

+++ Bayer Karriere+++Bertelsmann Careers+++Commerzbank Career+++DFS Deutsche Flugsicherung++  
+Karriere bei Audi+++L'Oréal Deutschland+++Media-Saturn+++PwC Karriere+++RobinsonJobs+++Stihl Ka

Studiensteckbrief

**Studie**

**Personalrecruiting auf Facebook 2011**

erarbeitet von:  
research tools, Esslingen am Neckar

Dezember 2011

©slaystorm/123RF.COM



**research tools**

Marktforschung  
für Innovation und Handlungssicherheit

Studiensteckbrief  
Studie  
Personalrecruiting auf Facebook 2011

# Informationen zur Studie (1)

## Keyfacts (Auswahl)

- Neben klassischen Möglichkeiten der Personalakquise wie der Unternehmenshomepage, Stellenmittlern im Internet, Headhuntern und Firmenkontaktbörsen wird die Plattform Facebook immer mehr von Unternehmen zur Kontaktaufnahme mit möglichen Interessenten genutzt.
- Ein Unternehmen konnte bis zum Untersuchungszeitpunkt über 17.000 Interessenten auf seinem Karriereprofil aufzeigen.
- Ein Unternehmen schafft es, dass im Schnitt über 800 neue potentielle Bewerber das Karriereprofil besuchen.
- Der Anbieter mit dem meisten Traffic auf dem Profil verzeichnet über 300 Postings im Untersuchungszeitraum. Hier kommen die meisten Anfragen von Interessenten zusammen
- Nur zwei Unternehmen schaffen es, dass mehr als 10% der Interessenten auch tatsächlich etwas Posten. Bei allen andern Profilen weist der Anteil der Besucher, die sich nur umschaun über 90% auf.
- Nur zwei Unternehmen nutzen die HR-Potentiale der Plattform gut aus.

# Informationen zur Studie (2)

## Sie möchten wissen:

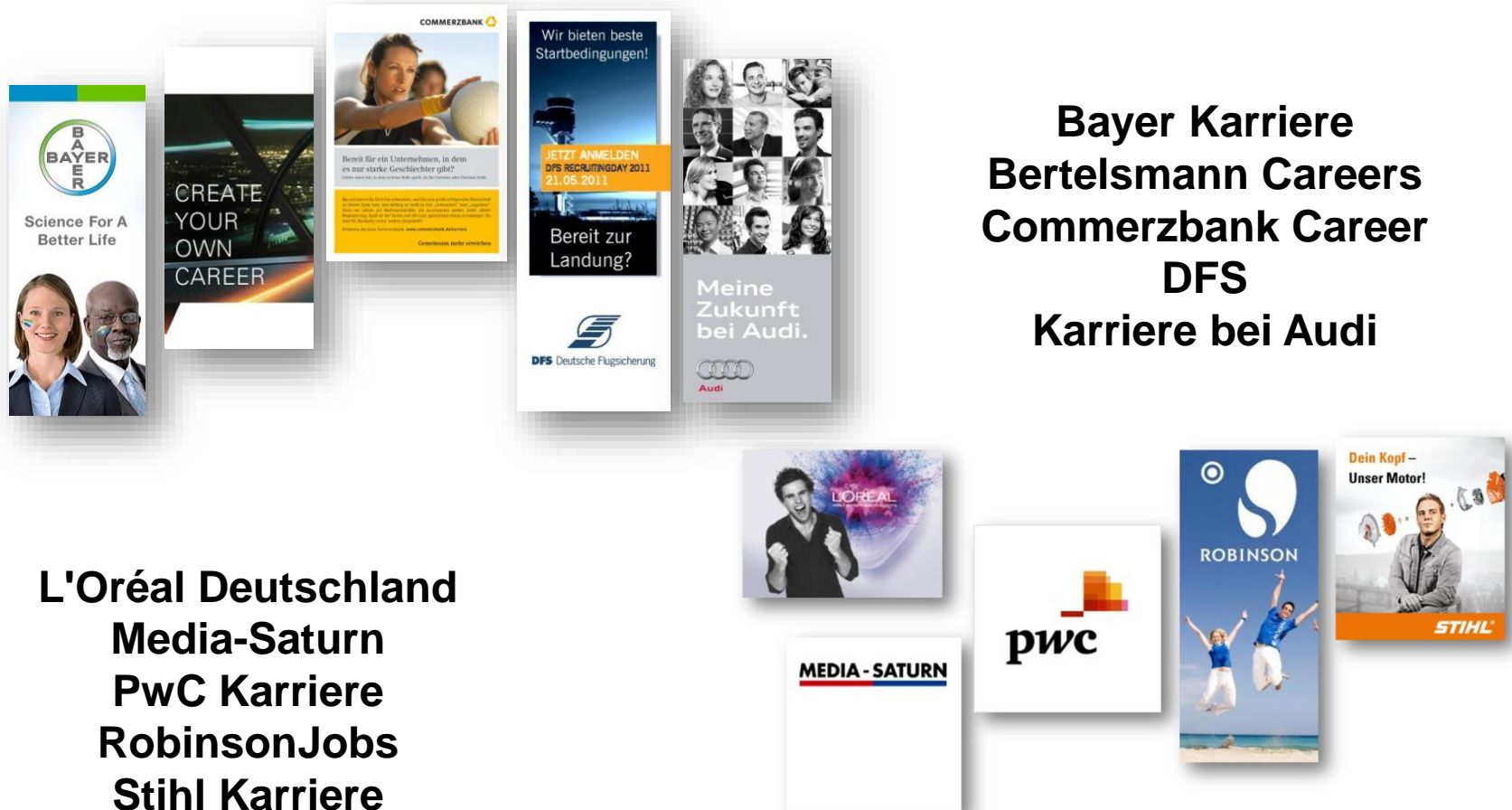
- Welche Unternehmen bereits auf Facebook ein Karriereprofil besitzen?
- Wie die Karriereprofile anderer Unternehmen aufgebaut sind und seit wann diese aktiv sind?
- Wie viele Interessenten andere Unternehmen auf Facebook –Karriereprofilen haben?
- Wie aktiv andere Unternehmen und potentielle Bewerber in der Community sind?
- Welche HR-Maßnahmen andere Unternehmen auf Facebook einsetzen?

## Forschungsdesign:

Die Studie basiert auf Daten, die von research tools auf der Plattform Facebook erhoben wurden. Analysiert werden die offiziellen Karriereprofile von zehn Unternehmen, die aufgrund ihres Marktanteils, der Branchenzugehörigkeit, ihrer Anzahl an Interessenten auf der Plattform oder Besonderheiten im Profil oder der Positionierung ausgewählt wurden. Dabei handelt es sich um folgende Anbieter:

# Informationen zur Studie (3)

## Die analysierten Unternehmen



**Bayer Karriere**  
**Bertelsmann Careers**  
**Commerzbank Career**  
**DFS**  
**Karriere bei Audi**

**L'Oréal Deutschland**  
**Media-Saturn**  
**PwC Karriere**  
**RobinsonJobs**  
**Stihl Karriere**

Quelle: Profilsseiten auf Facebook, zusammengestellt durch research tools (Stand Oktober 2011)

# Informationen zur Studie (4)

## Die Studie gibt Auskunft über:

- Überblick über die Facebookpräsenz der größten Ökostromanbieter – Seiten und Fans
- Detailanalyse der zehn Anbieter:
  - Profilaufbau der zehn analysierten Unternehmen
  - Profilnutzung für HR-Ziele
  - Startzeitpunkt der Aktivität und Einstiegsaktionen
  - Zahl der Interessenten und Rekrutierungsquoten
  - Traffic auf den Seiten
  - Quantitative Aktivität der Unternehmen und Interessenten
  - Tonalität der Beiträge

Die Ergebnisse der Unternehmen werden nach einem bewährten System im Kapitel Rankings bewertet. Zudem werden die Ergebnisse anschließend individuell für jeden Anbieter zusammengefasst und Handlungsempfehlungen abgegeben.

# Informationen zur Studie (5)

Um eine unmittelbare Nutzung zu ermöglichen, beispielsweise für interne Präsentationen, wird die Studie als PDF- und ppt.-Datei auf CD ausgeliefert.

Die rund 70 Seiten umfassende Studie kostet **1.800 EUR** zuzüglich Mehrwertsteuer.

Der Herausgeber:

Die Marktforschungsberatung **research tools** hat sich auf die Konzeption innovativer Marktforschungsinstrumente spezialisiert. Das Unternehmen mit Sitz in Esslingen am Neckar hilft Unternehmen dabei, die Erkenntnisse aus neuen Marktforschungsmethoden mit den Unternehmensprozessen zu verzahnen und umsetzungsstarke Werkzeuge zu entwickeln.

# Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	3
➤ Forschungsdesign	8
➤ Überblick- Facebookpräsenz: Karriereseiten	13
➤ Profilfeatures	25
➤ HR- Ziele	32
➤ Start Facebookpräsenz	35
➤ Traffic und Engagement	43
➤ Traffic	46
➤ Engagement der Unternehmen	49
➤ Engagement der Interessenten (inkl. Tonalität)	51
➤ Aktivitätsindex	57
➤ Ranking	60
➤ Ergebnisüberblick und Handlungsempfehlungen je Unternehmen	68
➤ Kontakt	79



# Beispielseiten (1)

Auf welche Profilfeatures setze andere Unternehmen?

## Management Summary

- Neben klassischen Möglichkeiten der Personalakquise wie Stellenmittlern im Internet, Headhuntern und Firmenkontaktbörsen immer mehr von Unternehmen zur Kontaktaufnahme mit möglichen Interessenten.
- Die zehn analysierten Unternehmen benutzen beim Aufbau ihrer „Info“, „Pinnwand“, „Fotos“, „Friend Activity“ und „Veranstaltungen“. Unternehmen 1 seinen Interessenten. Unternehmen 3 weist 13 F benutzte auf ihrer Karriereseite nur acht Features.
- Die Diskussion auf den Pinnwandseiten der Unternehmen wird häufig und zur Veröffentlichung von Stellenangeboten verwendet. Ebenso Interessenten genutzt. Diese Stellen dort konkrete Fragen an die Bewerbung, Arbeit, Beruf und Ausbildung.
- Mit 36 Monaten Facebookpräsenz ist Unternehmen 2 am längsten Unternehmen 7 besitzt seit Mai 2009 und damit seit 30 Monaten ein Unternehmen ist seit 23 Monaten in der Community vertreten. Jüngste Einsteiger Unternehmen 1 mit jeweils 18 Monaten Präsenz ihrer Karriereseiten.
- Die meisten Interessenten besitzt Unternehmen 5 (17.080). Auf Platz 2 mit 7.778 Interessenten. Unternehmen 1 steht mit 6.646 Interessenten. Unternehmen 8 mit 2.080 Interessenten besitzt die Karriereseite von Unternehmen 8 mit 2.080 Interessenten.



## Profilfeatures

### Features auf den Karriereseiten

Unternehmen	Info	Pinnwand	Fotos	Videos	Friend Activity	Veranstaltungen	Karriere / Berufe	Job Suche	Sonst. Features
Unternehmen 1	x	x	428	15	x	40	x	x (FB)	x
Unternehmen 2	x	x	281	16	x	27		x	x
Unternehmen 3	x	x	174	8	x	51		x (FB)	x
Unternehmen 4	x	x	368	21	x	109			x
Unternehmen 5	x	x	268	16	x	77	x	x (FB)	x
Unternehmen 6	x	x	318	29	x	11	x	x (FB)	x
Unternehmen 7	x	x	150	12	x	9	x	x (FB)	x
Unternehmen 8	x	x	136	27	x	7		x (FB)	x
Unternehmen 9	x	x	83	9	x	20		x (FB)	x
Unternehmen 10	x	x	92		x	25	x	x	x

Quelle: Profildaten auf Facebook, zusammengestellt durch research tools (Stand Oktober 2011)



Anmerkung: Die Beispielseiten enthalten teilweise fiktive Daten. Die Unternehmen sind in den Beispielseiten anonymisiert.



# Beispielseiten (2)

Was sind die Ziele der anderen Unternehmen? Für welche Zwecke wird der Dialog auf der Pinnwandseite verwendet?

## HR- Ziele

Verwendungszwecke der Pinnwandseiten (Postings auf der Pinnwand nach Ziel)

Unternehmen	PR	Stellenangebote	Stellenanfragen	B un K
Unternehmen 1	25 (56,8%)	4 (9,1%)	1 (2,3%)	2
Unternehmen 2	14 (31,8%)	16 (36,4%)	-	
Unternehmen 3	21 (29,6%)	18 (25,4%)	1 (1,4%)	4
Unternehmen 4	10 (17,5%)	1 (1,8%)	4 (7,0%)	
Unternehmen 5	26 (51,0%)	3 (5,9%)	4 (7,8%)	
Unternehmen 6	12 (23,1%)	2 (3,8%)	6 (11,5%)	1
Unternehmen 7	11 (27,5%)	8 (20,0%)	-	
Unternehmen 8	23 (54,8%)	4 (9,5%)	-	1
Unternehmen 9	19 (45,2%)	6 (14,3%)	3 (7,1%)	1
Unternehmen 10	20 (46,5%)	11 (25,8%)	-	1

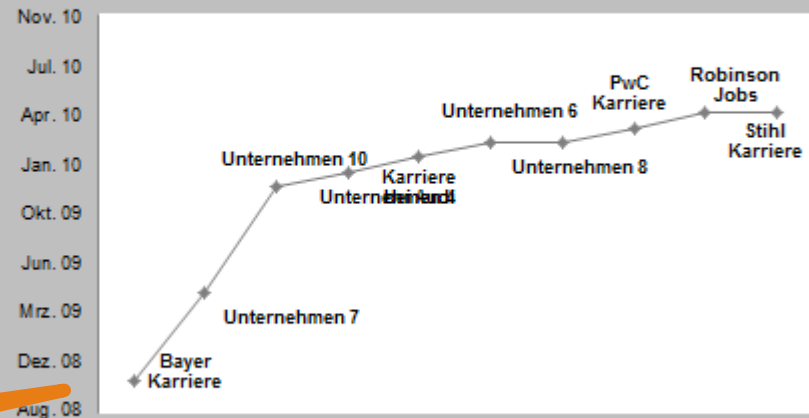
Quelle: Profilsseiten auf Facebook, zusammengestellt durch research tools (Stand Oktober 2011)



Wer sind die Innovatoren?

## Start Facebookpräsenz

Beginn Facebook-Aktivität



Quelle: Profilsseiten auf Facebook, zusammengestellt durch research tools (Oktober 2011)



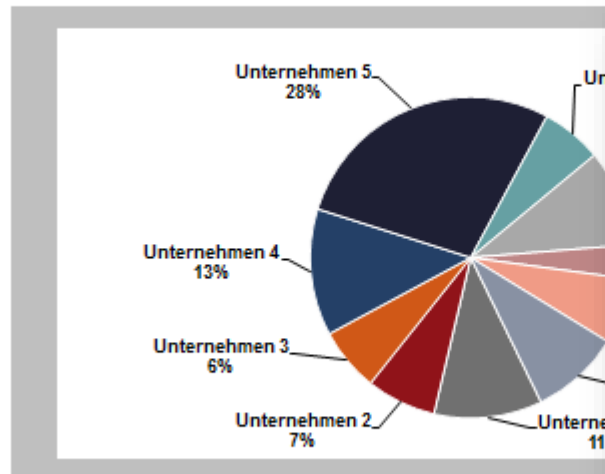
Anmerkung: Die Beispielseiten enthalten teilweise fiktive Daten. Die Unternehmen sind in den Beispielseiten anonymisiert.

# Beispielseiten (3)

Wer hat die meisten Fans?

## Start Facebookpräsenz

### Verteilung der Interessenten



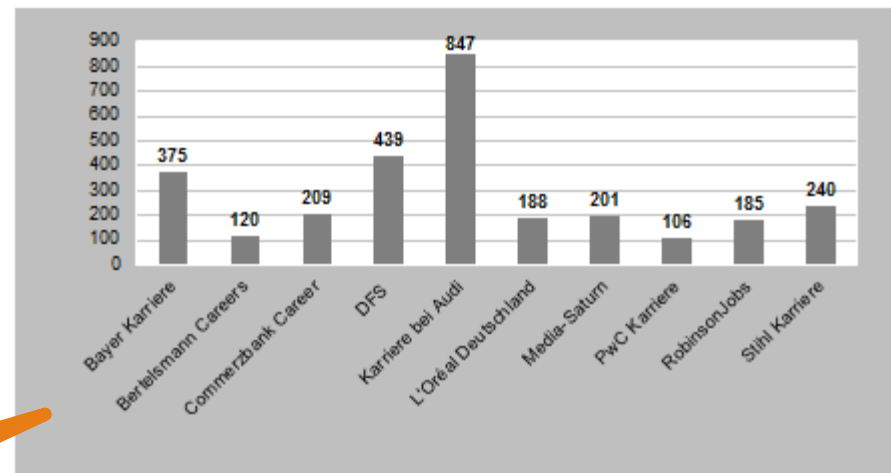
Quelle: Profildaten auf Facebook, zusammengestellt durch research tools (Stand Oktober 2011)



Welcher Wettbewerber hat den größten Fanzuwachs?

## Start Facebookpräsenz

### Interessentenquote (Anzahl Interessenten pro Monat Facebookpräsenz)



Quelle: Profildaten auf Facebook, zusammengestellt durch research tools (Stand Oktober 2011)



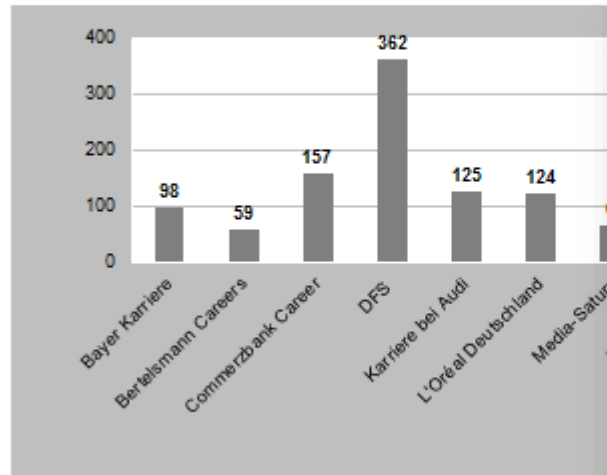
Anmerkung: Die Beispielseiten enthalten teilweise fiktive Daten. Die Unternehmen sind in den Beispielseiten anonymisiert.

# Beispielseiten (4)

**Auf welchem Profil ist der meiste Buzz?**

## Traffic und Engagement Traffic

Anzahl der Gesamtpostings

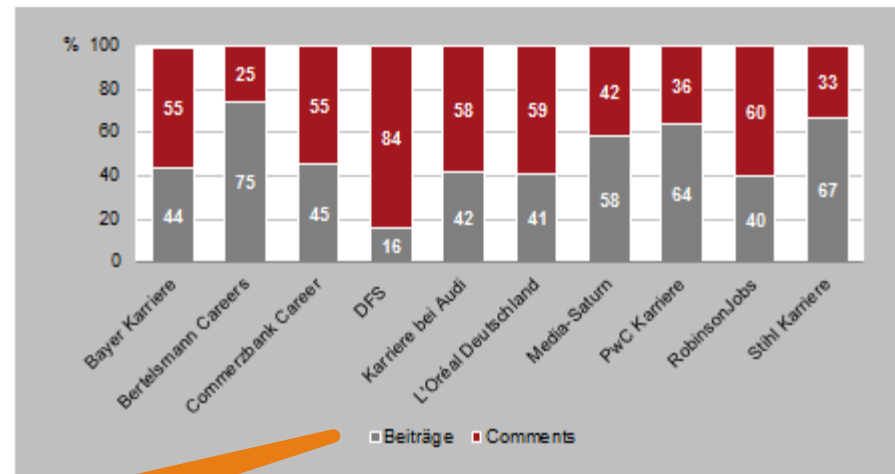


Quelle: Profilen auf Facebook, zusammengestellt durch research tools (Stand Oktober 2011)



## Traffic und Engagement Traffic

Aufteilung der Postings in Beiträge und Comments



Quelle: Profilen auf Facebook, zusammengestellt durch research tools (Stand Oktober 2011)



**Ist das Verhältnis von Aktion und Reaktion ausgeglichen?**

Anmerkung: Die Beispielseiten enthalten teilweise fiktive Daten. Die Unternehmen sind in den Beispielseiten anonymisiert.

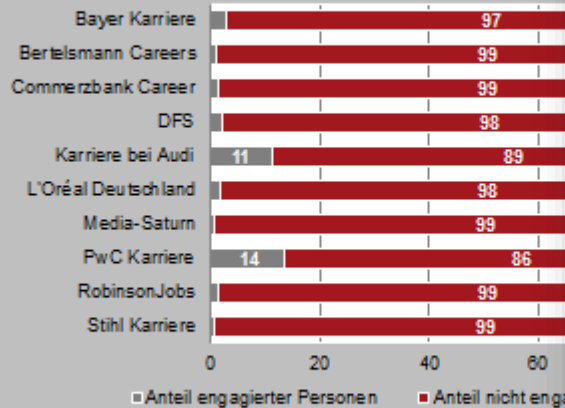
# Beispielseiten (5)

Wie aktiv sind die Fans?  
Posten Sie oder klicken nur  
„Gefällt mir?“

## Traffic und Engagement

Engagement der Interessenten

Engagement der Fans- tatsächlich aktiven Interessenten  
(Engage= post/ Zahl der Interessenten)



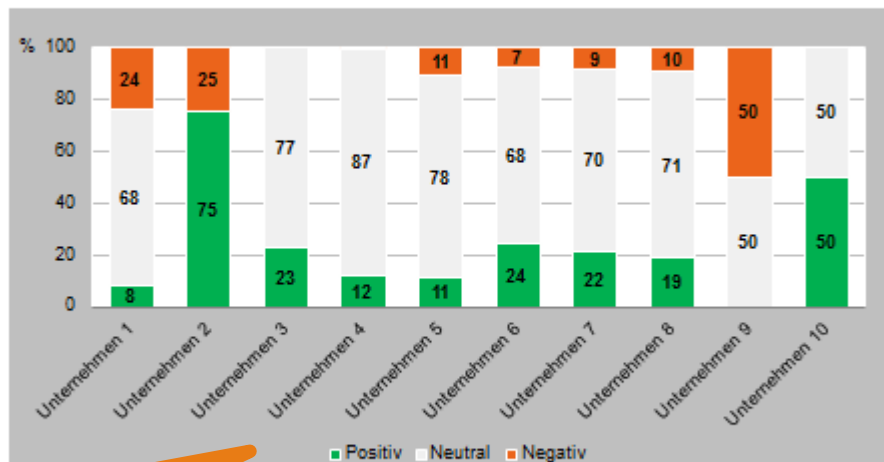
Quelle: Profildaten auf Facebook, zusammengestellt durch research tools (Stand Oktober 2011)

**research tools**  
Marktforschung  
für Innovation und Handlungssicherheit

## Traffic und Engagement

Engagement der Fans

Tonalität



Quelle: Profildaten auf Facebook, zusammengestellt durch research tools (Stand 13.07.2011)

**research tools**  
Marktforschung  
für Innovation und Handlungssicherheit

Studie Facebook  
Ökostromanbieter 2011

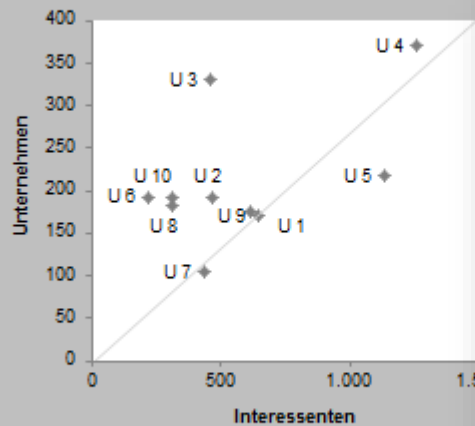
Und wie aussagekräftig sind die Statements? Wer hat die meisten Einträge mit positivem Feedback zum Unternehmen?

n. Die Unternehmen sind in den Beispielseiten anonymisiert.

# Beispielseiten (6)

## Traffic und Engagement Aktivitätsindex

### Aktivitätsindex – Unternehmen vs. Interessenten

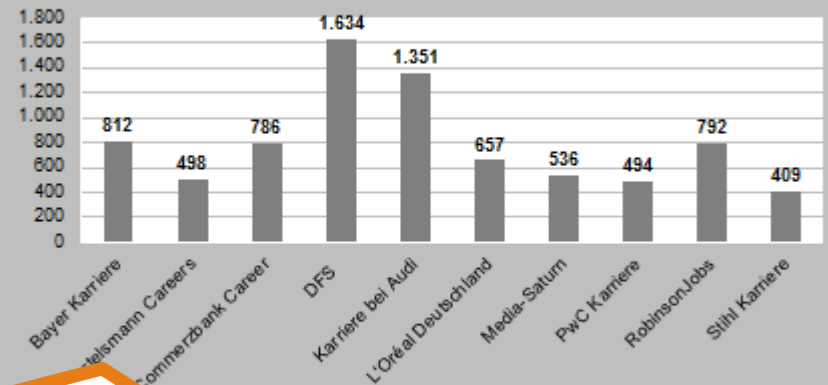


Quelle: Profilsseiten auf Facebook, zusammengestellt durch research tools (Stand Oktober 2011)



## Traffic und Engagement Aktivitätsindex

### Aktivitätsindex - Gesamt



Quelle: Profilsseiten auf Facebook, zusammengestellt durch research tools (Stand Oktober 2011)

**Wer ist aktiver? Fans oder Unternehmen?  
Welcher Wettbewerber schafft es mit möglichst geringem Aufwand mit den Fans in Verbindung zu bleiben?**

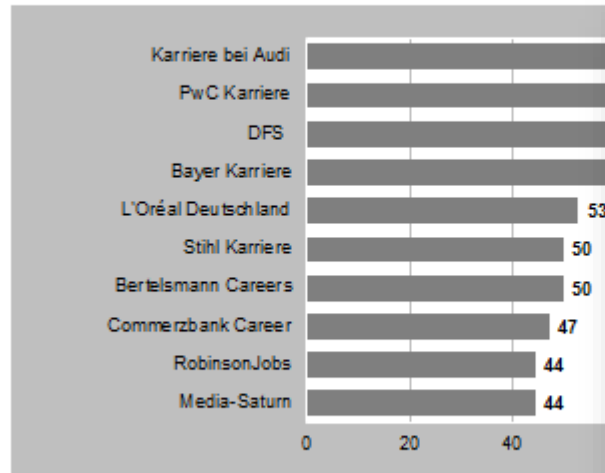
Beispielseiten anonymisiert.

# Beispielseiten (7)

Welcher Anbieter ist Sieger im Ranking?

## Ranking

### Ranking



Ranking

**research tools**  
Marktforschung  
für Innovation und Handlungssicherheit

## Ergebnisüberblick und Handlungsempfehlungen je Unternehmen

### Unternehmen 3

Zahl der Features	13
Zahl der Marketingaktivitäten	6
Präsenzdauer	19
Zahl der Interessenten	3.904
Interessentenquote	209
Aktivität pro Unternehmen	330
Interessenten	456
positiv	8
negativ	3
neutral	74

#### Pro:

- > Öffentlich sichtbare Unternehmensbewertung
- > Jobdatenbank direkt auf der Karriereseite
- > Viel PR- Aktivität
- > Political Correctness Werbung als Posting

#### Contra:

- > Relativ geringe Präsenzdauer
- > Relativ wenige Postings (gesamt)

#### Empfehlung:

- > Anregung des Postingverkehrs

Was sind die Stärken und Schwächen? Gibt es ungenutzte Potenziale? Wo kann angesetzt werden?

Die Unternehmen sind in den Beispielseiten anonymisiert.

# Bestellformular

**FAX-Bestellung: +49 (0)711- 55090384**

research tools, Martinstraße 42-44, 73728 Esslingen am Neckar

Hiermit bestellen wir zum Preis in Höhe von 1.800 EUR zzgl. Mwst. die Studie

**„Personalrecruiting auf Facebook 2011“** (Berichtszeitraum Oktober 2011 bis Oktober 2011)

**Auftraggeber:**

Firma:

---

Ansprechpartner:

---

Position/Funktion:

---

E-Mail:

---

---

Ort/Datum

Unterschrift



**research tools**

Marktforschung  
für Innovation und Handlungssicherheit

Studiensteckbrief  
Studie  
Personalrecruiting auf Facebook 2011



# Kontakt

Ihr Ansprechpartner für diese Studie ist:

**Franziska Roth**



Produktmanager Kommunikationsforschung

Tel. +49 711 55090382

E-Mail: [franziska.roth@research-tools.net](mailto:franziska.roth@research-tools.net)

**research tools**

Martinstraße 42-44

D 73728 Esslingen am Neckar, Deutschland

[www.research-tools.net](http://www.research-tools.net)



**research tools**

Marktforschung  
für Innovation und Handlungssicherheit

Studiensteckbrief  
Studie  
Personalrecruiting auf Facebook 2011