

+++ BG BAU +++ BGHW +++ BGN +++ BG RCI +++ BS GUV +++ DGUV +++ FUK Mitte +++ HFUK Nord +++
KUVB +++ SVLFG +++ UK MV +++ UK Thüringen +++ VBG +++ und weitere elf gesetzliche Unfallversicherer

Studiensteckbrief

Studie Social Media-Performance Gesetzliche Unfallversicherungen 2021

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar
VICO Research & Consulting GmbH, Leinfelden-Echterdingen

Juni 2021



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Social Media-
Performance Gesetzliche Unfallversicherungen 2021

VICO

Informationen zur Studie

Ausgewählte Key Facts:

- Unter den vier analysierten Social Media-Plattformen zählen Facebook und YouTube zu den beliebtesten. Plattformübergreifend beträgt der Nutzungsgrad bei den vier Plattformen 56 Prozent.
- Vier Unternehmen heben sich in Facebook mit mehr als 20.000 Fans ab. Im Schnitt werden auf dieser Plattform pro Jahr 120 Beiträge gepostet.
- Die an der Spitze der Instagram-Performance stehende Unfallversicherung zeichnet sich durch eine hohe Posting- und Interaktionszahl aus. Im Schnitt wurden innerhalb eines Jahres von den Unfallversicherern 123 Beiträge gepostet. Mehrere Posts erzeugten mehr als 150 Likes.
- 14 der 24 analysierten gesetzlichen Unfallversicherer betreiben einen offiziellen Account auf Twitter. Zwei Anbieter verzeichneten jeweils über 1.000 Tweets im 12-Monats-Zeitraum.
- Auf YouTube liegt die höchste Anzahl an Abonnenten bei über 7.000. Zwei Anbieter haben ihre Abonnentenzahl innerhalb von zwölf Monaten um mindestens 40% gesteigert.
- Nur vier der zehn im Gesamtranking führenden gesetzlichen Unfallversicherungen sind auf allen vier Plattformen aktiv.

Informationen zur Studie

Key Facts der Social Media-Plattformen:

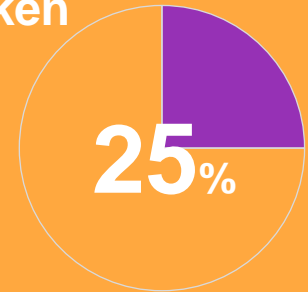
Facebook



4 Anbieter mit
>20.000 Fans



auf *Instagram*
aktive Marken



meiste Postings auf
Twitter

@BG_BAU
@DGUV
@VBG_Hamburg



Ø 16,5



Videos auf *YouTube*

24
Gesetzliche Unfall-
versicherer in
Social Media

Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Detaillierte Analyse der Social Media-Performance
von **24 gesetzlichen Unfallversicherern**

im deutschsprachigen Raum

auf den Social Media-Plattformen
Facebook, Instagram, Twitter, YouTube

alle Informationen **im Wettbewerbsvergleich**
auf 97 PowerPoint-Seiten

als PDF und PowerPoint-Datei **kurzfristig** verfügbar

die Studie ist **objektiv, unabhängig** und **neutral**

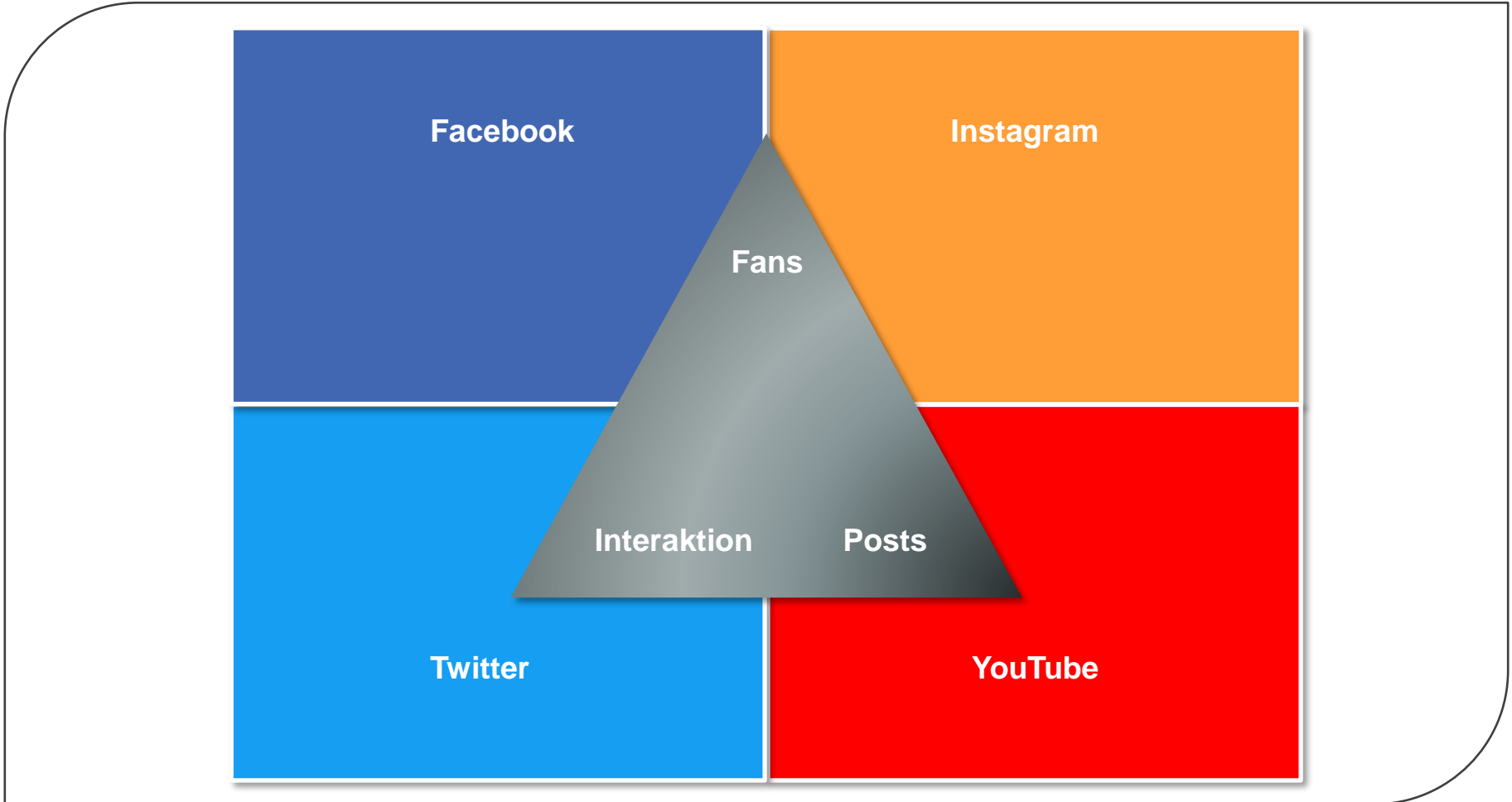
Nutzen: Benchmarks zur Social Media-Performance auf
Anbieter- und Postingebe

24 analysierte Gesetzliche Unfallversicherer:

- ...
- BG RCI
- BS GUV
- DGUV
- FUK Mitte
- FUK Niedersachsen
- HFUK Nord
- KUVB
- SVLFG
- UKBW
- ...
- UK Thüringen
- VBG

Informationen zur Studie

Konzeption:



Informationen zur Studie

Studieninhalte:

Die Studie analysiert unter anderem folgende **Aspekte:**

- welche Unfallversicherer sind bei den verschiedenen Erfolgskennzahlen die Benchmarks?
- auf welchen Plattformen setzen die Anbieter ihre Schwerpunkte, wo haben sie Schwächen?
- welche Versicherer zählen in den Social Media zu den Großen der Branche?
- welche Anbieter verzeichnen das stärkste Follower-Wachstum?
- welches sind die erfolgreichsten Posts und Videos?
- welche Anbieter zeichnen sich durch besonders viele beliebte Posts und Videos aus?
- welche Positionierung nehmen die 24 Unfallversicherer im Wettbewerbsvergleich ein?

Forschungsdesign:

VICO als Social Monitoring-Anbieter stellt die Zahlenbasis für diese Studie, research tools berechnet die Social Media-Performance und stellt die Ergebnisse zusammen. Für 24 gesetzliche Unfallversicherer wurden auf Basis diverser Kennzahlen die Social Media-Performance auf den Plattformen Facebook, Instagram, Twitter und YouTube für den 12-Monats-Zeitraum 05. Mai 2020 bis 04. Mai 2021 ermittelt und die erfolgreichsten Posts und Videos vorgestellt. Die Studie wurde objektiv, unabhängig und neutral erstellt und ist im Juni 2021 erschienen.

Preis der Studie: Die 97 Seiten umfassende Studie kostet **2.800 EUR** zuzüglich Mehrwertsteuer.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	4
➤ Forschungsdesign	10
➤ Präsenz auf Social Media-Plattformen	13
➤ Facebook-Performance	20
Top 17 Anzahl Fans, Top 17 Anzahl Posts, Top 17 Anzahl Interaktionen (Reaktionen, Kommentare, Shares), Entwicklung Fans Top 7 und Low 7, Top 17 Facebook-Performance gesamt absolut und relativ, Top 10 Posts nach Likes, Top 10 Posts nach Kommentaren, Top 10 Posts nach Interaktionsrate, Anzahl der Posts in den Top Posts	
➤ Instagram-Performance	38
Top 6 Anzahl Abonnenten, Top 6 Anzahl Posts, Top 6 Anzahl Interaktionen (Reaktionen, Kommentare, Shares), Entwicklung Abonnenten Top 4 und Low 4, Top 6 Instagram-Performance gesamt absolut und relativ, Top 10 Posts nach Likes, Top 10 Posts nach Kommentaren, Top 10 Posts nach Interaktionsrate, Anzahl der Posts in den Top Posts	
➤ Twitter-Performance	56
Top 14 Anzahl Follower, Top 14 Anzahl Tweets, Top 14 Anzahl Interaktionen (Reaktionen, Kommentare, Shares), Entwicklung Follower Top 7 und Low 7, Top 14 Twitter-Performance gesamt absolut und relativ, Top 10 Tweets nach Likes, Top 10 Tweets nach Interaktionsrate, Anzahl der Tweets in den Top Tweets	



Inhaltsverzeichnis

➤ YouTube-Performance	72
Top 17 Anzahl Abonnenten, Top 17 Anzahl Videos, Top 17 Anzahl Interaktionen (Reaktionen, Kommentare), Entwicklung Abonnenten Top 7 und Low 7, Top 17 YouTube-Performance gesamt absolut und relativ, Top 10 Videos nach Likes, Top 10 Videos nach Kommentaren, Anzahl der Videos in den Top Videos	
➤ Social Media-Performance	88
Ranking Social Media insgesamt und nach Plattform (Ränge, Index), Verteilung der Indizes auf die Plattformen	
➤ Social Media-Positionierung	92
Positionierung aller Anbieter nach ihrer relativen Performance auf den vier Social Media-Plattformen	
➤ Kontakt	96

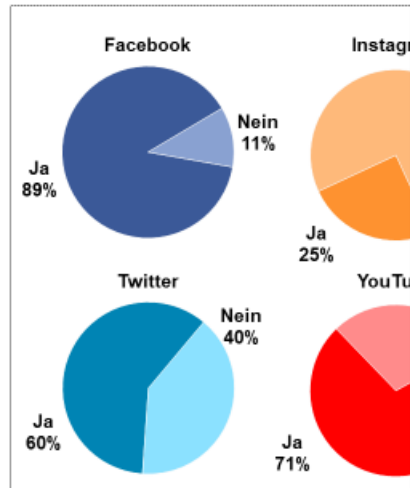


Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Präsenz auf Social Media-Plattformen

Nutzungsgrad* der Social Media-Plattformen



* Anteil der Anbieter mit einem offiziellen Account auf der jeweiligen



Studie
Gesetzlich

Welche Plattformen werden am häufigsten genutzt?

Facebook-Performance

Gesamtranking Facebook (Index-Wert, alle Anbieter)

Rang	Anbieter	Fan	
		Anzahl	Ind
1	DGUV	22.333	
2	BG ETEM	72	
3	BGHW	25.905	
4	BG BAU	300	
5	UK RLP	310	
6	UK Hessen	12.333	
7	UK MV	72	
7	FUK Niedersachsen	15.905	
9	UK Nord	300	
10	UKBW	310	
11	BGN	2.333	
12	BGW	72	
13	BG RCI	5.905	
14	KUVB	300	
15	UK NRW	310	

Erläuterung: Der Index zeigt die Relation der Kennzahl des Anbieter Spalte eins ergibt sich aus Index Σ



Studie
Gesetzlich

Welche Posts ragen mit hoher Interaktionsrate heraus?

Instagram-Performance

Top Posts nach Interaktionsrate (Top 10)

Rang	Anbieter	Datum	Inhalt	Interaktionsrate	Link
6	BGHW	26. Apr. 2020	„Ab morgen (Montag) heißt es beim Einkaufen und im öffentlichen Nahverkehr #MaskeAuf. ?? ...“	0,85	Link
6	BGHW	22. Mär. 2021	„Niemand ist so wichtig, dass er nicht freundlich zu anderen sein kann. #mondaymotivation #quoteoftheday ...“	0,85	Link
6	UK Hessen	12. Nov. 2020	„[ACHTUNG] Kommt Ihnen das Deckblatt dieser "Studie" bekannt vor? Aktuell geht ein ...“	0,85	Link
6	BGHW	06. Apr. 2020	„#motivationmonday #gibmirnull“	0,85	Link
6	BG ETEM	13. Dez. 2020	„Am 13. Dezember 1816 wurde Werner von Siemens geboren, der als Begründer der modernen Elektrotechnik gilt. ...“	0,85	Link



Studie Social Media-Performance
Gesetzliche Unfallversicherungen 2021

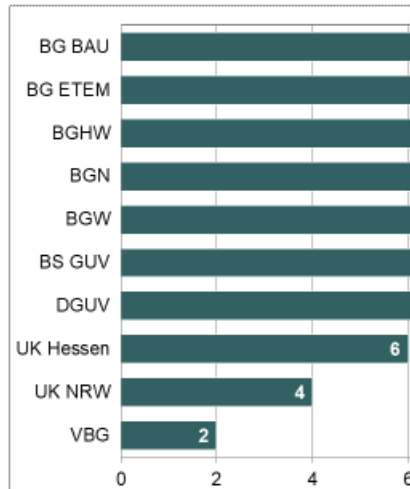


Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Twitter-Performance

Anzahl der Interaktionen pro Tweet und 1.000 Follower (Top 10)



Berechnung: Interaktionen / (Fans*Posts) * 1000, und mehr als 10 T...



Studie
Gesetzlich

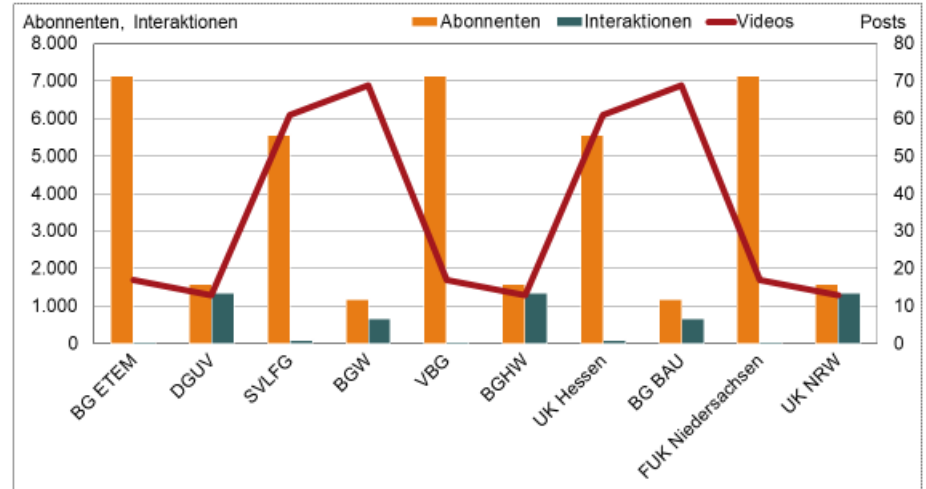
YouTube-Performance

Anzahl Abonnenten (Top 17)

Rang	Anbieter	Anzahl
1	BG ETEM	1.580
2	UK Hessen	1.550
3	DGUV	1.580
4	SVLFG	1.550
5	BGW	1.180
6	FUK Niedersachsen	1.580
7	BG BAU	1.550
8	BGHW	1.580
9	HFUK Nord	1.550

YouTube-Performance

Anzahl Abonnenten, Posts, Interaktionen der Top 10 Anbieter bei YouTube



Studie Social Media-Performance
Gesetzliche Unfallversicherungen 2021

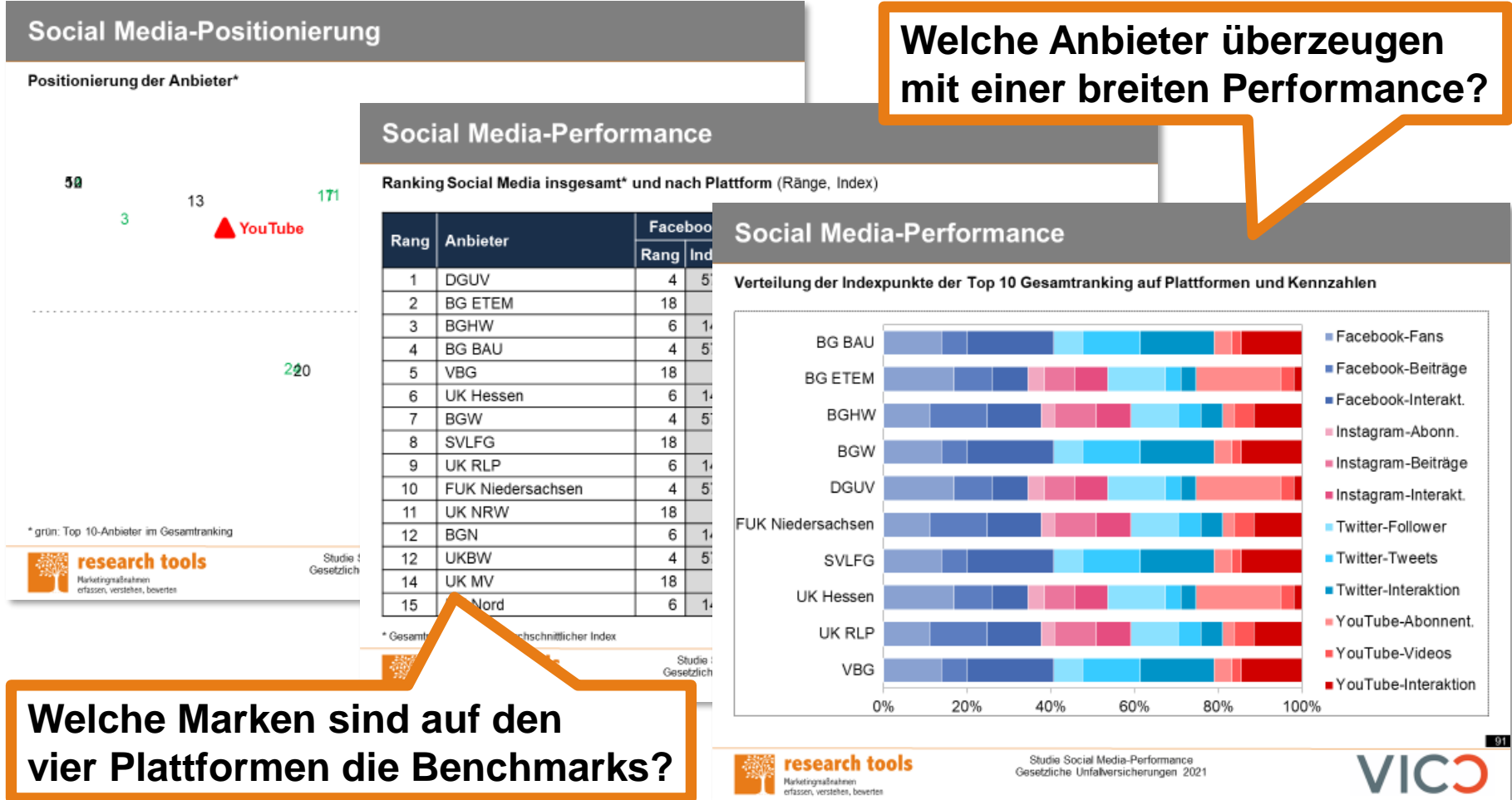


Welche Versicherer sind bei YouTube erfolgreich?

Welcher Anbieter hat die beliebtesten Tweets?

Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten



Bestellformular

Ihre Bestellung nehmen wir gerne per formloser E-Mail oder mit ausgefülltem Bestellformular entgegen.

E-Mail: uwe.matzner@research-tools.net

FAX: +49 (0)711 – 55090384

Auftragnehmer: research tools, Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar

Hiermit bestellen wir zum Preis in Höhe von 2.800 EUR zzgl. MwSt. die
Studie Social Media-Performance Gesetzliche Unfallversicherungen 2021.

Auftraggeber:

Firma: _____

Ansprechpartner: _____

E-Mail: _____

Position/Funktion: _____

Datum, Ort, Unterschrift: _____

Ihre Ansprechpartner für diese Studie sind:



Bettina Schneiderhan

Sales Consultant

Tel. +49 (0)711 78 78 29 701

bettina.schneiderhan@vico-consulting.com

VICO Research & Consulting GmbH

Friedrich-List-Straße 46

70771 Leinfelden-Echterdingen

VICO ist bei seiner Gründung im Jahr 2005 das vierte Social Media Monitoring-Unternehmen weltweit.

Ebenfalls seit 2005 positioniert sich research tools als Spezialist für Marketingstudien. Mit der neuen Studienreihe ‚Social Media-Performance‘ ergänzt research tools sein Marketinganalytik-Spektrum.



Uwe Matzner

Geschäftsführer

Diplom-Kaufmann, Marktforscher BVM

Tel. +49 (0)711 – 55090381

uwe.matzner@research-tools.net

research tools, www.research-tools.net

Kesselwasen 10, 73728 Esslingen a. N.

Weitere Studien zur Versicherungsbranche:

- Studie eVisibility Krankenkassen 2021
- Stud. Vers.-Zielgr. Privatversicherte 2021
- Studie Unternehmensprofile Versicherungen 2021
- Marketing-Mix-Analyse Pflegezusatzversicherung 2021
- Studie Paid Search Versicherungen 2021

