



Social-Media Strategien für Krankenkassen

Wahrnehmung und Erwartungen an das Social Media Angebot gesetzlicher Krankenversicherungen

Dennis Bargende | dennis.bargende@yougov.de | +49 221 42061 437
Katja Drygala | katja.drygala@yougov.de | +49 221 42061 558

Oktober 13

YouGov[®]
What the world thinks

Hintergrund der Studie

- Das Agieren in sozialen Netzwerken ist längst Teil des täglichen Lebens geworden und mittlerweile auch für Unternehmen als Kommunikationsweg äußerst bedeutsam.
- Auch gesetzliche Krankenkassen nutzen dieses Medium für sich, besteht hier doch die Möglichkeit mit bestehenden sowie potenziellen Kunden zu kommunizieren, für sich zu werben und sich von Wettbewerbern abzugrenzen.
- Um die Wahrnehmung und Erwartungen der Versicherten an das Social Media Angebot gesetzlicher Krankenkassen validiert beurteilen zu können, hat YouGov die Mehrbezieherstudie „Social Media im GKV-Markt“ durchgeführt.
- Folgende **Kernfragestellungen** werden durch die Studie beantwortet:
 - Wird das Social Media Angebot gesetzlicher Krankenkassen von Versicherten überhaupt wahrgenommen? Welche Krankenkasse fallen in sozialen Netzwerken auf?
 - Welche Bedeutung hat das Social Media Angebot gesetzlicher Krankenkassen für Versicherte insgesamt?
 - Welche Nutzungsanlässe gibt es und welche Erwartungen bzgl. Inhalten und Funktionalitäten werden an das Social Media Angebot von gesetzlichen Krankenkassen gestellt?
- Die Studie hilft Krankenkassen dabei ihr Social Media Angebot noch besser an den Erwartungen und Bedürfnissen der „jungen Zielgruppe“ auszurichten.



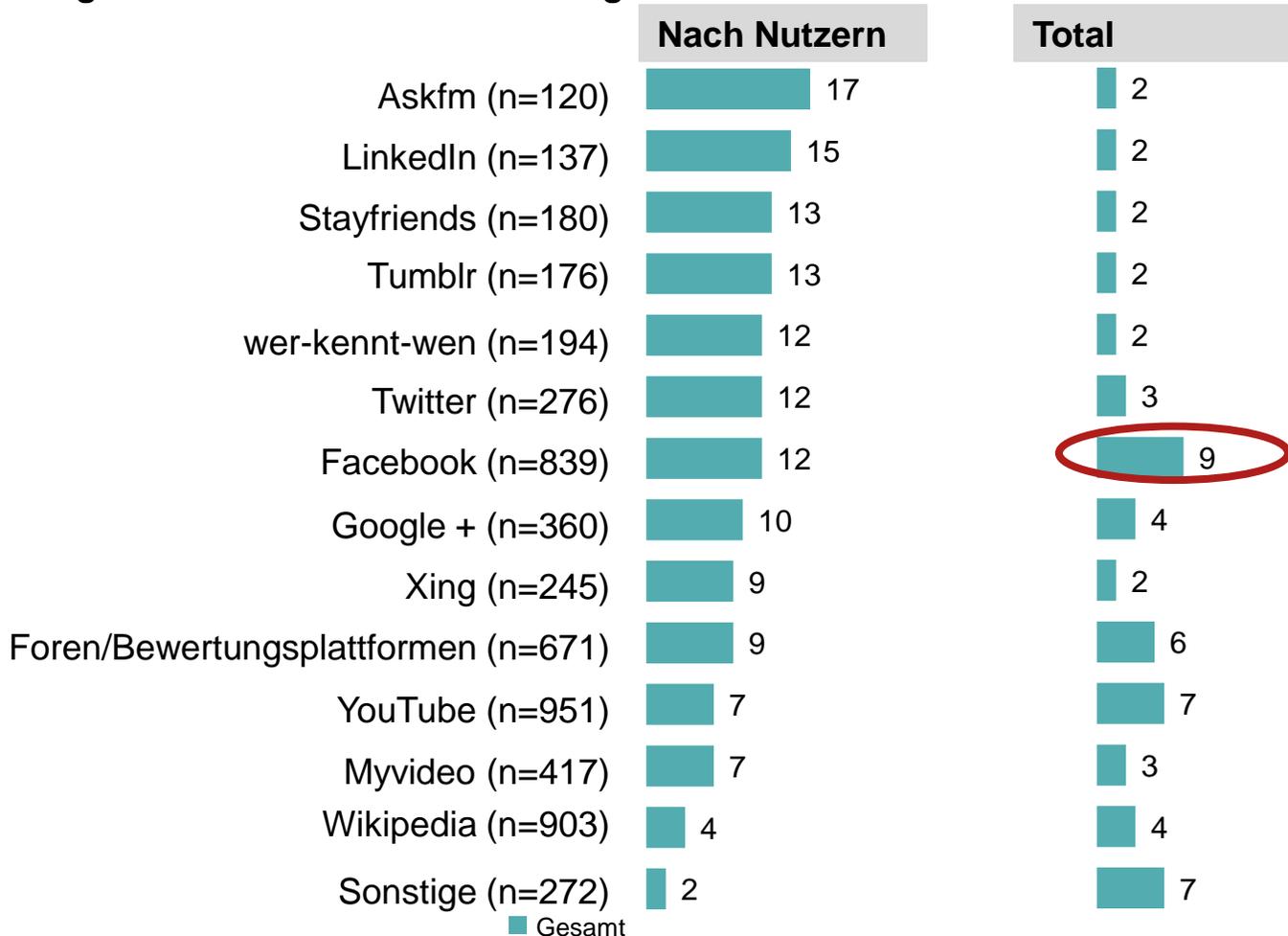
Methodik

- 
- **Quantitative Online-Befragung über das YouGov-Panel**
 - **Interviewdauer:** ca. 8 Minuten
 - **Stichprobe:** n=1033
 - n=516 im Alter von 15-25 Jahren
 - n=517 im Alter von 26-39 Jahren
 - **Erhebungszeitraum:** September 2013
 - **Endbericht:** PowerPoint-Bericht mit ca. 40-50 Charts, Fertigstellung Ende Oktober 2013

14 Prozent haben in letzter Zeit Krankenkassen in sozialen Netzwerken und Videoportalen wahrgenommen

Wahrnehmung von Krankenkassen in sozialen Netzwerken und Videoportalen

Inwieweit sind Ihnen in letzter Zeit Beiträge bei den folgenden sozialen Netzwerken und Videoportalen über gesetzliche Krankenkassen aufgefallen?



14 Prozent haben Krankenkassen in irgend einem sozialen Netzwerk/Videoportal wahrgenommen.

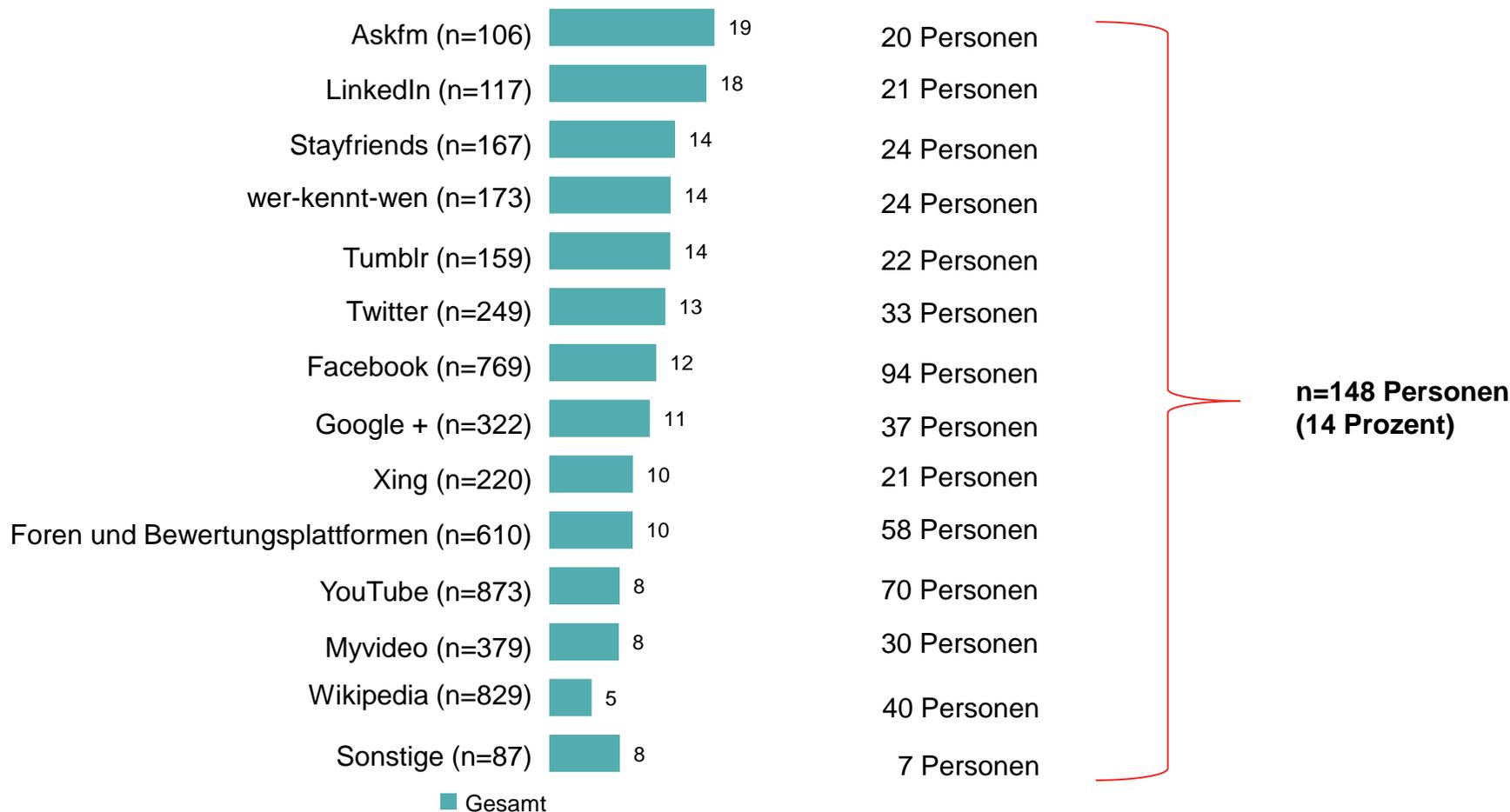
Basis: Nutzer der jeweiligen sozialen Netzwerke bzw. Videoportale; Darstellung von „aufgefallen“ Angaben in %

14 Prozent haben in letzter Zeit Krankenkassen in sozialen Netzwerken/Videoportalen wahrgenommen

Wahrnehmung von Krankenkassen in sozialen Netzwerken und Videoportalen

Ergebnisauszug

Inwieweit sind Ihnen in letzter Zeit Beiträge bei den folgenden sozialen Netzwerken und Videoportalen über gesetzliche Krankenkassen aufgefallen?



Basis: Nutzer der jeweiligen sozialen Netzwerke bzw. Videoportale; Darstellung von „aufgefallen“; ohne „weiß nicht/keine Angabe“
Angaben in %

Das Social Media Angebot einer Krankenkasse ist ein Begeisterungsfaktor

Bedeutung des Social Media Angebots von Krankenkassen

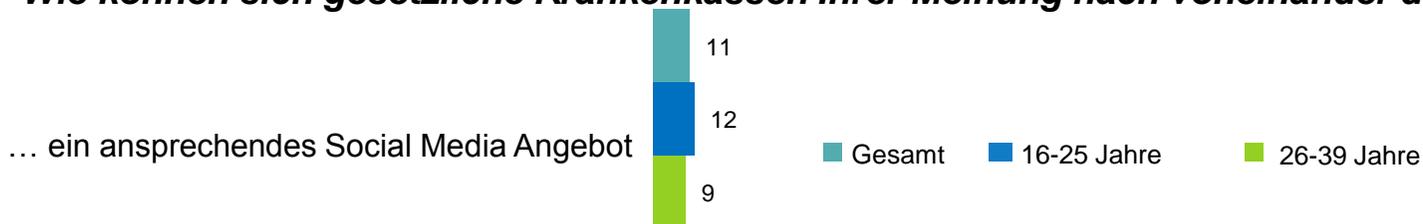
Welche Bedeutung hat für Sie das Social Media Angebot einer gesetzlichen Krankenkasse?



■ sollte in höchster Qualität erbracht werden ■ setze ich voraus ■ finde ich gut, ist aber nicht notwendig ■ brauche ich nicht

Basis: Social Media Nutzer bzw. Nutzer von Videoportalen; n=936; 16-25 Jahre n=474; 26-39 Jahre n=462; ohne „weiß nicht/keine Angabe“ Angaben in %

Wie können sich gesetzliche Krankenkassen Ihrer Meinung nach voneinander differenzieren?



Basis: Gesamtstichprobe; n=1033; 16-25 Jahre n=516; 26-39 Jahre n=517
Angaben in %; gestützte Abfrage, Mehrfachnennungen möglich



Die Themen der Studie im Überblick



Wahrnehmung gesetzlicher Krankenkassen in sozialen Medien

- Nutzungsintensität verschiedener sozialer Medien und Videoportale
- Allgemeine Wahrnehmung von gesetzlichen Krankenkassen in sozialen Medien
- Wahrnehmung spezifischer gesetzlicher Krankenkassen in den jeweiligen sozialen Medien
- Bewertung des Social Media Angebots der eigenen Krankenkasse
- Bedeutung des Social Media Angebots gesetzlicher Krankenkassen

Erwartungen an das Social Media Angebot gesetzlicher Krankenkassen

- Zukünftige Nutzungswahrscheinlichkeit
- Gründe und Anlässe für die Nutzung
- Erwartungen an Inhalte, Funktionalitäten und Angebote in sozialen Netzwerken
- Einschätzung des Potenzials gesetzlicher Krankenkassen ein ansprechendes Social Media Angebot zu gestalten

Bestellung per FAX 0221 – 420 61 – 100

An Katja Drygala

Hiermit bestelle ich verbindlich (bitte ankreuzen)

Social Media im GKV-Markt (pdf-Report)

990 € (inklusive MwSt.)

Name, Vorname: _____

Telefon: _____

Unternehmen: _____

E-Mail: _____

Funktion, Abteilung: _____

Datum: _____

Straße: _____

Unterschrift: _____

PLZ, Ort: _____

Mit unserer Bestellung akzeptieren wir die AGB ([Download als pdf](#)) und die Regelungen zu Mehrbezieherstudien (vgl. nächste Seite).

Nutzungsrechte von YouGov-Mehrbezieherstudien

- Diese Studie sowie alle einzelnen Studienergebnisse sind Eigentum der YouGov AG.
- Studienbezieher ist nur eine unternehmensinterne Verwendung der Studienergebnisse gestattet. Die Weitergabe an Dritte ist nicht gestattet.
 - Einzelne Ergebnisse dürfen ohne Rücksprache mit YouGov den Außendienstmitarbeitern (Ausschließlichkeitsvertrieb) des eigenen Unternehmens zur Verfügung gestellt werden. Dies gilt auch z. B. für Vertriebsmitarbeiter in kooperierenden Sparkassen. Dabei wird nicht die komplette Studie weitergeleitet, sondern Auszüge oder Einzelergebnisse.
- Veröffentlichungen in der Presse sind auszugsweise möglich, bedürfen aber auf jeden Fall der textlichen Zustimmung durch die YouGov AG.
 - Die Veröffentlichung eigener gesellschaftsbezogener Ergebnisse ist u. U. möglich (Fallzahlen beachten!), Wettbewerberergebnisse sind von einer Veröffentlichung ausgeschlossen.
 - Veröffentlichungen erfolgen grundsätzlich unter der Angabe der Quelle (Studiename, YouGov als Hrsg., ggf. öffentlich genannte Unterstützer und Jahr).
- Bei der Veröffentlichung einzelner Ergebnisse, z. B. eigener gesellschaftsbezogener Ergebnisse unterstützen wir Sie gerne.
- Bitte wenden Sie sich hierzu an die Studienleiterin.