

R+V triumphiert beim Vergleich von Versicherungsblogs vor ERV und Ergo

 versicherungsbote.de/id/4860570/Versicherung-Blog-Rating/

Von Mirko
Wenig

Invalid
Date



Bei einem Ranking der besten Blogs zum Thema Versicherung konnten sich in den verschiedenen Kategorien die R+V, der Versicherungsmakler Sven Hennig und der Maklerpool blau direkt durchsetzen. Besonders die Versicherer zeigen sich aber sehr zurückhaltend: Nur wenige pflegen einen Blog und halten ihn aktuell.

Welcher ist der beste Versicherungsblog? Dieser Frage hat sich erneut die Technische Universität Dresden im Auftrag der Internetagentur 3m5 gewidmet. Dabei wurden die – aus Sicht der Tester – besten Blogs in drei Kategorien geehrt: in den Bereichen Corporate Blog, Non-Corporate Blog und Fachblog.

Erstmals haben die Studienmacher auch die Sichtbarkeit der Blogs in die Wertung einfließen lassen. Es war nicht zuletzt der Versicherungsbote, der mit seinem Artikel "[Zählen eigentlich auch Klicks?](#)" kritisiert hatte, dass die Reichweite im ersten Test 2016 keine Rolle gespielt hatte. „Wir haben mit Hilfe eines relativ zuverlässigen Tools die Reichweite der Blogs bewerten können“, sagte nun Claudia Seifert, Leiterin der Studie.

Seifert erklärt weiter, wie die Ergebnisse zustande gekommen sind. „Wir haben in einem zweistufigen Verfahren zunächst Blogs auf vorher festgelegte Kriterien hin untersucht, dabei ging es unter anderem nach Quantität und Aktualität der Beiträge, um die Interaktion mit den Nutzern und um die Transparenz der dargebotenen Informationen“, sagte die wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Kommunikationswissenschaft der TU Dresden. In der zweiten Stufe hätten sich dann die Blogs dem Urteil einer Fachjury stellen müssen, bestehend aus Verbrauchern, Fachjournalisten sowie Versicherungs- und Blogexperten.

Trennschärfe der verschiedenen Bereiche?

Auch diese Studie erlaubt kritische Fragen: etwa zur Trennschärfe der unterschiedenen Bereiche. Während in der Rubrik „Corporate Blogs“ ausschließlich Blogs von Versicherern erfasst werden, die sich an Endkunden wenden, so fallen in die zweite Kategorie „Non-Corporate Blogs“ -Zitat- „Blogs, die von Privatpersonen, Versicherungsmaklern oder Beratungsfirmen betrieben werden“. Bedingung ist ebenfalls, dass der Endkunde Zielgruppe ist. Hier triumphierte der Rügener Versicherungsmakler Sven Hennig, dessen lesenswerte Blogbeiträge auch der Versicherungsbote schon für Artikel aufgegriffen hat.

Im dritten Bereich „Fachblogs“ werden hingegen jene ausgezeichnet, die ebenfalls von „Privatpersonen, Versicherungsmaklern und Beratungsfirmen betrieben werden“ - nun allerdings mit einem Fachpublikum als Zielgruppe. Hier wurde der Unternehmensblog des Maklerpools blau direkt als bester ausgezeichnet.

Schwierig ist diese Unterscheidung einerseits deshalb, weil die als „Fachblogs“ zusammengefassten Blogs eben keine unabhängigen Fachblogs sind, wie dies die Kategorisierung irrtümlicherweise vermuten ließe. Auch sie werden oft von Unternehmen betrieben, die Werbebotschaften in ihren Beiträgen unterbringen, wenn es freilich auch informative Beiträge ohne Eigenwerbung gibt. Zum anderen finden sich in beiden Kategorien „Non Corporate Blog“ als auch „Fachblog“ Beiträge, die sich sowohl an ein Fachpublikum als auch Endkunden als Zielgruppe wenden – dies analytisch zu scheiden, kann folglich nur eine Tendenz widerspiegeln.

Kritikpunkt Numero 2: Die Namen der Jurymitglieder wurden nicht öffentlich genannt, so dass auch nicht überprüft werden kann, ob hier eventuell Interessenkonflikte bestehen. Studienleiterin Seifert teilte hierzu dem Versicherungsboten mit: „Für uns stand im Vordergrund, dass sich die Jury-Mitglieder möglichst frei äußern können, das hat sich auch bereits im letzten Jahr so bewährt - neben der Vergabe von Noten in verschiedenen Kategorien, haben wir auch viele offene Einschätzungen abgefragt, daher die Zusicherung von Anonymität.“

Versicherungsblogs: R+V triumphiert vor ERV und Ergo

Mit Blick auf die Versicherungsblogs lässt sich feststellen, dass die meisten Versicherer nach wie vor keinen solchen Blog betreiben. Von den 326 Versicherern, die bei der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungen (BaFin) registriert sind, betreiben nur 16 Anbieter einen Blog, der regelmäßig gepflegt und geupdatet wird (Stand: Juli 2017).

Voraussetzung, um in die Wertung einzufließen, war sowohl die Aktualität des Blogs als auch eine gewisse Transparenz. So musste einerseits erkennbar sein, wie aktuell die Beiträge sind. Zum anderen musste es den Lesern gestattet sein, Feedback zu geben: etwa über eine Kommentarfunktion. Diesen strengen Kriterien fiel auch der Unternehmensblog der Allianz Deutschland zum Opfer. Er weist eben nicht aus, ob die Beiträge aktuell sind und ob er regelmäßig gepflegt wird: das kann der Leser an keiner Stelle erkennen.

Bei den Versicherern konnte sich der [Blog der R+V](#) als bester durchsetzen. Die Studienmacher lobten hier die Sichtbarkeit im Netz und die thematische Breite der Beiträge. Und auch bei der Interaktion mit Kunden konnte der Versicherer punkten: Die Autoren und Redakteure reagierten in der Regel schnell und transparent auf Kommentare und Fragen der Kunden.

Den zweiten Rang konnte sich die [Europäische Reiseversicherung \(ERV\)](#) sichern, was vor allem auf das sehr positive Urteil der Verbraucher und Medienexperten in der Jury zurückzuführen sei. Auf Rang drei platzierte sich die Ergo, [deren Blog](#) in dem Bereich „Quantität und Aktualität der Beiträge“ am besten abschnitt.

Non Corporate Blog – Triumph für Versicherungsmakler aus Rügen

Bei den Non Corporate Blogs erkämpfte Versicherungsmakler [Sven Hennig aus Rügen](#) den ersten Rang. Hier wurden nicht nur Quantität und Aktualität der Beiträge hervorgehoben, sondern auch die gute Vernetzung. „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“, so das Fazit der Studienmacher.

Aber es gab auch inhaltliches Lob: Die Versicherungsexperten der Jury lobten die „gut geschriebenen Artikel“, die „sich auf das Wesentliche konzentrieren“. Hier zeigt sich aber auch das Problem der Kategorien: Hennigs Blogbeiträge werden oft auch von Fachkollegen diskutiert, so dass gefragt werden kann, ob sich seine Beiträge tatsächlich primär an Endkunden richten.

Rang Zwei erkämpfte in dieser Kategorie der [Blog des Bundes der Versicherten \(BdV\)](#), der im letzten Jahr noch auf Rang 1 landete. Hier hatte der Versicherungsbote die recht geringe Reichweite kritisiert – die sich immerhin dahingehend relativieren lässt, dass die Fachbeiträge des BdV in der Fachpresse aufgegriffen und diskutiert werden, so auch beim Versicherungsboten. Hervorgehoben wurden beim BdV die Struktur und Übersichtlichkeit. Rang 3 konnte der [Rundumversicherungsblog](#) der Katz & Meyer Vers.- und Finanzdienst oHG aus Berlin erzielen. Er war am aktivsten und wurde am häufigsten aktualisiert.

Fachblogs: blau direkt triumphiert

Auch bei den Fachblogs konnte ein Maklerdienstleister triumphieren: Hier setzte sich der Lübecker Maklerpool blau direkt mit seinem [Webangebot durch](#). Er konnte die Jury nicht nur inhaltlich überzeugen, sondern auch in Sachen Vernetzung und Interaktion: „Kein anderer Fachblog hat so viele Kommentatoren wie blau direkt“, berichten die Studienmacher.

Auf Rang 2 ebenfalls ein Maklerpool: der [maxpool aus Hamburg](#). Wie auch bei blau direkt wurde bei maxpool von den Versicherungsexperten der Jury gelobt, dass die Blogartikel für ein Fachpublikum hilfreich und nützlich seien. Abzug gab es in Sachen Transparenz, da es bei den einzelnen Beiträgen nicht nachvollziehbar sei, wer sie verfasst habe. Auf Rang 3 platzierte sich der Blog der [Versicherungsforen Leipzig](#). Das Netzwerk, gegründet an der Universität Leipzig, bereitet unter anderem wissenschaftliche Studien und Marktanalysen zu Versicherungsthemen recht verständlich auf, oft anhand von Grafiken und Statistiken.