



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Krankenkassen mit über 850 Videos auf YouTube vertreten



Facebook und YouTube sind unter den Krankenkassen die beliebtesten Plattformen. Im Social Media-Vergleich von 76 Krankenkassen belegen TK und DAK Gesundheit häufig vordere Ränge in den Performance-Einzelwertungen.

Esslingen am Neckar, 16. April 2020 – Die ‚Studie Social Media-Performance Krankenkassen 2020‘ gibt Einblick in Fans &

Follower, Postings & Videos sowie Interaktion der User in den Social Media. Von den 76 untersuchten Krankenkassen nutzen 83 Prozent das Netzwerk Facebook. Ebenso viele verfügen über einen eigenen YouTube-Kanal. Rund jeweils die Hälfte sind auf den Plattformen Instagram und Twitter aktiv.

Egal ob man nach Maximen in den Dimension Fans, Postings, Interaktionen oder Likes sucht. In Facebook ist die Techniker Krankenkasse sehr präsent, sie führt in zahlreichen Kategorien das Feld an. Auf Instagram steht, gemessen an der Anzahl Postings, die DAK Gesundheit klar an der Spitze. Zudem generiert die DAK mit ihren über 20.000 Abonnenten die höchste Anzahl an Interaktionen mit rund 60.000 Kommentaren, Reaktionen oder Shares. Twitter ist von den vier analysierten Plattformen diejenige mit dem geringsten Nutzungsgrad bei den Krankenkassen. In der Kommunikation zeigt sich auf dieser Plattform mit durchschnittlich mehr als fünf Tweets pro Tag die DAK Gesundheit am aktivsten.

Im Schnitt veröffentlichen die 76 analysierten Krankenkassen 11,2 Videos im Analysezeitraum von zwölf Monaten, also etwa ein Video pro Monat und Kasse. In der Summe ergibt das 854 YouTube-Videos. Vor allem die Techniker Krankenkasse zeigt auf dieser Plattform starke Präsenz. Mit ihren rund 100 Videos generiert die TK die mit Abstand höchste Anzahl an Interaktionen - offensichtlich treffen sie den Nerv ihrer Fans. Das erfolgreichste Krankenkassenvideo ‚Vermeide diese Fehler nach dem Sport‘ mit knapp 8.000 Likes und über 300.000 Aufrufen stammt ebenfalls von der TK aus der Dr. Johannes Wimmer-Reihe. Im Gesamtranking zeigen die zehn führenden Krankenkassen, dass sie auf allen vier analysierten Plattformen präsent und erfolgreich sind.

Über die Studie:

Die ‚Studie Social Media-Performance Krankenkassen 2020‘ von *research tools* untersucht in Kooperation mit VICO Research & Consulting die Performance von 76 Krankenkassen auf den Plattformen Facebook, Instagram, Twitter und YouTube. Sie gibt auf 111 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 13. Januar 2019 bis 12. Januar 2020.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/studie-social-media-performance-krankenkassen-2020>

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 stellt als Anbieter für Social Media- und Produkt-Monitoring die Datenbasis für diese Studie. Sie versteht sich zudem als Berater 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