und künftige Mitarbeiter der METRO GROUP, um gemeinsam neue Ideen zu entwickeln, Projektpartner zu finden und mit anderen über verschiedene Themen zu diskutieren. Beteiligen Sie sich aktiv, lernen Sie von- und diskutieren Sie miteinander! Laden Sie auch Ihre Kollegen ein, an dieser Gruppe teilzunehmen.

- Treffen Sie Mitarbeiter der METRO GROUP und ihrer Vertriebsmarken
- Gewinnen Sie neue Geschäftskontakte
- Lesen Sie, worüber die Handelsbranche spricht
- Nehmen Sie an Events teil
- Finden Sie Kollegen und Freunde – überall auf der Welt oder ganz in Ihrer Nähe

Noch kein Mitglied im Social Network der METRO GROUP?  
Die Mitgliedschaft im „METRO GROUP Social Network – Stay in touch.“ und bei XING ist kostenlos.

**Jetzt anmelden**

Login für XING-Mitglieder  
Schon Mitglied? [Jetzt einloggen](#)  
[Passwort vergessen?](#)

>> [Wo finde ich diese Gruppe?](#)

Quelle: [http://metrogroup.xing.com/index\\_de.html](http://metrogroup.xing.com/index_de.html) (Stand: 07.09.2011).

# Ranking: LinkedIn

Nur 87 von 110 Unternehmen haben einen Auftritt bei LinkedIn. Auch hier gibt es kein Karriere-Profil. Den ersten Platz sicherte sich die Deutsche Bank AG mit 62 Prozent vor der Adidas AG und der Allianz AG, welche mit 51,5 Prozent gleichauf liegen.

## LinkedIn (Auszug aus dem Ranking)

Platz	Unternehmen	Prozent
1	DEUTSCHE BANK AG	62,00
2	ADIDAS AG	51,50
3	ALLIANZ SE	51,50
4	SOFTWARE	47,00
5	COMMERZBANK AG	41,00
6	DEUTSCHE TELEKOM AG	35,00
7	BASF SE	33,50
8	PHOENIX SOLAR	26,00
9	AIXTRON AG	12,00
9	BAYER AG	12,00
9	CARL ZEISS MEDITEC AG	12,00
9	DAIMLER AG	12,00
9	DRÄGERWERK AG	12,00

# Ranking: Kununu

86 von 110 Unternehmen sind mittlerweile auf der Arbeitgeber-Bewertungsplattform vertreten. Mit 94 Prozent teilen sich mit der Bechtle AG und der SMA Solar Technology AG, zwei TecDAX- Unternehmen, die Spitzenposition. Alle abgegebenen Bewertungen, soweit sie Kommentare enthielten, wurden nahezu durchweg als authentisch empfunden.

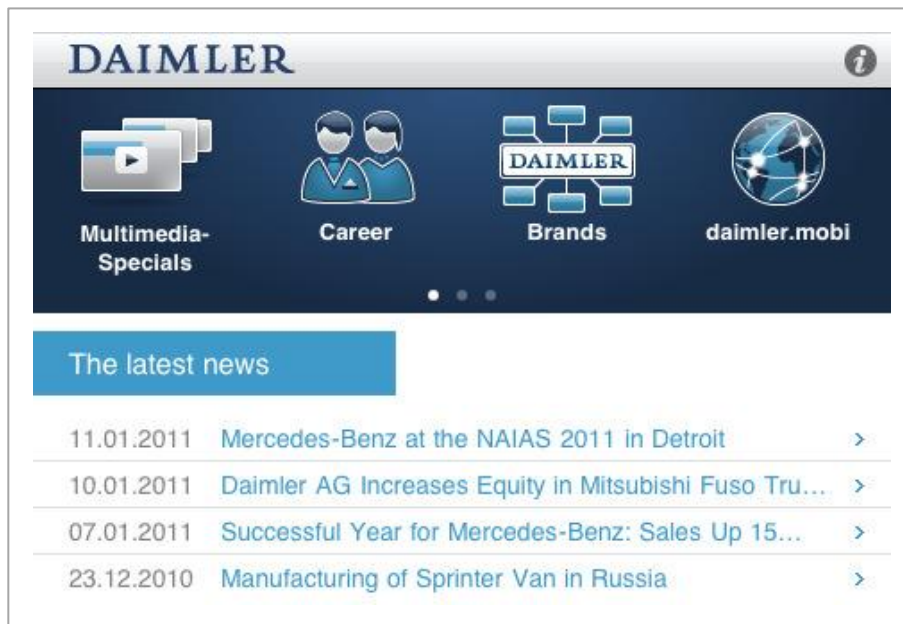
## Kununu (Auszug aus dem Ranking)

Platz	Unternehmen	Prozent
1	BECHTLE AG	94,00
1	SMA SOLAR TECH	94,00
2	BMW AG	88,00
2	COMMERZBANK AG	88,00
2	CONTINENTAL AG	88,00
2	DAIMLER AG	88,00
2	DEUTSCHE TELEKOM AG	88,00
3	HENKEL AG & CO KGAA	84,00
4	DEUTSCHE POST AG	83,50
4	SIEMENS AG	83,50
5	BAYER AG	77,50
6	DRÄGERWERK AG	76,50

# Ranking: Mobile

Lediglich die SMA Solar Technology AG und die Deutsche Telekom AG verfügen über Karriere-Apps im iTunes Store. Des Weiteren verfügen die SAP AG und die European Defence and Space Company über eine mobile optimierte Karriere-Website.

Die Daimler AG verfügt zwar über keine „reine“ Karriere-App, bietet jedoch in ihrer „Daimler AG-App“ unter Career die Funktion aktuelle Jobangebote zu suchen.



Quelle: <http://www.uquery.com/applications/daimler-ag> (Stand: 07.09.2011).

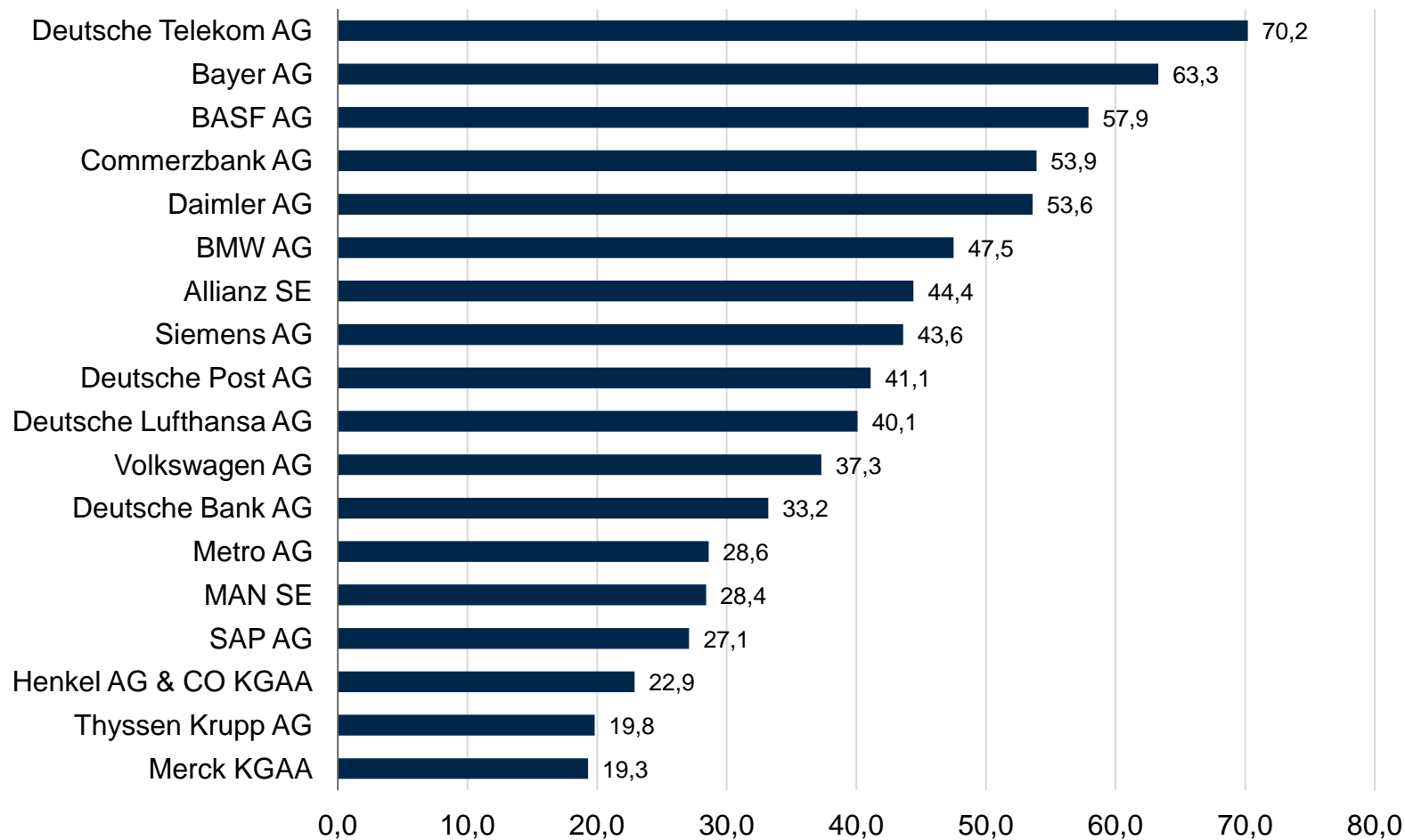
# Ranking: SchülerVZ

36 Unternehmen sind durch eine Gruppe im SchülerVZ vertreten.

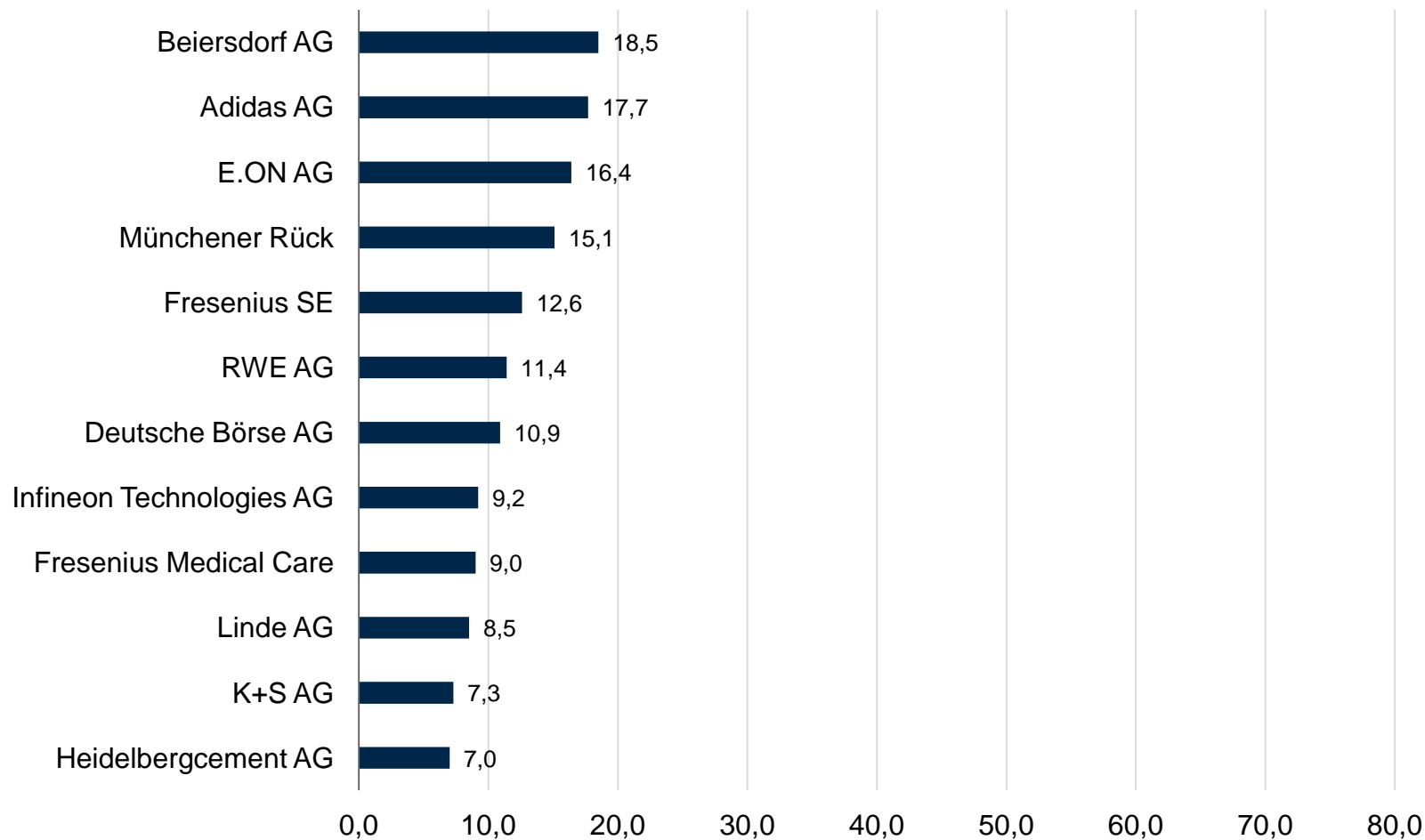
## SchülerVZ (Auszug aus dem Ranking)

Platz	Unternehmen	Prozent
1	ADIDAS AG	100,00
1	AXEL SPRINGER AG	100,00
1	BASF SE	100,00
1	BAYER AG	100,00
1	BAYWA AG	100,00
1	BEIERSDORF AG	100,00
1	BMW AG	100,00
1	COMMERZBANK AG	100,00
1	CONTINENTAL AG	100,00
1	DAIMLER AG	100,00
1	DEUTSCHE BANK AG	100,00
1	DEUTSCHE BOERSE AG	100,00
1	DEUTSCHE LUFTHANSA AG	100,00
1	DEUTSCHE POST AG	100,00
1	DEUTSCHE TELEKOM AG	100,00
1	DRÄGERWERK AG	100,00
1	E.ON AG	100,00

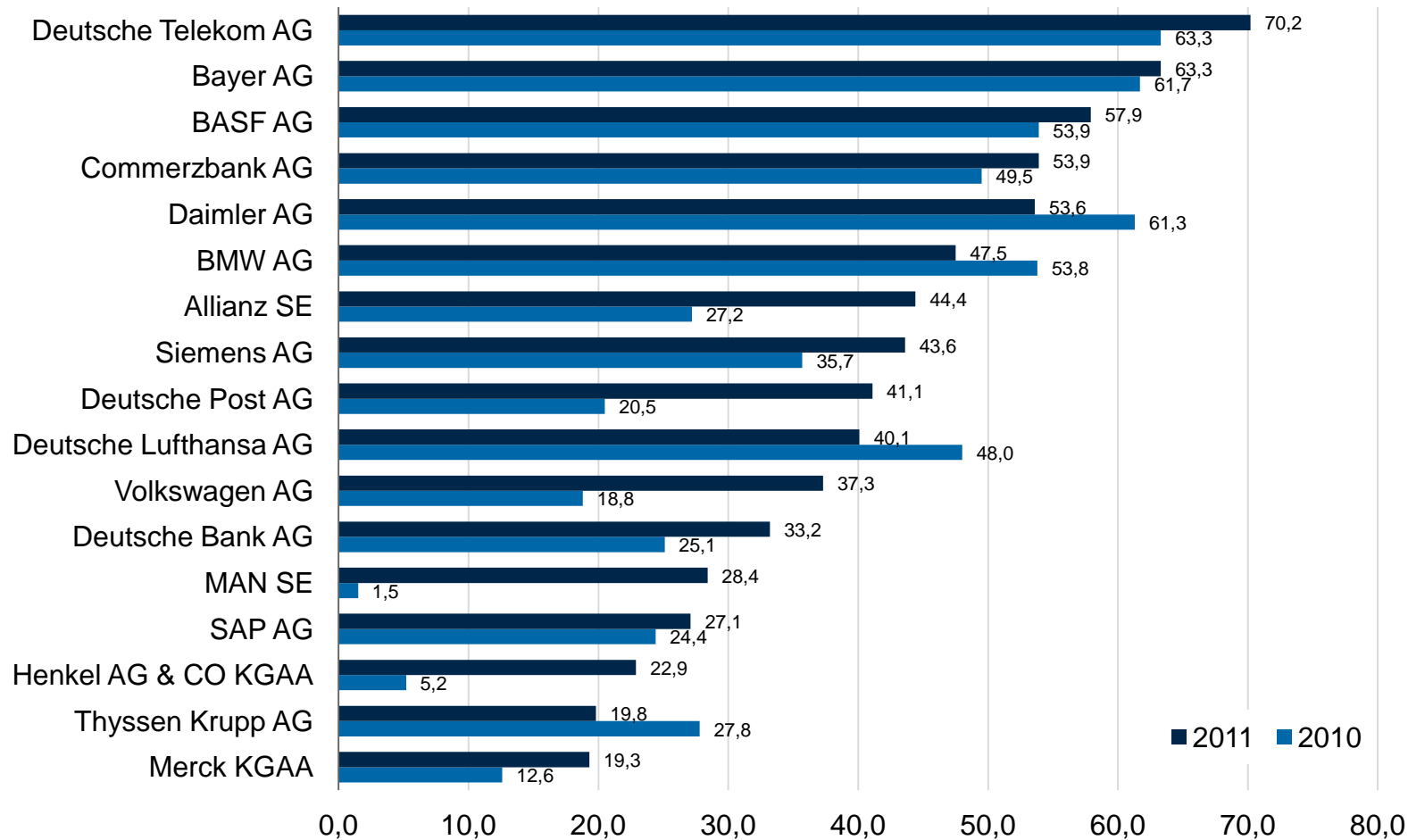
# Ranking der DAX-Unternehmen



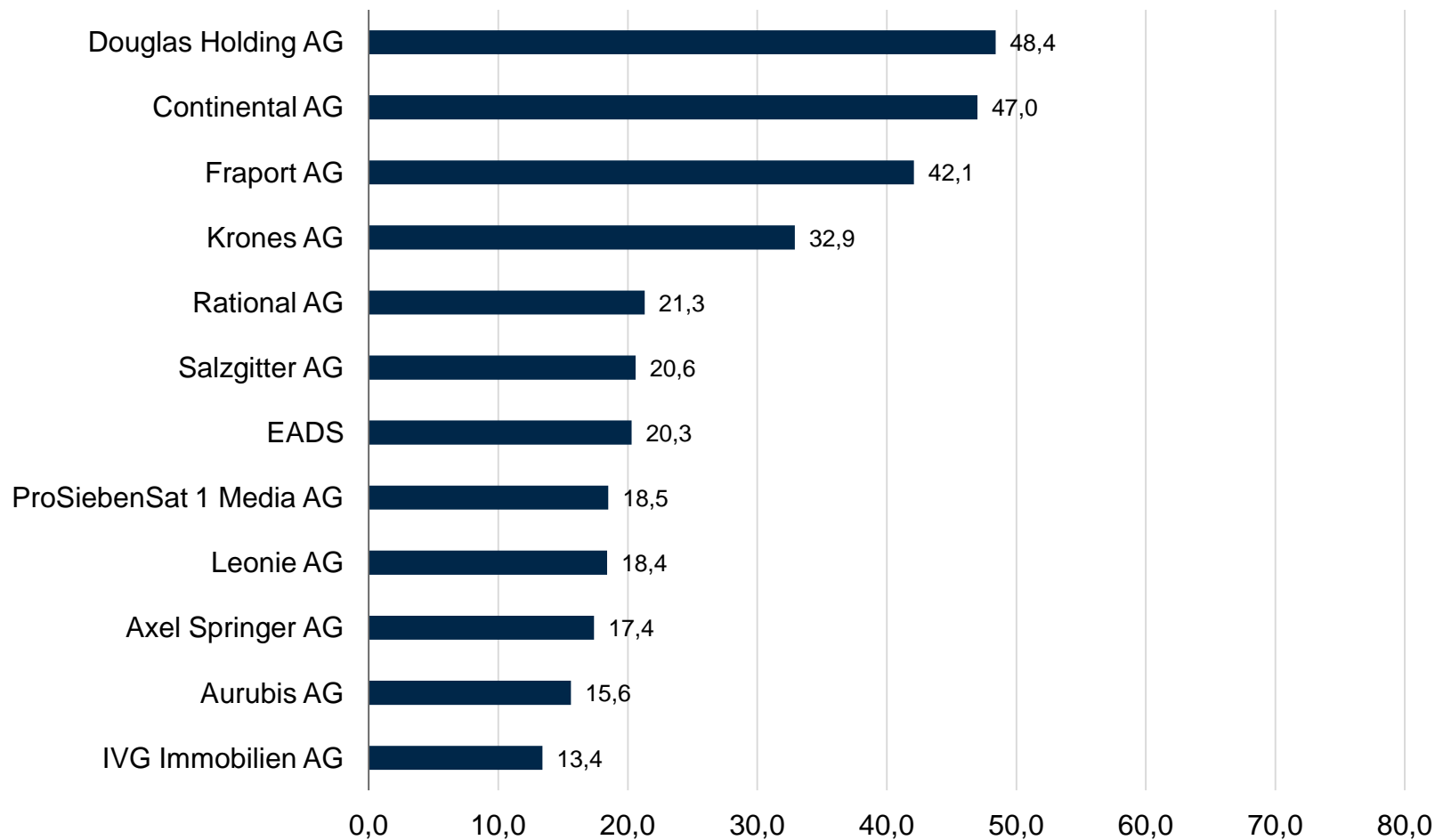
# Ranking der DAX-Unternehmen



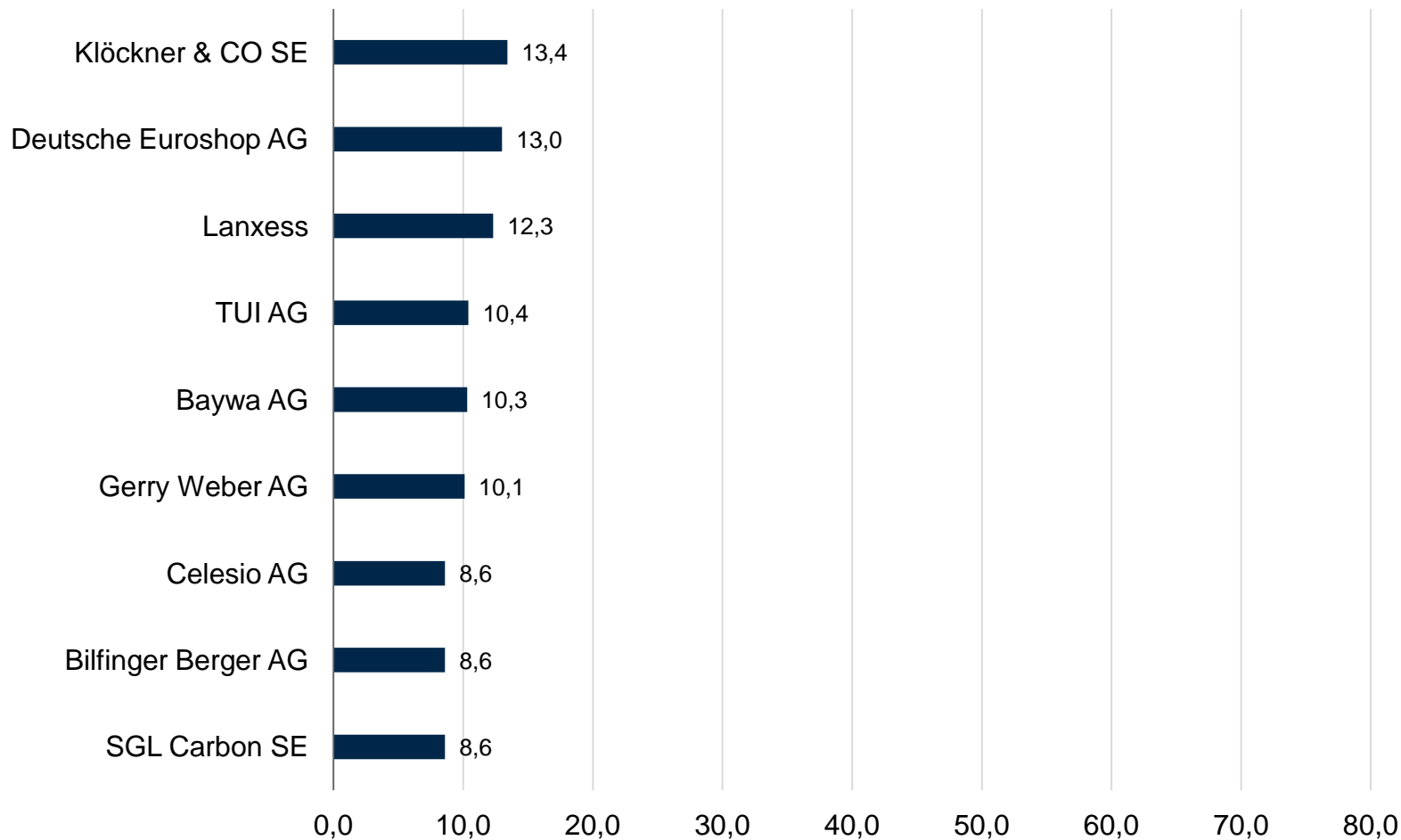
# DAX-Unternehmen Vergleich 2010/2011 (Auszug)



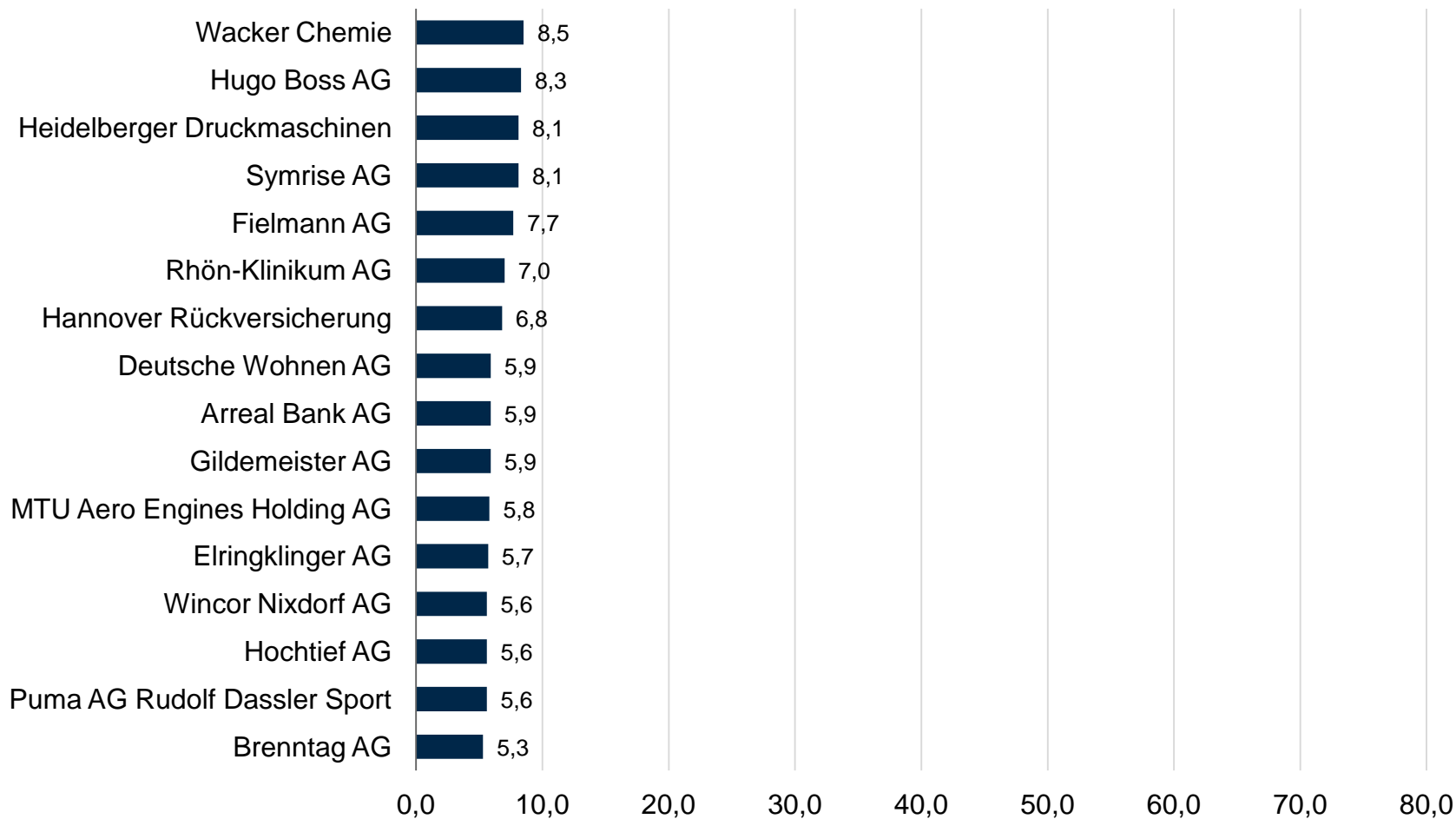
# Ranking der MDAX-Unternehmen



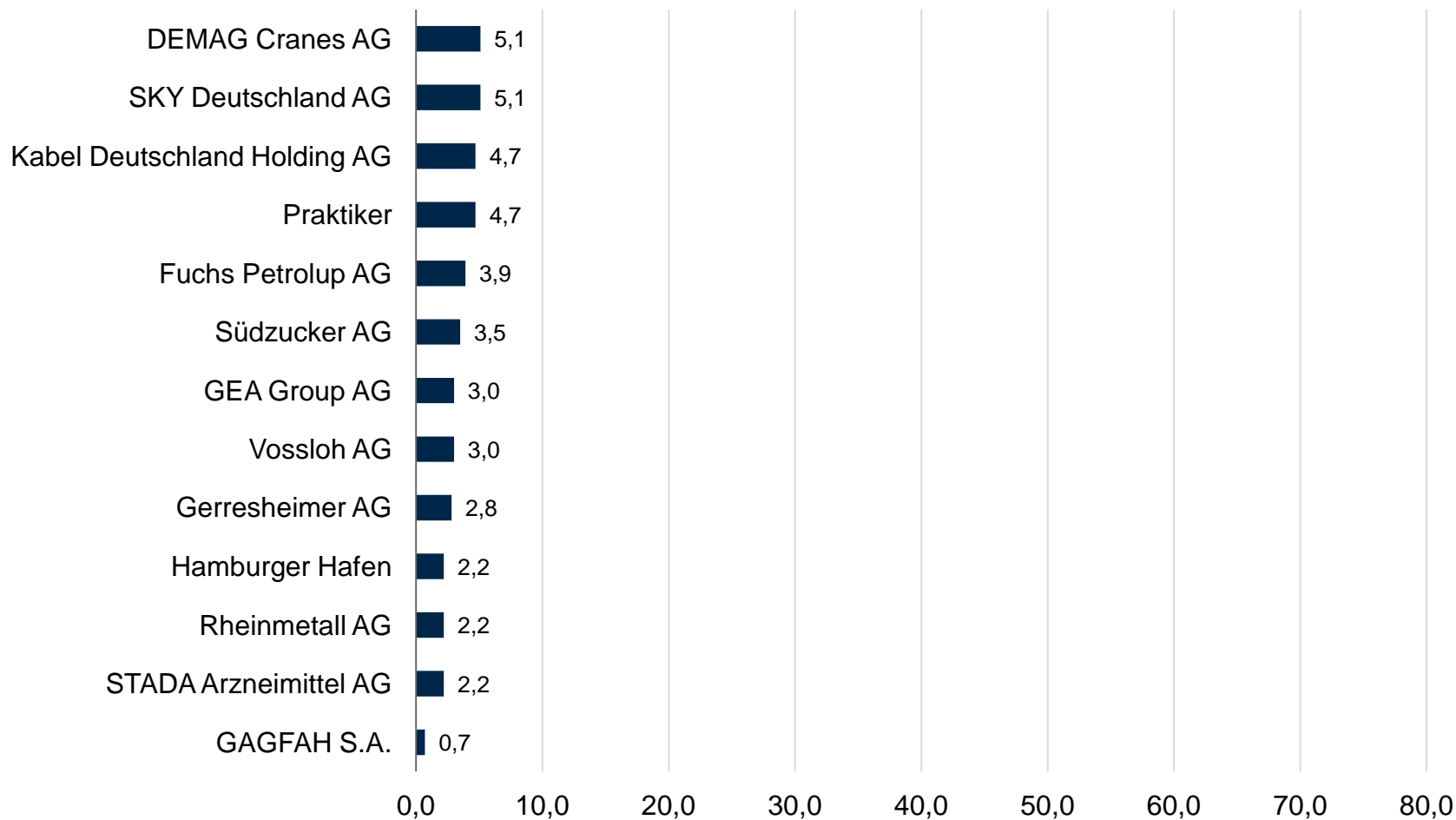
# Ranking der MDAX-Unternehmen



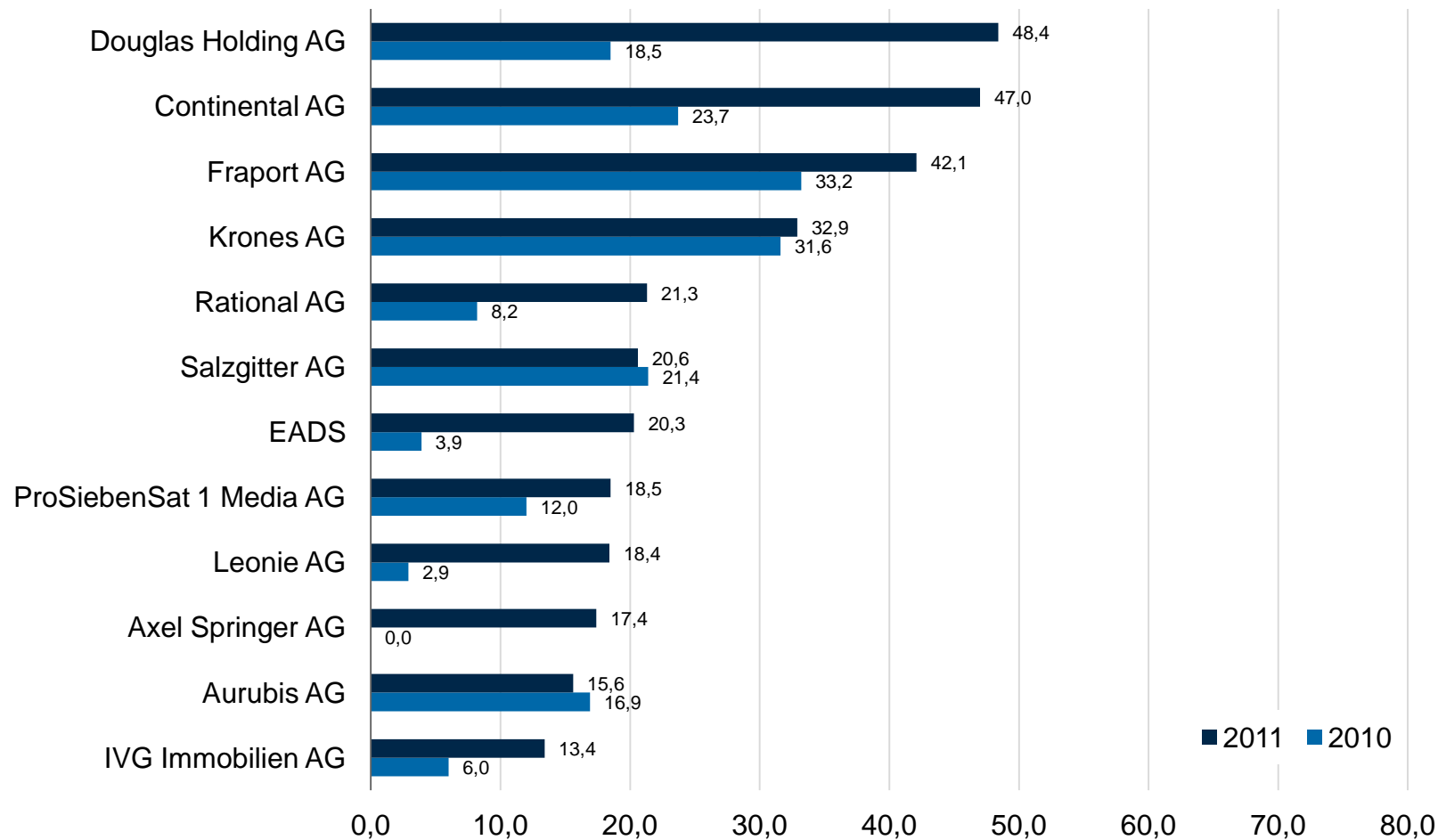
# Ranking der MDAX-Unternehmen



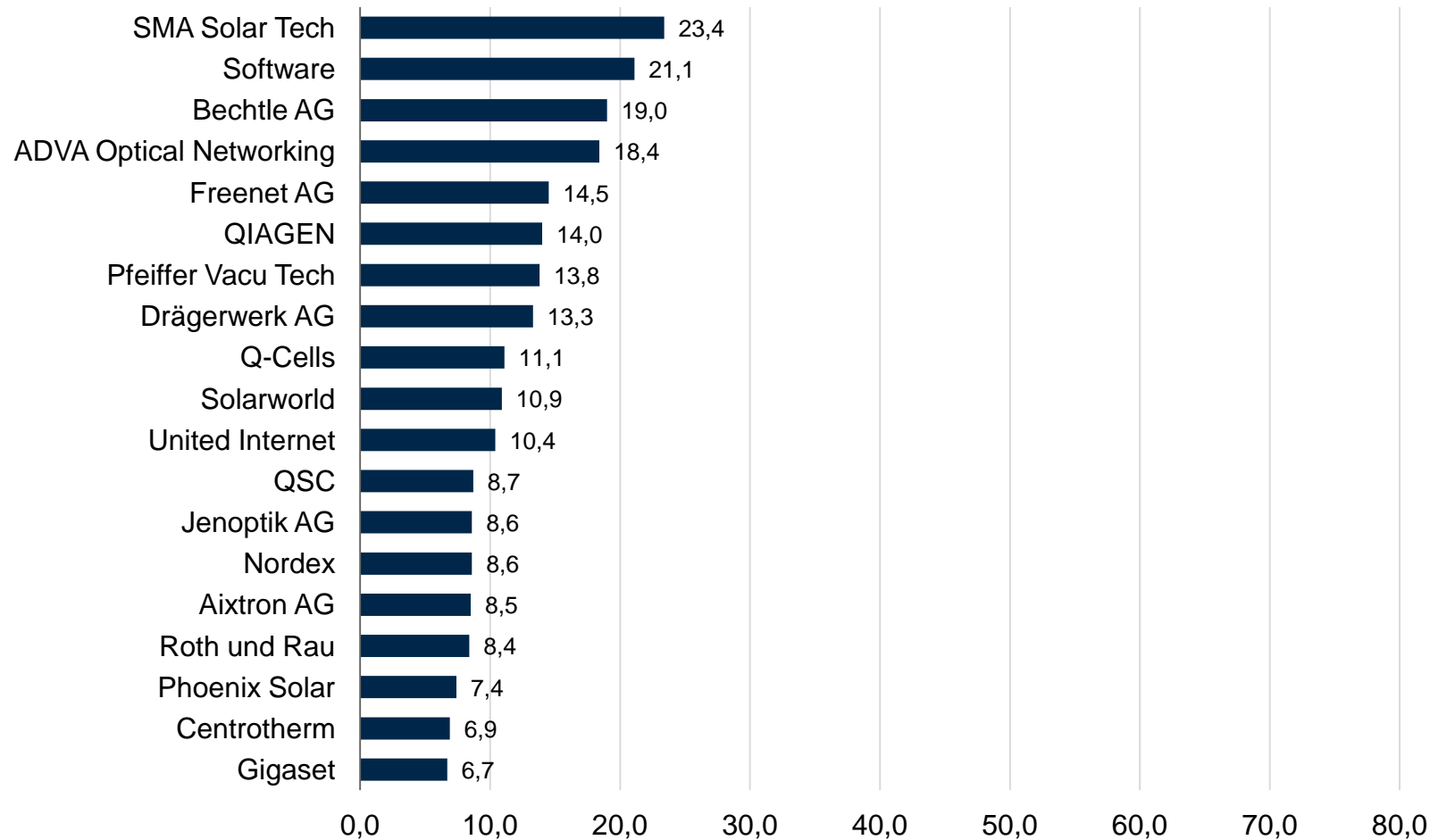
# Ranking der MDAX-Unternehmen



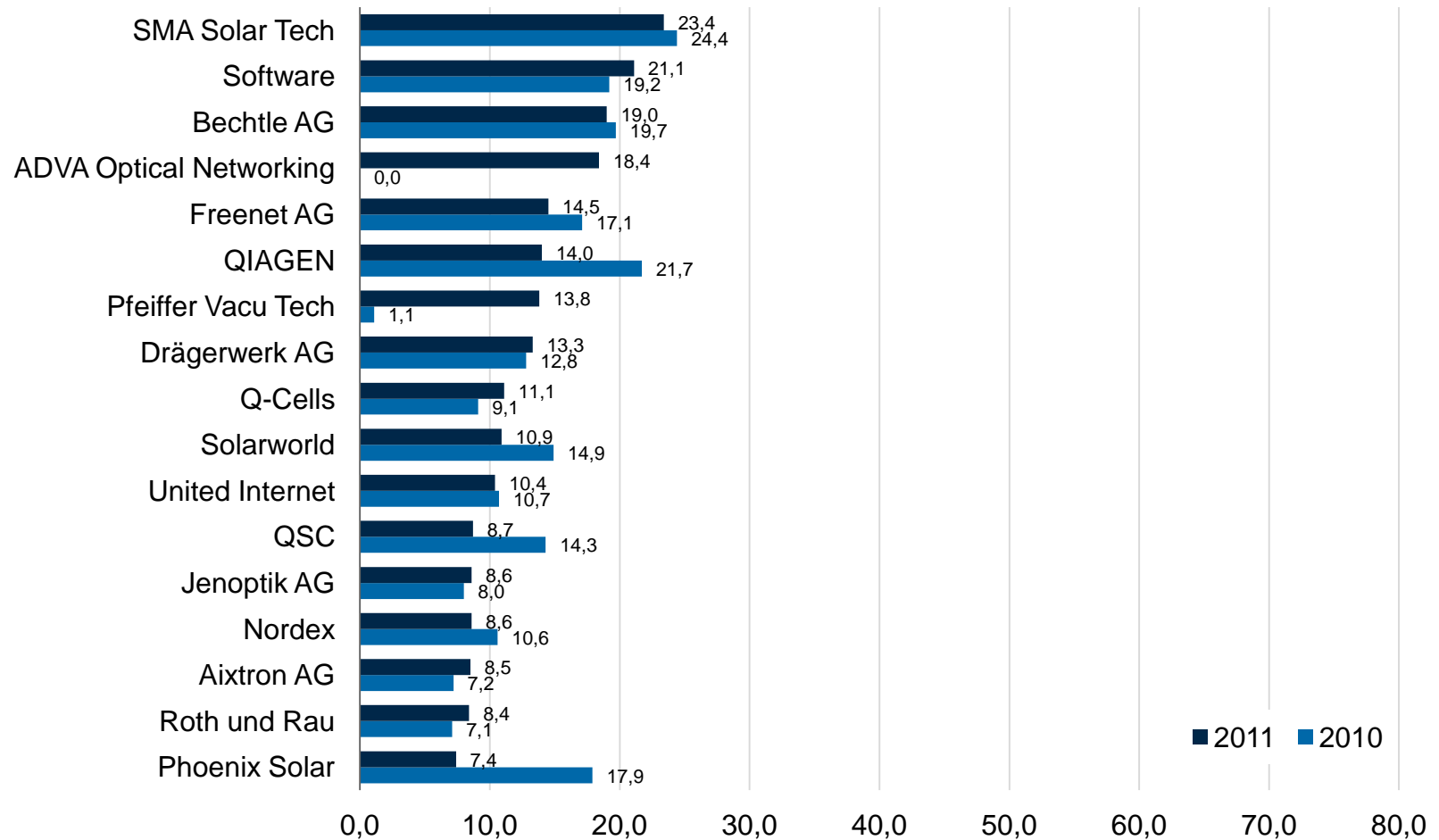
# Vergleich MDAX 2010/2011 (Auszug)



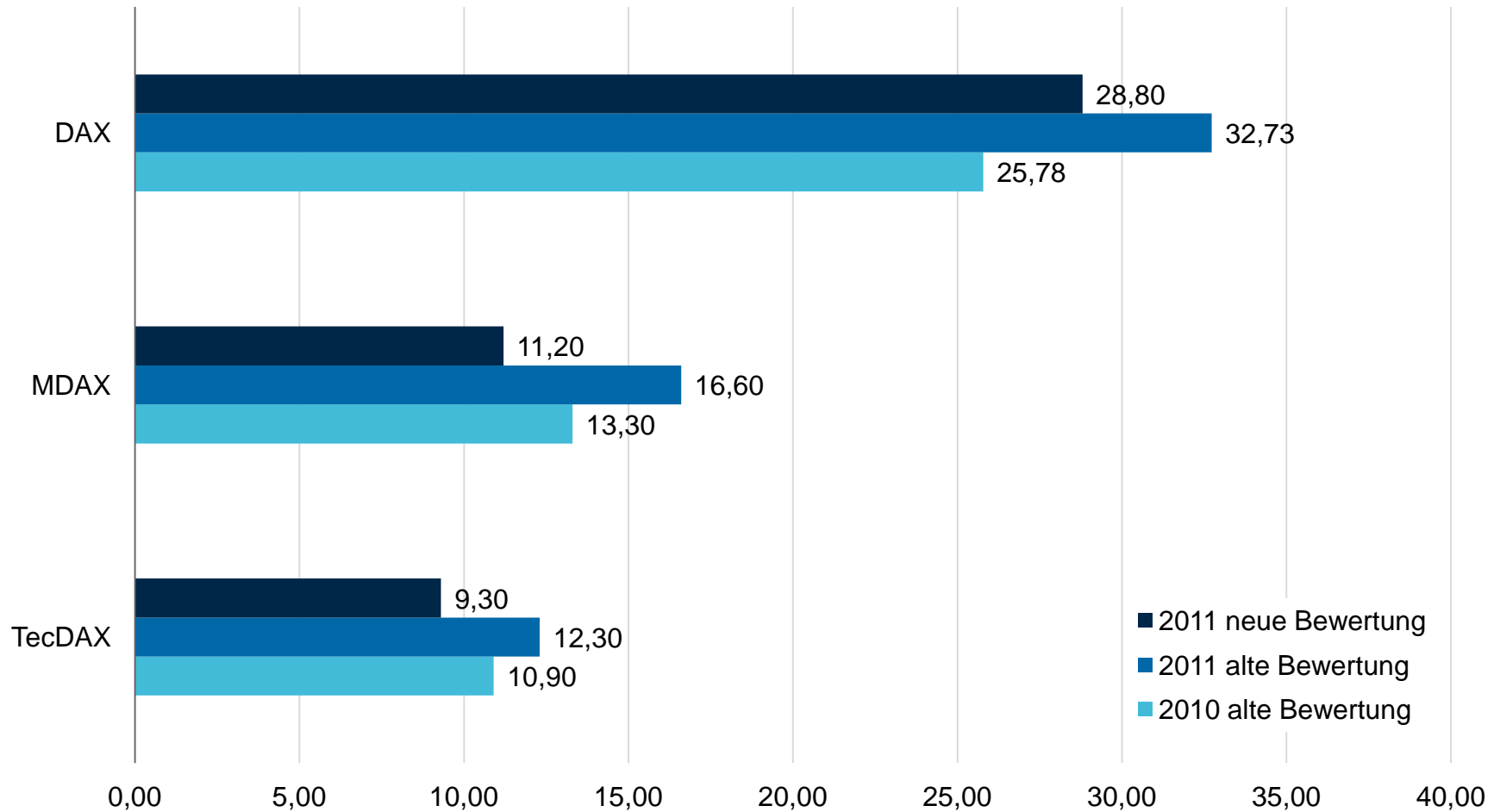
# Ranking der TecDAX-Unternehmen



# TecDAX-Unternehmen Vergleich 2010/2011



# Vergleich alte und neue Bewertung

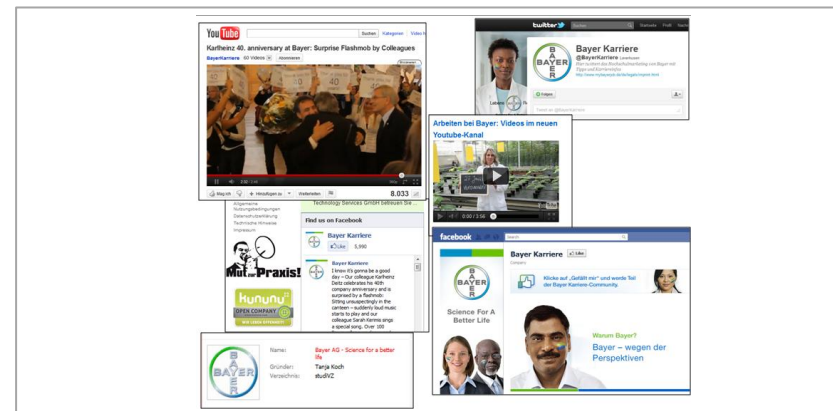


# Die Besten

## Platz 1: Deutsche Telekom AG



## Platz 2: Bayer AG



## Platz 3: BASF SE



## 4. Platz: Commerzbank AG



## Ranking-Ergebnisse Sonstige Unternehmen

Mit einem durchschnittlichen Gesamtwert von 11,3 Prozent für die Unternehmen mit mehr als 2.500 Mitarbeitern wird deutlich, dass Social Media außerhalb der DAX-, MDAX-, TecDAX-Unternehmen, einen noch geringen Durchdringungsgrad besitzt.





Die Unternehmen der Kategorie 1001 bis 2500 Mitarbeiter folgen mit einem Durchschnitt von 7,49 Prozent. Überraschenderweise erzielen die Unternehmen bis 250 Mitarbeiter mit 4,16 Prozent einen minimal höheren Wert als die Unternehmen der Kategorie 251 bis 1.000 Mitarbeiter mit 3,97 Prozent. Der höchste Einzelwert im Gesamtranking liegt bei 47,23 Prozent.

Von den insgesamt 120 Unternehmen erzielt keines einen Wert über 50 Prozent. Nur zwei Unternehmen erreichen einen Gesamtwert zwischen 30 und 50 Prozent. 21 Unternehmen erreichen einen Wert zwischen 10 und 30 Prozent. Mit 92 Unternehmen liegt der größte Teil der bewerteten Unternehmen unter 10 Prozent und fünf Unternehmen haben mit null Prozent überhaupt keine Aktivitäten im Bereich Social Media.

# Ranking-Ergebnisse Sonstige Unternehmen





## (Auszug aus dem Ranking) 1/2

Platz	Unternehmen	Gesamtergebnisse in %
1	ANDREAS STIHL AG & CO KG	47,23
2	TOGNUM AG	39,25
3	TRIMET ALUMINIUM AG	19,98
4	TESA SE	14,60
5	SICK AG	14,15
6	VILLEROY & BOCH AG	13,70
7	VISSMANN WERKE GMBH & CO KG	13,63
8	SENNHEISER ELECTRONIC GMBH & CO KG	13,15
9	TÜV SÜD AG	13,15
10	VIEGA GMBH & CO KG	13,10
11	WEIDMÜLLER INTERFACE GMBH & CO KG	12,95
12	VORWERK GMBH & CO KG	12,88
13	TRUMPF GMBH & CO KG	12,40
14	RAKO ETIKETTEN GmbH & Co. KG	12,10
14	SCHUNK GMBH & CO KG	12,10
15	Brabus GmbH	11,73
16	TESTO AG	11,68
17	PILZ GMBH & CO KG	11,58
18	VETTER PHARMA INTERNATIONAL GMBH	11,35
19	SCHEIDT & BACHMANN GMBH	10,85

	Bis 250
	251 – 1.000
	1.001 – 2.500
	Größer 2.500

# Ranking-Ergebnisse Sonstige Unternehmen (Auszug aus dem Ranking) 2/2

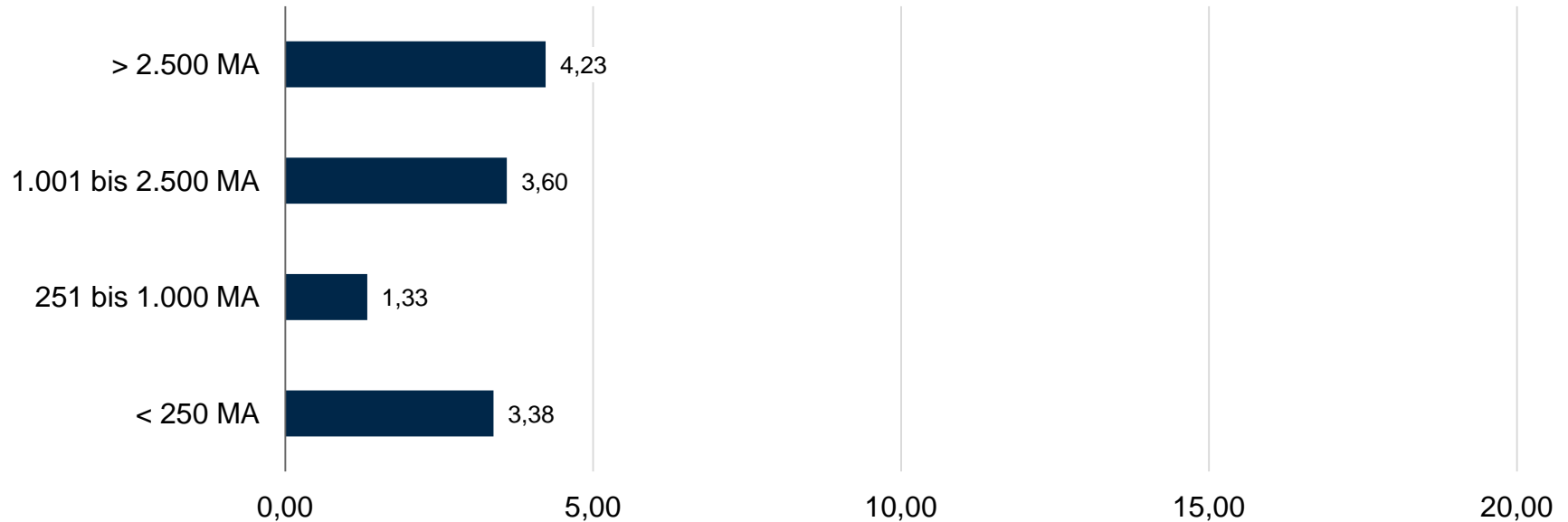
Platz	Unternehmen	Gesamtergebnisse in %
19	VAILLANT GROUP	10,85
20	AMF ANDREAS MAIER GMBH & CO KG	10,38
21	GÖPEL electronic GmbH	10,35
22	WEBASTO AG	9,63
23	PROMINENT DOSIERTECHNIK GMBH	9,48
24	WILO SE	9,25
25	Basler AG	9,18

-  Bis 250
-  251 – 1.000
-  1.001 – 2.500
-  Größer 2.500

# Ranking-Ergebnisse Sonstige Unternehmen

## Social Media auf der Karriere-Website

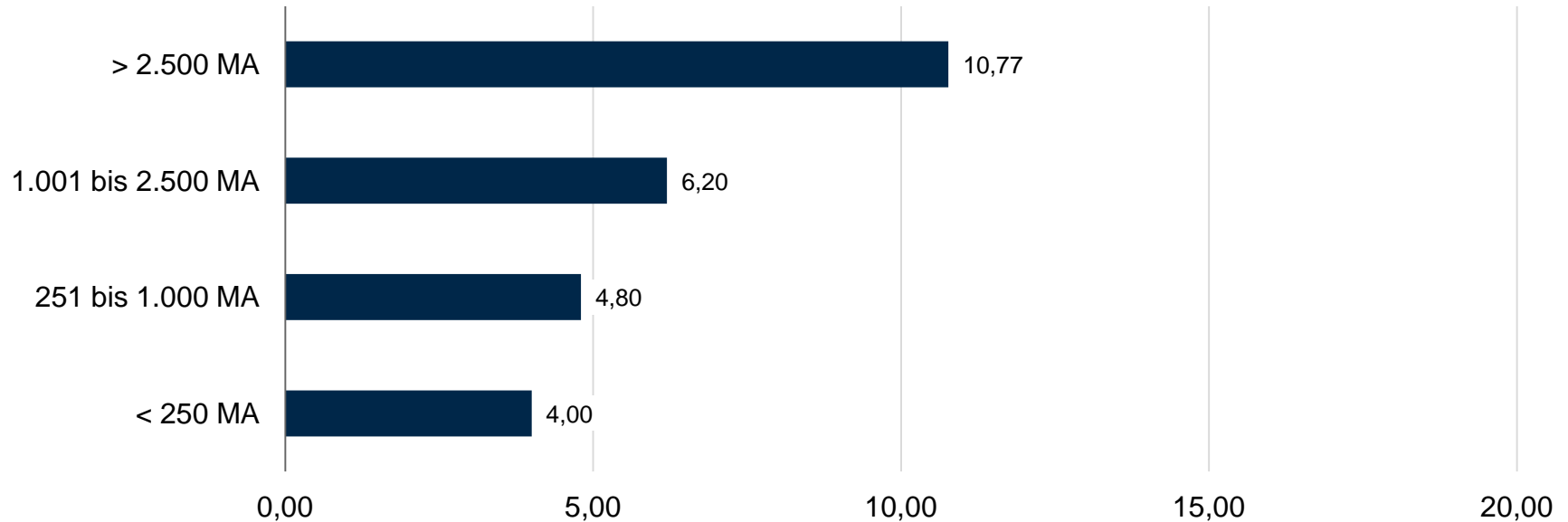
Bei der Auswertung der Social Media-Einbindung auf der Karriere-Website erzielen **nur 20 Unternehmen einen Wert größer Null**. Der höchste Einzelwert liegt hier bei 51 Prozent. Auffällig ist, dass einige Unternehmen nicht einmal über eine Karriereseite verfügen.



# Ranking-Ergebnisse Sonstige Unternehmen

## Facebook-Karriere-Fansite

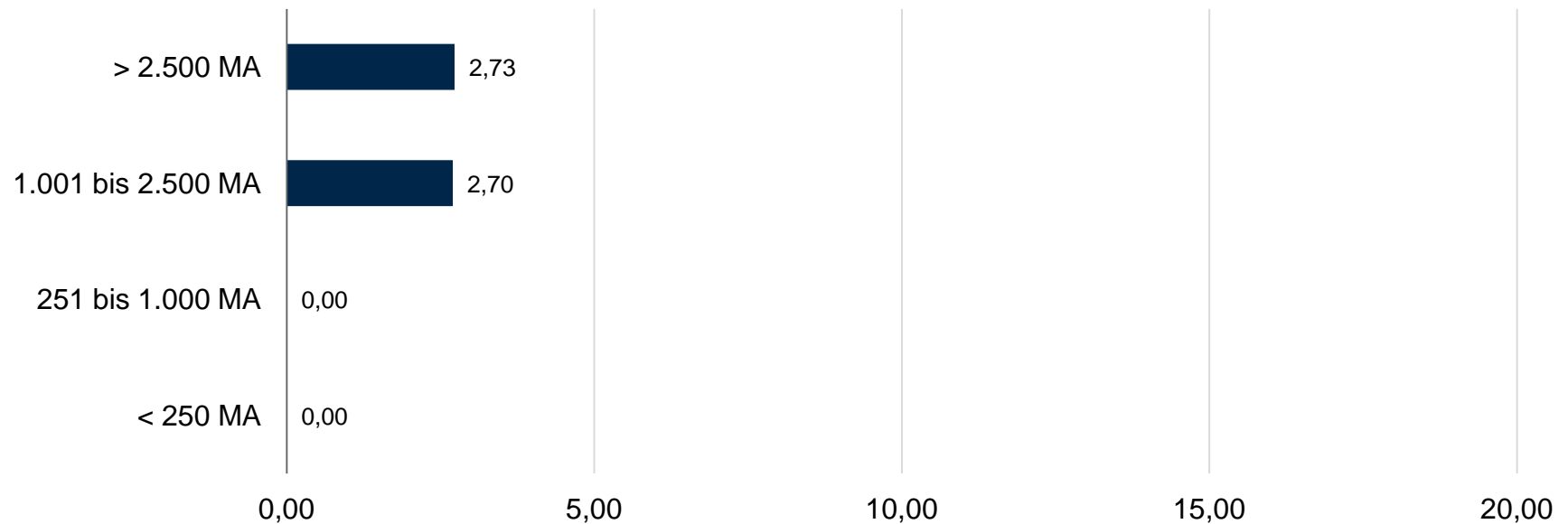
Insgesamt verfügen **nur zwei** der 120 Unternehmen über eine Facebook-Karriere-Fansite. Sechs Unternehmen haben einen Facebook-Auftritt mit Karriereinhalten und 89 Unternehmen haben ein Unternehmensprofil. 23 Unternehmen sind nicht auf Facebook präsent.



# Ranking-Ergebnisse Sonstige Unternehmen

## twitter

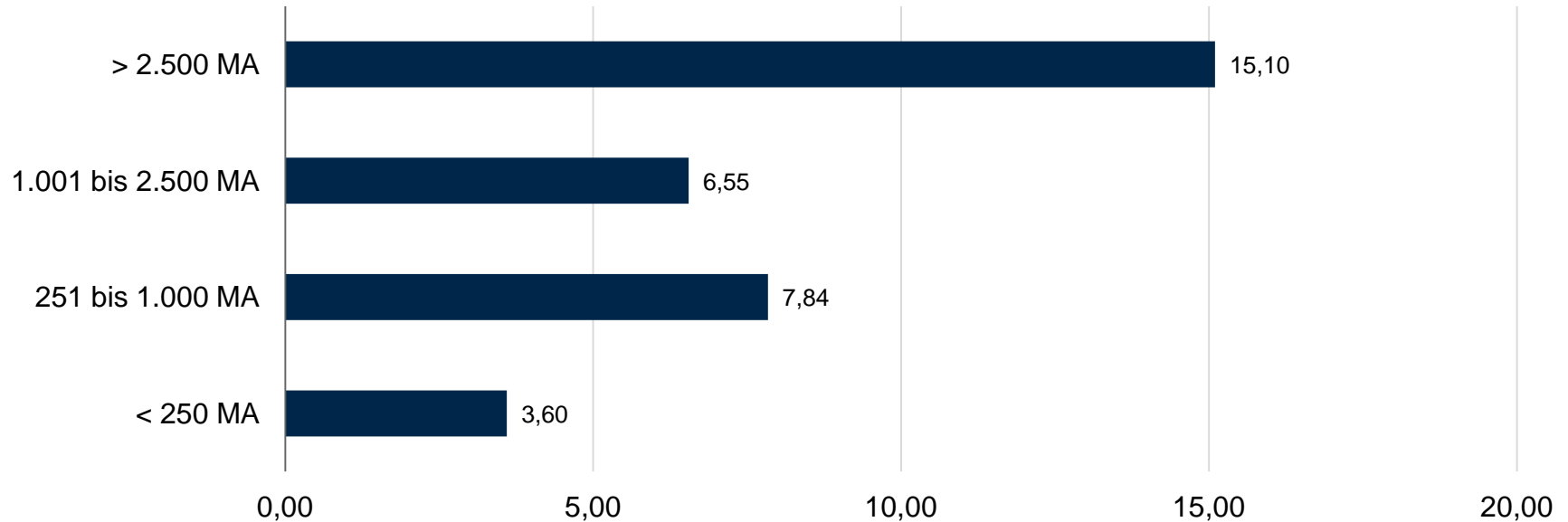
Immerhin zwei Unternehmen, jeweils ein Unternehmen der Kategorie 1001 bis 2500 Mitarbeiter und ein Unternehmen mit mehr als 2500 Mitarbeitern, verfügen über einen eigenen Twitter-Karriere-Account.



# Ranking-Ergebnisse Sonstige Unternehmen

## YouTube

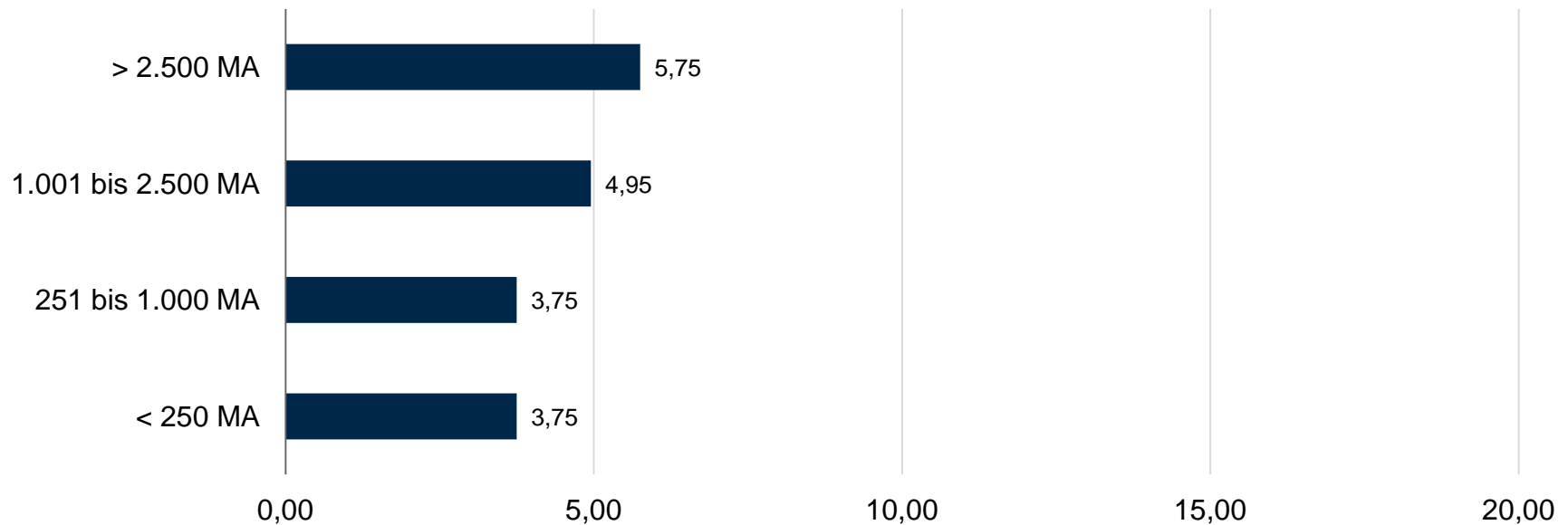
Insgesamt 11 der 120 Unternehmen verfügen über Karrierevideos auf YouTube.  
Weitere 38 Unternehmen haben Unternehmensvideos und 30 Unternehmen Produktvideos.  
41 Unternehmen nutzen YouTube überhaupt nicht.



# Ranking-Ergebnisse Sonstige Unternehmen

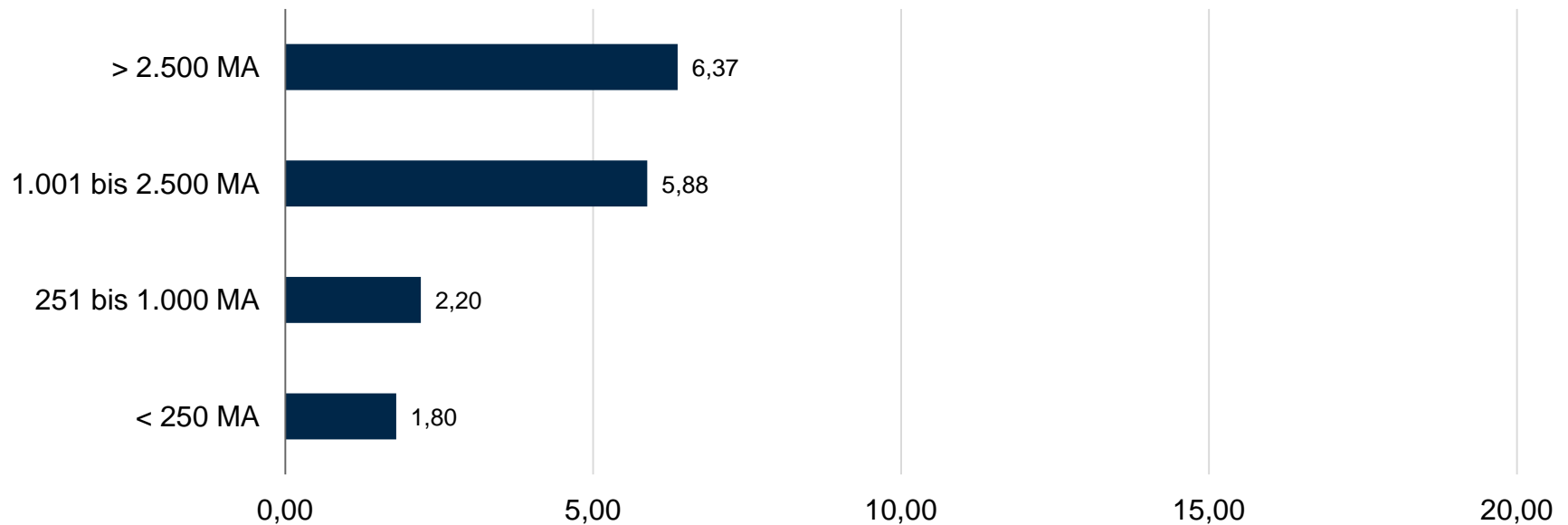
## XING

Mit insgesamt 108 Unternehmen sind 90 Prozent der Unternehmen **außerhalb** der DAX-, MDAX-, TecDAX- Unternehmen auf Xing präsent. Bei der Bewertung ist aufgefallen, dass kein Unternehmen ein eigenes Karriereprofil auf Xing besitzt. Ähnlich wie bei Facebook besitzen viele Unternehmensprofile nur den Namen und Wikipedia-Inhalte. Nur fünf Unternehmen haben zusätzliche Karriereinformationen auf ihrem Xing-Profil veröffentlicht. Nur ein Unternehmen besitzt eine Gruppe im Kontext Karriere.



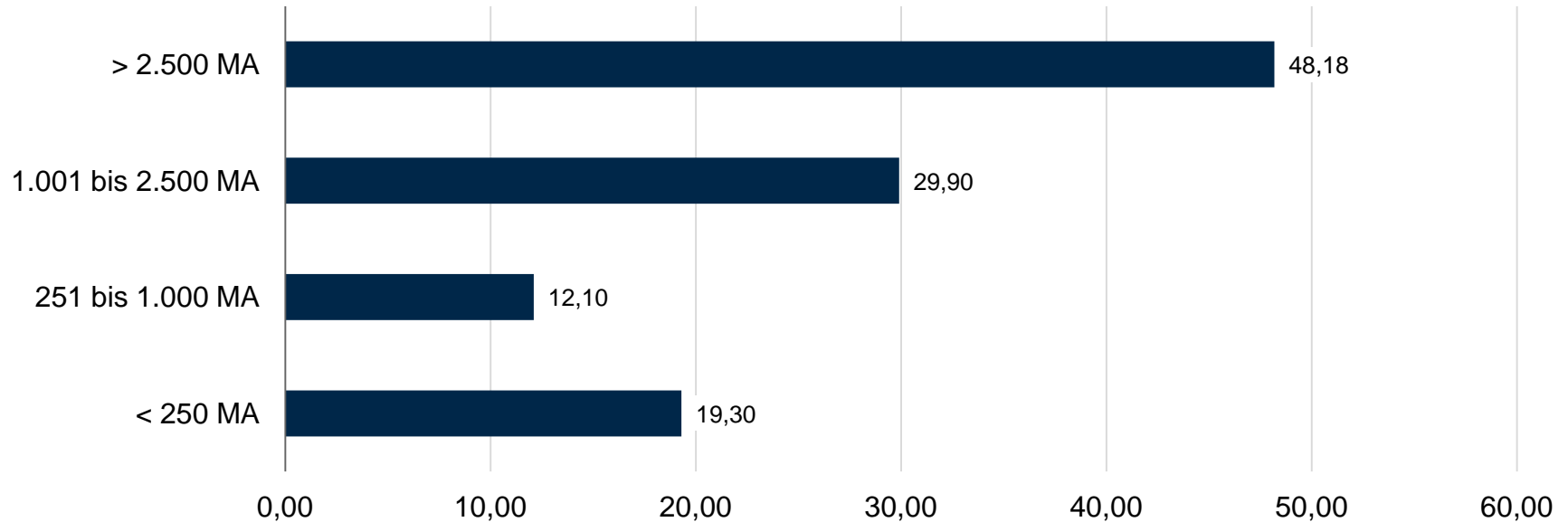
# Ranking-Ergebnisse Sonstige Unternehmen LinkedIn

66 der insgesamt 120 Unternehmen besitzen ein Profil auf LinkedIn. Bei der Auswertung fällt auf, dass ähnlich wie bei Xing, kein einziges LinkedIn-Karriere-Profil besteht. Einige Unternehmen haben Karriereinhalte auf ihren Unternehmensprofilen und nur drei Unternehmen haben eine Gruppe im Kontext Karriere.



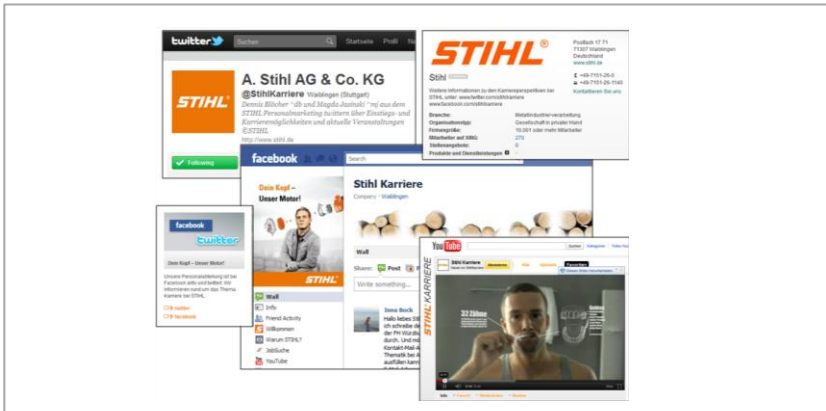
# Ranking-Ergebnisse Sonstige Unternehmen Kununu

64 von 120 Unternehmen sind auf der Arbeitgeber-Bewertungsplattform Kununu vertreten.

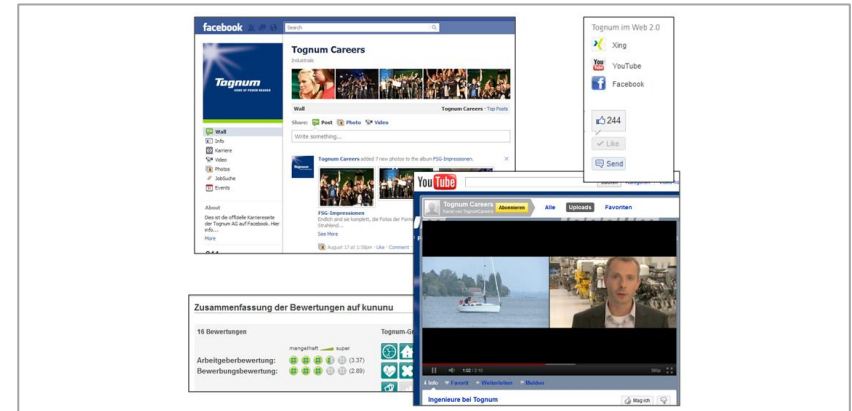


# Die Besten aus der Kategorie Sonstige Unternehmen

## 1. Platz: Andreas Stihl AG & Co KG



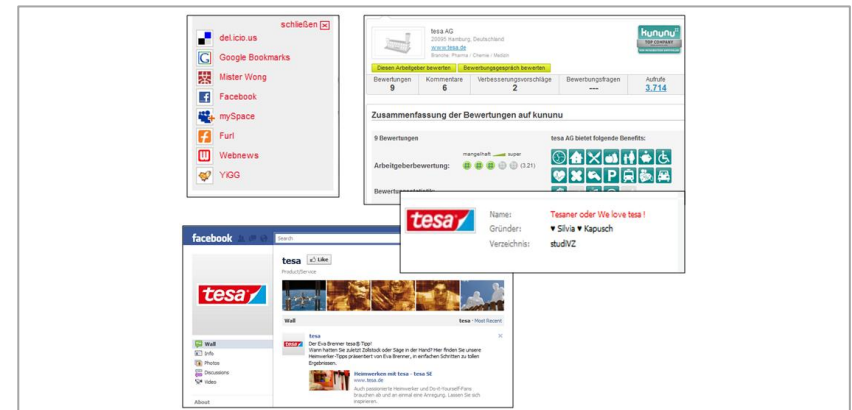
## 2. Platz: Tognum AG



## 3. Platz: Trimet Aluminium AG



## 4. Platz: Tesa SE



# Fazit

Social Media im Personalmarketing und Recruiting ist den Kinderschuhen im Lauf des letzten Jahres noch nicht entwachsen. Die Schuhe mögen heute eine Nummer größer sein, aber das Laufen mit ihnen fällt den Unternehmen nach wie vor schwer. Wenn DAX, MDAX und TecDAX noch in den Kinderschuhen stecken, so könnte man sagen, dass die Unternehmen mit weniger als 2.500 Mitarbeitern gerade erst krabbeln gelernt haben.



# Die Autoren / Kontakt

## Prof. Dr. Christoph Beck

Prof. Dr. Christoph Beck ist seit 2000 Professor an der University of Applied Sciences in Koblenz im Fachbereich Betriebswirtschaft für das Lehrgebiet Human Resource Management verantwortlich. Die Schwerpunkte in der Lehre und Forschung bilden die Themen Personalmarketing, Employer Branding, und (E-)Recruitment. Als einer der führenden Experten Deutschlands im Personalmarketing und als Direktor des Instituts für Personalmanagement & Arbeitsrecht veranstaltet er jedes Jahr die Insider-Jahrestagung für Personalmarketing und Recruiting, den recruiting-convent auf Schloss Bensberg ([www.recruiting-convent.de](http://www.recruiting-convent.de)).

Als Fachbuchautor hat er zahlreiche Veröffentlichungen und Studien aufzuweisen. In der Liste der „40 führenden Köpfe im Personalwesen“ vom personalmagazin 2009 und 2011 wird Prof. Dr. Christoph Beck in der Kategorie der zehn Top-Berater geführt.

### Prof. Dr. Christoph Beck

University of Applied Sciences Koblenz  
Konrad-Zuse-Straße 1  
56075 Koblenz



## Gero Hesse

Gero Hesse ist seit 2011 Mitglied der Geschäftsleitung der medienfabrik Gütersloh GmbH. Dort verantwortet er das Geschäftsfeld HR Communication, welches Kunden in den Themenfeldern Mitarbeiterbefragung, Employer Branding, Personalmarketing und Recruiting berät. Mehr Informationen unter [www.embrace.medienfabrik.de](http://www.embrace.medienfabrik.de).

Hesse gilt als einer der führenden Experten in Deutschland im Themenbereich Employer Branding und Social Media, betreibt unter [www.saatkorn.wordpress.com](http://www.saatkorn.wordpress.com) seinen eigenen Blog um diese Themen und wird seit 2011 in der Liste der „40 führenden Köpfe im Personalwesen“ vom personalmagazin als einer der zehn Top-Berater geführt.

### Gero Hesse

Medienfabrik  
Mitglied der Geschäftsleitung | embrace  
Carl-Bertelsmann-Straße 33  
33332 Gütersloh

Mail: [gero.hesse@medienfabrik.de](mailto:gero.hesse@medienfabrik.de)  
Blog: [www.saatkorn.wordpress.com](http://www.saatkorn.wordpress.com)



## Unter Mitarbeit von

Keller, Antje  
Kuhle, Kim Nikola  
Leichsenring, Anja  
Weifels, Nina



# Rechtshinweise

## **Alle Rechte vorbehalten.**

© Prof. Dr. Christoph Beck, Fachhochschule Koblenz und Gero Hesse, embrace. Das Werk einschließlich seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechts ist ohne Zustimmung der Autoren unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.