



WebXF-Studie analysiert Karriere-Fanpages von DAX 30-Unternehmen

Das Web Excellence Forum 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

(ddp direct) Fanpages haben inzwischen einen festen Platz im Medien-Mix der HR-Abteilungen deutscher Großunternehmen. Im Vergleich zu ihren Kollegen in Marketing oder Service ist die Social Media-Dialogleistung der Personalverantwortlichen nahezu ebenbürtig. Zu diesen Ergebnissen kommt die aktuelle Studie 'Career-Fanpage Monitor 2013' des Web Excellence Forum (www.webxf.org), einer etablierten Initiative von Corporate Web- und Social Media-Verantwortlichen aus aktuell 26 Großunternehmen, darunter 12 DAX 30. Die HR-Kommunikatoren 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 HR-Teams deutscher Konzerne in Bezug auf ihre Social Media-Kommunikation gut aufgestellt?, 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. Mit dem neuen WebXF Benchmark Cockpit liegen uns alle relevanten Daten zu unserem Kommunikationserfolg übersichtlich vor. Ein großer Vorteil im Vergleich zum bislang üblichen Analyse-Overkill in Excel und anderen Formaten?, sagt Tim Friesendorf, Referent Social Media bei der MLP.

Im Vergleich der Dialogleistung liegen die 33 untersuchten Career-Fanpages recht eng beieinander. 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
- * WebXF hat mit Hilfe des WebXF Benchmark Cockpits die Karriere-Fanpages der DAX 30-Unternehmen im ersten Quartal 2013 ausgewertet.

Die Ergebnisse des WebXF Career-Fanpage Monitor 2013 im Überblick: www.webxf.org

Teilnahme am WebXF

WebXF entwickelt seit 2004 Instrumente und Benchmarks zur vergleichenden Bewertung digitaler Kommunikation von Unternehmen, für Unternehmen. Die Teilnehmer des Web Excellence Forum treffen sich regelmäßig zum fachlichen Austausch bei den WebXF Fachtagen. Interessierte Corporate Web- und Social Media-Manager erhalten bei Eva Jasmin Rose Informationen zu den nächsten Terminen und Teilnahmebedingungen: e.rose@webxf.org

Shortlink zu dieser Pressemitteilung:

<http://shortpr.com/m5aex9>

Permanenter Link zu dieser Pressemitteilung:

<http://www.themenportal.de/unternehmen/webxf-studie-analysiert-karriere-fanpages-von-dax-30-unternehmen-12925>

Pressekontakt

BOND PR-Agenten

Herr Marcus Bond
Müritzstr. 16
10318 Berlin

marcus.bond@bond-pr.de

Firmenkontakt

BOND PR-Agenten

Herr Marcus Bond
Müritzstr. 16
10318 Berlin

bond-pr.de
marcus.bond@bond-pr.de

WebXF ist eine weltweit einzigartige Benchmarking-Initiative zur Bewertung digitaler Kommunikation. In ihr engagieren sich Corporate Web- und Social Media-Verantwortliche aus internationalen Großunternehmen; darunter B. Braun, Commerzbank, Daimler, Deutsche Telekom, EnBW, MLP, Schweizerische Post und Siemens. Wissenschaftliche Expertise steuern Professoren der FU Berlin und Universität Leipzig bei. Im WebXF wurden seit der Gründung 2004 aufeinander abgestimmte Benchmarking-Instrumente entwickelt, die von den teilnehmenden Unternehmen

regelmäßig zur vergleichenden Evaluation der Qualität und Leistung ihrer Corporate Websites und Social Media-Aktivitäten eingesetzt werden.

2010 wurde das Web Excellence Forum mit dem PR Report Award ausgezeichnet, nachdem es 2008 bereits den Deutschen PR-Preis erhalten hatte. WebXF steht allen Unternehmen offen, die ihre digitale Kommunikation über Benchmarks steuern und verbessern möchten. Über eine Mitgliedschaft im WebXF e.V. als inhaltlichen Träger der Initiative können interessierte Unternehmen direkt auf die inhaltliche Ausgestaltung und Weiterentwicklung von WebXF Einfluss nehmen. Ansprechpartner hierfür sind die beiden Vorsitzenden Matthias Schultze (m.schultze@enbw.com) und Thorsten Scherer (thorsten.scherer@mlp.de).

Weitere Informationen: www.webxf.org