

PRESSEMITTEILUNG

Servicestudie: Gesetzliche Krankenversicherer 2016

Gute Kundenorientierung am Telefon – Service per E-Mail mit deutlichen Schwächen – AOK Plus auf Platz eins

Hamburg, 23.03.2016 – Die gesetzlichen Krankenkassen scheinen die Mitglieder stärker in den Fokus zu rücken – insgesamt steigt das Serviceniveau. Auf dem letzten Platz landet allerdings eine der größten Krankenversicherungen Deutschlands, die rund sechs Millionen Mitglieder zählt. Das zeigt die Studie des Deutschen Instituts für Service-Qualität (DISQ), welches im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv den Service von 20 gesetzlichen Krankenversicherern getestet hat (*Sendehinweis: n-tv Ratgeber – Geld, Mittwoch, 23.03.2016, 18:35 Uhr*).

Viele Krankenkassen gut aufgestellt

Im Gesamtergebnis verbessern sich die gesetzlichen Krankenkassen gegenüber der Serviceanalyse 2014 von „befriedigend“ auf „gut“. Ausschlaggebend für das positive Resultat: die informativen und oft bedienungsfreundlichen Internetauftritte sowie die insgesamt kompetenten Beratungen am Telefon. Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität: „In puncto Beitragshöhe unterscheiden sich die Versicherer aufgrund der Gesetzgebung nicht dramatisch. Versicherte sollten deshalb prüfen, ob sie mit dem Service ihrer Krankenkasse zufrieden sind.“

Kompetente Hotline-Mitarbeiter

Die meist gebührenfrei erreichbaren Hotlines sind im Schnitt täglich fast 21 Stunden besetzt, und auch die Beratungen überzeugen. Die Servicemitarbeiter zeichnen sich durch Freundlichkeit und Kompetenz aus und geben im Test in 99 Prozent der Fälle korrekte Auskünfte. Manko jedoch: Anrufer müssen durchschnittlich über eine Minute warten, bis sie mit einem Berater verbunden sind. Als eine gute Informationsquelle für Mitglieder erweisen sich darüber hinaus die meisten Internetauftritte der Krankenkassen.

Enttäuschender E-Mail-Service

Auch Schwächen deckt der DISQ-Test auf – konkret: bei der E-Mail-Bearbeitung der Krankenversicherer. Auf einen Antwort müssen die Kunden im Schnitt rund 42 Stunden warten. Auch Kompetenz und Individualität der Auskünfte bleiben dabei häufig auf der Strecke. Darüber hinaus bekommt der Versicherte auf mehr als jede zehnte E-Mail im Test gar keine Antwort. „Trotz einiger Abstriche kann der Branche ein guter Service bescheinigt werden. Dennoch fallen die Ergebnisse der einzelnen Krankenversicherer durchaus unterschiedlich aus“, bemerkt Marktforschungsexperte Markus Hamer. So kommt beispielsweise das letztplatzierte Unternehmen, die mitgliederstarke DAK-Gesundheit, nicht über das Gesamturteil „befriedigend“ hinaus.

Die besten gesetzlichen Krankenkassen

AOK Plus geht mit dem Qualitätsurteil „gut“ als Testsieger aus der Studie hervor. Der Versicherer erzielt in allen drei Untersuchungsbereichen – Telefon, E-Mail und Internet – ein gutes Ergebnis. Die E-Mail-Bearbeitung ist dabei die beste aller untersuchten Unternehmen. Die gut strukturierten Antworten enthalten fast ausnahmslos vollständige Informationen, und es wird immer auch aktiv ein Gespräch angeboten. Die Mitarbeiter am Telefon punkten mit Freund-

DISQ Deutsches Institut für
Service-Qualität GmbH & Co. KG
Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Fon: +49 (0)40 / 27 88 91 48-0
Fax: +49 (0)40 / 27 88 91 48-91
info@disq.de, www.disq.de

Geschäftsführung:

Markus Hamer

Beirat:

Gunnar Uldall (Vors.), Jochen Dietrich,

Johann C. Lindenberg

Ust.-Id.-Nr. DE249603922

Amtsgericht Hamburg HRA 104009

Persönlich haftende Gesellschafterin:

buscha Verwaltungsgesellschaft mbH,

Amtsgericht Hamburg HRB 97297

lichkeit und individuellen sowie verständlichen Auskünften. Darüber hinaus bietet der Internetauftritt einen hohen Informationswert und schnell erreichbare Kontaktinformationen. Platz zwei belegt die Techniker Krankenkasse, ebenfalls mit einem guten Gesamtergebnis. Das Unternehmen punktet mit dem besten Internetauftritt, der durch zahlreiche fachspezifische Informationen und in puncto Bedienungsfreundlichkeit überzeugt. Für Fragen steht neben klassischen Kontaktkanälen auch ein Chat zur Verfügung. Der telefonische Service an der 24-h-Hotline ist ebenfalls auf einem sehr guten Niveau. Verbesserungspotenzial zeigt sich allerdings beim E-Mail-Service, zum Beispiel hinsichtlich zu langer Bearbeitungszeiten. Den dritten Rang nimmt die AOK Sachsen-Anhalt (Qualitätsurteil: „gut“) ein. Der telefonische Service des Unternehmens erzielt ein ausgesprochen gutes Ergebnis – nicht zuletzt dank kurzer Wartezeiten von im Schnitt nur 7,8 Sekunden. Auch geben die Mitarbeiter am Telefon im Test stets korrekte Auskünfte. Zudem bietet der Internetauftritt umfangreiche Informationen und Funktionen, etwa einen Zuzahlungs- und Beitragsrechner, einen Terminservice sowie eine Apothekensuche.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität testete den Service von 20 gesetzlichen Krankenversicherern. Die Servicequalität wurde bei jedem Unternehmen anhand von je zehn verdeckten Telefon- und E-Mail-Tests (Mystery-Calls und -Mails), je zehn Prüfungen der Internetauftritte durch geschulte Testnutzer und einer detaillierten Inhaltsanalyse der Website ermittelt. Im Fokus standen hier unter anderem der Informationswert und die Bedienungsfreundlichkeit. Insgesamt flossen 620 Servicekontakte mit den Krankenversicherern in die Auswertung ein.

Veröffentlichung nur unter Nennung der Quelle:
Deutsches Institut für Service-Qualität im Auftrag von n-tv

Pressekontakt:

Martin Schechtel
Tel.: +49 (0)40 / 27 88 91 48 - 20
E-Mail: m.schechtel@disq.de
www.disq.de

DISQ Deutsches Institut für
Service-Qualität GmbH & Co. KG
Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Tel.: +49 (0)40 / 27 88 91 48-0
Fax: +49 (0)40 / 27 88 91 48-91
E-Mail: info@disq.de

Das Deutsche Institut für Service-Qualität (DISQ) verfolgt das Ziel, die Servicequalität in Deutschland zu verbessern. Das Marktforschungsinstitut mit Sitz in Hamburg führt zu diesem Zweck unabhängige Wettbewerbsanalysen und Kundenbefragungen durch. Rund 1.500 geschulte Tester sind in ganz Deutschland im Einsatz. Die Leitung der Forschungsprojekte, bei denen wissenschaftlich anerkannte Methoden und Service-Messverfahren zum Einsatz kommen, obliegt einem Team aus Soziologen, Ökonomen und Psychologen. Dem Verbraucher liefert das Institut wichtige Anhaltspunkte für seine Kaufentscheidungen. Unternehmen gewinnen wertvolle Informationen für das eigene Qualitätsmanagement. Das Deutsche Institut für Service-Qualität arbeitet im Auftrag von renommierten Print-Medien und TV-Sendern; Studien für Unternehmen gehören nicht zum Leistungsspektrum des DISQ.