

DOKUMENTATION – Zusammenfassung

Social-Media-Analyse: Juristische Online-Portale 2021



„Mehr Transparenz – mehr Kundennähe“
Im Auftrag des Nachrichtensenders ntv
Hamburg, 31. August 2021

UNTERNEHMEN KONTAKT

DEUTSCHES INSTITUT
FÜR SERVICE-QUALITÄT



Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Fon: 040 27 88 91 48 11
Fax: 040 27 88 91 48 91
m.hamer@disq.de
www.disq.de

Markus Hamer
Geschäftsführender
Gesellschafter

DEUTSCHES INSTITUT
FÜR SERVICE-QUALITÄT



Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Fon: 040 27 88 91 48 12
Fax: 040 27 88 91 48 91
b.moeller@disqmedia.de
www.disq.de

Bianca Möller
Geschäftsführerin
DISQ Media

Die folgenden Seiten sind ein Auszug. Die Gesamtdokumentation unterliegt einer Schutzgebühr in Höhe von 400 Euro (zzgl. MwSt.).

Fotoquellen: Oliver Görnandt-Schade (2), Getty Images/Wavebreakmedia

Sitz	Hamburg
Gründung	Juni 2006
Ziele	Transparenz schaffen; Verbesserung der Servicequalität in Deutschland
Status	Privatwirtschaftliches Institut (ohne öffentliche Zuschüsse), verbraucherorientiert, unabhängig (keine Studien im Auftrag von Unternehmen)
Ausrichtung	Mediendienstleister für TV-Sender sowie Publikums- und Fachpresse
Aufgabenfeld	Durchführung von Servicestudien, Tests und Kundenbefragungen auf Basis standardisierter, objektiver und aktueller Marktforschungsmethodik
Mitarbeiter	Expertenteam aus Ökonomen, Soziologen und Psychologen sowie über 2.000 geschulte Tester in ganz Deutschland
Beirat	Vorsitz: Brigitte Zypries / Bundesministerin a. D. (Wirtschaft und Justiz) Jochen Dietrich / ntv Nachrichtenfernsehen Marianne Voigt / Unternehmerin, Aufsichtsrat Prof. Peter Wippermann / Trendforscher

Inhaltsverzeichnis

Die folgenden Seiten sind ein Auszug. Die Gesamtdokumentation unterliegt einer Schutzgebühr in Höhe von 400 Euro (zzgl. MwSt.).

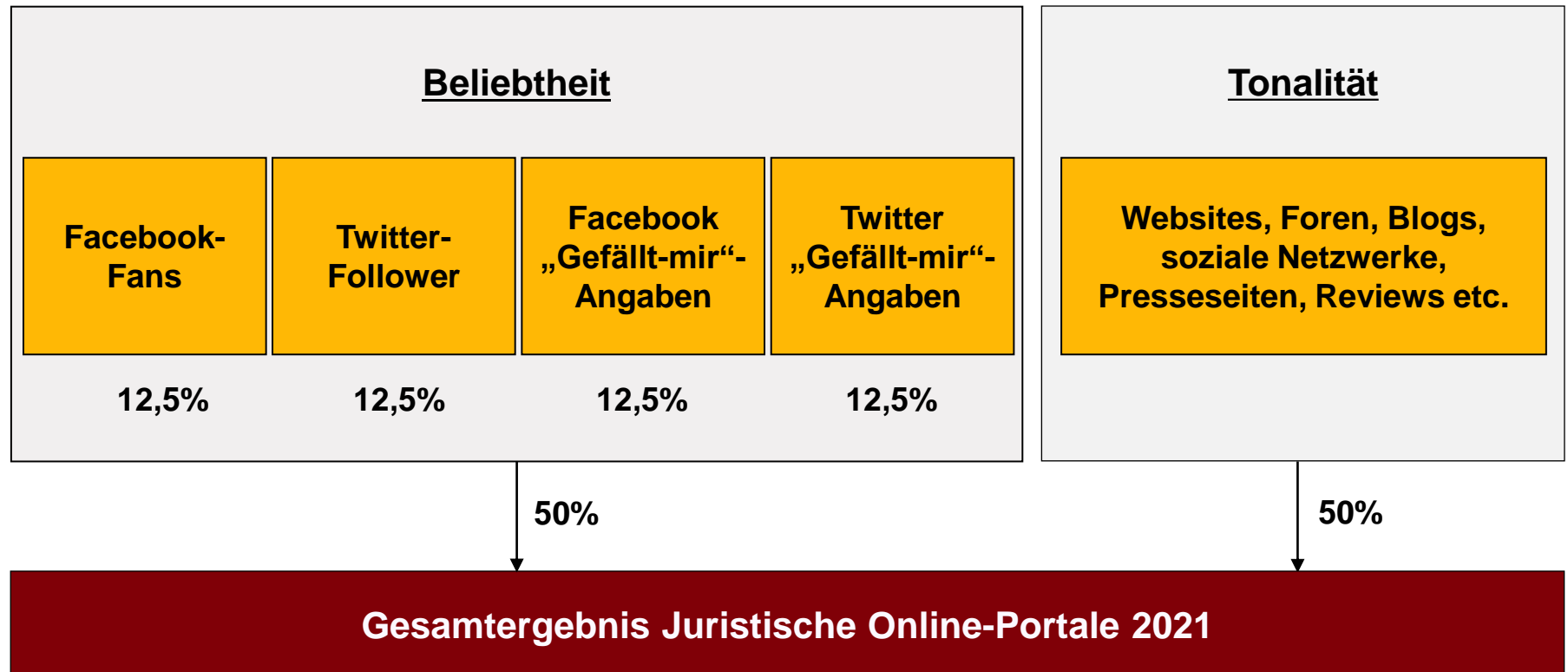
	Seite
1. Zahlen und Fakten zur Studie	5
2. Fazit	7
3. Die besten Unternehmen	8
4. Gesamtergebnis	10
Ergebnis Diverse Rechtsgebiete	12
Ergebnis Fluggastrecht	13
Ergebnis Mietrecht	14
Ergebnis Sozial- und Erbrecht	15
Ergebnis Verkehrsrecht	16
Ergebnis Vertragsrecht	17
5. Stärken und Schwächen der Branche	18
6. Methodik	20
Anhang	24

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Auftraggeber	Nachrichtensender ntv
Analyseverfahren	Social-Media-Monitoring mithilfe von Brandwatch Analytics: Berücksichtigt werden insgesamt rund 25 Millionen Websites, Foren, Blogs, Reviews und Presseseiten sowie Beiträge in sozialen Netzwerken
Studienumfang	22 Juristische Online-Portale, für die im Untersuchungszeitraum mindestens 80 Online-Beiträge vorhanden waren
Studienzeitraum	Mai 2020 bis Juli 2021
Analysezeitraum	1. Mai 2020 bis 25. Mai 2021
Analysebereiche	Umfassende Analyse von Online-Beiträgen anhand folgender Bereiche: <ul style="list-style-type: none">■ Beliebtheit (Fans / Follower / „Gefällt-mir“-Angaben in den sozialen Netzwerken)■ Tonalität (Stimmungsbild im Internet)

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Bewertungskriterien und Gewichtungen



3. Die besten Unternehmen

	1. Platz	2. Platz	3. Platz
Gesamtergebnis	Aboalarm	Rightmart	Geblikt.de
Ergebnis Diverse Rechtsgebiete	Rightmart	Advocado	123recht.de
Ergebnis Fluggastrecht	Airhelp	Flug-verspaetet.de	Flightright
Ergebnis Mietrecht	Mieter Engel	Lawio	Mineko
Ergebnis Sozial- und Erbrecht	Helpcheck	Afilio	Hartz4Widerspruch.de
Ergebnis Verkehrsrecht	Geblikt.de	My Right	-
Ergebnis Vertragsrecht	Aboalarm	Volders	-
Beliebtheit	Aboalarm, Geblikt.de, My Right	-	-
Tonalität	Flug-verspaetet.de	Rightmart	EUflight

4. Gesamtergebnis

Gesamtergebnis Juristische Online-Portale			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Ergebnis
1	Aboalarm	80,2	sehr gut
2	Rightmart	76,8	gut
3	Geblitzt.de	74,9	gut
4	Airhelp	72,3	gut
5	Advocado	72,2	gut
6	My Right	71,2	gut
7	Flug-verspaetet.de	68,5	befriedigend
8	Flightright	68,4	befriedigend
9	Volders	66,1	befriedigend
10	Mieter Engel	60,2	befriedigend
11	EUflight	55,7	ausreichend
12	Lawio	53,1	ausreichend
13	Mineko	52,3	ausreichend
14	123recht.de	51,1	ausreichend
15	Helpcheck	50,1	ausreichend
16	Afilio	47,2	ausreichend
17	Hartz4Widerspruch.de	47,0	ausreichend
18	Conny	46,3	ausreichend
19	Janolaw	45,0	ausreichend
20	Fairplane	44,3	ausreichend
21	Atornix	38,7	mangelhaft
22	Smartlaw.de	35,7	mangelhaft
	Branche (Mittelwert)	58,1	

100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100 (100 Punkte sind maximal erreichbar). Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben. Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede im Nachkommastellenbereich verursacht.

4. Gesamtergebnis

Gesamtergebnis Juristische Online-Portale			Beliebtheit		Tonalität	
100%			50%		50%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	Aboalarm	80,2	1	100,0	14	60,5
2	Rightmart	76,8	6	68,8	2	84,9
3	Geblikt.de	74,9	1	100,0	16	49,8
4	Airhelp	72,3	10	65,0	5	79,6
5	Advocado	72,2	4	82,5	12	61,8
6	My Right	71,2	1	100,0	17	42,4
7	Flug-verspaetet.de	68,5	15	50,0	1	87,0
8	Flightright	68,4	5	75,0	13	61,8
9	Volders	66,1	9	67,5	9	64,8
10	Mieter Engel	60,2	15	50,0	7	70,5
11	EUflight	55,7	19	28,8	3	82,6
12	Lawio	53,1	13	56,3	15	50,0
13	Mineko	52,3	20	23,8	4	80,8
14	123recht.de	51,1	12	63,8	19	38,4
15	Helpcheck	50,1	17	36,3	11	63,9
16	Afilio	47,2	18	30,0	10	64,4
17	Hartz4Widerspruch.de	47,0	14	53,8	18	40,3
18	Conny	46,3	10	65,0	20	27,6
19	Janolaw	45,0	21	22,5	8	67,5
20	Fairplane	44,3	6	68,8	21	19,9
21	Atornix	38,7	6	68,8	22	8,7
22	Smartlaw.de	35,7	22	0,0	6	71,3
	Branche (Mittelwert)	58,1		58,0		58,1

100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100 (100 Punkte sind maximal erreichbar). Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben. Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede im Nachkommastellenbereich verursacht.

6. Methodik

Hintergrund der Studie

Kurzarbeit, Reisebeschränkungen und annullierte Flüge – die Corona-Pandemie stellt viele Menschen vor Herausforderungen und offene Fragen. Ansprüche geltend zu machen, kostet Zeit und Nerven. Dies aber bildet die Geschäftsgrundlage sogenannter Legal-Tech-Anbieter. Aber auch wenn es um den Streit mit dem Vermieter, einen Strafzettel wegen Falschparken oder Hilfe bei Sozialanträgen geht, können diese Anbieter weiterhelfen. Die softwarebasierte Rechtdienstleistung meint die Digitalisierung und die Automatisierung des Rechts – und wird immer wichtiger. Der Begriff „Legal Tech“ kennt man vor allem durch Portale für Fluggastrechte oder die Durchsetzung der Mietpreisbremse. Er umfasst aber auch die Software, um Vertragstexte zu untersuchen oder Algorithmen für smarte Verträge. In der Corona-Krise helfen Onlinetools bei der Berechnung und Beantragung von Kurzarbeitergeld. Die juristischen Online-Portale unterstützen Privatpersonen rund um das Thema Recht in den verschiedensten Bereichen: von Fluggastrecht über Mietrecht bis hin zu Vertrags- und Verkehrsrecht.

Die vorliegende Studie untersucht die Positionierung der juristischen Online-Portale innerhalb der digitalen Medienlandschaft. Welche Beachtung erfahren die Portale? Welche Anbieter sind besonders beliebt in den sozialen Medien? Wer hebt sich durch eine auffallend positive mediale Berichterstattung hervor?

Ziel dieser Studie war es, das juristische Online-Portal mit dem besten Ergebnis in der Social-Media-Analyse zu ermitteln.

6. Methodik

Untersuchungsumfang

Im Rahmen dieser Studie wurden die bedeutendsten Online-Portale für juristischen Beistand unterschiedlichster Rechtsgebiete, sog. Legal-Tech-Anbieter, untersucht. Um die Anbieter mit der höchsten Relevanz zu identifizieren, erfolgte eine Untersuchung mittels der Social-Media-Monitoring-Software Brandwatch Analytics. Berücksichtigung in der Studie fanden Unternehmen mit mindestens 80 Web-Beiträgen im Untersuchungszeitraum.*

In das Sample aufgenommen wurden folgende 22 Juristische Online-Portale (in alphabetischer Reihenfolge):

- | | | |
|---------------|------------------------|----------------|
| ■ 123recht.de | ■ Fairplane | ■ Mieter Engel |
| ■ Aboalarm | ■ Flightright | ■ Mineko |
| ■ Advocado | ■ Flug-verspaetet.de | ■ My Right |
| ■ Afilio | ■ Geblitzt.de | ■ Rightmart |
| ■ Airhelp | ■ Hartz4Widerspruch.de | ■ Smartlaw.de |
| ■ Atornix | ■ Helpcheck | ■ Volders |
| ■ Conny | ■ Janolaw | |
| ■ EUflight | ■ Lawio | |

* Untersuchungszeitraum: 1. Mai 2020 bis 25. Mai 2021. Unternehmenseigene Beiträge und Beiträge ohne Kundenbezug wurden ausgeschlossen.

6. Methodik

Vorgehensweise

- Die Analyse der Tonalität der Online-Beiträge zu den Juristischen Online-Portalen sowie die Erfassung der „Gefällt-mir“-Angaben bei Facebook und Twitter erfolgten für den Untersuchungszeitraum vom 1. Mai 2020 bis 25. Mai 2021. Die Anzahl der Facebook-Fans sowie der Twitter-Follower wurde am 28. Juni 2021 erhoben.
- Zur Bewertung der Beliebtheit der Anbieter war relevant, wie viele Facebook-Fans und Twitter-Follower die unternehmenseigenen Kanäle zum Stichtag vorweisen konnten. Darüber hinaus wurde die Anzahl der „Gefällt-mir“-Angaben bei Facebook und Twitter im Untersuchungszeitraum ausgewertet.
- Bei der Analyse der Tonalität lag der Fokus auf Web-Beiträgen, die für Kunden relevante Themen behandelten. Hierfür erfolgte eine Einschränkung der Grundgesamtheit aller Beiträge mittels einer Schlagwortsuche nach vorab festgelegten Begriffen (z. B. Service, Kunde, Recht, Vertrag). Die identifizierte Datenmenge wurde anschließend hinsichtlich des Stimmungsbilds ausgewertet. Dabei fand eine Einteilung der Beiträge in positiv, neutral oder negativ statt. Die Bewertung der Unternehmen errechnete sich aus dem Verhältnis der positiven und negativen Beiträge.
- Für die Studie wurde Brandwatch Analytics, einer der renommiertesten Anbieter von Social-Media-Monitoring-Software in Europa, eingesetzt.

6. Methodik

Untersuchungskriterien

Social-Media-Analyse		100,0%
Beliebtheit		50,0%
Facebook-Fans	12,5%	
Twitter-Follower	12,5%	
Facebook „Gefällt-mir“-Angaben	12,5%	
Twitter „Gefällt-mir“-Angaben	12,5%	
Tonalität (Websites, Foren, Blogs, soziale Netzwerke, Reviews, Presseseiten etc.)		50,0%

	Seite
A. Internet-Beiträge	25
Positiv	25
Negativ	26
B. Allgemeine Methodik	27

B. Allgemeine Methodik

Social-Media-Analyse

- **Ziel:** Analyse der Positionierung von Unternehmen im Internet.
- **Analyse:** Mehrdimensionaler Ansatz; Berücksichtigung der für Kunden relevanten Beiträge in der Medienberichterstattung (schlagwortbasierte Einschränkung der Grundgesamtheit) sowie ausgewählter Leistungskennzahlen (z. B. Anzahl der Twitter-Follower, Anzahl der „Gefällt-mir“-Angaben bei Facebook, App-Bewertungen).
- **Verfahren:** Social-Media-Monitoring mithilfe von Brandwatch Analytics. Berücksichtigt werden insgesamt rund 25 Millionen Websites, Foren, Blogs, Reviews und Presseseiten sowie Beiträge in sozialen Netzwerken.
- **Umfang:** Der Umfang einer Social-Media-Analyse richtet sich nach dem Untersuchungsziel und der Branche. Unternehmen, die mindestens 100 bzw. 80 Beiträge in der digitalen Berichterstattung im Untersuchungszeitraum aufweisen, werden ausgewertet.
- **Stimmungsbild:** Einordnung der Beiträge in positiv, neutral oder negativ. Die Bewertung der Unternehmen errechnet sich aus dem Verhältnis der positiven und negativen Beiträge.
- **Qualitätskontrolle:** Sorgfältige Kontrolle und Optimierung der schlagwortbasierten Suchanfragen zur Sammlung der Grundgesamtheit der digitalen Beiträge, eine ausreichende Zahl an Beiträgen sowie eine manuelle Nachkontrolle der reichweitenstärksten Beiträge hinsichtlich des zugeordneten Stimmungsbilds stellen die Qualität der Ergebnisse sicher.