

BRANCHENREPORT

LinkedIn in der österreichischen Industrie

So nutzen 1 484 Betriebe ihre Unternehmensseiten

Vollerhebung aller österreichischen Industriebetriebe mit 11 bis 500 Mitarbeitenden
Zeitraum August 2025 bis August 2026 · 43 977 ausgewertete Beiträge · Arbeitsstand 10.08.2026

Scalyn

Drei Zahlen

66%

der Betriebe sind aktiv

Ein Beitrag in den letzten 90 Tagen. Ein Drittel der Branche ist auf der eigenen Seite nicht präsent.

20%

halten einen wöchentlichen Rhythmus

Jeder fünfte Betrieb. Der Rest veröffentlicht unregelmäßig oder gar nicht.

34

Interaktionen bekommt ein Beitrag im Schnitt

Reaktionen plus Kommentare. Der Wert ist der Maßstab, an dem sich jeder einzelne Beitrag messen lässt.

**Ein Drittel der Branche
ist auf der eigenen Seite
nicht präsent.**

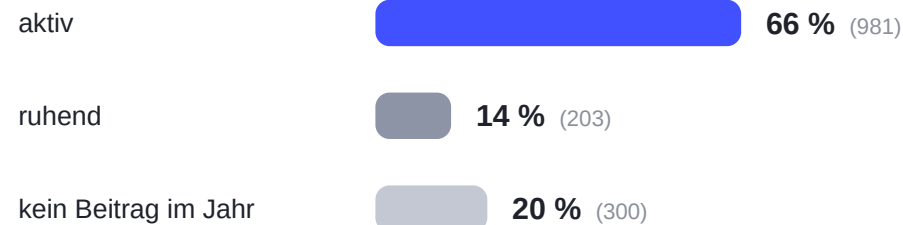
503 von 1 484 Betrieben haben seit mindestens 90 Tagen nichts veröffentlicht.

66%

der österreichischen Industriebetriebe haben in den letzten 90 Tagen etwas veröffentlicht.

Grundgesamtheit sind alle 1 484 erhobenen Betriebe. **Ruhend** heißt: mindestens ein Beitrag in den zwölf Monaten, aber keiner in den letzten 90 Tagen.

Wer präsent ist und wer nicht

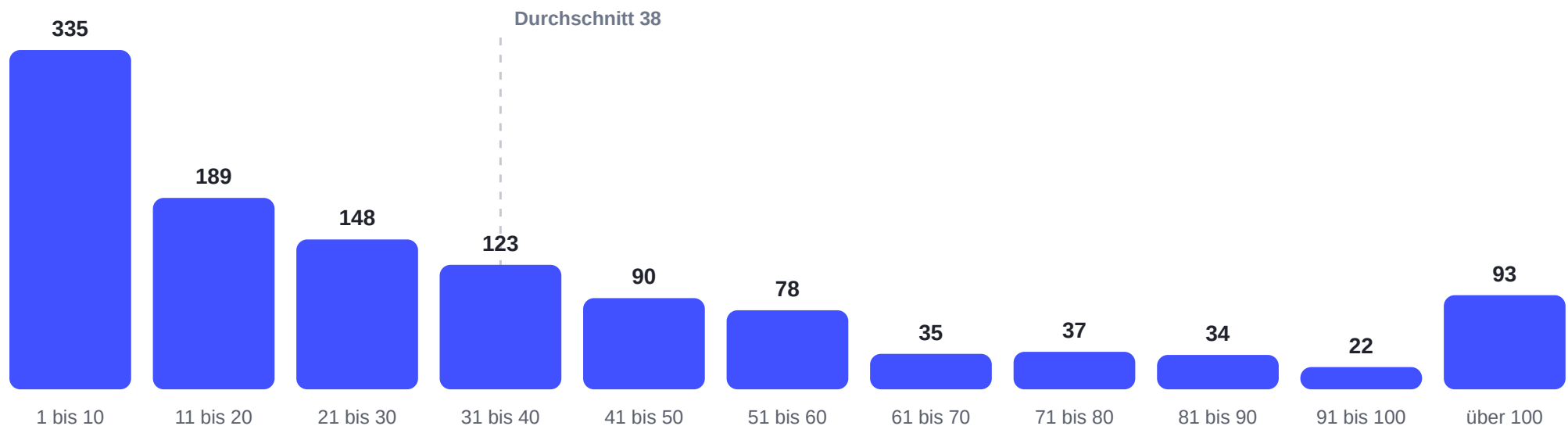


Nur jeder fünfte Betrieb hält einen Rhythmus.

291 von 1 484 Betrieben veröffentlichen im Schnitt einmal pro Woche oder öfter.
Ein Viertel kommt auf weniger als einen Beitrag im Quartal.

Wie viel im Jahr veröffentlicht wird

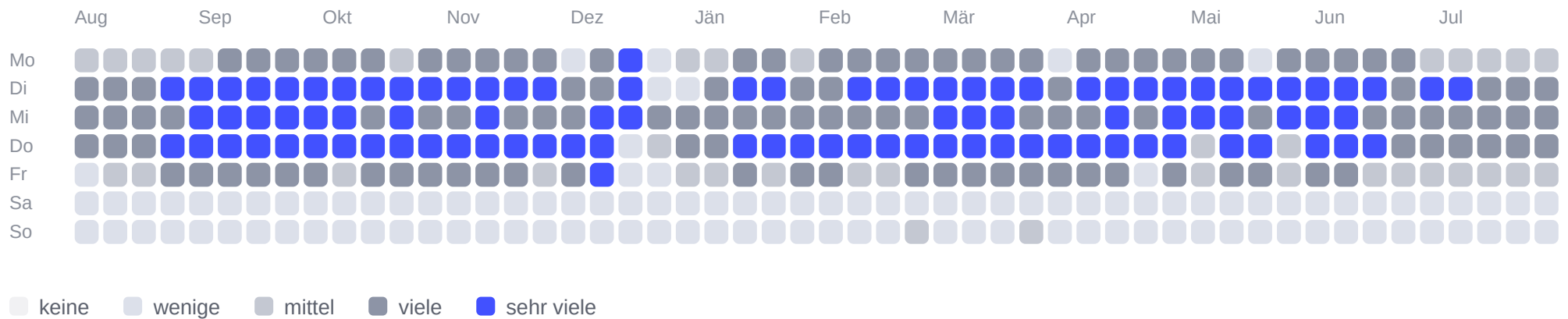
Jede Säule ist eine Gruppe von Betrieben. Waagrecht die Zahl der Beiträge im Jahr, senkrecht wie viele Betriebe dort liegen. Grundgesamtheit sind die 1 184 Betriebe mit mindestens einem Beitrag.



Die größte Gruppe veröffentlicht zehn Beiträge im Jahr oder weniger, also seltener als einmal im Monat. Im Schnitt erscheint alle zehn Tage ein Beitrag, aber dieser Schnitt wird von einer kleinen Spitze nach oben gezogen: 93 Betriebe kommen auf mehr als 100 Beiträge.

Ein Jahr Veröffentlichungsrhythmus

Jedes Kästchen ist ein Tag. Zeilen sind Wochentage von Montag oben bis Sonntag unten, die Farbe zeigt, wie viele Beiträge branchenweit an diesem Tag erschienen sind.



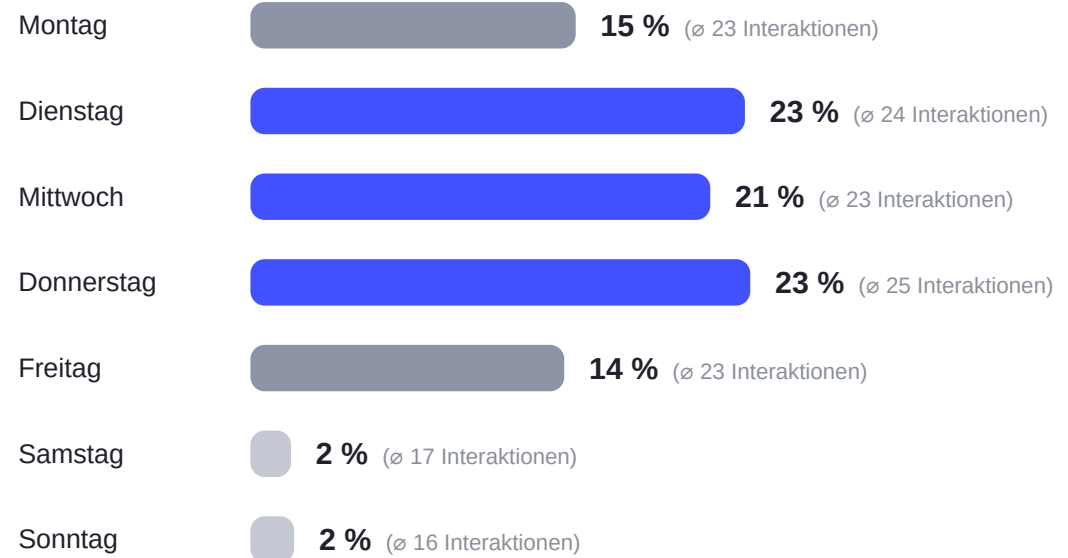
Das Muster ist über das ganze Jahr stabil. Sichtbar sind nur der Einbruch um Weihnachten und das Sommerloch im Juli und August. Die Wochenenden sind praktisch leer.

66%

aller Beiträge erscheinen zwischen Dienstag und Donnerstag.

Die Resonanz ist an allen Werktagen praktisch gleich. Der Wettbewerb um Aufmerksamkeit ist in der Wochenmitte am größten, ohne dass diese Tage mehr einbringen.

Alle drängen sich in die Wochenmitte

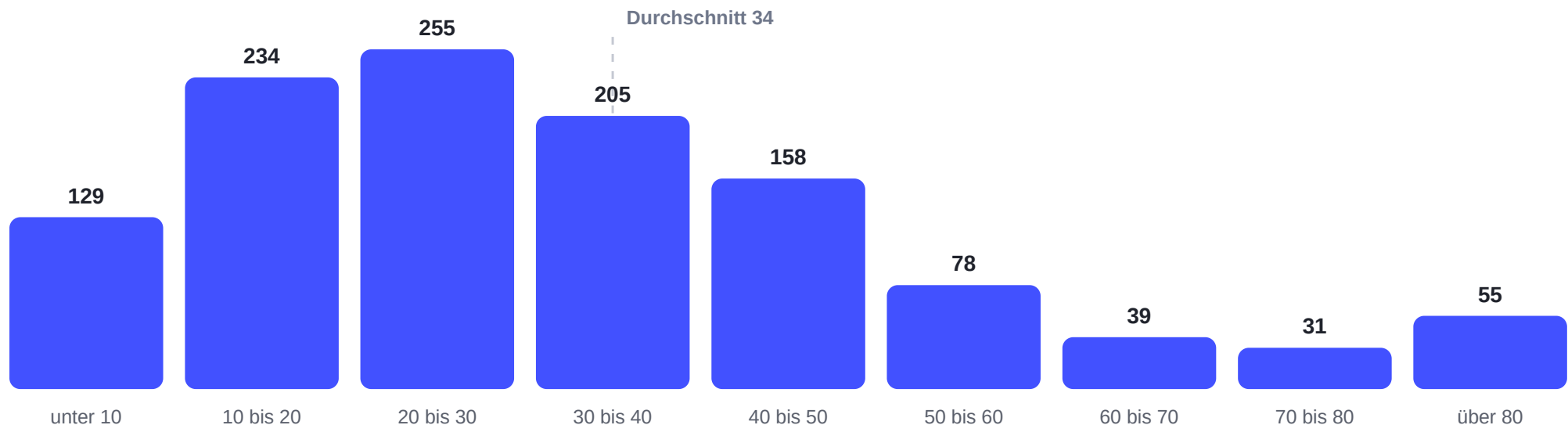


68 von 100 Beiträgen bekommen keinen einzigen Kommentar.

Von 1 454 050 Interaktionen sind nur 34 191 Kommentare. Reichweite entsteht hier über Reaktionen, nicht über Gespräch.

Wie viel Resonanz ein Beitrag bekommt

Interaktionen sind Reaktionen plus Kommentare, geteilt durch die Zahl der Beiträge. Jede Säule ist eine Gruppe von Betrieben, waagrecht die Interaktionen je Beitrag.



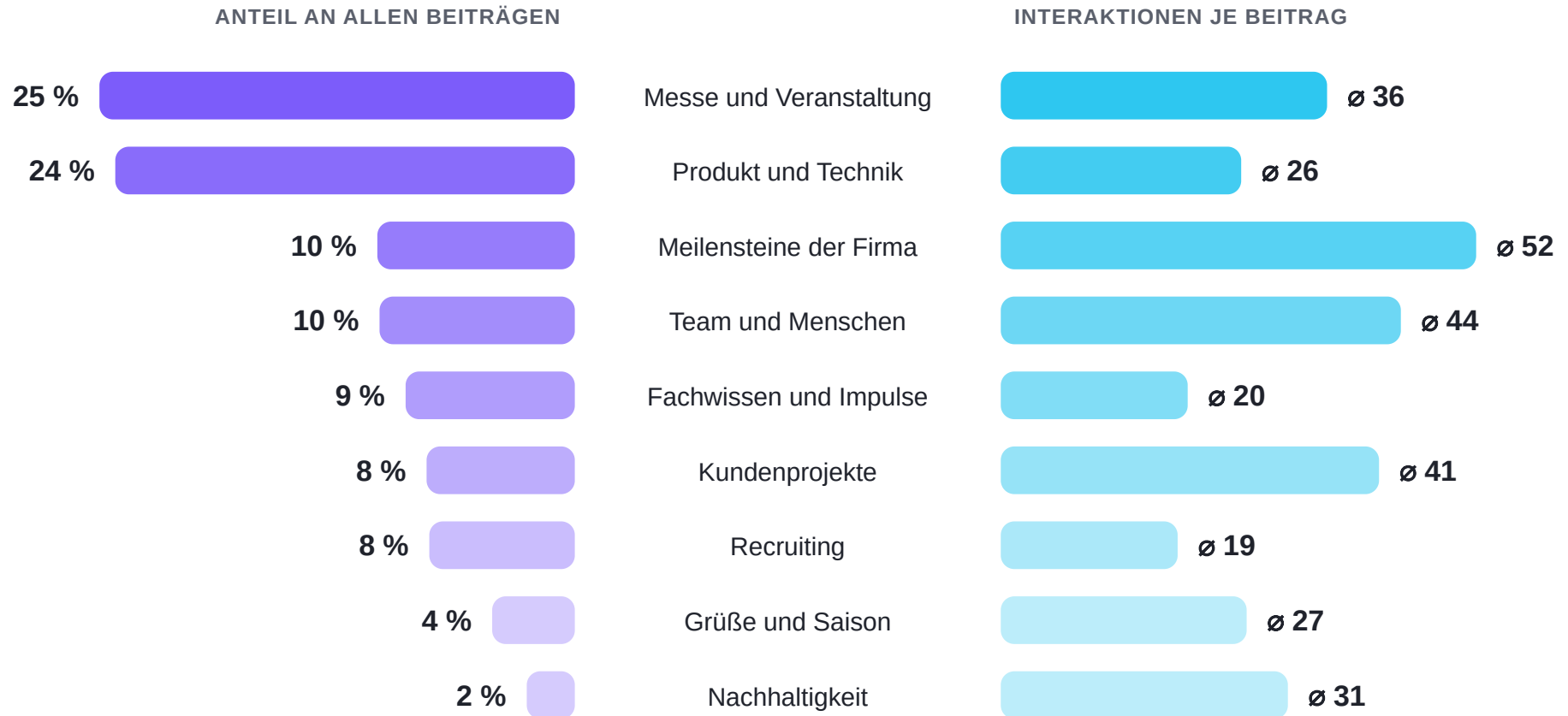
Die Mehrheit liegt zwischen 10 und 40 Interaktionen je Beitrag. Nur **2,3 Prozent** aller Interaktionen sind Kommentare.

Fast die Hälfte aller Beiträge sind Messe oder Produkt.

Beide Formate liegen unter dem Durchschnitt von 34 Interaktionen. Was besser wirkt, wird seltener gemacht.

Worüber die Branche schreibt und was davon wirkt

Links, wie oft eine Sorte Beitrag vorkommt. Rechts, wie viel Resonanz sie im Schnitt bringt. Grundlage sind alle 43 822 Beiträge der Erhebung.



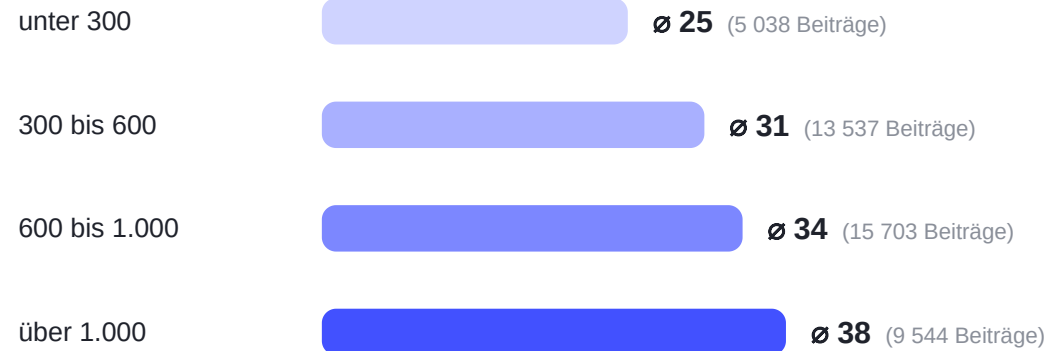
Meilensteine, Team und Kundenprojekte liegen alle deutlich über dem Schnitt und machen zusammen nur 28 Prozent der Beiträge aus. **Fachwissen und Recruiting sind die schwächsten Formate der Branche**, obwohl Fachbeiträge in jedem Ratgeber empfohlen werden.

38

Interaktionen bekommt ein Beitrag mit mehr als 1.000 Zeichen im Schnitt. Kurze Beiträge unter 300 Zeichen kommen auf 25.

Der Zusammenhang ist durchgehend: je länger der Text, desto mehr Resonanz. Das widerspricht dem verbreiteten Rat, sich auf LinkedIn kurz zu fassen.

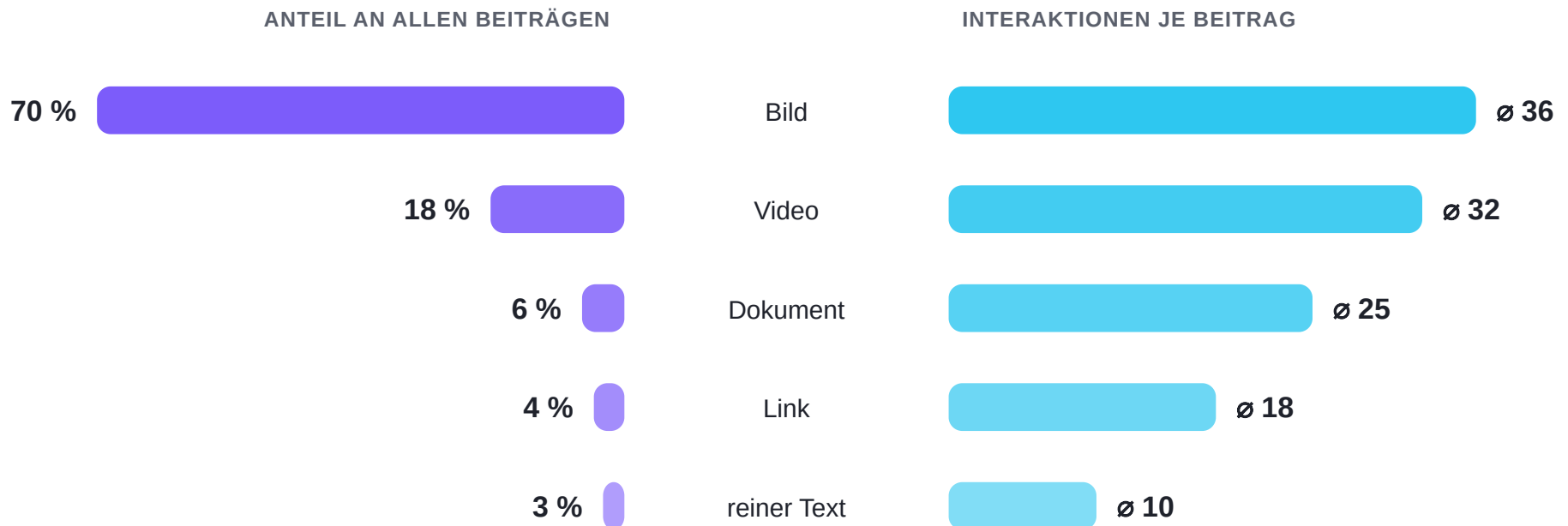
Lange Beiträge wirken besser



Zeichen im Beitragstext, alle 43 977 Beiträge.

Welche Formate genutzt werden und wie sie wirken

Links, wie oft ein Format vorkommt. Rechts, wie viel Resonanz es im Schnitt bringt. Beide Seiten haben eine eigene Skala, weil die Einheiten verschieden sind.



Beiträge ohne Bild oder Video sind selten und schwach. Zwischen Bild und Video ist der Unterschied dagegen klein. **Video lässt sich damit nicht bewerten**, weil die Zahl der Aufrufe nicht öffentlich ist und gleiche Interaktionen bei ungleichem Aufwand nichts über die Wirkung sagen.

76%

der Betriebe ab 201 Mitarbeitenden sind aktiv. Bei den kleinsten sind es 63 Prozent.

Größe ist der klarste Treiber im ganzen Datensatz. Sie wirkt auf alle drei Kennzahlen gleichzeitig, und die Effekte verstärken sich.

Je größer, desto sichtbarer

MITARBEITENDE	BETRIEBE	AKTIV	BEITRÄGE IM JAHR	INTERAKTIONEN JE BEITRAG
11 bis 50	514	62 %	31	30
51 bis 200	667	65 %	37	34
201 bis 500	303	76 %	47	40

Alle Werte sind Durchschnitte. Die Aktivquote rechnet auf alle Betriebe der Gruppe, Beiträge und Interaktionen nur auf die mit Beiträgen.

Die Sparten im Vergleich

Fünf Sparten der Industrie. Links, wie viel sie veröffentlichen. Rechts, wie viel Resonanz ein einzelner Beitrag bekommt.



Die Elektrobranche veröffentlicht mit 55 Beiträgen im Jahr am meisten und bekommt mit 25 Interaktionen je Beitrag am wenigsten. Der Maschinenbau ist die einzige Sparte, die bei beidem oben liegt.

Methode und Grenzen

Grundgesamtheit

Alle Betriebe mit Hauptsitz in Österreich, LinkedIn-Branchengruppe Fertigung, 11 bis 500 Mitarbeitende laut LinkedIn, mit vorhandener Unternehmensseite. Keine weiteren Filter. Vollerhebung, keine Stichprobe.

Was ausgeschlossen wurde

488 Zeilen aus dem Export: 114 mit falscher oder fehlender Größenangabe, 374 mit mehr als 500 Mitarbeitenden. Danach 75 Betriebe, die eindeutig keine Fertiger sind, vor allem Autohäuser, Fahrzeugimporteure und Handelshäuser. Die LinkedIn-Branche ist eine Selbstauskunft der Unternehmen, keine geprüfte Zuordnung. Jeder Ausschluss ist einzeln protokolliert.

Geteilte Beiträge

Beiträge, die eine Seite von anderen weitergeleitet hat, zählen nicht als eigene und sind vollständig entfernt.

Interaktionen

Gerechnet wird auf die von LinkedIn gemeldeten Reaktions- und Kommentarzahlen. Sie sind ungedeckelt und vollständig.

Betriebe ohne Beiträge

Ein leeres Ergebnis beweist keine Inaktivität. Die 320 Betriebe ohne Beitrag sind noch nicht einzeln nachgeprüft. Bis dahin ist ihr Anteil eine Obergrenze.

Inhaltliche Einordnung

Alle 43.822 Beiträge wurden inhaltlich eingeordnet, in zehn Kategorien, die zuvor aus dem Material selbst abgeleitet wurden. Die Genauigkeit der Zuordnung wurde an 6.500 zurückgehaltenen Beiträgen gemessen.

Was nicht gemessen wird

Reichweite. Sichtbar ist nur, wer öffentlich reagiert. Wer liest, ohne zu klicken, taucht in keiner Zahl auf. Ebenso wenig erfasst sind Followerzahlen, die einen Teil der Resonanzunterschiede erklären dürften.