

Die zehn Kernzahlen

Wie die 40 DAX-Konzerne 2026 Video einsetzen. Vollerhebung über zwölf Monate: 4.488 YouTube-Videos und 8.999 LinkedIn-Posts. Datenstand 27.07.2026.

65**Videos im Jahr (Median)**

So viele Videos veröffentlicht ein typischer DAX40-Konzern. Der Mittelwert liegt bei 112 und ist durch Spitzenreiter nach oben verzerrt.

4.488**YouTube-Videos in 12 Monaten**

Vollerhebung aller Corporate-Kanäle der 40 DAX-Konzerne, 18.07.2025 bis 17.07.2026.

47 %**sind Shorts**

2.095 Videos mit höchstens 65 Sekunden Laufzeit. B2C-Marken 74 %, B2B/Corporate 30 %.

33 %**der LinkedIn-Posts mit Video**

3.002 von 8.999 Posts über 39 Konzernseiten. Die Quote ist über alle zwölf Monate stabil.

595**Videos beim Spitzenreiter SAP**

Dahinter Adidas mit 494 und Volkswagen Group mit 315 Videos.

7 von 40**Konzerne nahezu ohne Video**

Sieben Konzerne kamen auf weniger als ein Video pro Monat, zwei auf keines: Mercedes-Benz Group und Siemens Energy führen keinen aktiven Corporate-Kanal.

32 %**Erklärvideos und How-tos**

Die größte Formatkategorie, vor Produkt-Marketing (21 %) und Sponsoring (11 %). Sie stehen aber nur für 9 % der Aufrufe.

25 von 40**Konzernen mit Recruiting-Video**

Employer Branding per Video ist im DAX40 der Normalfall, nicht die Ausnahme.

44 %**Erklärformat-Anteil im B2B**

Gegenüber 12 % bei den B2C-Marken. B2B nutzt den Kanal zum Erklären, B2C für Reichweite.

68 %**LinkedIn-Video-Quote bei SAP**

Höchster Wert des Index, vor Siemens Energy (63 %) und Beiersdorf (58 %).

Nutzung: Zahlen und Grafiken dieser Studie dürfen frei zitiert, bearbeitet und eingebettet werden. Einzige Bedingung ist die Quellenangabe mit Link: videoboost DAX-Video-Studie 2026, <https://www.videoboost.de/studie/dax-video-2026/>

Pressekontakt: Jasmin Feit, Head of Marketing · j.feit@videoboost.de · videoboost / Boost Media GmbH, Rösslerstr. 90, 64293 Darmstadt