

Zusammenfassung der Ergebnisse : 1/2011 und 8/2009

Rang	Unternehmen	Rang Twitter	Rang YouTube	Rang Corporate	Rang Facebook	Durchschnitt	Rang 2009
1	Adidas AG	1	4	7	1	3,25	3
2	BMW AG	3	1	5	5	3,5	1
3	SAP AG	5	3	1	7	4	2
4	Daimler AG	7	7	2	2	4,5	4
5	Volkswagen AG VZ	6	2	8	3	4,75	6
6	Deutsche Telekom AG	4	5	2	11	5,5	5
7	Deutsche Lufthansa AG	2	12	8	4	6,5	8
8	BASF SE	11	10	3	13	9,25	15
9	Deutsche Bank AG	10	6	8	14	9,5	11
9	Siemens AG	8	11	3	16	9,5	7
10	Bayer AG	9	8	8	15	10	12
11	Deutsche Post AG	12	14	8	10	11	9
12	Henkel AG & Co KGAA	16	17	4	8	11,25	9
13	Allianz SE	13	19	8	9	12,25	13
14	Beiersdorf AG	24	18	8	6	14	18
15	RWE AG	14	16	6	22	14,5	16
15	MAN SE	21	9	8	20	14,5	17
16	Metro AG	19	20	8	12	14,75	25
17	Deutsche Börse AG	15	15	8	24	15,5	14
18	E.ON AG	22	13	8	25	17	18
18	Merck KGAA	17	25	8	18	17	22
19	Commerzbank AG	25	22	5	17	17,25	25
20	Linde AG	18	24	8	23	18,25	21
21	ThyssenKrupp AG	20	23	8	25	19	25
22	Muenchner Rück	27	25	8	19	19,75	25
23	Fresenius Med Care	26	25	8	21	20	24
24	Fresenius	23	25	8	25	20,25	20
24	Infineon Technologies AG	27	21	8	25	20,25	-
25	HeidelbergCement	27	25	8	25	21,25	-25
25	K+S	27	25	8	25	21,25	

Gesamtrangliste der DAX30-Unternehmen

Kontakt:

Prof. Dr. Lothar Rolke
(BWL und
Unternehmenskommunikation)

FH Mainz –
University of Applied
Sciences

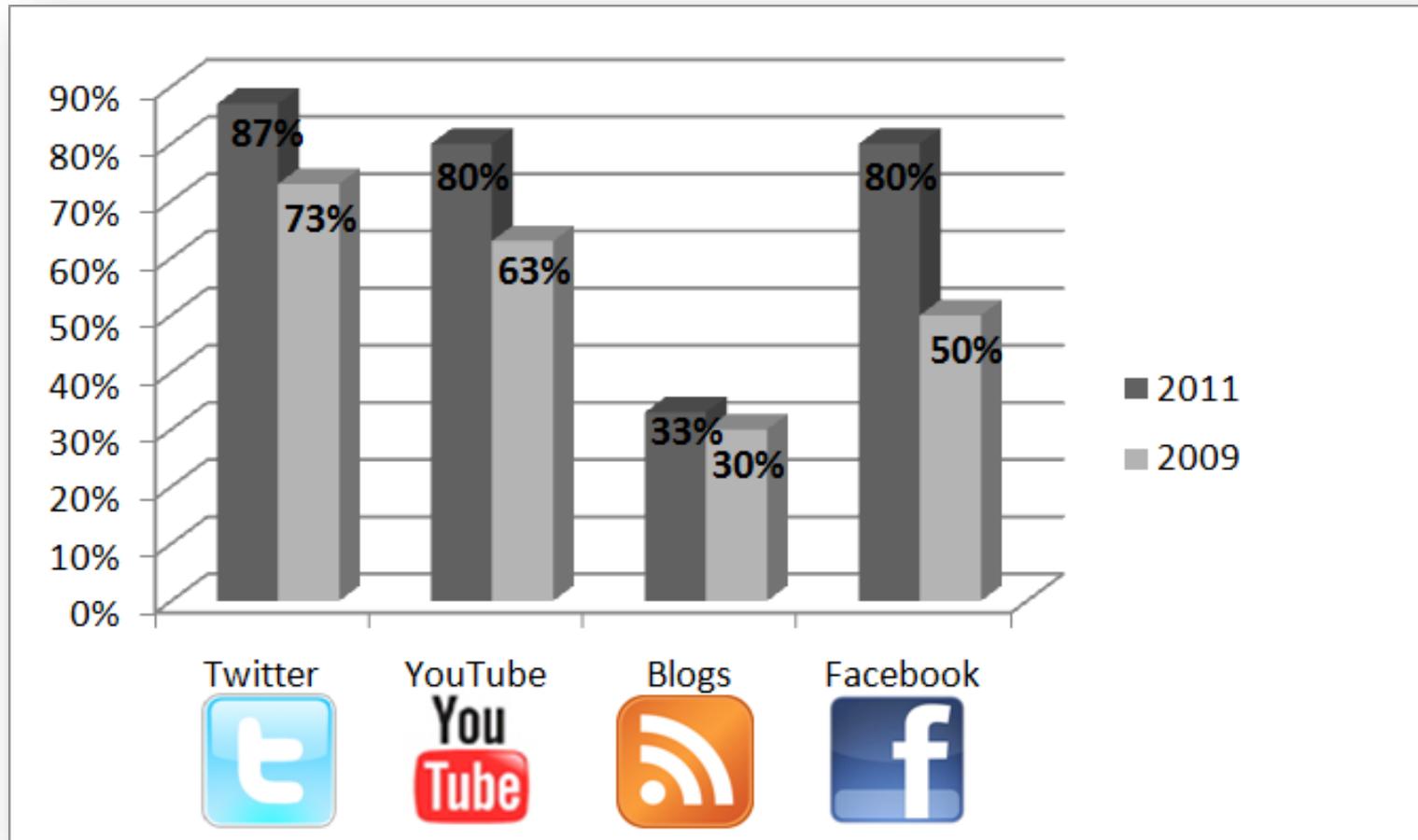
Kontakt:

info@rolke.biz

Tel.: 069/52 60 66

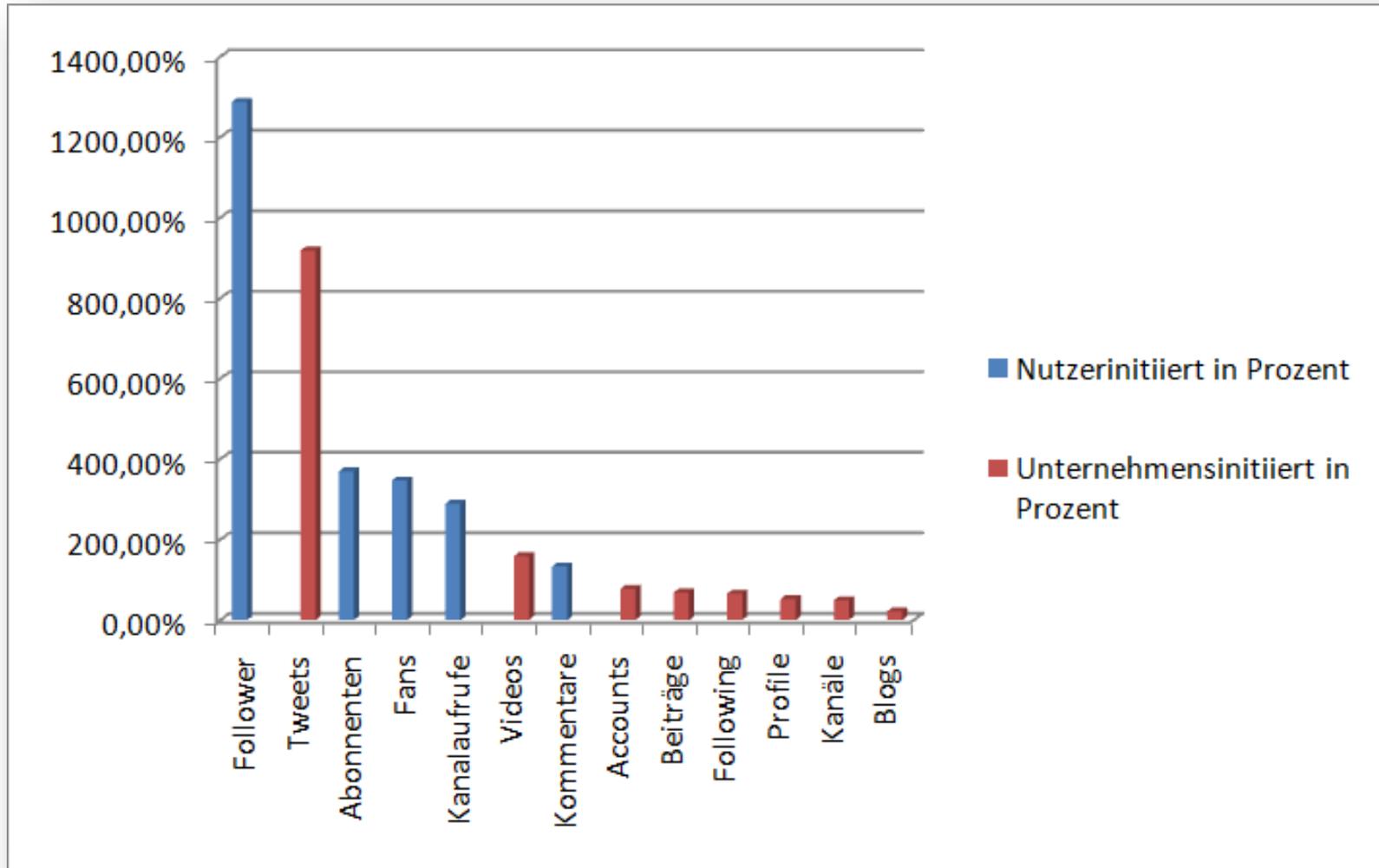
Zusammenfassung der Ergebnisse

Prozentuale Präsenz innerhalb der DAX Unternehmen in den verschiedenen sozialen Medien im Vergleich



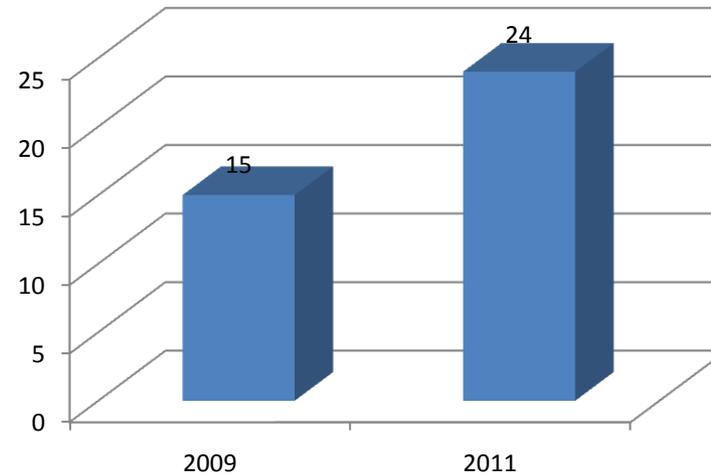
Zusammenfassung der Ergebnisse

Die Untersuchung hat gezeigt, dass die meisten Aktionen nutzerinitiiert sind. Die Unternehmen bewegen sich teilweise noch relativ träge.

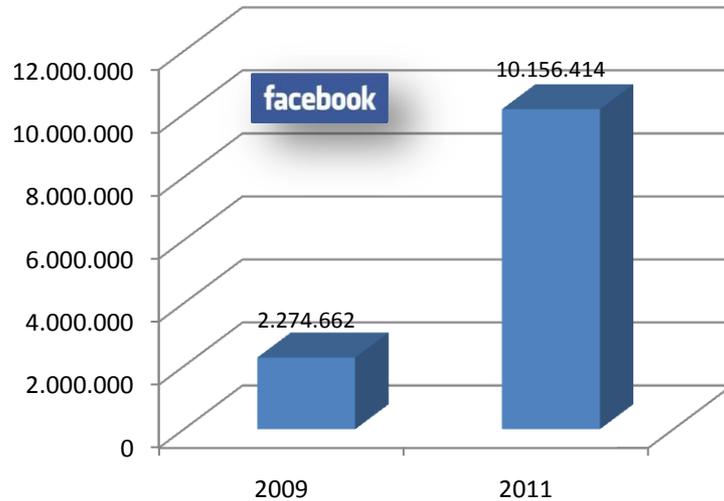


Facebook bei den DAX 30 Unternehmen

Anzahl der Kanäle



Anzahl der Fans



Anzahl der Karriere-Profile

