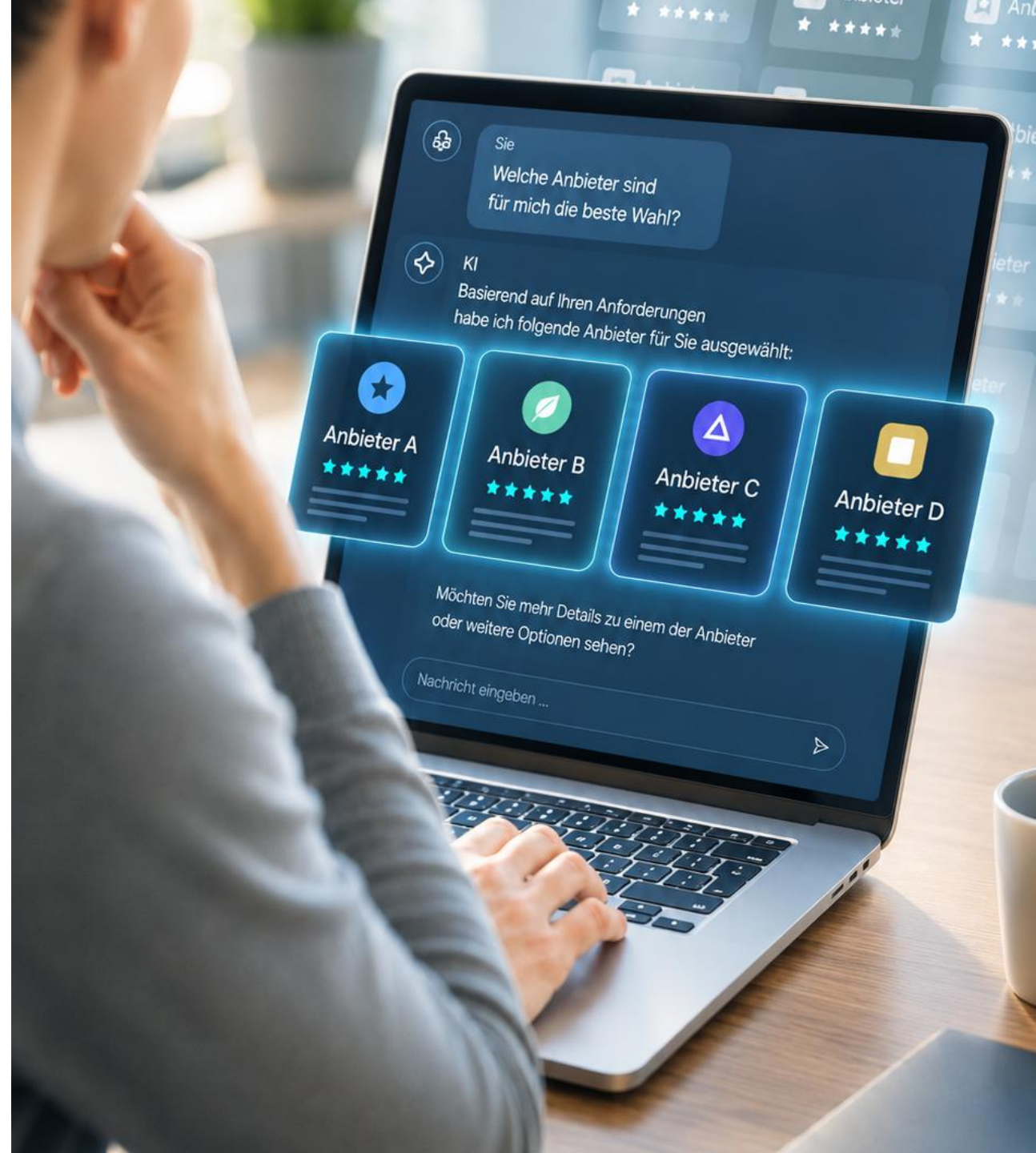


HEUTE UND MORGEN

Von Prompt zu Präferenz

Wie KI die Sichtbarkeit, Einordnung und Wahl von Krankenkassen verändert

HEUTE UND MORGEN GKV-Marktstudie
Studienangebot Juli 2026



KI entscheidet mit, welche Krankenkassen in die engere Wahl kommen

KI wird zum neuen Orientierungspunkt bei der Wahl einer Krankenkasse.

Immer mehr Menschen nutzen KI-Systeme wie ChatGPT, Gemini oder Copilot, um sich bei Entscheidungen zu orientieren. Auch bei der Wahl einer Krankenkasse kann KI damit zu einem frühen Einflussfaktor werden: KI erklärt Unterschiede, sortiert Leistungen, nennt Anbieter und gibt erste Empfehlungen.

Noch bevor eine Krankenkasse aktiv besucht, verglichen oder kontaktiert wird, kann KI bereits mitprägen, welche Kassen sichtbar werden und welche als besonders passend erscheinen.

Sichtbarkeit entsteht nicht im API-Test, sondern im echten Nutzungskontext.

Rein technische Messungen, API-Abfragen oder automatisierte Standard-Prompts zeigen nur, was ein System unter künstlichen Bedingungen auf eine vorgegebene Frage antwortet. Sie zeigen aber nicht, was potenzielle Mitglieder in ihrer echten Nutzungssituation tatsächlich sehen.

Denn Menschen suchen sehr unterschiedlich. Manche fragen kurz und knapp nach der „besten Krankenkasse“. Andere beschreiben ihre persönliche Situation ausführlich, etwa Familie, Selbstständigkeit, Bonusprogramm, digitale Services, Schwangerschaft,

chronische Erkrankung oder Beitragssatz.

Hinzu kommt: Menschen nutzen unterschiedliche KI-Systeme, verschiedene Accounts, Browser oder Apps und bringen ihre eigene Suchlogik und ihren Nutzungskontext mit. Genau diese reale Nutzungssituation beeinflusst, welche Krankenkassen genannt, wie sie dargestellt und ob sie als relevante Option wahrgenommen werden.

Entscheidend ist nicht nur, ob eine Kasse genannt wird, sondern ob sie ins Relevant Set kommt.

Unsere Studie untersucht deshalb nicht nur, welche Krankenkassen in KI-Antworten sichtbar sind, sondern auch, was diese Antworten auslösen: Welche Kassen bleiben hängen? Entsteht eine erste Präferenz? Wirkt die Empfehlung glaubwürdig? Und welche nächsten Schritte folgen, etwa Website-Besuch, Leistungsvergleich oder Prüfung eines Kassenwechsels?

So zeigt die Studie, welchen Einfluss KI tatsächlich auf Wahrnehmung, Auswahl und Wechselbereitschaft im GKV-Markt hat.

Warum Sie auf die HEUTE UND MORGEN Studie setzen sollten und nicht auf andere technische Mess-Tools

HEUTE UND MORGEN Studie „Von Prompt zu Präferenz“



Andere technische Mess-Tools greifen zu kurz:

Technische Messung,
keine realen Nutzer,
kein realer Nutzungskontext



Vorgegebene Standardprompts
statt realer Prompts, keine
Prompt-Varianz nach Zielgruppen



Gemessen werden die
Ergebnisse des LLM, aber
nicht das, was der reale Nutzer sieht



Einfluss auf die
Wechselentscheidung wird
nicht gemessen



Wer fragt, beeinflusst, was die KI zeigt



Wir messen KI-Sichtbarkeit bei echten Menschen, die ihren eigenen Chatbot nutzen und ihre Frage innerhalb eines vorgegebenen Szenarios selbst formulieren.



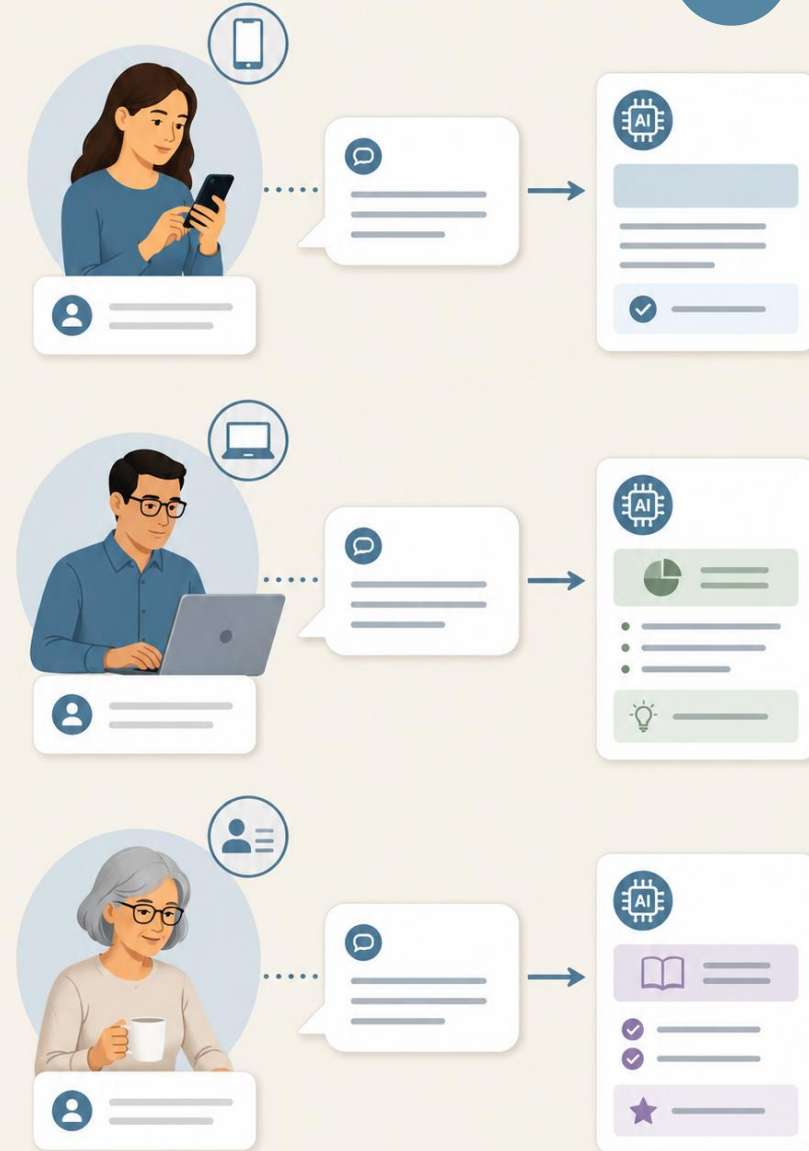
KI-Antworten entstehen nicht unabhängig von der Person, die eine Frage stellt. Sie können sich danach unterscheiden, wer nach einer Krankenkasse sucht, in welcher Lebenssituation sich die Person befindet, welche Bedürfnisse sie hat und welchen KI-Chatbot sie normalerweise nutzt.

Unser Ansatz bildet daher unterschiedliche Nutzer und deren reale Nutzungssituationen ab:

- Wer stellt die Frage und in welcher Lebenssituation befindet sich die Person?
- Wie formuliert sie ihren Prompt selbst, welche Begriffe, Schwerpunkte und persönlichen Informationen bringt sie ein?
- Welche Leistungen, Kriterien oder Bedürfnisse sind für sie relevant?
- Welchen KI-Chatbot und welches Endgerät nutzt sie?

Wir geben den Befragten lediglich ein konkretes Suchszenario vor. Wie sie ihre Frage an die KI formulieren, entscheiden sie selbst. So bilden wir die tatsächliche Bandbreite realer Prompts ab, statt mit vorgegebenen Standardfragen zu arbeiten.

1



Der Prompt entscheidet, was sichtbar wird.

Profis prompten anders als Einsteiger.
Smartphone-Prompts unterscheiden
sich von Desktop-Prompts.

Nur wer die individuellen Prompts
kennt, kann sich richtig positionieren.

Welche Zahnzusatzversicherung ist **Testsieger**
im Mai 2026?

Zahnzusatzversicherung mit bestmöglicher aber
noch preiswerter Leistung, suche diverse
Angebote, nutze nur seriöse aktuelle Quellen,
erstelle ein **Ranking** und weise **Vor- und
Nachteile** aus, **zeige die Webseiten an** und
den **Link zum Abschluss**. **Antwort
kopierfähig in Mail.**

Vergleiche **aktuelle Angebote** für
Zahnzusatzversicherungen und stelle diese
tabellarisch dar mit Kosten pro Monat. Ich bin
weiblich, 28 und habe gesunde Zähne.

Ich überlege, eine neue Zahnzusatzversicherung
abzuschließen und brauche eine strukturierte
Entscheidungshilfe. **Bitte erstelle mir eine Übersicht,
worauf ich beim Vergleich der Tarife besonders achten
muss.** Simuliere anschließend einen kurzen Vergleich.

Reale Beispiele aus Prompt-Analyse und KI-Sichtbarkeit:
Zahnzusatzversicherung, Quelle: HUM-Studie 2026

So funktioniert's...

Prompt - *Wie wird gefragt?*

Echte Befragte nutzen ihren eigenen KI-Chatbot samt individueller Historie auf ihrem präferierten Device



Die KI-Nutzer erhalten folgendes Szenario: *„Gehen wir davon aus, Sie wollten Ihre präferierte KI nutzen, um sich über die für Sie beste gesetzliche Krankenkasse zu informieren, weil Sie einen Krankenkassenwechsel grundsätzlich in Betracht ziehen. Bitte formulieren Sie im Textfeld einen Prompt, also eine Anweisung oder Frage, möglichst exakt so, wie Sie ihn in dieser Situation in Ihre KI eingeben würden.“*

Die Prompt-Analyse zeigt, welche Prompts und Prompt-Muster dominieren und wie sich Prompts nach unterschiedlichen Zielgruppen unterscheiden.

Ihr Vorteil

Sie erkennen, welche Fragelogiken und Informationsbedarfe die KI-Nutzung treiben und wie Ihre Marke innerhalb dieser Logik wahrgenommen wird.



Die ganze Welt der KI abbilden und verstehen!



Sie erhalten repräsentative Ergebnisse der KI-Sichtbarkeit Ihrer Marke im Wettbewerberumfeld und ein Ranking der von der KI genutzten Quellen und genannten Produktkriterien

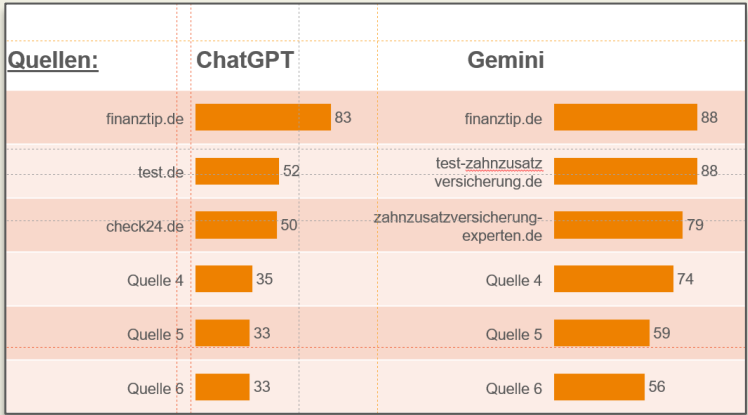
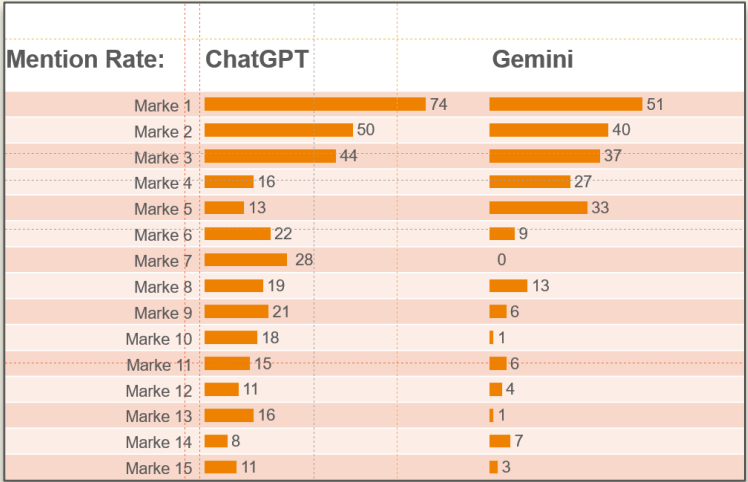


Wir messen nicht nur einzelne KI-Antworten, sondern zeigen repräsentativ, wie sichtbar Ihre Marke über unterschiedliche Nutzer, Zielgruppen und Prompt-Kontexte hinweg ist.

Unser Ansatz macht transparent, was KI-Nutzer tatsächlich sehen und wodurch diese Ergebnisse entstehen.

- Wie häufig und in welchem Kontext wird Ihre Marke von der KI genannt?
- Welche Wettbewerber sind besonders sichtbar?
- Welche Quellen nutzt die KI für ihre Antworten?
- Welche Produkteigenschaften und Auswahlkriterien empfiehlt die KI?
- Wie unterscheiden sich die Ergebnisse nach Zielgruppe, Prompt und Nutzungskontext?

So entsteht ein umfassendes Bild (inklusive Benchmark, Quellen-Ranking und relevanter Produktkriterien) der KI-Sichtbarkeit Ihrer Marke.



Reale Beispiele aus Prompt-Analyse und KI-Sichtbarkeit: Zahnzusatzversicherung, Quelle: HUM-Studie 2026

Sichtbarkeit alleine reicht nicht, die Wirkung ist entscheidend!

4



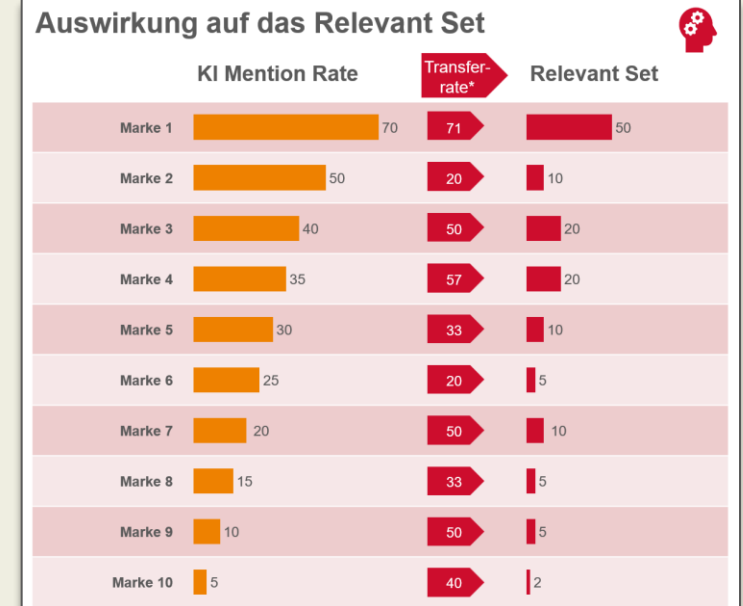
Wir messen, welchen Einfluss die KI-Ergebnisse auf die in Betracht gezogenen Anbieter (Relevant Set) und den präferierten Anbieter haben.



Unser weitergedachter Ansatz endet nicht beim KI-Ergebnis, sondern bildet ab, was die Antwort der KI auf den individuellen Prompt mit den KI-Nutzern macht.

- Wird die KI-Antwort als vertrauenswürdig empfunden?
- Kommen die von der KI genannten Anbieter ins Relevant Set oder entwickelt sich sogar ein Anbieter zur klaren ersten Wahl?
- Welche Relevanz hat Markenstärke zukünftig?
- Was sind die nächsten Schritte der KI-NutzerInnen?
- Welche der von der KI genannten Kriterien würden die KI-NutzerInnen bei der Auswahl eines Anbieters besonders beachten?

Mit der Abbildung solcher Wirkungsparameter lässt sich sagen, welchen Einfluss KI auf den Markt hat und haben wird.



Studiendesign und -ablauf



Methodik

HEUTE UND MORGEN AI User Lab:
KI-NutzerInnen-Panel für reale Prompt-Tests und Wirkungsanalysen



Zielgruppe und Stichprobe

N=1.000 KI-NutzerInnen zwischen 20 und 60 Jahren
(Selektion: regelmäßig KI-NutzerInnen)



Zeitplan



Individuelle Anfragen und Wünsche: z.B. andere Nutzer-Szenarien, Aufstockung bestimmter Zielgruppen, Erhebung von spezifischen Hintergrundinformationen

bis 31.07

Studiendurchführung

Aug/Sep

Ergebnisversand

Anfang Okt

HEUTE UND MORGEN

**IHRE
VORTEILE**



Unsere Studie zeigt, was potenzielle Mitglieder in KI-Chatbots tatsächlich sehen, glauben und als nächsten Schritt unternehmen.

Was Sie konkret mit dieser Studie erhalten:

- KI-Sichtbarkeit Ihrer Krankenkasse
- Wettbewerberranking in KI-Antworten
- Prompt-Typologie der Wechselinteressierten
- Quellenranking: Welche Inhalte KI heranzieht
- Leistungskriterien, die KI besonders häufig nennt
- Einfluss auf Relevant Set und First Choice
- Konkrete Ansatzpunkte für GAIO, Content, Markenpositionierung und digitale Vertriebssteuerung.

Leistungen & Kosten

**Bündelrabatt
Ihr Vorteil: 1.500 €**

**Best Value: Digitaler
Marktüberblick + KI-
Wirkungsanalyse**

**Wir stehen Ihnen für Ihre Rückfragen
gerne zur Verfügung!**

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

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

Studienbestellung per E-Mail an axel.stempel@heuteundmorgen.de

NETTOKOSTEN
ZZGL. GESETZL. MWST

Studienreport		
☐	Studienreport (ca. 50 Seiten PDF / PPTX)	3.500 €
☐	Studie „Von Prompt zu Präferenz“ (UVP: 3.500 €) und Techmonitor 2026 (UVP: 3.900 €)	5.900 €



Der Techmonitor GKV ist die Grundlagenstudie für digitale Trends im Krankenkassenmarkt. Untersucht wird unter anderem die Nutzung und Zufriedenheit mit digitalen Kontaktkanälen, die zukünftige Nutzungsabsicht bei spezifischen Anlässen und die digitale Reichweite einzelner Krankenkassen. Neue Highlight-Themen 2026 im Techmonitor: 1. Einfluss von KI auf Informations- und Entscheidungsprozesse, 2. elektronische Patientenakte

Ihre Kontaktdaten			
Name, Vorname		Unternehmen, Abteilung	
E-Mail-Adresse		Telefon	
Rechnungs- adresse		Ort, Datum, Unterschrift	