

Corporate Blogs 2014

**Eine quantitative und qualitative Analyse
von DAX30 und weiterer Blogs**

Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick (1/2):

- **Nur jedes zweite DAX30-Unternehmen hat ein oder mehrere Corporate Blog(s).**
- **Zwei Blogs laufen auf einer eigenen Domain (Continental, Henkel), alle anderen Blogs besitzen eine Subdomain zur Hauptseite des jeweiligen Unternehmens.**
- **2 Artikel pro Woche bloggen die DAX-Unternehmen im Schnitt.**
- **Dienstags wird am meisten gebloggt, jedes zweite Unternehmens-Blog publiziert Artikel an diesem Tag. Den Montag und Mittwoch nutzen je 43 Prozent. Nur jedes fünfte Corporate Blog publiziert auch freitags. Am Wochenende herrscht (bis auf Ausnahmen) Blogpause.**
- **Die Mehrheit bloggt unrhythmisch, nur fünf Corporate Blogs publizieren an regelmäßigen Tagen. Es sind zugleich jene mit höherer Interaktion.**
- **Jedes zweite DAX-Unternehmensblog (43 Prozent) ist ein Karriereblog (Allianz, Bayer, Continental, Fresenius, Lufthansa, Azubiblog/ThyssenKrupp).**

Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick (2/2):

- **Durchschnittlich schreiben für Corporate Blogs vier feste Autoren, 50 Prozent der Unternehmen haben Teams mit mehr als zehn Autoren.**
- **Zwei Drittel (64 Prozent) der Blogs publizieren auf Deutsch; 29 Prozent auf Englisch; 7 Prozent auf Englisch und Deutsch. Deutlich mehr Interaktion erzielen die deutschsprachigen Blogs.**
- **Generell haben die Unternehmensblogs ein Kommentarproblem: Zwei von drei Blogs (64 Prozent) erzielen keinerlei Kommentare auf Artikel; der Rest erhält im Schnitt zwei Kommentare. Nur fünf Blogs kommen auf drei und mehr Kommentare pro Artikel.**
- **Die beste Leserinteraktion erzielen Gastbeiträge, Nutzwert und Produktinfos sowie persönliche Erfahrungsberichte und Hintergründe.**
- **Fast jedes Unternehmensblog (13 von 14) nutzt Social Share Buttons zum Teilen der Artikel. Nur fünf Unternehmen verwenden Buttons, die dem deutschen Datenschutzrecht entsprechen.**

Methodik:

Im Zeitraum von Oktober bis Dezember 2013 wurden alle erschienenen Blogbeiträge sämtlicher DAX30-Unternehmensblogs sowie besonders erfolgreicher oder prämierter Corporate Blogs in Deutschland erfasst und ausgewertet. Dabei interessierte vor allem...

- die Sprache des Blogs,
- Art und Anzahl der Autoren,
- die Artikelanzahl und -frequenz,
- die behandelten Themen und Themenvielfalt,
- der Aufbau der Kommentarfunktion,
- die Anzahl der Kommentare (pro Artikel),
- die Akzeptanz und Interessanz der Themen bei den Lesern.

Zudem wurden im Rahmen der Studie unterschiedliche Designkonzepte sowie das Verhältnis zur Social Media Strategie insgesamt untersucht. Die Studie basiert auf selbst erhobenen, öffentlichen und damit nachprüfbaren Daten, nicht auf Selbstauskünften der Unternehmen.

Zu den untersuchten DAX30 Blogs gehören: Adidas, Allianz, Bayer, Commerzbank, Continental, Daimler, Deutsche Post, Fresenius, Henkel, Lufthansa, SAP, Siemens, Telekom, ThyssenKrupp

Unter den ausgewählten Best-Practice-Blogs sind: Audi, Otto, Ritter Sport, Scout24, SMA, Tchibo, Yello

Wie wird geschrieben: Deutsch oder Englisch?

Zwei Drittel (64 Prozent) der Blogs publizieren auf Deutsch; 29 Prozent auf Englisch; 7 Prozent auf Englisch und Deutsch.



Aber macht dies einen Unterschied?

- Englischsprachige Blogs gehören zu den Vielpostern: Keines publiziert weniger als 2 Artikel pro Woche. Die beiden Top-Poster mit 20 bzw. 10 Artikeln pro Woche schreiben auf Englisch.
- Die Interaktion ist hier allerdings nicht besser als im Durchschnitt: weniger als ein Kommentar pro Post.
- Die erfolgreichen deutschsprachigen Blogs publizieren rund 3 Artikel pro Woche.
- Und erzielen damit im Schnitt 4 Kommentare pro Post.

Fazit:

Ja, es macht einen Unterschied:

Deutschsprachige Blogs erzielen (hierzulande) deutlich mehr Leserinteraktion und Kommentare.

Wer schreibt für die Corporate Blogs?

- 86 Prozent der Blogs offenbaren, wer den Artikel geschrieben hat - mit vollem Namen und Foto.
- Ein Blog nennt nur den Vornamen (ThyssenKrupp).
- Zwei Blogs verzichten auf Autorenfotos (Henkel, Telekom - hat jedoch Autorensseite mit Foto).
- 14 Prozent der Corporate Blogs publizieren anonym (Allianz, Commerzbank - Autor: „Blog-Team“).
- Mehrheitlich publizieren spezielle Blogteams, rund ein Drittel der Blogs lässt Mitarbeiter und Azubis bloggen.
- Auffällig ist die hohe Anzahl der Blogautoren: Für 50 Prozent der Blogs schreiben mehr als zehn feste Autoren; durchschnittlich haben Corporate Blogs vier feste Autoren (plus Gastautoren).

20
Dezember



Frohe Weihnachten und einen guten Rutsch in das neue Jahr 2014
20.12.2013, 18:17 / [Kommentare \(0\)](#)
[Katja und Felix](#), 27 und 26 Jahre
Trainees [StarCargo](#) bei [Lufthansa Cargo](#)



It's Christmas Time bei Rasselstein*
20. Dezember 2013 von Anna

Geschrieben von



Janina Senf
Janina macht seit August 2012 eine Ausbildung zur Industriekauffrau bei Fresenius.

[Hier bloggen Mitarbeiter](#) [Einblicke](#)

Unsere Mitarbeiter geben hier bereits seit Oktober 2007 Einblicke in ihre Arbeits- und Lebenswelten.

[Weiterlesen »](#)

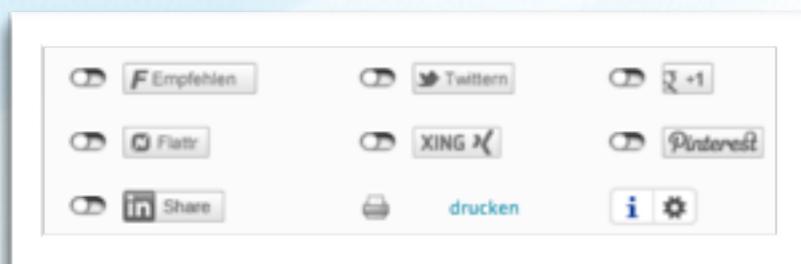
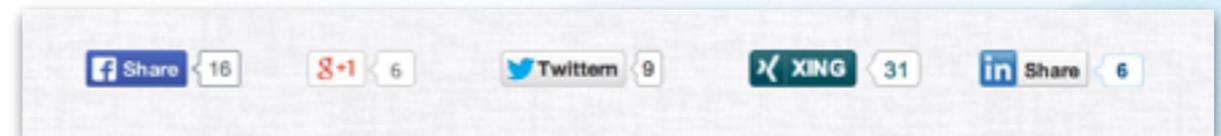


Wie werden Artikel geteilt?

Nahezu jedes der untersuchten Blogs verwendet Plugins und Social Share Buttons
(Ausnahme: Commerzbank)

Die am meisten genutzten Buttons:

- Facebook: 12 (und/oder „Gefällt mir“: 2)
- Twitter: 11
- Google+: 10
- LinkedIn: 5
- Xing: 1
- Pinterest: 1



Nur 5 von 14 Corporate Blogs nutzen Share Buttons, die den deutschen Datenschutzrichtlinien entsprechen:
Continental, Daimler, Lufthansa, Telekom, ThyssenKrupp

Aber was interessiert die Blog-Leser wirklich?



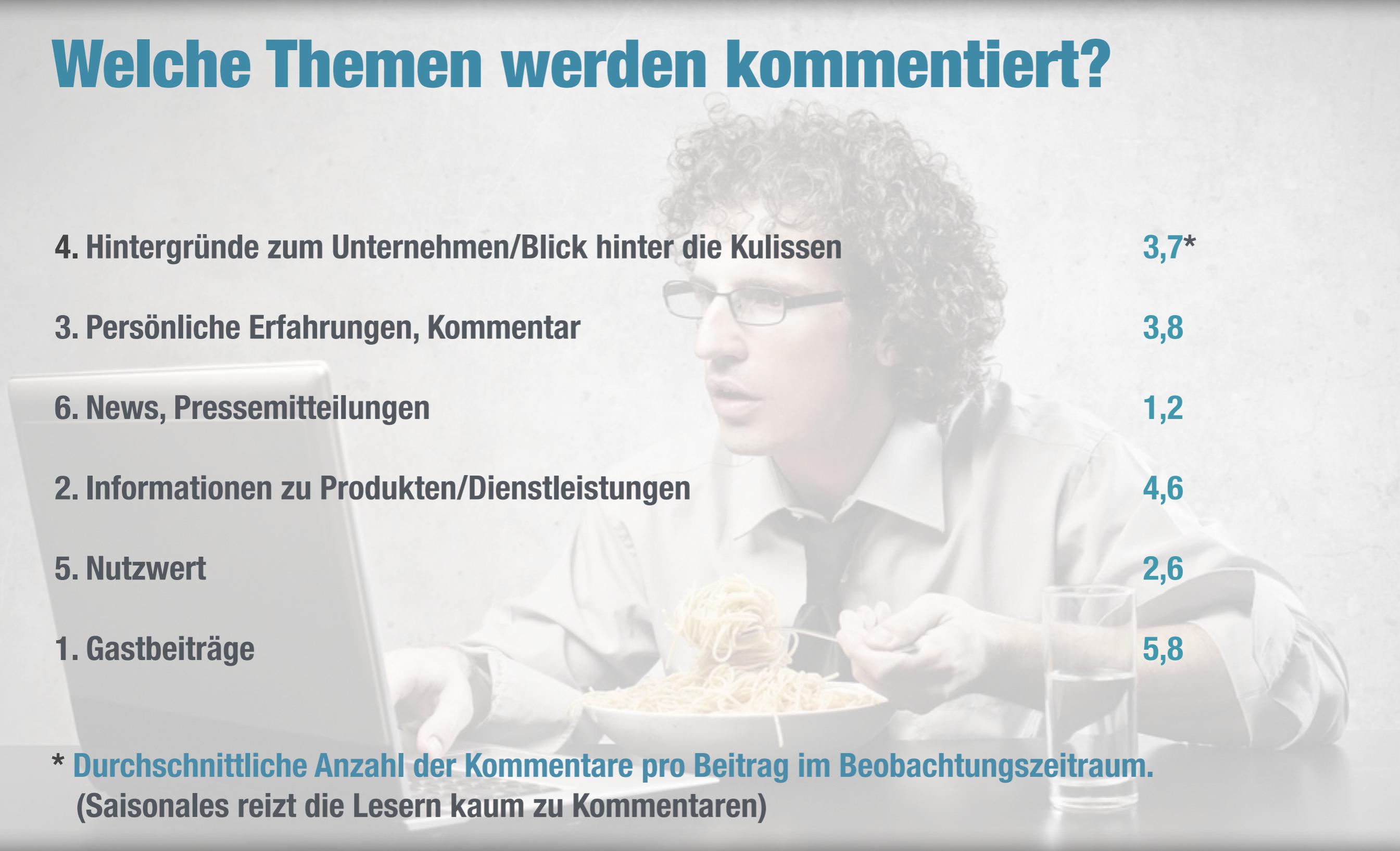
Welche Themen werden gepostet?*



Hintergründe zum Unternehmen/Blick hinter die Kulissen	33 %
Persönliche Erfahrungen, Kommentar	29 %
News, Pressemitteilungen	22 %
Informationen zu Produkten/Dienstleistungen	9 %
Nutzwert	5 %
Saisonales/Regionales	2 %

* von den besonders aktiven Corporate Blogs mit hoher Interaktionsrate
(im Schnitt mindestens 2 Artikel pro Woche, mindestens 1 Kommentar pro Beitrag).

Welche Themen werden kommentiert?



4. Hintergründe zum Unternehmen/Blick hinter die Kulissen	3,7*
3. Persönliche Erfahrungen, Kommentar	3,8
6. News, Pressemitteilungen	1,2
2. Informationen zu Produkten/Dienstleistungen	4,6
5. Nutzwert	2,6
1. Gastbeiträge	5,8

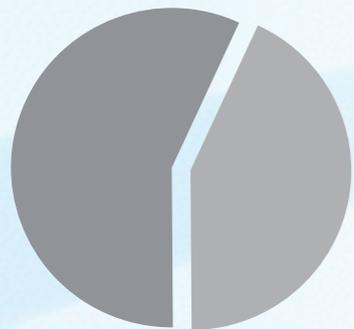
* Durchschnittliche Anzahl der Kommentare pro Beitrag im Beobachtungszeitraum.
(Saisonales reizt die Lesern kaum zu Kommentaren)

Welche Kommentarfunktionen gibt es?

- **79 Prozent** der DAX30-Blogs nutzen offene Kommentarsysteme (Angabe von Name + E-Mail Pflichtfelder, Website optional).
- Ein Unternehmen hat die Kommentarfunktion **deaktiviert** (Bayer).
- Ein Unternehmen setzt eine vorherige **Registrierung** voraus (SAP).
- Zwei Unternehmen bieten die Option eines Logins über ein **soziales Netzwerk**.



Spamschutz



57 Prozent der Unternehmen nutzen einen Spamschutz.

43 Prozent nutzen keinerlei Spamschutz.

4 Blogs haben aber Kommentarrichtlinien, die akzeptiert werden müssen, bevor der Kommentar abgegeben werden kann.

2 Blogs verwenden CAPTCHA

3 Blogs nutzen eine sog. Idiotenfrage (2+5=?)

Nur 3 Corporate Blogs verwenden eine Benachrichtigungsfunktion für neue Kommentare.
Praktisch kein Blog nutzt einen sogenannten call to action zur Interaktion.



Geringe Interaktionsrate? Eine Erklärung.

- **Deutschsprachige Artikel kommen bei den hiesigen Lesern besser an - sie werden auch mit einem Verhältnis von 4:1 deutlich öfter kommentiert.**
- **Falsche Themenauswahl: Beliebter bei den Lesern als der Blick hinter die Kulissen sind Gastbeiträge sowie nützliche Produktinformationen und persönliche Erfahrungen und Erlebnisberichte von Mitarbeitern.**
- **Die höchste Interaktion erzielen Gastbeiträge - sei es von namhaften Experten oder Bloggern. Die „geliehene“ Kompetenz und Prominenz bringt nicht nur mehr Aufmerksamkeit, sondern auch deutlich mehr Social Shares. Zum Teil auch, weil die Netzpromis ihre Leser mitbringen.**
- **Die durchschnittlich geringe Interaktion auf Blogbeiträge lässt sich teils auf komplizierte Kommentarfunktionen zurückführen: CAPTCHA-Codes und DISQUS-Tools verhindern statistisch Kommentare.**
- **Ebenso nutzt kein Unternehmensblog (regelmäßig) gezielte Leseraufrufe (call to action), um Leser zum Interagieren und Kommentieren zu animieren.**
- **Zudem verzichtet die Mehrheit der Corporate Blogs auf eine Benachrichtigungsfunktion für neue Kommentare. Diskussionen werden so nicht zusätzlich angeregt.**

Was machen vitalere Corporate Blogs besser?

Ausgewählte Blogs: Audi, Otto, Ritter Sport, Scout24, SMA, Tchibo, Yello

Corporate Blogs mit hoher Interaktion...

- ... posten im Durchschnitt drei Artikel pro Woche, teils sogar täglich mindestens einen (Otto). Alle schreiben auf Deutsch.
- ... haben einen festen Erscheinungsrhythmus.
- ... bloggen vor allem montags, mittwochs, freitags. Wobei Montag und Mittwoch dominieren.
- ... erzielen im Schnitt 3 Kommentare pro Artikel
(Ausnahme: Ritter Sport mit durchschnittlich 380 Kommentaren -
gespeist vor allem aus Gewinnspielen)
- ... stellen bei der Themenwahl den Leser in den Vordergrund.
Themen mit der höchsten Interaktion sind hierbei:
 1. Gewinnspiele/Leserumfragen
 2. Gastbeiträge (von Bloggern/Experten)
 3. Nutzwert/Tipps
 4. Hintergrundartikel
 5. Produktinformationen (aber für das Blog aufbereitet, keine Pressemitteilungen)
- ... reagieren schnell auf Kommentare, beantworten binnen weniger Stunden Fragen oder diskutieren aktiv mit.
- ... verwenden keinen Spamschutz wie CAPTCHA in der Kommentarfunktion, ermöglichen aber einen Social Login (z.B. über Facebook).
- ... benennen ihre Autoren mit Klarnamen und zeigen diese im Foto, teils werden Artikel am Ende durch eine Autorenbox ergänzt (z.B. SMA).
- ... verwenden Social Buttons zum Teilen der Artikel, aber nur ein Unternehmen (Tchibo) nutzt hierfür ein datenschutzkonformes Tool.

Dies deckt sich in Teilen mit den Ergebnissen einer eigenen Leserumfrage aus dem Dezember 2013 unter rund 100 regelmäßigen Bloglesern:

Inhalte, die Leser von einem Corporate Blog erwarten:

1. **Relevanz/Nutzwert, Produkttipps, Links mit Mehrwert:** 28%
2. **Hintergrundinfos zum Unternehmen, Geschichte, Produkte, Branchentrends:** 23%
3. **Hintergründe zum Arbeitsalltag, Firmenkultur, Blick hinter die Kulissen:** 20%
4. **Aktuelles und Pläne zur Unternehmensentwicklung:** 13%
5. **Keine platte Werbung, keine Pressemitteilungen:** 10%
6. **Erfahrungsberichte von Praktikanten, Auszubildenden, Kunden:** 6%



Empfehlungen

OPTIMAL SIND...

3

Posts

**pro
Woche**

Erfolgreiche Blogs haben einen festen Erscheinungsrhythmus.

Bewährt haben sich hierfür:

- Montag.
- Mittwoch.
- Freitag.

Die Interaktion ist am höchsten am Mittwoch.



MONTAG



DIENSTAG



MITTWOCH

DONNERSTAG



FREITAG

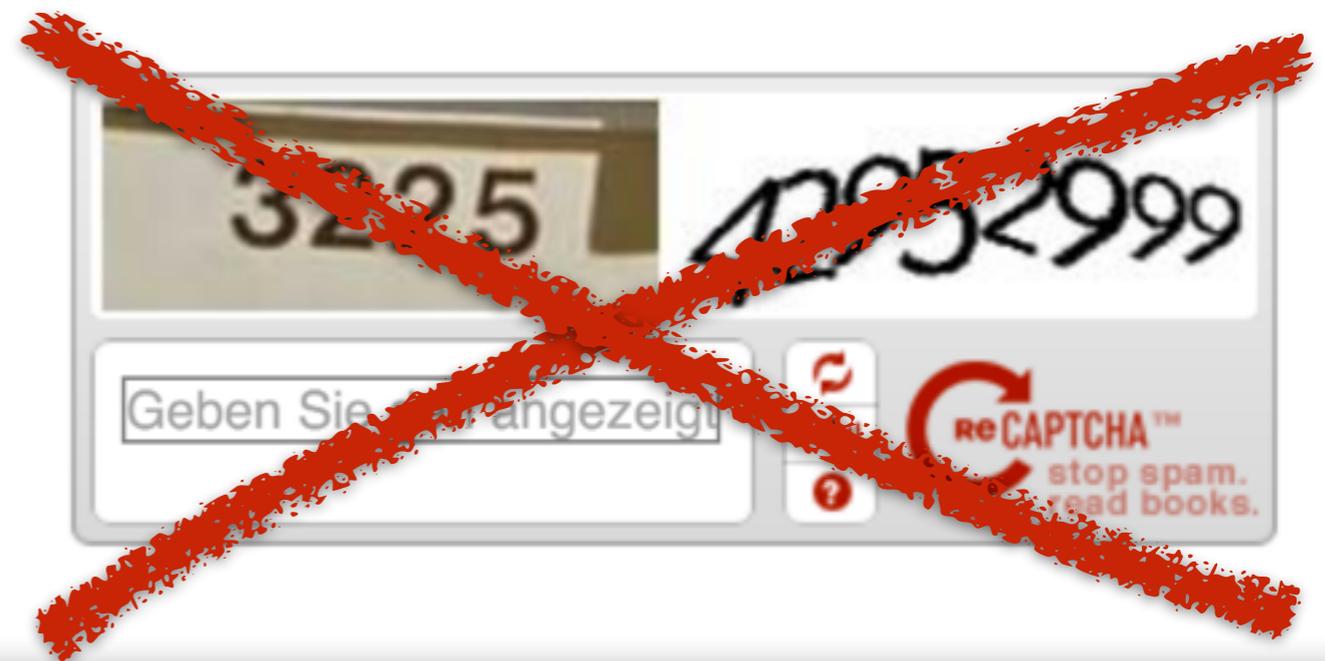


Mit den richtigen Themen lassen sich im Durchschnitt 3 Kommentare pro Artikel erzielen.

Vor allem Nutzwert, Hintergrundinfos und speziell für das Blog aufbereitete Produktinformationen sind bei Lesern beliebt.

Komplizierterer Spamschutz via CAPTCHA verhindert Kommentare.

Besser sind Plugins wie Akismet in Kombination mit einer „Idiotenfrage“ („Wie viel ist 3+5?“).





Die höchste Interaktionsrate erzielen erwartungsgemäß Gewinnspiele. Sie steigern die Kommentarzahle aber auch insgesamt und nachhaltig.



Gastautoren bringen nicht nur frische Inhalte und Kompetenz ins Blog, sondern auch Leser und Kommentare. Blogger bringen zudem Social Signals.

Weitere Empfehlungen

(aus praktischer und Beratungserfahrung)

- **PERSONALISIERUNG:** Blog-Autoren, die namentlich sowie mit Bild und kurzem Steckbrief bekannt sind, erhöhen nachweislich die Leserbindung. Personalisierung sorgt nicht automatisch für mehr Interaktion, verhindert aber Spam: Eine anonyme Marke lässt sich leichter beschimpfen, als der konkrete Mitarbeiter.
- **CONTENT STRATEGIE:** Damit ein Blog nachhaltig wächst und hohe Interaktionsraten erzielt, benötigt es eine gezielte Content Strategie. Neben einem durch Monitoring unterstützten und optimierten Erscheinungsrhythmus zählen dazu auch mittelfristige (Monat) und langfristige (Jahr) Themenpläne.
- **THEMENVIELFALT:** Um für die Leser interessant und spannend zu bleiben, sollten nicht nur mehrere Autoren (+ Gastautoren) für das Blog schreiben, sondern auch verschiedene Stilformen gewählt werden (Interviews, Listen, Pro/Contra, Ampeln, Umfragen) und Leser wie relevante Blogger dabei strategisch einbezogen werden (z.B. über Umfrage-Tools und Blogparaden).
- **SOCIAL SHARING:** Es reicht nicht, das Blog ins Zentrum einer Social Media Strategie zu stellen. Ebenso entscheidend ist, dessen Inhalte gezielt auf und für die jeweiligen Sozialen Netzwerke (Facebook, Twitter, Google+, ...) optimiert zu verteilen.
- **BLOGMARKETING:** Gerade in der Aufbauphase eines Corporate Blogs ist strategisches Marketing durch SEO (on- und offpage), Ads und Relations mit relevanten Zielgruppen unumgänglich. Eine zunehmend wichtige Rolle spielt dabei die Authorship bei Google+. Der Marketingplan für das Blog sollte mindestens ein Jahr umfassen.

Wir beraten Sie gern.

- Wir konzeptionieren und re-designen Ihr Corporate Blog.
- Wir entwickeln für Sie eine nachhaltige Content Strategie.
- Wir helfen Ihnen, die Interaktionsrate im Blog zu steigern.
- Wir schulen Ihr Team in Themenfindung und Schreibstil.
- Wir optimieren Ihr Blog SEO konform.

Nehmen Sie mit uns Kontakt auf:

Jochen Mai



@karrierebibel



+49 170 2444453



info@karrierebibel.de



http://karrierebibel.de



ANHANG

Steckbriefe der DAX30 Blogs

STECKBRIEF

Sprache: Englisch

Artikel pro Woche: 3

Kommentare pro Artikel: 1

Blogtage/Rhythmus: Mi, Di, Do

Autoren erkennbar?

Voller Name + Foto

Kommentarfunktion:

- offene Kommentare
- kein Spamschutz
- Kommentarrichtlinien
- Benachrichtigungsfunktion

adidas GROUP

personal insights into our business in sports

adidas Reebok TaylorMade

> Blog > About > Authors > Guidelines > Categories

search...

BLOG

TOP CATEGORIES > view all

Headquarter News On-the-Job Records Business Operations

Like Tweet +1 Share most recent

 **Telling stories is awesome: the adidas Group Blog year 2013**
Anja Kleber December 20, 2013 3:15 pm Corporate Perspectives

 Congratulations! You have just started to read the 143rd post on our Blog this year. If you are a loyal reader this number might not come as a surprise to you. But if you are new here you might be asking yourself how many stories adidas employees can tell throughout the year – just as I did when I got involved in maintaining the adidas Group Blog earlier this year. I was curious to see how easy it would be to get the schedule filled. But I soon realized that we have lots of eager storytellers and an even larger number of interesting stories to share about the company and the people behind the brands. And as this time of the year is traditionally suited to reflecting on what has been, I don't want to miss sharing my experience with our Blog year 2013 with you.

+++ With this blog post we start our annual winter break and will be back with more insights into our work as of January 7th, 2014 +++

Latest Comments

- > "Women who shape the future of sports" ... Can you have it all? Series (Post 8) (1) Nana: Thanks for the post!...
- > The e-lu-sive adidas Design Team (3) Duke: Portland Design Team .. Please contact me regarding a- adidas arm band design .. I have a unique idea with enormous mag...
- > How to become an intern at the adidas Group (8) Felicity: As a Loughborough University student studying Sports Technology, I hope to follow in the footsteps of my fellow Loughbor...

Most viewed Posts

- > The creation of the London 2012 Game Maker uniforms
- > No doubt: This ball's flying straight – there is proof!
- > Help us find the new way of working and learning
- > Insights into adidas' new "all in" campaign – "We all run!"

<http://blog.adidas-group.com/>

STECKBRIEF

Sprache: **Deutsch**

Artikel pro Woche: -
(3 in 3 Monaten)

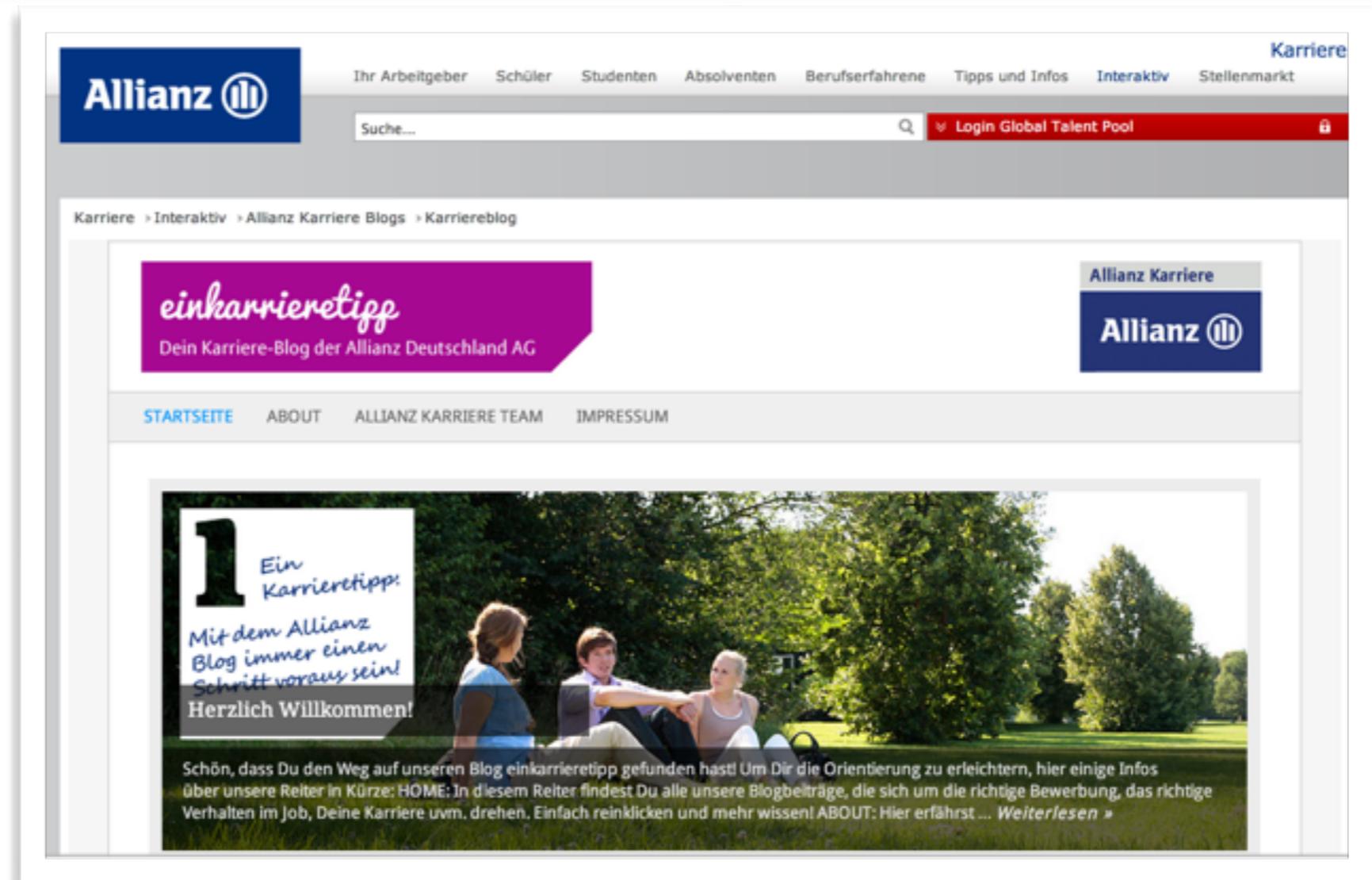
Kommentare pro Artikel: **0**

Blogtage/Rhythmus: -

Autoren erkennbar?
Anonym

Kommentarfunktion:

- **Social Login**
- **Benachrichtigungsfunktion**



https://perspektiven.allianz.de/interaktiv/karriere_blogs/einkarrieretipp/index.html

STECKBRIEF

Sprache: Deutsch

**Artikel pro Woche: -
(6 Artikel in 3 Monaten)**

Kommentare pro Artikel: 0

Blogtage/Rhythmus: -

**Autoren erkennbar?
Voller Name + Foto**

**Kommentarfunktion:
- Kommentare deaktiviert**

Bayer Karriere | Deutschland

English | Suche | Bayer Group

Home | Warum Bayer? | Ihr Einstieg bei uns | Schüler | Studenten | Berufseinsteiger | Berufserfahrene | Services | Blog

Home > Blog

Drucken | Teilen

Blog

Einstiegslevel

- > Ausbildung
- > Berufserfahrene
- > Berufseinsteiger
- > Schüler
- > Studenten
- > Trainee
- > Volontariat
- Unternehmenskommunikation

Bereiche

- > Ingenieure
- > IT
- > Medizin
- > Naturwissenschaftler
- > Wirtschaftswissenschaftler

Rundumblick: Volontariat in der Unternehmenskommunikation bei Bayer Business Services

von Wiebke Ebbing am 05.12.13 um 10:34 Uhr

Ich kann mich noch gut an die ersten Tage bei Bayer erinnern. Alles war komplett neu für mich, denn ich hatte bislang noch nie in einem großen Konzern gearbeitet. Die komplexen Strukturen eines Konzerns, die vielen Abkürzungen und die vielen Namen der Mitarbeiter, die mir begegneten – die ersten Wochen waren voll mit neuen Eindrücken.

Ich heiße Wiebke Ebbing und bin seit einem halben Jahr Volontärin bei Bayer Business Services (kurz: BBS), dem internen Dienstleister des Bayer-Konzerns für IT und Business Services. Mittlerweile bin ich angekommen. Ich habe bereits in vielen Projekten mitgearbeitet, kenne viele Abkürzungen und freue mich, wenn ich Kollegen mit Namen grüßen kann.

Job-Suche

Einstieg ▾

Funktionsbereich ▾

Deutschland ▾

Alle Standorte in ▾

Alle Unternehmen in ▾

Stichwortsuche

Suche >

Login für Bewerber ?

- > Login für Bewerber
- > Bewerberprofil einrichten
- > Online-Bewerbung
- Berufsausbildung/
- Duales Studium

Bayer Karriere weltweit

- > Globales Jobportal

Folgen Sie uns auf

Bayer Karriere

<http://www.karriere.bayer.de/de/blog/>

STECKBRIEF

Sprache: **Deutsch**

Artikel pro Woche: **2**

Kommentare pro Artikel: **0**

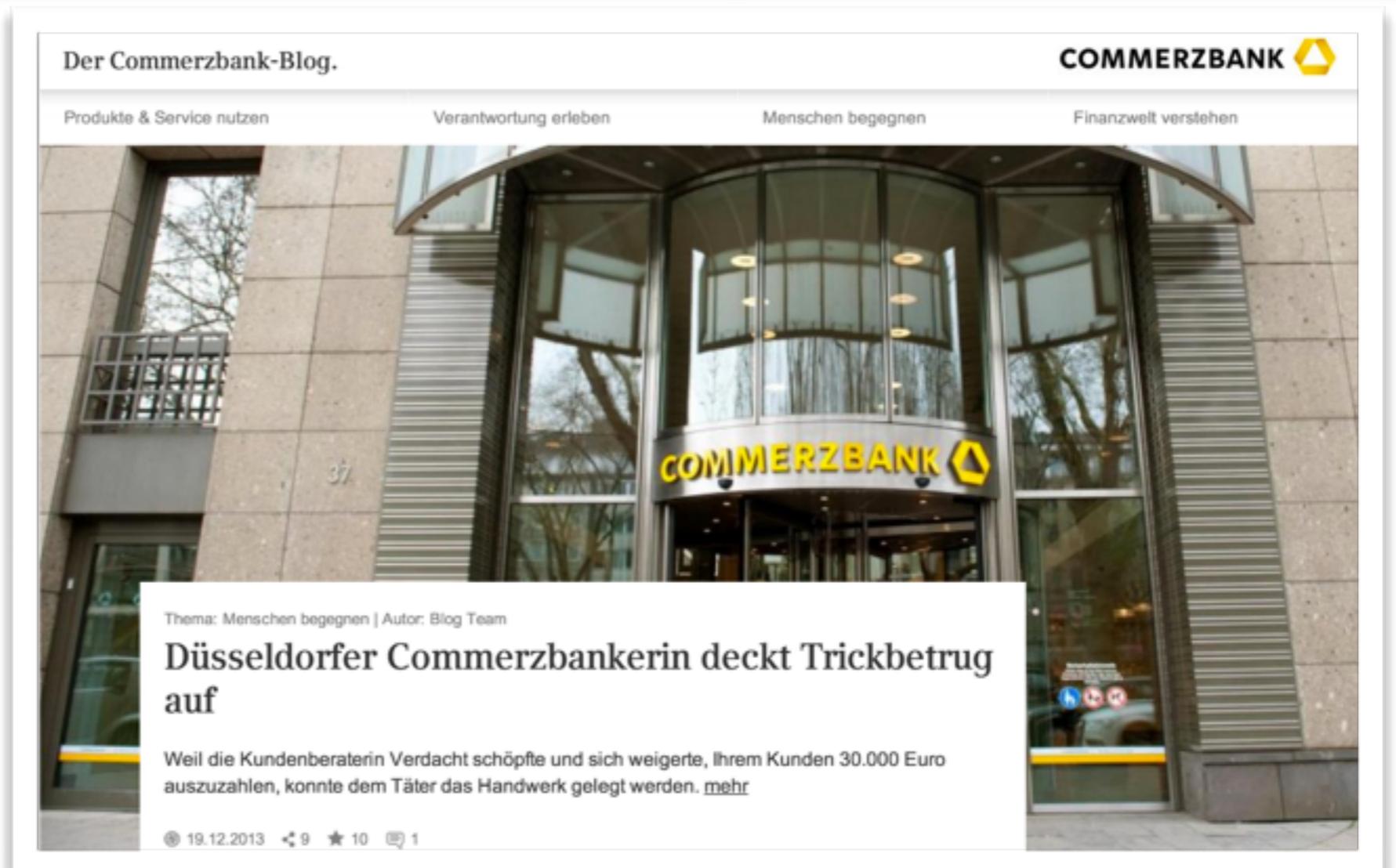
Blogtage/Rhythmus: **Mi, Di, Do**

Autoren erkennbar?

„**Blog-Team**“

Kommentarfunktion:

- **offene Kommentare**
- **CAPTCHA Spamschutz**



<https://blog.commerzbank.de/>

STECKBRIEF

Sprache: Deutsch

Artikel pro Woche: 3

Kommentare pro Artikel: 4

**Blogtage/Rhythmus: Mo, Mi, Fr
(regelmäßiger Rhythmus)**

**Autoren erkennbar?
Voller Name + Foto**

**Kommentarfunktion:
- offene Kommentare
- kein Spamschutz
- Kommentarrichtlinien
- Benachrichtigungsfunktion**

The screenshot shows the Daimler blog homepage. At the top left is the 'DAIMLER' logo. To the right is the title 'Das Daimler-Blog'. Below the logo is a navigation menu with links for 'Startseite', 'Themen', 'Archiv', 'Über das Blog', 'Kommentarrichtlinien', and 'Kontakt'. A search bar is located on the right side of the navigation menu.

The main content area features a large article titled '24 Jahresrückblick 2013: Ein Jahr wie kein anderes' dated '12.2013'. The article text reads: 'Ein erfolgreiches Jahr neigt sich dem Ende zu. Auch auf dem Daimler-Blog blicken wir auf viele tolle Beiträge und Menschen zurück. Ohne Sie – Ihre Geschichten, Kommentare und Ideen – würde das alles nicht funktionieren. Für diese tolle Unterstützung, Ihr Engagement und die erhaltenen Eindrücke, die auch uns immer wieder beeindruckten, möchte sich das Blog-Team ganz herzlich bedanken.' Below the text is a small image of a white van decorated for Christmas. A comment bubble shows '0' comments.

Below the article, there is a notice: 'Das Blog hat nun Weihnachtspause. Am 7. Januar 2014 werden wir für unsere Leserinnen und Leser aber wieder wie gewohnt mit tollen Geschichten ins neue Jahr starten.' Another notice mentions a 'Weihnachtsspecial' with a collage of images. A closing message says: 'Viel Spaß dabei und allen Lesern ein Frohes Fest und einen guten Rutsch! Euer Team vom Daimler-Blog, Uwe Kraus & Dan von Appen'.

On the right side, there are several widgets: 'Hier bloggen Mitarbeiter Einblicke' with a photo of five employees and the text 'Unsere Mitarbeiter geben hier bereits seit Oktober 2007 Einblicke in ihre Arbeits- und Lebenswelten. Weiterlesen >'; 'English Posts' with a 'Subscribe' button; 'Unsere Themen' with a link to 'Alle Kategorien anzeigen'; and 'Andere Besucher...' with buttons for 'diskutieren', 'lesen', and 'bewerten', and a list of 'Aktuell kommentiert' posts.

<http://blog.daimler.de/>

STECKBRIEF

Sprache: Deutsch

**Artikel pro Woche: -
(2 Artikel pro Monat)**

Kommentare pro Artikel: 4

Blogtage/Rhythmus: -

**Autoren erkennbar?
Voller Name + Foto**

**Kommentarfunktion:
- offene Kommentare
- kein Spamschutz
- Kommentarrichtlinien**

Deutsche Post  E-Post Privatkunden Geschäftskunden Produkte Service Shop

Electroreturn Private Verbraucher Hersteller & Händler Häufige Fragen Blog

Electroreturn Blog - Elektroschrott unter der Lupe

Neueste > Meist gelesen > Meiste Kommentare

„Wer repariert, begreift die Welt.“

Schlagwörter: Obsoleszenz, Reparatur, Zukunft Kommentare 0

Sie suchen noch nach einem Geschenk? Wir hätten da einen schönen Last-Minute Tipp. Ein außergewöhnliches Buch für alle, die sich vorgenommen haben, im neuen Jahr allen Dingen mit mehr Wertschätzung zu begegnen.

> Weiterlesen



von Heidi Schmitt
in Ideen - Neues und Kurioses
am 18. Dezember 2013

[Twittern](#) [Empfehlen](#) [+1](#) [E-Mail](#)

Ob Du Schrottigel... Bloggerade

Alte Elektrogeräte leben länger!

Auf unserem Blog finden Sie Interessantes und Neues über Recycling, Rohstoffverwertung und Entsorgung von Elektroschrott.

Folgen Sie uns

[Twitter](#) [RSS](#)

Download Versandmarke

Hier Versandmarke herunterladen und Ihren Elektroschrott umweltfreundlich per Post entsorgen.

[zur Versandmarke](#)

<http://blog.deutschepost.de/electroreturn/>

STECKBRIEF

Sprache: **Deutsch**

Artikel pro Woche: -
(1 Artikel pro Monat)

Kommentare pro Artikel: **0**

Blogtage/Rhythmus: -

Autoren erkennbar?
Voller Name + Foto

Kommentarfunktion:
- offene Kommentare
- kein Spamschutz

FRESENIUS KARRIERE

Blog | Info | Fresenius Karriere

Ich will Infos aus erster Hand.
I want. I can. We will!

Kariereblog

Suche

» Die 3. Nacht der Ausbildung bei Fresenius – ein Blick hinter die Kulissen!
Von [Janina Senf](#) | Veröffentlicht: 15. NOVEMBER 2013

Autoren

- » [Christian Meser](#)
- » [Julia Hett](#)
- » [Sebastian Jäger](#)

<http://kariereblog.fresenius.de/>

STECKBRIEF

Sprache: **Englisch**

Artikel pro Woche: **2**

Kommentare pro Artikel: **0**

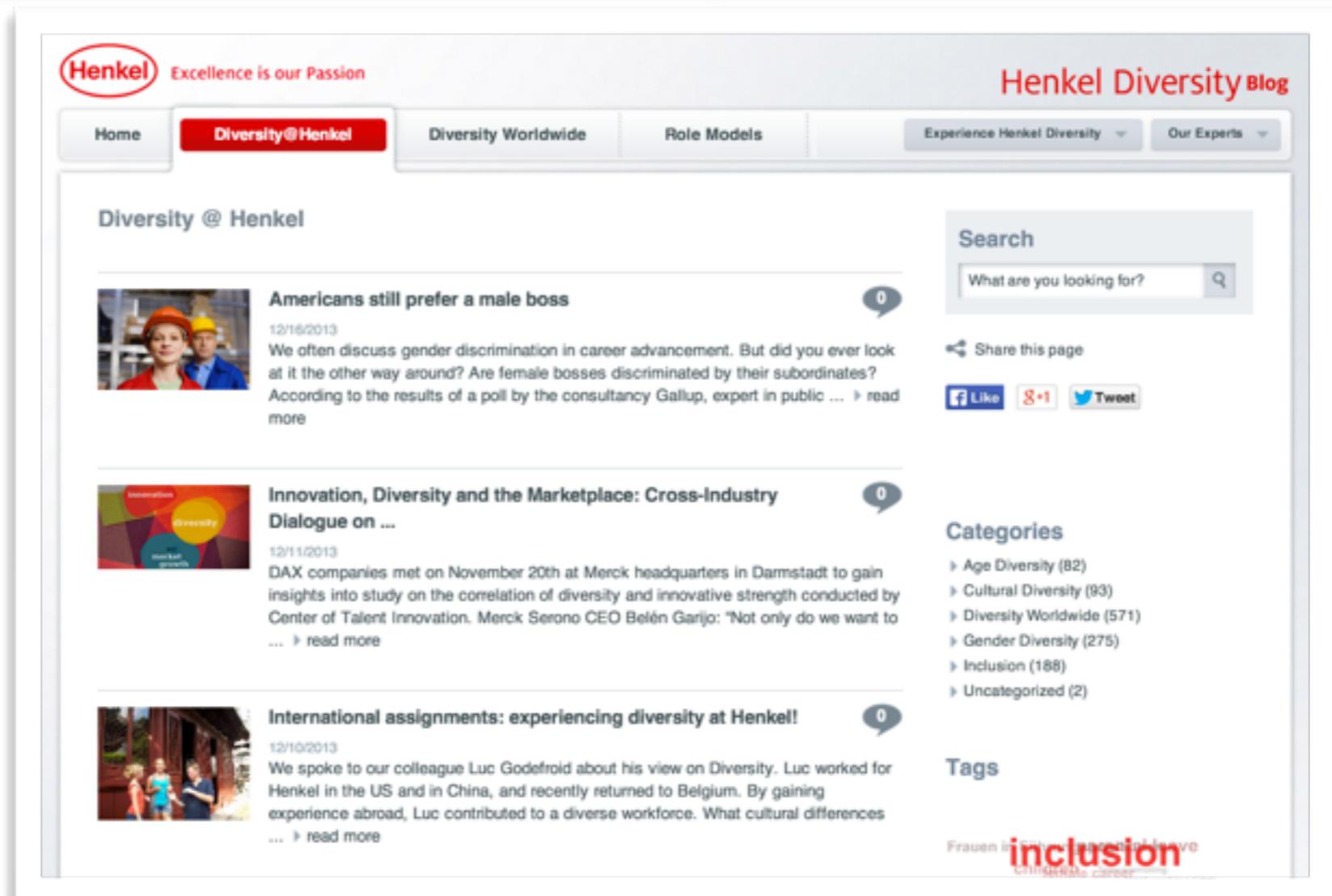
Blogtage/Rhythmus: **Di, Mi, Mo**

Autoren erkennbar?

Voller Name, kein Foto

Kommentarfunktion:

- **offene Kommentare**
- **Spamschutz per Idiotenfrage**



<http://www.henkeldiversity.com/>

STECKBRIEF

Sprache: Deutsch

Artikel pro Woche: 3
(Wechsel: Serie mit täglichen Artikeln, nur 2 pro Woche)

Kommentare pro Artikel: 0

Blogtage/Rhythmus: Di, Fr
(regelmäßiger Rhythmus)

Autoren erkennbar?
Voller Name + Foto

Kommentarfunktion:

- offene Kommentare
- Facebook-Login möglich
- kein Spamschutz
- Datenschutzrichtlinien

Be Lufthansa Karriere-Blog

Lufthansa

Blog abonnieren
E-Mail
RSS

Meistgelesene Artikel

- ▶ 1 Flugzeug + 2 Trainees = Viele Eindrücke
- ▶ SWISS ProTeam @ Lufthansa Passage and LH Group
- ▶ Teambuilding an der Elbe
- ▶ Online-Tests und andere Hürden!
- ▶ Frankfurt is calling

Kategorien

- ▶ Kaufmännische Azubis (65)
- ▶ Technische Azubis (6)
- ▶ Gastronomische Azubis (2)
- ▶ Studenten der Informa&k (4)
- ▶ Studenten der Ingenieurwissenschaften (5)
- ▶ Studenten der Wirtschaftswissenschaften (27)
- ▶ Praktikanten (45)
- ▶ Bacheloranden/Diplomanden (11)
- ▶ Trainees (117)
- ▶ Flugbegleiter/-in (5)
- ▶ Pilot/-in (10)
- ▶ Ausbilder/-in (3)

20 Dezember **Frohe Weihnachten und einen guten Rutsch in das neue Jahr 2014**
20.12.2013, 18:17 / [Kommentare \(0\)](#)
[Katja und Felix](#), 27 und 26 Jahre
Trainees [StartCargo](#) bei [Lufthansa Cargo](#)

Hallo liebe Blog Leserinnen und Leser, das Jahr 2013 geht unaufhaltsam dem Ende zu und daher wird es auch für uns Zeit, uns von euch zu verabschieden. Leider bloggen wir heute das letzte Mal für euch. Für uns Anlass genug, ...
[weiterlesen](#)

17 Dezember **Motorenlehrgang – Rasenmäher statt Triebwerk**
17.12.2013, 18:32 / [Kommentare \(1\)](#)

<https://blog.be-lufthansa.com/>

STECKBRIEF

Sprache: Englisch

Artikel pro Woche: 20

Kommentare pro Artikel: 3

Blogtage/Rhythmus: täglich

Autoren erkennbar?

Voller Name + Foto

Kommentarfunktion:

- Registrierung erforderlich
- Forencharakter

SAP Business Trends

ANNOUNCEMENT: SIGN UP TODAY for the SAP Business Trends Newsletter! [Show Details](#)

[Log in](#) to follow, share, and participate in this community.

Overview | **Content** | People | Subspaces

Categories

- Analytics
- Big Data
- Business Networks
- Cloud
- Finance
- Human Resources
- Industries
- Mobile
- Sales and Marketing
- Small Business
- Sustainability

Actions

All Content (930) | Blog Posts (920) | Documents (6) | Discussions (2) | Polls (2)

Type to filter by text | [Filter by tag](#) | Sort by latest activity (descending) | 1 2

Title	Author	Views	Latest activity
How To Choose A Seat At A Restaurant	Jonathan Becher	211	December 28, 2013 12:17 AM
New Problems, New Approaches: The Rise of the Generalist	Reuven Gorsht	298	December 27, 2013 11:36 PM
5 Business Lessons from 2013 - A Year in Perspective	John Appleby	379	December 27, 2013 7:11 PM
Fascinating People I Met in 2013	Bill McDermott	3360	December 27, 2013 2:29 PM
What's #InYourCloud? Here's What You Told Us.	Debra Curtis-Magley	558	December 27, 2013 2:04 AM
Data Glasses: SAP Goes Wearable	Uta Spinger	18690	December 27, 2013 12:21 AM
A Recipe for Leadership	Janaki Kumar	844	December 26, 2013 9:01 PM

<http://scn.sap.com/community/business-trends/>

STECKBRIEF

Sprache: Englisch/Deutsch

Artikel pro Woche: 10

Kommentare pro Artikel: 0

Blogtage/Rhythmus: Mi, Di, Mo

Autoren erkennbar?

Voller Name + Foto

Kommentarfunktion:

- offene Kommentare
- CAPTCHA Spamschutz

SIEMENS

Siemens Global Weblogs | Siemens on Social Media | search

Siemens Global Weblogs

Siemens employees and guest authors get to talk about Siemens related topics and trends. > more

 **Andrea Kerber** | Dec 20, 2013

Faster time to market in conveyor system production with Integrated Drive Systems

Speed is a crucial factor in the conveyor system business, and Integrated Drive systems set the pace To lovers of obviously sophisticated technology, conveyor systems may appear a bit boring at first sight. Admittedly, there's not much to show off in bulk materials handling from a visual point of view. Most often, it's a dusty, dirty, sometimes even hot business. Bulk materials, such as cement, coal, or ore, are usually coarse, grained, and very abrasive. However, these materials deliver the bas ...

► aumund, bulk conveying, conveyor, conveyor systems, conveyor technology, drive, ids, integrated drive systems

 **Andrea Kerber** | Dec 20, 2013

Schnellere Time-to-Market in der Herstellung von Schüttgut-Förderanlagen mit Intearated

Most visited blogs

-  **> TheEnergyBlog**
The world of energy is full of possibilities. Let's connect them.
-  **> Wettbewerbsfähige Industrie**
Siemens Mitarbeiter bloggen über Automatisierungstechnik, Antriebstechnik und Industry Services
-  **> Measuring Success**
At Siemens Process Instrumentation and Analytics, we believe 'to measure is to know'. How do you measure success? Let us help you find the answers.
-  **> Competitive Industries**
Siemens employees blog about automation technology, drive technology and industry services

<https://blogs.siemens.com/>

STECKBRIEF

Sprache: **Deutsch**

Artikel pro Woche: **1**

Kommentare pro Artikel: **7**

Blogtage/Rhythmus: **Mo (Fr, Do)**

Autoren erkennbar?

Voller Name, kein Foto

(aber Autorensseite mit Foto)

Kommentarfunktion:

- **offene Kommentare**
- **Spamschutz per Idiotenfrage**

The screenshot shows a blog post on the Telekom website. The header includes the Telekom logo, the slogan 'ERLEBEN, WAS VERBINDET.', a search bar, and the text 'BLOG.TELEKOM'. The article title is 'Was Mähdrescher und Traktoren mit Industrie 4.0 zu tun haben', dated 10.12.2013, by Andreas Schmidt, with 6 comments. The main content features a video player titled 'Industrie 4.0: Der vernetzte Mähdrescher' showing a green combine harvester in a field. Below the video, the text discusses the concept of 'Industrie 4.0' and its relevance to agriculture. On the left, there is a sidebar with categories like 'Karriere', 'Konzern', and 'telegraphen'. On the right, there is a 'Follow us' section with social media links for RSS, Twitter, YouTube, Facebook, and the Telekom media portal, and a 'Diskussion' section with a comment from 'Handyvertrag'.

<http://blog.telekom.com/>

STECKBRIEF

Sprache: Deutsch

Artikel pro Woche: 1-2

Kommentare pro Artikel: 0

**Blogtage/Rhythmus: Di (Mo, Mi)
(kein Rhythmus)**

Autoren erkennbar?

Vorname + Foto

Kommentarfunktion:

- offene Kommentare**
- kein Spamschutz**

azubiBLOG.
thyssenkrupp-rasselstein.com

ThyssenKrupp Rasselstein
Your Quality Partner

ThyssenKrupp

„Kommi in unser Team!“

Blog Worum geht's? Die Autoren > Ausbildungsberufe Duales Studium Praktikum Kontakt >

← Ältere Beiträge

Suchen

It's Christmas Time bei Rasselstein*
20. Dezember 2013 von Anna

In diesem Jahr fand zum ersten Mal ein Weihnachtsmarkt in der Aus- und Fortbildung, mit allen Auszubildenden und Ausbildern, statt.

Bewirb dich online!

<http://azubiblog.thyssenkrupp-rasselstein.com/wp/>