

Produkte, Leistungen und Services, die Kunden im Krankenzusatzbereich begeistern



HEUTE UND MORGEN



UNSER
ANGEBOT

Liebe Interessenten,

sich neben der gesetzlichen Krankenversicherung zusätzlich abzusichern, ist mit Sicherheit nicht verkehrt. Möglichkeiten von Krankenzusatzversicherungen gibt es viele und immer mehr werden abgeschlossen. Doch treffen Sie auch den Bedarf der GKV-Versicherten?

Unsere Studie fokussiert die folgenden Fragestellungen :

- Wie gut fühlt man sich durch die **gesetzliche Krankenkasse** versorgt? Wo werden Lücken wahrgenommen?
- Was sind die am häufigsten abgeschlossenen Krankenzusatzversicherungen? Wie groß ist die **Abschlussbereitschaft**?
- Was für Erwartungen werden an die **Produktausgestaltung** gestellt?
- Mit welchen zusätzlichen **innovativen und digitalen Leistungsbausteinen und Services** können Kunden gewonnen werden (Online-Gesundheitscoachings, Telemedizin, Therapie-Apps u.a.)?
- Mit welchen Themen und Angeboten erreicht man speziell **jüngere Zielgruppen**?

Dies sind nur einige der relevanten Fragen, die wir uns in unserer aktuellen Mehrbezieher-Studie zu diesem Thema stellen.

Wir würden uns freuen, Ihr Interesse zu wecken!

Ihr Team von HEUTE UND MORGEN

UNTERSUCHUNGSDESIGN UND ECKDATEN



Befragungsmethode:

- Online-Befragung über ein Verbraucherpanel



Befragungsdauer:

- Ø 20 Minuten



Befragungszeitraum:

- 11.-17.5.2021



Stichprobe:

Insgesamt 1.065 Befragte:

- Im Alter von **18-50 Jahren**
- Pflicht- oder freiwillig Versicherte der gesetzlichen Krankenversicherung
- Bevölkerungsrepräsentativ quotiert nach Bundesland



Studienpreis:

- 2.500 €



WO GIBT ES LÜCKEN IN DER

GESETZLICHEN KRANKENVERSICHERUNG?



?

AUSZÜGE AUS DEN ERGEBNISSEN (I/III)

DIE BEFRAGUNG LIEFERT DETAILLIERTE INSIGHTS ZU WAHrgENOMMENEN VERSORGUNGSLÜCKEN DURCH DIE GESETZLICHE KRANKENKASSE UND ZEIGT ABSCHLUSSPOTENZIALE FÜR KRANKENZUSATZVERSICHERUNGEN AUF:

Am besten abgesichert fühlt man sich noch bei Impfungen und Vorsorgeuntersuchungen. Bei allen weiteren Leistungen sinkt die Zufriedenheit deutlich, oft weiß man gar nicht, wie stark die KK die Leistungen mit übernimmt.

? Wie gut fühlen Sie sich hinsichtlich der folgenden Leistungen bei Ihrer gesetzlichen Krankenkasse abgesichert? (I)



Angaben in Prozent; Ranking absteigend nach Top2-Box; n=1.065

29

HEUTE UND MORGEN

Mit deutlichem Abstand am beliebtesten sind Auslandskranken- und Zahnzusatzversicherung. Das kurzfristige Abschlusspotenzial ist im Bereich Zahnzusatz- und Vorsorge-Leistungen am höchsten.

? Welche der folgenden Krankenzusatzversicherungen besitzen Sie für sich persönlich?

- Ja, vor mehr als 24 Monaten abgeschlossen
- Ja, vor weniger als 24 Monaten abgeschlossen
- Nein, aber Abschluss geplant
- Nein, kann ich mir aber grundsätzlich vorstellen
- Nein, kommt für mich nicht in Frage



Angaben in Prozent; Ranking absteigend nach Top2-Box; n=911-1.037

37

HEUTE UND MORGEN

APOTHEKEN, REISEBÜROS,
SUPERMÄRKTE, ...
WAS KOMMT FÜR
ABSCHLÜSSE IN FRAGE?



AUSZÜGE AUS DEN ERGEBNISSEN (II/III)

DIE STUDIE ERMITTELT AUßERDEM POTENZIALE FÜR (NEUE) VERTRIEBSWEGE UND MÖGLICHE KOOPERATIONSPARTNER IM VERTRIEB VON KRANKENZUSATZVERSICHERUNGEN:

Für zukünftige Versicherungsabschlüsse ist die eigene Krankenkasse die erste Wahl. Erst danach folgen Abschlüsse bei Versicherern.

Stellen Sie sich einmal vor, Sie möchten eine Krankenzusatzversicherung abschließen. Über welche Wege käme ein Abschluss für Sie grundsätzlich in Frage?



Insgesamt 81 % aller gesetzlich Krankenversicherten können sich vorstellen, eine Krankenzusatzversicherung über einen Ansprechpartner der Krankenkasse oder direkt online bei der Krankenkasse abzuschließen.

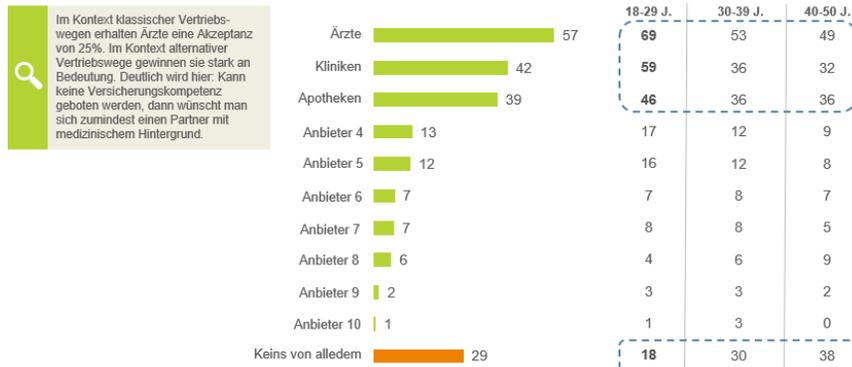
Angaben in Prozent; Mehrfachnennungen möglich; n=588

43

HEUTE UND MORGEN

Abschlüsse von Krankenzusatzversicherungen kann man sich hauptsächlich an Orten mit medizinischem Hintergrund vorstellen. Je jünger, desto höher ist die Bereitschaft zu weniger konventionellen Versicherungsabschlüssen.

Über welche anderen Anbieter könnten Sie sich noch vorstellen, zukünftig Krankenzusatzversicherungen abzuschließen?



Im Kontext klassischer Vertriebswegen erhalten Ärzte eine Akzeptanz von 25%. Im Kontext alternativer Vertriebswege gewinnen sie stark an Bedeutung. Deutlich wird hier: Kann keine Versicherungskompetenz geboten werden, dann wünscht man sich zumindest einen Partner mit medizinischem Hintergrund.

Angaben in Prozent; Mehrfachnennungen möglich; n=670, 18-29 Jahre: n=311, 30-31 Jahre: n=360, 40 bis 50 Jahre: n=299

80

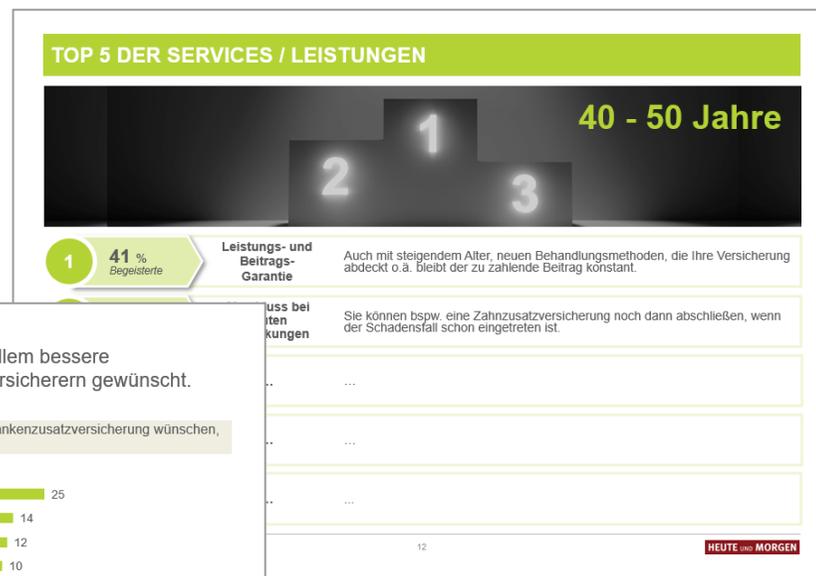
HEUTE UND MORGEN



WELCHE LEISTUNGEN UND SERVICES
KÖNNEN BEGEISTERN?

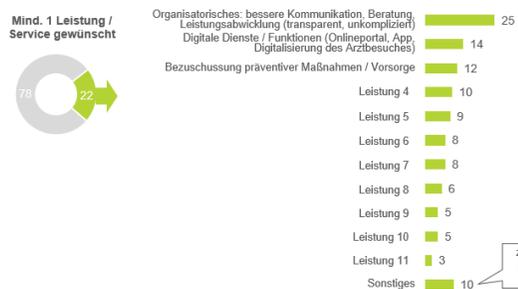
AUSZÜGE AUS DEN ERGEBNISSEN (III/III)

IM RAHMEN DER STUDIE WURDEN ZUDEM EINE VIELZAHL AN INNOVATIVEN LEISTUNGEN BZW. SERVICES IM BEREICH KRANKENZUSATZ AUF ATTRAKTIVITÄT GETESTET. DIE ERGEBNISSE ZEIGEN U.A. PRÄFERENZEN AUCH NACH ALTER.



Neben konkreten Gesundheitsleistungen werden vor allem bessere Kommunikation / Beratung und digitale Dienste von Versicherern gewünscht.

? Welche weiteren Leistungen oder Services würden Sie sich von einer Krankenzusatzversicherung wünschen, die es so bisher nicht gibt?



Angaben in Prozent; kategorisierte offene Nennungen; Mehrfachnennungen möglich; n=239

BESTELLUNG DER STUDIE PER MAIL

NETTOKOSTEN
ZZGL. GESETZL. MWST

Studienreport		
<input type="checkbox"/>	Analysebericht (PDF, ca. 90 Seiten)	2.500 €

Ihre Kontaktdaten			
Name		Unternehmen	
E-Mail		Telefon	
Ort, Datum		Unterschrift	

IHRE ANSPRECHPARTNER BEI FRAGEN		
Tanja Höllger	tanja.hoellger@heuteundmorgen.de	0221-995005-12
Vanessa Precht	vanessa.precht@heuteundmorgen.de	0221-995005-32

Diese Studie ist einschließlich aller Bestandteile urheberrechtlich geschützt. Quelle Bilder: Fotolia, Getty Images, iStock, unsplash, pixabay, Pexels

STUDIEN INITIATOREN



HEUTE UND MORGEN

KURZPROFIL

- Full-Service-Institut mit Sitz im Herzen von Köln
- Mitgliedschaft beim BVM
- TÜV-zertifizierter externer Datenschutzbeauftragter
- Zahlreiche Partnerschaften & Lehraufträge & Netzwerke

QUALITATIVE METHODEN



Interview



Kreativ-
workshop



Gruppen-
diskussion



Online
Community

QUANTITATIVE METHODEN



online



persönlich



mobile



schriftlich



telefonisch

FORSCHUNGS- UND BERATUNGSLÖSUNGEN



Kundenzufriedenheit



Produkt und Preis



Marke



Mitarbeiterzufriedenheit



Kommunikation



Digitaler und kultureller Wandel

STUDIEN FINANZMARKT- TRENDS

HEUTE UND MORGEN

HEUTE UND MORGEN STUDIENREIHE »FINANZMARKTTRENDS«

- Mit unserer Studienreihe »Finanzmarktrends« greifen wir regelmäßig aktuelle Entwicklungen und Innovationen auf und testen diese auf ihre Akzeptanz und Zukunftsfähigkeit in der Finanzdienstleistungsbranche.
- Im Fokus stehen dabei die Bereiche: Produktentwicklung, Digitalisierung, neue Serviceideen und viele weitere frische Impulse für Marketing, Kommunikation und Vertrieb.
- Nutzen Sie die wertvollen Grundlagen für Marketing, Serviceoptimierung und Vertrieb!

BEREITS ERSCHIENEN

- Nachhaltige Versicherungsprodukte (2021)
- Mobilität der Zukunft: Chancen und Risiken für Versicherer (2021)
- Dos & Don'ts für Versicherer und Krankenkassen in den sozialen Medien (2020)
- Markenmonitor Assekuranz (2020)
- Wirkung von Siegeln in der Assekuranz (2020)
- Betriebliche Krankenversicherung – Was in Zukunft wichtig ist (2020)
- Techmonitor Assekuranz (2019 / 2020)
- Nachhaltigkeit: Dos and Don'ts für Versicherer (2020)
- „Alexa, starte meinen Versicherer-Skill ...“ – Wie Versicherer und PKV / GKV von Skills für Smart Speaker profitieren können (2019)
- Infopost – So steigern Sie die Lesebereitschaft (2018)
- Cyberversicherungen – Potenziale im Privatkundenmarkt (2018)
- #verführ #mich #gerne #aber #gut – Akzeptanz und Wirkung von Content- und Influencer-Marketing (2017)
- Versicherungsabschluss online: So steigern Sie die Abschlussquote (2017)



STUDIEN

GKV-TRENDS

HEUTE UND MORGEN

HEUTE UND MORGEN STUDIENREIHE »GKV-TRENDS«

- Mit unserer Studienreihe »GKV-Trends« beleuchten wir regelmäßig aktuelle Entwicklungen in der Gesetzlichen Krankenversicherung.
- Trends in der Mitgliedergewinnung, Wechselneigung und Wechselprävention, Beitragskommunikation, Kundenerwartungen und Anbieterpräferenzen sowie Positionierungsstrategien sind nur einige Themen.
- Nutzen Sie die wertvollen Grundlagen für Marketing, Serviceoptimierung & Vertrieb!

BEREITS ERSCHIENEN

- Dos & Don'ts für Versicherer und Krankenkassen in den sozialen Medien – mit Corona-Special (2020)
- Nachhaltigkeit: Dos and Don'ts für Krankenkassen (2020)
- Customer Journey Gesetzliche Krankenversicherung Folgestudie 2019
- „Alexa, starte meinen Versicherer-Skill ...“ – Wie Versicherer und PKV/GKV von Skills für Smart Speaker profitieren können (2019)
- Digitalisierung in der GKV – Was sich Mitglieder an digitalen Lösungen von ihrer Kasse wünschen (2018)
- #verführ #mich #gerne #aber #gut – Akzeptanz und Wirkung von Content- und Influencer-Marketing (2017)
- Betriebliches Gesundheitsmanagement und betriebliche Krankenversicherung: Chancen, Potenziale und Bedarfe aus Arbeitgebersicht (2017)

” Die Studienreihe »GKV-Trends« von HEUTE UND MORGEN liefert uns regelmäßig wertvolle Erkenntnisse zu wichtigen Trendthemen aus den Bereichen Marketing, Produktentwicklung und Vertrieb. Daher kaufen wir die GKV-Studien von HEUTE UND MORGEN immer gerne ein. Weiter so!
Dr. Sascha Kynast, Marktforschung,
AOK Baden-Württemberg

” Die Studien von HEUTE UND MORGEN zum GKV-Markt zeichnen sich durch Informationstiefe und Praxisrelevanz sowie durch Vielfalt und Aktualität aus. Wir gewinnen so regelmäßig wertvolle Insights zur Optimierung und Weiterentwicklung von Prozessen, Produkten und Services für unsere Versicherten.
Sybille Kerd, Marktforschung,
BARMER GEK