



ServiceAtlas Krankenkassen 2019

Wettbewerbsanalyse zur
Kundenorientierung

Mit Detail-Auswertungen für 36 Krankenkassen

Studienflyer und Bestellformular

Studiensteckbrief

Studienkonzept	ServiceValue GmbH	
Erhebungsmethode	Online-Befragung	
Erhebungszeitraum	März / April 2019	
Stichprobe	n = 3.445 Kundenurteile zu 36 Krankenkassen in Deutschland	
Auswertung	<p>Umfassende Darstellung der Gesamtergebnisse</p> <p>Detailergebnisse für 36 Krankenkassen</p> <ul style="list-style-type: none"> • AOK Baden-Württemberg (n=110) • AOK Bayern (n=110) • AOK Bremen/Bremerhaven (n=47) • AOK Hessen (n=107) • AOK Niedersachsen (n=110) • AOK Nordost (n=109) • AOK Nordwest (n=109) • AOK PLUS (n=111) • AOK Rheinland/Hamburg (n=110) • AOK Rheinland-Pfalz/Saarland (n=108) • AOK Sachsen-Anhalt (n=110) • Audi BKK (n=99) • BAHN-BKK (n=110) • BARMER (n=106) • BIG direkt gesund (n=110) • BKK Mobil Oil (n=107) • BKK VBU (n=110) • Bosch BKK (n=43) • DAK Gesundheit (n=109) • HEK - Hanseatische Krankenkasse (n=102) • hkk (Handelskrankenkasse) (n=110) • IKK BB (Brandenburg und Berlin) (n=52) • IKK classic (n=105) • IKK gesund plus (n=102) • IKK Nord (n=43) • IKK Südwest (n=110) • KKH - Kaufmännische Krankenkasse (n=109) • KNAPPSCHAFT (n=103) • mhplus BKK (n=108) • Novitas BKK (n=54) • pronova BKK (n=82) • SBK (Siemens-Betriebskrankenkasse) (n=110) • Schwenninger Krankenkasse (n=67) • SECURVITA (n=35) • TK - Techniker Krankenkasse (n=109) • VIACTIV Krankenkasse (n=109) 	
Gesamtumfang	322 Seiten Chart-Berichtsband (PDF)	

Studiendesign (I)

Gesamtaussagen	<ul style="list-style-type: none"> • Gesamtzufriedenheit • Kundenorientierung • Sich-Kümmern im Krankheitsfall
Kundenbindung	<ul style="list-style-type: none"> • Emotionale Bindung • Treue • Loyalität • Weiterempfehlungsbereitschaft • Analyse der Kundenbindungstreiber
Image und Nachhaltigkeit	<ul style="list-style-type: none"> • Ruf und Image • Innovationsfähigkeit • Übernahme sozialer Verantwortung • Umweltbewusstes Handeln • Ökonomische Nachhaltigkeit
Sonderthema: Gesundheits-/Service-Apps	<ul style="list-style-type: none"> • Angebot an Apps • Bedienbarkeit der Apps • Funktionsfähigkeit der Apps • Orientierungshilfen bei Gesundheitsthemen • Motivation zur gesünderen Lebensweise • Attraktivität der Belohnungen
Gesamtaussagen zu den Leistungskategorien	<ul style="list-style-type: none"> • Kundenservice • Erreichbarkeit • Wahltarife • Preis-Leistungs-Verhältnis • Bonus-Programm • Individuelle Gesundheitsförderung • Leistungserweiterungen • Service-Zusatzleistungen

Studiendesign (II)

Beurteilung einzelner Leistungen

Zum Thema Kundenservice

- Eigeninitiative der Mitarbeiter
- Freundlichkeit und Höflichkeit der Mitarbeiter
- Hilfsbereitschaft der Mitarbeiter
- Qualität der Anliegenbearbeitung
- Schnelligkeit bei der Abwicklung von Anliegen
- Beratungsqualität

Zum Thema Erreichbarkeit

- Örtliche Erreichbarkeit, günstige Ortslage
- Öffnungszeiten
- Telefonische Erreichbarkeit
- Internetauftritt/-portal

Zum Thema Wahltarife

- Selbstbehaltsprogramm
- Programm zur Beitragsrückerstattung
- Variable Kostenerstattung auch oberhalb der üblichen Regelsätze
- Kostenübernahme für von der Regelversorgung ausgeschlossene Arzneimittel
- Kostenübernahme für alternative Medizin (z.B. Homöopathie)
- Hausarzttarif

Zum Thema Bonus-Programm

- Bonus für Vorsorgeuntersuchungen oder Schutzimpfungen
- Bonus für Teilnahme an Präventionskursen oder Sport
- Bonus für Professionelle Zahnreinigung
- Reduktion von Zuzahlungen bei freiwilliger Wahlrechtseinschränkung (z.B. Nutzung bestimmter Generika, Hilfsmittel, Apotheken, Krankenhäuser, Zahnersatzhersteller)

Studiendesign (III)

Beurteilung einzelner Leistungen

Zum Thema individuelle Gesundheitsförderung

- Angebot und Kostenbeteiligung/-übernahme für Präventionskurse (z.B. QiGong, TaiChi, Yoga/Meditation, progressive Muskelentspannung, autogenes Training)
- Angebot und Kostenbeteiligung/-übernahme für Ernährungskurse
- Angebot und Kostenbeteiligung/-übernahme für Suchtpräventionsmaßnahmen

Zum Thema Leistungserweiterungen

- Zusätzliche Häusliche Pflege
- Erweiterter Anspruch auf Haushaltshilfen
- Zusätzliche Vorsorgeuntersuchungen
- Rooming-In bei Kindern

Zum Thema Service-Zusatzleistungen

- Versorgungsmanagement bei chronischen oder schweren Krankheiten (Disease-Management)
- Vermittlung von Arztterminen
- Vorsorgeerinnerungsservice
- Online gestützte Behandlung / Ferndiagnose

Auszeichnung Krankenkassen (I)

GESAMTURTEIL		Kundenservice		Erreichbarkeit	
sehr gut	TK - Techniker Krankenkasse	sehr gut	VIACTIV Krankenkasse	sehr gut	AOK PLUS
sehr gut	VIACTIV Krankenkasse	sehr gut	TK - Techniker Krankenkasse	sehr gut	VIACTIV Krankenkasse
sehr gut	BIG direkt gesund	sehr gut	Novitas BKK	sehr gut	AOK Bremen/Bremerhaven
sehr gut	AOK PLUS	sehr gut	BIG direkt gesund	sehr gut	pronova BKK
sehr gut	hkk (Handelskrankenkasse)	sehr gut	IKK classic	sehr gut	hkk (Handelskrankenkasse)
sehr gut	Audi BKK	sehr gut	hkk (Handelskrankenkasse)	sehr gut	IKK gesund plus
sehr gut	KNAPPSCHAFT	sehr gut	pronova BKK	sehr gut	AOK Baden-Württemberg
sehr gut	IKK classic	sehr gut	SBK (Siemens-Betriebskrankenkasse)	sehr gut	BKK Mobil Oil
sehr gut	BKK Mobil Oil	sehr gut	AOK PLUS	sehr gut	AOK Niedersachsen
sehr gut	pronova BKK	sehr gut	KNAPPSCHAFT	sehr gut	KNAPPSCHAFT
gut	IKK gesund plus	gut	IKK Nord	gut	BIG direkt gesund
gut	SECURVITA	gut	Audi BKK	gut	Bosch BKK
gut	SBK (Siemens-Betriebskrankenkasse)	gut	AOK Bremen/Bremerhaven	gut	TK - Techniker Krankenkasse
gut	IKK Nord	gut	BKK Mobil Oil	gut	IKK Südwest
gut	Novitas BKK	gut	SECURVITA	gut	SECURVITA
gut	AOK Bremen/Bremerhaven	gut	AOK Niedersachsen	gut	Audi BKK
gut	AOK Niedersachsen	gut	IKK gesund plus	gut	IKK classic
gut	BAHN-BKK	gut	BAHN-BKK	gut	AOK Hessen
gut	AOK Bayern	gut	Schwenninger Krankenkasse	gut	SBK (Siemens-Betriebskrankenkasse)

Das Gesamtergebnis berechnet sich anhand der Teildimensionen gemäß folgender Gewichtung: Kundenservice (25%), Erreichbarkeit (20%), Wahltarife (5%), Preis-Leistungs-Verhältnis (5%), Bonus-Programm (5%), Individuelle Gesundheitsförderung (5%), Leistungserweiterungen (20%) und Service-Zusatzleistungen (15%).

Die Dimensionen berechnen sich als Top-Box (prozentualer Anteil der Nennungen der Antwortkategorien 'ausgezeichnet' und 'sehr gut'). Die Auszeichnung „gut“ erhalten alle Unternehmen, die über dem Mittelwert liegen. Unternehmen, die wiederum über dem Durchschnitt der mit „gut“ bewerteten Unternehmen liegen, erhalten ein „sehr gut“.

Auszeichnung Krankenkassen (II)

Wahltarife	
sehr gut	IKK classic
sehr gut	BIG direkt gesund
sehr gut	TK - Techniker Krankenkasse
sehr gut	Audi BKK
sehr gut	VIACTIV Krankenkasse
sehr gut	pronova BKK
sehr gut	IKK Nord
gut	IKK gesund plus
gut	BKK Mobil Oil
gut	SBK (Siemens-Betriebskrankenkasse)
gut	IKK Südwest
gut	SECURVITA
gut	KNAPPSCHAFT
gut	BAHN-BKK
gut	AOK PLUS
gut	hkk (Handelskrankenkasse)
gut	HEK - Hanseatische Krankenkasse

Preis-Leistungs-Verhältnis	
sehr gut	hkk (Handelskrankenkasse)
sehr gut	BIG direkt gesund
sehr gut	IKK classic
sehr gut	KNAPPSCHAFT
sehr gut	IKK gesund plus
sehr gut	SECURVITA
sehr gut	TK - Techniker Krankenkasse
sehr gut	Audi BKK
sehr gut	VIACTIV Krankenkasse
gut	SBK (Siemens-Betriebskrankenkasse)
gut	AOK PLUS
gut	BKK Mobil Oil
gut	AOK Bremen/Bremerhaven
gut	BAHN-BKK
gut	Bosch BKK
gut	pronova BKK
gut	BKK VBU

Bonus-Programm	
sehr gut	IKK gesund plus
sehr gut	IKK classic
sehr gut	Audi BKK
sehr gut	IKK BB (Brandenburg und Berlin)
sehr gut	AOK Bremen/Bremerhaven
sehr gut	VIACTIV Krankenkasse
sehr gut	KNAPPSCHAFT
sehr gut	Bosch BKK
sehr gut	IKK Nord
sehr gut	BIG direkt gesund
gut	TK - Techniker Krankenkasse
gut	BAHN-BKK
gut	hkk (Handelskrankenkasse)
gut	SECURVITA
gut	AOK Niedersachsen
gut	BKK Mobil Oil
gut	SBK (Siemens-Betriebskrankenkasse)
gut	pronova BKK
gut	AOK PLUS
gut	AOK Bayern

Die Dimensionen berechnen sich als Top-Box (prozentualer Anteil der Nennungen der Antwortkategorien 'ausgezeichnet' und 'sehr gut'). Die Auszeichnung „gut“ erhalten alle Unternehmen, die über dem Mittelwert liegen. Unternehmen, die wiederum über dem Durchschnitt der mit „gut“ bewerteten Unternehmen liegen, erhalten ein „sehr gut“.

Auszeichnung Krankenkassen (III)

Individuelle Gesundheitsförderung	
sehr gut	TK - Techniker Krankenkasse
sehr gut	VIActiv Krankenkasse
sehr gut	IKK classic
sehr gut	AOK PLUS
sehr gut	BKK Mobil Oil
sehr gut	BIG direkt gesund
sehr gut	IKK Nord
gut	KNAPPSCHAFT
gut	SECURVITA
gut	pronova BKK
gut	IKK BB (Brandenburg und Berlin)
gut	BKK VBU
gut	hkk (Handelskrankenkasse)
gut	Audi BKK
gut	IKK gesund plus
gut	AOK Niedersachsen
gut	BAHN-BKK

Leistungserweiterungen	
sehr gut	SECURVITA
sehr gut	Audi BKK
sehr gut	BKK Mobil Oil
sehr gut	BIG direkt gesund
sehr gut	KNAPPSCHAFT
sehr gut	TK - Techniker Krankenkasse
sehr gut	AOK PLUS
gut	IKK Nord
gut	IKK gesund plus
gut	hkk (Handelskrankenkasse)
gut	AOK Bayern
gut	IKK classic
gut	BAHN-BKK
gut	SBK (Siemens-Betriebskrankenkasse)
gut	mhplus BKK
gut	Novitas BKK
gut	VIActiv Krankenkasse
gut	AOK Baden-Württemberg
gut	Schwenninger Krankenkasse
gut	BKK VBU

Service-Zusatzleistungen	
sehr gut	TK - Techniker Krankenkasse
sehr gut	AOK PLUS
sehr gut	hkk (Handelskrankenkasse)
sehr gut	IKK Nord
sehr gut	pronova BKK
sehr gut	Audi BKK
sehr gut	IKK gesund plus
sehr gut	SBK (Siemens-Betriebskrankenkasse)
gut	Novitas BKK
gut	VIActiv Krankenkasse
gut	KNAPPSCHAFT
gut	BIG direkt gesund
gut	AOK Bayern
gut	Bosch BKK
gut	BKK Mobil Oil
gut	AOK Niedersachsen
gut	IKK classic
gut	BARMER

Die Dimensionen berechnen sich als Top-Box (prozentualer Anteil der Nennungen der Antwortkategorien 'ausgezeichnet' und 'sehr gut'). Die Auszeichnung „gut“ erhalten alle Unternehmen, die über dem Mittelwert liegen. Unternehmen, die wiederum über dem Durchschnitt der mit „gut“ bewerteten Unternehmen liegen, erhalten ein „sehr gut“.

Informationen werden anschaulich aufbereitet ...

The collage displays several key components of the ServiceAtlas report:

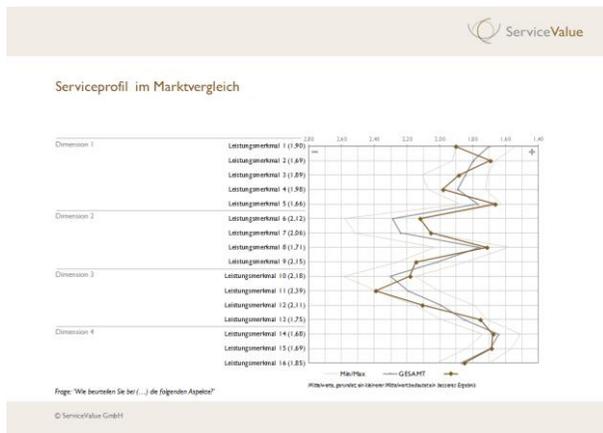
- Kundenbindungstreiber (I):** A horizontal bar chart comparing service providers across dimensions like 'Eigenschaften der Mitarbeiter' and 'Freundlichkeit und Höflichkeit der Mitarbeiter'.
- Serviceprofil – Krankenkassen (III):** A radar chart showing performance across multiple criteria for different insurers.
- Beratungsqualität (I):** A table comparing 'Beratungsqualität' across various insurers, with a color-coded legend for 'empfehlen (I)', 'nicht gen (I)', 'empfehlen (II)', and 'nicht gen (II)'.
- Relevanzanalyse zur Ermittlung der Kundenbindungstreiber (II):** A scatter plot showing the relationship between two variables, with a correlation coefficient $r = 0,1$ ($R^2 = 0,01$).
- Importance-Performance-Matrix (IPM):** A scatter plot plotting 'Relative Wichtigkeit' against 'Relative Leistung' for various service providers.
- Gesamtszufriedenheit mit den Krankenkassen:** A table showing overall satisfaction scores for different insurers.
- Kundenbindung:** A section detailing the 'Kundenbindungstendenz' and 'Kundenbindungstendenz' with a 'Kundenbindungstendenz' score of 66.
- ServiceAtlas:** A section explaining the 'ServiceAtlas' and its role in providing a comprehensive overview of service quality.

... und liefern Antworten auf Ihre Fragen. Im Folgenden finden Sie einige Beispiele.

Ihre Fragen – unsere Antworten (I)



- Welche Stärken und Schwächen weisen die einzelnen Anbieter auf?
 - Auf welche Handlungsfelder sollten die einzelnen Anbieter hohe Aufmerksamkeit in der Optimierung richten?
- ⇒ Klare Handlungsorientierung durch Handlungs-Relevanz-Matrix für jeden Anbieter



- Bei welchen Service- und Leistungsattributen ist ein Anbieter besser / schlechter als der Gesamtmarkt?
- ⇒ Serviceprofil im Marktvergleich für jeden Anbieter

Ihre Fragen – unsere Antworten (II)



- Wie gebunden sind die Kunden bei ihren Anbietern?

⇒ Kundenbindung als Key Performance Indicator der Dimensionen Emotionale Bindung, Treue, Loyalität und Weiterempfehlung für jeden Anbieter



- Welche Leistungen haben die höchste Bedeutung für die Kundenbindung?

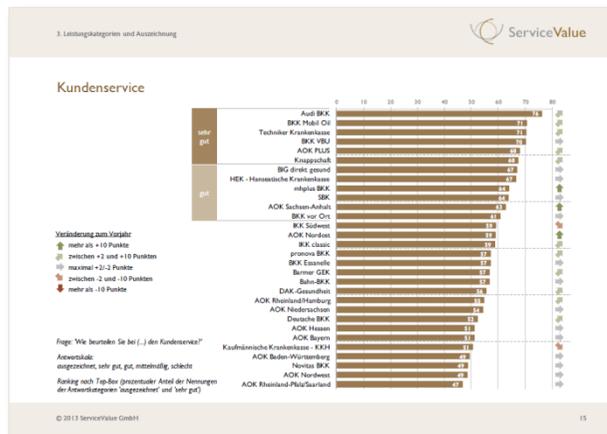
⇒ Relevanzanalytische Berechnung und Darstellung

Ihre Fragen – unsere Antworten (III)



- Welcher Wettbewerber schneidet bei welchem Leistungsmerkmal besser oder schlechter ab?

⇒ Darstellung aller Leistungsmerkmale mit Ranking der Anbieter



- Welche Krankenkassen haben sich in den einzelnen Leistungskategorien verbessert oder verschlechtert?

⇒ Angaben der Veränderungen zum Vorjahr für jeden Anbieter

Studienbestellung per E-Mail an Bestellung@ServiceValue.de oder per FAX an +49 (0)221. 67 78 67 – 19

Bestellung

- Gütesiegel für Marketingzwecke**
(Basis für die auf dem Siegel aufzuführenden Kriterien ist der ServiceAtlas Krankenkassen 2019.
Die Bezugsberechtigung und Lizenzgebühr werden individuell geprüft und das Gütesiegel entsprechend angefertigt.)
- Ergebnispräsentation und Analysegespräch vor Ort** inkl. Überlassung der Präsentations-Datei
zum Preis von 2.900,-€ netto, zzgl. anfallender Reisekosten
- ServiceAtlas Krankenkassen 2019 - Wettbewerbsanalyse zur Kundenorientierung** (322 Seiten, PDF)
zum Preis von 4.200,- € netto
- Vorteilsangebot** ServiceAtlas Krankenkassen 2019 (322 Seiten, PDF) und Ergebnispräsentation sowie Analysegespräch vor Ort
zum Preis von 6.100,- € netto, zzgl. anfallender Reisekosten

Kontaktdaten (Versand- und Rechnungsadresse)

Unternehmen

Name, Vorname

Abteilung / Position

E-Mail (wichtig für den Versand der Dateien)

Telefon

Telefax

Adresse (Str. / PLZ / Ort)

Rechnungsanschrift (wenn abweichend von Adresse)

Ihre Auftragsnummer, Kostenstelle (zur Rechnungs-Ergänzung)

Ort, Datum

Unterschrift

Stempel

Impressum / Kontakt

Herausgeber

ServiceValue GmbH

Dürener Str. 34 I

50935 Köln

Tel +49.(0)221.67 78 67 - 0

Fax +49.(0)221.67 78 67 - 99

www.ServiceValue.de

Info@ServiceValue.de

Disclaimer: Die ServiceValue GmbH macht darauf aufmerksam, dass die Ergebnisse der Studie mit höchster Sorgfalt auf der Basis von Kundenäußerungen ermittelt wurden. Dennoch sind die Ergebnisse keine unumstößliche Tatsache oder sollten als alleinige Empfehlung verstanden werden, einzelne Geschäftsaktivitäten zu initiieren oder aufzugeben.

Diese Studie ist einschließlich aller Bestandteile urheberrechtlich geschützt. Eine Weitergabe an Dritte, z.B. eine Tochtergesellschaft, oder mit dem Studienbezieher in wirtschaftlicher Beziehung stehende Dritte, ist nicht gestattet. Verwertungen, die nicht ausdrücklich gemäß den Bestimmungen des Urheberrechts zugelassen sind, bedürfen der vorherigen schriftlichen Zustimmung der Herausgeber. Insbesondere gilt dies für Bearbeitungen, Vervielfältigungen, Übersetzungen, die elektronische Speicherung und Verarbeitung sowie die Verwendung im Rahmen von Unternehmensanalysen und –bewertungen (Ratings/Zertifizierungen) oder Beratungsleistungen durch Dritte, die nicht der ServiceValue GmbH oder mit ihr verbundenen Unternehmen angehören.

Titelbild: © diego cervo - Fotolia.com

“Our business is value development
by service excellence.”

ServiceValue GmbH

Dürener Straße 341
50935 Köln
www.ServiceValue.de