

DOKUMENTATION – Zusammenfassung

Studie: Gesetzliche Krankenkassen 2022



„Mehr Transparenz – mehr Kundennähe“
Im Auftrag des Nachrichtensenders ntv
Hamburg, 15. Juni 2022

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.).

Fotoquellen: Oliver Görnandt-Schade (2), Getty Images/Wavebreakmedia

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 Mystery-Shopping-Studien, Tests und Kundenbefragungen auf Basis standardisierter, objektiver und aktueller Marktforschungsmethodik
Mitarbeiter	Expertenteam aus Ökonomen, Soziologen und Psychologen sowie über 2.000 geschulte Testerinnen und Tester in ganz Deutschland
Beirat	Vorsitz: Brigitte Zypries / Bundesministerin a. D. (Wirtschaft und Justiz) Jochen Dietrich / Journalist, Experte ntv Wirtschaftsmagazine Marianne Voigt / Unternehmerin, Aufsichtsrätin
Verantwortung	Partnerschaft mit myclimate, Auszeichnung für Klimaneutralität

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
Online-Service	16
Leistungen	17
Konditionen	19

Inhaltsverzeichnis

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

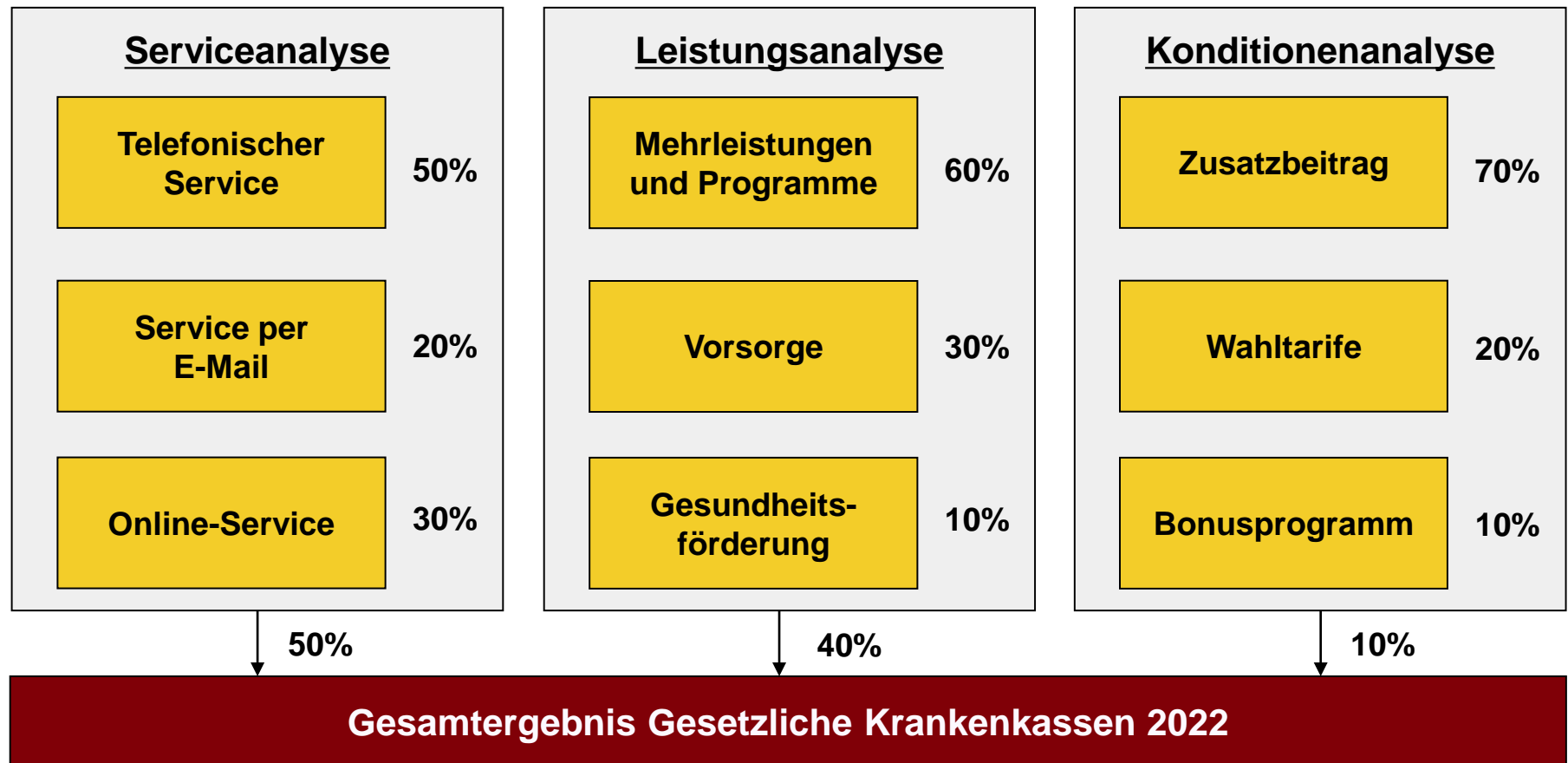
	Seite
6. Ergebnisse der Unternehmen	20
Serviceanalyse	20
Leistungsanalyse	22
Konditionenanalyse	24
7. Methodik	26
Serviceanalyse	28
Leistungen / Konditionen	38
Profile	43
Anhang	45

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Auftraggeber	Nachrichtensender ntv
Studienumfang	21 gesetzliche Krankenkassen
Studienzeitraum	Januar bis April 2022
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)■ 231 Analysen des Online-Service:<ul style="list-style-type: none">■ 21 Analysen der Internetauftritte■ 210 Betrachtungen der Internetauftritte durch geschulte Nutzer (10 je Anbieter)
Leistungs- und Konditionenanalyse	Bewertung der Mehrleistungen, Programme, Vorsorge, Gesundheitsförderung, Zusatzbeiträge, Wahltarife und Bonusprogramme in Kooperation mit Krankenkassennetz.de (Stand der Daten: März 2022)

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Bewertungskriterien und Gewichtungen



3. Gesamtergebnis

Gesamtergebnis Gesetzliche Krankenkassen			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Viactiv Krankenkasse	84,9	sehr gut
2	SBK Siemens-Betriebskrankenkasse	80,0	sehr gut
3	AOK Sachsen-Anhalt	79,8	gut
4	hkk Krankenkasse	79,7	gut
5	AOK Plus	79,6	gut
6	Techniker Krankenkasse	79,0	gut
7	IKK Classic	78,8	gut
8	Mobil Krankenkasse	78,3	gut
9	AOK Bayern	78,2	gut
10	DAK-Gesundheit	77,4	gut
11	AOK Baden-Württemberg	76,9	gut
12	Barmer	76,8	gut
13	AOK Rheinland-Pfalz/Saarland	76,3	gut
14	KKH Kaufmännische Krankenkasse	75,7	gut
15	Audi BKK	75,5	gut
16	AOK Nordwest	74,8	gut
17	AOK Niedersachsen	74,7	gut
18	AOK Nordost	74,1	gut
19	AOK Rheinland/Hamburg	72,0	gut
20	Knappschaft	71,4	gut
21	AOK Hessen	71,2	gut
	Branche (Mittelwert)	76,9	

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.

3. Gesamtergebnis

Gesamtergebnis Gesetzliche Krankenkassen			Service- analyse		Leistungs- analyse		Konditionen- analyse	
100%			50%		40%		10%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	Viactiv Krankenkasse	84,9	2	75,7	1	99,7	16	72,0
2	SBK Siemens-Betriebskrankenkasse	80,0	1	77,4	14	84,4	8	75,3
3	AOK Sachsen-Anhalt	79,8	4	72,1	12	88,3	2	84,0
4	hkk Krankenkasse	79,7	5	71,1	9	89,3	1	84,2
5	AOK Plus	79,6	13	67,9	2	94,7	6	77,0
6	Techniker Krankenkasse	79,0	11	68,5	4	92,1	3	79,0
7	IKK Classic	78,8	17	67,3	3	93,5	5	77,3
8	Mobil Krankenkasse	78,3	12	68,2	5	91,2	6	77,0
9	AOK Bayern	78,2	6	70,5	11	89,2	13	72,6
10	DAK-Gesundheit	77,4	16	67,5	6	90,6	10	73,8
11	AOK Baden-Württemberg	76,9	15	67,6	7	89,7	13	72,6
12	Barmer	76,8	3	73,4	18	81,7	10	73,8
13	AOK Rheinland-Pfalz/Saarland	76,3	8	69,6	13	85,7	13	72,6
14	KKH Kaufmännische Krankenkasse	75,7	19	65,2	9	89,3	10	73,8
15	Audi BKK	75,5	7	69,9	16	81,8	4	78,8
16	AOK Nordwest	74,8	20	64,3	8	89,6	20	68,3
17	AOK Niedersachsen	74,7	14	67,6	15	83,6	8	75,3
18	AOK Nordost	74,1	9	69,0	17	81,8	20	68,3
19	AOK Rheinland/Hamburg	72,0	18	66,7	20	79,2	19	70,0
20	Knappschaft	71,4	21	64,0	19	80,6	16	72,0
21	AOK Hessen	71,2	10	68,7	21	74,3	18	71,8
	Branche (Mittelwert)	76,9		69,2		87,2		74,7

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	SBK Siemens-Betriebskrankenkasse	AOK Sachsen-Anhalt
Serviceanalyse	SBK Siemens-Betriebskrankenkasse	Viactiv Krankenkasse	Barmer
Telefonischer Service	Barmer	SBK Siemens-Betriebskrankenkasse	AOK Sachsen-Anhalt
Service per E-Mail	SBK Siemens-Betriebskrankenkasse	Viactiv Krankenkasse	DAK-Gesundheit
Online-Service	Barmer	AOK Hessen	Audi BKK
Leistungsanalyse	Viactiv Krankenkasse	AOK Plus	IKK Classic
Konditionenanalyse	hkk Krankenkasse	AOK Sachsen-Anhalt	Techniker Krankenkasse
Profil 1: Familie	IKK Classic	AOK Plus	KKH Kaufmännische Krankenkasse
Profil 2: Paar (kinderlos)	AOK Plus	Viactiv Krankenkasse	DAK-Gesundheit
Profil 3: Single (m)	Techniker Krankenkasse	AOK Sachsen-Anhalt	Viactiv Krankenkasse
Profil 4: Single (w)	Viactiv Krankenkasse	Techniker Krankenkasse	AOK Sachsen-Anhalt
Profil 5: Studierende	hkk Krankenkasse	Techniker Krankenkasse	IKK Classic

7. Methodik

Hintergrund der Studie

Die Gesundheitsbranche und mit ihr die Krankenversicherer standen und stehen insbesondere angesichts der Corona-Pandemie vor enorm großen Herausforderungen operativer wie finanzieller Art.

Da in Deutschland eine Versicherungspflicht besteht*, ist der Großteil der deutschen Bevölkerung bei einer der aktuell 97 gesetzlichen Krankenkassen versichert.* Krankenkassen haben in erster Linie die Aufgabe der medizinischen Grundversorgung ihrer Versicherten; freiwillige Leistungen können darüber hinaus gewährt werden. Dafür erhalten die Kassen einen festgesetzten Beitragssatz zuzüglich eines frei gestaltbaren Zusatzbeitrages. Da jedem Bürger die freie Wahl seines Versicherers zusteht und diesen auch wechseln kann, müssen die Krankenkassen mit attraktiven Leistungen, gutem Service und günstigen (Zusatz-)Beiträgen überzeugen.

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

Aufschluss darüber soll die vorliegende Studie des Deutschen Instituts für Service-Qualität geben, in welcher die Leistungen und Konditionen sowie der Service der größten gesetzlichen Krankenkassen eingehend untersucht wurden.

* Bundesministerium für Gesundheit (2022): Gesetzliche Krankenversicherung. Online unter: <https://www.bundesgesundheitsministerium.de/gkv.html> (zuletzt abgerufen: 11.04.2022)

** GKV-Spitzenverband (2022): Die gesetzlichen Krankenkassen. Online unter: https://www.gkv-spitzenverband.de/krankenversicherung/kv_grundprinzipien/alle_gesetzlichen_krankenkassen/alle_gesetzlichen_krankenkassen.jsp (zuletzt abgerufen: 11.04.2022)

7. Methodik

Untersuchungsumfang

Für die Umsetzung des Untersuchungsziels wurde eine Auswahl an relevanten Krankenkassen getroffen. Dafür wurden die mitgliederstärksten gesetzlichen Krankenkassen (Versichertenzahl: über 700.000 Mitglieder) einbezogen, die bundesweit oder regional tätig sind.

Die Untersuchungsauswahl umfasste folgende 21 Krankenkassen (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
- Audi BKK
- Barmer
- DAK-Gesundheit
- hkk Krankenkasse
- IKK Classic
- KKH Kaufmännische Krankenkasse
- Knappschaft
- Mobil Krankenkasse
- 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
- Gesetzliche Versicherung für Freiberufler
- Verdienstgrenze Familienversicherung und Sonderkündigungsrecht
- Vorsorgeuntersuchung und Eigenanteil für Hilfsmittel
- Kostenübernahme für Sehhilfen bei Kindern
- Krankenkassenwechsel
- Krankengeld (bei erkranktem Kind) und Kinderkrankheitstage (pandemiebedingt)
- 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- oder 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

Online-Service	100,0%
Internetanalyse	50,0%
Nutzerbetrachtung	50,0%

Internetanalyse	100,0%
Spezielle Informationen und Funktionen	50,0%
Informationen zum allgemeinen Beitragssatz und zum kassenindividuellen Zusatzbeitrag	2,0%
Beitragsrechner	2,0%
Zuzahlungsrechner/Zuzahlungsprüfung	2,0%
Informationen über neu eingeführte elektronische Krankmeldung	2,0%
Informationen zu verschiedenen Krankheiten	
COVID-19/Corona (z. B. Symptome, Behandlungen)	1,0%
Allergien (z. B. Desensibilisierung, Allergiekalender, typische Symptome)	1,0%
Diabetes	1,0%
Krebserkrankungen (z. B. Früherkennung)	1,0%
Alltagstipps:	
zum Infektionsschutz (Grippe, COVID-19 etc.)	1,0%
zur Rückengesundheit	1,0%
zu gesunder Ernährung	1,0%
zur Stressbewältigung	1,0%
Terminservice	2,0%
Auslandsnotruf	1,0%
Informationen zu Ärzten/Kliniken	1,0%
(Fach-)Arztsuche	2,0%

7. Methodik

Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Internetanalyse (Fortsetzung)		
Spezielle Informationen und Funktionen (Fortsetzung)		
Geschäftsstellensuche	2,0%	
Bereitstellung von Formularen (z. B. Erstattungsantrag)	2,0%	
Informationen zum Vorgehen bei Behandlungsfehlern	2,0%	
Informationen zu Selbsthilfegruppen	1,0%	
Informationen zur Organspende/zum Organspendeausweis	1,0%	
Informationen zu Impfungen und Impfpfehlungen	1,0%	
Aufschlüsselung ärztlicher Diagnosen (ICD-Codes)	1,0%	
Bereich für registrierte Versicherte und Erläuterung der Funktionen/Vorteile	1,0%	
App für Versicherte	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/Hilfebereich	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 Hilfebereich	5,0%	

7. Methodik

Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Internetanalyse (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%	

Nutzerbetrachtung Internet		
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

Unternehmen	Telefonnummer	E-Mail-Adresse	Internetseite
AOK Baden-Württemberg	0800 2652965	info@bw.aok.de / Kontaktformular	www.aok.de/pk/bw
AOK Bayern	089 22844050	infoprivatkunden@service.by.aok.de / Kontaktformular	www.aok.de/pk/bayern
AOK Hessen	0800 0000255	service@he.aok.de / Kontaktformular	www.aok.de/pk/hessen
AOK Niedersachsen	0800 0265637	AOK.Service@nds.aok.de / Kontaktformular	www.aok.de/pk/niedersachsen
AOK Nordost	0800 2650800	service@nordost.aok.de / Kontaktformular	www.aok.de/pk/nordost
AOK Nordwest	0800 2655000	Kontaktformular	www.aok.de/pk/nordwest
AOK Plus	0800 1059000	service@plus.aok.de / Kontaktformular	www.aok.de/pk/plus
AOK Rheinland/Hamburg	0211 81950000	aok@rh.aok.de / Kontaktformular	www.aok.de/pk/rh
AOK Rheinland-Pfalz/Saarland	0800 4772000	service@rps.aok.de / Kontaktformular	www.aok.de/pk/rps
AOK Sachsen-Anhalt	0800 2265726	service@san.aok.de / Kontaktformular	www.aok.de/pk/sachsen-anhalt
Testzeitraum	21. Januar – 17. März 2022	27. Januar – 18. März 2022	24. Januar – 24. März 2022

7. Methodik

Serviceanalyse – Getestete Kontaktkanäle

– Fortsetzung –

Unternehmen	Telefonnummer	E-Mail-Adresse	Internetseite
Audi BKK	Zehn Geschäftsstellen	info@audibkk.de / Kontaktformular	www.audibkk.de
Barmer	0800 3331010 / 0800 333 0333	service@barmer.de / neukunde@barmer.de / Kontaktformular	www.barmer.de
DAK-Gesundheit	040 325325555	service@dak.de / Kontaktformular	www.dak.de
hkk Krankenkasse	0421 36558584	info@hkk.de / Kontaktformular	www.hkk.de
IKK Classic	0800 4551111	info@ikk-classic.de / Kontaktformular	www.ikk-classic.de/pk
KKH Kaufmännische Krankenkasse	0800 5548640554	service@kkh.de / Kontaktformular	www.kkh.de
Knappschaft	08000 200501 / 0800 7245900	zentrale@kbs.de / Kontaktformular	www.knappschaft.de
Mobil Krankenkasse	0800 2550800	info@service.mobil-krankenkasse.de / Kontaktformular	www.mobil-krankenkasse.de
SBK Siemens- Betriebskrankenkasse	0800 07257257007	info@sbk.org / Kontaktformular	www.sbk.org
Techniker Krankenkasse	0800 2858585	Kontaktformular	www.tk.de/techniker
Viactiv Krankenkasse	0800 2221211 / 0800 5020550	service@viactiv.de / Kontaktformular	www.viactiv.de
Testzeitraum	21. Januar – 17. März 2022	27. Januar – 18. März 2022	24. Januar – 24. März 2022

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 2022).
- 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 – neben den gesetzlich vorgegebenen – zusätzlichen Leistungen der Unternehmen anhand von Einzelkriterien aus und beurteilte die Angebote über ein Punktesystem, das als Grundlage für die Bewertung in dieser Studie diente. Dabei konnten die Krankenkassen mindestens 40 (auf Grund der erfüllten Pflichtleistungen) bis maximal 100 Punkte erreichen.
- Da alle untersuchten Krankenkassen sämtliche im GKV-Katalog aufgeführten Pflichtleistungen wie vorgeschrieben übernahmen, wurde das Qualitätsurteil „mangelhaft“ bei den Leistungen sowie auch bei den Wahlтарifen und Bonusprogrammen nicht vergeben.

7. Methodik

Leistungsanalyse – Untersuchungskriterien

Leistungsanalyse		100,0%
Mehrleistungen und Programme		60,0%
Vorsorge		30,0%
Gesundheitsförderung		10,0%

Mehrleistungen und Programme		100,0%
Naturheilverfahren		20,0%
Osteopathie	8,0%	
Homöopathische Behandlungen	4,0%	
Kostenübernahme nicht verschreibungspflichtiger Medikamente (z. B. Homöopathie, Phytotherapie und Anthroposophische Medizin)	8,0%	
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		25,0%
Erweiterter Anspruch künstliche Befruchtung:		
Höherer Zuschuss bei künstlicher Befruchtung	6,0%	
Altersgrenzen/Versuchszahl bei künstlicher Befruchtung	2,0%	
Antikörpertest gegen Ringelröteln und Windpocken	2,0%	
Toxoplasmose-Test	2,0%	
Screening auf B-Streptokokken	2,0%	
Geburtsvorbereitungskurs für Partner	2,0%	
Hebammen-Rufbereitschaft	2,0%	
Kostenübernahme nicht verschreibungspflichtiger Arzneimittel für Schwangere	5,0%	
Zusätzlicher Service bei Schwangerschaft und Geburt	2,0%	
Technisch-organisatorische Unterstützung		10,0%
Hausarztmodell	4,0%	
Disease-Management-Programm (DMP)	4,0%	
Ärzt hotline	2,0%	
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		25,0%
Reiseimpfungen (Privatreisen)	20,0%	
Gripeschutzimpfung für alle Versicherten	5,0%	
Weitere Vorsorge		35,0%
Sportmedizinische Untersuchungen	8,0%	
Brustkrebsfrüherkennung	5,0%	
Hautscreening über gesetzlichen Rahmen hinaus	5,0%	
Magen- und Darmkrebsvorsorge	5,0%	
Weitere Leistungen im Bereich Krebsvorsorge/Früherkennung	4,0%	
Zuschuss zu ambulanten Vorsorgekuren	4,0%	
Zuschuss zu Vorsorgekuren für chronisch kranke Kinder	4,0%	
Gesundheitsförderung		100,0%
Präventionskurse	40,0%	
Online-Fitness Kurse	20,0%	
Gesundheitsreisen	40,0%	

7. Methodik

Konditionenanalyse – Untersuchungskriterien

Konditionenanalyse	100,0%	
Zusatzbeitrag		70,0%
Wahltarife		20,0%
Bonusprogramm		10,0%
Zusatzbeitrag	100,0%	
Wahltarife	100,0%	
Wahltarif Selbstbehalt	50,0%	
Wahltarif Beitragsrückerstattung	50,0%	
Bonusprogramm	100,0%	

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 solche im Hinblick auf Schwangerschaft und Geburt waren der Familie wichtig. Naturheilverfahren, Krankenpflege und Zahnvorsorge hatten keine Priorität.
- **Profil 2:** Ein **kinderloses Paar**, das besonderen Wert auf Vorsorge sowie auf Gesundheitsförderung legte. Leistungen für Kinder spielten 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 Geldprämien, beispielsweise im Rahmen des Hausarztmodells, begrüßte. Leistungen für Kinder und Schwangerschaft waren nicht von Interesse. Weitere Vorsorge und sportmedizinische Untersuchungen waren dem Junggesellen wichtig, während Online-Fitness-Kurse kaum eine Rolle spielten.

7. Methodik

Profile

- **Profil 4:** Ein **berufstätiger weiblicher Single** mit einem ausgeprägten Interesse an alternativen (Heil-)Methoden. Weniger relevant waren Leistungen für Kinder, Schwangerschaft und Geburt. Bezuschussung für Gesundheitsreisen spielten eine größere Rolle als Präventionskurse.
- **Profil 5:** Ein/e **Studierende(r)** mit schmalem Budget. Günstige Konditionen über den Wahltarif Selbstbehalt oder auch über Prämien durch das Hausarztmodell standen im Fokus. Bei den Leistungen wurden Kostenübernahme und weitere Vorsorge priorisiert. Kinder und Schwangerschaft waren kein Thema.

	Seite
A. Tester-Erlebnisse	46
Positiv	46
Negativ	47
B. Telefonischer Service	48
C. Service per E-Mail	49
D. Online-Service	50
E. Profile	51
Profil 1 – Familie	51
Profil 2 – Kinderloses Paar	53
Profil 3 – Angestellter männlicher Single	55
Profil 4 – Angestellter weiblicher Single	57
Profil 5 – Studierende	59
F. Zusatzbeiträge	61
G. Kooperationspartner	62
H. Allgemeine Methodik (Servicetests)	63
I. Klimaneutralität	65

G. Kooperationspartner

Krankenkassennetz.de, der GKV-Experte

- Die Krankenkassennetz.de GmbH mit Sitz in Halle (Saale) betreibt spezialisierte Themenportale im Internet, insbesondere zur gesetzlichen Krankenversicherung. Mit dem Portal krankenkasseninfo.de ging 1999 der erste unabhängige Informationsdienst für gesetzlich Versicherte online.
- Jeden Monat wird krankenkasseninfo.de von mehreren Hunderttausend Internetnutzern in Anspruch genommen. Zu den Angeboten des Portals gehören u. a. vier verschiedene Tarifrechner, regelmäßige Krankenkassentests, ausführliche Infos und News, ein Kündigungs- und Wechselservice sowie eine Geschäftsstellensuche.
- 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 beispielsweise ZDF WISO, t-online.de, Check24, stepstone.de sowie zahlreiche weitere Partnerseiten im Netz.

H. Allgemeine Methodik

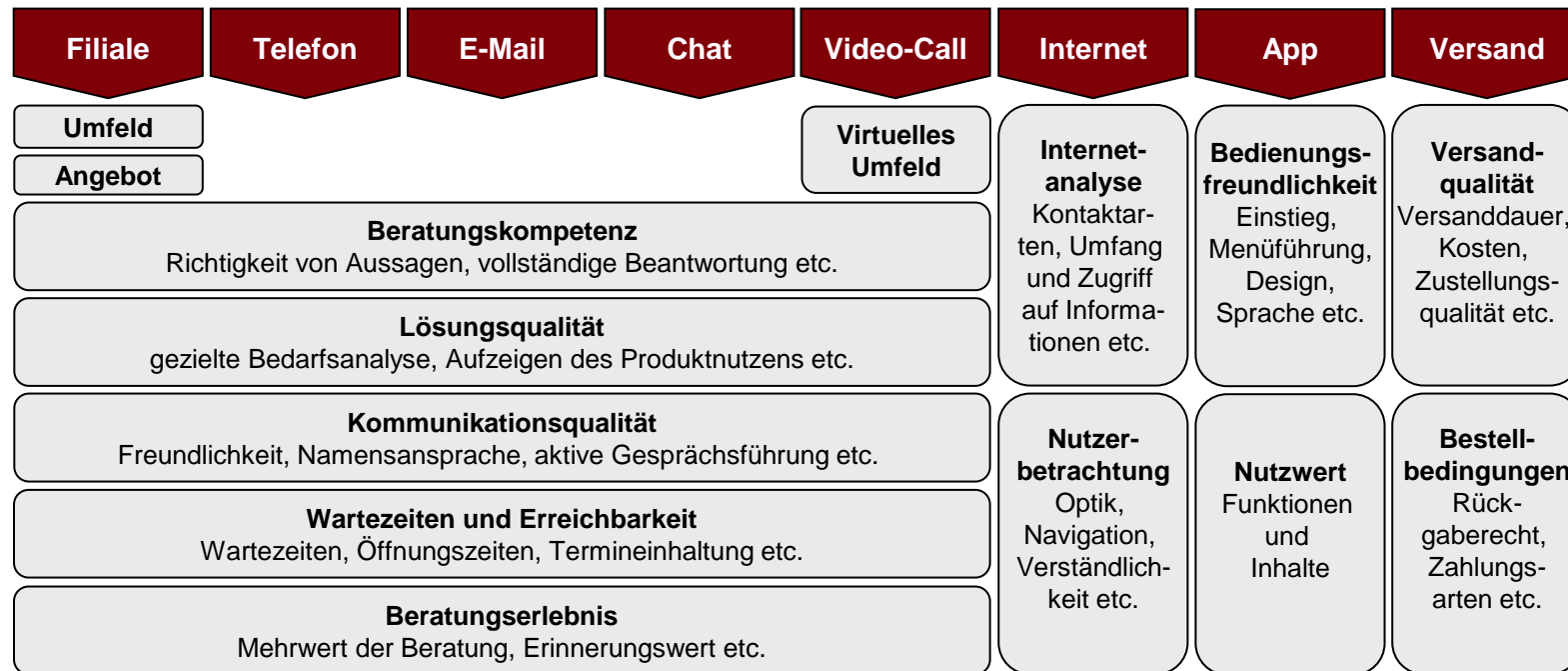
Service-tests

- **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 Kundinnen und Kunden relevanten Kontaktkanäle (Filiale vor Ort, Telefon, E-Mail und Kontaktformular, Online-Chat, App, Video-Call, Internetpräsenz der Unternehmen, Versand)
- **Verfahren:** Datenerhebung mithilfe von Mystery-Tests (= aktive, verdeckte Beobachtung durch geschulte Testerinnen und Tester, die als Kunden auftreten und nach einem festgelegten und standardisierten Kriterienkatalog vorgehen)
- **Mystery-Aktivitäten:** Testkäufe, Testberatungen, Testanrufe, Test-E-Mails, Test-Chats, Test-Video-Calls, Test-App-Analysen auf Basis streng definierter, branchenübergreifender Vorgaben hinsichtlich Fragebögen, Rollenspiele und Kundenprofile
- **Online-Service:** Qualitätsmessung anhand quantitativer Internetanalysen durch Expertenteam sowie Nutzerbetrachtungen durch geschulte Testerinnen und Tester

H. Allgemeine Methodik

Service-tests

Die Abbildung zeigt die Hauptkriterien der Servicetests mit wesentlichen Unterkriterien:



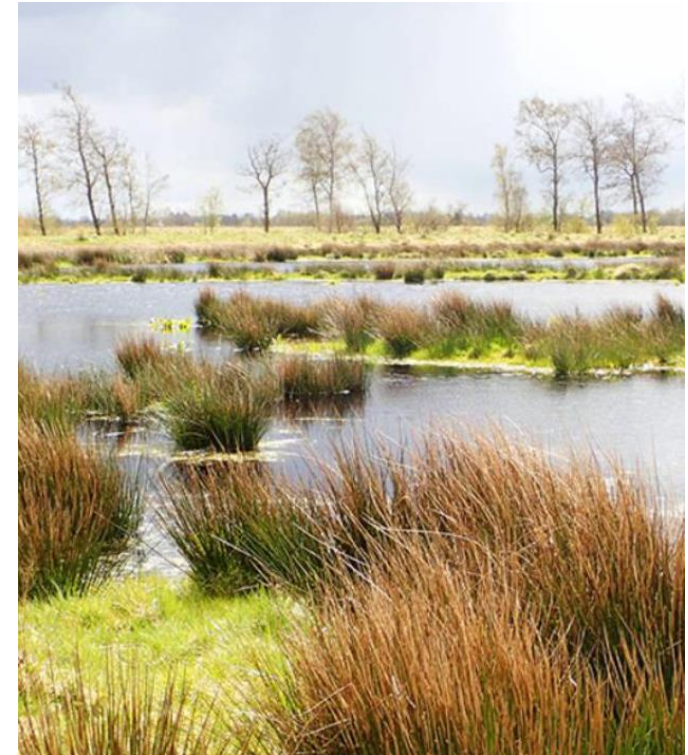
- Bewertungen basieren auf standardisierter Likert-Skala mit fünf Ausprägungen
- Einheitliche Überführung ermittelter Daten in ein Punktesystem (0 bis 100 Punkte)
- Einordnung der Werte in Qualitätssurteilsschema von „sehr gut“ bis „mangelhaft“

I. Klimaneutralität

Auszeichnung durch myclimate



- Jährliche Berechnung des CO₂-Fußabdrucks des DISQ durch Umweltexperten von myclimate
- Regelmäßige Prüfung und Umsetzung weiterer CO₂-Reduktionsmaßnahmen
- Kompensation aller aktuell unvermeidbaren CO₂-Emissionen in einem Projekt zur Renaturierung des Königsmoores in Schleswig-Holstein
- Nachhaltigkeit als Teil der Unternehmenskultur
- Mehr dazu online unter: disq.de/klima



Aktuelles Projekt: Wiedervernässung von Hochmoorgrünland im Königsmoor in Schleswig-Holstein