



Pressemitteilung

Studie Social Media: Krankenkassen verstärken Präsenz auf Instagram



Zwar zählen Facebook und YouTube unter den Krankenkassen aktuell zu den beliebtesten Plattformen, den deutlichsten Sprung nach vorne in Bezug auf den Nutzungsgrad hat allerdings Instagram gemacht. Unter den Top 10 Social Media-Performern finden sich gleich sechs AOKs.

Esslingen am Neckar, 05. Mai 2022 – Unter 77 untersuchten Krankenkassen führt YouTube mit einem Nutzungsgrad von 86 Prozent die Beliebtheitsskala der vier analysierten Social Media-Plattformen Facebook, Instagram, Twitter und YouTube an. Letztere führt bei dieser Kennzahl – zwei Jahre zuvor lag YouTube noch gleichauf mit Facebook. Die stärkste Zunahme hat sich allerdings bei Instagram vollzogen. Hier ist der Nutzungsgrad um satte 14 Prozentpunkte gestiegen. Damit sind nun knapp drei Viertel der analysierten Krankenkassen mit einem offiziellen Account auf Instagram vertreten. Bei Twitter ist hingegen nur rund die Hälfte der Krankenkassen präsent.

Auf Instagram generieren die Krankenkassen innerhalb des Analysezeitraums von zwölf Monaten mit insgesamt 8.325 Posts beachtliche 641.492 Interaktionen, dazu zählen Reaktionen, Kommentare und Shares. Alle Kassen zusammen haben auf Instagram rund 336.000 Abonnenten, was im Plattformvergleich deutlich unter der Anzahl von Facebook liegt und weniger als ein Fünftel der Facebook-Fanzahl beträgt. Natürlich vollzieht sich auf allen vier Plattformen immer wieder ein Wachstum der Fan-, Follower- oder Abonnentenzahl bei den Kanälen einzelner Krankenkassen. Die größte Steigerung auf Instagram verzeichnet mit über 22.000 Abonnenten die DAK Gesundheit. Plattformübergreifend erreicht die AOK Rheinland/Hamburg auf YouTube mit über 56.000 zusätzlichen Abonnenten das stärkste Wachstum.

Auffallend aktiv in den Social Media sind die AOKs. Im abschließenden Gesamtranking über alle vier analysierten Plattformen finden sich gleich sechs AOKs unter den zehn Top-Performern. Auf Rang eins in der Gesamtwertung liegt die Techniker, die sich in zahlreichen Detailrankings häufig unter den Top 3-Anbietern platziert.

Über die Studie:

Die ‚Studie Social Media-Performance Krankenkassen 2022‘ von research tools untersucht in Kooperation mit VICO Research & Consulting die Performances von 77 Krankenkassen auf den Plattformen Facebook, Instagram, Twitter und YouTube. Sie gibt auf 127 Seiten Einblick in Abonnenten/Fans/Follower, Beiträge/Postings/Videos sowie Interaktionen 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 18. Januar 2021 – 17. Januar 2022.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/studie-social-media-performance-krankenkassen-2022>

<https://www.youtube.com/watch?v=gl5OMGQCgeA>

Die Studienherausgeber:

Der Spezialist für Marketinganalyse **research tools** mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart bietet umsetzungsstarke, wettbewerbsorientierte Marktforschung.

www.research-tools.net

www.linkedin.com/company/research-tools-net

Die **VICO Research & Consulting GmbH** aus Leinfelden-Echterdingen bietet mittels Social Media- und Review/ Places-Monitoring die Datenbasis für diese Studie. VICO unterstützt Unternehmen, Daten aus dem Web zu nutzen, um Marken und Produkte voranzutreiben. VICO ist spezialisiert auf Social Media- und Produkt-Monitoring-Lösungen, Analyse-Dienstleistungen und Social Media Marketing.

www.vico-consulting.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