

DOKUMENTATION – Zusammenfassung

Studie: Gesetzliche Krankenversicherer 2020



„Mehr Transparenz – mehr Kundennähe“
Im Auftrag des Nachrichtensenders ntv
Hamburg, 11. Juni 2020

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 Dokumentation 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	Vorsitz: Brigitte Zypries / Bundesministerin a. D. (Wirtschaft und Justiz) Jochen Dietrich / ntv 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	6
2. Fazit	8
3. Gesamtergebnis	9
4. Die besten Unternehmen	11
5. Stärken und Schwächen der Branche	13
Telefonischer Service	14
Service per E-Mail	15
Internetauftritt	16
Leistungen	17
Konditionen	19
6. Ergebnisse der Unternehmen	20
Serviceanalyse	20
Leistungsanalyse	22
Konditionenanalyse	24

Inhaltsverzeichnis

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

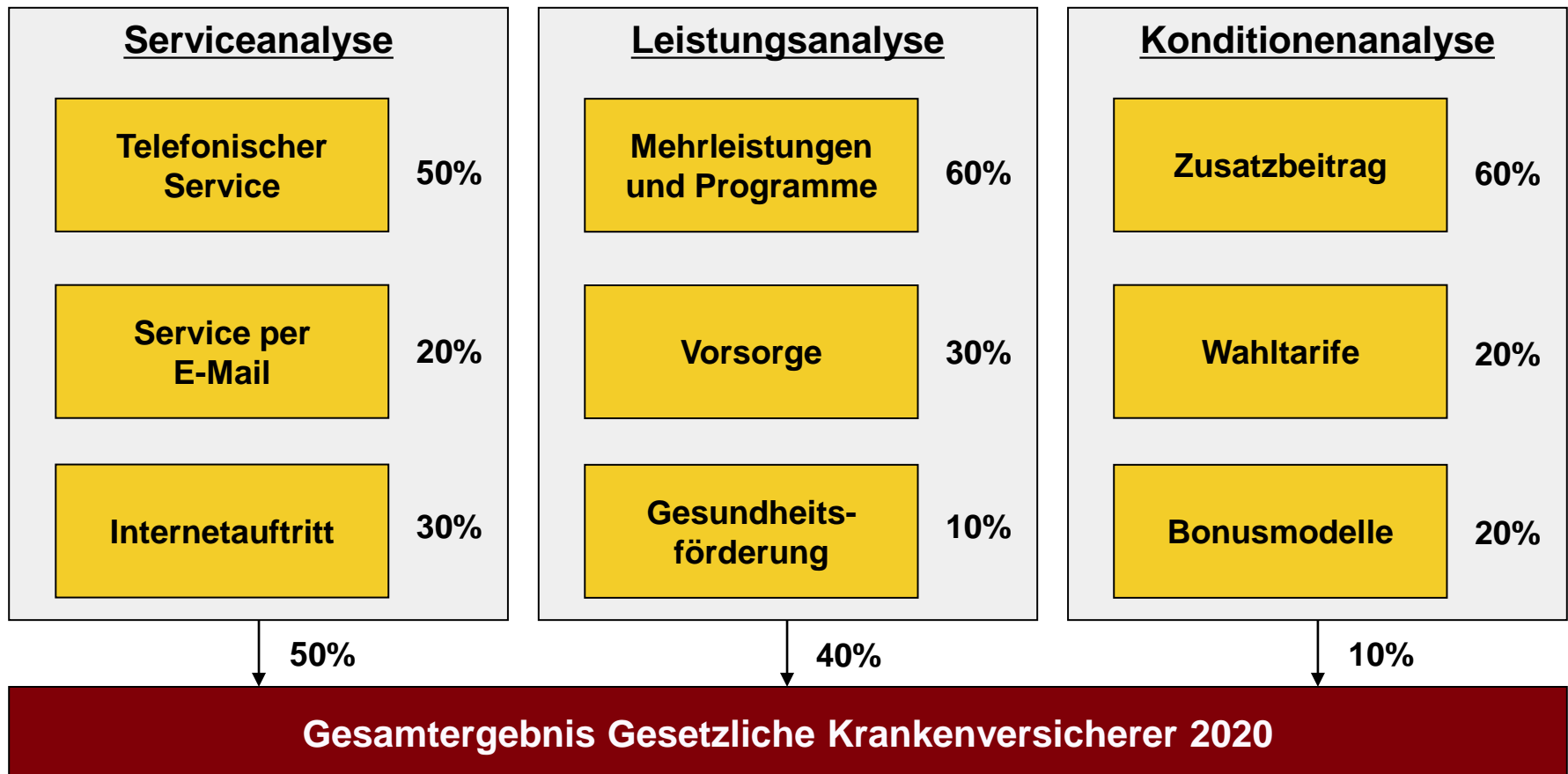
	Seite
7. Methodik	26
Serviceanalyse	28
Leistungen / Konditionen	39
Profile	44
Anhang	46

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Auftraggeber	Nachrichtensender ntv
Studienumfang	21 gesetzliche Krankenversicherer
Studienzeitraum	Februar bis Mai 2020
Studienkonzept	Erstellung in Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Thomas Liebetruh (OTH Regensburg)
Analysebereiche	Service, Leistungen, Konditionen
Serviceanalyse	Mystery-Tests, insgesamt 651 Servicekontakte (31 je Anbieter) <ul style="list-style-type: none">■ 210 Analysen der telefonischen Kontaktqualität (10 je Anbieter)■ 210 Analysen der E-Mail-Beantwortung (10 je Anbieter)■ 21 Inhaltsanalysen der Internetauftritte (1 je Anbieter)■ 210 Internetanalysen durch geschulte Nutzer (10 je Anbieter)
Leistungs- und Konditionenanalyse	Bewertung der Mehrleistungen, Programme, Vorsorge, Gesundheitsförderung, Zusatzbeiträge, Wahltarife und Bonusmodelle in Kooperation mit Krankenkassennetz.de (Stand der Daten: März 2020)

1. Zahlen und Fakten zur Studie

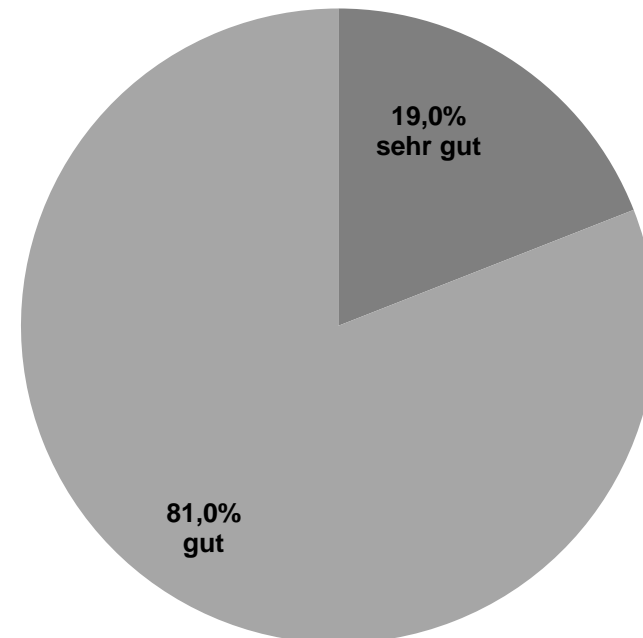
Bewertungskriterien und Gewichtungen



3. Gesamtergebnis

Gesamtergebnis Gesetzliche Krankenversicherer			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Viactiv Krankenkasse	84,8	sehr gut
2	hkk Krankenkasse	82,4	sehr gut
3	AOK Plus	80,4	sehr gut
4	AOK Sachsen-Anhalt	80,2	sehr gut
5	Techniker Krankenkasse	79,8	gut
6	BKK Mobil Oil	78,0	gut
7	SBK Siemens-Betriebskrankenkasse	77,6	gut
8	IKK Classic	77,4	gut
9	AOK Nordwest	77,3	gut
10	Audi BKK	76,8	gut
11	AOK Nordost	76,7	gut
12	AOK Baden-Württemberg	76,7	gut
13	AOK Rheinland/Hamburg	76,4	gut
14	Barmer	75,0	gut
15	AOK Niedersachsen	75,0	gut
16	KKH Kaufmännische Krankenkasse	74,4	gut
17	AOK Rheinland-Pfalz/Saarland	74,0	gut
18	DAK-Gesundheit	73,5	gut
19	Knappschaft	73,3	gut
20	AOK Hessen	72,0	gut
21	AOK Bayern	70,5	gut
	Branche (Mittelwert)	76,8	

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 (100 Punkte sind maximal erreichbar). 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.

** Eine Abweichung von 100 Prozent ist auf die Darstellung gerundeter Werte zurückzuführen.

3. Gesamtergebnis

Gesamtergebnis Gesetzliche Krankenversicherer			Service- analyse		Leistungs- analyse		Konditionen- analyse	
100%			50%		40%		10%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	Viactiv Krankenkasse	84,8	1	76,4	1	96,8	13	78,3
2	hkk Krankenkasse	82,4	3	74,3	3	90,5	1	90,2
3	AOK Plus	80,4	5	72,3	5	89,7	6	83,7
4	AOK Sachsen-Anhalt	80,2	4	72,8	6	88,3	5	84,3
5	Techniker Krankenkasse	79,8	12	69,6	4	90,1	2	89,5
6	BKK Mobil Oil	78,0	9	69,9	8	87,4	10	81,5
7	SBK Siemens-Betriebskrankenkasse	77,6	2	75,0	14	82,1	17	73,2
8	IKK Classic	77,4	15	68,4	10	86,9	3	85,0
9	AOK Nordwest	77,3	20	66,1	2	93,7	21	67,5
10	Audi BKK	76,8	13	69,6	13	84,4	9	82,2
11	AOK Nordost	76,7	16	68,0	7	87,9	16	75,8
12	AOK Baden-Württemberg	76,7	18	66,7	9	87,3	4	84,5
13	AOK Rheinland/Hamburg	76,4	8	70,3	12	85,8	18	69,5
14	Barmer	75,0	6	71,4	18	77,5	7	83,5
15	AOK Niedersachsen	75,0	14	69,5	15	80,8	12	79,0
16	KKH Kaufmännische Krankenkasse	74,4	7	70,7	17	78,1	14	77,5
17	AOK Rheinland-Pfalz/Saarland	74,0	21	65,4	11	85,9	19	69,2
18	DAK-Gesundheit	73,5	10	69,7	19	77,4	14	77,5
19	Knappschaft	73,3	19	66,3	16	79,9	10	81,5
20	AOK Hessen	72,0	11	69,6	21	72,4	8	82,5
21	AOK Bayern	70,5	17	67,9	20	74,5	20	67,8
	Branche (Mittelwert)	76,8		70,0		84,6		79,2

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 (100 Punkte sind maximal erreichbar). 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
Gesamtergebnis	Viactiv Krankenkasse	hkk Krankenkasse	AOK Plus
Serviceanalyse	Viactiv Krankenkasse	SBK Siemens-Betriebskrankenkasse	hkk Krankenkasse
Leistungsanalyse	Viactiv Krankenkasse	AOK Nordwest	hkk Krankenkasse
Konditionenanalyse	hkk Krankenkasse	Techniker Krankenkasse	IKK Classic
Profil 1: Familie	AOK Plus	AOK Baden-Württemberg	hkk Krankenkasse
Profil 2: Paar (kinderlos)	AOK Sachsen-Anhalt	AOK Rheinland/Hamburg	AOK Nordwest
Profil 3: Single (m)	Viactiv Krankenkasse	SBK Siemens-Betriebskrankenkasse	hkk Krankenkasse
Profil 4: Single (w)	Viactiv Krankenkasse	hkk Krankenkasse	AOK Plus
Profil 5: Studierende	Viactiv Krankenkasse	hkk Krankenkasse	AOK Niedersachsen

7. Methodik

Hintergrund der Studie

Die Krankenkassen in Deutschland haben die Aufgabe die medizinische Grundversorgung ihrer Versicherten zu gewährleisten und erhalten dafür einen gesetzlich geregelten Betrag. Die für alle gesetzlichen Krankenkassen (GKV) gleichen Vorgaben sind im Sozialgesetzbuch (SGB V) Fünftes Buch geregelt. Neben diesen Vorgaben unterscheiden sich die Leistungen der einzelnen Kassen in zwei Punkten: dem Zusatzbeitrag und weiteren freiwillig gewährten Leistungen. 2019 lag der durchschnittliche Zusatzbeitrag der GKV bei 0,9 Prozent.* Im Jahr 2020 ist der durchschnittliche Zusatzbeitrag auf 1,1 Prozent gestiegen.**

So unterscheiden sich gesetzliche Krankenkassen in Preisen und Leistungen voneinander. Jeder Versicherte kann die für sich passende Kasse wählen und sich dort versichern. Diese Freiheit der Versicherten bringt die GKV in Zugzwang, umfassende Leistungen zu attraktiven Tarifen anzubieten.

Doch bei welcher gesetzlichen Krankenkasse erhalten Versicherte die beste Kombination aus nützlichen Zusatzleistungen, ansprechenden Konditionen und einem guten Service?

Aufschluss darüber soll eine Studie des Deutschen Instituts für Service-Qualität geben, in welcher die Leistungen und Konditionen sowie der Service der 21 wichtigsten gesetzlichen Krankenversicherer eingehend untersucht wurden.

* Krankenkassennetz.de GmbH: Worauf achten beim Vergleich der Krankenkasse? (online unter: www.krankenkasseninfo.de; abgerufen am 14.01.2020).

** Krankenkassennetz.de GmbH: Zusatzbeitrag 2020 (online unter: www.krankenkasseninfo.de/krankenkassen/zusatzbeitrag/; abgerufen am 14.01.2020).

7. Methodik

Untersuchungsumfang

Für die Umsetzung des Untersuchungsziels wurde eine Auswahl getroffen, welche die 21 wichtigsten gesetzlichen Krankenversicherer umfasst. Dabei wurden die gemessen an der Zahl der Versicherten größten bundesweit sowie regional geöffneten Kassen untersucht.

- 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
- Audi BKK
- Barmer
- BKK Mobil Oil
- DAK-Gesundheit
- hkk Krankenkasse
- IKK Classic
- KKH Kaufmännische Krankenkasse
- Knappschaft
- SBK Siemens-Betriebskrankenkasse
- Techniker Krankenkasse
- Viactiv Krankenkasse

7. Methodik

Serviceanalyse – Rollenspiele

Bei den Mystery-Tests verwendeten die geschulten Testkunden für die Anfragen per Telefon und E-Mail spezifische Rollenspiele mit Fragestellungen aus dem Gegenstandsbereich der gesetzlichen Krankenversicherung. Diese Rollenspiele kamen bei allen Unternehmen in der gleichen Verteilung zum Einsatz. Alle Test-Anfragen wurden auf Interessentenbasis gestellt und hatten unter anderem folgende Themen zum Inhalt:

- Beitragssatz und Gesundheitskurse
- Check-up und HPV-Impfung
- Verdienstgrenze Familienversicherung und Sonderkündigungsrecht
- Vorsorgeuntersuchung und Eigenanteil für Hilfsmittel
- Kostenübernahme für Sehhilfen bei Kindern
- Krankenkassenwechsel
- Krankengeld (bei krankem Kind) und Kinderkrankheitstage
- Impfschutz für Erwachsene
- Leistungen bei Schwangerschaft

7. Methodik

Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Telefonischer Service		100,0%
Beratungskompetenz		30,0%
Richtigkeit der Aussagen	7,0%	
Vollständigkeit der Aussagen	6,0%	
Strukturierte Beratung	4,0%	
Individuelle Beratung	5,0%	
Inhaltliche Verständlichkeit	4,0%	
Glaubwürdigkeit des Beraters	4,0%	
Lösungsqualität		20,0%
Gezielte Bedarfsanalyse	5,0%	
Bedarfsgerechte Antworten	5,0%	
Aufzeigen des Kunden- oder Produktnutzens	4,0%	
Relation Gesprächsdauer und -ergebnis	2,0%	
Einfache Lösung des Anliegens	4,0%	

7. Methodik

Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Telefonischer Service (Fortsetzung)		
Kommunikationsqualität		20,0%
Vollständige Meldeformel	1,5%	
Positive Gesprächseröffnung	1,5%	
Namensansprache	1,0%	
Aktive Gesprächsführung	2,5%	
Interaktionsqualität	2,5%	
Freundlichkeit	4,0%	
Motivation	3,0%	
Akustische Verständlichkeit	1,5%	
Positive Formulierungen	1,0%	
Positive Verabschiedung	1,5%	
Wartezeiten und Erreichbarkeit		20,0%
Zustande gekommene Gespräche im Erstkontakt	7,0%	
Durchschnittliche Wartezeit	7,0%	
Gesprächsannahme innerhalb von 20 Sekunden	3,0%	
Wöchentliche Erreichbarkeit	3,0%	
Beratungserlebnis		10,0%
Authentischer Berater	2,0%	
Gesprächsatmosphäre/Wohlfühlfaktor	4,0%	
Mehrwert der Beratung	2,0%	
Erinnerungswert	2,0%	

7. Methodik

Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Service per E-Mail	100,0%	
Beratungskompetenz		35,0%
Richtigkeit der Aussagen	7,0%	
Vollständigkeit der Aussagen	6,0%	
Strukturierte Darstellung	4,0%	
Individuelle Antworten	6,0%	
Inhaltliche Verständlichkeit	4,5%	
Souveränität	4,5%	
Orthografisch und grammatikalisch fehlerfreie Antwort	3,0%	
Lösungsqualität		20,0%
Bedarfsgerechte Antworten	6,0%	
Aufzeigen des Kunden- und Produktnutzens	4,0%	
Konsistente Darstellung	1,0%	
Relation Antwortumfang und -ergebnis	4,0%	
Einfache Lösung des Anliegens	5,0%	

7. Methodik

Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Service per E-Mail (Fortsetzung)		
Kommunikationsqualität		20,0%
Eindeutige Absenderkennung	1,0%	
Betreffzeile entspricht Ursprungsanfrage	1,0%	
Anfragetext in Antwort enthalten	1,5%	
Positiver Einstieg	1,0%	
Anrede mit Namen	2,0%	
Dank für die Kontaktaufnahme	2,0%	
Freundlichkeit der Antwort	3,0%	
Optische Gestaltung	2,0%	
Positive Formulierungen	2,0%	
Aktives Gesprächsangebot	1,0%	
Positive Verabschiedung	2,0%	
Nennung wichtiger Kontaktdaten	1,5%	
Wartezeiten und Erreichbarkeit		20,0%
Zusendung einer Empfangsbestätigung	3,0%	
Eingegangene Antwort	7,0%	
Dauer bis zum Erhalt der Antwort	7,0%	
Zusendung einer Antwort in 24 Stunden	3,0%	
Beratungserlebnis		5,0%
Mehrwert der Antwort	1,5%	
Erinnerungswert	3,5%	

7. Methodik

Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Internetauftritt	100,0%
Inhaltsanalyse	50,0%
Nutzerbetrachtung	50,0%

Inhaltsanalyse Internet	100,0%
Spezielle Informationen und Funktionen	50,0%
Informationen zum allgemeinen Beitragssatz und zum kassenindividuellen Zusatzbeitrag	2,0%
Beitragsrechner	2,0%
Zuzahlungsrechner/Zuzahlungsprüfung	3,0%
Informationen zu verschiedenen Krankheiten	
Allergien	1,0%
Diabetes	1,0%
Krebserkrankungen	1,0%
Alltagstipps	
... zur Rückengesundheit	1,0%
... zu gesunder Ernährung	1,0%
... zur Stressbewältigung	1,0%
Terminservice	2,5%
Auslandsnotruf	2,5%
Informationen zu Ärzten/Kliniken	2,0%
(Fach-)Arztsuche	1,5%
Geschäftsstellensuche	1,5%
Bereitstellung von Formularen (z.B. Erstattungsantrag)	2,0%
Informationen zum Vorgehen bei Behandlungsfehlern	2,0%

7. Methodik

Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Inhaltsanalyse Internet (Fortsetzung)		
Spezielle Informationen und Funktionen (Fortsetzung)		
Informationen zu Selbsthilfegruppen	1,0%	
Informationen zur Organspende	1,0%	
Informationen zur Impfpflicht und Empfehlungen	1,0%	
Aufschlüsselung ärztlicher Diagnosen (ICD-Codes)	1,0%	
Bereich für registrierte Versicherte	1,0%	
Erläuterung Funktionen/Vorteilen registrierter Versicherter	1,0%	
App zur elektronischen Kommunikation mit der Krankenkasse	1,0%	
Website auf weiteren Sprachen	1,0%	
Anzahl Klicks bis zum Beitragsrechner	5,0%	
Anzahl Klicks bis zur Arztsuche	5,0%	
Anzahl Klicks bis zur Geschäftsstellensuche	5,0%	
Allgemeine Informationen		30,0%
AGB/Rechtliches	4,0%	
FAQ/Hilfereich	3,5%	
Glossar	2,5%	
Suchfunktion	2,5%	
Sitemap/Seitenbeschreibung	2,5%	
Newsletter	2,5%	
Mobiloptimierte Website	2,5%	
Anzahl Klicks bis zu den AGB/zum Rechtlichen	5,0%	
Anzahl Klicks bis zu den FAQ/zum Hilfereich	5,0%	

7. Methodik

Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Inhaltsanalyse Internet (Fortsetzung)		
Kontaktinformationen		20,0%
Telefonnummer (außerhalb des Impressums/der AGB)	1,5%	
Hinweis auf telefonische Erreichbarkeit	1,5%	
Call-Back-Service	2,0%	
E-Mail-Adresse (außerhalb des Impressums/der AGB)	1,5%	
Allgemeines Kontaktformular	1,5%	
Postanschrift (außerhalb des Impressums/der AGB)	2,0%	
Explizite Kritik-Möglichkeit	3,0%	
Social-Media-Auftritt (Facebook, Twitter, Forum etc.)	1,0%	
Direct-Messaging (Chat, Skype, WhatsApp)	1,0%	
Anzahl Klicks bis zur Telefonnummer	2,5%	
Anzahl Klicks bis zur E-Mail Adresse/zum Kontaktformular	2,5%	

7. Methodik

Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Nutzerbetrachtung Internet		100,0%
Bedienungsfreundlichkeit		50,0%
Einfache und intuitive Navigation	16,7%*	
Übersichtlichkeit des Internetauftritts	16,7%*	
Optisch ansprechender Gesamteindruck	16,7%*	
Inhalte		50,0%
Strukturierung der Inhalte	16,7%*	
Verständlichkeit der Inhalte	16,7%*	
Umfang der Inhalte	16,7%*	

* Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben.

7. Methodik

Serviceanalyse – Getestete Kontaktkanäle

Teil 1/2:

Unternehmen	Telefonnummer	E-Mail-Adresse	Internetseite
AOK Baden-Württemberg	0800 2652965	service@bw.aok.de / Kontaktformular	https://www.aok.de/pk/bw/
AOK Bayern	089 22844050	infoprivatkunden@service.by.aok.de / Kontaktformular	https://www.aok.de/pk/bayern/
AOK Hessen	0800 0000255	service@he.aok.de / Kontaktformular	https://www.aok.de/pk/hessen/
AOK Niedersachsen	0800 0265637	AOK.Service@nds.aok.de / Kontaktformular	https://www.aok.de/pk/niedersachsen/
AOK Nordost	0800 2650800	service@nordost.aok.de / Kontaktformular	https://www.aok.de/pk/nordost/
AOK Nordwest	0800 2655000	kontakt@nw.aok.de / Kontaktformular	https://www.aok.de/pk/nordwest/
AOK Plus	0800 1059000	service@plus.aok.de / Kontaktformular	https://www.aok.de/pk/plus/
AOK Rheinland/Hamburg	0800 0326326	aok@rh.aok.de / Kontaktformular	https://www.aok.de/pk/rh/
AOK Rheinland-Pfalz/Saarland	0800 4772000	service@rps.aok.de / Kontaktformular	https://www.aok.de/pk/rps/
AOK Sachsen-Anhalt	0800 2265726	service@san.aok.de / Kontaktformular	https://www.aok.de/pk/sachsen-anhalt/
Testzeitraum	17. Februar – 18. April 2020	17. Februar – 02. April 2020	07. März – 15. April 2020

7. Methodik

Serviceanalyse – Getestete Kontaktkanäle

Teil 2/2:

Unternehmen	Telefonnummer	E-Mail-Adresse	Internetseite
Audi BKK	zehn Geschäftsstellen	info@audibkk.de / Kontaktformular	https://www.audibkk.de/
Barmer	0800 3331010	service@barmer.de / Kontaktformular	https://www.barmer.de/
BKK Mobil Oil	0800 2550800	info@service.bkk-mobil-oil.de / Kontaktformular	https://www.bkk-mobil-oil.de/
DAK-Gesundheit	040 325325555	service@dak.de / Kontaktformular	https://www.dak.de/
hkk Krankenkasse	0421 36558584	info@hkk.de / Kontaktformular	https://www.hkk.de/
IKK Classic	0800 4551111	info@ikk-classic.de / Kontaktformular	https://www.ikk-classic.de/pk
KKH Kaufmännische Krankenkasse	0800 5548640554	service@kkh.de / Kontaktformular	https://www.kkh.de
Knappschaft	08000 200501	zentrale@kbs.de / Kontaktformular	https://www.knappschaft.de
SBK Siemens- Betriebskrankenkasse	0800 07257257007	info@sbk.org / Kontaktformular	https://www.sbk.org/
Techniker Krankenkasse	0800 2858585	service@tk.de / Kontaktformular	https://www.tk.de/techniker
Viactiv Krankenkasse	0800 2221211	service@viactiv.de / Kontaktformular	https://www.viactiv.de/
Testzeitraum	17. Februar – 18. April 2020	17. Februar – 02. April 2020	07. März – 15. April 2020

7. Methodik

Leistungen/Konditionen - Vorgehensweise

- Die für die Analyse der Leistungen und Konditionen zugrunde gelegten Daten wurden von Krankenkassennetz.de ermittelt und bewertet (Stand der Daten: März 2020).
- Für die Bewertung wurden die Angaben der Krankenkassen, deren Satzungen und Internetseiten herangezogen.
- Im Hinblick auf die Erstellung eines umfassenden Vergleichs gesetzlicher Krankenkassen wertete Krankenkassennetz.de die Leistungen der Unternehmen anhand von Einzelkriterien aus und beurteilte die Angebote über ein Punktesystem, das als Grundlage für die Bewertung in dieser Studie diente.
- Da alle untersuchten Krankenkassen sämtliche im GKV-Katalog aufgeführten Pflichtleistungen wie vorgeschrieben übernahmen, wurde das Qualitätsurteil „mangelhaft“ bei den Leistungen sowie auch bei den Wahltarifen und Bonusmodellen nicht vergeben.

7. Methodik

Leistungsanalyse - Untersuchungskriterien

Mehrleistungen und Programme		100,0%
Naturheilverfahren		20,0%
Osteopathie	10,0%	
Homöopathische Behandlungen	5,0%	
Kostenübernahme nicht verschreibungspflichtiger Medikamente (z.B. Homöopathie, Phytotherapie und Anthroposophische Medizin)	10,0%	
Krankenpflege/Haushaltshilfe		10,0%
Zusätzliche häusliche Krankenpflege	7,0%	
Erweiterte Haushaltshilfe (über den gesetzlichen Rahmen hinaus)	3,0%	
Kinder		20,0%
Osteopathie für Babys	5,0%	
Baby-Bonus oder Geschenk zur Geburt	5,0%	
Rooming-in (über das 6. Lebensjahr hinaus)	7,0%	
Zusätzliche Vorsorgeuntersuchungen für Kinder	1,0%	
Neurodermitis-Overall	2,0%	

7. Methodik

Leistungsanalyse - Untersuchungskriterien

Mehrleistungen und Programme (Fortsetzung)		
Schwangerschaft und Geburt		20,0%
Erweiterter Anspruch künstliche Befruchtung	6,0%	
Erweiterte Ultraschalluntersuchungen	3,0%	
Nabelschnurblut-Einlagerung bei Neugeborenen	1,0%	
Geburtsvorbereitungskurs für Partner	2,0%	
Hebammen-Rufbereitschaft	1,0%	
Kostenübernahme nicht verschreibungspflichtiger Arzneimittel für Schwangere	5,0%	
Toxoplasma-Test	1,0%	
Screening auf B-Streptokokken	1,0%	
Technisch-organisatorische Unterstützung		10,0%
Hausarztmodell	5,0%	
Disease-Management-Programm (DMP)	4,0%	
Elektronische Patientenquittung	1,0%	
Zuschuss für Sehhilfen		15,0%

7. Methodik

Leistungsanalyse - Untersuchungskriterien

Vorsorge		100,0%
Zahnvorsorge		40,0%
Professionelle Zahnreinigung	20,0%	
Zahnersatz über gesetzlichen Rahmen hinaus	20,0%	
Impfungen		35,0%
HPV-Impfung für über 17-jährige	5,0%	
Reiseimpfungen (Privatreisen)	20,0%	
Gripeschutzimpfung für alle Versicherten	10,0%	
Weitere Vorsorge		25,0%
Brustkrebsfrüherkennung	5,0%	
Hautscreening über gesetzlichen Rahmen hinaus	5,0%	
Magen- und Darmkrebsvorsorge	5,0%	
Sportmedizinische Untersuchungen	10,0%	

Gesundheitsförderung		100,0%
Präventionskurse	50,0%	
Gesundheitsreisen	50,0%	

7. Methodik

Konditionenanalyse - Untersuchungskriterien

Zusatzbeitrag	100,0%
Wahltarife	100,0%
Wahltarif Selbstbehalt	50,0%
Wahltarif Beitragsrückerstattung	50,0%
Bonusmodelle	100,0%
Bonus für selbst Versicherte	25,0%
Separates Bonusmodell für Kinder	25,0%
Höherer Bonus bei Investition in Gesundheitsleistungen	50,0%

7. Methodik

Profile

Je nach Lebensphase und -umständen unterscheiden sich die Bedürfnisse und Prioritäten der Versicherten. Basierend auf den Anforderungen in bestimmten Lebenssituationen wurden daher fünf verschiedene Profile definiert, bei denen sich die Relevanz der jeweiligen Bereiche in einer entsprechenden Gewichtung niederschlägt:

- **Profil 1:** Eine junge **Familie**, für die ein umfassendes Portfolio, sowohl für Erwachsene als auch Kinder eine große Rolle spielte. Kosten wurden im Auge behalten. Insbesondere Leistungen für Kinder sowie in Hinblick auf Schwangerschaft und Geburt waren der Familie wichtig. Naturheilverfahren, Zahnvorsorge sowie Bonusmodelle hatten keine Priorität.
- **Profil 2:** Ein **kinderloses Paar**, das besonderen Wert auf Vorsorge sowie auf Gesundheitsförderung legte. Leistungen für Kinder spielten noch eine untergeordnete Rolle, Leistungen für eine angestrebte Schwangerschaft waren für das Paar von größerer Bedeutung.
- **Profil 3:** Ein **berufstätiger männlicher Single**, der gern sparte und somit neben günstigen Konditionen auch Geldprämien, beispielsweise im Rahmen des Hausarztmodells, begrüßte. Leistungen für Kinder und Schwangerschaft waren nicht von Interesse. Vorsorge war dem Junggesellen wichtig, während Gesundheitsförderung (etwa Gesundheitsreisen) und alternative Heilmethoden kaum eine Rolle spielten.

7. Methodik

Profile

- **Profil 4:** Ein **berufstätiger weiblicher Single** mit einem ausgeprägten Interesse an alternativen Methoden. Weniger relevant waren Leistungen für Kinder, Sehhilfen und Krankenpflege..
- **Profil 5:** Ein/e **Student/-in** mit schmalen Budget. Günstige Konditionen über den Zusatzbeitrag, durch Bonusmodelle oder Wahltarife, aber auch über Prämien durch das Hausarztmodell standen im Fokus. Bei den Leistungen wurden Kostenübernahme und Vorsorge priorisiert. Kinder und Schwangerschaft waren kein Thema

	Seite
A. Tester-Erlebnisse	47
Positiv	47
Negativ	48
A. Telefonischer Service	49
B. Service per E-Mail	50
C. Internetauftritt	51
D. Profile	52
Profil 1 – Familie	52
Profil 2 – Kinderloses Paar	54
Profil 3 – Angestellter männlicher Single	56
Profil 4 – Angestellter weiblicher Single	58
Profil 5 – Studierende	60
F. Zusatzbeiträge	62
G. Der GKV-Experte	63
H. Allgemeine Methodik (Servicetests)	64

G. Der GKV-Experte

Krankenkassennetz.de

- Die Krankenkassennetz.de GmbH mit Sitz in Halle (Saale) betreibt seit 1999 spezialisierte Themenportale im Internet, insbesondere zur gesetzlichen Krankenversicherung.
- Monatlich nutzen mehr als 300.000 Internet-User die Angebote auf krankenkasseninfo.de (Stand Frühjahr 2016). Zu den Angeboten des Portals gehören fünf verschiedene Tarifrechner, regelmäßige Krankenkassentests, ein Kündigungs- und Wechselservice, eine Geschäftsstellensuche sowie ausführliche Infos und Nachrichten.
- Der regelmäßig durchgeführte Große Krankenkassentest gehört zu den wichtigsten Branchentests im GKV-Bereich und bietet den Versicherten einen transparenten und objektiven Preis-Leistungs-Vergleich.
- Langjährige Medienpartner der Krankenkassennetz.de GmbH waren bzw. sind: ZDF WISO, t-online.de, Check24, stepstone.de sowie zahlreiche kleinere Partnerseiten im Netz.

H. Allgemeine Methodik

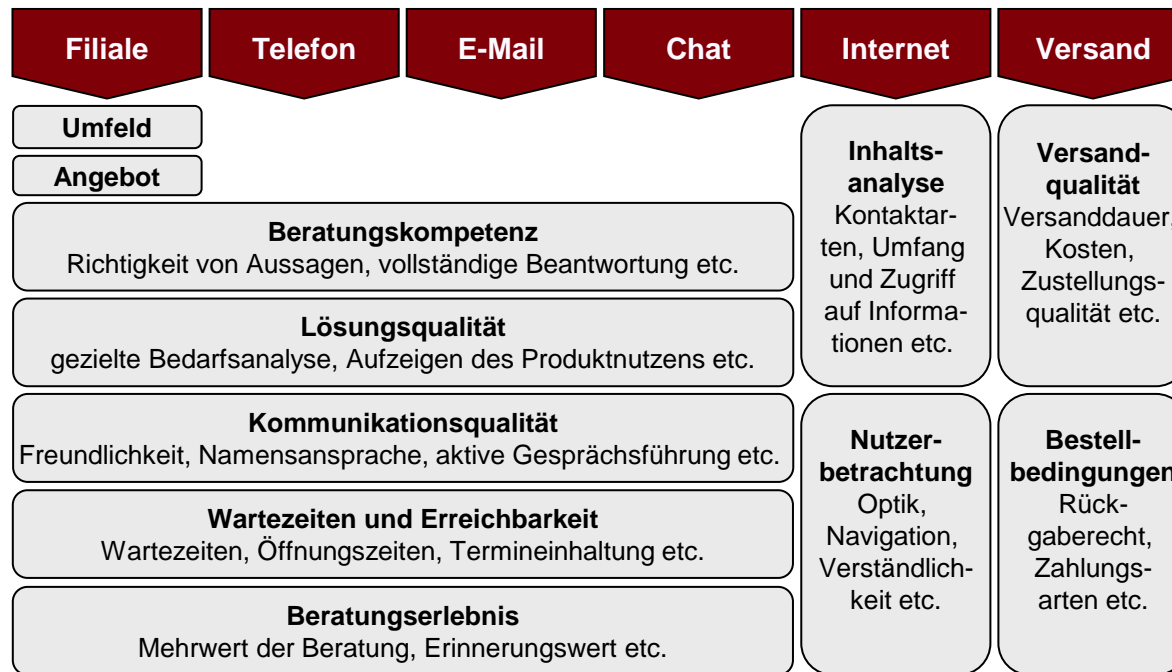
Service-tests

- **Ziel:** Analyse des Services und der Leistungen von Unternehmen aus Verbrauchersicht
- **Basis:** Standardisierte, objektiv nachprüfbare Messverfahren der SERVQUAL/SERVPERF-Methodik, Erweiterung des Modells um Erkenntnisse aus der Verhaltensökonomie
- **Analyse:** Mehrdimensionaler Ansatz; Berücksichtigung der für Kunden relevanten Kontaktkanäle (Filiale vor Ort, Telefon, E-Mail und Kontaktformular, Online-Chat, Internetpräsenz der Unternehmen, Versand)
- **Verfahren:** Datenerhebung mithilfe von Mystery-Tests (= aktive, verdeckte Beobachtung durch geschulte Tester, die als Kunden auftreten und nach einem festgelegten und standardisierten Kriterienkatalog vorgehen)
- **Mystery-Aktivitäten:** Testkäufe, Testberatungen, Testanrufe, Test-E-Mails, Test-Chat-Gespräche auf Basis streng definierter, branchenübergreifender Vorgaben hinsichtlich Fragebögen, Rollenspiele und Kundenprofile
- **Internetanalyse:** Qualitätsmessung anhand quantitativer Inhaltsanalysen durch Experten sowie Nutzerbetrachtungen durch geschulte Tester

H. Allgemeine Methodik

Service-tests

Die Abbildung zeigt die Hauptkriterien der Servicetests mit wesentlichen Unterkriterien:



- Bewertungen basieren auf standardisierter Likert-Skala mit fünf Ausprägungen
- Einheitliche Überführung ermittelter Daten in ein Punktesystem (0 bis 100 Punkte)
- Einordnung der Werte in Qualitätssurteilsschema von „sehr gut“ bis „mangelhaft“