

Neue Studie

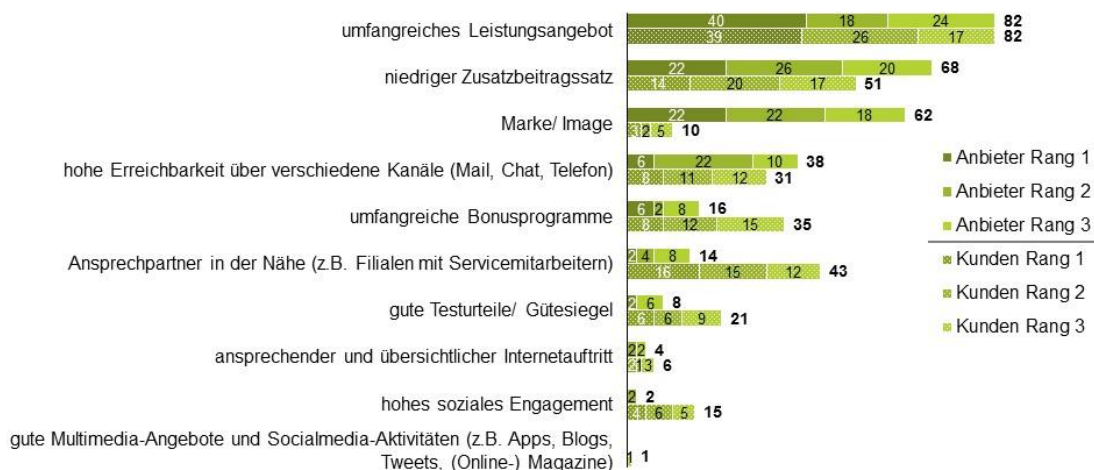
## Wie GKV und PKV mit Transparenz, Sympathie und Vertrauen bei ihren Kunden punkten können

[Leipzig, 10. September 2015] Vertrauen, Kulanz und Glaubwürdigkeit sind für Kunden die wichtigsten Image-Kriterien bei der Wahl ihrer Krankenkasse. Ob diese innovativ oder exklusiv ist, spielt kaum eine Rolle. Zudem überschätzen viele Anbieter von Krankenversicherungen die alleinige Wirkung von Marke und Image sowie die Einführung des Zusatzbeitrags zu Beginn des Jahres, wohingegen sie die Wichtigkeit eines Ansprechpartners in der Nähe, gute Testurteile, Bonusprogramme und das soziale Engagement eher unterschätzen. Dies geht aus einer gemeinsamen Studie des Marktforschungsinstituts HEUTE UND MORGEN und der Gesundheitsforen Leipzig hervor.

Anbieter unterschätzen die Wichtigkeit eines Ansprechpartners in der Nähe, gute Testurteile, Bonusprogramme und das soziale Engagement der Kasse. Kunden geben nicht offen zu, dass Marke und Image auch eine Rolle in ihrem Auswahlprozess spielen.



**Anbieter:** Was glauben Sie, nach welchen Kriterien wählen Kunden ihre Krankenkasse aus? Welche drei der folgenden Merkmale sind Kunden am wichtigsten? / **Kunden:** Welche der drei folgenden Merkmale sind Ihnen persönlich bei der Auswahl einer Krankenkasse am wichtigsten?



(Angaben in Prozent; absteigend nach Summe der Häufigkeiten in der Gruppe der Anbieter sortiert; Anbieter: n=50, Kunden: n=1.602)

Wie GKV und PKV mit Transparenz, Sympathie und Vertrauen bei Kunden strategisch punkten können – Anbieter- und Kundensicht

© HEUTE UND MORGEN GmbH; Gesundheitsforen Leipzig GmbH 16

Abb. 1

Um Versicherte länger zu binden oder neue zu gewinnen, sind inzwischen nicht nur der Preis und umfangreiche Leistungsangebote relevant. Bei der Wahl einer Krankenkasse sind immer häufiger auch weiche Faktoren entscheidend. Doch welche Maßnahmen erzeugen beim Versicherten tatsächlich Vertrauen und lassen Krankenversicherungen als Sympathieträger erscheinen? Welche

Initiativen erhöhen die viel beschworene Transparenz gegenüber den Versicherten? Wie wichtig sind Social Media-Kanäle? Was bieten GKV- und PKV-Anbieter hierfür ihren Kunden bereits an?

Die Studie geht der Frage nach, wie GKV und PKV mit Transparenz, Sympathie und Vertrauen bei Kunden strategisch punkten können. Dazu haben die Gesundheitsforen Leipzig mit dem Marktforschungsinstitut HEUTE UND MORGEN 70 GKV- und PKV-Anbieter (nicht repräsentative Online-Interviews) und 2.153 Kunden (repräsentativ in Form von Online-Interviews) im Alter von 18 bis 65 Jahren im Zeitraum Juli bis August 2015 befragt und sowohl die Kunden- als auch die Anbietersicht dabei berücksichtigt.

### **Was wünschen sich GKV-Kunden von ihrer Krankenkasse?**

Eine vertrauensvolle Krankenkasse zeichnet sich aus Kundensicht dadurch aus, dass sie transparent agiert, kompetente und freundliche Beratungen bietet sowie ehrlich und zuverlässig ist. Dabei bezieht sich die Forderung der Kunden nach Transparenz auf klare Aussagen zum Thema Zusatzbeitrag, dem Wunsch nach übersichtlichen Leistungen ohne versteckte Zusatzkosten sowie der Veröffentlichung aller relevanten Geschäftsdaten. Mit Zuverlässigkeit verbinden Kunden, dass versprochene Leistungen – auch telefonisch verabredete – ohne Verzögerung erbracht werden.

Überraschenderweise haben 78 Prozent der gesetzlich Versicherten trotz zunehmender Wechselaktivitäten Vertrauen zu ihrer Krankenkasse. Drei Viertel finden diese sogar sympathisch. Direkt gefragt, sind den Mitgliedern Vertrauen, Kulanz und Glaubwürdigkeit zwar am wichtigsten. Eine indirekte Analyse (mittels der Korrelation) zeigt hingegen, dass für die Gesamtzufriedenheit mit der Kasse und die Weiterempfehlungsbereitschaft der Kunden Sympathie und Vertrauen am bedeutendsten sind. Sympathie wird demnach von den Mitgliedern selbst unterschätzt.

Insgesamt „nur“ 58 Prozent der gesetzlich Versicherten nehmen ihre Krankenkasse als transparent wahr. Die IKK und BKK werden von ihren Versicherten sogar als besonders transparent wahrgenommen. Trotzdem können sich 17 Prozent der gesetzlich Versicherten einen Krankenkassenwechsel vorstellen und jeder zweite vielleicht. Laut der Studie hängen die Gesamtzufriedenheit und die Empfehlungsbereitschaft von GKV-Kunden stark mit der Wahrnehmung von Sympathie und Vertrauen zusammen.

### **Welche Maßnahmen erzeugen Transparenz, Sympathie und Vertrauen?**

Für die Förderung von Transparenz, Vertrauen und Sympathie bieten 94 Prozent der befragten GKV-Anbieter gedruckte Kundenmagazine an und weisen ihre Kunden auf Gütesiegel hin (93 Prozent). Zudem haben GKV-Anbieter inzwischen mehrheitlich Auftritte auf Facebook. Der Mehrheit der gesetzlich Versicherten ist die Aktivität ihrer Krankenkasse bei Twitter (73 Prozent) und auf Google+ (69 Prozent) jedoch egal. Auch die Existenz einer Facebook-Seite finden knapp zwei Drittel eher unwichtig.

Im Gegensatz dazu wünscht sich ein Großteil der Kunden (39 Prozent) von ihrer Krankenkasse, um bei ihnen Vertrauen, Transparenz und Sympathie zu erzeugen, dass diese sich zeitnah um ihre Anliegen und Beschwerden kümmert und dass es einen persönlichen Ansprechpartner für alle Themen gibt (31 Prozent). *„Der Einsatz eines Beschwerdemanagements wird sowohl von den Anbietern als auch den Kunden als sehr wichtig angesehen“*, erläutert Nicole Schuldt von den Gesundheitsforen Leipzig.

#### **Gesundheitsforen Leipzig GmbH**

Hainstraße 16 | 04109 Leipzig | T +49 341 98988-0 | F +49 341 98988-9199 | E kontakt@gesundheitsforen.net | I www.gesundheitsforen.net

Büro München | Landsberger Straße 110 | 80339 München | T +49 89 9998179-0 | F +49 89 9998179-01

Geschäftsführer: Dipl.-Inform. (FH) Roland Nagel, Executive MBA (HSG) | Amtsgericht Leipzig HRB 25802 | USt-IdNr.: DE268809429

Bankverbindung: Sparkasse Leipzig | Bankleitzahl: 860 555 92 | Kontonummer: 1100 98 41 58 | SWIFT-BIC: WELA DE 8L | IBAN: DE27 8605 5592 1100 9841 58

*„Bislang sind die Gesetzlichen Krankenversicherungen hier noch etwas besser aufgestellt als die Privaten. Beide planen jedoch einen Ausbau ihrer Aktivitäten in diesem Bereich.“*

### **Was wünschen sich PKV-Kunden von ihrer Krankenkasse?**

Fragt man die PKV-Kunden ist ihnen bei der Auswahl ihrer Krankenversicherung ein umfangreiches Leistungsangebot am wichtigsten. PKV-Anbieter vermuten hingegen, dass Kunden eher nach Prämienhöhe entscheiden. Die Bedeutung von Marke und Image wird auch von den PKV-Anbietern überschätzt. Jeweils über die Hälfte der privat Versicherten wünscht sich einen vertrauensvollen und kulantem Krankenversicherer. Innovation und Exklusivität spielen hingegen keine Rolle.

Die Auswertung der Daten ergab, dass knapp drei Viertel der privat Versicherten Vertrauen zu ihrem Krankenversicherer haben und über die Hälfte ihren Krankenversicherer als transparent wahrnehmen. Insgesamt ergibt sich laut Studie, dass die PKV-Versicherten mit ihren Anbietern sehr zufrieden sind. Je älter die Befragten, desto weniger zufrieden waren sie. Lediglich 15 Prozent können sich einen Wechsel ihres Anbieters vorstellen. Auch im PKV-Markt hängen die Gesamtzufriedenheit und die Empfehlungsbereitschaft der Kunden eng mit der Wahrnehmung von Vertrauen und Sympathie zusammen.

Ein Drittel der Kunden ist begeistert, wenn sich der PKV-Anbieter zeitnah um ihre Anliegen kümmert. Weitere Begeisterungsfaktoren sind faire Kommunikation und persönliche Ansprechpartner. Social Media-Aktivitäten, wie Präsenz auf Google+, Twitter oder Facebook werden auch von PKV-Kunden als vergleichsweise unwichtiger eingestuft.

*„Offene und faire Kommunikation, ein aktives Bindungsmanagement und nicht zuletzt auch Markenpflege stellen wichtige Strategiesäulen im GKV- und PKV-Markt dar“, sagt Tanja Höllger, Geschäftsführerin beim Kölner Marktforschungs- und Beratungsinstitut HEUTE UND MORGEN. „Alle relevanten Kundenkontaktpunkte sollten dafür genutzt werden, um mit geeigneten Services und Servicegarantien die Mitglieder- und Kundenbindungen zu stärken und potenzielle Neukunden zu gewinnen.“*

### **Gütesiegel für GKV- und PKV-Versicherte relevant?**

*„Gütesiegel spielen sowohl bei GKV-Mitgliedern als auch bei PKV-Kunden eine bedeutende Rolle, werden aber auch durchaus kritisch und teilweise als unglaubwürdig gesehen, wenn Bewertungskriterien nicht transparent sind“, erläutert Nicole Schuldt von den Gesundheitsforen Leipzig. „Laut unserer Studie wird den Gütesiegeln von Stiftung Warentest am meisten vertraut, gefolgt von TÜV-Siegeln.“* 71 Prozent der GKV-Versicherten sind jedoch begeistert, wenn ihre Krankenkasse aus einer Bewertung als Testsieger hervorgeht oder eine gute Note erreicht. Auch PKV-Kunden sind mehrheitlich an Gütesiegeln ihres Krankenversicherers interessiert. 77 Prozent möchten zudem wissen, wofür das Siegel vergeben wurde. Zudem wünschen sich 71 Prozent, dass sich ihr Krankenversicherer regelmäßig testen lässt.

#### **Gesundheitsforen Leipzig GmbH**

Hainstraße 16 | 04109 Leipzig | T +49 341 98988-0 | F +49 341 98988-9199 | E kontakt@gesundheitsforen.net | I www.gesundheitsforen.net

Büro München | Landsberger Straße 110 | 80339 München | T +49 89 9998179-0 | F +49 89 9998179-01

Geschäftsführer: Dipl.-Inform. (FH) Roland Nagel, Executive MBA (HSG) | Amtsgericht Leipzig HRB 25802 | USt-IdNr.: DE268809429

Bankverbindung: Sparkasse Leipzig | Bankleitzahl: 860 555 92 | Kontonummer: 1100 98 41 58 | SWIFT-BIC: WELA DE 8L | IBAN: DE27 8605 5592 1100 9841 58

## Weitere Studieninformationen und Studienbestellung

Die 220-seitige Studie „Wie GKV und PKV mit Transparenz, Sympathie und Vertrauen bei Kunden strategisch punkten können“ – mit umfangreichen weiteren Ergebnissen und der detaillierten Analyse von insgesamt 50 Serviceangeboten und Maßnahmen ist ab sofort erhältlich und kann über die HEUTE UND MORGEN GmbH bzw. Gesundheitsforen Leipzig bezogen werden. Die Studienergebnisse liefern GKV- und PKV-Anbietern viele wertvolle Orientierungen und Impulse für ihre Markenstrategie.

Weitere Studieninformationen erhalten Sie unter [www.gesundheitsforen.net/studien](http://www.gesundheitsforen.net/studien)

### Kontakt:

Vicki Richter  
Presse-/Öffentlichkeitsarbeit  
Gesundheitsforen Leipzig GmbH  
**T** +49 341 98988-337  
**E** richter@gesundheitsforen.net

Tanja Höllger  
Geschäftsführerin  
HEUTE UND MORGEN GmbH  
**T** +49 221 995005-12  
**E** tanja.hoellger@heuteundmorgen.de

## Über die Gesundheitsforen Leipzig GmbH

Die Gesundheitsforen Leipzig sind der Wissensdienstleister für die Gesundheitsbranche. Durch die Arbeit in interdisziplinären Teams entwickeln und implementieren sie praxisnahe Lösungen rund um das Management von Unternehmen im Gesundheitswesen in Form von Beratung, Softwareentwicklung oder Datenanalysen.

Ihr Anliegen ist es, den Wissenstransfer zwischen den Akteuren der Branche zu fördern und nachhaltig zu unterstützen. Durch themenspezifische Arbeitskreise, Konferenzen, Workshops und Kongresse bieten die Gesundheitsforen ihren Kunden verschiedene Kommunikationsplattformen, um neueste Entwicklungen im Gesundheitswesen zu diskutieren und neues Wissen zu generieren. Als führender Anbieter von Business Intelligence und Analyselösungen engagieren sie sich auch im Bereich Forschung.

### Gesundheitsforen Leipzig GmbH

Hainstraße 16 | 04109 Leipzig | **T** +49 341 98988-0 | **F** +49 341 98988-9199 | **E** kontakt@gesundheitsforen.net | **I** www.gesundheitsforen.net

Büro München | Landsberger Straße 110 | 80339 München | **T** +49 89 9998179-0 | **F** +49 89 9998179-01

Geschäftsführer: Dipl.-Inform. (FH) Roland Nagel, Executive MBA (HSG) | Amtsgericht Leipzig HRB 25802 | USt-IdNr.: DE268809429

Bankverbindung: Sparkasse Leipzig | Bankleitzahl: 860 555 92 | Kontonummer: 1100 98 41 58 | SWIFT-BIC: WELA DE 8L | IBAN: DE27 8605 5592 1100 9841 58