

# 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

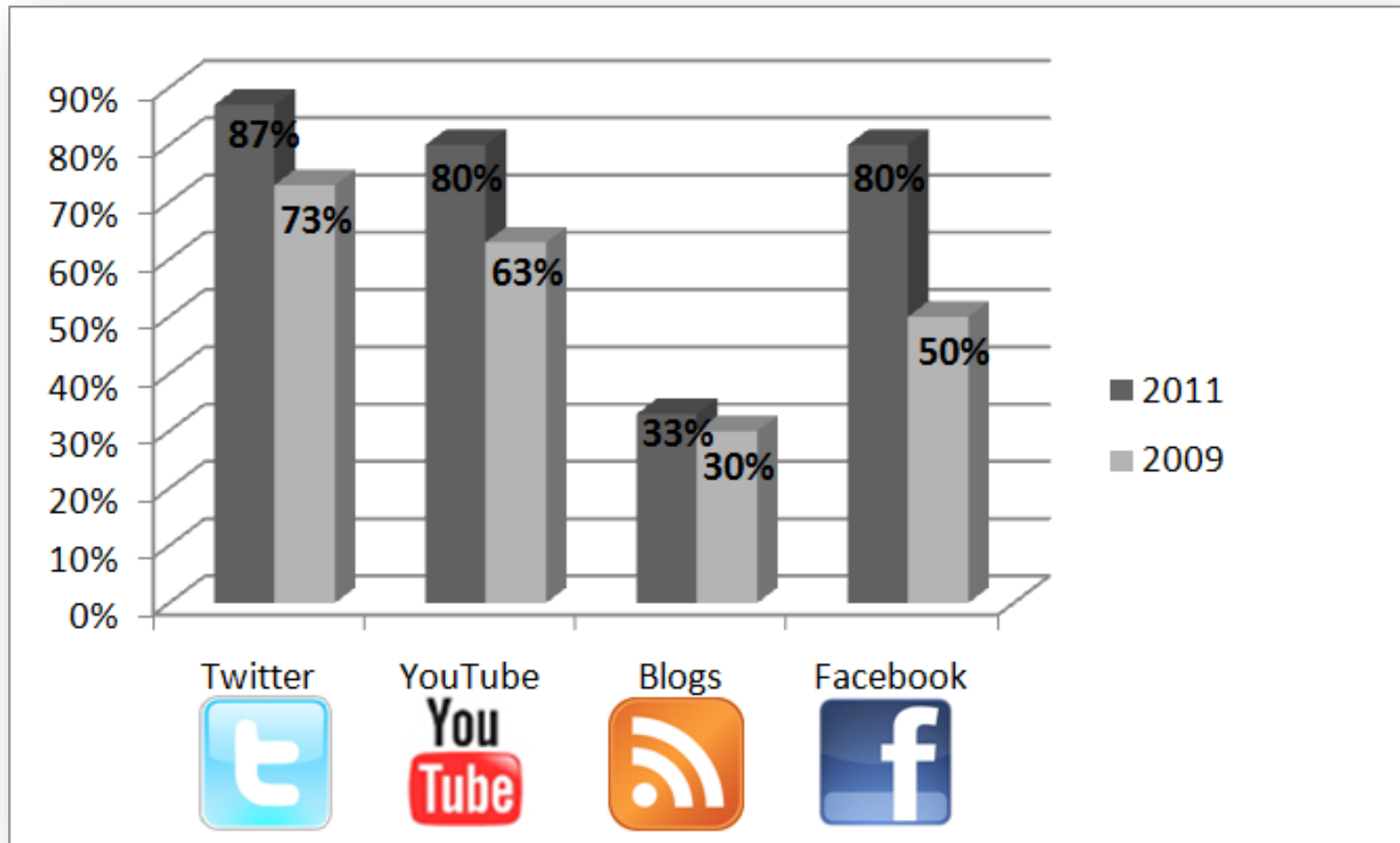
Kontakt:

[info@rolke.biz](mailto:info@rolke.biz)

Tel.: 069/52 60 66

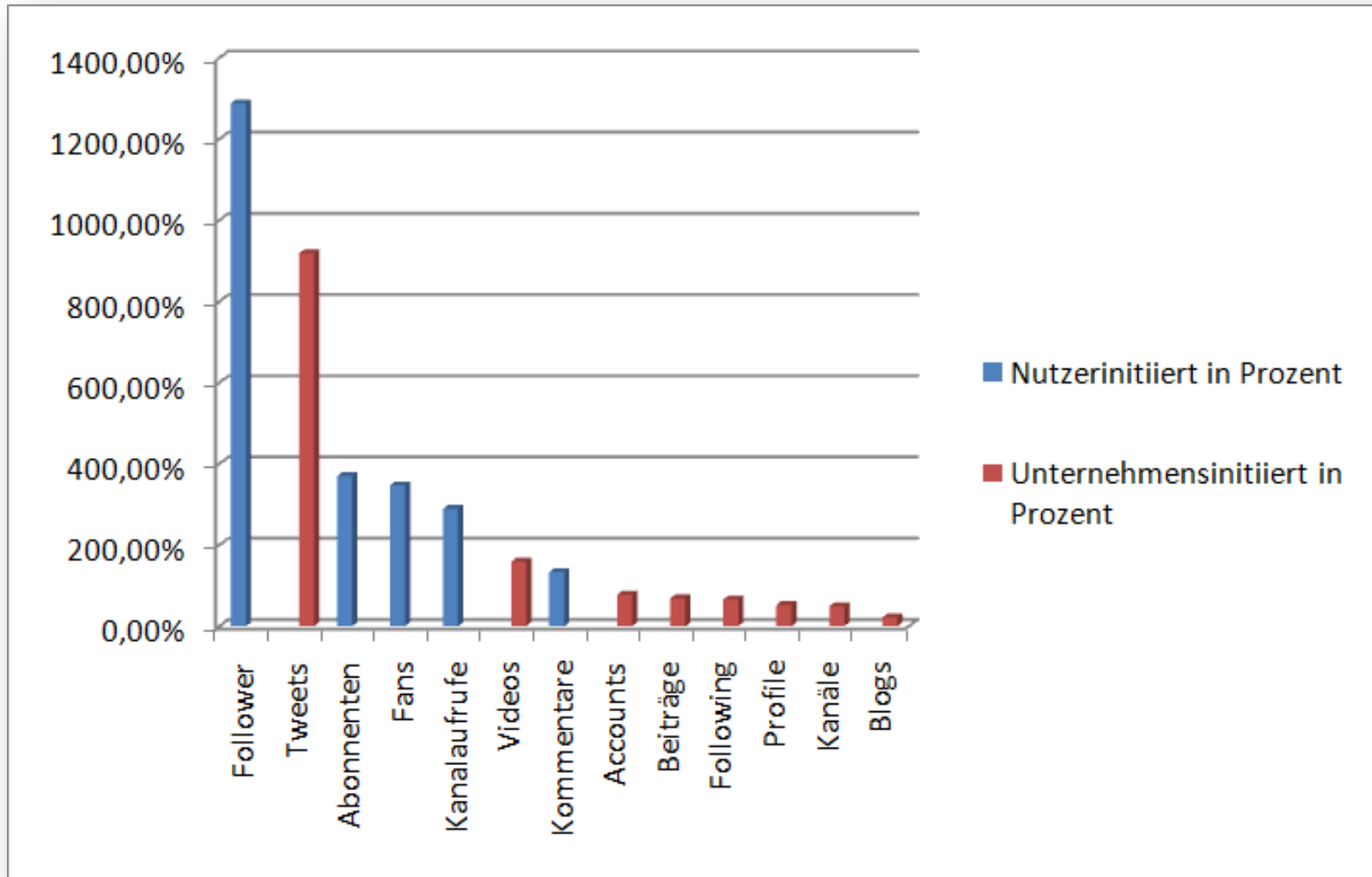
# Zusammenfassung der Ergebnisse

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



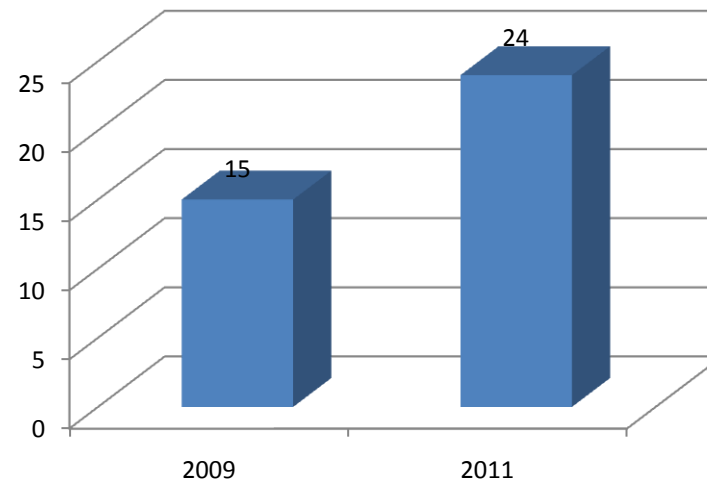
# Zusammenfassung der Ergebnisse

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

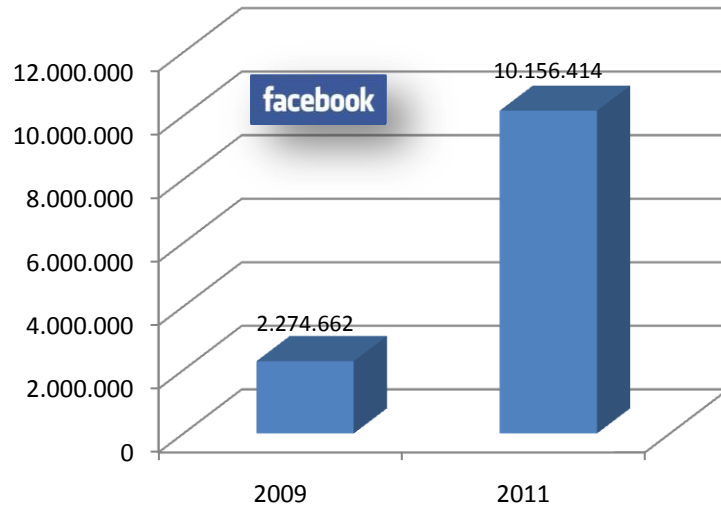


# Facebook bei den DAX 30 Unternehmen

## Anzahl der Kanäle



## Anzahl der Fans



## Anzahl der Karriere-Profile

