

DOKUMENTATION – Zusammenfassung

Studie: Gesetzliche Krankenkassen 2024



„Mehr Transparenz – mehr Kundennähe“
Im Auftrag des Nachrichtensenders ntv
Hamburg, 19. Juni 2024

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) Prof. Dr. Michel Clement / Institut für Marketing der Universität Hamburg Jochen Dietrich / Journalist, Experte ntv Wirtschaftsmagazine Judith Klose / Vice President Media & Marketing bei Civey
Nachhaltigkeit	Freiwilliger Beitrag für Klima und Natur, MoorFutures-Klimaschutzprojekte

Der Beirat unterstützt die unabhängige Arbeit und die strategische Weiterentwicklung des DISQ.



Brigitte Zypries
Beiratsvorsitzende
Ex-Bundesministerin
für Wirtschaft und
Energie, davor lang-
jährige Bundesjustiz-
ministerin



Prof. Dr. Michel Clement
Inhaber des Lehrstuhls für
Marketing & Medien am
Institut für Marketing der
Universität Hamburg



Jochen Dietrich
Journalist und Experte
für die Wirtschaftsmagazine des Nachrichten-
senders ntv



Judith Klose
Vice President Media &
Marketing beim digitalen
Markt- und Meinungsfor-
schungsunternehmen Civey

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	7
2. Fazit	9
3. Gesamtergebnis	10
4. Die besten Unternehmen	12
5. Stärken und Schwächen der Branche	14
Telefonischer Service	15
Service per E-Mail	16
Online-Service	17
Leistungen	18
Konditionen	20
6. Ergebnisse der Unternehmen	21
Serviceanalyse	21
Leistungsanalyse	23
Konditionenanalyse	25

Inhaltsverzeichnis

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

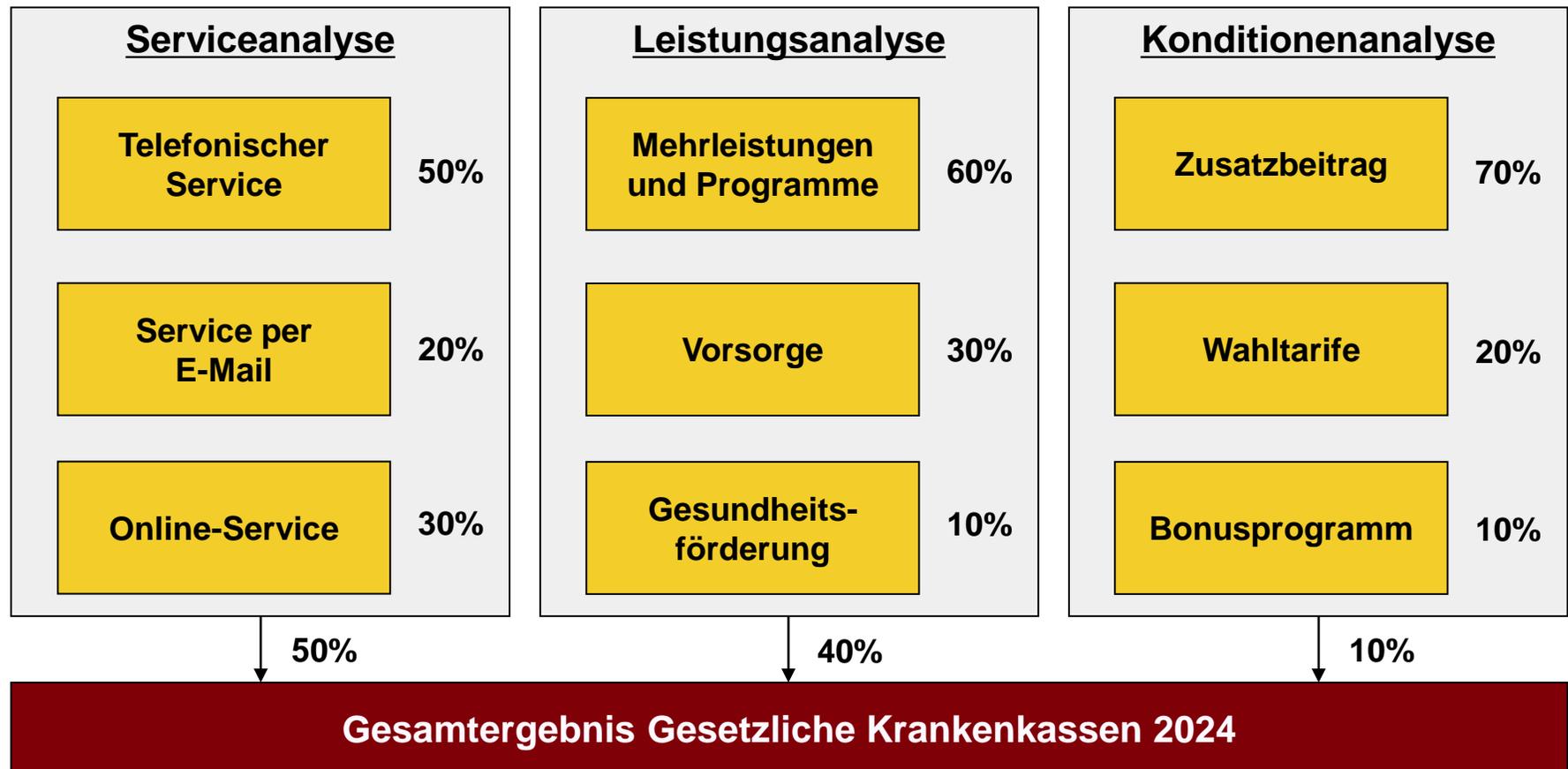
	Seite
7. Methodik	27
Serviceanalyse	29
Leistungen/Konditionen	40
Profile	45
Anhang	47

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Auftraggeber	Nachrichtensender ntv
Studienumfang	21 gesetzliche Krankenkassen
Studienzeitraum	Januar bis April 2024
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 2024)

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Bewertungskriterien und Gewichtungen



3. Gesamtergebnis

Gesamtergebnis Gesetzliche Krankenkassen			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Viactiv Krankenkasse	85,3	sehr gut
2	AOK Rheinland-Pfalz/Saarland	82,9	sehr gut
3	Techniker Krankenkasse	81,9	sehr gut
4	KKH Kaufmännische Krankenkasse	80,9	sehr gut
5	hkk Krankenkasse	79,6	gut
6	Audi BKK	79,5	gut
7	SBK Siemens-Betriebskrankenkasse	79,5	gut
8	Mobil Krankenkasse	79,1	gut
9	AOK Niedersachsen	78,8	gut
10	DAK-Gesundheit	78,6	gut
11	AOK Plus	78,5	gut
12	AOK Nordwest	78,3	gut
13	AOK Bayern	77,7	gut
14	AOK Sachsen-Anhalt	77,5	gut
15	AOK Hessen	76,6	gut
16	AOK Baden-Württemberg	76,6	gut
17	AOK Rheinland/Hamburg	76,3	gut
18	IKK Classic	74,2	gut
19	Barmer	72,1	gut
20	Knappschaft	70,9	gut
21	AOK Nordost	70,8	gut
	Branche (Mittelwert)	77,9	

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	85,3	2	76,3	1	100,0	7	72,0
2	AOK Rheinland-Pfalz/Saarland	82,9	4	75,4	3	96,5	15	66,5
3	Techniker Krankenkasse	81,9	8	71,3	4	95,9	2	79,0
4	KKH Kaufmännische Krankenkasse	80,9	13	69,9	2	98,3	14	66,8
5	hkk Krankenkasse	79,6	5	72,4	14	88,7	3	78,9
6	Audi BKK	79,5	10	70,8	10	90,1	1	80,5
7	SBK Siemens-Betriebskrankenkasse	79,5	1	76,3	17	86,2	12	68,3
8	Mobil Krankenkasse	79,1	11	70,0	7	91,8	6	73,5
9	AOK Niedersachsen	78,8	9	71,0	11	89,8	5	73,8
10	DAK-Gesundheit	78,6	16	67,9	5	94,0	9	70,3
11	AOK Plus	78,5	6	72,0	12	89,6	15	66,5
12	AOK Nordwest	78,3	12	70,0	8	91,7	15	66,5
13	AOK Bayern	77,7	7	71,7	16	87,0	8	71,1
14	AOK Sachsen-Anhalt	77,5	15	68,2	12	89,6	4	75,3
15	AOK Hessen	76,6	14	69,3	15	87,4	11	70,0
16	AOK Baden-Württemberg	76,6	17	67,0	9	90,8	13	67,3
17	AOK Rheinland/Hamburg	76,3	3	75,5	20	81,1	20	61,3
18	IKK Classic	74,2	21	60,7	6	92,0	9	70,3
19	Barmer	72,1	20	65,5	18	82,5	18	63,3
20	Knappschaft	70,9	19	65,6	21	79,3	18	63,3
21	AOK Nordost	70,8	18	65,9	19	82,0	21	50,8
	Branche (Mittelwert)	77,9		70,1		89,7		69,3

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	AOK Rheinland-Pfalz/Saarland	Techniker Krankenkasse
Serviceanalyse	SBK Siemens-Betriebskrankenkasse	Viactiv Krankenkasse	AOK Rheinland/Hamburg
Leistungsanalyse	Viactiv Krankenkasse	KKH Kaufmännische Krankenkasse	AOK Rheinland-Pfalz/Saarland
Konditionenanalyse	Audi BKK	Techniker Krankenkasse	hkk Krankenkasse
Profil 1: Familie	Viactiv Krankenkasse	Techniker Krankenkasse	DAK-Gesundheit
Profil 2: Paar (kinderlos)	Viactiv Krankenkasse	KKH Kaufmännische Krankenkasse	AOK Rheinland-Pfalz/Saarland
Profil 3: Single (m)	Techniker Krankenkasse	Viactiv Krankenkasse	Audi BKK
Profil 4: Single (w)	Techniker Krankenkasse	hkk Krankenkasse	Viactiv Krankenkasse
Profil 5: Studierende	hkk Krankenkasse	Techniker Krankenkasse	DAK-Gesundheit

7. Methodik

Hintergrund der Studie

Für alle Menschen, die in Deutschland wohnen, besteht eine Versicherungspflicht.* Der Großteil der Bevölkerung, rund 90 Prozent, ist bei einer der aktuell 96 bestehenden gesetzlichen Krankenversicherungen (GKV) versichert.**

Die GKV bietet ein breites Spektrum an Leistungen an. Dazu gehören unter anderem Vorsorgeuntersuchungen, die ambulante und stationäre Behandlung, Medikamentenversorgung, Rehabilitation und Prävention. Die GKV erfüllt damit die Aufgabe der medizinischen Grundversorgung ihrer Versicherten. Darüber hinaus werden auch freiwillige Leistungen angeboten. Diese Zusatzleistungen können je nach Kasse variieren, und Versicherte können individuell entscheiden, ob sie diese in Anspruch nehmen möchten. Gesetzliche Krankenkassen finanzieren sich nach dem Solidaritätsprinzip durch den gesetzlich festgeschriebenen Mitgliedsbeitrag, der bei 14,6 Prozent des Bruttoeinkommens der Versicherten liegt. Alle Krankenkassen erheben außerdem einen Zusatzbeitrag.

Doch bei welcher gesetzlichen Krankenkasse erhalten Versicherte die beste Kombination aus nützlichen Zusatzleistungen, ansprechenden Konditionen und einem guten Service? Aufschluss darüber sollte eine Studie des Deutschen Instituts für Service-Qualität geben, in welcher die Leistungen und Konditionen sowie der Service der größten gesetzlichen Krankenkassen eingehend untersucht wurden.

* Vgl. Bundesministerium für Gesundheit (2024): Gesetzliche Krankenversicherung. Online unter: <https://www.bundesgesundheitsministerium.de/gkv.html>; (abgerufen am 22.04.2024).

** Vgl. Bundesministerium für Gesundheit (2024): Gesetzlichen Krankenversicherung. Online unter: <https://www.bundesgesundheitsministerium.de/gkv/>; (abgerufen am 22.04.2024).

7. Methodik

Untersuchungsumfang

Für die Umsetzung des Untersuchungsziels wurde eine Auswahl an relevanten Krankenkassen getroffen. Dafür wurden die nach Versichertenzahl 21 größten gesetzlichen Krankenkassen (> 700.000 Mitglieder) einbezogen, die bundesweit oder aber regional tätig sind.

Die Untersuchung umfasste folgende Unternehmen (in alphabetischer 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
- GKV für Freiberufler
- App und digitale Services
- Verdienstgrenze Familienversicherung und Sonderkündigungsrecht
- Vorsorgeuntersuchung und Eigenanteil für Hilfsmittel
- Krankenkassenwechsel
- Mehrleistungen und individuelle Gesundheitsleistungen
- 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



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 zur elektronischen Krankmeldung	2,0%	
Informationen zur Krankschreibung per Telefon	2,0%	
Informationen zum E-Rezept	2,0%	
Facharztterminservice	2,0%	
(Fach-)Arztsuche	2,0%	
Geschäftsstellensuche	1,0%	
Informationen zu Ärzten/Kliniken	1,0%	
Bereitstellung von Formularen (z.B. Erstattungsantrag)	1,0%	
Auslandsnotruf	1,0%	
App für Versicherte	1,0%	
Website auf weiteren Sprachen	1,0%	
Bereich für registrierte Versicherte und Erläuterung der Funktionen/Vorteile	1,0%	

7. Methodik

Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Internetanalyse (Fortsetzung)	
Spezielle Informationen und Funktionen (Fortsetzung)	
Informationen zu verschiedenen Krankheiten/Prävention	
Psychische Erkrankungen (z.B. Depressionen, Sucht, Burn Out)	1,0%
Allergien (z.B. Desensibilisierung, Allergiekalender, typische Symptome)	1,0%
Diabetes	1,0%
Kreberkrankungen (z.B. Früherkennung)	1,0%
Gesundheitstipps	
... zum Infektionsschutz (Grippe, COVID-19 etc.)	1,0%
... zur Rückengesundheit	1,0%
... zu gesunder Ernährung	1,0%
Informationen zum Vorgehen bei Behandlungsfehlern	1,0%
Informationen zu Selbsthilfegruppen	1,0%
Informationen zur Organspende/-ausweis	1,0%
Informationen zu Impfungen und Impfpfehlungen	1,0%
Aufschlüsselung ärztlicher Diagnosen (ICD-Codes)	1,0%
Anzahl Klicks bis zum Beitragsrechner	5,0%
Anzahl Klicks bis zur Arztsuche	5,0%
Anzahl Klicks bis zur Leistungsübersicht	5,0%

7. Methodik

Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Internetanalyse (Fortsetzung)		
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

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

Teil 1/2:

Unternehmen	Telefonnummer	E-Mail-Adresse	Internetseite
AOK Baden-Württemberg	0711 76161923	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	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	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	9. Februar – 21. März 2024	26. Januar – 19. März 2024	8. Februar – 28. März 2024

7. Methodik

Serviceanalyse – Getestete Kontaktkanäle

Teil 2/2:

Unternehmen	Telefonnummer	E-Mail-Adresse	Internetseite
Audi BKK	0841887887	info@audibkk.de / Kontaktformular	www.audibkk.de
Barmer	0800 3331010	service@barmer.de / Kontaktformular	www.barmer.de
DAK-Gesundheit	040 325325555	service@dak.de / Kontaktformular	www.dak.de
hkk Krankenkasse	0421 36550 0800 2555444	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	0800 7245900 08000 200501	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 07257258550	info@sbk.org / Kontaktformular	www.sbk.org
Techniker Krankenkasse	0800 4225585	Kontaktformular	www.tk.de/techniker
Viactiv Krankenkasse	0800 2221211 0800 5020550	service@viactiv.de / Kontaktformular	www.viactiv.de
Testzeitraum	9. Februar – 21. März 2024	26. Januar – 19. März 2024	8. Februar – 28. März 2024

7. Methodik

Leistungen/Konditionen – Vorgehensweise

- Die für die Analyse der Leistungen und Konditionen zugrunde gelegten Daten wurden von Krankenkassennetz.de ermittelt und mit 0 bis 3 Punkten bewertet (Stand der Daten: März 2024).
- 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 gesetzlich vorgegebenen, zusätzlichen Leistungen der Unternehmen anhand von Einzelkriterien aus und beurteilte die Angebote. Diese Punkte dienten als Grundlage für die Bewertung in dieser Studie. 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

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 Kinder	8,0%	
Baby-Bonus oder Geschenk zur Geburt	8,0%	
Allergie-Bettwäsche	4,0%	

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	7,0%	
Brustkrebsfrüherkennung	6,0%	
Hautscreening über gesetzlichen Rahmen hinaus	6,0%	
Magen- und Darmkrebsvorsorge	6,0%	
Weitere Leistungen im Bereich Krebsvorsorge / Früherkennung	5,0%	
Zuschuss zu ambulanten Vorsorgekuren	5,0%	

Gesundheitsförderung	100,0%	
Präventionskurse	40,0%	
Online-Fitness Kurse	20,0%	
Gesundheitsreisen	40,0%	

7. Methodik

Konditionenanalyse – Untersuchungskriterien

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 in Hinblick auf Schwangerschaft und Geburt waren der Familie wichtig. Naturheilverfahren, Zahnvorsorge sowie Krankenpflege 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. 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 Methoden. Weniger relevant waren Leistungen für Kinder, Schwangerschaft und Geburt. Bezuschussung für Gesundheitsreisen spielten eine größere Rolle als Präventionskurse.
- **Profil 5:** Ein/e **Student/-in** mit schmalen Budget. Günstige Konditionen über den Wahl-tarif 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. Test-Erlebnisse	48
Positiv	48
Negativ	49
B. Telefonischer Service	50
C. Service per E-Mail	51
D. Online-Service	52
E. Profile	53
Profil 1 – Familie	53
Profil 2 – Kinderloses Paar	55
Profil 3 – Angestellter männlicher Single	57
Profil 4 – Angestellter weiblicher Single	59
Profil 5 – Studierende	61
F. Zusatzbeiträge	63
G. Der GKV-Experte	64
H. Allgemeine Methodik (Servicetests)	65
I. Nachhaltigkeit	67

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 500.000 Internet-User die Angebote auf [krankenkasseninfo.de](https://www.krankenkasseninfo.de) (Stand 2024). 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.

H. Allgemeine Methodik

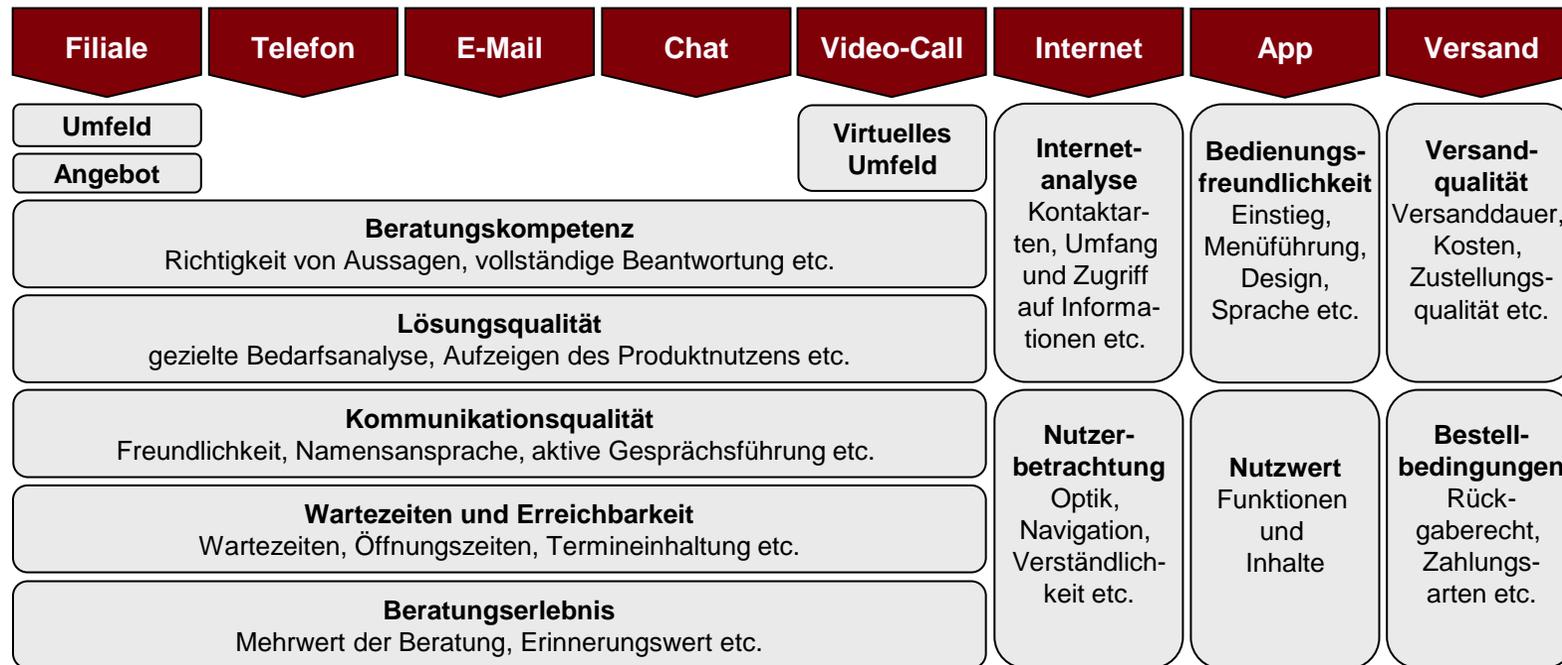
Service-tests

- **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:

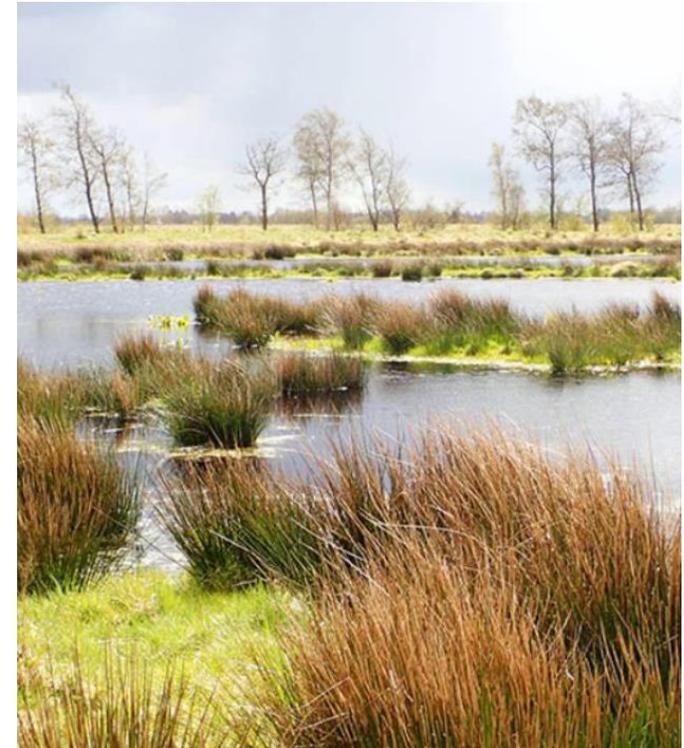


- Bewertungen basieren auf standardisierter Likert-Skala mit fünf Ausprägungen
- Einheitliche Überführung ermittelter Daten in ein Punktesystem (0 bis 100 Punkte)
- Einordnung der Werte in Qualitätssurteilsschema von „sehr gut“ bis „mangelhaft“

I. Nachhaltigkeit

Unser Beitrag zum globalen Klimaschutz

- Nachhaltigkeit als Teil der Unternehmenskultur
- Seit 2020 kontinuierliches Umwelt-Engagement durch Beteiligung an Klimaschutzprojekten
- Regelmäßige Prüfung und Umsetzung von Maßnahmen zur CO₂-Reduzierung beim DISQ
- Jährliche Ermittlung des CO₂-Fußabdrucks des DISQ mit unabhängigem myclimate-Rechner
- Kompensation aller aktuell unvermeidbaren CO₂-Emissionen in Klimaschutzprojekte, etwa zur Renaturierung des Königsmoores in Schleswig-Holstein (CO₂-Zertifikate von MoorFutures)
- Mehr dazu online unter: disq.de/klima



Projekt: Wiedervernässung von Hochmoorgrünland im Königsmoor in Schleswig-Holstein

Fotoquelle: myclimate