

**jetzt
wechseln!**

Nach der Beitragsanpassung ist vor der Beitragsanpassung

HEUTE UND MORGEN GKV-Trendstudie 2015

in Kooperation mit

 **Gesundheitsforen Leipzig**

Hintergrund und Zielsetzung der Studie

Die Inhalte des verpflichtenden postalischen Schreibens zur Mitteilung über die Erhebung des Zusatzbeitrags wurden durch das Bundesgesundheitsministerium detailliert vorgeschrieben – vom konkreten Beitragssatz über das Sonderkündigungsrecht bis hin zum Hinweis auf potentiell günstigere Krankenkassen.

Wie die Ausgestaltung dieser Schreiben erfolgte, blieb den Kassen selbst überlassen, sodass einschlägige Unterschiede in der Kommunikation des Zusatzbeitragssatzes und des Sonderkündigungsrechts auftraten.

Nur wie macht man das als Kasse am Besten ohne gleich schlafende Hunde zu wecken?

Dies war der Anlass für die vorliegende GKV-Trendstudie und die Studieninitiatoren liefern Ihnen mit dieser Studie die Antworten auf u.a. folgende Fragestellungen nach der ersten GKV-Beitragsbriefwelle von Ende 2014:

- ▶ Wie gut ist der Wissensstand der GKV-Versicherten zur neuen Beitragsreform überhaupt?
- ▶ Und wie hoch ist der weitere Wissensbedarf?
- ▶ Was kam an Informationen bei den Mitgliedern an und wie gut wurden diese bewertet?
- ▶ Wie zufrieden ist man mit der Kommunikation der eigenen Kasse und wie bewertet man speziell den Beitragsbrief, den man im Dezember erhalten hat?

Zusätzlich zu den bisherigen Einstellungen, Reaktionen und Wünschen der Mitglieder hinsichtlich der neuen Marktdynamisierung haben wir auch noch ergänzend sechs reale Beitragsbriefe ganz unterschiedlicher Kassen in anonymisierter Form getestet, aus denen sich viele hilfreiche Empfehlungen für zukünftige Schreiben ableiten lassen.

Der Ergebnisbericht umfasst insgesamt ca. 130 Seiten und geht über das HEUTE hinaus, indem wir Ihnen Empfehlungen für das MORGEN mit auf den Weg für Ihre Kommunikationspolitik geben!

Denn wie der Studientitel bereits besagt: Nach der Beitragsanpassung ist vor der Beitragsanpassung!

Aktuell wird dies bereits heiß in der Presse diskutiert. Für die einzelnen Kassen, die den Zusatzbeitrag jeweils individuell festlegen, bedeutet die aktuelle Schätzerprognose aus dem Oktober 2015, dass sie ihre Mitglieder – wie schon Ende 2014 – voraussichtlich in Kürze erneut zur eigenen Beitragsgestaltung informieren müssen. Dabei gilt es Hürden und Fehler zu vermeiden.

Wir freuen uns, wenn wir mit der Studie einen wertvollen Beitrag zur Optimierung Ihres zukünftigen Beitragsbriefes 2015 leisten können!

Ihr Team von HEUTE UND MORGEN & den Gesundheitsforen Leipzig

Aktuell wird die prognostizierte Zusatzbeitragssteigerung bereits heiß in der Presse diskutiert

manager magazin

14.10.2015 Versicherung wird teurer

Kassenbeitrag steigt wohl um 0,3 Prozent - aber nur für Arbeitnehmer

Von mm-newsdesk | 340



Suche

DIE WELT

→ DIE WELT Jetzt testen

Home Politik Wirtschaft Geld Sport Wissen Panorama Feuilleton ICON Reise PS WELT Regional Meinung Videos Markt

Wirtschaft > Krankenkassen erwarten deutlich steigende Beiträge

WIRTSCHAFT GESETZLICHE VERSICHERUNG 03.06.15

Krankenkassen-Betrag steigt auf bis zu 16,4 Prozent

Ausgaben und Einnahmen im Gesundheitswesen klaffen immer stärker auseinander. Zudem plant die Koalition teure Reformen. Bezahlen müssen das die Versicherten: Zusatzbeiträge könnten sich verdoppeln.



Bis zu 0,3 Prozent mehr

Schäubles Finanzplan zeigt: 2016 steigen Krankenkassenbeiträge an



Milliardenlücke

14. Oktober 2015 09:05 Uhr

Beiträge zu Krankenkassen sollen 2016 steigen

Den Krankenkassen fehlen laut einem Zeitungsbericht Milliarden-Beträge. Deshalb sollen 2016 die Beiträge angehoben werden. Getragen werden muss die Erhöhung ausschließlich von den Arbeitnehmern.

Inhalte im Überblick

Wissensstand und Wissensbedarf	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Informationsverhalten der Verbraucher zur Beitragsreform ▶ Aktueller Wissensstand und Einstellungen zur aktuellen Beitragsreform ▶ Informationswunsch und -bedarf hinsichtlich der Kommunikation der eigenen Kasse
Wahrnehmung der Kommunikation der eigenen Krankenkassen	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Zufriedenheit mit der Kommunikation der eigenen Kasse ▶ Eingesetzte Kommunikationsmittel der Kasse und deren Bewertung ▶ Wahrnehmung und Bewertung des Beitragsbriefes der eigenen Kasse
Auswirkungen der Beitragsreform hinsichtlich Wechselneigung	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Generelle Einstellungen zur Beitragsreform und der Marktdynamisierung ▶ Einfluss des Beitragsbriefes auf das eigene Verhalten (Reaktion nach dem Lesen) ▶ Preissensitivität und Wechselneigung der Mitglieder

Inhalte im Überblick

Gesamt- und Detailevaluation von 6 Beitragsbriefen	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Evaluation der Informationsschreiben und Empfehlungen für zukünftige Beitragsbriefe <ul style="list-style-type: none"> ▶ Es werden sechs unterschiedliche Beitragsbriefe detailliert evaluiert, mit denen Kassen Ende letzten Jahres ihrer Kommunikationspflicht nachgekommen sind.
<i>Methodische Anmerkung</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ <i>Die Briefe wurden anonymisiert und ohne Angabe der Kasse vorgestellt, um den Markeneinfluss zu reduzieren und die Kommunikation als solche bewerten zu lassen.</i> ▶ <i>Um die Länge des Fragebogens für die Teilnehmer überschaubar zu halten, hat jeder Befragte nur einen Brief bewertet, der jeweils zufällig ausgewählt wurde.</i>

Hätten Sie's gedacht? Eine gute Kommunikationspolitik der Kassen zur Beitragsreform – auch bei hohem Zusatzbeitrag – wirkt sich positiv auf die Mitgliederbindung aus!

Ergebnisauszug

Zufriedenheit Beitragsreform

Alles in allem: Wie zufrieden sind Sie mit der Information Ihrer Krankenkasse zur Beitragsreform?

Gesamtzufriedenheit

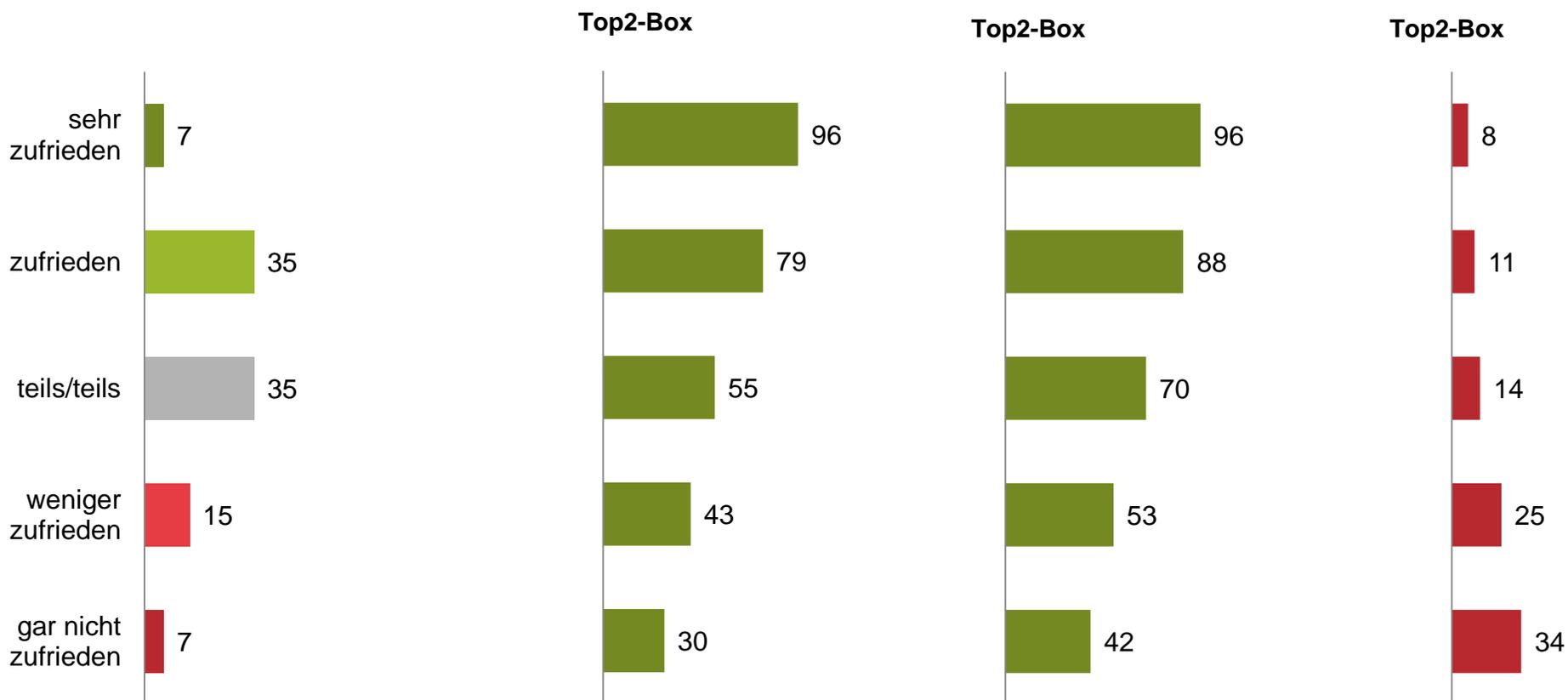
Wie bewerten Sie Ihre Krankenkasse insgesamt? (Anteil „hervorragend“/„sehr gut“)

Empfehlungsbereitschaft

Würden Sie ihre Krankenkasse an gute Freunde weiterempfehlen? (Anteil „auf jeden Fall“/„eher ja“)

Wechselabsicht

Können Sie sich vorstellen, ihre jetzige Krankenkasse zu wechseln? (Anteil „auf jeden Fall“/„eher ja“)



(Angaben in Prozent, Gesamt: n=1.856, Darstellung der Top2-Box-Werte bei Gesamtzufriedenheit, Empfehlungsbereitschaft und Wechselabsicht, n=1.806-1.843)

Besonders affin für Werbung günstiger Kassen und wechselbereit sind jüngere Personen, freiwillig Versicherte und IKK-Mitglieder.

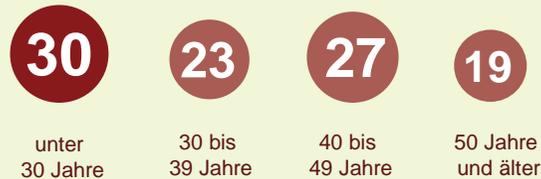
Wie stark stimmen Sie den folgenden Aussagen zum Thema Zusatzbeitrag zu?

Wenn mir eine Kasse mit geringerem Zusatzbeitrag Werbung schickt, würde ich über einen Wechsel noch mal genauer nachdenken.

Bestandskunden.



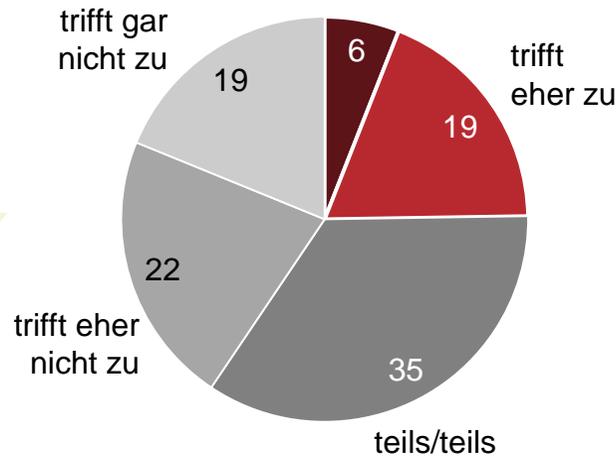
Unter-30-Jähige.



Über 3.000 € HNE.



trifft voll zu



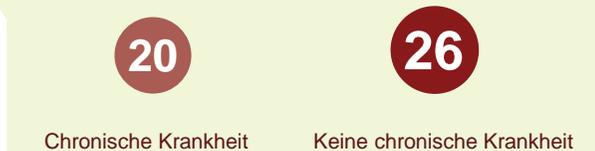
Freiwillig gesetzlich Versicherte.



IKK-Mitglieder.



Nicht-chronisch-Kranke.



(Angaben in Prozent, n=1.875, dargestellt sind die Top2-Box-Werte, mit zunehmendem Wert, werden die Zahlen und Kreise größer dargestellt, nur bedeutende Subgruppen-Unterschiede dargestellt: n=126-1.607)

Sympathische Schreibweise und Verständlichkeit sind für die Gesamtzufriedenheit mit der Korrespondenz am wichtigsten.

Korrelation zentraler Eigenschaften mit der Gesamtzufriedenheit mit dem Brief (über alle Briefvarianten hinweg):

Eine Korrelation bezeichnet den Zusammenhang zwischen zwei Merkmalen. Eine Korrelation von 0 bedeutet, dass kein Zusammenhang zwischen zwei Merkmalen besteht, eine Korrelation von 1 steht für einen perfekten Zusammenhang.



* Ursprünglich negativ formuliertes Item, umkodiert

(Angaben in Prozent, n=1.904-1.943); sortiert nach Korrelation mit Gesamtzufriedenheit mit dem Brief, alle Korrelationen signifikant)

Den Befragten wurde jeweils randomisiert ein realer Beispielbrief zur Bewertung vorgelegt.

Für die Bewertung der Informationsbriefe zur Beitragsreform wurden sechs verschiedene Musteranschreiben, anhand von realen Praxisbeispielen erstellt. Diese unterscheiden sich nach Länge, Struktur, Zusatzbeitragshöhe und Zusatzinformationen sowie den Argumentationen zum Zusatzbeitrag und zum Sonderkündigungsrecht.

Zur Vermeidung von Markeneffekten blieben die Namen der Kassen anonym. Um die Dauer der Befragung einzuschränken und Abbruchraten zu vermindern, erhielt jeder Befragte, randomisiert nur einen dieser Beitragsbriefe zur Bewertung. Dadurch ergeben sich je Brief kleinere Stichproben als in der allgemeinen Auswertung der Ergebnisse.

Brief 1

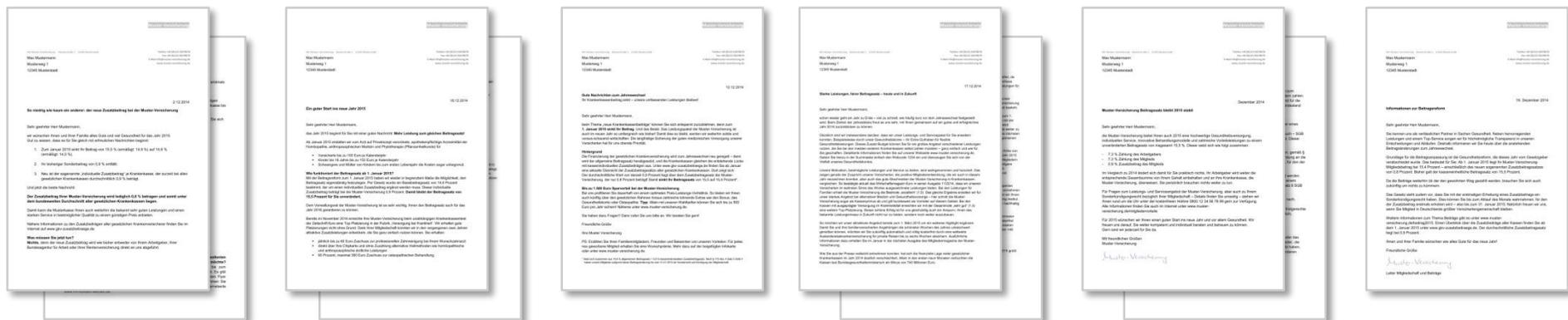
Brief 2

Brief 3

Brief 4

Brief 5

Brief 6



Umfassender Studienbericht inkl. relevanter Subgruppenanalyse und zahlreiche Empfehlungen aus Sicht der Marktforschung.

Auf 132 Seiten finden Sie zu allen Fragestellungen detaillierte Ergebnisse:

5. Wissensstand Wissensbedarf

16 Prozent der Versicherten geben an, innerhalb der Befragung zum ersten Mal von der Beitragsreform zu hören. Bei den unter 30-Jährigen ist jeder Vierte unwissend.

Wie stark stimmen Sie der folgenden Aussage zum Thema gesetzliche Krankenversicherung zu?
Ich höre jetzt zum ersten Mal von der Beitragsreform und dass es unterschiedliche Zusatzbeiträge bei den Kassen gibt.

Kassenart	Gesamt	7	9
Ersatzkasse		7	8
AOK		9	1
IKK		8	8
BKK		5	8
Altersgruppen	unter 30 Jahre	13	
	30 bis 39 Jahre	5	11
	40 bis 49 Jahre	7	9
	50 Jahre und älter	5	6

(Angaben in Prozent, Gesamt: n=1.002, Subgruppen: n=127-915)
Vor der Beitragsanpassung | Nach der Beitragsanpassung

4. Kommunikation der eigenen Klasse

Nur 17 Prozent der Befragten geben an, die Information ihrer Krankenkasse zu den neuen Beitragssätzen und Zusatzbeiträgen aufmerksam gelesen zu haben.

Hat Ihre Krankenkasse Sie über die neuen Beitragssätze und Zusatzbeiträge, die seit Januar 2015 gültig sind, informiert?

Ja, ich habe die Informationen auch aufmerksam gelesen.	7	9
Ja, aber ich habe die Informationen nur kurz überflogen.	7	8
Ja, aber ich habe die Information gar nicht gelesen.	9	1
Weiß ich nicht, da ich Schreie von meiner Krankenkasse ungelesen aussortiere.	8	8
Nein, ich habe gar keine Informationen erhalten.	5	8

(Angaben in Prozent, Gesamt: n=2.000, Anteil aufmerksam Lesende: 17%)
Vor der Beitragsanpassung | Nach der Beitragsanpassung

2. Auswirkungen der Reform hinsichtlich Wechselabgleich

Vor allem Personen, die noch nie die Kasse gewechselt haben und AOK-Mitglieder schätzen den Aufwand für einen Wechsel sehr hoch ein.

Wie stark stimmen Sie den folgenden Aussagen zum Thema Zusatzbeitrag zu?
Eigentlich würde ich gerne zu einer Kasse mit geringerem Zusatzbeitrag wechseln, aber ich scheue den Aufwand dafür.

Freiwillig gesetzlich Versicherte:

Ebenfalls wird der Zusatzbeitrag und dessen beschönigende Kommunikation negativ hervorgehoben sowie die Werbewirkung des Briefes kritisiert.

Glät es etwas, das Ihnen an diesem Brief weniger gut gefällt? Was genau und warum?

unzureichende Hervorhebung des Sonderkündigungsrechts (22%)	zu viel Text / zu viele Informationen (20%)	unverständlich / ungenau (20%)
Kritik am Zusatzbeitrag / beschönigend (11%)	optische Gestaltung (8%)	unübersichtlich (3%)
wirkt wie Werbung (10%)	Sonstiges (11%)	

(Angaben in Prozent, Aussagen aus den O-Tönen, nur Befragte, die diese Zielkategorie zur Beurteilung ableiten haben, n=103)
Vor der Beitragsanpassung | Nach der Beitragsanpassung

3. Übertragungen der Reform hinsichtlich Wechselabgleich

Vor allem Personen, die noch nie die Kasse gewechselt haben und AOK-Mitglieder schätzen den Aufwand für einen Wechsel sehr hoch ein.

Wie stark stimmen Sie den folgenden Aussagen zum Thema Zusatzbeitrag zu?
Eigentlich würde ich gerne zu einer Kasse mit geringerem Zusatzbeitrag wechseln, aber ich scheue den Aufwand dafür.

Eltern: 20% Kinder, 16% keine Kinder

Unter-30-Jährige: 21% unter 30 Jahre, 15% 30 bis 39 Jahre, 18% 40 bis 49 Jahre, 15% 50 Jahre und älter

1.500 bis unter 3.000 € HNE: 17% unter 200 €, 19% 200 bis unter 3.000 €, 15% über 3.000 €

(Angaben in Prozent, n=1.000, dargestellt sind die Top3-Bio-Werte, mit zunehmendem Wert, um Unterschiede dargestellt, n=117-1.002)
Vor der Beitragsanpassung | Nach der Beitragsanpassung

trifft gar nicht zu: 34%

trifft voll zu: 4%

trifft eher nicht zu: 25%

Brief 3

„Das mit dem Sonderkündigungsrecht ist nur unten ganz klein zu lesen, finde ich nicht fair.“

„Da steht nichts von Sonderkündigungsrecht.“

„Obwohl das Glas halb leer ist, wurde es als halb voll beschrieben.“

„Der Brief ist nicht auffällig genug.“

„Viel Text - wenig Infos, die für den einzelnen Versicherten von Interesse sind, vieles ist unwichtig.“

„Die Infos zum Zusatzbeitrag und zum letztendlichen Gesamtbetrag sind ein wenig verwirrend.“

„Der Brief ähnelt weniger einem Informationsschreiben, als vielmehr einem Werbeangebot.“

„Der Brief wirkt unübersichtlich.“

„Man soll viel im Internet nachlesen. Die Möglichkeit hat nicht jeder.“

Untersuchungsdesign und Eckdaten

Stichprobe

- ▶ n=2.000 Pflicht- oder freiwillig Versicherte der gesetzlichen Krankenversicherung zwischen 18 und 65 Jahren (Repräsentativ-Verteilung)
- ▶ Ausschluss: keine privat krankenversicherten Personen

Erhebungsform

- ▶ Onlinebefragung in einem Verbraucherpanel

Befragungsdauer

- ▶ Ø ca. 15 Minuten

Befragungszeitraum

- ▶ 10.02.2015 - 22.02.2015

Bestell-Fax für die Studie an: 0221 995005 29

„Nach der Beitragsanpassung ist vor der Beitragsanpassung“

► Bestellung

Hiermit bestellen wir verbindlich die Studie

„Nach der Beitragsanpassung ist vor der Beitragsanpassung“ zum Preis von 1.950 € zzgl. MwSt. (pdf-Format; 132 Seiten)

► Ansprechpartner für Fragen

Tanja Höllger; tanja.hoellger@heuteundmorgen.de; +49 (0)221 995005-12

Nicole Schuldt; schuldt@gesundheitsforen.net; +49 (0)341 98988-335



Alternativ können Sie auch via Mail an **info@heuteundmorgen.de** die Bestellung mit Angabe des Empfängers und der Rechnungsadresse senden!

► Empfänger und Rechnungsadresse

Name, Vorname: _____

Firma, Abteilung: _____

Straße: _____

PLZ, Ort: _____

Telefon: _____

E-Mail-Adresse zur Versendung: _____

Ort, Datum, Unterschrift

Kurzprofil

- ▶ HEUTE UND MORGEN ist ein unabhängiges Full-Service-Marktforschungsinstitut mit Sitz im Herzen von Köln.
- ▶ HEUTE UND MORGEN ist Experte für Marktforschungslösungen im Finanzdienstleistungssektor.
- ▶ Wir bieten Ihnen hohes Expertenwissen zu aktuellen Marktentwicklungen und einen strategischen Blick auf sämtliche Fragestellungen der Finanzdienstleistungsbranche.
- ▶ Seit vielen Jahren unterstützen wir unsere Kunden mit Marktforschungsexpertise in den folgenden Bereichen:
 - ▶ Qualitätsmanagement und Prozessanalysen
 - ▶ Marken- und Kommunikationsforschung
 - ▶ Produkt- und Preisforschung
 - ▶ Markt- und Zielgruppenanalysen
- ▶ Weitere Informationen finden Sie unter:
<http://www.heuteundmorgen.de/>
- ▶ Unsere aktuellen Marktstudien finden Sie unter:
<http://www.heuteundmorgen.de/Finanzmarktrends.html/>

Auszug aus unseren Referenzen



Ihre Ansprechpartner



Tanja Höllger

Geschäftsführerin

- ▶ +49 221 995005-12
- ▶ tanja.hoellger@heuteundmorgen.de



Birgit Menzen

Junior Projektleiterin

- ▶ +49 221 995005-23
- ▶ birgit.menzen@heuteundmorgen.de

Die Studieninitiatoren

Gesundheitsforen Leipzig GmbH

Kurzprofil

- ▶ Wir - die Gesundheitsforen Leipzig - verstehen uns als Wissensdienstleister für die Akteure im Gesundheitsmarkt.
- ▶ Unter Beachtung aktuellster wissenschaftlicher Erkenntnisse entwickeln und implementieren wir zukunftsweisende Lösungen rund um das erfolgreiche Management von Unternehmen im Gesundheitsmarkt.
- ▶ Unser Anliegen ist es dabei, ein umfassendes Netzwerk für den gegenseitigen Informations- und Erfahrungsaustausch aufzubauen. Dieses Netzwerk besteht aus Fach- und Führungskräften unserer Partnerunternehmen und Institutionen der Gesundheitsbranche, insbesondere gesetzlichen und privaten Krankenversicherern, Pharma- und Medizintechnikunternehmen sowie weiteren Leistungserbringern im Gesundheitswesen wie IT- und Unternehmensberatungen, Verbänden und Vereinen.
- ▶ Wir bieten fachlich fundierte Informationsdienstleistungen, ein breites Spektrum von Veranstaltungen, innovative, sowohl fachlich als auch methodisch fundierte Beratungsleistungen und maßgeschneiderte Softwareprodukte an.
- ▶ Weitere Informationen finden Sie unter:
<http://www.gesundheitsforen.net/>

Unsere Referenzen (Auszug)



Ihre Ansprechpartnerin



Nicole Schuldt
Projektmanagerin

- ▶ +49 341 98988-335
- ▶ schuldt@gesundheitsforen.net