

DOKUMENTATION – Zusammenfassung

Social-Media-Analyse: Legal-Tech-Anbieter 2019



„Mehr Transparenz – mehr Kundennähe“
Im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv
Hamburg, 10. Dezember 2019

UNTERNEHMEN KONTAKT

DEUTSCHES INSTITUT
FÜR SERVICE-QUALITÄT



Markus Hamer
Geschäftsführender
Gesellschafter

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

DEUTSCHES INSTITUT
FÜR SERVICE-QUALITÄT



Bianca Möller
Geschäftsführerin
DISQ Media

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

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

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 / n-tv 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.).

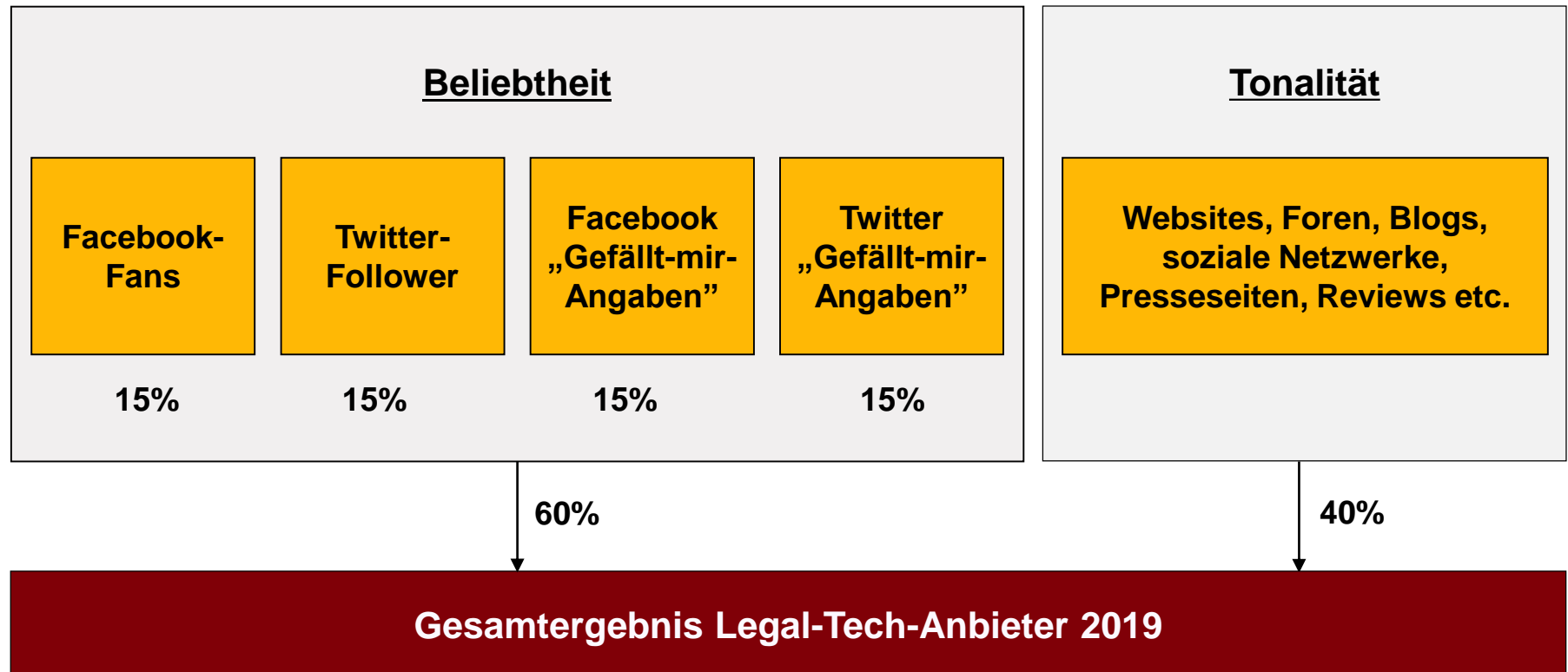
	Seite
1. Zahlen und Fakten zur Studie	5
2. Fazit	7
3. Gesamtergebnis	8
4. Die besten Unternehmen	10
5. Stärken und Schwächen der Branche	12
6. Methodik	14
Anhang	18

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Auftraggeber	Nachrichtensender n-tv
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	6 Legal-Tech-Anbieter, für die im Untersuchungszeitraum mindestens 80 Online-Beiträge vorhanden waren
Studienzeitraum	Mai bis Oktober 2019
Analysezeitraum	1. Juni 2019 bis 30. September 2019
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

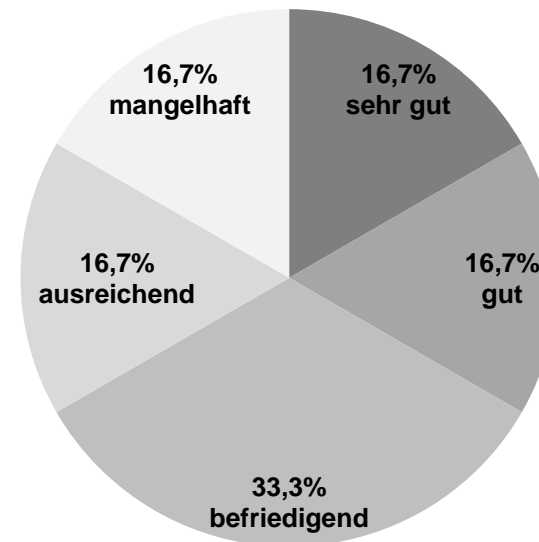
Bewertungskriterien und Gewichtungen



3. Gesamtergebnis

Gesamtergebnis Legal-Tech-Anbieter			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Ergebnis
1	Geblikt.de	80,0	sehr gut
2	Aboalarm	72,9	gut
3	Wenigermiete.de	64,0	befriedigend
4	My Right	61,0	befriedigend
5	Hartz4Widerspruch.de	49,1	ausreichend
6	Mieter Engel	36,6	mangelhaft
	Branche (Mittelwert)	60,6	

Verteilung der Gesamtergebnisse**



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.

** Eine Abweichung von 100 Prozent ist auf die Darstellung gerundeter Werte zurückzuführen.

3. Gesamtergebnis

Gesamtergebnis Legal-Tech-Anbieter			Beliebtheit		Tonalität	
100%			60%		40%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	Geblikt.de	80,0	1	100,0	6	50,0
2	Aboalarm	72,9	2	77,5	3	66,0
3	Wenigermiete.de	64,0	4	40,0	1	100,0
4	My Right	61,0	5	35,0	1	100,0
5	Hartz4Widerspruch.de	49,1	3	42,5	5	59,1
6	Mieter Engel	36,6	6	20,0	4	61,5
	Branche (Mittelwert)	60,6		52,5		72,8

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. Die besten Unternehmen

	1. Platz	2. Platz	3. Platz
Gesamtergebnis	Geblikt.de	Aboalarm	Wenigermiete.de
Beliebtheit	Geblikt.de	Aboalarm	Hartz4Widerspruch.de
Tonalität	My Right, Wenigermiete.de	-	Aboalarm

6. Methodik

Hintergrund der Studie

Die Miete in der neuen Wohnung erscheint zu hoch oder der Verkäufer verweigert die Gewährleistung auf die neue Kaffeemaschine: Legal-Tech-Anbieter unterstützen Verbraucher beim kleinen Ärger rund um das Thema Recht in den verschiedensten Bereichen. Hilfesuchende sparen sich dadurch den Weg zum Anwalt vor Ort. Der besondere Charme im Vergleich zu Rechtsanwältinnen: Der Kunde zahlt nur im Erfolgsfall. Das heißt, das Prozessrisiko trägt nicht er, sondern das Legal-Tech-Unternehmen. Das hat zur Folge, dass es für immer mehr Rechtsgebiete automatisierte Anwälte gibt.*

Mit der Digitalisierung der juristischen Arbeit, was vor allem eine Automatisierung einzelner Arbeitsprozesse oder ganzer Rechtsdienstleistungen bedeutet, soll eine Effizienzsteigerung erzielt und Kosten eingespart werden. Die Umsetzung von Legal-Tech erfolgt dabei meist mit Software und Online-Diensten.** Auch aus Unternehmenssicht bieten Legal-Techs also Vorteile.

Die vorliegende Studie soll die Positionierung der Legal-Tech-Anbieter innerhalb der digitalen Medienlandschaft untersuchen. Welche Beachtung erfahren die Legal-Tech-Portale? Welche Anbieter sind in den sozialen Medien besonders beliebt? Und wer hebt sich durch eine auffallend positive mediale Berichterstattung hervor?

* Tagesschau.de (2019): BGH zu Legal-Tech-Portalen. Sind die Online-Advokaten legal?. Online unter: <https://www.tagesschau.de/ausland/legal-tech-101.html> (Abrufdatum: 28.10.2019).

** Legal-Tech.de (o. J.): Was ist Legal Tech?. Online unter: <https://www.legal-tech.de/was-ist-legal-tech-ffi/> (Abrufdatum: 28.10.2019).

6. Methodik

Untersuchungsumfang

Im Rahmen der vorliegenden Studie wurden die bedeutendsten 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 sechs Legal-Tech-Anbieter (in alphabetischer Reihenfolge):

- Aboalarm
- Geblitzt.de
- Hart4Widerspruch.de
- Mieter Engel
- My Right
- Wenigermiete.de

* Unternehmenseigene Beiträge und Beiträge ohne Kundenbezug wurden ausgeschlossen.

6. Methodik

Vorgehensweise

- Die Analyse der Tonalität der Online-Beiträge zu den Legal-Tech-Anbietern sowie die Erfassung der „Gefällt-mir-Angaben“ bei Facebook und Twitter erfolgten für den Untersuchungszeitraum vom 1. Juni 2019 bis 30. September 2019. Die Anzahl der Facebook-Fans sowie der Twitter-Follower wurde am 30. September 2019 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 errechnet 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		60,0%
Facebook-Fans	15,0%	
Twitter-Follower	15,0%	
Facebook „Gefällt-mir-Angaben“	15,0%	
Twitter „Gefällt-mir-Angaben“	15,0%	
Tonalität (Websites, Foren, Blogs, soziale Netzwerke, Reviews, Presseseiten etc.)		40,0%

	Seite
A. Internet-Beiträge	19
Positiv	19
Negativ	20
B. Allgemeine Methodik	21

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.