

DOKUMENTATION – Zusammenfassung

Social-Media-Analyse: Juristische Online-Portale 2020



„Mehr Transparenz – mehr Kundennähe“
Im Auftrag des Nachrichtensenders ntv
Hamburg, 26. Mai 2020

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.).

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.).

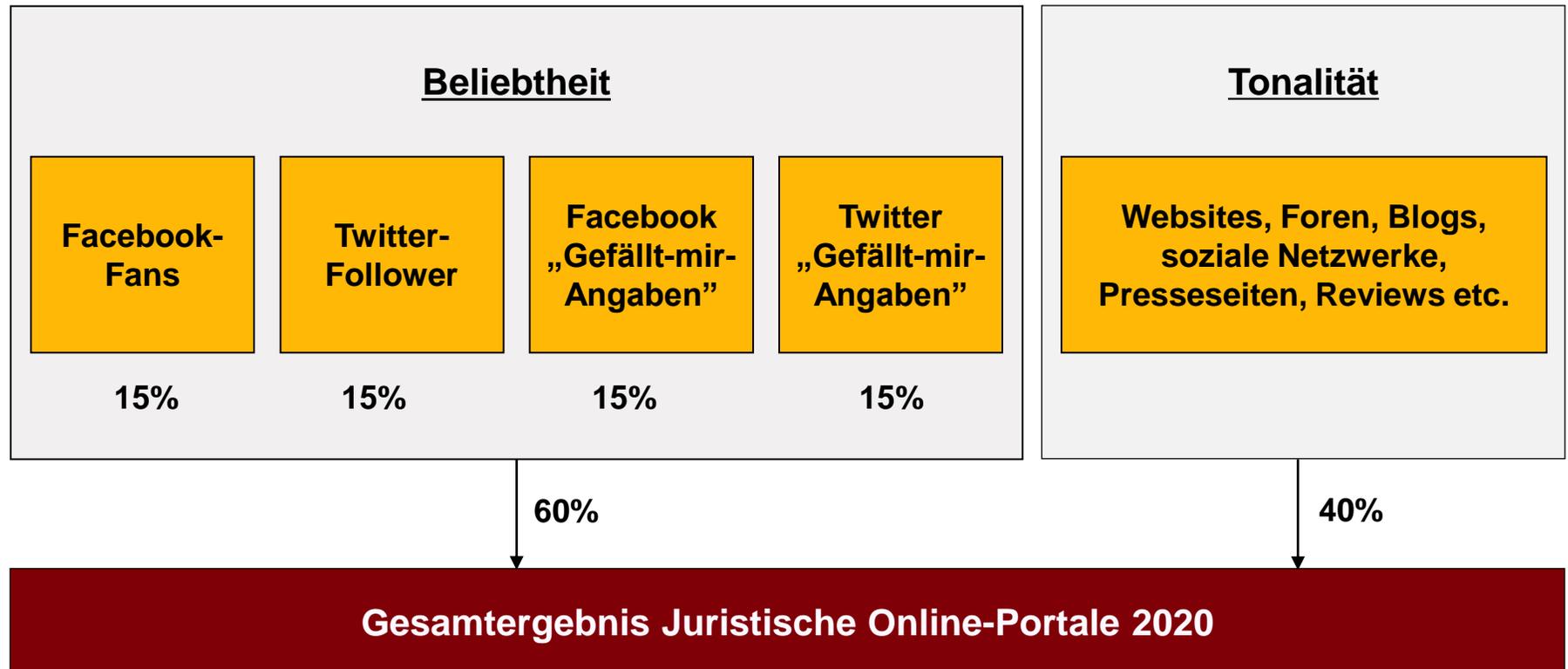
	Seite
1. Zahlen und Fakten zur Studie	5
2. Fazit	7
3. Die besten Unternehmen	8
4. Gesamtergebnis	10
Ergebnis Diverse Rechtsgebiete	12
Ergebnis Sozial- und Erbrecht	13
Ergebnis Mietrecht	14
Ergebnis Vertragsrecht	15
Ergebnis Verkehrsrecht	16
5. Stärken und Schwächen der Branche	17
6. Methodik	19
Anhang	23

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	17 Legal-Tech-Anbieter, für die im Untersuchungszeitraum mindestens 80 Online-Beiträge vorhanden waren
Studienzeitraum	Mai 2019 bis Mai 2020
Analysezeitraum	1. Mai 2019 bis 25. April 2020
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



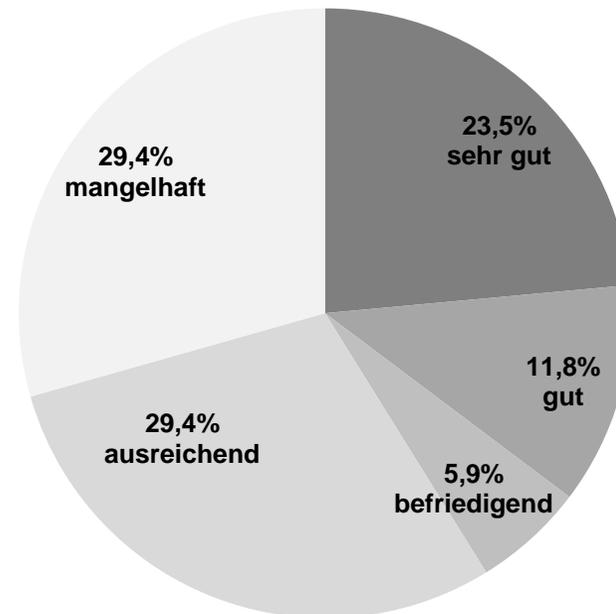
3. Die besten Unternehmen

	1. Platz	2. Platz	3. Platz
Gesamtergebnis	Advocado	Dipat	Wenigermiete.de
Beliebtheit	Aboalarm, Advocado, Geblizt.de	-	-
Tonalität	Dipat	Afilio	Kündigen.de

4. Gesamtergebnis

Gesamtergebnis Juristische Online-Portale			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Ergebnis
1	Advocado	86,6	sehr gut
2	Dipat	83,5	sehr gut
3	Wenigermiete.de	82,4	sehr gut
4	Aboalarm	81,3	sehr gut
5	Gebliktz.de	77,8	gut
6	My Right	72,7	gut
7	123recht.de	61,5	befriedigend
8	Kündigen.de	52,4	ausreichend
9	Afilio	51,4	ausreichend
10	Hartz4Widerspruch.de	48,0	ausreichend
11	Mieter Engel	43,5	ausreichend
12	Lawio	41,3	ausreichend
13	Yourxpert.de	39,4	mangelhaft
14	Helpcheck	36,6	mangelhaft
15	Janolaw	34,8	mangelhaft
16	Smartlaw.de	32,9	mangelhaft
17	Mineko	21,6	mangelhaft
Branche (Mittelwert)		55,7	

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.

4. Gesamtergebnis

Gesamtergebnis Juristische Online-Portale			Beliebtheit		Tonalität	
100%			60%		40%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	Advocado	86,6	1	100,0	5	66,6
2	Dipat	83,5	6	72,5	1	100,0
3	Wenigermiete.de	82,4	4	93,8	6	65,3
4	Aboalarm	81,3	1	100,0	10	53,1
5	Geblikt.de	77,8	1	100,0	12	44,5
6	My Right	72,7	4	93,8	14	41,0
7	123recht.de	61,5	7	61,3	7	62,0
8	Kündigen.de	52,4	12	30,0	3	86,1
9	Afilio	51,4	14	27,5	2	87,2
10	Hartz4Widerspruch.de	48,0	8	50,0	11	45,0
11	Mieter Engel	43,5	8	50,0	16	33,7
12	Lawio	41,3	12	30,0	8	58,2
13	Yourxpert.de	39,4	16	21,3	4	66,7
14	Helpcheck	36,6	11	32,5	13	42,9
15	Janolaw	34,8	15	22,5	9	53,2
16	Smartlaw.de	32,9	8	50,0	17	7,1
17	Mineko	21,6	17	12,5	15	35,1
Branche (Mittelwert)		55,7	55,7		55,8	

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.

6. Methodik

Hintergrund der Studie

Ob Streit mit dem Vermieter, Strafzettel wegen Falschparken oder Hilfe bei Sozialanträgen – in unzähligen Situationen kann es sinnvoll oder notwendig sein, einen Anwalt zu konsultieren. Dies spiegelt sich in der steigenden Anzahl an Anwälten und Rechtsberatungsunternehmen in Deutschland wider.*

Für individuelle juristische Hilfe muss jedoch nicht mehr zwingend eine Anwaltskanzlei vor Ort aufgesucht werden. Die juristische Arbeit von Anwälten wird immer häufiger digitalisiert und automatisiert. Die sogenannten Legal-Tech-Anbieter unterstützen Privatpersonen rund um das Thema Recht in den verschiedensten Bereichen. Der größte Vorteil für den Verbraucher: Der Kunde zahlt nur im Erfolgsfall. Das heißt, das Prozessrisiko trägt nicht er, sondern das Legal-Tech-Unternehmen.

Die Studie zum Thema Juristische Online-Portale 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?

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

* Vgl. Statista (2018): Statista-Dossier zur Rechtsberatung mit Statistiken basierend auf Daten des Statistischen Bundesamts und der Bundesrechtsanwaltskammer, S. 2, 12. Online unter: <https://de.statista.com/statistik/studie/id/14936/dokument/rechtsberatung--statista-dossier/> (Abrufdatum: 21.04.2020).

6. Methodik

Untersuchungsumfang

Im Rahmen der vorliegenden Studie wurden die bedeutendsten Online-Portale für juristischen Beistand, sogenannte 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 17 Legal-Tech-Anbieter (in alphabetischer Reihenfolge):

- 123recht.de
- Aboalarm
- Advocado
- Afilio
- Dipat
- Geblitzt.de
- Hartz4Widerspruch.de
- Helpcheck
- Janolaw
- Kündigung.de
- Lawio
- Mieter Engel
- Mineko
- My Right
- Smartlaw.de
- Wenigermiete.de
- Yourxpert.de

* Untersuchungszeitraum: 01.05.2019-25.04.2020; 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. Mai 2019 bis 25. April 2020. Die Anzahl der Facebook-Fans sowie der Twitter-Follower wurde am 5. Mai 2020 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		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	24
Positiv	24
Negativ	25
B. Allgemeine Methodik	26

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.