

DOKUMENTATION – Zusammenfassung

Studie: Gesetzliche Krankenkassen 2026



„Mehr Transparenz – mehr Kundennähe“
Im Auftrag des Nachrichtensenders ntv
Hamburg, 17. Juni 2026

UNTERNEHMEN KONTAKT

DEUTSCHES INSTITUT
FÜR SERVICE-QUALITÄT



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

Bianca Möller
Geschäftsführerin

DEUTSCHES INSTITUT
FÜR SERVICE-QUALITÄT



Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Fon: 040 27 88 91 48 13
a.otto@disq.de
www.disq.de

Anna Otto
Projektleiterin Marktforschung

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

Fotoquellen: Thomas Ecke, 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 Judith Klose / Vice President Media & Marketing bei Civey Catja Stammen / Redaktionsleiterin ntv Wirtschaftsmagazine
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



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



Catja Stammen
Redaktionsleiterin für die
Wirtschaftsmagazine des
Nachrichtensenders ntv

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
Online-Service	16
Service per E-Mail	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.).



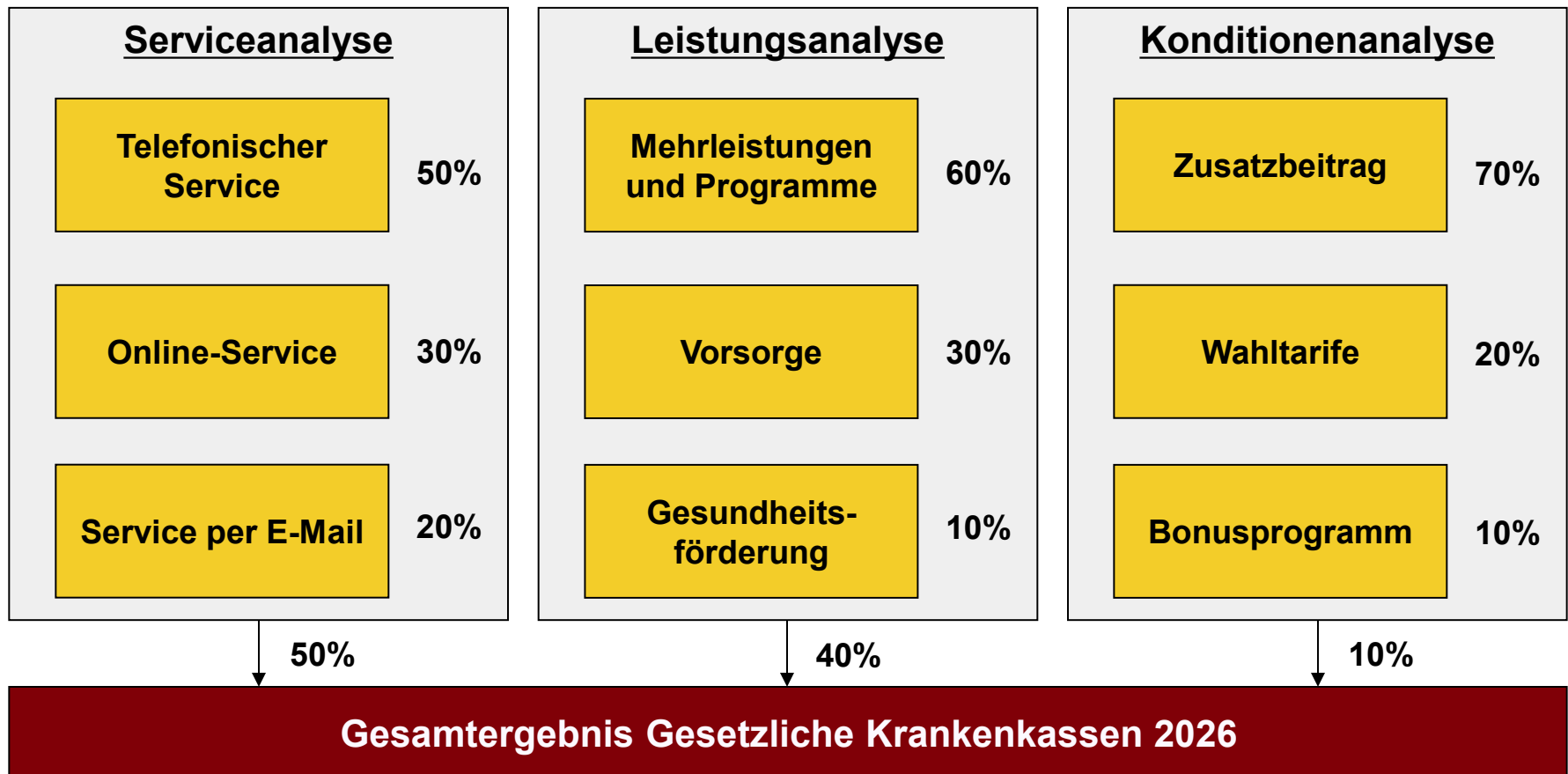
	Seite
7. Methodik	27
Serviceanalyse	29
Leistungen/Konditionen	40
Profile	45
Anhang	47

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Auftraggeber	Nachrichtensender ntv
Studienumfang	21 gesetzliche Krankenkassen
Studienzeitraum	Januar bis Mai 2026
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)■ 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)■ 210 Analysen der E-Mail-Beantwortung (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 2026)

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Bewertungskriterien und Gewichtungen



3. Gesamtergebnis

Gesamtergebnis Gesetzliche Krankenkassen			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Viactiv Krankenkasse	84,0	sehr gut
2	AOK Rheinland-Pfalz/Saarland	83,3	sehr gut
3	AOK Bayern	82,1	sehr gut
4	AOK Plus	81,3	sehr gut
5	AOK Hessen	81,0	sehr gut
6	DAK-Gesundheit	80,5	sehr gut
7	hkk Krankenkasse	78,7	gut
8	Techniker Krankenkasse	78,6	gut
9	SBK Siemens-Betriebskrankenkasse	78,4	gut
10	IKK Classic	77,6	gut
11	Audi BKK	75,3	gut
12	AOK Rheinland/Hamburg	74,2	gut
13	Barmer	73,9	gut
14	AOK Sachsen-Anhalt	72,9	gut
15	AOK Nordost	72,2	gut
16	AOK Niedersachsen	70,9	gut
17	AOK Baden-Württemberg	69,7	befriedigend
18	Knappschaft	66,2	befriedigend
19	Mobil Krankenkasse	61,1	befriedigend
20	AOK Nordwest	57,5	ausreichend
21	KKH Kaufmännische Krankenkasse	54,6	ausreichend
	Branche (Mittelwert)	74,0	

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			Serviceanalyse		Leistungsanalyse		Konditionenanalyse	
100%			50%		40%		10%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	Viactiv Krankenkasse	84,0	3	75,2	1	98,9	17	68,9
2	AOK Rheinland-Pfalz/Saarland	83,3	12	68,9	2	98,7	1	94,0
3	AOK Bayern	82,1	16	67,5	3	97,4	2	93,8
4	AOK Plus	81,3	5	73,3	7	91,2	9	81,8
5	AOK Hessen	81,0	14	67,7	4	97,3	8	81,9
6	DAK-Gesundheit	80,5	13	68,9	5	94,0	5	84,7
7	hkk Krankenkasse	78,7	8	71,8	10	84,3	3	90,9
8	Techniker Krankenkasse	78,6	4	73,7	12	83,0	4	85,8
9	SBK Siemens-Betriebskrankenkasse	78,4	1	77,2	11	83,1	19	66,2
10	IKK Classic	77,6	10	70,0	9	86,7	10	79,8
11	Audi BKK	75,3	11	69,3	14	81,9	11	79,2
12	AOK Rheinland/Hamburg	74,2	6	72,9	16	74,7	13	78,7
13	Barmer	73,9	2	75,4	20	70,7	13	78,7
14	AOK Sachsen-Anhalt	72,9	7	72,6	19	71,9	12	79,0
15	AOK Nordost	72,2	9	71,3	17	74,3	18	68,1
16	AOK Niedersachsen	70,9	17	67,3	18	72,3	6	83,9
17	AOK Baden-Württemberg	69,7	18	56,9	13	82,1	6	83,9
18	Knappschaft	66,2	15	67,7	21	66,2	21	59,4
19	Mobil Krankenkasse	61,1	19	36,2	8	89,7	16	71,5
20	AOK Nordwest	57,5	20	34,9	15	80,6	15	78,6
21	KKH Kaufmännische Krankenkasse	54,6	21	23,6	6	91,3	20	63,3
	Branche (Mittelwert)	74,0		64,9		84,3		78,7

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	AOK Rheinland-Pfalz/Saarland	AOK Bayern
Serviceanalyse	SBK Siemens-Betriebskrankenkasse	Barmer	Viactiv Krankenkasse
Leistungsanalyse	Viactiv Krankenkasse	AOK Rheinland-Pfalz/Saarland	AOK Bayern
Konditionenanalyse	AOK Rheinland-Pfalz/Saarland	AOK Bayern	hkk Krankenkasse
Profil 1: Familie	AOK Bayern	AOK Rheinland-Pfalz/Saarland	AOK Hessen
Profil 2: Paar (kinderlos)	AOK Rheinland-Pfalz/Saarland	AOK Bayern	AOK Hessen
Profil 3: Single (m)	AOK Rheinland-Pfalz/Saarland	AOK Bayern	hkk Krankenkasse
Profil 4: Single (w)	AOK Rheinland-Pfalz/Saarland	AOK Hessen	hkk Krankenkasse
Profil 5: Studierende	AOK Rheinland-Pfalz/Saarland	AOK Bayern	hkk Krankenkasse

7. Methodik

Hintergrund der Studie

Für alle Menschen in Deutschland besteht eine Versicherungspflicht. Dabei ergänzen sich zwei Systeme: die gesetzliche Krankenversicherung (GKV) und die private Krankenversicherung (PKV). Der Großteil der Bevölkerung ist gesetzlich versichert.

Die GKV bietet ein breites Leistungsspektrum, darunter Vorsorgeuntersuchungen, ambulante und stationäre Behandlungen, Medikamente, Rehabilitation und Prävention. Sie sichert die medizinische Grundversorgung und bietet zusätzlich freiwillige Leistungen, die je nach Kasse variieren, etwa alternative Heilmethoden oder erweiterte Zahnleistungen. Versicherte können selbst entscheiden, ob sie diese nutzen.

Die Finanzierung erfolgt nach dem Solidaritätsprinzip über einen Beitrag von 14,6 Prozent des Bruttoeinkommens sowie einen Zusatzbeitrag. Dieser variiert zwischen den Kassen und gilt als wichtiges Wettbewerbsinstrument. Ein hoher Zusatzbeitrag kann ein Grund für einen Wechsel sein, jedoch sollten auch Leistungen und Service berücksichtigt werden.

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.

7. Methodik

Untersuchungsumfang

Für die Umsetzung des Untersuchungsziels wurde eine Auswahl an relevanten Krankenkassen getroffen. Dafür wurden die nach Versichertenzahl 21 größten gesetzlichen Krankenkassen (> 680.000 Mitglieder) einbezogen, die bundesweit oder aber regional tätig sind.

Die Untersuchung umfasste folgende Anbieter (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:

- App und Digitale Services
- Beitragssatz und Gesundheitskurse
- GKV für Freiberufler
- App und digitale Services
- Verdienstgrenze Familienversicherung und Sonderkündigungsrecht
- Freiwillige GKV
- Krankenkassenwechsel
- Wahltarife
- Impfschutz für Erwachsene

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%	
Kundenerlebnis		10,0%
Authentischer Berater	2,0%	
Gesprächsatmosphäre/Wohlfühlfaktor	4,0%	
Mehrwert der Beratung	2,0%	
Erinnerungswert	2,0%	

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/ Videosprechstunde	2,0%
Informationen zum E-Rezept	1,0%
Terminservice	2,0%
(Fach-)Arztsuche	1,0%
Informationen zur automatischen elektronischen Patientenakte (ePA)	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	3,5%	
FAQ/Hilfereich	3,0%	
Datenschutzerklärung	2,0%	
Cookie-Einstellungsoption	2,0%	
Glossar	1,0%	
Volltext-Suchfunktion	2,5%	
Sitemap/Seitenbeschreibung	1,0%	
Newsletter	1,5%	
Multimediale Elemente (Videos, Grafiken, etc.)	1,5%	
Mobiloptimierte Website	2,0%	
Anzahl Klicks bis zu den AGB/zum Rechtlichen	5,0%	
Anzahl Klicks bis zu den FAQ/zum Hilfereich	5,0%	
Kontaktinformationen		20,0%
Telefonnummer (außerhalb des Impressums/der AGB)	1,5%	
Hinweis auf telefonische Erreichbarkeit	1,5%	
Call-Back-Service	1,5%	
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	2,5%	
Social-Media-Auftritt (Facebook, Instagram, Forum etc.)	1,0%	

7. Methodik

Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Internetanalyse (Fortsetzung)	
Kontaktinformationen (Fortsetzung)	
Direct-Messaging (Chat, WhatsApp)	1,0%
KI-gestützter Chatbot	1,0%
Anzahl Klicks bis zur Telefonnummer	2,5%
Anzahl Klicks bis zur E-Mail-Adresse/zum Kontaktformular	2,5%

Nutzerbetrachtung	100,0%
Emotionale und visuelle Aspekte	50,0%
Optik und Gestaltung	15,0%
Vertrauenswürdigkeit und Sicherheit	15,0%
Gesamtzufriedenheit	15,0%
Erwartungen übertroffen	5,0%
Funktionale und nutzungsbezogene Aspekte	50,0%
Bedienbarkeit (Intuitivität)	15,0%
Auffindbarkeit von Informationen	15,0%
Problemlösungskompetenz	15,0%
Technische Funktionalität	5,0%

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%	
Aussagekräftige Betreffzeile	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 Hilfsangebot	1,0%	
Positive Verabschiedung	2,0%	
Vollständige und aktuelle 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%	
Kundenerlebnis		5,0%
Mehrwert der Antwort	1,5%	
Erinnerungswert	3,5%	

7. Methodik

Serviceanalyse – Getestete Kontaktkanäle

Teil 1/2:

Unternehmen	Telefonnummer	Internetseite	E-Mail-Adresse
AOK Baden-Württemberg	0711 76161923	www.aok.de/pk/bw	info@bw.aok.de / Kontaktformular
AOK Bayern	089 22844050	www.aok.de/pk/bayern	infoprivatkunden@service.by.aok.de / Kontaktformular
AOK Hessen	069 66816334000	www.aok.de/pk/hessen	Kontaktformular
AOK Niedersachsen	0800 0265637	www.aok.de/pk/niedersachsen	aok.service@nds.aok.de / Kontaktformular
AOK Nordost	0800 2650800	www.aok.de/pk/nordost	Kontaktformular
AOK Nordwest	0800 2655000	www.aok.de/pk/nordwest	Kontaktformular
AOK Plus	0800 1059000	www.aok.de/pk/plus	service@plus.aok.de / Kontaktformular
AOK Rheinland/Hamburg	0211 81950000	www.aok.de/pk/rh	aok@rh.aok.de / Kontaktformular
AOK Rheinland-Pfalz/Saarland	06351 4030	www.aok.de/pk/rps	Kontaktformular
AOK Sachsen-Anhalt	0800 2265726	www.aok.de/pk/sachsen-anhalt	service@san.aok.de / Kontaktformular
Testzeitraum	2. März - 13. April 2026	10. März - 24. April 2026	27. Februar - 20. April 2026

7. Methodik

Serviceanalyse – Getestete Kontaktkanäle

Teil 2/2:

Unternehmen	Telefonnummer	Internetseite	E-Mail-Adresse
Audi BKK	0841887887	www.audibkk.de	Kontaktformular
Barmer	0202 5683331010	www.barmer.de	service@barmer.de / Kontaktformular
DAK-Gesundheit	040 325325555	www.dak.de	service@dak.de / Kontaktformular
hkk Krankenkasse	0421 36550 0421 36558584	www.hkk.de	info@hkk.de / Kontaktformular
IKK Classic	0800 4551111	www.ikk-classic.de/pk	info@ikk-classic.de / Kontaktformular
KKH Kaufmännische Krankenkasse	0800 5548640554	www.kkh.de	service@kkh.de / Kontaktformular
Knappschaft	0800 7245900 08000 200501	www.knappschaft.de	zentrale@kbs.de / Kontaktformular
Mobil Krankenkasse	0800 2550800	www.mobil-krankenkasse.de	Kontaktformular
SBK Siemens-Betriebskrankenkasse	0800 07257258550	www.sbk.org	info@sbk.org / Kontaktformular
Techniker Krankenkasse	0800 4225585	www.tk.de/techniker	Kontaktformular
Viactiv Krankenkasse	0800 2221211 0234 4792824	www.viactiv.de	service@viactiv.de / neukunden@viactiv.de / Kontaktformular
Testzeitraum	2. März - 13. April 2026	10. März - 24. April 2026	27. Februar - 20. April 2026

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 2026).
- 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 Anbieter anhand von Einzelkriterien aus und beurteilte die Angebote. Diese Punkte dienten als Grundlage für die Bewertung in dieser Studie. Dabei konnten die Krankenkassen mindestens 20 (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%
Max. Erstattung für selbst beschaffene Haushaltshilfe mit/ohne Kind	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%	
Neurodermitis-Overall	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%	
Eigener Facharzt-Terminservice (Vermittlung von Arztterminen)	4,0%	
Ärzt hotline	2,0%	
Allergie Bettwäsche		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%	
Erweiterte Magen- und Darmkrebsvorsorge	5,0%	
Innovative Krebs- und Strahlentherapie	4,0%	
Weitere Leistungen im Bereich Krebsvorsorge / Früherkennung	4,0%	
Zuschuss zu ambulanten Vorsorgekuren	4,0%	
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 schmalem 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	49
Positiv	49
Negativ	50
B. Telefonischer Service	51
C. Online-Service	52
D. Service per E-Mail	53
E. Profile	54
Profil 1 – Familie	54
Profil 2 – Kinderloses Paar	56
Profil 3 – Angestellter männlicher Single	58
Profil 4 – Angestellter weiblicher Single	60
Profil 5 – Studierende	62

	Seite
F. Bundesweite Krankenversicherer	64
G. Zusatzbeiträge	65
H. Der GKV-Experte	66
I. Allgemeine Methodik (Servicetests)	67
J. Nachhaltigkeit	69

H. Der GKV-Experte Krankenkassennetz.de

- Die Krankenkassennetz.de GmbH mit Sitz in Halle (Saale) betreibt seit 1999 spezialisierte Online-Angebote rund um die gesetzliche Krankenversicherung, Gesundheit und Sozialversicherung. Das Portal krankenkasseninfo.de zählt zu den unabhängigen Informationsdiensten für gesetzlich Versicherte und unterstützt Verbraucherinnen und Verbraucher bei der Wahl einer passenden Krankenkasse.
- Zum Angebot gehören unter anderem ein aktueller Krankenkassenvergleich, Übersichten zu Zusatzbeiträgen, Leistungen und Bonusprogrammen, regelmäßige Krankenkassentests, Informationen zum Krankenkassenwechsel sowie Services wie Geschäftsstellensuche, Ratgeberinhalte und aktuelle Nachrichten aus dem GKV-Bereich.
- Ein zentraler Bestandteil des Portals ist der regelmäßig aktualisierte Krankenkassentest. Dabei werden gesetzliche Krankenkassen nach unterschiedlichen Zielgruppen und Kriterien bewertet. Ziel ist es, Versicherten eine transparente und praxisnahe Orientierung im Preis-Leistungs-Vergleich der gesetzlichen Krankenkassen zu bieten.
- Die Angebote der Krankenkassennetz.de GmbH wurden im Laufe der Jahre von verschiedenen Medien-, Verbraucher- und Partnerportalen aufgegriffen und genutzt. Durch die langjährige Spezialisierung auf die gesetzliche Krankenversicherung verfügt das Unternehmen über umfangreiche Erfahrung in der Aufbereitung komplexer GKV-Themen für Verbraucherinnen und Verbraucher.

I. Allgemeine Methodik

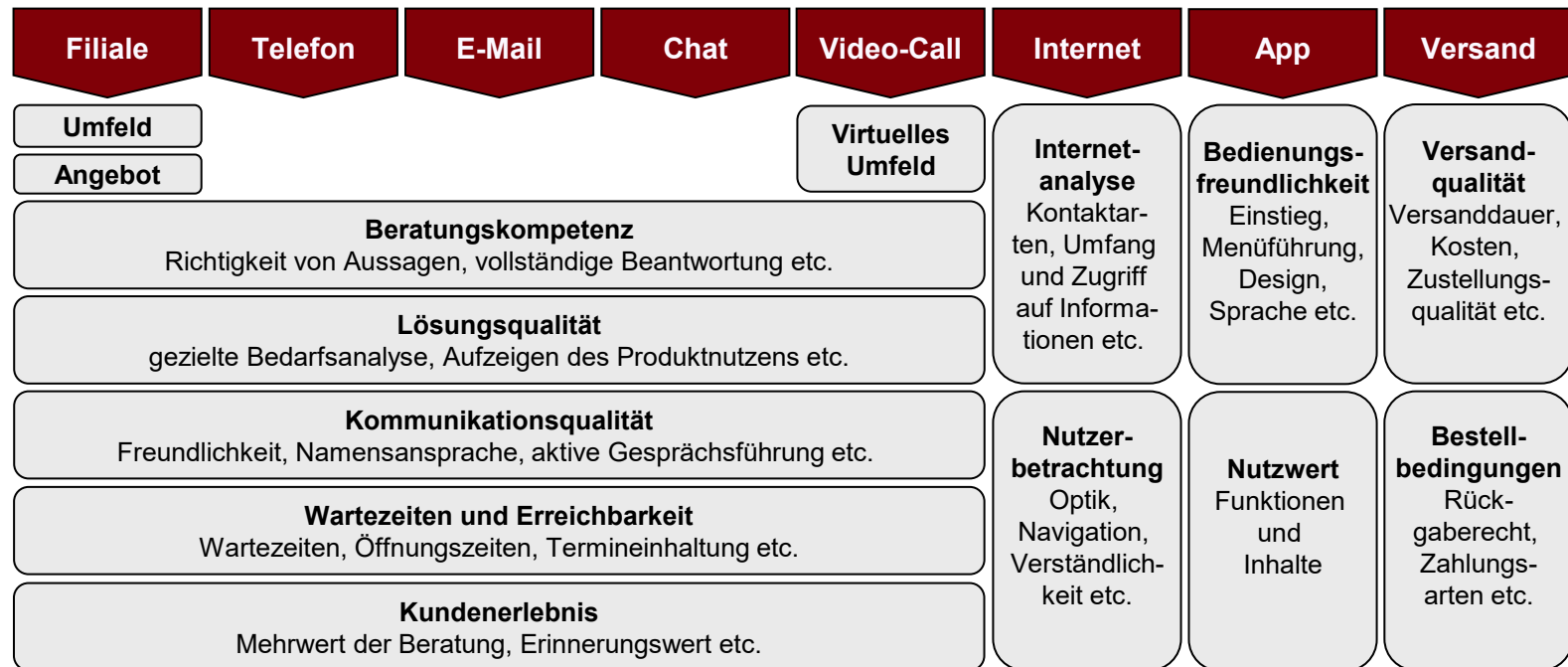
Servicetests

- **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

I. Allgemeine Methodik

Service-tests

Die Abbildung zeigt die Hauptkriterien der Servicetests mit wesentlichen Unterkriterien:

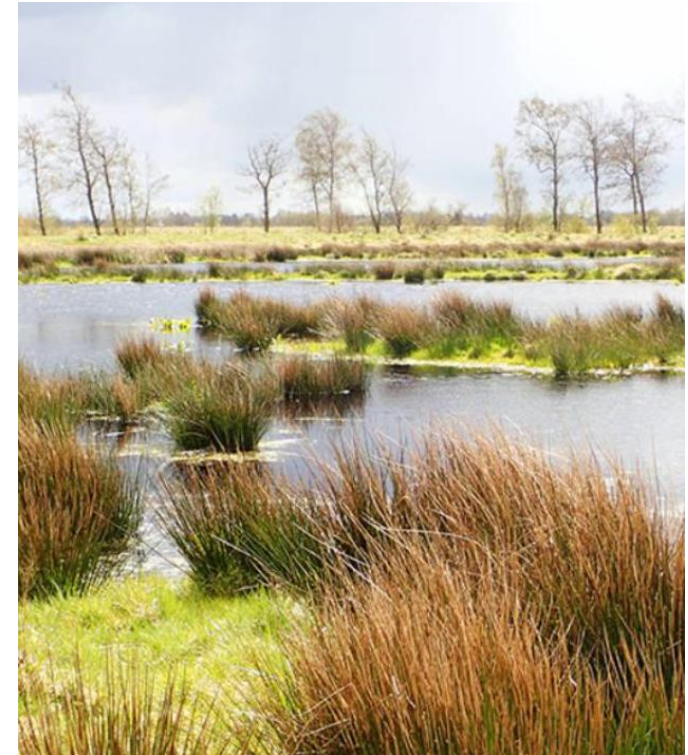


- Bewertungen basieren auf standardisierter Likert-Skala mit fünf Ausprägungen
- Einheitliche Überführung ermittelter Daten in ein Punktesystem (0 bis 100 Punkte)
- Einordnung der Werte in Qualitätssurteilsschema von „sehr gut“ bis „mangelhaft“

J. 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 zuletzt zur Renaturierung des Grotmoors in Schleswig-Holstein (CO₂-Zertifikate von MoorFutures)
- Mehr dazu online unter: disq.de/klima



Projekt: Renaturierung von Moorflächen in Schleswig-Holstein (Symbolbild)

Fotoquelle: myclimate