



PR-Gateway | Fallstudie

WIDGE.de

ERFOLGREICHE ONLINE-KOMMUNIKATION MIT BEST AGERN

WIDGE.de



Aktuelle **Ratgeber**

FALLSTUDIE:

WIDGE.DE GMBH

26

AXA Beitragserhöhung

Ab 1. Januar 2014 müssen AXA-Versicherte bis zu 50 Prozent mehr für ihren Versicherungsschutz bezahlen. Welche Tarife besonders betroffen sind, erfahren Sie hier: [Zum Ratgeber >](#)

Nov

2

Beitragserhöhungen 2014

Erfahren Sie hier die Gründe für die Beitragssteigerungen und was Sie dagegen tun können. [Zum Ratgeber >](#)

Nov

INHALTSVERZEICHNIS

Kommunikation auf neuen Wegen.....	3
Die Idee: Factsheets für Journalisten und Ratgeber für Kunden.....	4
Mit Online-Mitteilungen die Informationen zu den Zielgruppen bringen.....	8
Customer Touchpoints: So werden die Meldungen gefunden.....	9
Mit Online-Mitteilungen zu mehr Veröffentlichungen – Der Service von PR-Gateway.....	11
Nachhaltiger PR-Effekt durch regelmäßige Veröffentlichungen	11

AUFKLÄRUNG STATT SELBSTDARSTELLUNG - NEUE WEGE DES KUNDENDIALOGS FÜR BEST AGER

Fallstudie: WIDGE.de GmbH

KOMMUNIKATION AUF NEUEN WEGEN

Die Anforderungen an die Unternehmenskommunikation im Versicherungsvertrieb steigen: Sowohl Journalisten als auch Kunden legen vermehrt Wert auf Verständlichkeit, Glaubwürdigkeit und Transparenz. Für die Assekuranz stellt diese Entwicklung eine besonders große Herausforderung dar: Infolge der Wirtschafts- und Finanzkrise hat das Vertrauen in die Versicherungsbranche stark gelitten. Produkte und Vertrieb stehen in der öffentlichen Kritik.

Mit Werbebotschaften lassen sich Kunden heute nicht mehr überzeugen. Sie wollen mit Maklern und Versicherungen „auf gleicher Augenhöhe“ kommunizieren. Besonders die Best Ager also die Generation 50+ stellt hohe Erwartungen an vertrauenswürdige und glaubwürdige Online-Informationen. Dies ist vor allem dem grundsätzlich höheren Misstrauen gegenüber dem Internet und dem Umgang mit Daten im Netz geschuldet, als bei der jüngeren Generation. Erfolgreiche Online-Kommunikation bedeutet die Abkehr von der klassischen Unternehmens- und Produktkommunikation zur kundenorientierten Servicekommunikation.

Die WIDGE.de GmbH zeigt, wie sich zielgruppenorientierte Online-PR-Kommunikation in Form von Ratgeberthemen, Informationen und Aufklärung in Online-Mitteilungen als neues Instrument zum Reputationaufbau und für den Kundendialog mit Best Agern im Internet einsetzen lassen.

Die WIDGE.de GmbH aus Hamburg ist Deutschlands Marktführer im Bereich der internen Tarifumstellung bei privaten Krankenversicherungen und beschäftigt über 70 Mitarbeiter. Bereits seit 2010 unterstützt die WIDGE.de GmbH privat Krankenversicherte beim Wechsel innerhalb der Versicherungsgesellschaft und hat seitdem über 10.000 Tarifwechsel erfolgreich abgewickelt.

2013 wurde die WIDGE.de GmbH mit zwei TÜV-Siegeln der TÜV NORD CERT GmbH für ihre Kundenzufriedenheit und Service-Qualität ausgezeichnet.

"Unsere Dienstleistung richtet sich vornehmlich an die Generation 50plus", erklärt Ozan Sözeri, einer der Gründer und Geschäftsführer der WIDGE.de GmbH. „Wir möchten vor allem ältere privat Krankenversicherte über ihr Tarifwechselrecht aufklären und ihnen helfen, ein faires Preis-Leistungs-Verhältnis durchzusetzen, damit die private Krankenversicherung nicht zur Kostenfalle im Alter wird.“

Die sogenannten Best Ager oder Silver Surfer lassen sich sehr gut über das Internet erreichen. In der Altersgruppe der 60 bis 69-Jährigen nutzen bereits mehr als 63 Prozent das Internet. Bei den über 70-Jährigen sind mittlerweile etwa 30 Prozent regelmäßig online¹. Die besonderen Interessen der Silver Surfer gelten vor allem den Bereichen Gesundheit und Lebensführung.

Die großen Herausforderungen an die Unternehmenskommunikation haben die WIDGE.de GmbH veranlasst, ihre Kommunikationsstrategie von Beginn an auf eine serviceorientierte Kommunikation auszurichten: Mit Factsheets für Journalisten und Ratgebern für Kunden. „Unser Ziel ist es, einen Reputationsaufbau als Aufklärer, Meinungsführer und öffentliches Sprachrohr für privat Versicherte zu erreichen“, so Pressereferent Simon Wierz. „Als Adressaten unserer Kommunikationsstrategie haben wir neben der klassischen Zielgruppe der Journalisten vor allem unsere Kunden im Blick. Eine zentrale Rolle spielen dabei nutzerorientierte Online-Mitteilungen und Social Media-News in Form von Nachrichten, Stellungnahmen, Informationen und Fakten zur aktuellen Gesetzeslage sowie zur politischen Diskussionen rund um die private Krankenversicherung“.

DIE IDEE: FACTSHEETS FÜR JOURNALISTEN UND RATGEBER FÜR KUNDEN

Im Pressebereich der WIDGE.de-Internetseite finden Journalisten Factsheets mit Themen, Meinungen und Hintergründen aus der Gesundheitspolitik und der Versicherungswelt.

¹ (N)Onliner Atlas 2013 – Basiszahlen für Deutschland

The screenshot shows the WIDGE.de website interface. At the top, there is a navigation bar with links for 'Onlineberatung', 'Partnernet', 'Presse', 'PKV Tarifwechsel', 'Über uns', and 'Kontakt'. There are also logos for 'KUNSTHAUSSTIFTUNG SIEGEN' and 'KUNSTHAUSSTIFTUNG SIEGEN'. Below the navigation bar, there is a secondary navigation bar with links for 'Startseite', 'Presse', 'Presseinformationen', and 'Factsheets'. A banner below this bar reads 'Die WIDGE.DE Pressemappe - schon alles drin.' with a 'Pressemappe downloaden' button. On the left, there is a 'Presse' sidebar with a list of links: 'Pressemappe', 'Presseinformationen', 'Pressemittellungen', 'Factsheets', 'Pressespiegel', 'Mediendatenbank', 'Presseverteller', and 'Pressekontakt'. The main content area is titled 'Factsheets' and contains three items, each with a thumbnail, a title, a short description, and a 'Download' button:

- Altersrückstellungen**: Altersrückstellungen (auch Alterungsrückstellungen genannt) sollen Versicherte davor schützen, dass sie im Alter extrem hohe Beiträge zahlen müssen.
- Basistarif**: Seit 1. Januar 2009 ist gesetzlich vorgeschrieben, dass die PKV einen Basistarif anbieten muss. Mit der Einführung soll die medizinische Versorgung aller Versicherten sichergestellt werden.
- Beiträge in GKV und PKV**: Die Berechnung der jeweiligen Beiträge in der gesetzlichen und der privaten Krankenversicherung könnte kaum unterschiedlicher sein.

DIE WIDGE.DE-RATGEBERTHEMEN

Diese Informationen, Ratgeber und Fakten stellen auch gute Inhalte für die nutzenorientierte Online-PR und Social Media-Kommunikation dar. In ratgeberorientierter Form aufbereitet, zeichnen sie sich durch einen hohen Nutzwert aus – was für eine starke Verbindung des Lesers mit dem Verfasser sorgt. Gleichzeitig geben sie dem Unternehmen aber auch die Möglichkeit, auf ihre Produkte bzw. Dienstleistungen hinzuweisen.

So setzt die WIDGE.de GmbH auch auf ihrer Internetseite bewusst nicht nur auf Unternehmensinformationen, wie etwa in klassischen Pressemitteilungen, sondern auch vermehrt auf serviceorientierte Kundenratgeber. Die Ratgeber thematisieren aktuelle Entwicklungen der Beitragserhöhung durch Gesetzesänderungen oder auch Beitragsanpassungen bei bestimmten Versicherungsgesellschaften.

WIDGE.de



Aktuelle Ratgeber

26

AXA Beitragserhöhung

Ab 1. Januar 2014 müssen AXA-Versicherte bis zu 50 Prozent mehr für ihren

Nov Versicherungsschutz bezahlen. Welche Tarife besonders betroffen sind,

erfahren Sie hier: [Zum Ratgeber >](#)

2

Beitragserhöhungen 2014

Erfahren Sie hier die Gründe für die Beitragssteigerungen und was Sie

Nov dagegen tun können. [Zum Ratgeber >](#)

Diese Themen nutzt die WIDGE.de GmbH als Inhalt für Online-Mitteilungen und Social Media-News. Die unabhängigen Versicherungsexperten thematisieren darin aktuelle Gesetzesänderungen, wie die Einführung der Unisex-Tarife oder die anhaltenden niedrigen Zinsen, um über Auswirkungen, Vor- und Nachteile aufzuklären und Einsparmöglichkeiten durch Tarifwechsel aufzuzeigen. Durch Aufklärungen, Stellungnahmen und Kommentare zu politischen Themen, wie der Bürgerversicherung oder der Niedrigzinspolitik bezieht der Versicherungsexperte auch klar Stellung und positioniert sich als Sprachrohr für die Versicherten. Auf der nachfolgenden Seite einige Beispiele:

Feb

07

Gesetzesänderung: Mehr Rechte für privat Versicherte

Hamburg, 07.02.2013 – Am 31.01.2013 wurde vom Bundestag der "Gesetzesentwurf zur Änderung versicherungsrechtlicher Vorschriften" verabschiedet. Betroffen von der Umstrukturierung sind die Paragraphen 204 und 205 des Versicherungsvertragsgesetzes (VVG). Die wichtigsten Änderungen: Für Versicherte gibt es nun die Möglichkeit, vor der Behandlung eine verbindliche Aussage zur Kostenübernahme durch die Versicherungsgesellschaft einzuholen, außerdem wird die Sonderkündigungsfrist von einem auf zwei Monate verlängert und ein Wechsel von Unisex- in Bisex-Tarife bleibt ungültig.

Mrz

25

April 2013: PKV-Beiträge steigen weiter an

Hamburg, 25.03.2013 – Viele privat Krankenversicherte, die zu Jahresbeginn von Beitragserhöhungen verschont geblieben sind, müssen nun mit drastischen Anpassungen rechnen. Ab 1. April 2013 steigen beispielsweise bei Versicherten der Gesellschaften DKV und AXA die monatlichen Beiträge teilweise deutlich an.

Jun

05

Niedrigzins: Erneute Beitragserhöhungen drohen

Hamburg, 05.06.2013 – Mit horrenden Beitragserhöhungen hat die private Krankenversicherung (PKV) in den letzten Jahren immer wieder auf sich aufmerksam gemacht, nun drohen den knapp neun Millionen privat Versicherten in Deutschland erneut deutlich höhere Kosten. Der Grund: Wegen dauerhaft niedriger Zinsen am Kapitalmarkt sehen sich einige Versicherer dazu gezwungen, den Rechnungszins abzusenken. "Dies wird definitiv Beitragserhöhungen für die Versicherten zur Folge haben", erklärt Ozan Sözeri, Geschäftsführer der WIDGE.de GmbH. "Die niedrigeren Kapitalzuwächse bei einem abgesenkten Zinssatz müssen schließlich ausgeglichen werden."

Aug

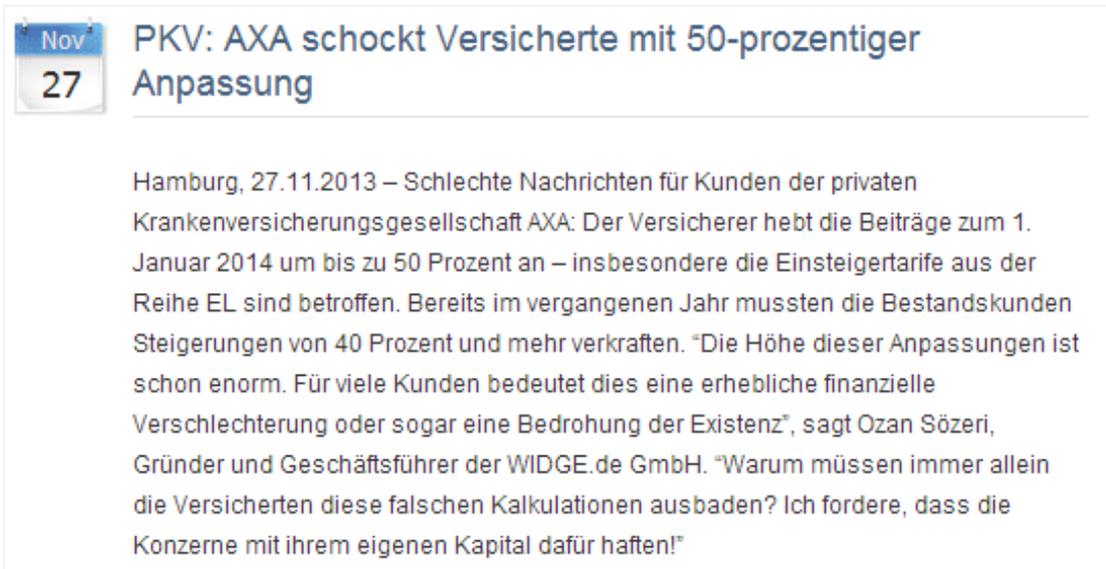
20

PKV: Doppelte Selbstbeteiligungen ab sofort unzulässig

Hamburg, 20.08.2013 – Tausende privat Krankenversicherte haben aufgrund doppelter Selbstbeteiligungen jahrelang zu viel an ihre Versicherungsgesellschaften gezahlt – damit ist nach dem Gerichtsurteil des Amtsgerichts München vom 2. Juli 2013 nun endgültig Schluss. Laut der aktuellen Entscheidung ist sowohl eine Kombination als auch eine Aneinanderreihung zweier Selbstbeteiligungen nicht zulässig. "Dank des Urteils können die Versicherten diese Zahlungen jetzt zurückfordern", weiß Ozan Sözeri, Gründer und Geschäftsführer der WIDGE.de GmbH.

MIT EIGENEN VERÖFFENTLICHUNGEN SELBST SCHLAGZEILEN SCHAFFEN

Die WIDGE.de GmbH setzt in ihren Online-Mitteilungen bewusst auf aktuelle politische Themen als Aufhänger und schlagzeilenwirksame Überschriften.



The screenshot shows a news article snippet. On the left, there is a calendar icon for November 27. The main headline reads: "PKV: AXA schockt Versicherte mit 50-prozentiger Anpassung". Below the headline, the text begins with "Hamburg, 27.11.2013 – Schlechte Nachrichten für Kunden der privaten Krankenversicherungsgesellschaft AXA: Der Versicherer hebt die Beiträge zum 1. Januar 2014 um bis zu 50 Prozent an – insbesondere die Einsteigertarife aus der Reihe EL sind betroffen. Bereits im vergangenen Jahr mussten die Bestandskunden Steigerungen von 40 Prozent und mehr verkraften. "Die Höhe dieser Anpassungen ist schon enorm. Für viele Kunden bedeutet dies eine erhebliche finanzielle Verschlechterung oder sogar eine Bedrohung der Existenz", sagt Ozan Sözeri, Gründer und Geschäftsführer der WIDGE.de GmbH. "Warum müssen immer allein die Versicherten diese falschen Kalkulationen ausbaden? Ich fordere, dass die Konzerne mit ihrem eigenen Kapital dafür haften!"

Durch die direkte Veröffentlichung der Online-Mitteilungen im Internet, schaffen die Versicherungsexperten somit auch eigene Schlagzeilen.

MIT ONLINE-MITTEILUNGEN DIE INFORMATIONEN ZU DEN ZIELGRUPPEN BRINGEN

Es reicht nicht aus, die Inhalte nur auf der eigenen Website zu publizieren, denn nur ein Bruchteil der potentiellen Kunden findet den Weg direkt dorthin. Vielmehr ist es wichtig, die Inhalte dorthin zu bringen, wo die Zielgruppe bereits ist – im Internet. Die Online-Mitteilung hat sich dafür als ein ganz eigenständiges und effektives Kommunikationsinstrument etabliert, um Botschaften weitreichend im Internet zu platzieren. Online-Mitteilungen lassen sich einfach und schnell über Presse-, Themen- und Branchenportale, sowie Social Media-Kanäle verbreiten und erreichen die Zielgruppen direkt.

MIT ONLINE-MITTEILUNGEN ZU MEHR VERÖFFENTLICHUNGEN – DER SERVICE VON PR-GATEWAY

Bereits Anfang 2011 entschloss sich die WIDGE.de GmbH, bei der Verbreitung ihrer Online-Pressemitteilungen auf den Service von PR-Gateway zu setzen. Als Marktführer im Versand von Online-Pressemitteilungen verfügt der Online-Presseverteiler über ein Netzwerk von über 1.000 Portalen, darunter Presse-, Themen- und Branchenportale, Blogs, News-Dienste, RSS-Verzeichnisse, Dokumenten- und Bilder-Netzwerke sowie Social Media-Kanäle. Durch den automatisierten Versand können die Online-Mitteilungen der WIDGE.de GmbH innerhalb von Minuten an alle themenrelevanten Portale übermittelt werden. Die weitreichende Verteilung der Online-Mitteilung über Presse-, Themen- und Branchenportale schafft zahlreiche Anlaufstellen für potentielle Kunden im Internet.

NACHHALTIGER PR-EFFEKT DURCH REGELMÄSSIGE VERÖFFENTLICHUNGEN

Durch die regelmäßige Veröffentlichung von Servicetipps, passend zur jeweiligen Jahreszeit, bleibt die WIDGE.de GmbH auch dauerhaft in der Aufmerksamkeit der Zielgruppe – im Zeitalter der Echtzeit-Kommunikation sind aktuelle Informationen schließlich wichtiger denn je. Eine regelmäßige Veröffentlichung ist daher ein wichtiges Kriterium für mehr Sichtbarkeit und Aufmerksamkeit bei der Zielgruppe (siehe Abbildung 7).

Übersicht Meldungen

Typ	Spr.	MID	Titel	Status	Erstellungsdatum	Veröffentlichungsdatum
P	DE	201883	PKV: AXA schockt Versicherte mit 50-prozentiger Anpassung	sent	2013-11-27 08:21:25	2013-11-27 08:57:01
P	DE	198341	PKV: Beiträge steigen weiter	sent	2013-10-31 15:22:42	2013-10-31 15:24:05
P	DE	190166	Bürgerversicherung: Entscheidung steht kurz bevor	sent	2013-09-10 08:11:34	2013-09-10 08:48:50
P	DE	187081	PKV: Doppelte Selbstbeteiligungen ab sofort unzulässig	sent	2013-08-19 16:02:27	2013-08-20 10:18:05
P	DE	176095	Niedrigzins: Erneute Beitragserhöhungen drohen	sent	2013-06-05 08:20:10	2013-06-05 09:00:02
P	DE	174946	Bürgerversicherung - Kritiker laufen Sturm	sent	2013-05-29 08:19:30	2013-05-29 09:05:13
P	DE	165257	Seniorenmesse Die68: WIDGE.de informiert über Tarifwechsel	sent	2013-03-27 08:54:15	2013-03-27 09:02:11
P	DE	164748	April 2013: PKV-Beiträge steigen weiter an	sent	2013-03-25 08:18:39	2013-03-25 09:03:39
P	DE	163073	PKV-Nichtzahlertarif - "Keine Lösung des Problems!"	sent	2013-03-14 08:14:46	2013-03-14 08:57:16
P	DE	159218	WIDGE.de erhält TÜV-Siegel	sent	2013-02-20 15:29:08	2013-02-21 09:01:06
P	DE	157114	Gesetzesänderung: Mehr Rechte für privat Versicherte	sent	2013-02-07 08:19:07	2013-02-07 10:12:53
P	DE	152618	Zufluchtsort Europäische Krankenversicherung - ein gefährlicher Trend	sent	2013-01-10 11:18:50	2013-01-10 12:12:08
P	DE	150942	Unisex-Umstellung: Teures Leistungsplus für Versicherte	sent	2012-12-20 08:18:50	2012-12-20 09:06:50
P	DE	147648	Beitragserhöhungen 2013: Millionen privat Versicherte sind betroffen	sent	2012-12-04 08:43:55	2012-12-04 09:31:39
P	DE	146201	Zukunft der PKV: "Eine Abschaffung ist unrealistisch!"	sent	2012-11-26 16:48:46	2012-11-27 09:08:25
P	DE	137913	Private Krankenversicherung: Erneut höhere Beiträge in 2013	sent	2012-10-09 08:32:20	2012-10-09 11:19:17

DIE VORTEILE BEIM VERSAND VON ONLINE-MITTEILUNGEN VIA PR-GATEWAY:

- Aufgrund der größeren Reichweite der Meldungen erreicht die WIDGE.de GmbH eine gesteigerte Aufmerksamkeit für die Online-Meldungen bei der Zielgruppe. Mit relevanten Inhalten und Ratschlägen für die richtige Versicherungsstrategie wird so eine positive Imagewirkung bei der Zielgruppe erzielt.
- Durch Links in den Online-Mitteilungen gelangen die Leser direkt zu weiterführenden Informationen auf der Website der WIDGE.de GmbH bzw. direkt zum Point of Sale.
- Die Archive der Presseportale speichern die Meldungen der WIDGE.de GmbH und bleiben so dauerhaft im Internet auffindbar.

TIPP

KOSTENLOSER LEITFADEN

Weitere Informationen zum Thema „[Mehr Kunden durch Online-PR – Praxisleitfaden für Finanzdienstleister und Versicherungen](#)“ finden Sie im kostenlosen Leitfaden:



Jetzt anfordern

<http://www.pr-gateway.de/white-papers/mehr-kunden-durch-online-pr-finance/>

Gefällt Ihnen diese Fallstudie?
Weitersagen!



Ihr Kontakt zu uns

 pr-gateway.de
 vertrieb@pr-gateway.de
 +49 2181 7569-266

PR-GATEWAY – FÜR MAXIMALE REICHWEITE UND SICHTBARKEIT



Eine Botschaft – mehr als 1.000 Portale. Über PR-Gateway erreichen Sie Ihre Zielgruppen di-

rekt. Unser umfassendes Lösungskonzept bietet Ihnen:



Versand Ihrer Online-Mitteilung an über 250 Presse- und Artikelportale, Blogs, Dokumenten-Netzwerke, Social Bookmark- und RSS-Verzeichnisse sowie an über 800 Themenportale

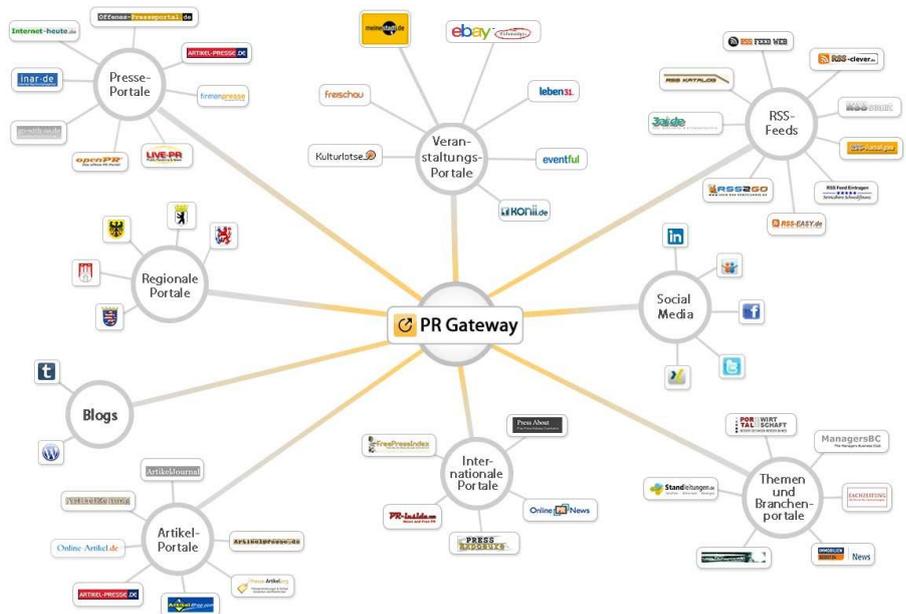


Veröffentlichung von Online-Mitteilungen mit Links auf Ihre Website, mit Fotos und Videos auf News- und Presseportalen sowie auf Ihren Social Media Profilen



Mehr Reichweite und Sichtbarkeit Ihrer Unternehmens-News durch erhöhte Präsenz in den Suchmaschinen und bei Ihren Zielgruppen

Über 3.000 Agenturen und Unternehmen nutzen bereits den reichweitenstarken Presseverteiler PR-Gateway, so zum Beispiel der Baur Versand, Mazda, HSE24 und EDEKA. Überzeugen Sie sich selbst und informieren Sie sich über erfolgreiche Online-PR Kampagnen unserer Kunden.



Erfahren Sie mehr in unseren Fallstudien
 » pr-gateway.de/fallstudien

Jetzt kostenlos testen:

» www.pr-gateway.de/anmeldung

Impressum

ADENION GmbH
 Merkatorstraße 2
 41515 Grevenbroich
 Web: pr-gateway.de

Geschäftsführer: Dipl. Ing. Andreas Winkler, Melanie Tamblé M.A.
 Registernummer: HRB 8141
 Amtsgericht Mönchengladbach

