



## **FTI Consulting**

Park Tower  
Bockenheimer Anlage 44  
60322 Frankfurt am Main

### **Medienkontakt:**

Oliver Müller  
+49 30 288 744 225  
[Oliver.Mueller@fticonsulting.com](mailto:Oliver.Mueller@fticonsulting.com)

Carolin Amann  
+49 69 92037 132  
[Carolin.Amann@fticonsulting.com](mailto:Carolin.Amann@fticonsulting.com)

### **#SocialDAX19: Mit Klasse statt Masse zum Erfolg – Wie DAX-30-Unternehmen ihre Finanzkommunikation auf Social Media gestalten**

- *Daimler, BMW und SAP führen das neue Social-DAX-Ranking von FTI Consulting an*
- *Die Analyse zeigt: Bewegtbild-Formate, Storytelling und ein „Blick hinter die Kulissen“ von Bilanzpressekonferenzen punkten bei Followern besonders*
- *Instagram wird zunehmend in der Finanzkommunikation genutzt, LinkedIn baut Vorsprung bei Interaktionsraten aus, Twitter wächst solide, Facebook fällt zurück*
- *Smarter Content und zielgruppengerechte Bespielung von Kanälen steigern die Interaktionen – auch bei wenigen Posts*

**Frankfurt a.M., 23. Mai 2019** — Zum dritten Mal in Folge hat FTI Consulting die Finanzkommunikation der DAX-30-Unternehmen in sozialen Medien untersucht. Grundlage für die aktuelle Social-DAX-Analyse sowie das neue Ranking waren die Veröffentlichungen der Konzerne zu ihren Finanzkennzahlen des abgelaufenen Geschäftsjahrs.

Klarer Spitzenreiter im Social-DAX-Ranking ist Daimler. Um Follower über EBIT, ROI und andere Ergebnisse aus der Bilanzsaison 2018 zu informieren, setzten die Stuttgarter erneut auf visuelle Formate wie GIFs oder Quote-Cards, passten Posts kanalspezifisch an und konnten so besonders viele Interaktionen erzielen. BMW hat sich gegenüber 2018 zwei Plätze nach vorne gearbeitet, auf Rang 2. Dies gelang dem Autokonzern unter anderem mit einer geschickten Verknüpfung von Finanzberichterstattung und Informationen zu Produktneuheiten. SAP nutzte zum ersten Mal alle untersuchten Kanäle für die Jahresberichterstattung, konnte so mehr Follower erreichen und kam beim erstmaligen Sprung in die Top 10 gleich auf Platz 3.

Neben Twitter, LinkedIn und Facebook war in diesem Jahr erstmalig auch Instagram Teil der Analyse – und erzielte auf Anhieb einen Überraschungserfolg: Zwar nutzen erst sieben DAX-Konzerne Instagram auch für die Finanzkommunikation und setzten relativ wenige Posts ab. Doch diese erzielten vergleichsweise viele Shares, Likes und Kommentare: Rund ein Viertel aller Social-Media-Interaktionen zur jüngsten Berichtssaison der DAX 30 entfielen auf Instagram.

Interaktion ist die Währung, die im Netz wirklich zählt. In dieser Kategorie konnte LinkedIn seine Führungsrolle weiter ausbauen: In unserer aktuellen Analyse entfallen die Hälfte aller gemessenen Interaktionen zur Bilanzsaison 2018 auf das Karrierenetzwerk.

Insgesamt zeigt sich: Klasse statt Masse führt zum Erfolg. Interaktionen erzielen Unternehmen am ehesten mit guten, möglichst visuell und kanalspezifisch aufbereiteten Inhalten anstatt mit vielen Posts. Nichts belohnen Follower mehr als Bewegtbilder wie Kurzvideos und animierte Grafiken – die DAX-Unternehmen auch in der Finanzkommunikation immer stärker einsetzen.

In der Gesamtschau auf unsere drei Social-DAX-Analysen seit 2017 fallen erhebliche Veränderungen auf: Auf LinkedIn haben sich die Interaktionen in diesem Zeitraum mehr als verdoppelt. Bei Twitter stiegen sie um knapp 50 Prozent, während sie auf Facebook stark zurückgingen. Insgesamt nutzen die DAX 30 Social Media für die Verbreitung ihrer Finanzkennzahlen immer effektiver und effizienter: Im Vergleich zu unserer ersten Analyse vor drei Jahren stiegen die Interaktionen insgesamt um ein Drittel – bei zugleich weniger Posts. „Viele der DAX 30 verweben ihre Geschäftszahlen immer geschickter mit zentralen Unternehmensbotschaften und nutzen die Finanzberichterstattung auf sozialen Medien gezielt für übergreifendes Storytelling“, resümiert Oliver Müller, Reputationsexperte bei FTI Consulting, einen weiteren Trend. „Auch das honorieren Follower mit mehr Interaktionen.“

Zudem stellen sich Unternehmen besser auf die Zielgruppen verschiedener Plattformen ein und bereiten Content für diese immer professioneller und kanalspezifischer auf. Ein Trend sticht in diesem Jahr besonders ins Auge: Der „Blick hinter die Kulissen“. „Fotos von der Vorbereitung der Bilanzpressekonferenz oder Selfies des Vorstands ziehen auch weniger finanzaffine Follower an und wecken Interesse an Unternehmen und deren Führungsmannschaft. Neben externen Stakeholdern geben sie auch eigenen Mitarbeitern neue Einblicke“, erläutert Carolin Amann, Kapitalmarktexpertin bei FTI Consulting.

**Report und Infografiken finden Sie hier:** <http://fticonsulting.com/socialdax>

### **Ansatz**

FTI Consulting untersuchte für den #SocialDAX19 die Kanäle Twitter, LinkedIn, Instagram und Facebook. Für Analyse und Ranking waren drei Parameter maßgeblich: Die Anzahl der relevanten Posts, die Qualität des veröffentlichten Social-Media-Contents sowie die Anzahl an Reaktionen auf einzelne Posts. Der Erhebungszeitraum der Analyse erstreckte sich über die Berichtssaison von November 2018 bis April 2019. Die Social-DAX-Methodik beruht auf jener des Social-Divide-Reports, der von FTI Consulting in Großbritannien 2014 etabliert wurde und seitdem jährlich die Social-Media-Nutzung der FTSE100 Konzerne untersucht.

### **Über FTI Consulting**

Die Strategic Communications Practice von FTI Consulting ist seit mehr als 20 Jahren eine der weltweit führenden Strategieberatungen für Kommunikation. Mit rund 640 Beratern unterstützen wir unsere Mandanten an 38 Standorten in 17 Ländern dabei, in erfolgskritischen Situationen ihre unternehmerischen Ziele zu erreichen, ihre Reputation nach innen und außen zu stärken und ihren Unternehmenswert zu schützen und zu steigern. Unser Leistungsangebot in der Kommunikation umfasst die Bereiche Corporate Reputation, Capital Markets, People & Change und Public Affairs. Seit vielen Jahren zählen wir zu den Marktführern bei der Begleitung von Fusionen und Übernahmen. In Deutschland sind wir an den Standorten Frankfurt, Berlin und München vertreten. Wir sind Teil von FTI Consulting – einem globalen, börsennotierten Beratungsunternehmen (NYSE: FCN) mit einem Umsatz von USD 2,03 Mrd. (2018) und mehr als 4.700 Mitarbeitern in 28 Ländern. Weitere Informationen unter [www.fticonsulting.com](http://www.fticonsulting.com) sowie auf [Twitter](#), [Facebook](#), [XING](#) und [LinkedIn](#).

###