

PRESSEMITTEILUNG

Social Media-Check: So werden Versicherungen im Netz bewertet

- **VICO Research & Consulting analysiert mehr als 20.000 deutsche Social Media-Beiträge zu 20 Versicherungen**
- **Ergo, Huk Coburg, Generali und Provinzial Rheinland werden besonders negativ wahrgenommen**
- **Sieben von 20 Versicherungen wurden ausschließlich positiv besprochen**

Leinfelden-Echterdingen, 15. Mai 2018. Die Digitalisierung stellt die Versicherungsbranche vor eine ihrer größten Herausforderungen. Doch wie werden die verschiedenen Versicherungen eigentlich im sozialen Netz wahrgenommen? Deutschlands führendes Unternehmen im Bereich Social Media-Monitoring und -Analysen, VICO Research & Consulting (www.vico-research.com), hat die Social Web-Kommunikation zu 20 Versicherungen analysiert und stellt enorme Unterschiede in der Wahrnehmung der Nutzer fest: Während sieben von 20 Versicherungen in der analysierten Stichprobe komplett positiv diskutiert wurden, waren zu vier Unternehmen jeweils nur weniger als 50 Prozent aller Beiträge positiver Natur.

In über 50 Prozent der analysierten Beiträge wurden drei Versicherungen thematisiert

Insgesamt hat VICO Research & Consulting innerhalb von rund eines Monats über 20.000 Beiträge zu 20 Versicherungen in den verschiedenen sozialen Netzwerken erfasst. Am meisten sprachen die Nutzer dabei über die AXA (2.074 Beiträge), die Allianz (4.394 Beiträge) und die Münchener Rück (4.733 Beiträge). Mehr als die Hälfte des erfassten Kommunikationsvolumens fiel auf diese drei Versicherungen.

Doch die Münchener Rück wird nicht nur am häufigsten, sondern auch am positivsten diskutiert. So ließen sich in der analysierten Stichprobe ausschließlich positive Beiträge zu der Versicherungsgesellschaft aus dem Freistaat Bayern finden. Allerdings äußerten sich die Nutzer weniger in Bezug auf die Dienstleistungen der Versicherung, sondern vielmehr in Bezug auf den guten Aktienkurs des Unternehmens.

Sieben Versicherungen wurden ausschließlich positiv diskutiert

Neben der Münchener Rück wurden auch sechs weitere Versicherungen in der analysierten Stichprobe zu 100 Prozent positiv besprochen. Dazu gehören die AXA, die ARAG, die Helvetia, Gothaer, VHV und Ottonova.

Besonders negativ besprochen wurden hingegen die Provinzial Rheinland, die HUK Coburg und die Generali. Nur jeweils weniger als ein Drittel der wertenden Beiträge in Bezug auf diese Versicherungen waren positiver Natur. Unter anderem kritisieren die Nutzer bei der Huk Coburg, dass die Versicherung trotz einer klaren Sachlage nicht zahlen würde. Bei der Generali wird im Netz vor allem die Beitragserhöhung für die Berufsunfähigkeitsversicherung und die Kappung der Betriebsrente negativ thematisiert.

Ergo: Sex-Skandal hängt der Versicherung nach

Ebenfalls vergleichsweise schlecht bewertet wurde während der Analyse von VICO Research & Consulting auch die Ergo. Noch immer wird diese mit dem 2011 öffentlich gewordenen Sex-Skandal in Verbindung gebracht. Damals hatte das Handelsblatt enthüllt, dass eine Vertriebsorganisation des Konzerns 2007 über 100 Mitarbeiter zu einer Sex-Party nach Budapest eingeladen hatte und die Kosten dafür als Betriebsausgaben geltend machte.

Marc Trömel, Geschäftsführer von VICO Research & Consulting, kommentiert die Analyse:

“Die Digitalisierung stellt die Versicherungsbranche vor ganz neue Herausforderungen. Denn Leistungen können nun einfach online gebucht und verglichen werden und Nutzer können sich in den sozialen Netzwerken öffentlich über ihre Erfahrungen mit den verschiedenen Anbietern austauschen. Daher ist es umso wichtiger für Versicherungen, die Digitalisierung zu nutzen und den offenen Dialog mit Bestands- und potentiellen Kunden zu suchen. Unsere Analyse zeigt, dass einige Versicherungen auf dem richtigen Weg sind, denn sieben von 20 analysierten Versicherungen wurden in unserer analysierten Stichprobe ausschließlich positiv besprochen. Für einige Versicherungen gilt das jedoch noch nicht. Insbesondere das Beispiel der Ergo zeigt erneut, dass das Internet nie vergisst.”

Um die Netz-Stimmen zu Versicherungen zu analysieren, hat VICO Research & Consulting zwischen dem 06. April 2018 und dem 03. Mai 2018 rund 20.600 öffentliche Beiträge aus Twitter, sozialen Netzwerken wie Facebook oder Google+, Blogs, Foren, sowie News-, Q&A-, Video- und Bild-Portalen analysiert.

Nachfolgend stehen alle relevanten Daten der Analyse bereit:

Rang	Versicherung	Kommunikationsvolumen	Beliebtheit* (0-1)
1	Münchener Rück	4.733	1,00
1	AXA	3.227	1,00
1	ARAG	2.074	1,00
1	Helvetia	471	1,00
1	Gothaer	354	1,00
1	VHV	354	1,00
1	Ottanova	193	1,00
8	Deutsche Familienversicherung	162	0,83
9	Zürich Gruppe	530	0,80
10	Nürnberger Versicherung	450	0,75
11	DEVK	386	0,73
12	Debeka	616	0,70
13	Allianz	4.394	0,67
14	Uniqa	687	0,67
15	HDI	209	0,66
16	Ergo	1.473	0,39

17	HUK Coburg	1.451	0,23
18	Generali	359	0,17
19	Hannover Rück	741	neutral

Tabelle 1: Die Beliebtheit der Versicherungen im Netz

*Anteil positiver Beiträge an allen positiven und negativen Beiträgen

Über VICO Research & Consulting

VICO Research & Consulting (www.VICO-research.com) ist das führende Unternehmen im Bereich Social Media-Monitoring für den Mittelstand und Konzerne in Deutschland. Als Spezialist für Social Big Data-Anwendungen bietet VICO Research & Consulting Unternehmen Lösungen, um Branchentrends, Stimmungen, Potentiale und Krisen frühzeitig zu erkennen und Chancen voll auszuschöpfen. Das Unternehmen ermöglicht es seinen Kunden, Live-Marktforschung zu betreiben und fundierte Entscheidungen auf hochwertigen Datengrundlagen zu treffen.

VICO Research & Consulting wurde 2005 in Leinfelden-Echterdingen bei Stuttgart gegründet und beschäftigt knapp 80 feste Mitarbeiter. Neben Monitoring-Leistungen bietet VICO Research & Consulting seinen Kunden auch individuelle Social Media-Analysen und darauf basierende Strategien für Social Media-Management und digitales Marketing an. Seine Expertise lässt VICO Research & Consulting unter anderem auch in Kooperationen mit renommierten wissenschaftlichen Institutionen wie dem Zentrum für künstliche Intelligenz und dem Fraunhofer Institut einfließen.

Pressekontakt: Nils Leidloff | nils.leidloff@tonka-pr.com | +49.30.27595973.16