

HEUTE UND MORGEN Studienreihe Techmonitor GKV

HEUTE UND MORGEN

Techmonitor GKV 2022: Digitale Vorreiter und Trends im Mitgliederverhalten

**Fokus 2022:
Nutzungsbereitschaft für
Telemedizin**



STUDIENREIHE TECHMONITOR GKV

Unsere Kommunikation unterliegt durch Einflüsse wie die fortschreitende Digitalisierung und Globalisierung einem stetigen Wandel. **Digitale Kommunikationskanäle** gewinnen weiter an Bedeutung. Vor diesem Hintergrund untersucht der Techmonitor GKV ab sofort **jährlich** mit wechselnden Schwerpunkten **digitale Trends** in der **gesetzlichen Krankenversicherung**.



Untersucht wird unter anderem die **Nutzung und Zufriedenheit mit digitalen Kontaktkanälen**, die zukünftige Nutzungsabsicht bei spezifischen **Anlässen** und die **digitale Reichweite** einzelner Krankenkassen (S. 3). Jedes Jahr gibt es zudem ein wechselndes **Fokusthema** (S. 4). Die Ergebnisse werden nach Kassenart und unterschiedlichen demografischen Zielgruppen differenziert.



Onlinebefragung (CAWI)

- Onlinebefragung in einem Verbraucherpanel
- Befragungsdauer: 15 min



Stichprobe

- Bevölkerungsrepräsentative Befragung ab 18 Jahren
- Basisstichprobe: n=1.500



Zeitplan

Erhebung: Oktober 2022
Versand Studienbericht: Mitte November 2022



VORTEILE DES TECHMONITOR GKV

Digitale Trends identifizieren



Der Techmonitor GKV wird jährlich erhoben. So lassen sich digitale Trends im Hinblick auf Kontaktpunkte und Einstellungen der Mitglieder beobachten. Zudem können Sie die digitale Visibilität Ihres Unternehmens im Vergleich zu Wettbewerbern monitoren.

Begeisterungs- und Bindungspotenziale erkennen



Die Studienergebnisse geben Aufschluss über den Zusammenhang zwischen digitalem Angebot und Mitgliederzufriedenheit bzw. -bindung. Auf Basis dessen können Entscheidungen darüber getroffen werden, in welche Kanäle in Zukunft noch stärker investiert werden sollte.

Große Stichprobe und umfangreiche Analysen



Insgesamt wurden 1.500 Personen über das Payback-Panel befragt. Es ist das einzige rein aktiv rekrutierte Panel in Deutschland. Die große Stichprobe ermöglicht die Bewertung seltener Kontaktpunkte sowie umfangreiche Analysen nach einzelnen Mitgliedersegmenten.

Verhaltensweisen eigener Mitglieder analysieren



Zusätzlich zum Studienbericht bieten wir einen Tabellenband mit den Ergebnissen für Ihre Krankenkasse an, der zu allen Fragen die Antworten Ihrer Mitglieder im Vergleich zum Gesamtmarkt ausweist. (bei ausreichender Fallzahl; mehr Infos auf Anfrage)



INHALTE DER STUDIE



**FOLGENDE THEMENBEREICHE
WERDEN IN DER BEFRAGUNG
ABGEDECKT:**

- ➔ **Digitales Kommunikationsverhalten mit Krankenkassen**
Wie stehen die Mitglieder zu Digitalität bei Krankenkassen? Wie häufig kommunizieren sie über digitale Kanäle wie Apps, soziale Netzwerke, Chatbots, E-Mail etc. mit Krankenkassen?
- ➔ **Digitale Reichweite von Krankenkassen**
Welche Krankenkassen fallen im Internet stark auf? Auf welchen internetbasierten Kanälen werden sie verstärkt wahrgenommen (z. B. Werbebanner, Werbepostings in sozialen Netzwerken)?
- ➔ **Erfahrungen mit digitalen Kontaktpunkten**
Wie bewerten die Mitglieder verschiedene digitale Kontaktpunkte der Krankenkassen, von Chatbot bis Mitgliederportal? Wie unterscheiden sich die Erfahrungen nach verschiedenen Nutzungsmotiven?
- ➔ **Änderung des zukünftigen Kommunikationsverhaltens mit Krankenkassen**
Wie möchten Mitglieder zukünftig bei verschiedenen Anliegen (z. B. Anträge stellen, Rückmeldungen auf Fragen erhalten, Wahltarife beantragen) mit Krankenkassen in Kontakt treten?

Nutzungsbereitschaft für Telemedizin: Anreize und Hemmnisse bei digitalen, medizinischen Services

Das Angebot telemedizinischer Anwendungen wird immer breiter, nicht zuletzt durch leistungsfähigere KI-Lösungen oder Einflüsse wie die Corona-Pandemie.

Aber wie gut wird Telemedizin von GKV-Mitglieder angenommen?

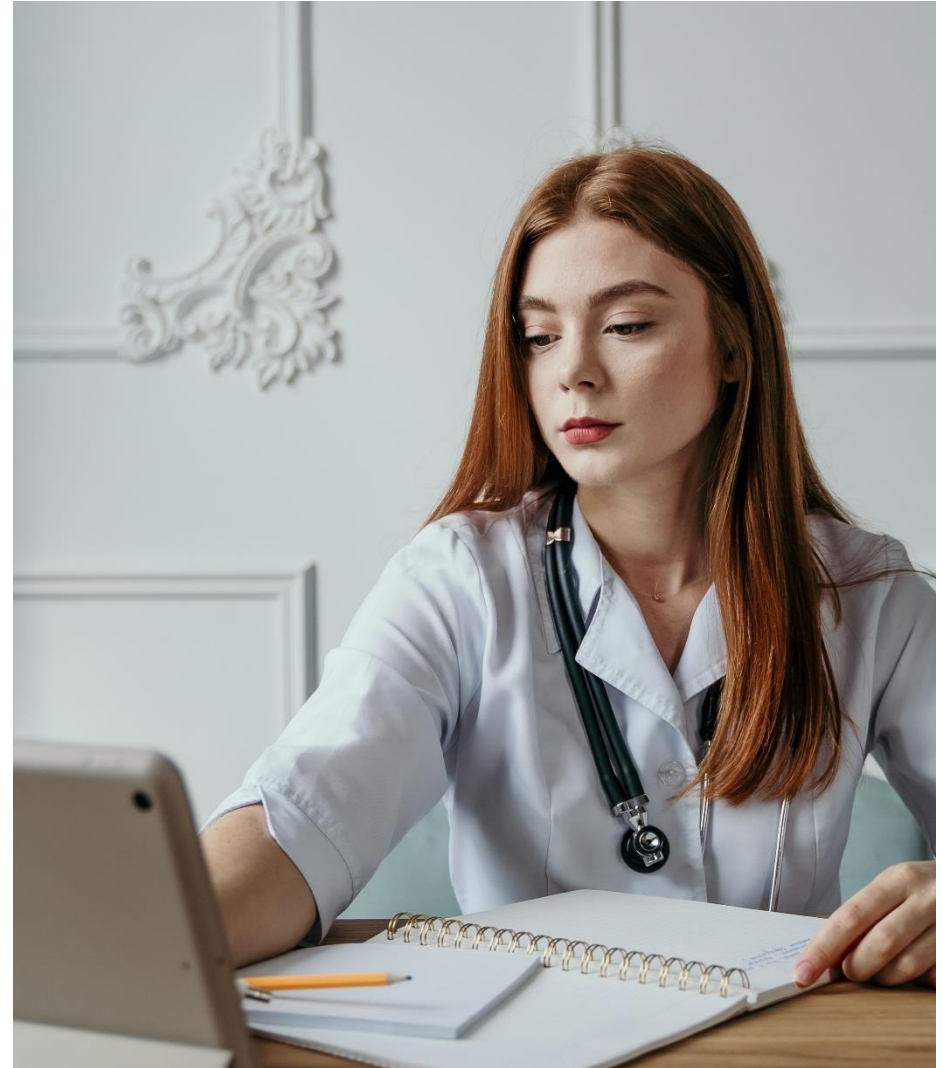
Sind derartige Angebote der eigenen Krankenkasse bekannt und werden sie auch genutzt?

Welche Glaubenssätze prägen das Bild von Telemedizin?

Wie hoch ist die Nutzungsbereitschaft je nach Anliegen?

Welche Anreize und äußeren Umstände bewegen am ehesten zur Nutzung?

Diesen und weiteren Fragen geht der diesjährige Techmonitor GKV mit seinem Sonderthema auf den Grund.



ERGEBNISBERICHT: AUSZÜGE AUS DEN STUDIENINHALTEN (I)

Apps & Mitgliederbereich der eigenen Krankenkasse

- Wissen und Bewertung von Apps und Mitgliederbereich der eigenen Krankenkasse
- Pro Kanal:
 - Kasse
 - Letzte Nutzung
 - Genutztes Endgerät, genutzter Zugriffsweg
 - Beurteilung der Kontakterfahrung
 - Bei Mitgliederbereich zusätzlich: Hauptanliegen

16% aller Deutschen haben eine App zum Thema Versicherungen auf dem Smartphone oder Tablet installiert.

? Haben Sie aktuell Apps zum Thema Versicherungen auf Ihrem Smartphone oder Tablet installiert?



2016 nutzten nur 8 Prozent eine oder mehrere Versicherungs-Apps. 2019 sind es immerhin schon 16 Prozent.*

Angaben in Prozent. Mehrfachantworten möglich. n=1.428. *Quelle: 2016: HUK-Eligende, Service-Apps und Abschluss-Apps in der Assekuranz

43

HEUTE UND MORGEN

Darstellungsbeispiele*

Digitale Kommunikationskanäle zur eigenen Krankenkasse

- Kontakt über Homepage, E-Mail, Instant Messenger, Messenger soziale Netzwerke, SMS, Live-Chat mit einem Mitarbeiter oder Text-Chat mit einem Chatbot in den letzten 6 Monaten
- Pro Kanal:
 - Kasse
 - Beurteilung der Kontakterfahrung
 - Bei Homepage zusätzlich: genutztes Endgerät, Hauptanliegen

Allianz, HUK24 und HUK-COBURG sind die am meisten besuchten Versicherer-Homepages.

? Über die **Homepage** welches Versicherers hatten Sie zuletzt Kontakt zum Thema Versicherungen? **Top 10**



39%
Homepage-Kontakte
Versicherer in den
letzten 6 Monaten

Angaben in Prozent. Filter: nur Personen, die in den letzten 6 Monaten Kontakt zu einer Versichere-Homepage hatten. n=550

19

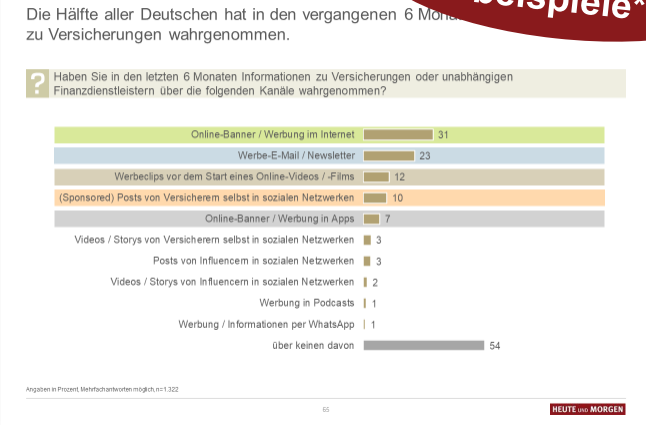
HEUTE UND MORGEN

ERGEBNISBERICHT: AUSZÜGE AUS DEN STUDIENINHALTEN (II)

Online-Werbewahrnehmung von Kassen

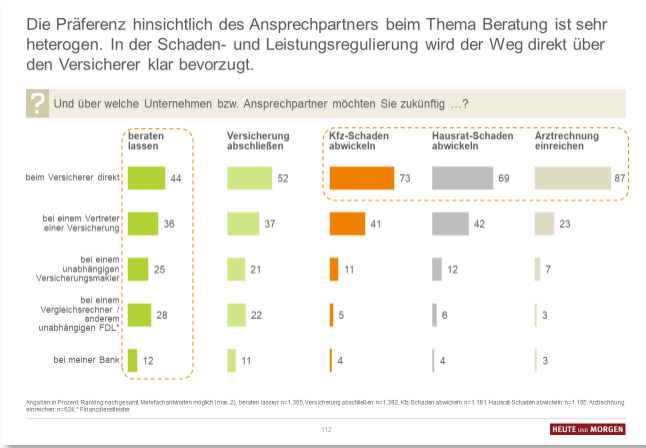
- Werbliche Sichtbarkeit der Krankenkassen im Internet
- Abgefragte Kanäle:
 - Online-Banner im Internet / in Apps
 - Social Media Postings / Storys
 - E-Mails / Newsletter
 - Werbeclips in Online-Videos
 - Werbung in Podcasts
 - ...

Darstellungsbeispiele*



Zukünftige Wünsche für die Kommunikation

- Wünsche an die Kommunikation mit der eigenen Krankenkasse
- Untersuchte Anliegen:
 - Allgemeine Informationen von der Krankenkasse erhalten
 - Rückfragen an die Krankenkasse stellen
 - Erstellen / beantragen von Formularen & Bescheinigungen (z. B. Mitgliedsbescheinigung, Auslandskrankenschein)
 - Einreichen von Dokumenten und Anträgen (z. B. Arbeitsunfähigkeitsbescheinigung Leistungsanträge, Rechnungen)
 - ...

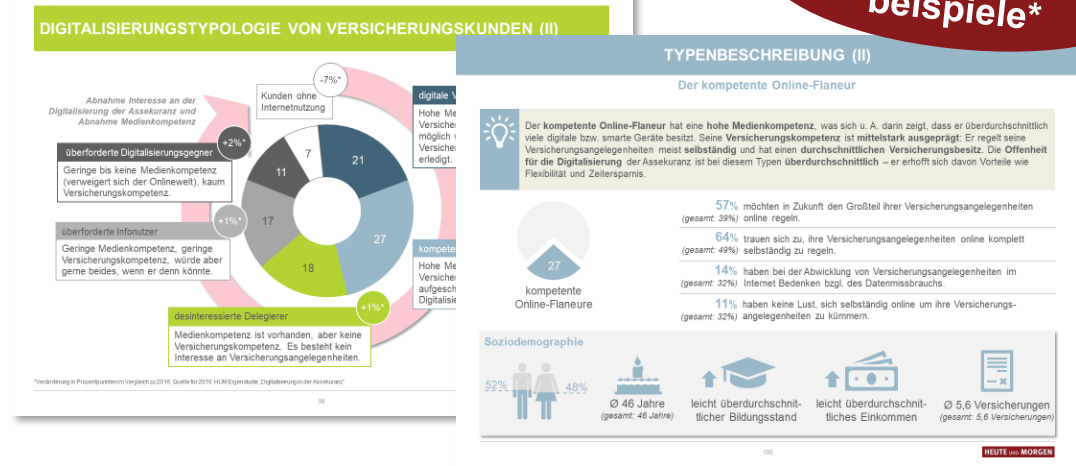


*aus der HuM-Studienreihe Techmonitor Assekuranz

ERGEBNISBERICHT: AUSZÜGE AUS DEN STUDIENINHALTEN (III)

Digitalisierungstypologie für Kassenmitglieder

- Entwicklung einer Typologie, die die digitale Einstellung und das digitale Verhalten im Hinblick auf Krankenkassenangelegenheiten abbildet
- Darstellung und Beschreibung der unterschiedlichen Versicherungstypen



Darstellungsbeispiele*

Wahrnehmung der eigenen Krankenkasse

- Gesamtzufriedenheit
- Zufriedenheit mit digitalen Angeboten & Services
- NPS
- Wechselbereitschaft

Mit steigender Innovationsstärke erhöht sich auch die Gesamtzufriedenheit mit dem jeweiligen Versicherer.





*aus der HuM-Studienreihe Techmonitor Assekuranz

BEZUGSKOSTEN UND ANSPRECHPARTNER

NETTOKOSTEN
ZZGL. GESETZL. MWST

	Studienreport	
<input type="checkbox"/>	Analysebericht (PDF, ca. 100 Seiten)	2.950 €

	Zusatzoptionen	
<input type="checkbox"/>	Tabellenband in Excel zu Ihren Mitgliedern (ohne Zusatzstichprobe, bei ausreichender Fallzahl)	900 €

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

**Wir stehen Ihnen jederzeit für Rückfragen zur Verfügung!
Sprechen Sie uns gerne an.**

Axel Stempel

+49 221 995005-14 | axel.stempel@heuteundmorgen.de

André Petras

+49 221 995005-34 | andre.petras@heuteundmorgen.de