

+++ 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



**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.
- Rund 70 Unternehmen in D-A-CH besitzen bereits ein Karriereprofil.
- Zum Untersuchungszeitpunkt konnte eines der analysierten Unternehmen über 17.000 Interessenten auf seinem Karriereprofil aufzeigen.
- Eines der betrachteten Unternehmen erreicht, dass im Schnitt über 800 neue potenzielle Bewerber pro Monat das Karriereprofil besuchen.
- Nur zwei Unternehmen der zehn analysierten Unternehmen schaffen es, dass mehr als 10% der Interessenten auch tatsächlich etwas posten. Bei allen anderen Profilen weist der Anteil der Besucher, die sich nur umschauchen über 90% auf.
- Die HR-Potenziale der Plattform werden nur von zwei der zehn analysierten Unternehmen gut ausgenutzt.

# Informationen zur Studie (2)

## Sie möchten wissen:

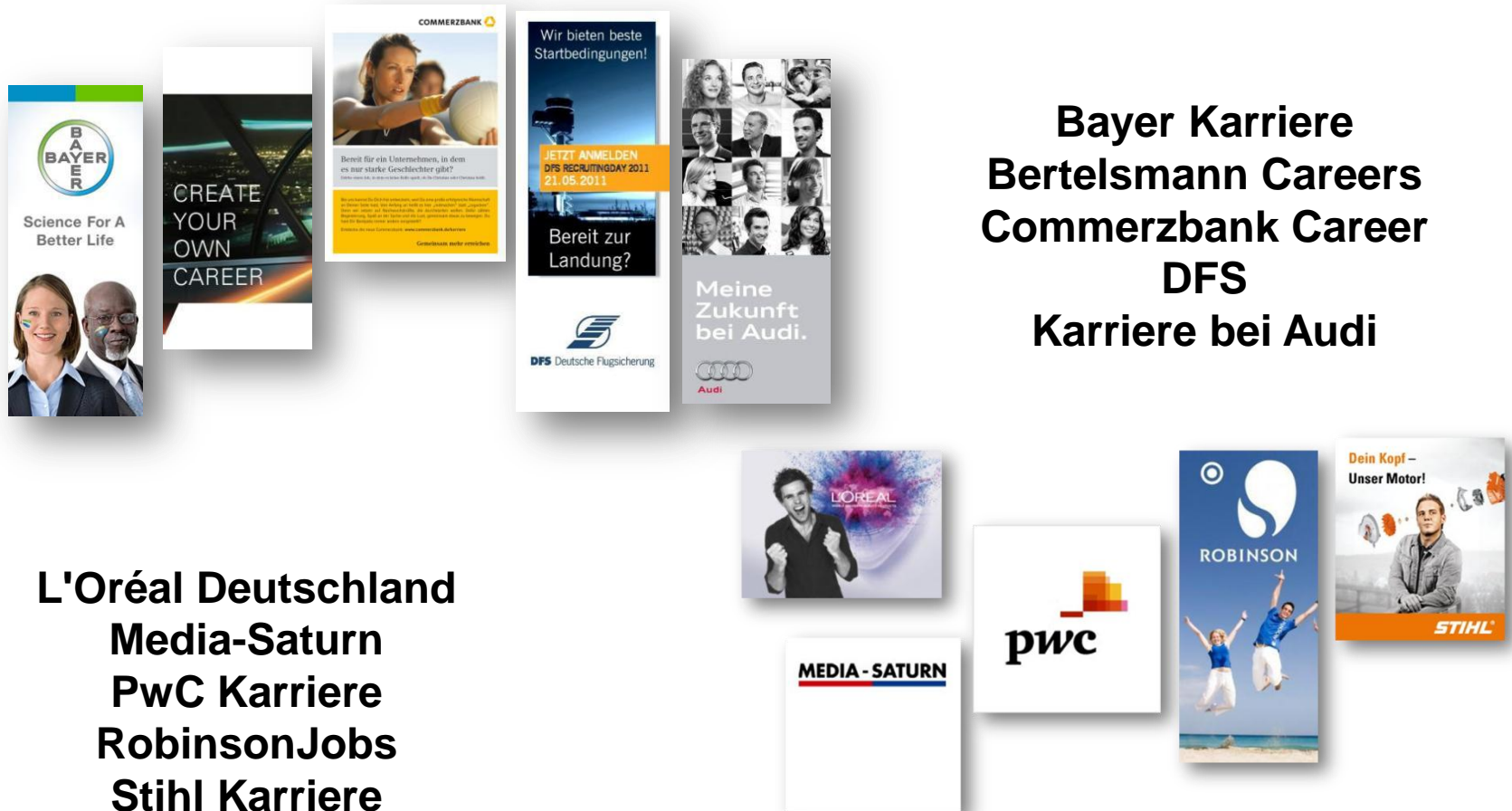
- Welche Unternehmen bereits auf Facebook ein Karriereprofil besitzen?
- Wie die Karriereprofile anderer Unternehmen aufgebaut sind und seit wann diese aktiv sind?
- Wie viele Interessenten andere Unternehmen auf Facebook –Karriereprofilen haben?
- Wie aktiv andere Unternehmen und potentielle Bewerber 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 Brachenzugehörigkeit, 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 alle bekannten Karriereprofile in D-A-CH – Seiten und Interessenten
- Detailanalyse von zehn Unternehmensprofilen:
  - 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.

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

Die rund 80 Seiten umfassende Studie kostet **1.800 EUR** zuzüglich Mehrwertsteuer.

# 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 Follower auf ihrer Karriereseite nur acht Features.
- Die Diskussion auf den Pinnwandseiten der Unternehmen wird häufig und zur Veröffentlichung von Stellenangeboten verwendet. Ebenso werden diese Stellen dort konkrete Fragen an die Interessenten genutzt.
- Mit 36 Monaten Facebookpräsenz ist Unternehmen 2 am längsten. Unternehmen 7 besitzt seit Mai 2009 und damit seit 30 Monaten ein Profil. Unternehmen 1 ist seit 23 Monaten in der Community vertreten. Jüngste Einsteiger sind Unternehmen 1 mit jeweils 18 Monaten Präsenz ihrer Karriereseiten.
- Die meisten Interessenten besitzt Unternehmen 5 (17.080). Auf Platz 2 steht Unternehmen 7 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 Unternehmensseiten (Postings auf der Pinnwand nach Ziel)

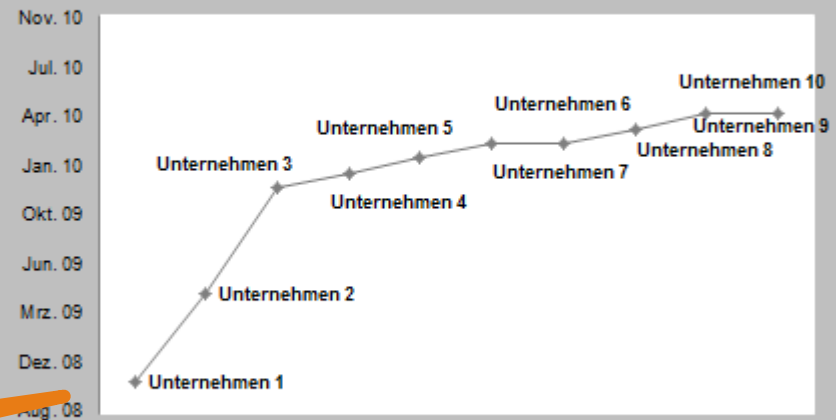
Unternehmen	PR	Stellenangebote	Stellenanfragen	B un K
Unternehmen 1	25 (56,8%)	4 (9,1%)	1 (2,3%)	2
Unternehmen 2	14 (31,8%)	16 (36,4%)	-	
Unternehmen 3	21 (29,6%)	18 (25,4%)	1 (1,4%)	4
Unternehmen 4	10 (17,5%)	1 (1,8%)	4 (7,0%)	
Unternehmen 5	26 (51,0%)	3 (5,9%)	4 (7,8%)	
Unternehmen 6	12 (23,1%)	2 (3,8%)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



## Start Facebookpräsenz

Beginn Facebook-Aktivität



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



Wer ist seit wann aktiv?

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

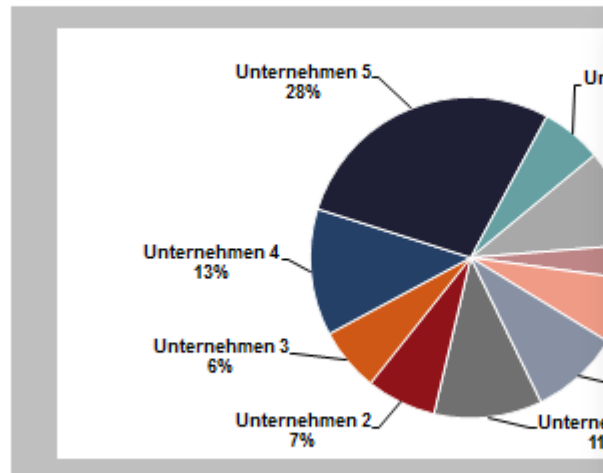


# Beispielseiten (3)

Wer hat die meisten Fans?

## Start Facebookpräsenz

### Verteilung der Interessenten



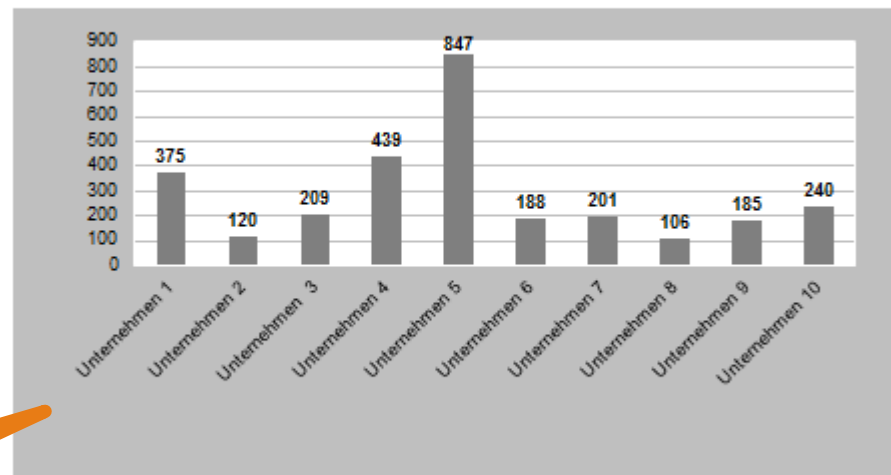
Quelle: Profildaten auf Facebook, zusammengestellt durch research tools (Stand Oktober 2011)



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)



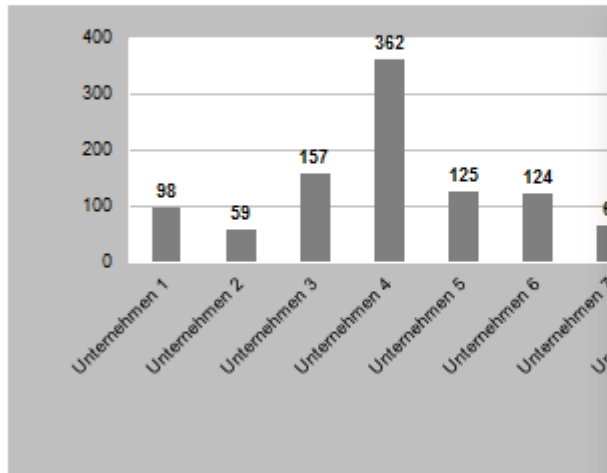
Anmerkung: Die Beispielseiten enthalten teilweise fiktive Daten. Die Unternehmen sind in den Beispielseiten anonymisiert.

# Beispielseiten (4)

Auf welchem Profil ist der meiste Buzz?

## Traffic und Engagement Traffic

Anzahl der Gesamtpostings

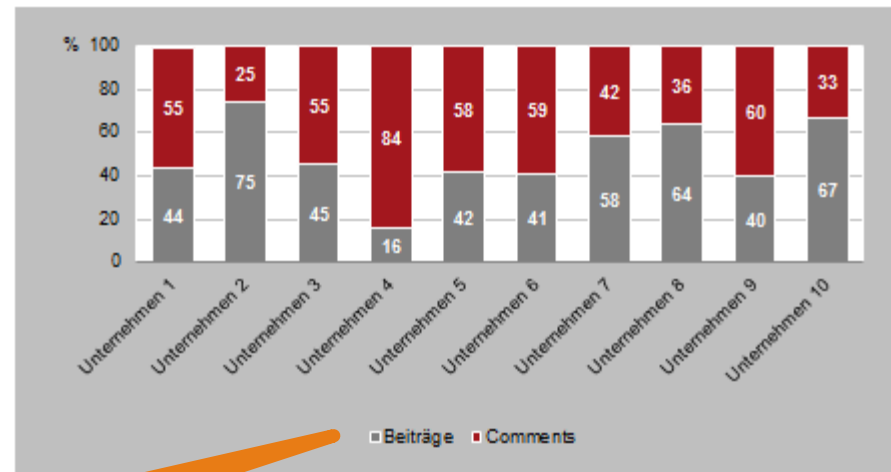


Quelle: Profileiten auf Facebook, zusammengestellt durch research tools (Stand Oktober 2011)



## Traffic und Engagement Traffic

Aufteilung der Postings in Beiträge und Comments



Auf Facebook, zusammengestellt durch research tools (Stand Oktober 2011)



Ist das Verhältnis von Aktion und Reaktion ausgeglichen?

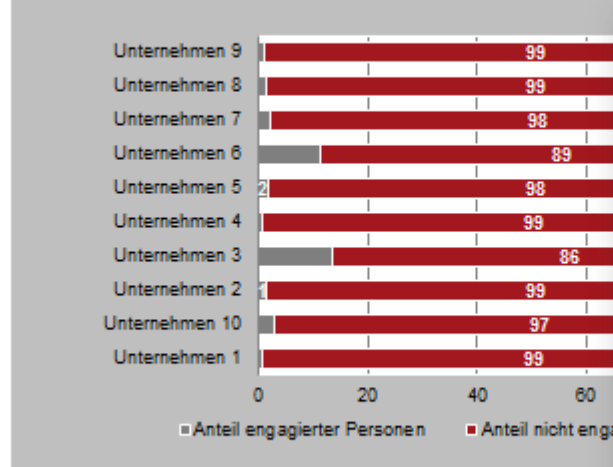
Anmerkung: Die Beispielseiten enthalten teilweise fiktive Daten. Die Unternehmen sind in den Beispielseiten anonymisiert.

# 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)

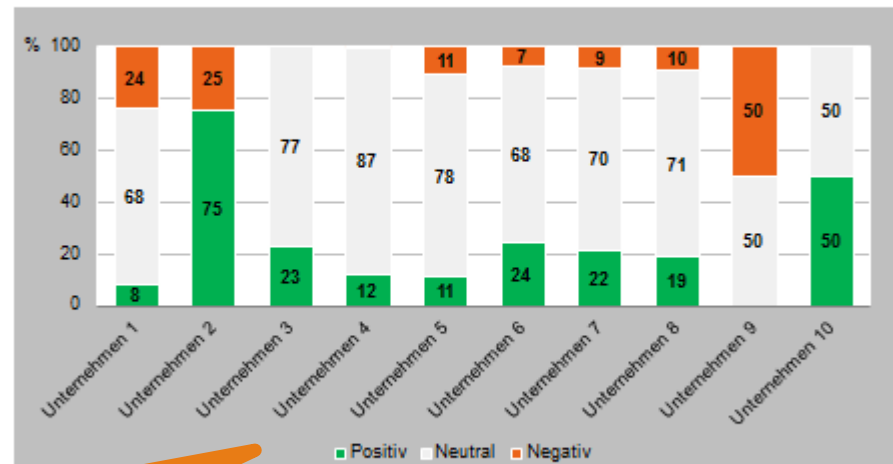


Quelle: Profileiten auf Facebook, zusammengestellt durch research tools (Stand Oktober 2011)



## Traffic und Engagement Engagement der Fans

Tonalität



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



Studie Facebook  
Ökostromanbieter 2011

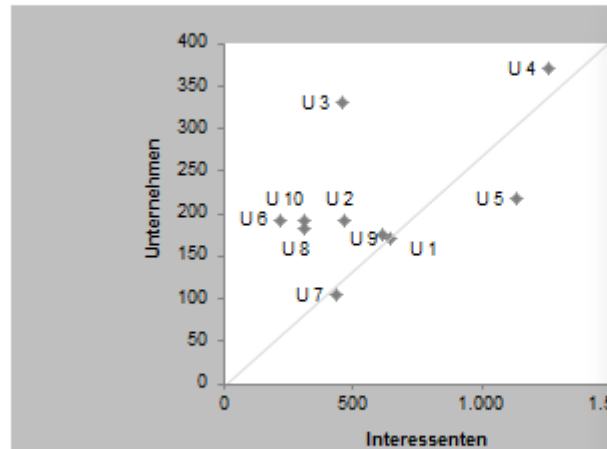
Und wie aussagekräftig sind die Statements? Wer hat die meisten Einträge mit positivem Feedback zum Unternehmen?

n. Die Unternehmen sind in den Beispielseiten anonymisiert.

# Beispielseiten (6)

## Traffic und Engagement Aktivitätsindex

### Aktivitätsindex – Unternehmen vs. Interessenten



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



## Traffic und Engagement Engagement der Interessenten

### Tonalität der Postings

Unternehmen	Zahl der Postings mit Tonalität		
	Positiv	Negativ	Neutral
Unternehmen 1	36	1	25
Unternehmen 2	11	1	8
Unternehmen 3	8	3	74
Unternehmen 4	60	4	183
Unternehmen 5	37	3	33
Unternehmen 6	25	7	45
Unternehmen 7	11	3	31
Unternehmen 8	13	0	14
Unternehmen 9	16	1	46
Unternehmen 10	6	0	13

Quelle: Profisseiten 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?**

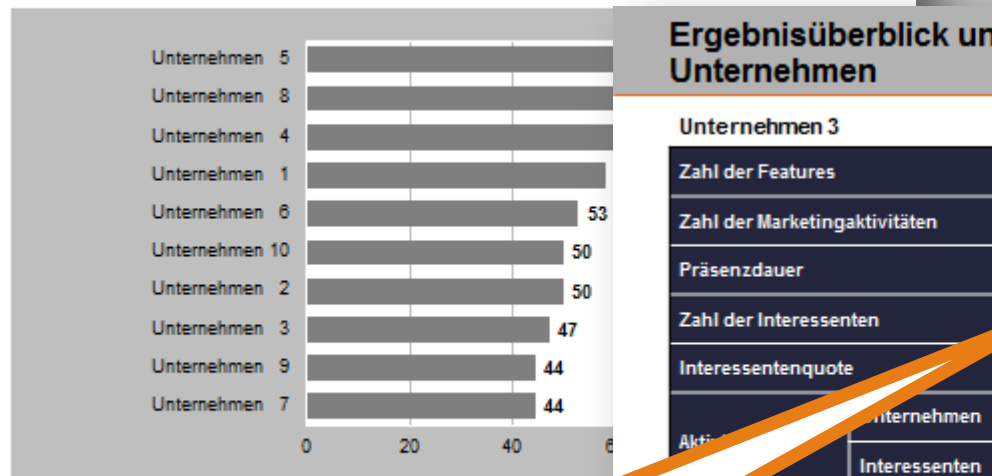
Beispielseiten anonymisiert.

# 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

**research tools**  
Marktforschung  
für Innovation und Handlungssicherheit

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

Alle 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 2010 bis September 2011)

## Auftraggeber:

Firma:

---

Ansprechpartner:

---

Position/Funktion:

---

E-Mail:

---

---

Ort/Datum

Unterschrift

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: Marketingmaßnahmen erfassen – verstehen – bewerten.

Im letzten Halbjahr in der Reihe „Studie Facebook“ erschienen:

- Studie „Facebook Versicherungen 2011“, erschienen Juli 2011
- Studie „Facebook Ökostrom 2011“, erschienen August 2011
- Studie „Facebook Reiseportale 2011“, erschienen August 2011
- Studie „Facebook Versandhäuser 2011“, erschienen August 2011
- Studie „Facebook Banken 2011“, erschienen September 2011
- Studie „Facebook Fußball Bundesligisten 2011“, erschienen Oktober 2011
- Studie „Facebook Fashion 2011“, erschienen November 2011 (in Englisch)
- Studie „Facebook Radiosender 2011“, erschienen November 2011
- Studie „Facebook Frauenzeitschriften 2011“, erschienen November 2011