



Pressemitteilung

Social Media Gesetzliche Unfallversicherer: Interaktionsrate auf Facebook zehnmal höher als auf YouTube



Die Plattformen Facebook und YouTube sind bei den gesetzlichen Unfallversicherern am beliebtesten. Ein Posting auf Facebook generiert im Schnitt rund zehnmal mehr Interaktionen als ein YouTube-Video.

Esslingen am Neckar, 01. Juli 2021 – Die ‚Studie Social Media-Performance Gesetzliche Unfallversicherungen 2021‘ gibt Einblick in Fans & Follower, Postings & Videos sowie Interaktion der User in den Social Media. Die Plattformen Facebook und YouTube sind bei den gesetzlichen Unfallversicherern am beliebtesten. Fast drei Viertel der analysierten Anbieter sind hier präsent. Auf den Plattformen Instagram und Twitter ist der Nutzungsgrad weit geringer. 14 der 24 untersuchten Unfallversicherer verfügen über einen offiziellen Twitteraccount, Instagram nutzen lediglich sechs Anbieter.

Social Media werden erlebbar durch aktive Teilnahme und Austausch. Kommentare, Reaktionen oder Shares sind damit eine Art der Erfolgsmessung, ob beziehungsweise wie sehr ein Beitrag den Nerv der User getroffen hat. In dieser Dimension setzt der Facebook-Account der DGUV Maßstäbe mit über 30.000 Reaktionen, Kommentare und Shares innerhalb eines Jahres. Der Top-Post nach Likes stammt ebenfalls von der DGUV.

Von den vier analysierten Plattformen präsentiert sich Facebook als interaktivste. Bei durchschnittlich 120 Postings pro Jahr und einem Mittel von rund 4.700 Interaktionen generieren die Unfallversicherer mit jedem Posting gut 39 Interaktionen. Auf YouTube hingegen ist die Interaktionsrate weit geringer. Hier bewirken die Unfallversicherer lediglich rund vier Interaktionen pro Video. Im Schnitt werden hier jährlich 16 Videos hochgeladen mit knapp 70 gezählten Interaktionen. Ein Posting auf Facebook aktiviert demnach deutlich mehr User als ein Video auf YouTube und generiert im Schnitt rund das Zehnfache an Interaktionen.

Von den analysierten gesetzlichen Unfallversicherern sind lediglich fünf Anbieter auf allen vier Plattformen aktiv. Im Gesamtranking zeigt bei den gewerblichen Berufsgenossenschaften die BG ETEM beste Performance. Die Riege der Unfallkassen führt die UK Hessen an.

Über die Studie:

Die ‚Studie Social Media-Performance Gesetzliche Unfallversicherungen 2021‘ von research tools untersucht in Kooperation mit VICO Research & Consulting die Performances von 24 gesetzlichen Unfallversicherern auf den Plattformen Facebook, Instagram, Twitter und YouTube. Sie gibt auf 97 Seiten Einblick in Abonnenten/Fans/Follower, Beiträge/Postings/Videos sowie Interaktionen der User in den Social Media-Accounts. Ein Social Media-Ranking führt die Bewertungen der Performances auf den vier Plattformen zusammen und eine statistische Social Media-Positionierung visualisiert die Ergebnisse. Der Untersuchungszeitraum erstreckt sich bei den zeitraumbezogenen Ergebnissen vom 05. Mai 2020 bis 04. Mai 2021.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/studie-social-media-performance-gesetzliche-unfallversicherungen-2021>

Weiteren Content zur Studie auf YouTube:

<https://www.youtube.com/watch?v=eSBaiZ3gbng>

Die Studienherausgeber:

Die Marktforschungsberatungsgesellschaft **research tools** mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart bietet umsetzungsstarke, marketingorientierte Marktforschung. Ein Fokus liegt auf der Analyse unternehmerischer Marketingmaßnahmen.

Weitere Informationen: www.research-tools.net

Die **VICO Research & Consulting GmbH** aus Leinfelden-Echterdingen bietet mittels Social Media- und Produkt-Monitoring die Datenbasis für diese Studie. Sie berät zudem in Social Media-Angelegenheiten, verfügt über einen Marktforschungsfachbereich und bietet Agenturleistungen an.

www.vico-research.com

Pressekontakt:

Uwe Matzner

research tools

Kesselwasen 10

73728 Esslingen am Neckar

Tel. +49 (0)711 - 55090381

Fax +49 (0)711 - 55090384

uwe.matzner@research-tools.net