

DOKUMENTATION – Zusammenfassung

Kundenbefragung: Gesetzliche Krankenkassen 2019



„Mehr Transparenz – mehr Kundennähe“
Hamburg, 5. Juni 2019

UNTERNEHMEN KONTAKT

DEUTSCHES INSTITUT
FÜR SERVICE-QUALITÄT



Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Fon: 040 27 88 91 48 11
Fax: 040 27 88 91 48 91
m.hamer@disq.de
www.disq.de

Markus Hamer
Geschäftsführender
Gesellschafter

DEUTSCHES INSTITUT
FÜR SERVICE-QUALITÄT



Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Fon: 040 27 88 91 48 12
Fax: 040 27 88 91 48 91
b.moeller@disqmedia.de
www.disq.de

Bianca Möller
Geschäftsführerin
DISQ Media

Die folgenden Seiten sind ein Auszug. Die Gesamtdokumentation unterliegt einer Schutzgebühr in Höhe von 400 Euro (zzgl. MwSt.).

Sitz	Hamburg
Gründung	Juni 2006
Ziele	Transparenz schaffen; Verbesserung der Servicequalität in Deutschland
Status	Privatwirtschaftliches Institut (ohne öffentliche Zuschüsse), verbraucherorientiert, unabhängig (keine Studien im Auftrag von Unternehmen)
Ausrichtung	Mediendienstleister für TV-Sender sowie Publikums- und Fachpresse
Aufgabenfeld	Durchführung von Servicestudien, Tests und Kundenbefragungen auf Basis standardisierter, objektiver und aktueller Marktforschungsmethodik
Mitarbeiter	Expertenteam aus Ökonomen, Soziologen und Psychologen sowie über 2.000 geschulte Tester in ganz Deutschland
Beirat	Jochen Dietrich / n-tv Nachrichtenfernsehen Marianne Voigt / Unternehmerin, Aufsichtsrat Prof. Peter Wippermann / Trendforscher

Inhaltsverzeichnis

Die folgenden Seiten sind ein Auszug. Die Gesamtdokumentation unterliegt einer Schutzgebühr in Höhe von 400 Euro (zzgl. MwSt.).

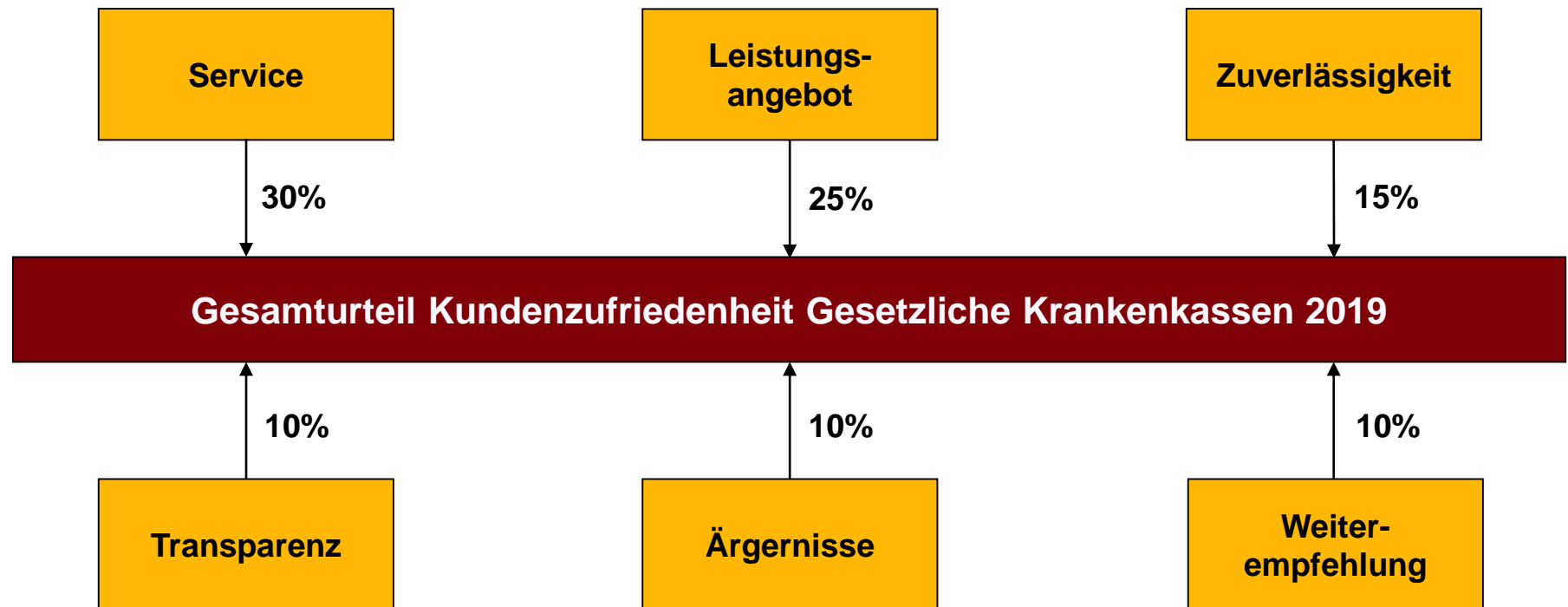
	Seite
1. Zahlen und Fakten zur Studie	5
2. Fazit	7
3. Gesamturteil Kundenzufriedenheit	8
4. Die besten Unternehmen	10
5. Stärken und Schwächen der Branche	12
6. Methodik	15
Anhang	20

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Studienumfang	31 gesetzliche Krankenkassen; in der Einzelauswertung: 21 Unternehmen, die 100 Kundenmeinungen erreichten
Studienzeitraum	Februar bis April 2019
Befragungszeit	20. Februar bis 15. April 2019
Befragte	Männer und Frauen; 18 Jahre und älter; Personen, die bei einer gesetzlichen Krankenkasse versichert sind
Teilnehmerzahl	n = 2.344
Kriterien	Service, Leistungsangebot, Zuverlässigkeit, Transparenz, Ärgernisse und Weiterempfehlung
Erhebung	Kundenbefragung über ein Online-Access-Panel; standardisierter Fragebogen zur Kundenzufriedenheit

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Bewertungskriterien und Gewichtungen

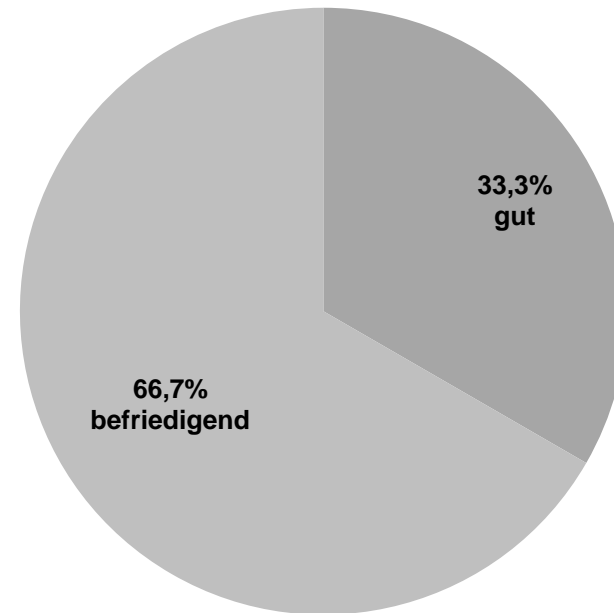


3. Gesamturteil Kundenzufriedenheit

Qualitätsurteile

Gesamturteil Kundenzufriedenheit			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	SBK Siemens-Betriebskrankenkasse	76,9	gut
2	Techniker Krankenkasse	76,8	gut
3	Knappschaft	73,6	gut
4	IKK Classic	72,3	gut
5	BKK Mobil Oil	72,2	gut
6	Viactiv Krankenkasse	71,8	gut
7	IKK Südwest	70,6	gut
8	AOK Plus	69,5	befriedigend
9	Pronova BKK	68,7	befriedigend
10	AOK Rheinland/Hamburg	68,7	befriedigend
11	AOK Baden-Württemberg	67,3	befriedigend
12	AOK Sachsen-Anhalt	66,9	befriedigend
13	Barmer	66,3	befriedigend
14	AOK Nordost	66,3	befriedigend
15	DAK-Gesundheit	65,8	befriedigend
16	KKH Kaufmännische Krankenkasse	65,8	befriedigend
17	AOK Bayern	65,7	befriedigend
18	AOK Nordwest	65,0	befriedigend
19	AOK Hessen	64,4	befriedigend
20	AOK Niedersachsen	64,2	befriedigend
21	AOK Rheinland-Pfalz/Saarland	63,4	befriedigend
	Gesamt	69,0	

Verteilung der Qualitätsurteile



100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100. Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben. Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede im Nachkommastellenbereich verursacht.

4. Die besten Unternehmen

	1. Platz	2. Platz	3. Platz
Gesamturteil Kundenzufriedenheit	SBK Siemens-Betriebskrankenkasse	Techniker Krankenkasse	Knappschaft
Service	Techniker Krankenkasse	SBK Siemens-Betriebskrankenkasse	IKK Südwest
Leistungsangebot	SBK Siemens-Betriebskrankenkasse	Techniker Krankenkasse	Knappschaft
Zuverlässigkeit	SBK Siemens-Betriebskrankenkasse	Techniker Krankenkasse	Viactiv Krankenkasse
Transparenz	Techniker Krankenkasse	Knappschaft	BKK Mobil Oil
Ärgernisse	SBK Siemens-Betriebskrankenkasse	BKK Mobil Oil; Knappschaft	-
Weiterempfehlung	Techniker Krankenkasse	IKK Classic	SBK Siemens-Betriebskrankenkasse

6. Methodik

Untersuchungsumfang

In der Auswertung waren folgende 21 gesetzliche Krankenkassen, die von jeweils 100 Befragungsteilnehmern beurteilt wurden (alphabetische Reihenfolge):

- AOK Baden-Württemberg
- AOK Bayern
- AOK Hessen
- AOK Niedersachsen
- AOK Nordost
- AOK Nordwest
- AOK Plus
- AOK Rheinland/Hamburg
- AOK Rheinland-Pfalz/Saarland
- AOK Sachsen-Anhalt
- Barmer
- BKK Mobil Oil
- DAK-Gesundheit
- IKK Classic
- IKK Südwest
- KKH Kaufmännische Krankenkasse
- Knappschaft
- Pronova BKK
- SBK Siemens-Betriebskrankenkasse
- Techniker Krankenkasse
- Viactiv Krankenkasse

Weitere Unternehmen, zu denen sich weniger als 100 Befragte äußerten, wurden in der Kategorie „Sonstige“ zusammengefasst.

Fragen

Wie zufrieden sind Sie mit ...

- dem Service insgesamt bei xxx*?
(Kompetenz und Freundlichkeit der Mitarbeiter, Reaktionszeiten, Informationsangebot etc.**)
- dem Leistungsangebot bei xxx*?
(Bonusprogramme, Gesundheitskurse, Wahltarife, Kostenübernahme und Zusatzleistungen über das gesetzlich vorgeschriebene Mindestmaß hinaus, etwa für alternative Behandlungsmethoden oder weitergehende Vorsorgeuntersuchungen etc.)
- der Zuverlässigkeit bei xxx*?
(Einhaltung von Leistungszusagen, Vertrauen in den Schutz der persönlichen und krankheitsbezogenen Daten etc.)

* xxx steht für die zu Beginn der Befragung ausgewählte gesetzliche Krankenkasse.

** Gefragt wurde nach der Zufriedenheit mit dem Service über alle Kontaktkanäle: Telefon / Filiale vor Ort / E-Mail oder Kontaktformular / Post / Website des Unternehmens (z. B. Chatfunktion) / Soziale Netzwerke / Chat / Apps und mobile Services / Kundenmagazin / Newsletter.

Fragen

Wie zufrieden sind Sie mit ...

- der Transparenz bei xxx*?
(Transparenz und Verständlichkeit hinsichtlich Versicherungsbedingungen, Vertragsunterlagen, Berechnung von Zusatzbeiträgen, Prozesse beim Einreichen von Rechnungen und Anträgen, Darstellung angebotener Zusatzleistungen und Bonusprogramme, Ablehnung/Genehmigung von Anträgen etc.)

Antwortoptionen

Beurteilung auf einer Skala von „sehr unzufrieden“ (-2) bis „sehr zufrieden“ (+2) sowie die Antwortmöglichkeit „keine Angabe“

Fallzahlen*

Service:	n = 2.129
Leistungsangebot :	n = 2.214
Zuverlässigkeit :	n = 2.105
Transparenz :	n = 2.073

* Basis: alle Befragten, n = 2.344. Fallzahlen variieren aufgrund der Antwortmöglichkeit „keine Angabe“.

Frage

Haben Sie sich schon einmal bei xxx^{*/**} über etwas geärgert?

Antwortoptionen

Ja / Nein

Fallzahlen

Befragungsteilnehmer, die sich schon einmal bei ihrer gesetzlichen Krankenkasse über etwas geärgert hatten (n = 241), konnten anschließend den Grund für ihr Ärgernis benennen.

Folgefrage

Worüber haben Sie sich geärgert?

Antwortoptionen

13 Antwortoptionen plus Möglichkeit der Freitexteingabe;
Mehrfachnennung möglich

* xxx steht für die zu Beginn der Befragung ausgewählte gesetzliche Krankenkasse.

** Basis: alle Befragten, n = 2.344.

6. Methodik

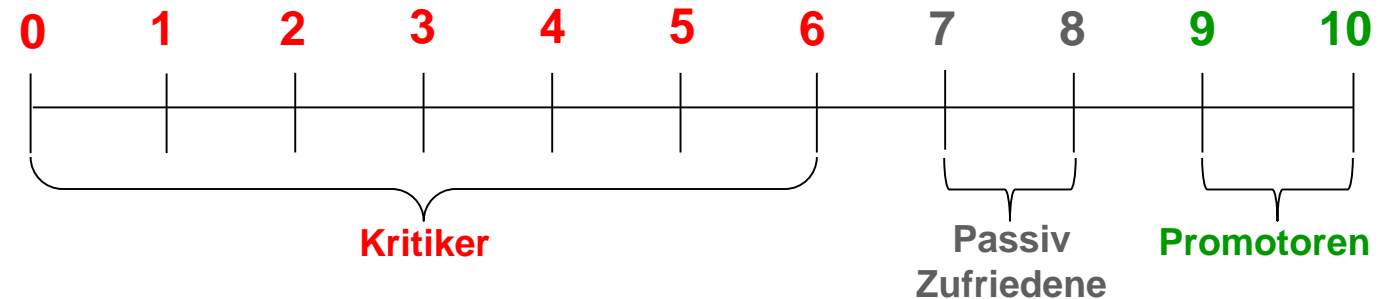
Frage

Mit welcher Wahrscheinlichkeit würden Sie die bewertete gesetzliche Krankenkasse Ihren Verwandten oder Freunden weiterempfehlen?

Erhebung

Net Promoter Score: Befragungsteilnehmer bewerten die Wahrscheinlichkeit der Weiterempfehlung auf einer Skala von 0 (sehr unwahrscheinlich) bis 10 (sehr wahrscheinlich). Der prozentuale Anteil der Befragten mit einem Wert von 0 bis 6 (Kritiker) wird von dem prozentualen Anteil derjenigen mit Werten von 9 und 10 (Promotoren) abgezogen. Somit ergibt sich ein Wert, der zwischen -100 und +100 liegen kann.

Skala



$$\text{NPS} = \text{Promotoren (\%)} - \text{Kritiker (\%)}$$

* Der Net Promoter Score (NPS) ist eine registrierte Marke von Satmetrix Systems, Inc., Bain & Company und Fred Reicheld.

	Seite
A. Kundenerfahrungen	21
B. Ergebnisse der Teilbereiche	23
Service	23
Leistungsangebot	25
Zuverlässigkeit	27
Transparenz	29
Ärgernisse	31
Weiterempfehlung	33
C. Weitere Ergebnisse	34
D. Demografie	47
E. Allgemeine Methodik	49

E. Allgemeine Methodik

Kundenbefragung

- **Verfahren:** Internetgestütztes Verfahren des Computer Assisted Web Interviewing (CAWI). Die Interviewten füllen die Fragebögen direkt online aus.
- **Analyse:** In der Befragung kommt ein standardisiertes Befragungsinstrument zum Einsatz. Die Zufriedenheitswerte werden branchenübergreifend auf einer Likert-Skala mit fünf Ausprägungen erhoben, die in ein Punktesystem von 0 bis 100 überführt wird.
- **Rekrutierung:** Allgemeine Verbraucherbefragungen basieren auf einem Online-Access-Panel. Spezielle Personenkreise werden dagegen über verschiedene Kontaktwege durch gezielte Ansprache für eine Teilnahme gewonnen.
- **Untersuchungssample:** Das offene Design der Fragebögen gewährleistet, dass jedes Unternehmen/jede Marke der betrachteten Branche in die Untersuchung eingehen kann.
- **Stichprobengröße:** Der Stichprobenumfang einer Kundenbefragung richtet sich nach dem Untersuchungsziel und der Branche. Unternehmen/Marken, welche 100 bzw. 80 Kundenmeinungen erreichen, werden einzeln ausgewertet.
- **Qualitätskontrolle:** Kontrollfragen und rotierende Elemente im Design des Fragebogens, ausreichende Stichproben, die Prüfung von IP-Adressen und eine sorgfältige Datenbereinigung stellen die Qualität der Ergebnisse sicher.