

Krankenkassen im Wandel: Vom Versicherer zum Gesundheitsberater

Für Krankenkassenkunden sind Fairness und Kompetenz der Mitarbeiter, sowie eine individuelle Betreuung vor und nach dem Vertragsabschluss extrem wichtig. Dies zeigen die Ergebnisse einer Analyse der Kundenorientierung von zahlreichen Dienstleistungsunternehmen im Rahmen des Wettbewerbs „Deutschlands kundenorientierteste Dienstleister 2013“.

Die von den Kunden erwarteten Serviceleistungen können die Krankenkassen im Vergleich zu anderen teilnehmenden Dienstleistungsunternehmen des Wettbewerbs überdurchschnittlich befriedigen.

Wie die Analyseergebnisse zeigen, ist es den Krankenkassen besonders wichtig ihren Kunden das Gefühl zu geben, 24 Stunden erreichbar zu sein. Vor diesem Hintergrund richtet sich die Planung des Managements darauf aus, in Zukunft die Bereiche Kommunikation und Kompetenz der Mitarbeiter weiter auszubauen. Im Vergleich zum Vorjahr ist bei den Krankenkassen ein deutlicher Trend der interaktiven Kommunikation mit dem Kunden zu verzeichnen. Krankenkassen entwickeln sich vom reinen Versicherer zum Gesundheitsberater. Fachkräfte bieten Beratung rund um das Thema Gesundheit. Vorsorge- und Sportprogramme sind feste Bestandteile des Angebots. Zudem haben Krankenkassen ihre Erreichbarkeit über spezielle Hotlines, wie z. B. Fachberatung durch Ärzte, stark ausgeweitet.

Das gute Abschneiden der Krankenkassen im Bereich der Serviceorientierung wird auch bei Betrachtung der Rankings des Wettbewerbs deutlich: Alle Krankenkassen sind unter den Top 30 platziert. Die Kunden bewerten die Kompetenz der Krankenkassen als überdurchschnittlich und attestieren ihnen ebenso ein außerordentliches Ergebnis im Bereich der Kommunikation. Mehrere Krankenkassen erzielen im Bereich Fairness und Umgang mit Kunden über 70 Prozent und weisen damit im Vergleich überdurchschnittliche Werte auf. Ebenso schenken die Kunden mehreren Krankenkassen volles Vertrauen. Das größte Vertrauen wird der BKK firmus (82 Prozent) entgegengebracht. Insgesamt überdurchschnittliche Werte attestieren die Kunden den Krankenkassen insbesondere im Bereich der Betreuung nach dem Vertragsabschluss. Besonders positiv stechen hier die AOK Nordwest (78 Prozent) und die BKK firmus (75 Prozent) heraus. Ebenso können die Krankenkassen gute Ergebnisse im Bereich des Preis-Leistungs-Verhältnisses erzielen. 63 Prozent der Kunden der BKK firmus und 58 Prozent der Kunden der AOK Nordwest bestätigten den Firmen ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis.

Bei dem Wettbewerb „Deutschlands kundenorientiertester Dienstleister 2013“ erzielt die AOK Nordwest den dritten Platz in der Branche der „Krankenkassen“. Die Gesundheitskasse kann sich neben dem Branchenpreis „Krankenkassen“ über den Sonderpreis in der Kategorie „Kommunikation“ freuen. Die Untersuchung ergab, dass die Selbstwahrnehmung der Gesundheitskasse mit der Wahrnehmung der Kunden überwiegend übereinstimmt. Im Bereich „Kompetenzen“ fällt die Kundensicht sogar positiver als das Selbstbild der Firma aus. Auf dem fünften Platz des Wettbewerbs befindet sich ebenfalls eine Krankenkasse, die R+V Betriebskrankenkasse, die in der Bewertung „Kundenorientiertes Management“ hervorragend abschließt. Etwas dahinter, gleichermaßen gut platziert, rundet die BKK firmus das gute Abschneiden der Krankenkassen im Wettbewerb ab. Sie kann ebenfalls ein sehr positives Ergebnis im Bereich „Kompetenz“ erzielen und hat durch die sehr gute Mitarbeiterausbildung den Sonderpreis „Kompetenz“ für sich entscheiden können.

Am 20. März 2013 wurden alle 50 Gewinner des Wettbewerbes „Deutschlands kundenorientierteste Dienstleister 2013“ im feierlichen Rahmen der Preisverleihung im RheinEnergieStadion in Köln verkündet. Die Auszeichnung mit dem Siegel „Deutschlands

kundenorientierteste Dienstleister“ erfolgt durch die ServiceRating GmbH, die Universität St. Gallen und das Handelsblatt. Der Wettbewerb bietet den teilnehmenden Dienstleistern die einmalige Chance, sich auf Ebene der Servicestrategien und der Kundenerlebnisse branchenübergreifend zu vergleichen und in dem Netzwerk der Besten zu lernen.

Die Kundenorientierung wird dabei auf Grundlage des wissenschaftlichen 7K-Modells der Universität St. Gallen bewertet. Das Benchmarking und das Stärken-Schwächen-Profil aus Kunden- sowie aus Managementsicht zeigen den Unternehmen ihren Status quo und ihre erfolgreichen Services.

Ranking der 50 kundenorientiertesten Dienstleister Deutschlands 2013:

Rang und Teilnehmer:

1. QVC Deutschland Inc. & Co. KG
2. RATIONAL AG
3. AOK NORDWEST – Die Gesundheitskasse
4. domino-worldTM
5. R+V Betriebskrankenkasse
6. TNT Express GmbH
7. ICUnet.AG
8. Gira Giersiepen GmbH & Co. KG
9. Hotelwäsche Erwin Müller GmbH
10. carriere & more private Akademie Region Stuttgart GmbH
11. VEGA Versandhandel
12. BKK firmus
13. BKK vor Ort
14. AOK Hessen
15. Jobware Online-Service GmbH
16. BKK VBU
17. Direct Line Versicherung AG
18. LichtBlick SE
19. Hannoversche Lebensversicherung
20. PlanetHome AG
21. Deutsche Familien Versicherung
22. Öffentliche Versicherung Oldenburg
23. BAHN-BKK
24. Servicepartner der deutschen Versicherungsmakler
25. Die Schwenninger Krankenkasse
26. Initial Textil Service
27. BARMER GEK
28. UNION TANK Eckstein (UTA)
29. ALK-Abello Arzneimittel GmbH
30. Deutsche Vermögensberatung AG
31. Initial Hygieneservice GmbH
32. Swiss Life Select (AWD)
33. Amadeus FiRe AG
34. envia Mitteldeutsche Energie AG
35. atrias Personalmanagement GmbH
36. ENTEGA Privatkunden
37. Deutsche Kreditbank Berlin (DKB)
38. Steuer-Fachschule Dr. Endriss
39. Bosch-Siemens-Hausgeräte GmbH
40. Iloxx AG

41. JOB AG
42. eismann Tiefkühl-Heimservice
43. HRS Das Hotelportal
44. Nikon
45. Barmenia Versicherung
46. EWE VERTRIEB GmbH
47. Stepstone Deutschland GmbH
48. eprimo GmbH
49. Mainova AG
50. Commundo Tagungshotels

Pressekontakt:

ServiceRating GmbH

Patricia Cox

- Manager PR -

Tel.: 0221 / 16 88 288 - 73

E-Mail: cox@servicerating.de

YouGov Deutschland AG

Nikolas Buckstegen

- Manager PR -

Tel.: 0221 / 420 61 - 444

E-Mail: presse@yougov.de

Über ServiceRating:

ServiceRating bewertet, optimiert und kommuniziert Servicequalität. Als erste Agentur in Deutschland bietet ServiceRating eine objektive Beurteilung der Kundenservice- und Beratungsleistungen in einem ganzheitlichen Rating-Verfahren an. Die differenzierten Bewertungen zur Servicequalität von Produkt- und Dienstleistungsanbietern sowie zu aktuellen Servicethemen und Beratung im Servicemanagement werden auf der Internetseite www.servicerating.de veröffentlicht. ServiceRating ist eine Tochterfirma des Marktforschungsinstituts YouGov Deutschland AG mit Sitz in Köln.

Weitere Informationen zur ServiceRating GmbH: servicerating.de

Über YouGov:

YouGov ist ein börsennotiertes Institut für Markt- und Organisationsforschung mit Hauptsitz in London und Standorten in Deutschland, Frankreich, Skandinavien, den USA und dem Nahen Osten. Das im Jahr 2000 gegründete Unternehmen ist einer der Pioniere im Einsatz von Online-Erhebungen zur Bereitstellung hochwertiger Daten in der Markt- und Sozialforschung und gehört hier zu den weltweit führenden Anbietern. YouGov verfügt über Panels mit weltweit über 2,5 Millionen Mitgliedern und beschäftigt in Deutschland rund 130 branchenspezialisierte Forscher und Berater. Über die Online-Forschung hinaus bietet YouGov individualisierte Forschungslösungen für Kunden aus verschiedensten Branchen.

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