

3m5.

WEBENGINEERS

Einleitung

Die Versicherungswirtschaft hat die Notwendigkeit erkannt, mit den Entwicklungen im Kommunikationsverhalten ihrer Kunden Schritt zu halten. Durch die mittlerweile überall und jederzeit verfügbare Nutzungsmöglichkeit des Internet ist hierfür insbesondere der Bereich der „Social Media“ zu beachten. In der oft gerade für persönliche Notlagen ihrer Kunden zuständigen Versicherungsbranche sind insbesondere Glaubwürdigkeit und Vertrauen zwei äußerst wichtige Eigenschaften, welche der Kunde von seiner Versicherung oder seinem Makler erwartet. Somit liegt es auf der Hand, dass sich auch die Versicherungsbranche einer Präsenz in den Social Media nicht verschließen kann. Dabei ist insbesondere ein Medium des Social Web von besonderer Relevanz: der Blog. Hier werden komplexe Themen dargestellt, Hintergründe beleuchtet und aktuelle Entwicklungen bewertet. Die Themen, die hier veröffentlicht werden, werden in anderen Social-Media-Kanälen wieder aufgenommen und durch sie verstärkt.

Auftraggeber 3m5.

Das IT-Unternehmen 3m5., das die Studie beim Institut für Kommunikationswissenschaft an der TU Dresden in Auftrag gegeben hat, arbeitet seit vielen Jahren im Bereich der digitalen Vertriebsunterstützung von Versicherungen. Zu seinen Kunden gehören zahlreiche große Unternehmen, darunter Wüstenrot & Württembergische, HUK-COBURG, AXA Deutschland und Barmenia. 3m5. hat gemeinsam mit seinen Versicherungskunden mehrere Softwaretools entwickelt, die den lokalen Vertrieb von Versicherungsprodukten unterstützen. Darunter „professocial“ zum automatisierten Facebook-Kommunikationsmanagement, das heute Marktführer in dem Bereich ist. Die Tools, die allesamt den digitalen Vertrieb von Versicherungen vereinfachen, stellt 3m5. innerhalb der Software-Suite „professale“ zur Verfügung. Genutzt werden sie von Maklern und Außendienstmitarbeitern von Versicherungen weltweit und unterstützen sie bei der täglichen Vertriebsarbeit vor Ort. Damit bewältigen diese den digitalen Wandel in der Branche und stellen sich auf die veränderten Kommunikationsbedürfnissen ihrer Kunden ein. Die Studie wurde unabhängig von den bestehenden Beziehungen zwischen 3m5. und seinen Kunden durchgeführt. Das Unternehmen hat keinerlei Einfluss auf Ergebnisse der Studie genommen.

3m5.

Inhaltsanalytische Untersuchung und Expertenbefragung

Die besten Versicherungsblogs Deutschlands 2017

Ziele der Analyse 2017

- Aktualisierung der Recherche nach Versicherungsblogs
- Integration von Blogs, die sich an ein Fachpublikum richten
- Integration von Metriken zur Erfassung von Sichtbarkeit und Vernetzung des Blogs

Grundgesamtheit,
Untersuchungszeitraum und
Ausschlusskriterien:
Methodisches

Analysierte Blogkategorien

Corporate Blogs

- Blogs von Versicherungsunternehmen
- Zielgruppe: Endkunden

Non-Corporate Blogs*

- Blogs, die von Privatpersonen, Versicherungsmaklern oder Beratungsfirmen betrieben werden und nicht ausschließlich einer Versicherung zuzuordnen sind
- Zielgruppe: Endkunden

Fachblogs

- Blogs, die von Privatpersonen, Versicherungsmaklern oder Beratungsfirmen betrieben werden
- Themen dürfen sich nicht ausschließlich auf Digitalisierung in der Versicherungsbranche beziehen etc. beziehen
- Zielgruppe: Fachpublikum

Grundgesamtheit: Was zählt als Versicherungsblog?

Kriterium	Umsetzung
Versicherungen als zentrales Thema	Mehr als 50% der Beiträge auf der Startseite während des Untersuchungszeitraum müssen sich mit „Versicherungen“ auseinandersetzen
Aktualität	Blog muss in den 3 Monaten seit Untersuchungszeitraumbeginn mindestens 1 Beitrag veröffentlicht haben
Chronologie	Beiträge müssen mit Datum versehen und chronologisch geordnet sein
Partizipationsmöglichkeit	Blog muss eine Kommentarfunktion haben

Grundgesamtheit: Was zählt als Versicherungsblog?

Kriterium	Umsetzung
Hauptsitz in Deutschland	Im Impressum muss eine deutsche Adresse angegeben sein
Corporate Blogs: Nur Blogs des Gesamtunternehmens	Blogs einzelner (regionaler) Agenturen werden nicht berücksichtigt
Fachblogs: Blog-Only	Blogs, die als Zusatzplattformen für Printprodukte dienen, werden nicht berücksichtigt
Fachblogs: Disperses Publikum	Blogs, die sich ausschließlich an Versicherungsvertreter einer Firma richten, werden ausgeschlossen

Untersuchungszeitraum

- Für die Analyse der Anzahl an Beiträgen gesamt
Start bis einschließl. 07/17
- Für die Analyse der Interaktion, sowie für die Aktivität in Bezug auf das Thema Versicherung
07/2017
- Für die Sistrix-Metriken zur Sichtbarkeit und Vernetzung
KW 33
- Für die Messung der Aktualität des Blogs
KW 32 und 33
- Befragung der Expertenjury
KW 36 bis 38

Recherchekriterien für die Blogs

Corporate Blogs: 3-stufiges Verfahren

- Verweis auf der Website der Versicherung (Reiter, Tab)
- Interne Suchfunktion der Website (Suchwort: „Blog“)
- Kombinierte Google-Suche: Name der Versicherung + Blog

Non-Corporate Endkunden- und Fachblogs

- Ausgangspunkt: Liste von 2016
- Kombinierte Google-Suche (Suchwortketten mit Blog – Versicherung – Makler – Versicherungsmakler)
- Blogroll der identifizierten Blogs
- Erhebung externer Domains, die auf den jeweiligen Blog verweisen durch Sistrix

Ausgeschlossene Corporate Blogs bzw. blogähnliche Seiten

→ **GRUND:** Veraltete Beiträge, keine Angabe von Veröffentlichungsdaten

- **Allianz Versicherungsaktiengesellschaft**
<https://forum.allianz.de/ratgeber>
- **Hannoversche Direktversicherung AG**
<https://www.hannoversche.de/aktuelles/>
- **Helvetia Versicherungsaktiengesellschaft**
<https://www.helvetia.com/de/blog/>
- **Itzehoer Versicherung**
<http://blog.itzehoer.de/>
- **myLife Lebensversicherung AG**
<http://www.mylifedirekt.de/blog>

Ausgeschlossene Corporate Blogs bzw. blogähnliche Seiten

→ **GRUND:** Fehlende Kommentarfunktion

- **AVOCARD Rechtsschutzversicherung AG**
<https://www.advocard.de/streitlotse/>
- **AGILA Haustierversicherung Aktiengesellschaft**
<https://www.agila.de/agila-magazin>
- **Basler Versicherung AG**
<https://www.basler-blog.de/>
- **DFV Deutsche Familienversicherung AG**
<https://www.deutsche-familienversicherung.de/ueber-uns/inhaber-blog/?L=o>
- **Swiss Life AG**
<https://www.swisslife.de/blog.html>
- **Verti Versicherung AG**
<https://www.verti.de/blog/>

Ausgeschlossene Corporate Blogs bzw. blogähnliche Seiten

→ **GRUND:** Fehlender Hauptbezug zu Versicherungen bzw. B2B

- **R+V Direktversicherung**
hauptsächlich Bezug zu Autothemen
<https://magazin.rv24.de/>
- **Lebensversicherung von 1871 a. G. München**
B2B-Portal für Makler der LV1871
<https://partner.lv1871.de/>

Grundgesamtheit der untersuchten Corporate Blogs

- 326 Kranken-, Lebens-, Schaden- und Unfallversicherer, die von der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungen (BaFin) erhoben sind (Stand Juli 2017)
- 16 Versicherer haben einen Blog → entspricht 4,9 Prozent
- NEU in 2017:
 - Roland Rechtsschutzversicherung
 - Häger Versicherungsverein auf Gegenseitigkeit
- RAUS in 2017
 - R+V Direktversicherung (veraltet)
 - LVM Versicherung (B2B)
 - Hannoversche Direktversicherung (veraltet)

Grundgesamtheit der untersuchten non-corporate Blogs

Endkundenblogs

- Insgesamt ergab die Recherche 36 Blogs, von denen 16 ausgeschlossen wurden, weil sie ...
 - veraltet waren
 - keine Kommentarfunktion aufwiesen
 - sich als Hauptthema nicht mit Versicherungen beschäftigten

Grundgesamtheit der untersuchten non-corporate Blogs

- RAUS in 2017
 - <https://blog.valsecur.de/>
 - <http://blog.inovexx.de/>
 - <https://wolff-finanz.de/blog/>
 - <https://www.knip.de/blog/>
- NEU in 2017:
 - <https://www.dgprivatpatienten.de/blog/category/juengste-beitraege/>
 - blog.vergleichen-und-sparen.de
 - <https://www.versicherungen-blog.net/>
 - <https://kvoptimal.de/blog>
 - <https://www.der-versicherungsberater.com/blog/>
 - <http://versicherungsblogger.com/>
 - <https://www.helpcheck.de/blog>
 - <https://www.hoesch-partner.de/blog/>
 - <https://www.policendirekt.de/magazin/>

Grundgesamtheit der untersuchten Fachblogs

- Insgesamt ergab die Recherche 14 Fachblogs, von denen 6 in das Rating eingegangen sind
- Ausgeschlossen wurden Blogs, die ...
 - **Neben ihrer Online-(Blog)Präsenz auch Printpublikationen haben**
 - procontra-online.de
 - dasmaklermagazin.de
 - **Ausschließlich Artikel mit Eigenwerbung posten**
 - versicherungsvermittlercheck.de/blog/
 - **Sich ausschließlich mit dem Thema Digitalisierung/IT bei Versicherungen befassen**
 - as-im-aermel.de/blog
 - blog.concenter.de
 - rgblog.de
 - **Veraltet sind**
 - versicherungzweinull.wordpress.com
 - assekuranz-zeitung.de

Wie werden aus den recherchierten Blogs die besten Deutschlands ermittelt?

Runde 1:

Wissenschaftliche (Inhalts-)Analyse der Blogs nach festgelegten Kriterien

- Quantität, Aktivität und Aktualität
- Interaktion mit Nutzern und Kontaktmöglichkeiten
- Transparenz der dargebotenen Informationen
- Sichtbarkeit und Vernetzung

Runde 2:

Bewertung der Blogs durch Fachjury aus

- Verbrauchern (Verständlichkeit, Beratungsqualität, Nutzerfreundlichkeit)
- Versicherungsexperten (Fachliche Qualität)
- Blogexperten (Anwenderfreundlichkeit, Navigation und Design)

Zusammensetzung der Expertenjury

Verbraucher*innen

- Schwimmtrainer, 62, aus Halle/Saale
- Fotografin, 41, aus Dresden

Blogexpertin

- Wissenschaftliche Mitarbeiterin, Institut für Kommunikationswissenschaft, TU Dresden

Versicherungsexperten

- Selbständiger Versicherungsmakler, 38, Dresden
- Chefredakteur einer Versicherungsfachpublikation
- 2x Redakteure von Versicherungsfachpublikationen
- Geschäftsführer einer Fachplattform im Internet
- Veranstalter von Fachmessen, Mitglied der Geschäftsleitung einer Beratungsgesellschaft

Die besten
Versicherungsblogs 2017:
Ergebnisse

Wertungsrunde 1

Inhaltsanalyse der Corporate Blogs // Zielgruppe: Endkunden

3m5.

Platz 2017*	Name des Blogs	Punktzahl	Platz 2016	Vergleich ohne neue Blogs	Vergleich mit neuen Blogs
1	R+V Allgemeine Versicherung	27,45	3	+2	+2
2	ERGO Versicherung	21,29	2	-	-
3	HUK Coburg	17,00	10	+7	+7
4	Europäische Reiseversicherung	15,67	6	+2	+2
5	Provinzial Rheinland	13,36	7	+2	+2
6	ERGO Direktversicherung	12,98	5	-1	-1
7	Gothaer Allgemeine Versicherung	11,88	11	+4	+4
8	Signal IDUNA	11,70	9	+1	+1
9	NV Versicherung	11,38	4	-5	-5
10	Helvetia Versicherung	10,94	13	+3	+3

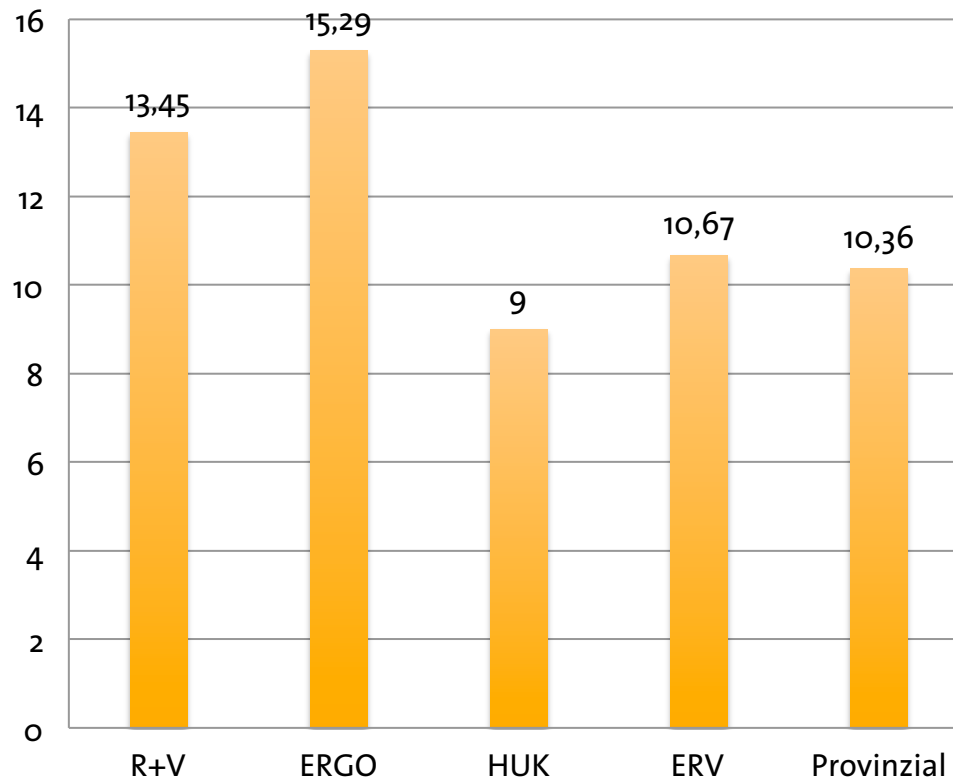
* In Klammern wird die Platzierung angegeben, die der Blog erreicht, wenn die neu recherchierten Blogs nicht in die Wertung aufgenommen würden

Platz 2017*	Name des Blogs	Punktzahl	Platz 2016	Vergleich ohne neue Blogs	Vergleich mit neuen Blogs
11	Roland Rechtsschutzversicherung	9,33	NEU	-	-
12	AachenMünchener	8,84	8	-4	-3
13	Zurich Deutsche Herold Lebensversicherung	8,00	18	+5	+6
14	Sparkassen Allgemeine Versicherung Sachsen	7,23	16	+2	+3
15	Häger Versicherungsverein auf Gegenseitigkeit	6,40	NEU	-	-
16	Uelzener Allgemeine Versicherung	4,56	17	+1	+3

* In Klammern wird die Platzierung angegeben, die der Blog erreicht, wenn die neu recherchierten Blogs nicht in die Wertung aufgenommen würden

Die Top 5 im Vergleich:
Corporate Endkundenblogs

Quantität, Aktualität und Aktivität in Bezug auf das Thema Versicherungen

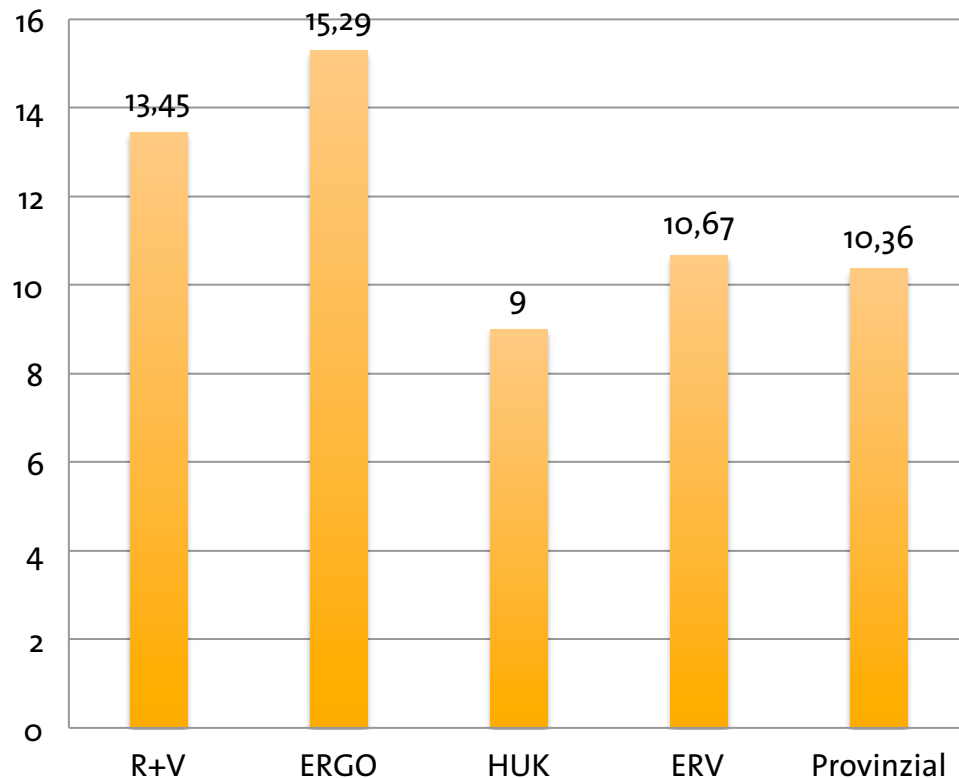


Quantität: Verhältnis der Anzahl der Beiträge zu Anzahl der Monate seit Erscheinen (bis 07/2017)

Aktualität: Anzahl der Beiträge vom 7.8. bis 20.8.17 (0-3 Punkte)

Aktivität: Verhältnis der Anzahl von Beiträgen gesamt zu Anzahl von Beiträgen zum Thema Versicherung (Gewichtungsfaktor 10; Zeitraum 01/2017-07/2017)

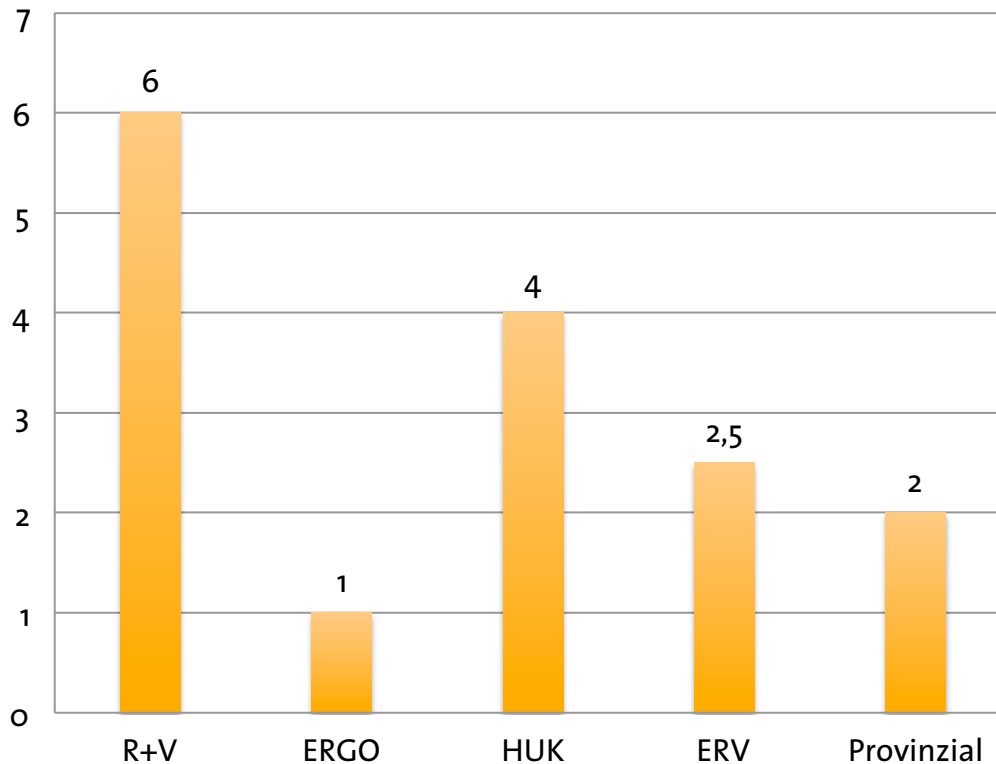
Quantität, Aktualität und Aktivität in Bezug auf das Thema Versicherungen



Die **ERGO**-Versicherung ist hinsichtlich der Quantität von Beiträgen am aktivsten, die **HUK Coburg** veröffentlicht hingegen am seltensten Beiträge

ABER: Das Verhältnis von Beiträgen, die sich tatsächlich mit dem Thema Versicherungen beschäftigen ist bei der **ERGO** am zweitschwächsten (0,34). Nur die **Europäische Reiseversicherung** veröffentlicht im Verhältnis noch weniger versicherungsbezogene Artikel (0,27)

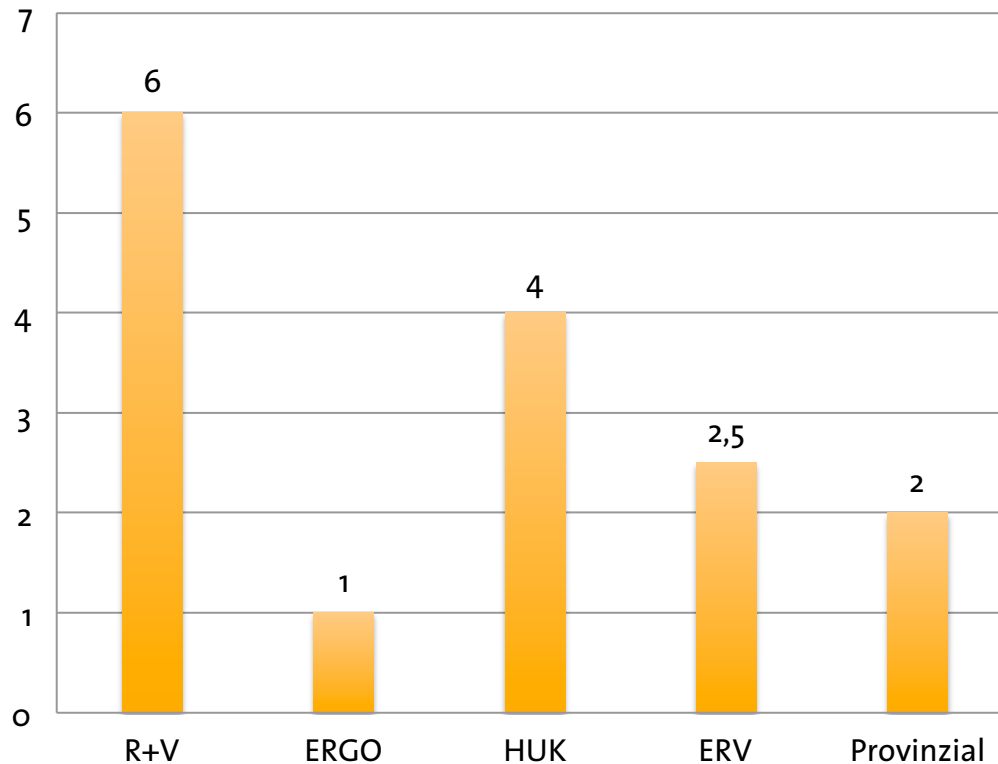
Interaktion mit den Nutzern und Kontaktmöglichkeiten



Interaktion: Anzahl der Nutzerkommentare zu Versicherungsbeiträgen (je 1 Pkt.) und Anzahl der Antworten durch Redaktion (je 0,5 Pkt.)

Kontakt: Möglichkeit einzelne Redakteure (2 Punkte) oder die Redaktion gesamt (1 Punkt) zu kontaktieren

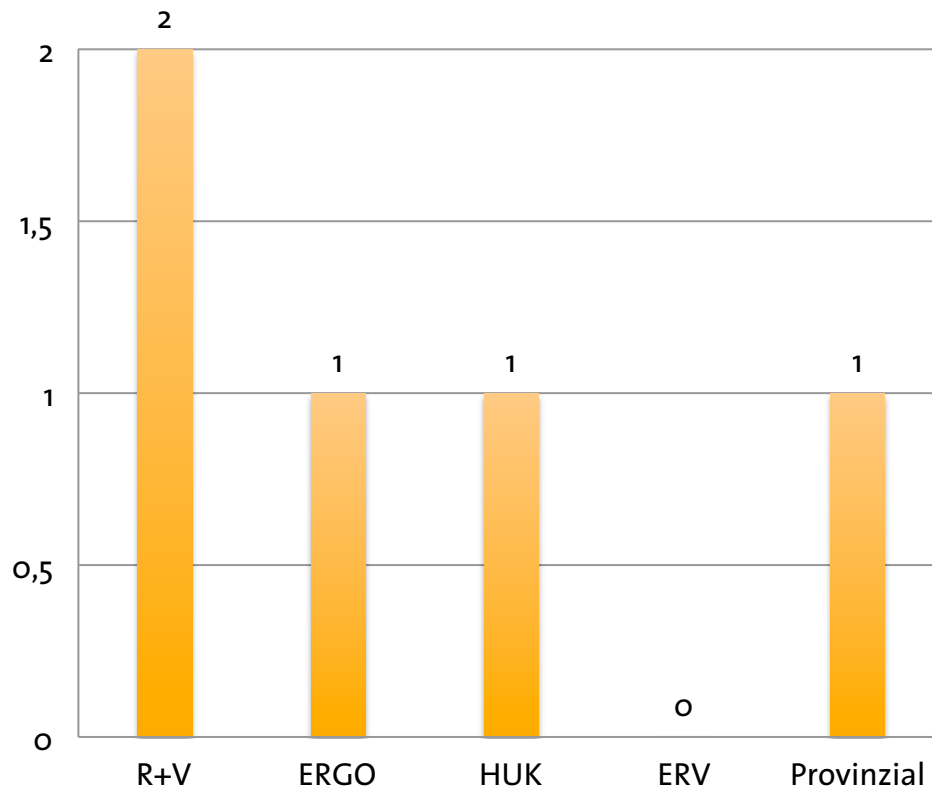
Interaktion mit den Nutzern und Kontaktmöglichkeiten



Die größte Stärke des Blogs der **R+V-Versicherung** ist die Interaktion mit den **Nutzern, die bei der ERGO-Versicherung** und bei der **Provinzial** am schwächsten ausfällt.

Während bei der R+V im Juli 2017 mindestens 4 Kommentare und Antworten bei versicherungsbezogenen Beiträgen erschienen sind, sind es bei ERGO und Provinzial gar keine.

Transparenz



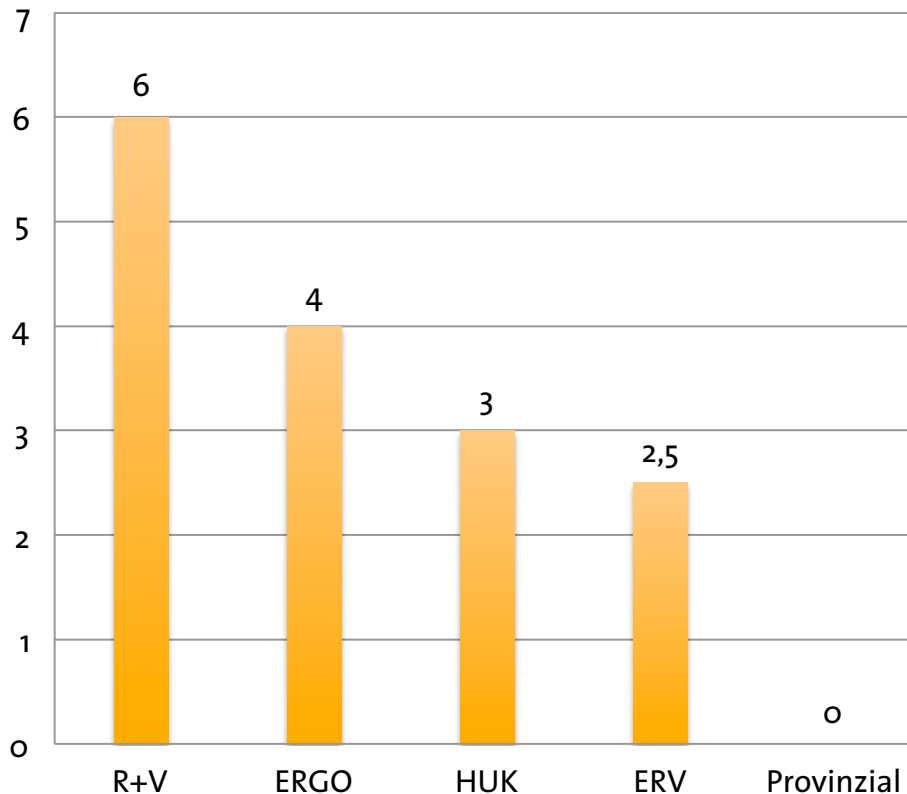
Transparenz: Angaben zu den Autoren des jeweiligen Beitrags (0 bis 2 Punkte)

Die **Europäische Reiseversicherung** gibt am wenigsten über die Autoren ihres Blogs preis und schneidet entsprechend am schwächsten in der Kategorie Transparenz ab

Ergo, HUK und Provinzial nennen zumindest die Namen ihrer Redakteure und weisen diese den Artikeln zu

Sichtbarkeit und Vernetzung*

*Basis sind Auswertungen des Tools Sistrix, das googlebasierte Werte analysiert



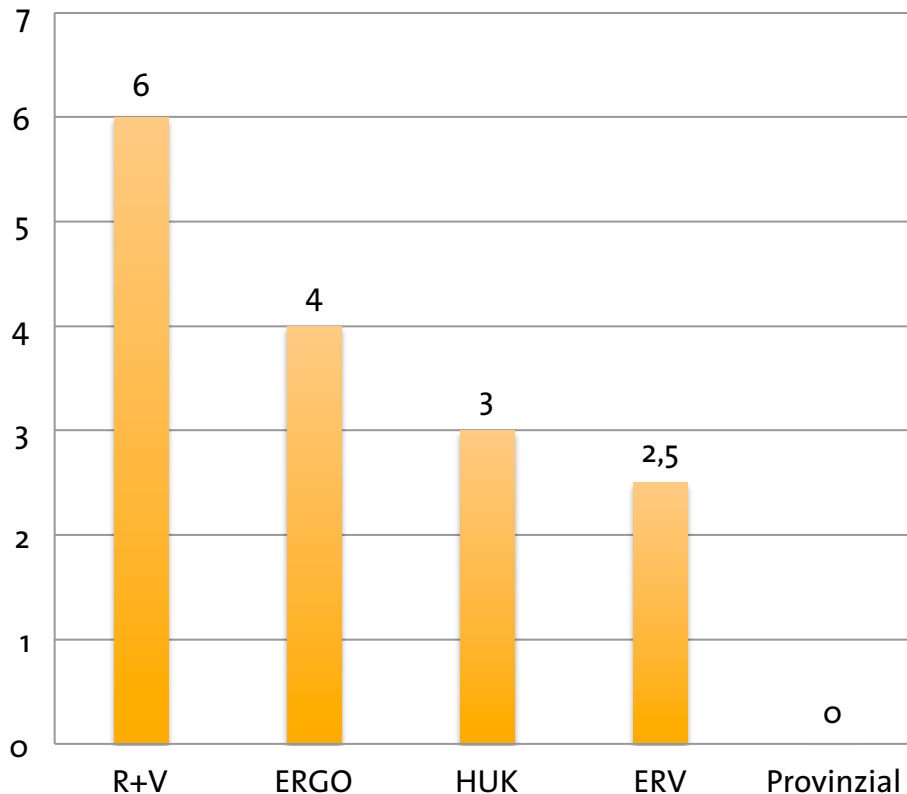
Sichtbarkeitsindex: Verhältnis zum durchschnittlichen Index der anderen Corporate Blogs (KW 33, 0-2 Punkte)

Thematische Breite: Verhältnis zur durchschnittlichen Anzahl Keywords für die der Blog in den Top 100 bei Google gerankt wird (KW 33, 0-2 Punkte)

Vernetzung: Anzahl externer Links und Anzahl externer verlinkender Domains (KW 33, 0-2 Punkte)

Sichtbarkeit und Vernetzung*

*Basis sind Auswertungen des Tools Sistrix, das googlebasierte Werte analysiert



Neben der Interaktion kann sich die **R+V** im Vergleich zu den anderen Blogs insbesondere durch ihre Sichtbarkeit im Netz, die vor allem durch thematische Breite und Vernetzung mit anderen Websites sichergestellt wird, hervortun. Die **Provinzial-Versicherung** schneidet mit ihrem Blog hingegen in allen Kategorien unterdurchschnittlich ab, was ihre geringe Sichtbarkeit bedingt.

Zum Vergleich: 61 externe Domains verlinken auf den **R+V-Blog**, bei der **Provinzial** sind es nur 14.*

* Ergo: 58, HUK: 2, ERV: 25

Wertungsrunde 2

Befragung einer Expertenjury zur Qualität der Corporate Blogs

3m5.

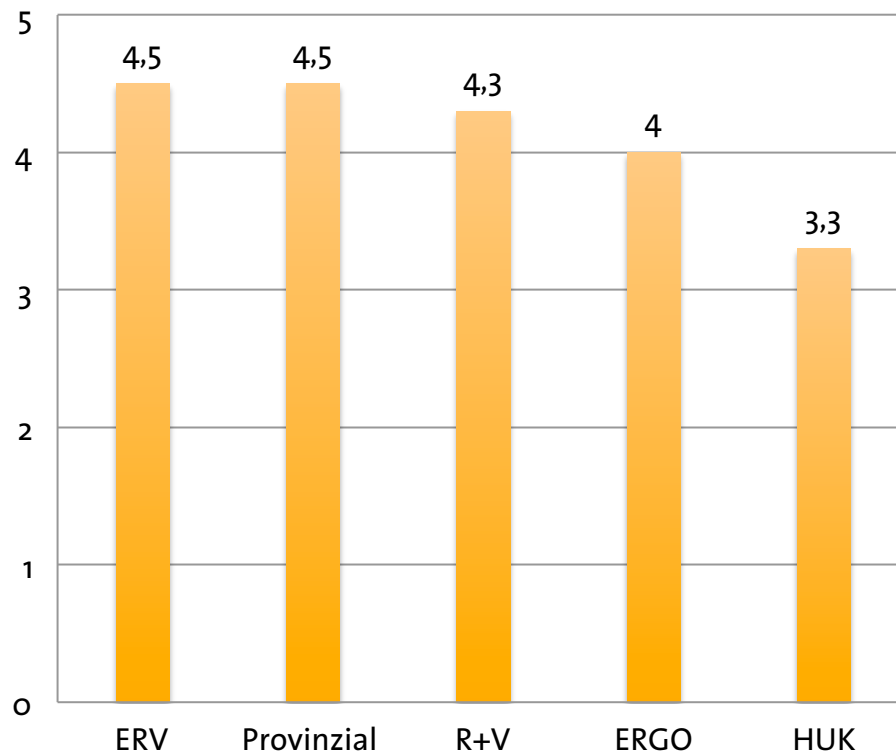
Platz 2017	Name des Blogs	Punktzahl	Platz 2016	Platz Inhaltsanalyse
1	Europäische Reiseversicherung	47,90	-	4
2	Provinzial Rheinland	41,95	-	5
3	R+V Allgemeine Versicherung	38,75	4 (+1)	1
4	Ergo Versicherung	35,40	2 (-2)	2
5	HUK Coburg	33,35	-	3

Dass sich die Qualität eines Blogs nicht allein an quantitativ-inhaltsanalytisch messbaren Kriterien ermitteln lässt, zeigt sich an dieser Tabelle:

Während ERV und Provinzial bei der Inhaltsanalyse auf den hinteren Plätzen gelandet sind, schneiden sie bei der Jury-Wertung, die sich aus den Meinungen von Verbrauchern, Versicherungs- und Blogexperten zusammensetzt, deutlich besser ab. Die ERV liegt dabei mit einigem Abstand auf Platz 1. Im Vergleich zu 2016 verbessert sich die R+V in der Jury-Wertung leicht, die Ergo verschlechtert sich um 2 Rangplätze.

Wertungen der Verbraucher

Durchschnittliche Punktzahl (0 = Note 6 bis 5 = Note 1)



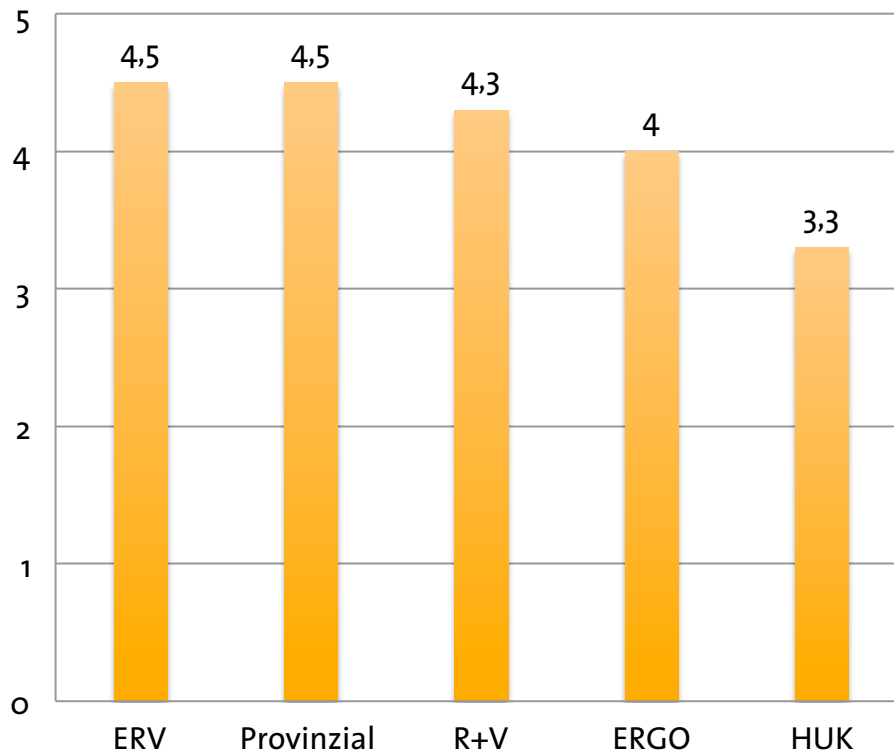
Nutzerfreundlichkeit: Bewertung (Notenskala) anhand einer gestellten Aufgabe bei der ein Artikel gefunden werden sollte (0-5 Punkte)

Relevanz: Bewertung der Relevanz eines gegebenen Artikels für interessierte Verbraucher anhand einer Notenskala (0-5 Punkte)

Verständlichkeit: Bewertung der Verständlichkeit des Artikels anhand einer Notenskala (0-5 Punkte)

Wertungen der Verbraucher

Durchschnittliche Punktzahl (0 = Note 6 bis 5 = Note 1)

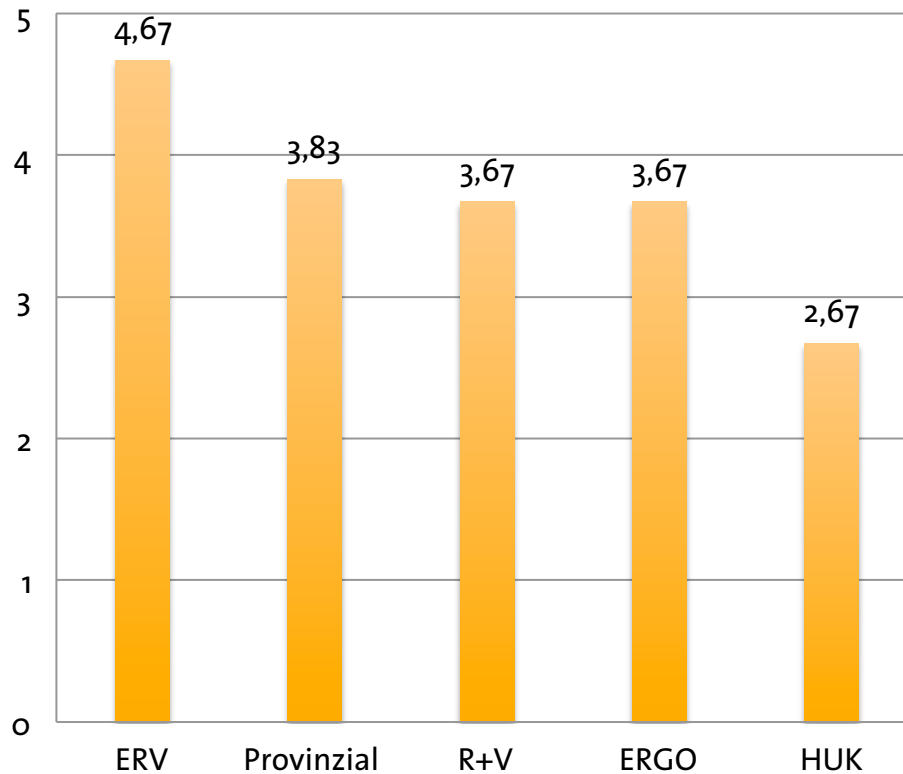


Meinung der Verbraucher (offene Nennungen)

Während die Verbraucher die Einfachheit der Suchfunktion bei **R+V** und **ERGO** besonders schätzen, haben die beiden Anbieter dennoch deutliche Schwächen: während bei der **R+V** vor allem das „altbackene“, „unmoderne“ Design bemängelt wird, wird der **ERGO** eine zu starke „Werbelastigkeit“ bei ihren Beiträgen vorgeworfen. Der Blog der **HUK Coburg** leidet aus Sicht der Verbraucher vor allem durch seine starke Fokussierung auf Automobile, außerdem weist der Blog keine direkte Suchfunktion auf. Bei der **Provinzial** gefällt zwar das Design, aber auch hier wird ein zu starker Fokus auf die Provinzial selbst bemängelt. Die **ERV** überzeugt durch hochwertige Fotos und interessante Themen

Wertungen des Blogexperten

Durchschnittliche Punktzahl (0 = Note 6 bis 5 = Note 1)



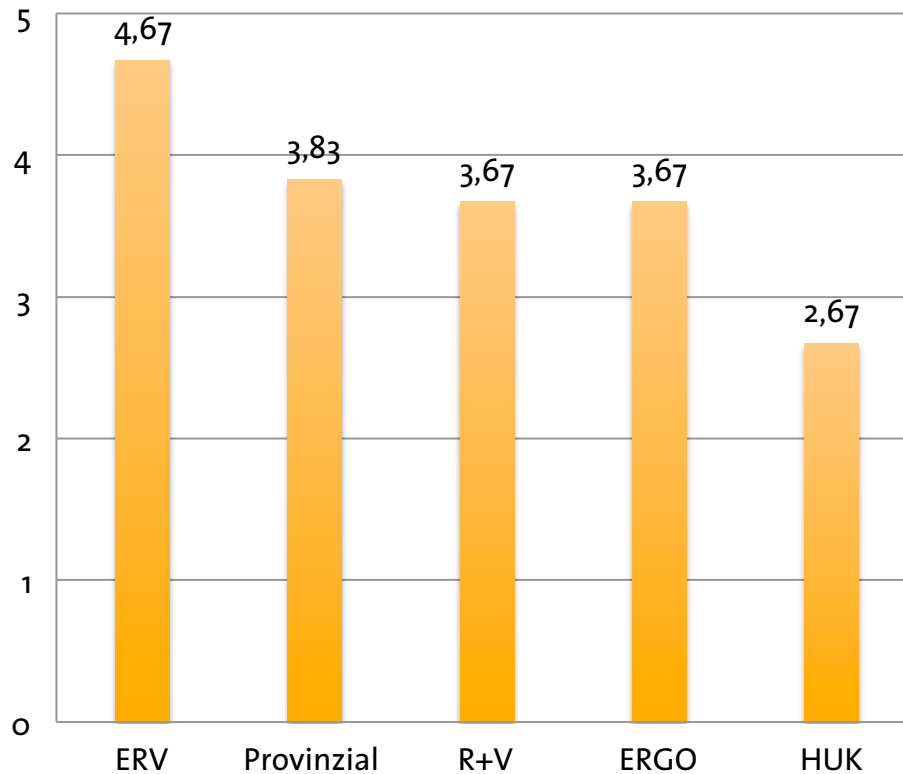
Angemessenheit der Sprache:
Bewertung (Notenskala) zweier zufällig ausgewählter Artikel (je 0-5 Punkte)

Navigationsmöglichkeiten:
Bewertung der Qualität anhand einer Notenskala (0-5 Punkte)

Design:
Bewertung der Qualität anhand einer Notenskala (0-5 Punkte)

Wertungen des Blogexperten

Durchschnittliche Punktzahl (0 = Note 6 bis 5 = Note 1)



Meinung des Blogexperten (offene Nennungen)

Bei der Wertung des Blogexperten gewinnt die **ERV** insbesondere aufgrund ihres hochwertigen Designs, der Farbwahl sowie der Fotoauswahl. Alles ist stimmig zum Themenschwerpunkt Reisen. Die

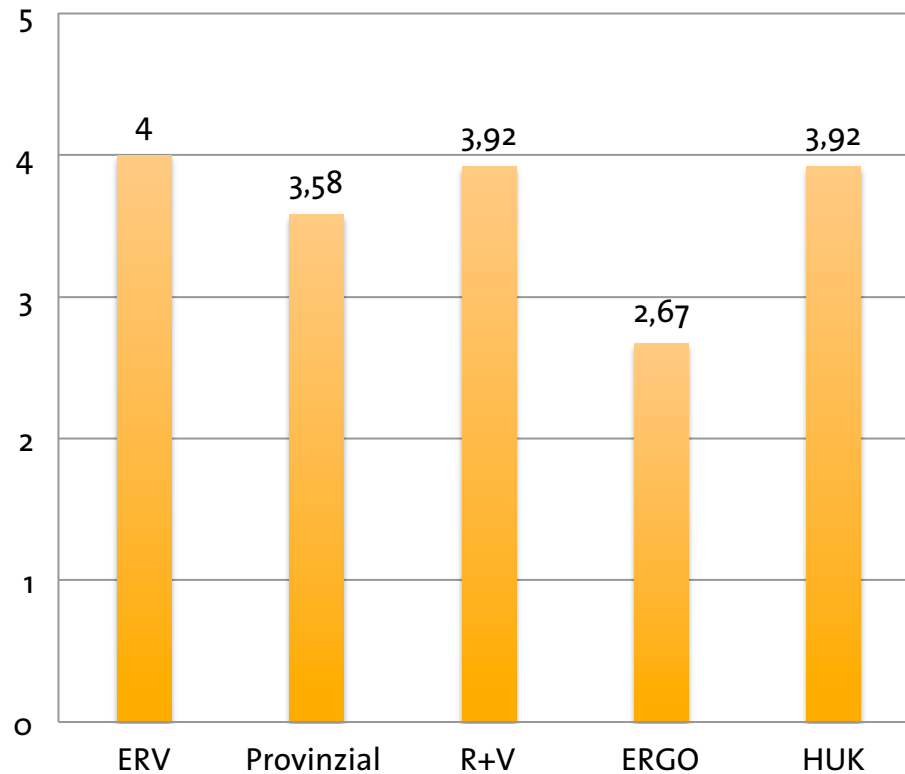
HUK liegt am anderen Ende der Bewertungsskala, weil ihr Design und die Navigation eher unübersichtlich ist und die Farbwahl eher trist wirkt.

Allerdings sind die Fotos gut gewählt.

Bei **R+V** und auch der **Provinzial** wird insbesondere die Farbwahl bemängelt, die bei der **ERGO** hingegen besonders positiv hervorgehoben wird. Bei letzterer ist der Schriftmix nicht besonders leserfreundlich.

Wertungen der Versicherungsexperten

Durchschnittliche Punktzahl (0 = Note 6 bis 5 = Note 1)



Fachqualität

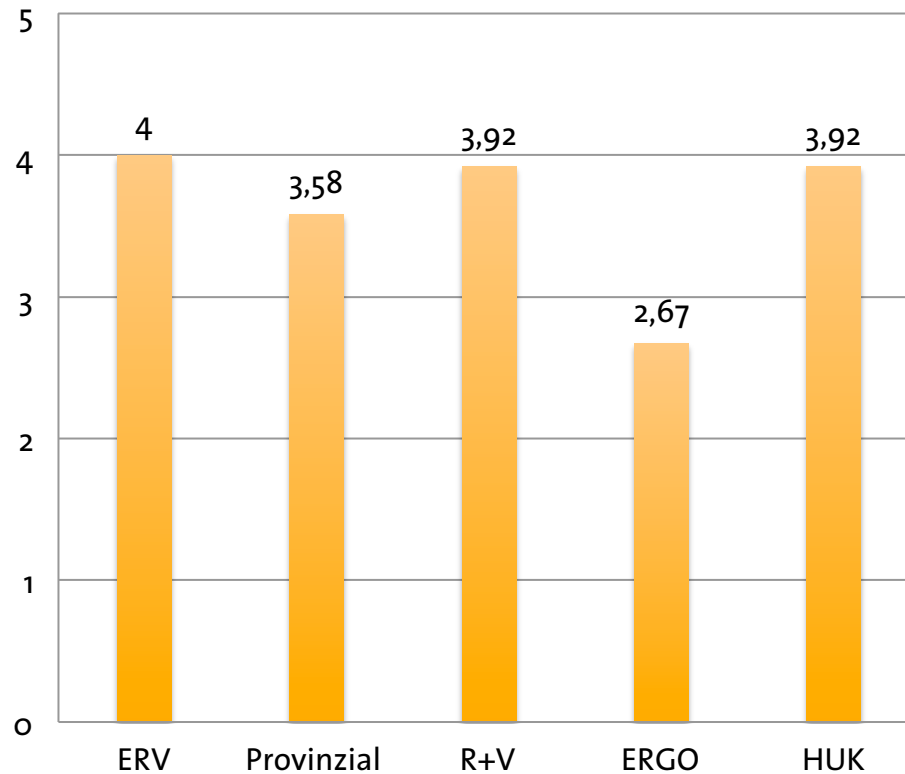
Richtigkeit: Bewertung der getroffenen Aussagen (Notenskala) zweier zufällig ausgewählter Artikel (je 0-5 Punkte)

Vollständigkeit: Bewertung der getroffenen Aussagen zweier zufällig ausgewählter Artikel (0-5 Punkte)

Ausgewogenheit: Bewertung der getroffenen Aussagen zweier zufällig ausgewählter Artikel (0-5 Punkte)

Wertungen der Versicherungsexperten

Durchschnittliche Punktzahl (0 = Note 6 bis 5 = Note 1)

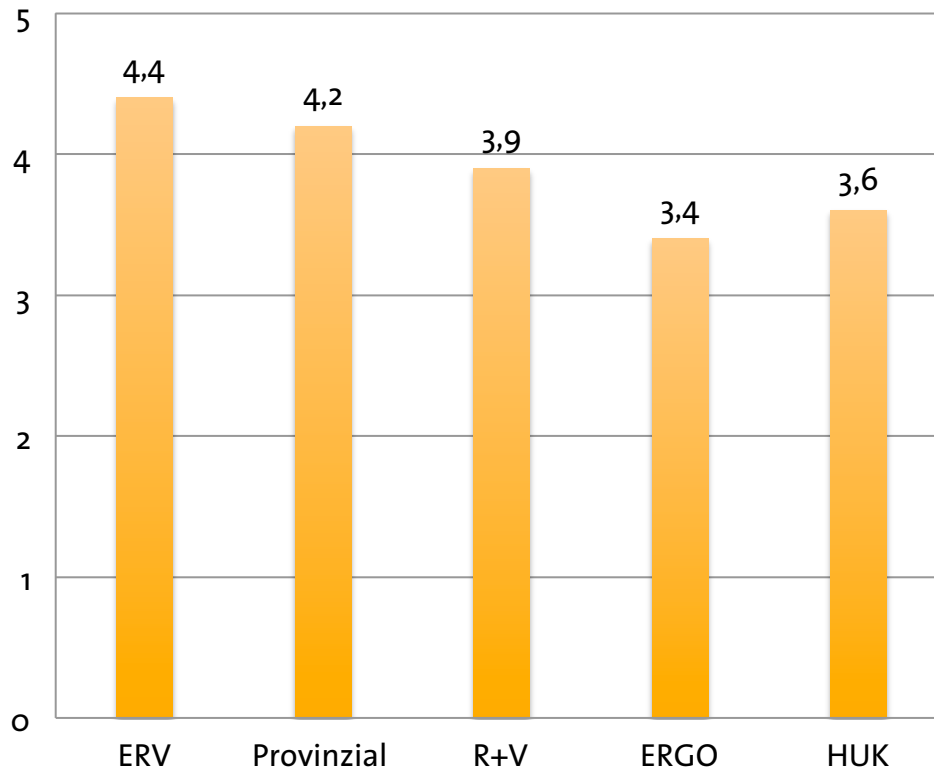


Meinungen der Experten (offene Nennungen)

Sowohl die **ERV**, als auch **R+V** sowie **Provinzial** werden von den Versicherungsexperten für ihre gut geschriebenen Artikel gelobt. Beim **ERGO**-Blog, der bei den Experten am schwächsten abschneidet, wird wie schon bei den Verbrauchern die Werbelastigkeit für das eigene Unternehmen am häufigsten bemängelt. Darüber hinaus beklagt ein Experte, dass die Artikel schwach geschrieben seien. Auch die **HUK** sowie die **Provinzial**, die insgesamt allerdings deutlich besser abschneiden, werden in Teilen für ihre Werbllichkeit auf dem Blog gescholten.

Gesamteindruck: Durchschnittswert aller Jury-Mitglieder

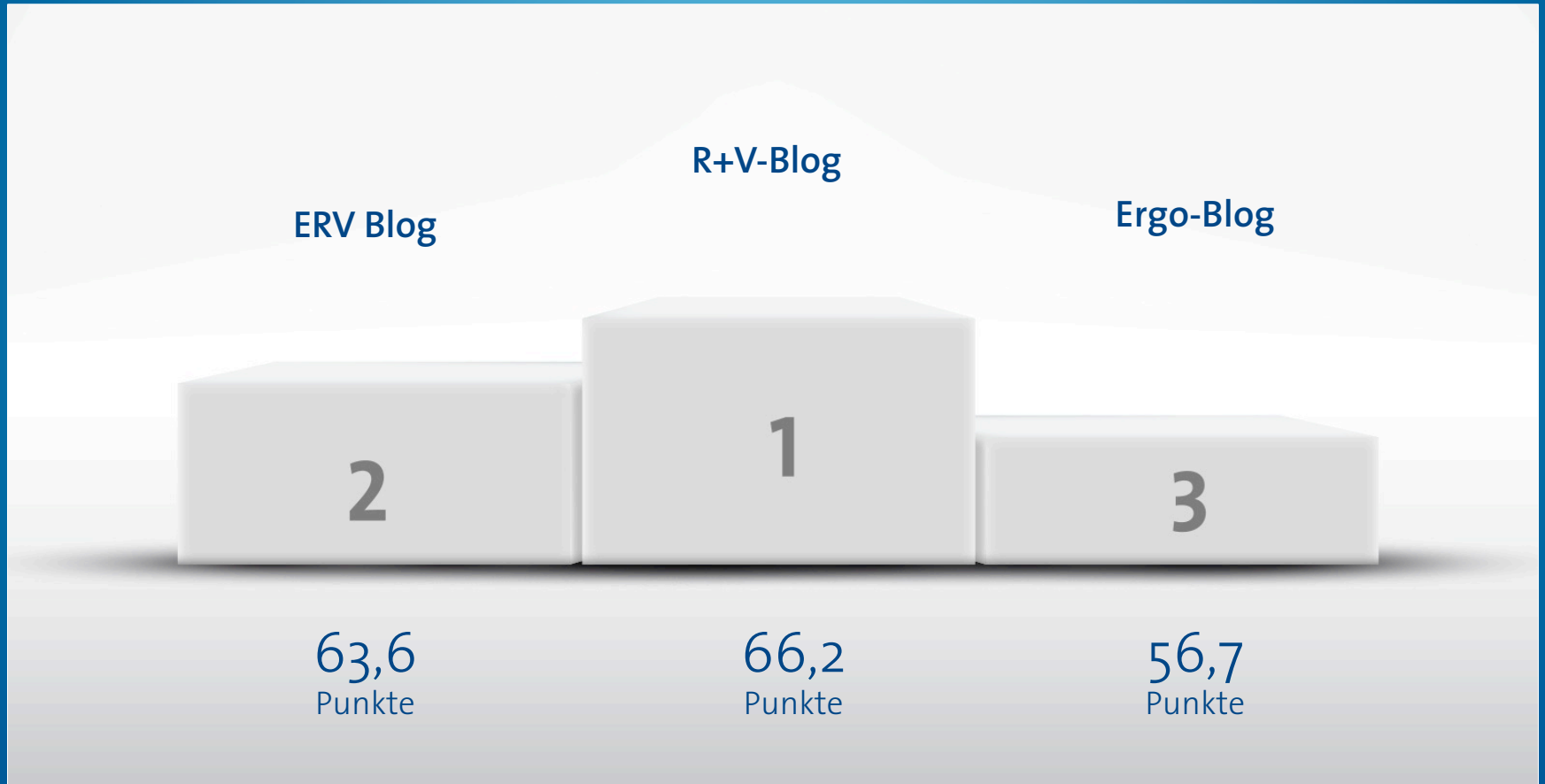
Durchschnittliche Punktzahl (o = Note 6 bis 5 = Note 1)



+ Weiterempfehlungen

ERV	2 (VB) + 2 (Exp)
Provinzial	1 + 1
R+V	2 + 1
ERGO	1 + 0
HUK	0 + 0

Top 3 der Corporate Blogs



Wertungsrunde 1

Inhaltsanalyse der Non-Corporate Blogs // Zielgruppe: Endkunden

3m5.

Platz 2017*	Name des Blogs	Punktzahl	Platz 2016	Vergleich ohne neue Blogs	Vergleich mit neuen Blogs
1 (1)	Online-PKV	42,27	1	-	-
2 (2)	Rundumversicherungsblog	40,94	2	-	-
3	Policendirekt	36,84	NEU	-	-
4 (3)	BDV-Blog	36,56	3	-	-1
5	DG Privatpatienten	24,89	NEU	-	-
6 (4)	Franke & Bornberg	22,77	7	+3	-1
7	Vergleichen & Sparen	22,69	NEU	-	-
8	Versicherungen-Blog	21,97	NEU	-	-
9 (5)	Helberg Info Blog	20,44	4	-1	-5
10 (6)	Policenschreck	19,21	12	+7	+3

* In Klammern wird die Platzierung angegeben, die der Blog erreicht, wenn die neu recherchierten Blogs nicht in die Wertung aufgenommen würden

Platz 2017*	Name des Blogs	Punktzahl	Platz 2016	Vergleich ohne neue Blogs	Vergleich mit neuen Blogs
11	KV Optimal	18,49	NEU	-	-
12 (7)	Finanzberatung-Privat (Frank Kort)	16,75	10	+3	-2
13 (8)	Leipziger Versicherungsmakler	15,83	11	+3	-2
14 (9)	Finanzen-Versicherungen-Blog (Marco Mahling)	19,45	6	-3	-8
15 (10)	Friendsurance	19,26	5	-5	-10
16	Der Versicherungsberater	15,29	NEU	-	-
17	Versicherungsblogger	15,08	NEU	-	-
18 (11)	JVG Makler	14,52	13	-2	-7
19	Helpcheck	14	NEU	-	-
20	Hoesch & Partner	13,32	NEU	-	-

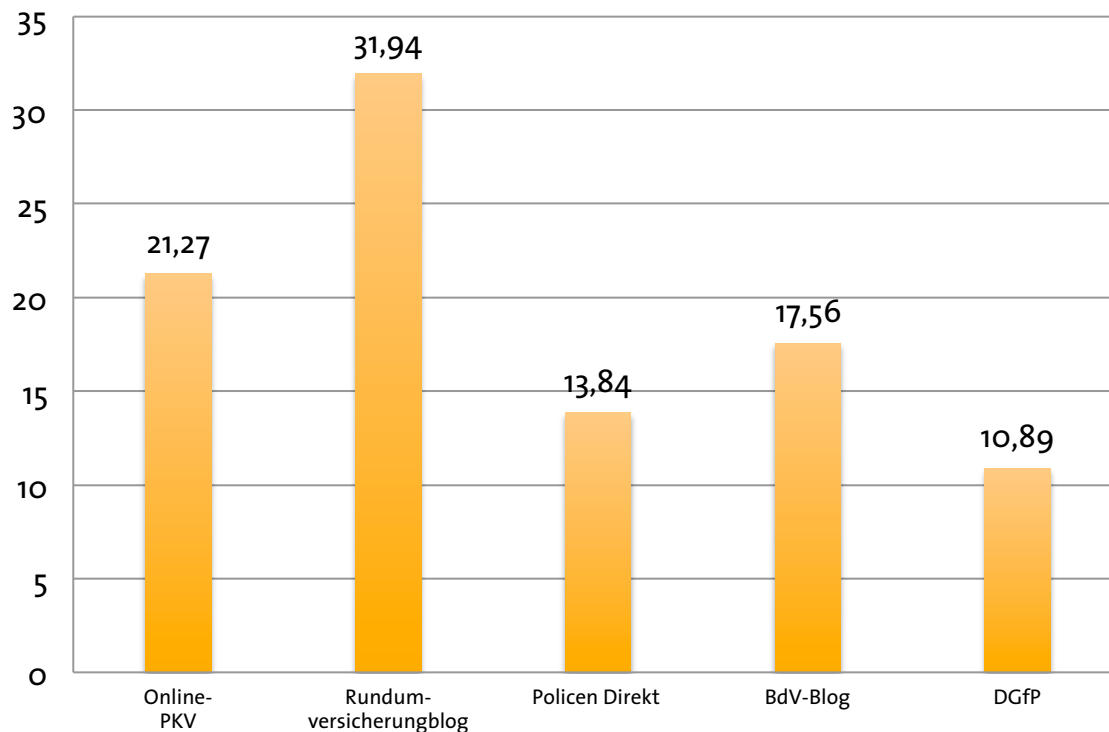
* In Klammern wird die Platzierung angegeben, die der Blog erreicht, wenn die neu recherchierten Blogs nicht in die Wertung aufgenommen würden

Non-Corporate Endkundenblogs

Die Top 5 im Vergleich

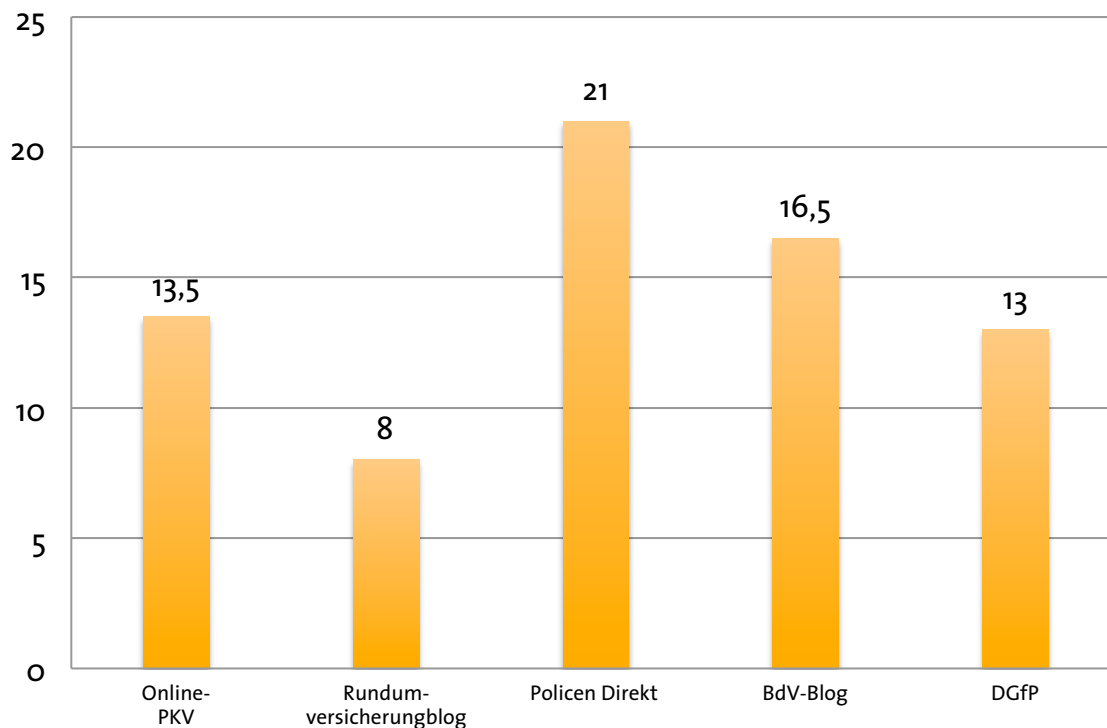
3m5.

Quantität, Aktualität und Aktivität in Bezug auf das Thema Versicherungen



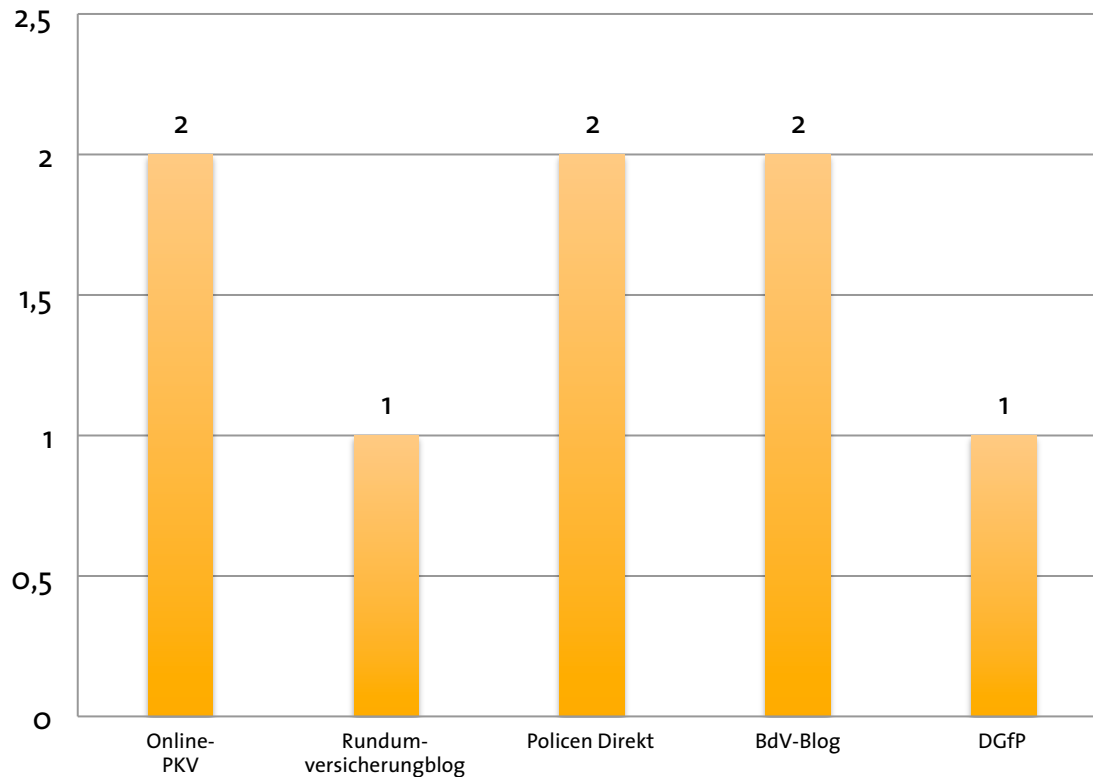
Mit großen Abstand ist der **Rundumversicherungsblog** am aktivsten und aktuellsten, der Blog der **Deutschen Gesellschaft für Privatpatienten** veröffentlicht die wenigstens Artikel. Anders als bei den Corporate Blogs gilt für alle Non-Corporate Blogs, dass sie sich hauptsächlich mit dem Thema Versicherungen beschäftigen. Beim **Rundumversicherungsblog** und bei **Policen Direkt** sind es sogar alle Beiträge im Untersuchungszeitraum.

Interaktion mit den Nutzern und Kontaktmöglichkeiten



Gleichwohl der **Rundumversicherungsblog** in puncto Quantität gewinnt, landet er bei der Kategorie „Interaktion mit Nutzern“ mit relativ großem Abstand auf dem letzten Platz. Gewinner in dieser Kategorie ist mit ebenfalls großem Abstand: **Policen Direkt**.

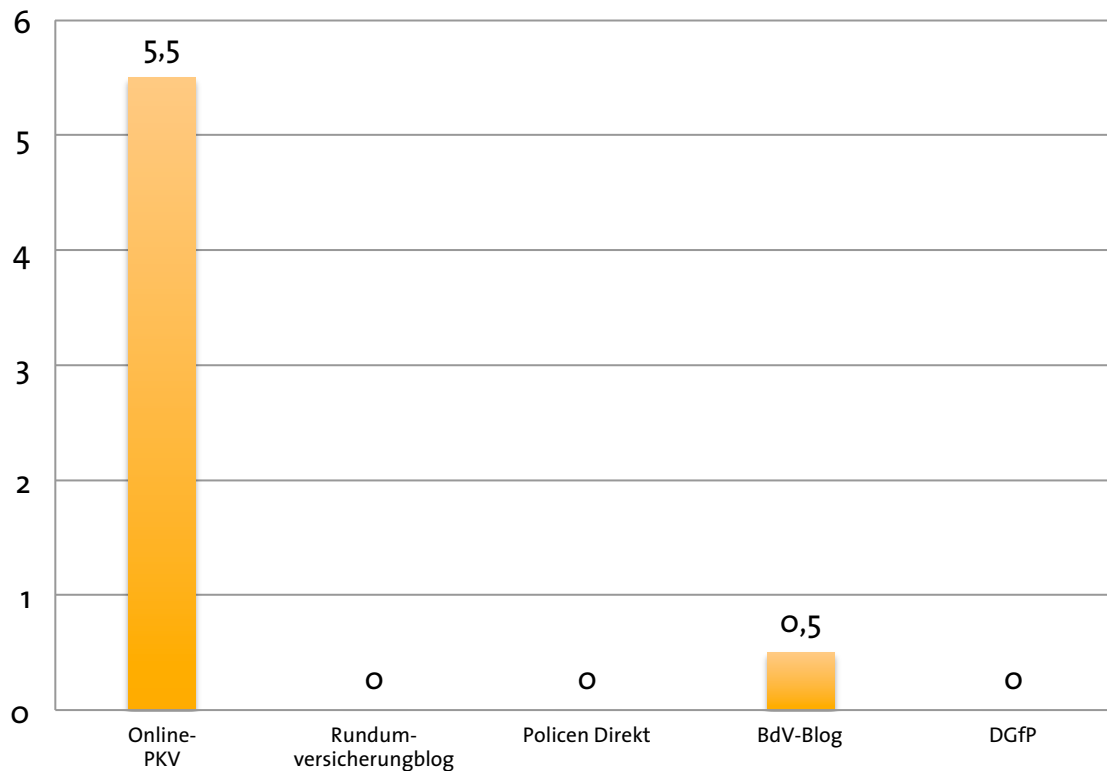
Transparenz



Die Transparenz der Autorenschaft ist bei den non-corporate Blogs insgesamt deutlich höher ausgeprägt als bei den Corporate Blogs. **Online-PKV, Policen Direkt sowie der BdV-Blog** liefern alle Informationen zu ihren Autoren und Redakteuren, bei den anderen beiden werden die Artikel zumindest namentlich zugeordnet.

Sichtbarkeit und Vernetzung*

* Basis sind Auswertungen des Tools Sistrix, das googlebasierte Werte analysiert



In der Kategorie Sichtbarkeit und Vernetzung kann nur der **Online-PKV-BU-Blog** von Sven Hennig wirklich Punkte gewinnen, alle anderen sind deutlich unterdurchschnittlich was Verlinkungen und Co. angeht.

Wertungsrunde 2

Befragung einer Expertenjury zur Qualität der Non-Corporate Blogs

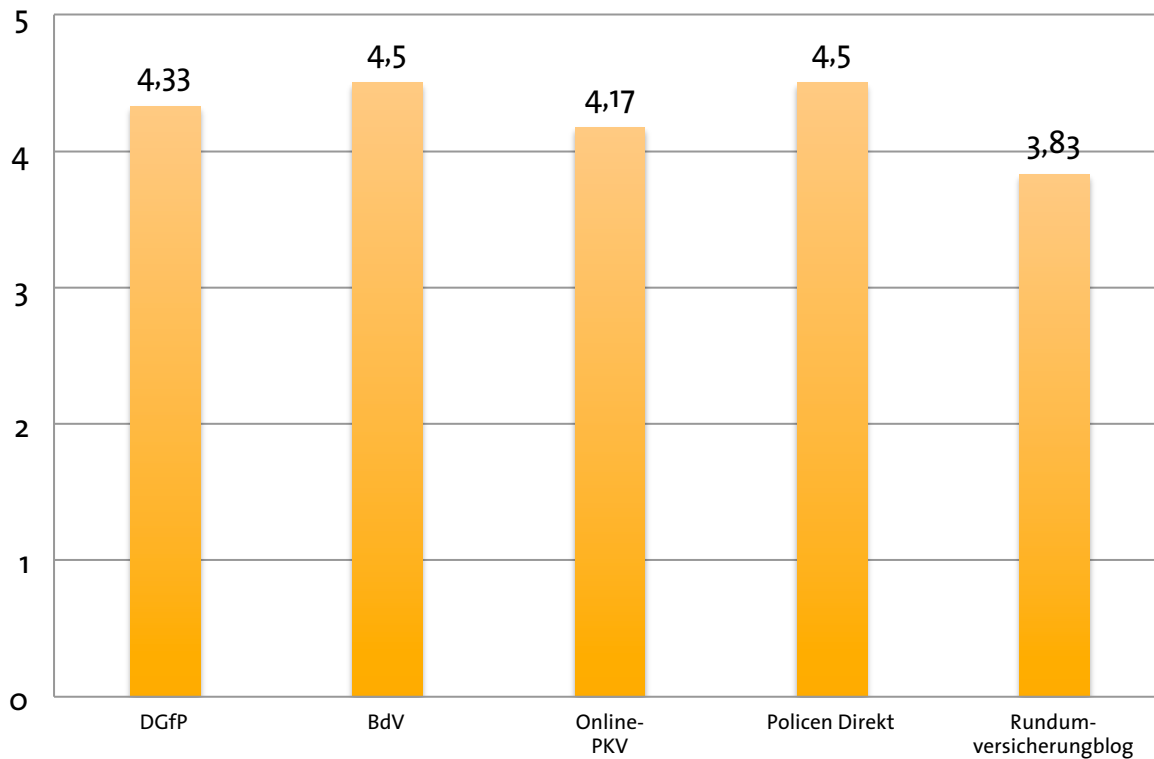
3m5.

Platz 2017	Name des Blogs	Punkt-zahl	Platz 2016	Platz Inhalts-analyse
1	Deutsche Gesellschaft für Privatpatienten (DGfP)	45,65	-	5
2	Bund der Versicherten (BdV)	42,80	3	4
3	Online-PKV-BU-Blog (Sven Hennig)	40,35	1	1
4	Policen Direkt	39,05	-	3
5	Rundumversicherungsblog	36,91	2	2

Auch bei den non-corporate Blogs zeigt sich, dass die Qualitätskriterien, die eine Expertenjury bewertet, neue Dimensionen der Blogqualität evaluieren. Dem Juryurteil zufolge landet der Blog der DGfP so nämlich auf dem ersten Platz, der Online-PKV-BU Blog „nur“ auf Platz 3, der in der Inhaltsanalyse zweitplatzierte Rundumversicherungsblog sogar „nur“ auf dem fünften Rang.

Wertungen der Verbraucher

Durchschnittliche Punktzahl (0 = Note 6 bis 5 = Note 1)



Bei den Verbraucherwertungen zeigt sich ein relativ einheitliches Bild, lediglich der **Rundumversicherungsblog** schneidet im Vergleich mit den anderen schwächer ab. Dies liegt vor allem in der schwächer bewerteten Verständlichkeit der Artikel des Blogs begründet.

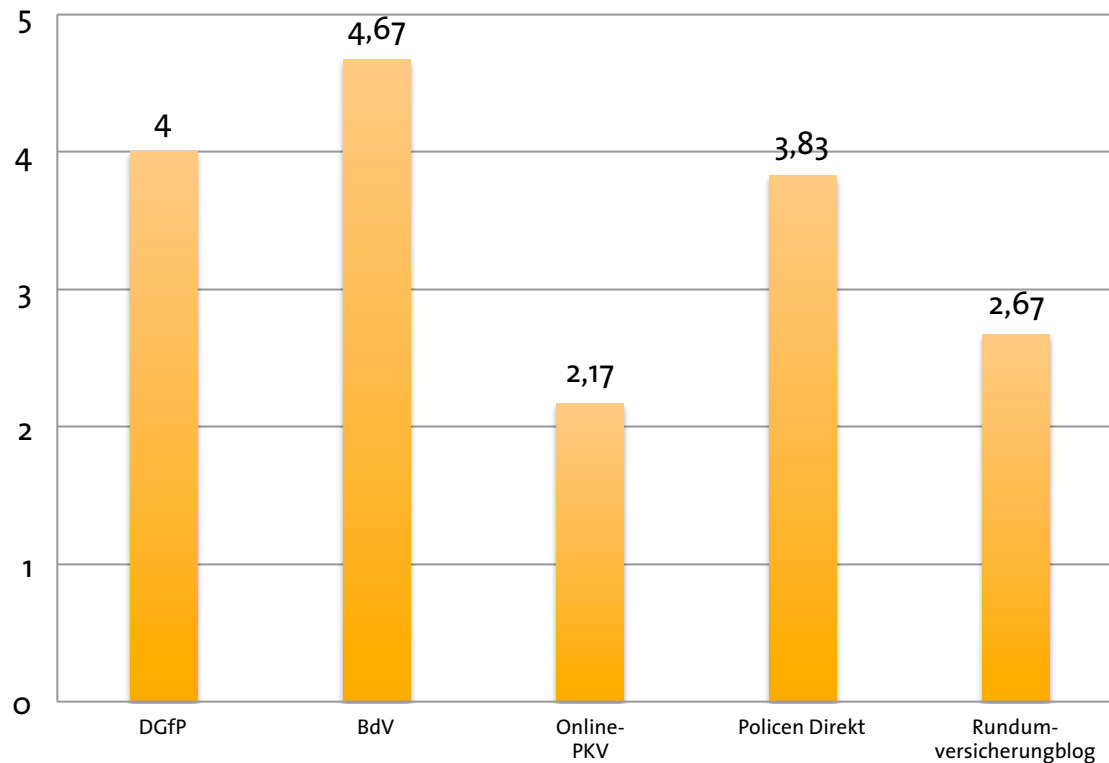
Wertungen der Verbraucher

Meinung der Verbraucher (offene Nennungen)

Zwar wird beim **Rundumversicherungsblog** die hohe Anzahl an Artikeln und die Anwenderfreundlichkeit der Suchfunktion gelobt, allerdings führt das unmoderne, unübersichtliche Layout für die Verbraucher dazu, diesen Blog am schwächsten zu bewerten. Auch der **Online-PKV-Blog** wird für sein altmodisches Design gerügt. **BdV** und **Policen Direkt** schneiden bzgl. des Layouts und der Übersichtlichkeit deutlich besser ab, was man auch in der durchschnittlichen Verbraucherwertung sehen kann. Auch beim Blog der **DGfP** wird das schlichte und übersichtliche Design gelobt, lediglich die Tatsache, dass auf dieser Seite nur wenige Artikel veröffentlicht werden, ist für die Verbraucher nachteilig.

Wertungen des Blogexperten

Durchschnittliche Punktzahl (0 = Note 6 bis 5 = Note 1)



Für den Kommunikationsexperten schneidet der **Online-PKV-Blog** von Sven Hennig am schwächsten ab, am besten wird hingegen der **BdV-Blog** bewertet. Auch der **Rundumversicherungsblog** liegt deutlich hinter den anderen Blogs, was die Angemessenheit der Sprache sowie Navigationsmöglichkeiten und Design angeht.

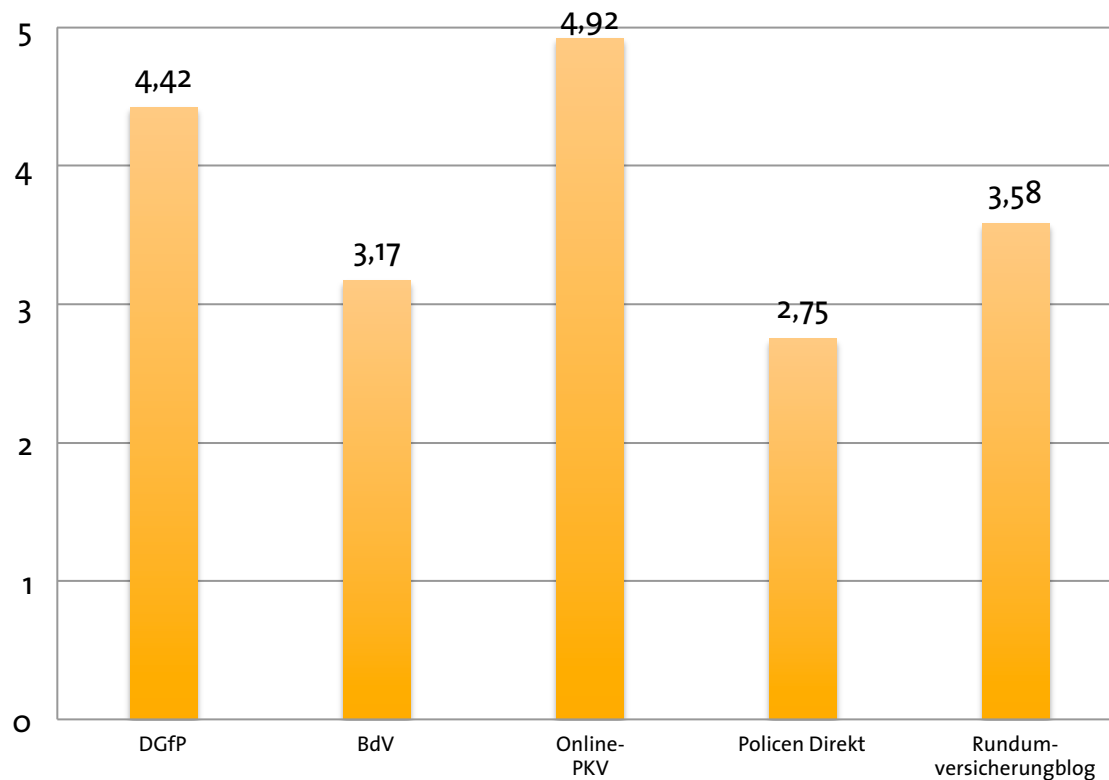
Wertungen des Blogexperten

Meinung des Blogexperten (offene Nennungen)

Der **BdV-Blog** überzeugt den Kommunikationsexperten durch sein kreatives Design, die klare Struktur und Übersichtlichkeit. Lediglich die inhaltliche Ausrichtung ist nicht auf den ersten Blog erkennbar. Vor allem **Rundumversicherungsblog** und **Online-PKV-Blog** büßen hier Punkte aufgrund mangelnden Designs, langweiligen Farbkonzepten und zu großer Textlastigkeit ein. Bei **Policen Direkt** fällt die (zu) dominante Chatfunktion auf, die auch bei Online-PKV bemängelt wird. Der Blog der **DGfP** überzeugt durch Übersichtlichkeit und Reduktion auf das Wesentliche.

Wertungen der Versicherungsexperten

Durchschnittliche Punktzahl (0 = Note 6 bis 5 = Note 1)



Was der **Online-PKV-Blog** beim Design und der Anwenderfreundlichkeit verliert, macht er bei der Fachqualität wieder gut und erreicht hier die höchste Punktzahl. Auch die **Gesellschaft für Privatpatienten** schneidet gut ab. **Policen Direkt** und **den BdV-Blog** schätzen die Versicherungsexperten allerdings am schwächsten ein.

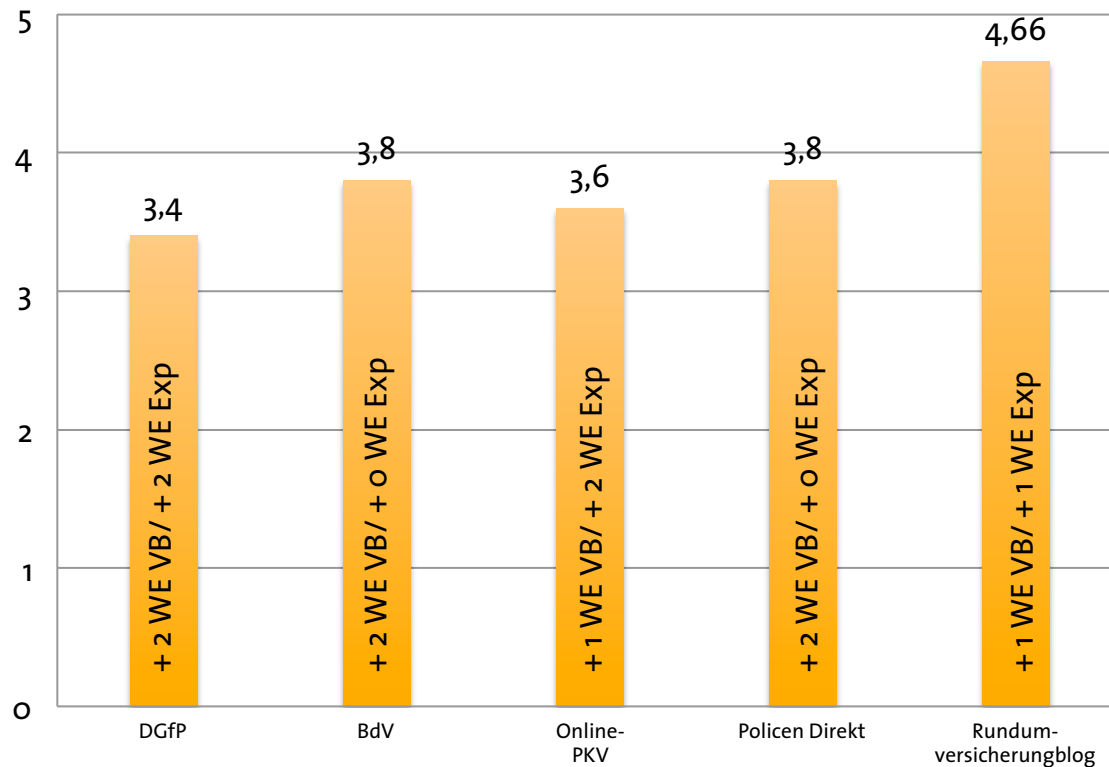
Wertungen der Versicherungsexperten

Meinungen der Experten (offene Nennungen)

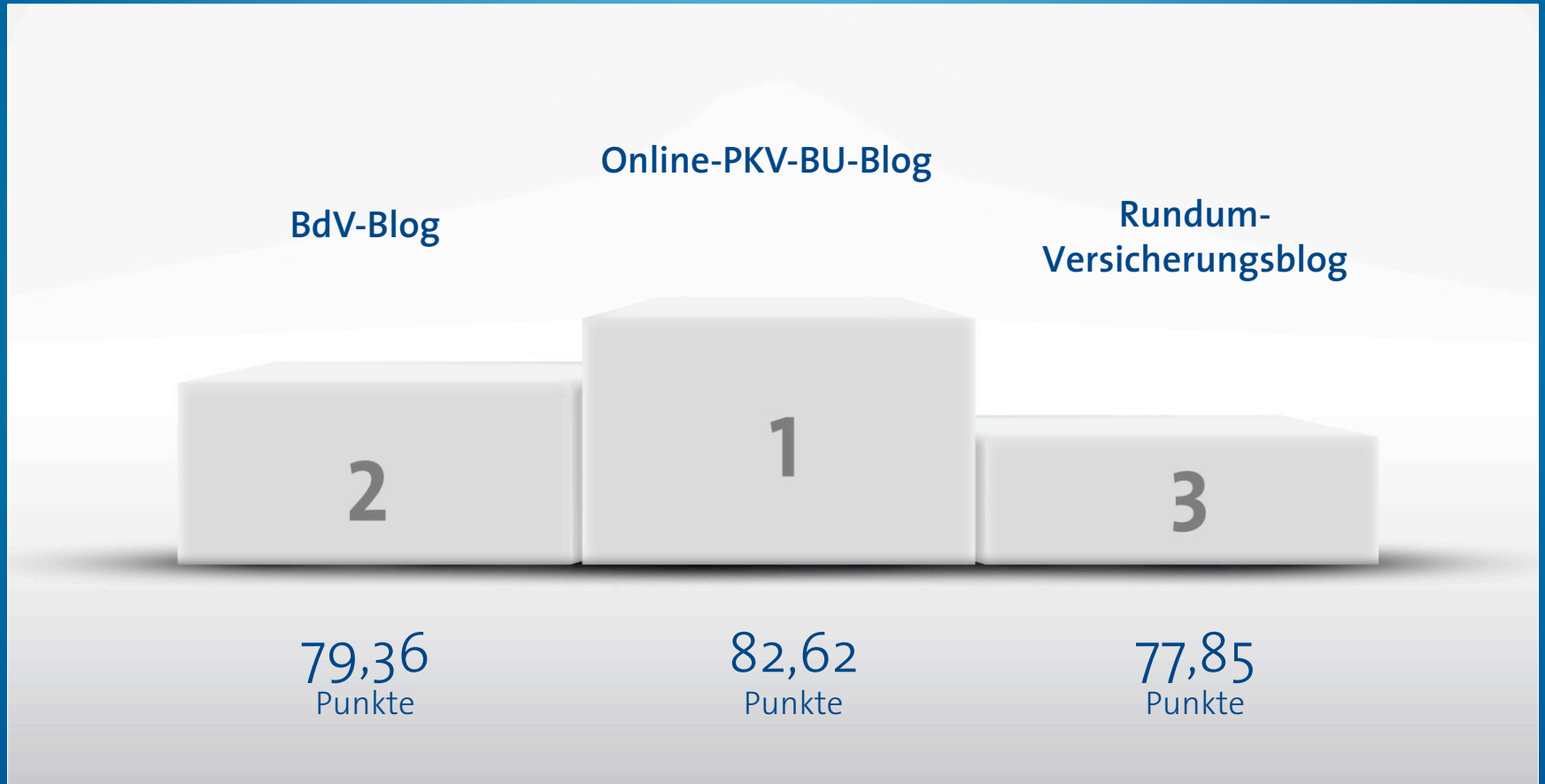
Die offenen Nennungen der Versicherungsexperten verraten schnell, dass sie sowohl beim **BdV** als auch beim Blog von **Policen Direkt** die „einseitige Berichterstattung“ bemängeln. Dem **Rundumversicherungsblog**, der ebenfalls deutlich schwächer abschneidet als den zwei besten der Expertenkatgorie wird hingegen Oberflächlichkeit bei einigen Themen vorgeworfen. **Online-PKV-Blog** und **der Blog der DGfP** überzeugen hingegen vor allem durch gut geschriebene, ausführliche Artikel, die sich dennoch auf das Wesentliche konzentrieren.

Gesamteindruck: Durchschnittswert aller Jury-Mitglieder

Durchschnittliche Punktzahl (0 = Note 6 bis 5 = Note 1)



Top 3 der Non-Corporate Blogs



Zwischenfazit: Corporate und Non-Corporate Endkundenblogs

- Die Top 5 der Corporate Blogs erreichen in den Kategorien Interaktion und Sichtbarkeit durchschnittlich mehr Punkte als die Non-Corporate Blogs
- Insgesamt können die Non-Corporate Blogs aber durchschnittlich einen höheren Punktestand erreichen als die Corporate Blogs
- Besonders bei der Transparenz verlieren die Corporate Blogs hinter den Non-Corporate Blogs
- Quantitative Inhaltsanalyse und Expertenbefragung ergänzen sich gut – einzeln würden beide Analysen unterschiedliche Gewinner liefern

Wertungsrunde 1 und 2

Fachblogs

3m5.

Platz 2017	Name des Blogs	Punktzahl Runde 1	Punktzahl Runde 2	Gesamtpunktzahl
1	blau direkt	82,86	35,47	
2	maxpool	30,34	33,72	
3	Versicherungsforen Leipzig	30,31	27,40	
4	hnw Consulting	16,25	30,15	
5	Consal Maklerservice	16,97	25,76	
6	IGVM e.V.	12,97		

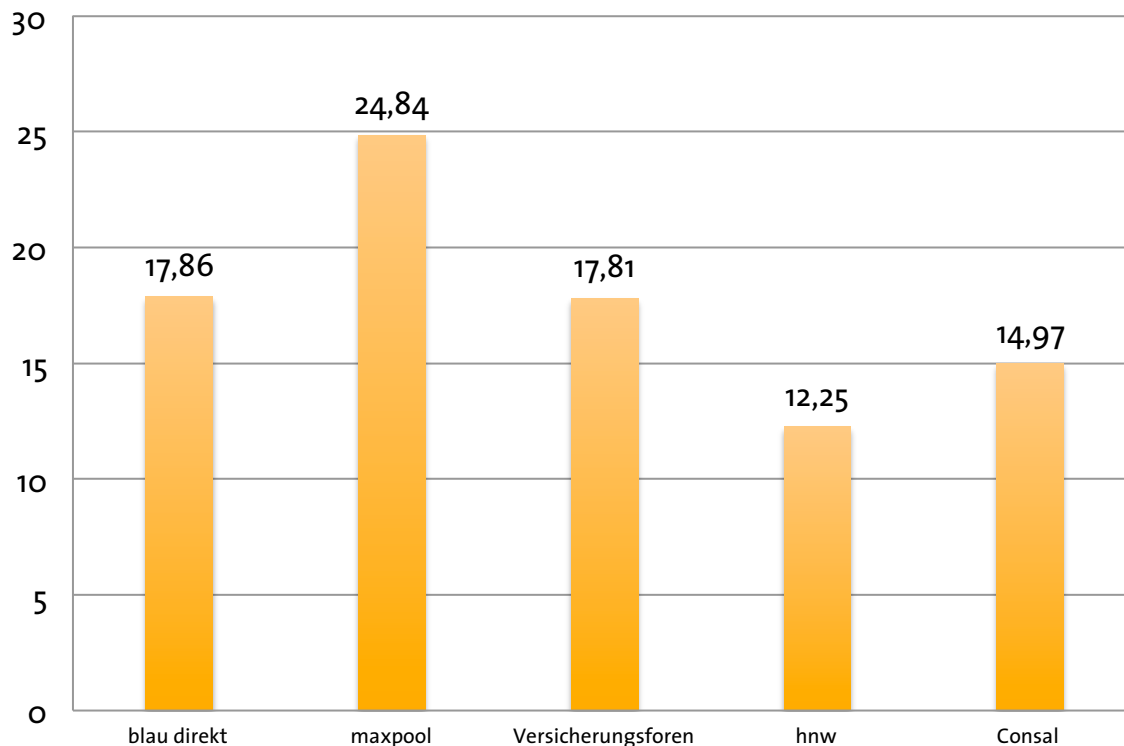
Bei den Fachblogs stellt sich **blau direkt** als eindeutiger Sieger heraus. Der große Abstand zu den nachfolgend platzierten ergibt sich vor allem durch die hohe Interaktionsrate auf dem Blog. Kein anderer Fachblog hat so viele Kommentatoren wie **blaudirekt**. Während **maxpool** und die **Versicherungsforen Leipzig** bei der inhaltsanalytischen Wertung relativ gleich auf sind, schneidet **hnw Consulting** mit ihrem versicherungswweiterdenken-Blog deutlich schwächer ab und erreicht nur knapp die Hälfte der Punkte.

Wertungsrunde 1

Inhaltsanalyse Der Fachblogs // **Zielgruppe: Versicherungsexperten**

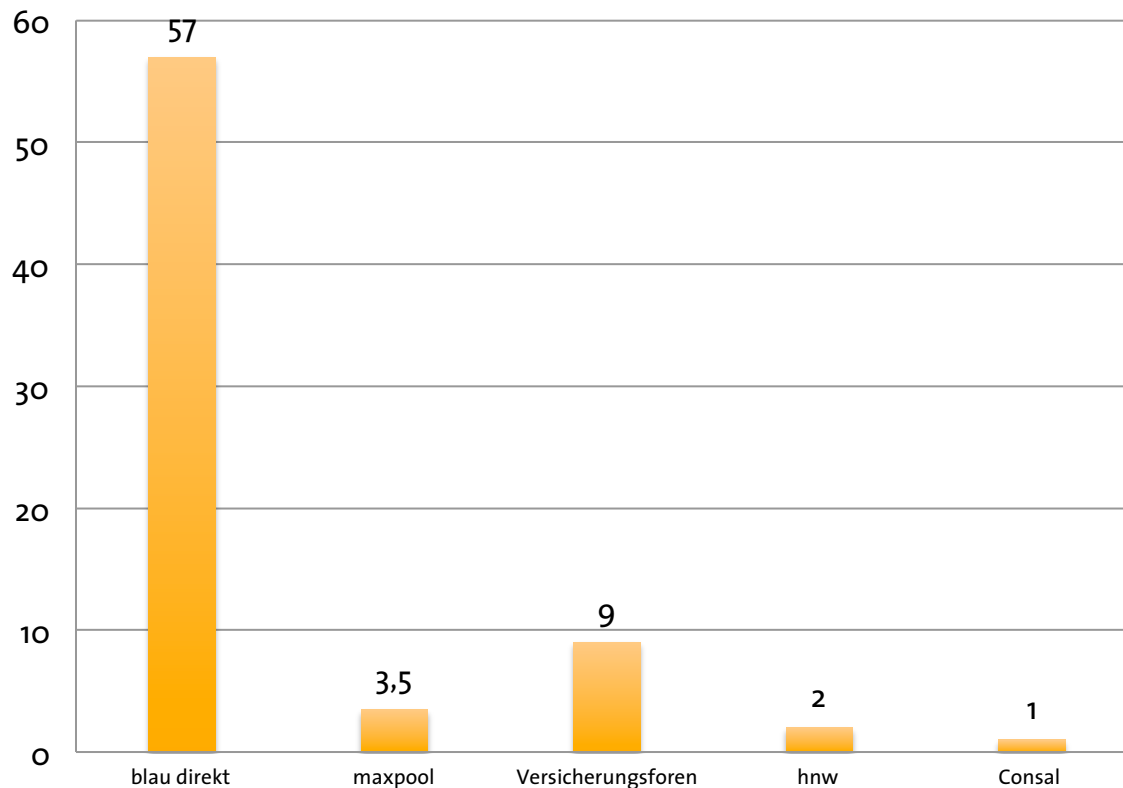
3m5.

Quantität, Aktualität und Aktivität in Bezug auf das Thema Versicherungen



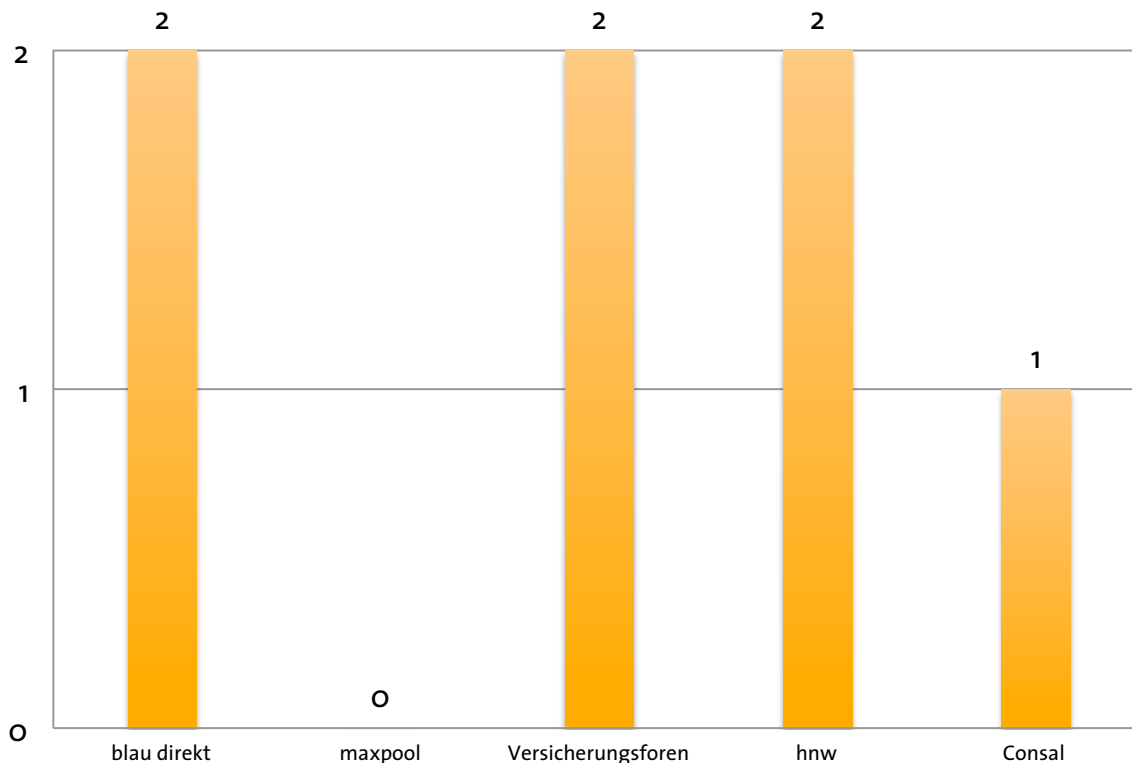
Während der **maxpool**-Blog mit Abstand die meisten Artikel veröffentlicht, sind es bei **hnw-Consulting** am wenigsten. Ein genauerer Blick auf die Zusammensetzung der Artikel verrät aber: bei den **Versicherungsforen** und bei **hnw-Consulting** befassen sich alle Beiträge mit Versicherungsthemen. Bei **maxpool** und blau direkt sind es gerade die Hälfte.

Interaktion mit den Nutzern und Kontaktmöglichkeiten



Bei der Kategorie Interaktion zeigt sich am deutlichsten, warum **blau direkt** mit so großen Abstand gewonnen hat: kein anderer Blog hat auch nur ansatzweise so viele Kommentare wie blau direkt.

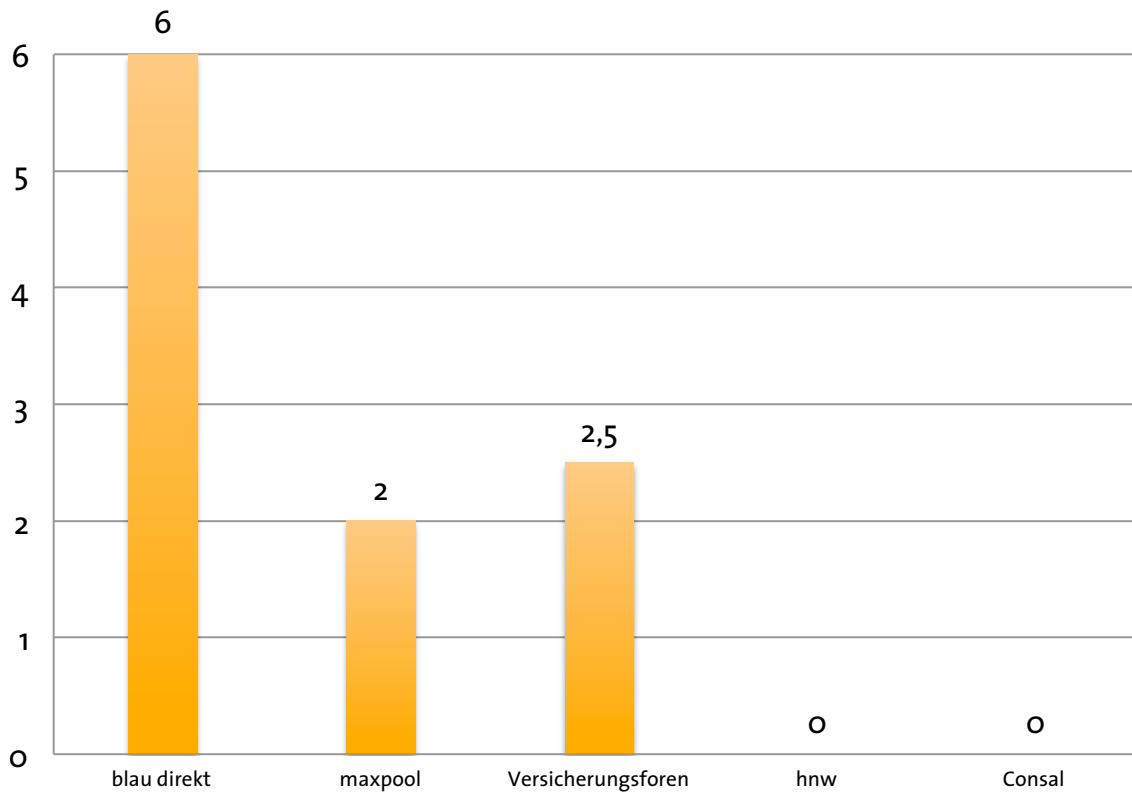
Transparenz



In der Kategorie
Transparenz fällt nur
maxpool negativ auf. Hier
erfährt der Nutzer weder
Namen noch andere
**Informationen der
Autoren entsprechender
Artikel**. Blau direkt, die
**Versicherungsforen
Leipzig** sowie hnw
Consulting liefern
hingegen vollständige
Informationen. Beim
Consal Maklerservice sind
die Artikel zumindest
namentlich zugeordnet.

Sichtbarkeit und Vernetzung*

*Basis sind Auswertungen des Tools Sistrix, das googlebasierte Werte analysiert



Ein Vergleich zwischen den Fachblogs hinsichtlich deren Sichtbarkeit und Vernetzung zeigt einmal mehr, dass **blau direkt** hier mit deutlichem Abstand gewinnt. In Relation zum Gesamtdurchschnitt aller Fachblogs schneidet dieser Blog deutlich überdurchschnittlich ab. **Hnw Consulting** und der **Consal Maklerservice** hingegen haben im Vergleich mit anderen Fachblogs eine deutlich unterdurchschnittliche Sichtbarkeit.

Wertungsrunde 2

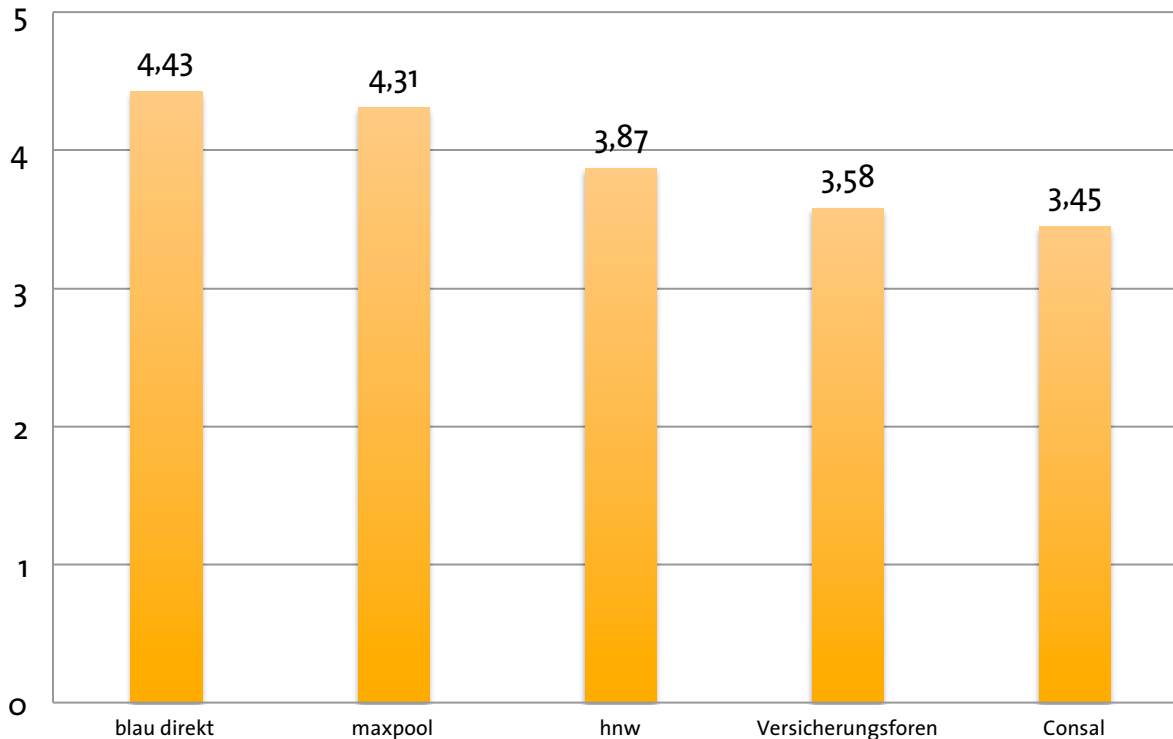
Befragung einer Expertenjury zur Qualität der Fachblogs

3m5.

Platz 2017	Name des Blogs	Punktzahl Runde 1	Punktzahl Runde 2	Gesamtpunktzahl
1	blau direkt	82,86	35,47	
2	maxpool	30,34	33,72	
3	Versicherungsforen Leipzig	30,31	27,40	
4	hnw Consulting	16,25	30,15	
5	Consal Maklerservice	16,97	25,76	

Im Vergleich zwischen Jury-Wertung und Inhaltsanalyse ergibt sich ein harmonischeres Bild als bei den Endkundenblogs, so sind etwa der erste und zweite Platz identisch vergeben und auch der **Consal Maklerservice** landet bei den Experten auf dem fünften Rang. Allerdings tauschen **hnw Consulting** und die **Versicherungsforen Leipzig** die Plätze, so dass sich letztere bei der Jury-Wertung auf dem vierten Rang befinden.

Wertungen der Versicherungsexperten



Blau direkt zeigt sich nicht nur in Bezug auf Quantität und Interaktion mit den Nutzern erfolgreich, sondern ist auch in Bezug auf die Richtigkeit, Vollständigkeit und Ausgewogenheit seiner Artikel auf dem ersten Platz. Anders als bei den Endkundenblogs gibt es bei den Fachblogs keine Ausreißer, alle Wertungen liegen relativ nah beieinander, so dass auch der Fünftplatzierte noch gute Bewertungen für die Fachqualität bekommt.

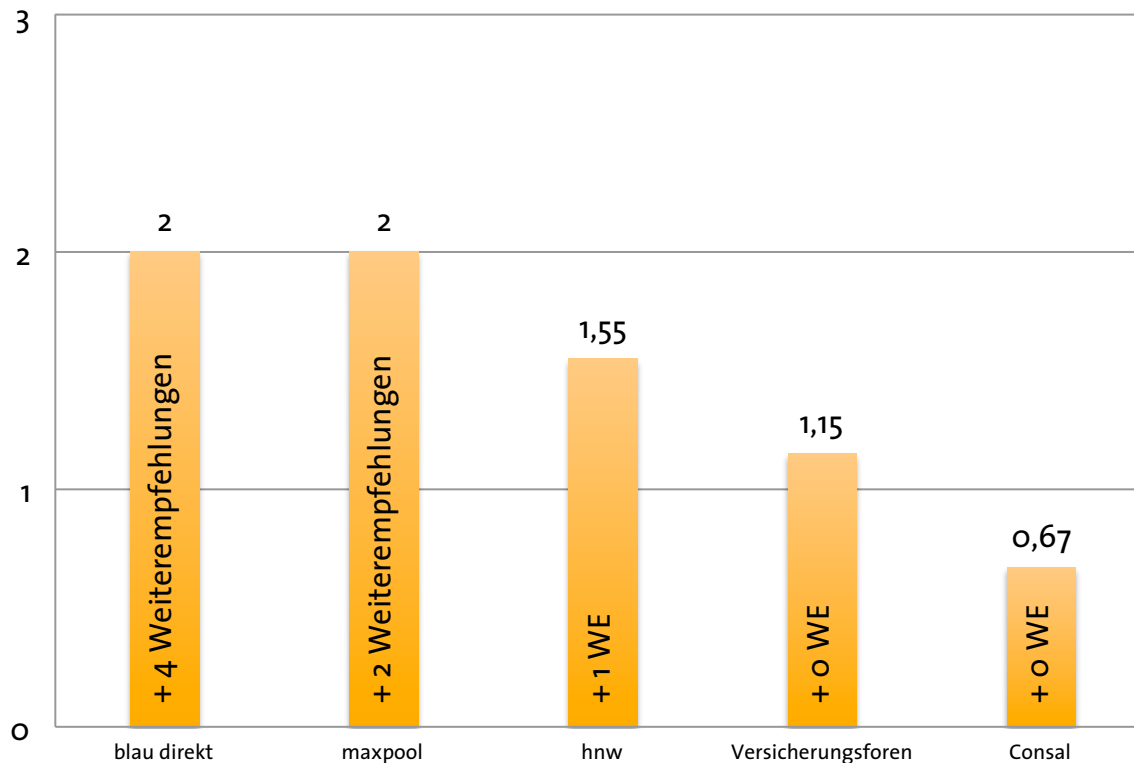
Wertungen der Versicherungsexperten

Meinungen der Experten (offene Nennungen)

Die offenen Nennungen verraten, dass sich **blau direkt** für die Versicherungsexperten insbesondere durch Übersichtlichkeit, hohe Interaktion, breite Themengebiete und Konzentration auf das Wesentliche auszeichnet. Ebenso wird die Produktneutralität geschätzt. Bei **maxpool** werden die zu langen Texte bemängelt, **hnw** wird schwächer bewertet, weil Versicherungsmakler hier wenig adressiert werden. Dennoch kann der **hnw-Blog** durch einen produktneutralen Themenmix überzeugen.

Wertungen der Versicherungsexperten: Nützlichkeit

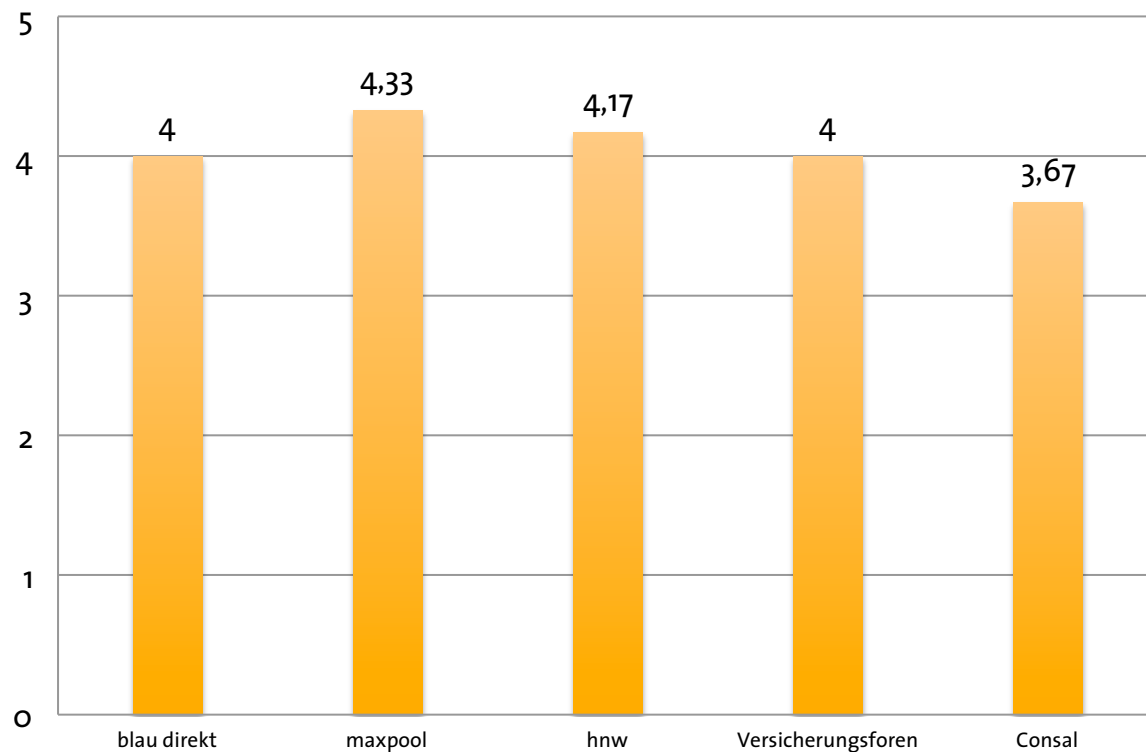
Durchschnittliche Punktzahl (0 = Note 6 bis 5 = Note 1)



Zusätzlich zur Fachqualität haben wir die Versicherungsexperten nach der Nützlichkeit der zufällig ausgewählten Artikel für ihre tägliche Arbeit gefragt (0-3 Punkte, teils/teils hilfreich bis sehr hilfreich). Hierbei zeigen sich die Artikel von **blau direkt** und **maxpool** am hilfreichsten bzw. nützlichsten, wohingegen die Artikel des **Consal Maklerservice** als eher weniger nützlich wahrgenommen werden.

Wertungen des Blogexperten

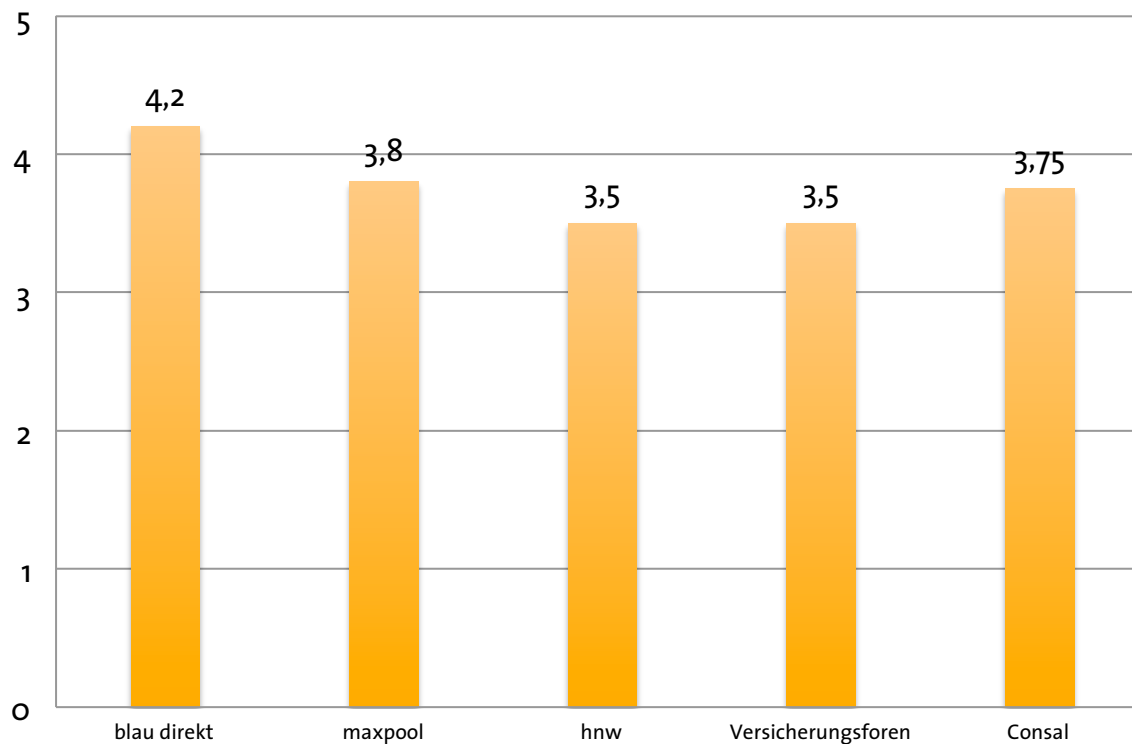
Durchschnittliche Punktzahl (0 = Note 6 bis 5 = Note 1)



Auch bei den Bewertungen des Blogexperten ergibt sich ein deutlich harmonischeres Bild: alle Blogs liegen bei der Angemessenheit der Sprache, sowie Design und Navigation recht nah beieinander. Am besten schneidet hier **maxpool** ab, am schwächsten der **Consal Maklerservice**.

Gesamteindruck: Durchschnittswert aller Jury-Mitglieder

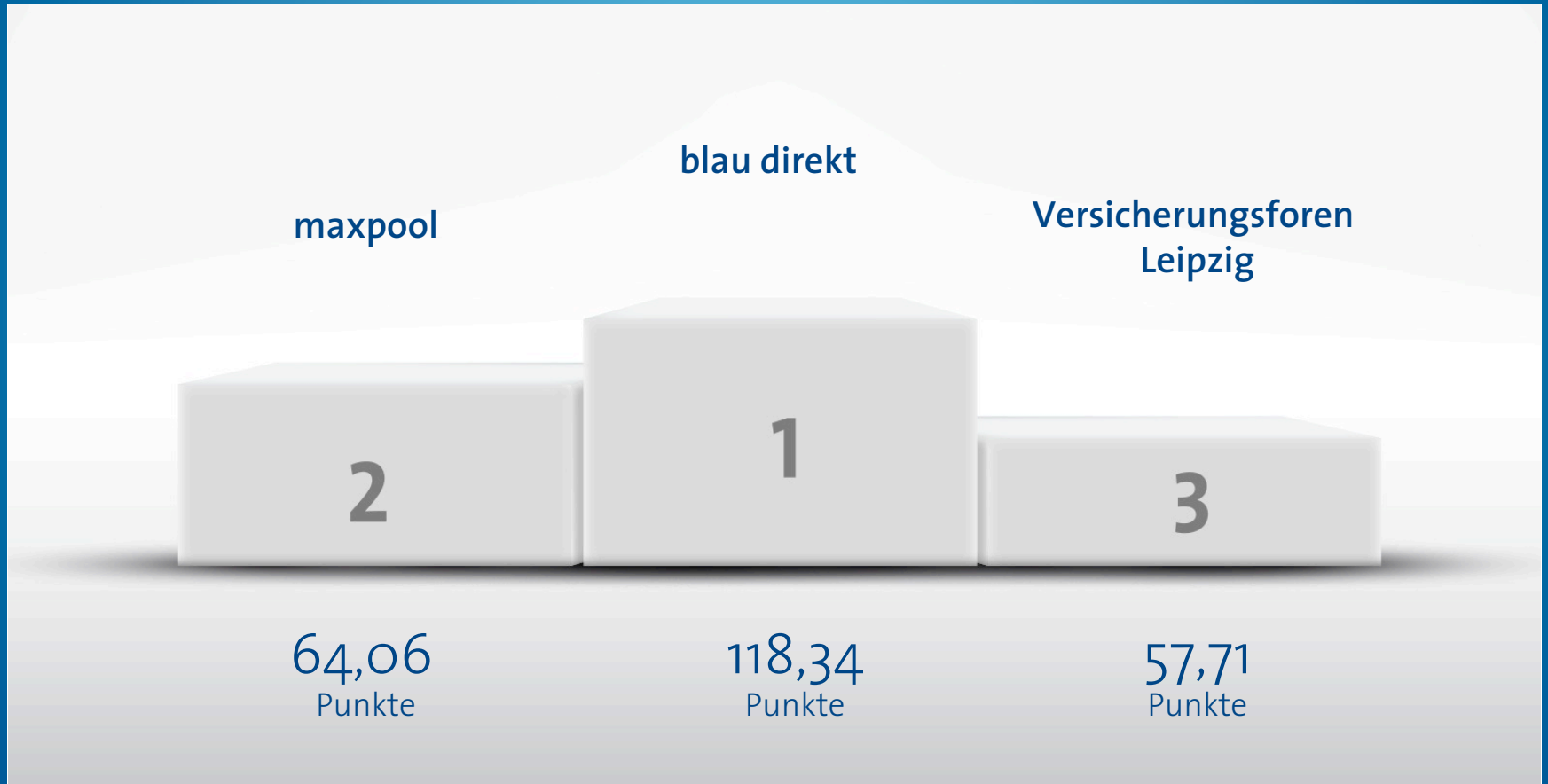
Durchschnittliche Punktzahl (0 = Note 6 bis 5 = Note 1)



Wenig überraschend zeigen sich auch beim Gesamteindruck relativ nah beieinanderliegende Bewertungen. Bemerkenswert ist an dieser Stelle, dass der **Consal Maklerservice** im Gesamteindruck sogar etwas besser abschneidet als **hnw Consulting** und **Versicherungsforen Leipzig**.

Platz 2017	Name des Blogs	Punktzahl Runde 1	Punktzahl Runde 2	Gesamtpunktzahl
1	blau direkt	82,86	35,47	118,34
2	maxpool	30,34	33,72	64,06
3	Versicherungsforen Leipzig	30,31	27,40	57,71
4	hnw Consulting	16,25	30,15	46,40
5	Consal Maklerservice	16,97	25,76	42,73

Top 3 der Fachblogs



Fazit Fachblogs

- Bei den Fachblogs zeigen sich größere Übereinstimmungen zwischen Jury-Bewertung und quantitativer Inhaltsanalyse der Blogs
- Blau direkt gewinnt mit großen Abstand, vor allem wegen der hohen Interaktion auf diesem Blog
- Zwar gibt es deutlich weniger Fachblogs als Endkundenblogs, aber deren fachliche Qualität ist durchgängig als hoch einzuschätzen