

+++ AOK PLUS +++ Audi BKK +++ BARMER +++ BIG direkt gesund +++ BKK Linde +++ DAK Gesundheit +++ Die Techniker +++ HEK +++ IKK classic +++ Salus BKK +++ VIACTIV +++ und weitere 66 Krankenkassen +

Studiensteckbrief

Studie Social Media-Performance Krankenkassen 2022

erarbeitet von:

research tools, Esslingen am Neckar

VICO Research & Consulting GmbH, Leinfelden-Echterdingen

April 2022



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Social Media-
Performance Krankenkassen 2022

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 71 Prozent.
- Fünf Krankenkassen heben sich in Facebook mit mehr als 100.000 Fans ab. Im Schnitt werden auf dieser Plattform pro Jahr 185 Beiträge gepostet.
- Auf YouTube liegt die höchste Anzahl an Abonnenten bei über 160.000. Mehrere Krankenkassen haben ihre Abonnentenzahl innerhalb von zwölf Monaten um mehr als 50 Prozent gesteigert.
- Etwa die Hälfte der 77 analysierten Krankenkassen betreibt einen offiziellen Account auf Twitter. Vier Anbieter verzeichneten jeweils mehr als 1.000 Tweets im 12-Monats-Zeitraum.
- Eine Marke liegt mit klarem Vorsprung an der Spitze der Instagram-Performance. Sie zeichnet sich aus durch eine hohe Anzahl an Posts sowie zahlreiche Interaktionen wie Reaktionen, Kommentare oder Shares. Im Schnitt wurden innerhalb eines Jahres von den analysierten Krankenkassen 151 Beiträge gepostet. Einige Posts erzeugten mehr als 500 Likes.
- Alle zehn im Gesamtranking führenden Krankenkassen sind auf allen vier Plattformen aktiv.

Informationen zur Studie

Key Facts der Social Media-Plattformen:

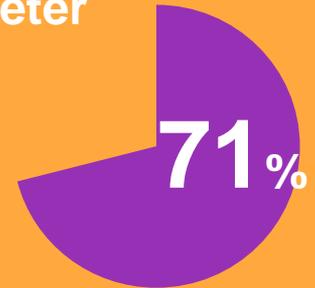
Facebook



5 Anbieter mit
> 100.000 Fans



auf *Instagram*
aktive Anbieter



77

Krankenkassen
in Social Media

meiste Postings
auf *Twitter*

@DAKGesundheit
@DieTechniker
@AOKBW



Ø 16,6



Videos auf *YouTube*

Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Detaillierte Analyse der Social Media-Performance

von **77 Krankenkassen**

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

alle Informationen **im Wettbewerbsvergleich**
auf 127 PowerPoint-Seiten

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

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

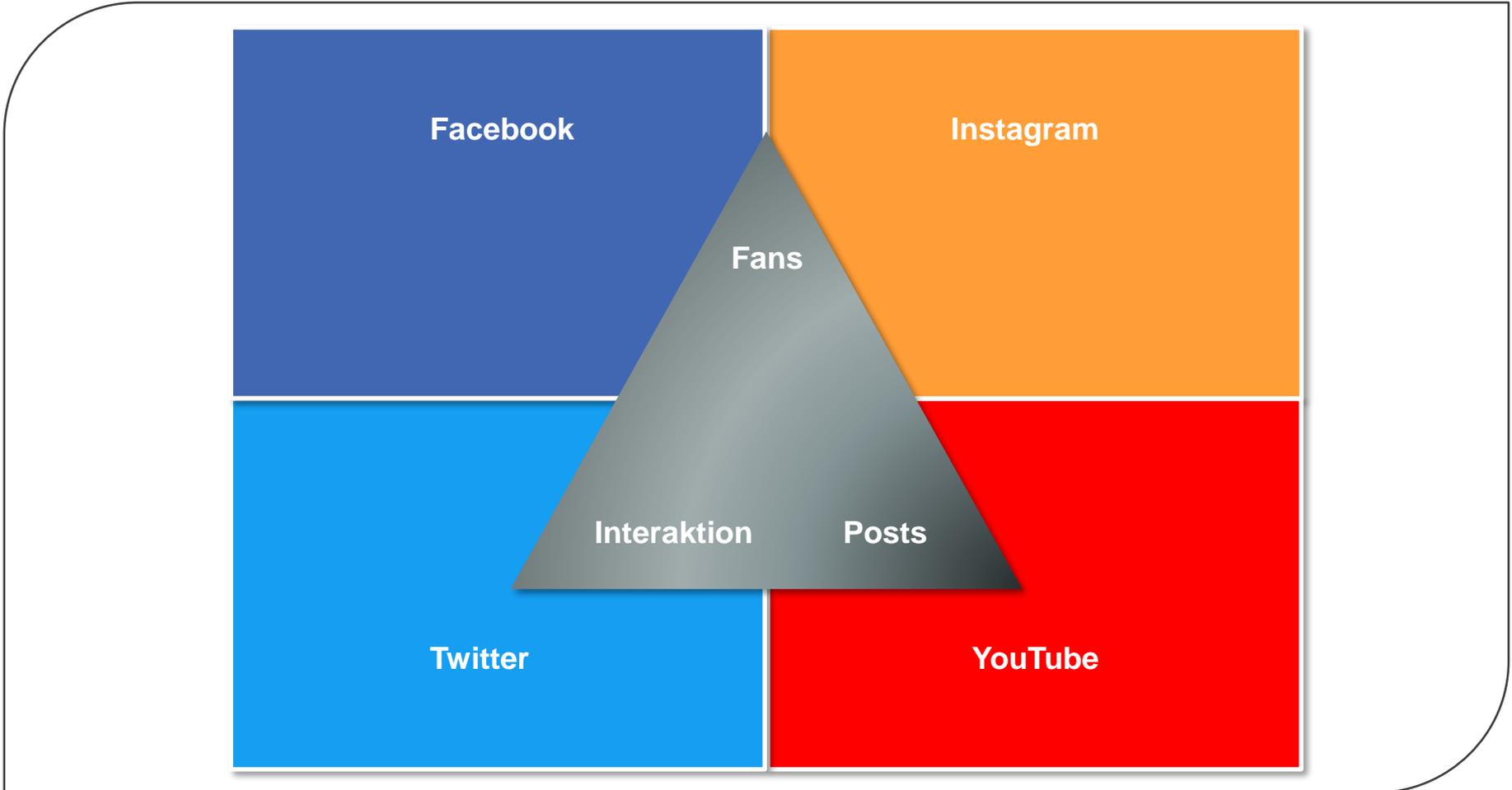
Nutzen: Benchmarks zur Social Media-Performance
auf Anbieter- und Postingebe

77 analysierte Krankenkassen:

- ...
- alle AOKs
- Audi BKK
- BAHN - BKK
- BARMER
- Bertelsmann BKK
- BIG direkt gesund
- BKK Akzo Nobel
Bayern
- BKK B. Braun
Aesculap
- BKK Diakonie
- BKK EUREGIO
- ...

Informationen zur Studie

Konzeption:



Informationen zur Studie

Studieninhalte:

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

- welche Krankenkassen sind bei den verschiedenen Erfolgskennzahlen die Benchmarks?
- auf welchen Plattformen setzen die Anbieter ihre Schwerpunkte, wo haben sie Schwächen?
- welche Marken 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 aus durch besonders viele beliebte Posts und Videos?
- welche Positionierung nehmen die 77 Krankenkassen im Wettbewerbsvergleich ein?

Forschungsdesign:

VICO als Social Media Monitoring-Anbieter stellt die Zahlenbasis für diese Studie, research tools berechnet die Social Media-Performance und stellt die Ergebnisse zusammen. Für 77 Krankenkassen wurden auf Basis diverser Kennzahlen die Social Media-Performance auf den Plattformen Facebook, Instagram, Twitter und YouTube für den 12-Monats-Zeitraum 18. Januar 2021 - 17. Januar 2022 ermittelt und die erfolgreichsten Posts und Videos vorgestellt. Die Studie wurde objektiv, unabhängig und neutral erstellt und ist im April 2022 erschienen.

Preis der Studie: Die 127 Seiten umfassende Studie kostet **3.600 EUR** zuzüglich Mehrwertsteuer.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	4
➤ Forschungsdesign	10
➤ Präsenz auf Social Media-Plattformen	13
➤ Facebook-Performance	24
Top 30 Anzahl Fans, Top 30 Anzahl Posts, Top 30 Anzahl Interaktionen (Reaktionen, Kommentare, Shares), Entwicklung Fans Top 10 und Low 10, Top 59 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, Top 10 Zeitvergleich	
➤ Instagram-Performance	47
Top 30 Anzahl Abonnenten, Top 30 Anzahl Posts, Top 30 Anzahl Interaktionen (Reaktionen, Kommentare, Shares), Entwicklung Abonnenten Top 10 und Low 10, Top 55 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, Top 10 Zeitvergleich	
➤ Twitter-Performance	70
Top 30 Anzahl Follower, Top 30 Anzahl Tweets, Top 30 Anzahl Interaktionen (Reaktionen, Kommentare, Shares), Entwicklung Follower Top 10 und Low 10, Top 39 Twitter-Performance gesamt absolut und relativ, Top 10 Tweets nach Likes, Top 10 Tweets nach Interaktionsrate, Anzahl der Tweets in den Top Tweets, Top 10 Zeitvergleich	

Inhaltsverzeichnis

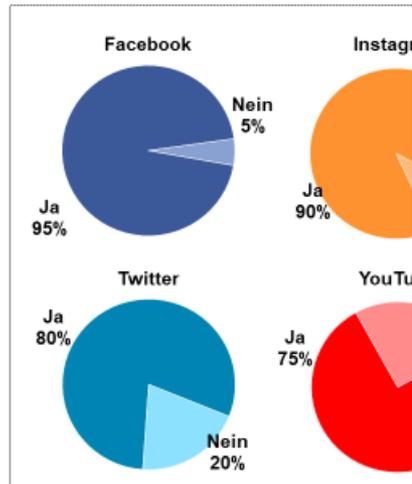
➤ YouTube-Performance	91
Top 30 Anzahl Abonnenten, Top 30 Anzahl Videos, Top 30 Anzahl Interaktionen (Reaktionen, Kommentare), Entwicklung Abonnenten Top 10 und Low 10, Top 66 YouTube-Performance gesamt absolut und relativ, Top 10 Videos nach Likes, Top 10 Videos nach Kommentaren, Anzahl der Videos in den Top Videos, Top 10 Zeitvergleich	
➤ Social Media-Performance	112
Ranking Social Media insgesamt und nach Plattform (Ränge, Index), Verteilung der Indizes auf die Plattformen, Top 10 Zeitvergleich	
➤ Social Media-Positionierung	121
Positionierung aller Anbieter nach ihrer relativen Performance auf den vier Social Media-Plattformen	
➤ Kontakt	126

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



Welche Plattformen werden am häufigsten genutzt?

Facebook-Performance

Gesamtranking Facebook (Index-Wert, alle Anbieter)

Rang	Anbieter	Follower	
		Anzahl	Index
16	AOK Sachsen-Anhalt	71.198	3
17	Audi BKK	5.208	
18	SBK	39.949	2
19	Mobil Krankenkasse	2.260	
20	AOK Niedersachsen	1.387	
21	BKK VBU	71.198	3
21	AOK Bremen/Bremerhave.	5.208	
23	VIACTIV Krankenkasse	39.949	2
24	Novitas BKK	2.260	
25	IKK - Die Innovationskass.	1.387	
26	BKK GILDEMEISTER SEI.	71.198	3
27	Die BERGISCHE KRANK.	5.208	
28	pronova BKK	39.949	2
29	KKH Kaufmännische Kran.	2.260	
30	mhplus Krankenkasse	1.387	

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



Welche Posts ragen mit hoher Interaktionsrate heraus?

Instagram-Performance

Top Posts nach Interaktionsrate (Top 10)

Rang	Anbieter	Datum	Inhalt	Interaktionsrate	Link
6	Die BERGISCHE KRANKENKASS.	24. Dez. 2021	„150 Jahre Die BERGISCHE Krankenkasse – 150 exklusive Gewinne ???????? Wir wünschen euch ...“	0,29	Link
7	AOK NordWest	07. Dez. 2021	„Zusammen mit vielen großen Unternehmen in Deutschland unterstützt auch die AOK die bundesweite ...“	0,29	Link
8	Die BERGISCHE KRANKENKASS.	31. Okt. 2021	„150 Jahre Die BERGISCHE Krankenkasse – 150 exklusive Gewinne ???????? Fitnesstracker angeschnallt ...“	0,29	Link
9	Die BERGISCHE KRANKENKASS.	21. Nov. 2021	„150 Jahre Die BERGISCHE Krankenkasse – 150 exklusive Gewinne ???????? Gerade in der Corona- Krise ...“	0,29	Link
10	AOK NordWest	29. Nov. 2021	„Hey, ho, let's go! ?? ?? Bei kaum einer Sportart ist die Unterstützung von den Rängen für den Erfolg einer ...“	0,29	Link



Studie Social Media-Performance Krankenkassen 2022

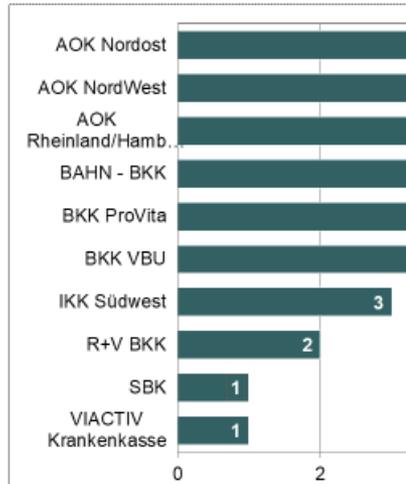


Analysebeispiele (2)

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



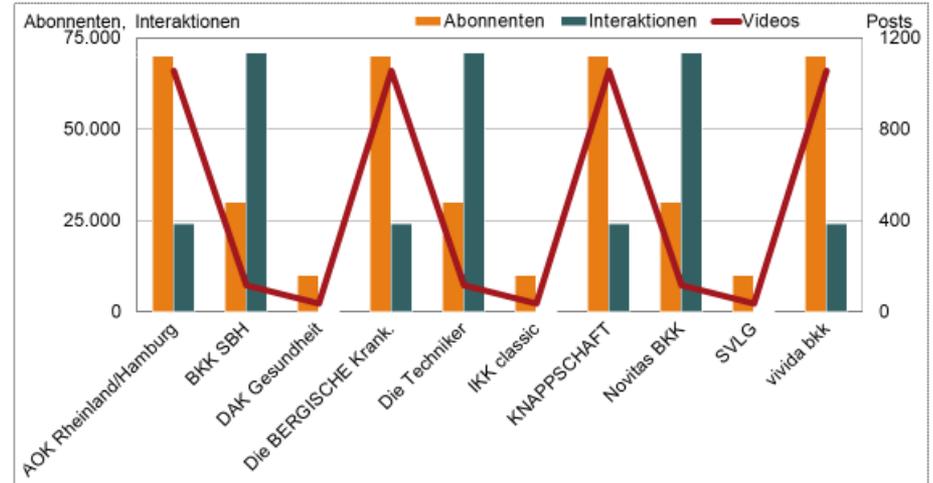
YouTube-Performance

Anzahl Abonnenten (Top 30)

Rang	Anbieter	Anzahl
1	Die Techniker	138.000
2	AOK Rheinland/Hamburg	128.200
3	DAK Gesundheit	25.000
4	IKK classic	15.500
5	AOK Baden-Württemberg	14.900
6	AOK PLUS	14.900
7	AOK Nordost	12.000
8	KNAPPSCHAFT	10.000
9	SVLG	10.000
10	BIG direkt gesund	10.000
11	Mobil Krankenkasse	1.800
12	AOK Hessen	1.800
13	AOK NordWest	1.700
14	pronova BKK	1.700
15	AOK Bayern	1.700

YouTube-Performance

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



Studie Social Media-Performance Krankenkassen 2022



Welche Marken 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 3.600 EUR zzgl. MwSt. die
Studie Social Media-Performance Krankenkassen 2022.

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 Marketinganalyse und ergänzt mit der Studienreihe ‚Social Media-Performance‘ 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 Krankenversicherungsstudien:

- Werbemarktanalyse Zahnzusatzversicherung 2021
- Studie Versicherungs-Zielgruppe Krankenzusatzversicherte 2021
- Studie eVisibility Krankenkassen 2021
- Studie Versicherungs-Zielgruppe Privatversicherte 2021

