

Kassen trotzen E-Mail-Tsunami infolge Corona BARMER und VIACTIV sind Spitzenreiter beim Kundenservice im Internet

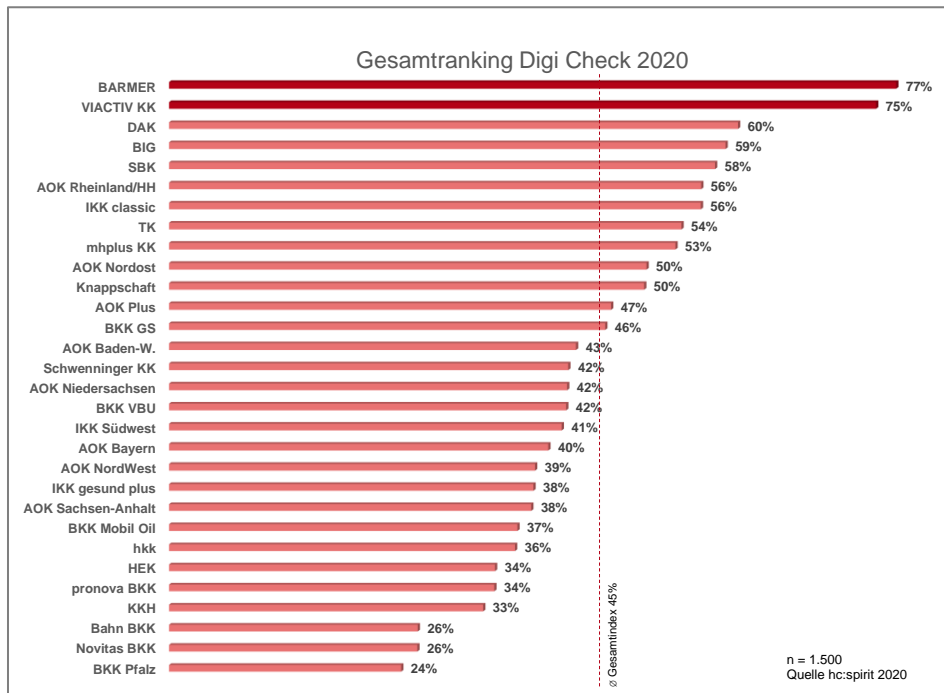
Gerade in Zeiten von Corona zeigt sich die Wichtigkeit von einwandfrei funktionierenden Online-Prozessen und Serviceangeboten für die Versicherten von Krankenkassen. Im „Digi-Check“ von hc:spirit, einem marktrepräsentativen Test von E-Mail-Kommunikation und Webseiten von Krankenkassen, sind die **BARMER und die VIACTIV Krankenkasse klare Spitzenreiter**.

Durch die Schließung von Kundenzentren während des Covid-19-Lockdowns fielen herkömmliche Kontaktkanäle weg, wodurch Versicherte vermehrt auf Online-Kommunikationswege wie E-Mail-Anfragen und Kundenchat zurückgriffen. Infolge der Corona-Beschränkungen hat sich das E-Mail-Aufkommen bei den Krankenkassen spontan vervielfacht – es brach förmlich ein **E-Mail-Tsunami** über die Serviceteams herein. Trotz Ad-hoc-Verlegung der Kundenservice-Arbeitsplätze ins Home Office haben die Kassen den E-Mail-Tsunami exzellent bewältigt. Mehr noch: Die Bearbeitungsprozesse von Kundenanfragen haben sogar besser funktioniert als in Vor-Corona-Zeiten. Dieser Qualitätsbeweis für eine **zuverlässige Infrastruktur** in der Krankenversicherung sollte in der öffentlichen Diskussion eine viel größere Würdigung finden und den Kunden unbedingt gezeigt werden.

Allerdings müssen Zuverlässigkeit der Kundenprozesse einerseits und TOP-Beratung andererseits auch in Ausnahmesituationen Hand in Hand gehen. Zwei Krankenkassen brillierten im Test durch eine **herausragende Antwortqualität**. Die **VIACTIV Krankenkasse** und die **SBK** beantworteten die E-Mail-Kundenanfragen mit einer zuverlässigen Servicequalität von über 80%. Dass sich Investitionen in Projekte zur Verbesserung der E-Mail-Qualität auszahlen, zeigen darüber hinaus die guten Testergebnisse der dritt- und viertplatzierten Kassen **AOK Rheinland/Hamburg** und **KNAPPSCHAFT**. Insgesamt werden die Versicherten allerdings noch viel zu häufig mit nur oberflächlichen Auskünften im Paragrafendeutsch und brüskem Sprachstil abgespeist. Im Marktdurchschnitt erreicht die Antwortqualität nur 42%. Service-schwache Kassen wie die **BKK VBU** zählen mit einem Qualitätslevel von 20% zu den Schlusslichtern.

Die Covid-19-Pandemie hat auch den **Webseiten** der Kassen höhere Zugriffszahlen beschert. Die Kunden suchen auf ihrer digitalen Customer Journey nach verlässlichen Gesundheitsinformationen und nutzen die Kassenwebseite als Dialog- und Transaktionsplattform für die Klärung ihrer Gesundheitsanliegen. Durch Corona haben sich die Nutzerzahlen der in die Webseiten eingebundenen Online-Geschäftsstellen der Kassen vervielfacht, die digitale Abwicklung von Krankschreibung und Kostenerstattungen bringt den Versicherten spürbare Alltagserleichterung. Gesundheits-Apps, die durch die Kassen erstattet werden oder auch Online-Hebammen- und Schwangerschaftskurse erlebten einen Nachfrageboom.

Schließlich ist eine contentstarke, transaktionsorientierte Webseite das Gesicht einer Krankenkasse nach außen im Kontakt mit Neukunden und Versicherten. Die **kundenfreundlichste Webseite** bietet die **BARMER**, die sich durch Content- und Transaktionsstärke, Dialogfreundlichkeit sowie ein modernes Design auszeichnet. So gelingt es dem Testsieger BARMER, im Gesamtranking des Digi-Checks ein Servicelevel von 77% zu erzielen, dicht gefolgt von der **VIACTIV Krankenkasse** mit 75%. Mit diesem guten Ergebnis halten die beiden Spitzenreiter den Wettbewerb auf Distanz. Der Abstand zur drittplatzierten **DAK-Gesundheit** beträgt 15%. Im Marktdurchschnitt erreicht die Internet-Servicequalität der untersuchten Krankenkassen mit 45% nicht einmal Mittelmaß. Ein kundenfreundlicher Service im Internet ist jedoch elementar, um den Versicherten auch in schwierigen Zeiten als verlässlicher Gesundheitspartner zur Seite zu stehen.



Über den Digi-Check

hc:spirit untersuchte die Internet-Services von 30 gesetzlichen Krankenkassen, die mehr als 80% des GKV-Marktes repräsentieren. Anhand eines wissenschaftlich fundierten und realitätsgetreuen Bewertungsszenarios wurde getestet, wie qualifiziert die Kunden per E-Mail beraten werden und wie kundenfreundlich sich die Kassenwebseiten präsentieren. Im Rahmen des E-Mail-Tests wurden 1.500 Mystery-Anfragen versandt. Die Krankenkassen nutzen den Digi-Check als Qualitätssicherungs- und Controllinginstrument, als Schwachstellen- und Fehler-Indikator der Prozessabwicklung, als Schulungsinstrument für die Mitarbeiter und als Marktmonitor.

Über hc:spirit

hc:spirit ist Spezialist für innovative Marktforschung für die Health Branche. Unsere Studien und Events drehen sich um die Themen „Kundenbeziehungsmanagement“, „Digital Health“ und „innovative Gesundheitsversorgung der Zukunft“. Unser Heimatmarkt sind Krankenversicherungen, denen unsere Marktanalysen einen ungeschminkten Einblick in die realen Motiv- und Bedürfnislagen, das Denken und Fühlen von Kunden und Versicherten liefern. Als Qualitätssicherungs- und Controllinginstrument sind unsere Studien fest in der Unternehmensstrategie der Kassen verankert und gehören zur Standardlektüre für das Management.

Für Digital Health-Start-ups und Technologie-Pioniere sind wir Sparrings- und Netzwerkpartner in der Zusammenarbeit mit Krankenversicherungen. Unsere innovativen Eventformate verhelfen Digital Health-Innovationen dabei, den Weg in echte Versorgungslösungen zu finden.



Kontaktdaten:

hc:spirit GmbH
Wichertstraße 16
10439 Berlin

Dr. Evelyn Kade-Lamprecht
Geschäftsführerin

Phone: +49 30 446 752 09
Mobil: +49 172 3002381
Mail: kade-lamprecht@hc-spirit.de
URL: <https://hc-spirit.de/>