

Krankenkassenkunden lassen sich durch Gesundheitsförderung begeistern

Gesundheitsfördernde Maßnahmen, die dem Krankenkassenkunden angeboten werden, wirken sich mit 33 Prozent am stärksten auf die Zufriedenheit mit der gewählten Krankenkasse aus. Weitere Merkmale mit einer aus Kundensicht hohen Bedeutung für die Zufriedenheit sind u.a. ein breites Angebot an Naturheilverfahren (19 Prozent) und ein attraktives Bonusprogramm (16 Prozent). Dies zeigt eine Kurzbefragung des Kölner Marktforschungs- und Beratungsinstituts YouGov, für die 1.000 Personen bevölkerungsrepräsentativ befragt wurden.

Gesundheitsfördernde Maßnahmen, die dem Krankenkassenkunden angeboten werden, wirken sich mit 33 Prozent am stärksten auf die Zufriedenheit mit der gewählten Krankenkasse aus. Weitere Merkmale mit einer aus Kundensicht hohen Bedeutung für die Zufriedenheit sind u.a. ein breites Angebot an Naturheilverfahren (19 Prozent) und ein attraktives Bonusprogramm (16 Prozent). Dies zeigt eine Kurzbefragung des Kölner Marktforschungs- und Beratungsinstituts YouGov, für die 1.000 Personen bevölkerungsrepräsentativ befragt wurden.

Durchschnittliche Zufriedenheit bei Krankenkassenkunden

Insgesamt sind 69 Prozent der gesetzlich krankenversicherten Personen mit ihrer Krankenkasse zufrieden. Fast jeder dritte Bundesbürger (29 Prozent) gibt sogar an sehr zufrieden zu sein. Im Branchenvergleich ist dies ein akzeptables, wenn auch kein herausragendes Ergebnis.

„Die Umfrageergebnisse zeigen, dass sich die Krankenkassen verstärkt um die Weiterentwicklung ihres Leistungsangebots in den wichtigsten Feldern engagieren sollten“ empfiehlt Dennis Bargende, Senior Consultant in der Assekuranzforschung bei YouGov. Dennoch nehmen über alle Krankenkassen hinweg viele Versicherte entsprechende Angebote nicht wahr. Zum Beispiel empfindet bislang nur rund ein Drittel der Versicherten das Bonusprogramm ihrer Krankenkasse als attraktiv.

Untersuchung der Treiberwirkung über die Kruskal Relative Importance Methode

YouGov hat die Bedeutung der untersuchten Leistungsmerkmale mit der Kruskal Relative Importance (KRI) Methode, welche im Vergleich zu anderen Methoden einige Vorteile bietet, ermittelt. Ein wesentlicher Vorteil der Methode besteht darin, dass der Einfluss einzelner Merkmale auf die Gesamtbeurteilung relativ (im Verhältnis zu den anderen Merkmalen) ermittelt wird. Dadurch können auch Abstände zwischen einzelnen Leistungsmerkmalen einfach und schnell interpretiert werden.

Kontakt zur Studienleitung:

Dennis Bargende
- Senior Consultant -
Tel.: 0221 / 420 61 - 437
E-Mail: dennis.bargende@yougov.de

Pressekontakt:

Nikolas Buckstegen
- Manager PR -
Tel.: 0221 / 420 61 - 444
E-Mail: nikolas.buckstegen@yougov.de
YouGov Deutschland AG

Gustav - Heinemann - Ufer 72
50968 Köln

Über YouGov Deutschland AG:

YouGov ist ein im Jahr 2000 gegründetes, börsennotiertes Marktforschungsinstitut und einer der Pioniere im Einsatz von Online-Erhebungen zur Bereitstellung hochwertiger Daten in den Feldern Markt- und Sozialforschung. Neben dem Hauptsitz in London umfasst die weltweite YouGov-Gruppe u.a. Standorte in den USA, Skandinavien, Deutschland und dem Nahen Osten. YouGov ist ausgewiesener Spezialist für die Erforschung der Finanzdienstleistungs- und Versicherungsmärkte. Zahlreiche Unternehmen vertrauen seit vielen Jahren auf unsere Leistungen und unsere Erfahrung. YouGov liefert die relevanten Informationen rund um Marken, Produkte, Zielgruppen und Servicequalität und damit hochwertiges Entscheidungswissen für die Strategieentwicklung und die Optimierung von Marketing und Vertrieb. Individuelle Ad-Hoc-Studien werden ergänzt durch zahlreiche, zum Teil langjährige Monitorings im Privat- und Gewerbekundenmarkt, Image- und Werbetrackings, Vertriebspartnerbefragungen und kontinuierliche Studien zu Produktinnovationen. Wir verzahnen unsere fundierten wirtschaftspsychologischen Analysen zudem mit onlinebasiertem Realtime Research für tägliche Informationen "in Echtzeit".

Weitere Informationen finden Sie unter www.research.yougov.de