



Direktkrankenkasse BIG bei Social Media ganz vorn

(ddp direct) Dortmund, 25.04.2012 BIG direkt gesund belegt den Spitzenplatz beim Social-Media-Engagement der Krankenkassen. Die Direktkrankenkasse nutzt die neuen Kommunikationswege mit Fans und Kunden in vorbildlicher Weise. Dies bestätigt eine aktuelle Studie von TCP Terra Consulting Partners GmbH Berlin/ Lindau, die erstmalig die Social Media-Aktivitäten der GKV unter die Lupe nimmt. Im Zeitraum von Dezember 2011 bis März 2012 wurden in Kooperation mit der HTW Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin 43 gesetzliche Krankenversicherungen untersucht.

Geht es um Twitter, Facebook, Youtube & Co befinden sich die gesetzlichen Krankenkassen noch im Dornröschenschlaf. Nur 49 Prozent kommunizieren bisher überhaupt im Social Web. Auf einem guten Weg, Social Media als Bestandteil der ganz normalen Alltagskommunikation zu erschließen, befindet sich aktuell nur eine Handvoll Kassen. Am besten gelingt dies bislang einzig der BIG direkt gesund, die laut TCP-Studie eine klare Social Media-Vorreiterrolle in der GKV inne hat.

Dabei hat die BIG nicht nur die absolut meisten Follower bei Twitter, sondern hat in Beziehung zur Kassengröße auch mit Abstand die meisten Facebook-Fans und ist Spitzenreiter bei den Videoaufrufen auf Youtube. Allein hier verzeichnet die BIG sechsmal so viele Aufrufe wie der Durchschnitt. Doch es sind nicht allein die Zahlen, die der BIG die Spitzenposition im Social-Media.Check einbringen.

Lebendiger Dialog mit den Fans

Vor allem der lebendige Dialog mit den Fans originäres Kommunikationsziel im sozialen Netz wird in der Studie positiv bewertet. Dafür möchten wir auch unseren Kunden und Fans danken, die unser Angebot so engagiert nutzen, ergänzt Frank Neumann, Vorstandsvorsitzender der BIG. Dieses Engagement erreicht die BIG vor allem durch gut gemachte Inhalte, wie gesundheitsrelevante Themen, eine aktive Kundenansprache sowie ein strukturiertes Themenkonzept mit Mehrwert für die Nutzer. So zeigen beispielsweise kurze Erklärfilme auf dem BIG-Youtube-Channel, wie die komplexen Leistungen einer Krankenkasse in einfache, verständliche Botschaften übersetzt werden können. Ein strukturiertes Themenkonzept mit klaren Kommunikationszielen ist einzig bei der BIG direkt gesund erkennbar, heißt es bei TCP.

Neumann ist überzeugt, diese Vorreiter-Rolle weiter ausbauen zu können: Für uns ist Social Media die Konsequenz unseres Online-Prinzips: einfache, intuitive und direkte Kommunikation auf Augenhöhe unabhängig von Ort und Zeit. Das werden wir auch zukünftig unseren Kunden bieten. Nutzer- und Kommunikationsinteresse der Netzgemeinde hat die BIG deshalb selbst analysieren lassen und wird die Ergebnisse in Kürze vorstellen.

Über BIG direkt gesund

BIG direkt gesund ist Deutschlands erste gesetzliche Direktkrankensversicherung. 1996 gegründet, hat die BIG heute bundesweit rund 390.000 Versicherte. BIG hat ihren Rechtssitz in Berlin und beschäftigt am operativen Standort in Dortmund 525 MitarbeiterInnen. Mehr Informationen zum Unternehmen finden Sie unter: www.big-direkt.de/unternehmen

Shortlink zu dieser Pressemitteilung:

<http://shortpr.com/1t255w>

Permanentlink zu dieser Pressemitteilung:

<http://www.themenportal.de/medien/direktkrankenkasse-big-bei-social-media-ganz-vorn-59244>

Pressekontakt

BIG direkt gesund

Frau Sabine Pezely
Rheinische Straße 1
44137 Dortmund

sabine.pezely@big-direkt.de

Firmenkontakt

BIG direkt gesund

Frau Sabine Pezely
Rheinische Straße 1
44137 Dortmund

big-direkt.de
sabine.pezely@big-direkt.de

-