

## Kundenchat, die neue gebührenfreie Hotline der Krankenkasse - BARMER hat besten Chat-Service

Die Corona-Pandemie hat die herkömmlichen Kontaktkanäle der Versicherten zur Krankenkasse heftig durcheinandergewirbelt. Vor allem aufgrund der Schließung der Geschäftsstellen in der Lockdown-Zeit haben sich die Kunden-Interaktionen sprunghaft auf digitale Kanäle verschoben. Im Vergleich zum Vorjahr stieg das Chataufkommen bei vielen Kassen um mehr als ein Drittel an.

Wie gut der Chatservice der Kassen in der Praxis funktioniert, hat hc:spirit in einer marktrepräsentativen Studie untersucht. In 210 Chatgesprächen wurden die Chatservices mit „echten“ Beratern sowie mit Chatbots der Kassen getestet und analysiert, strikt aus der Perspektive der Kunden und Versicherten.

Aktuell können die Versicherten mit knapp 40% der 50 größten Krankenkassen chatten, um dringliche Gesundheits- oder KV-Angelegenheiten in Echtzeit zu klären. Die BARMER ist der Testsieger im Berater-Chat (vgl. Abb. 1). Den besten Chatbot-Service hat die BKK GILDEMEISTER SEIDENSTICKER.

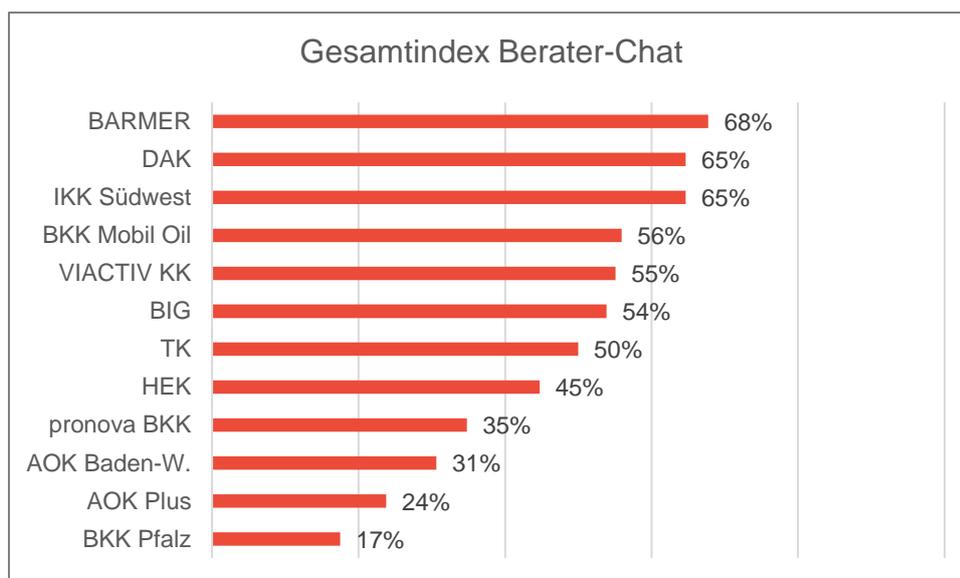


Abb. 1: Testergebnis Berater-Chats (Qualitätskennzahl, die aus 25 Einzelindikatoren ermittelt wurde)

Der Überblick über die Testergebnisse für die Berater-Chats und Chatbots lässt einerseits Freude über den Marktvorsprung bei den Testgewinnern BARMER, DAK, IKK Südwest und BKK GILDEMEISTER SEIDENSTICKER aufkommen. Andererseits stellt die Studie bei 50% der Kassen zum Teil gravierende Kundenservicemängel, Prozessfehler sowie technische Bugs der Chatservices fest, die ohne großen Aufwand behoben werden könnten.

Der Ergebnisvergleich von Berater-Chats und Chatbots führt zu erstaunlichen Erkenntnissen, die den Kassen Mut machen, in beide Kanäle weiter zu investieren. Berater-Chat und Chatbot entlasten nicht nur die herkömmlichen Kontaktkanäle, in der Antwortqualität sind die Chats einer klassischen E-Mail-Antwort an die Versicherten sogar überlegen. Bei häufig wiederkehrenden Standard-Fragestellungen, z.B. zu Kassenwechsel, FFP2-Masken, Krankengeld oder

Schwangerschaft, erreichten die untersuchten Kassenbots im Vergleich zu den Berater-Chats sogar ein gleichwertiges Antwortqualitätslevel (Index Antwortqualität, ermittelt aus 10 Qualitätsindikatoren zu Nutzwert, Individualität, Freundlichkeit, Datenschutz, Gesprächs-Flow usw.).

Auch bei der Problemlösungsquote läuft der Chatkanal der guten alten E-Mail bereits den Rang ab. Während die Berater-Chats eine Lösungsquote von 30% fallabschließenden Antworten innerhalb von maximal drei Dialogrunden erreichten, schafften die Chatbots eine bemerkenswerte Lösungsquote von 18%.

Auf den ersten Blick erscheint die starke Chatbot-Lösungskompetenz wie eine Utopie. Bedenkt man jedoch, dass ein gut trainierter Bot in der Lage ist, Standardkundenanfragen bereits innerhalb der ersten Dialogrunde durch die Sendung eines treffsicheren Website-Links rundum zufriedenstellend zu beantworten, wird das gleichwertige Bot-Ergebnis plausibel. Sind die Informationen der verlinkten Kassenwebseiten zudem noch Customer Journey-gerecht aufbereitet (FAQ-Form, Schritt-für-Schritt-Anleitung, stringente Navigationslogik) sowie inhaltsstark, kann ein Chatbot das Kundenproblem im Millisekundentakt lösen. Darüber hinaus ist ein Chatbot im Vergleich zum Kundenberater niemals von schlechter Laune geplagt; er ist weder gestresst noch in schlechter Tagesform. Freundlichkeit und Empathie sind einem Bot fest einprogrammiert.

Bei den Servicemerkmalen und den technischen Features waren die getesteten Bots den Berater-Chats sogar überlegen. Die 24/7-Dienstbereitschaft und der einfache Zugang durch eine proaktive, einladende Einbettung der Avatare in die Webseiten waren hierfür ausschlaggebend.

Die technologischen Möglichkeiten für den Chat haben in den letzten Jahren einen großen Sprung bezüglich Machbarkeit und Bezahlbarkeit erfahren. In absehbarer Zukunft werden AI-Technologien und Echtzeitanbindung an CRM-Systeme völlig neue Potenziale für den Kundenservice einer Krankenkasse erschließen. Dr. Evelyn Kade-Lamprecht, Geschäftsführerin von hc:spirit ist überzeugt: „Chat bzw. Messaging haben das Potenzial, sich in der Zukunft zur neuen gebührenfreien Hotline im Kundenservice der Kassen zu entwickeln.“ Das Erfolgsprinzip des Kundenchats, egal ob text-, sprach- bzw. videobasierter Berater-Chat oder KI- bzw. regelbasierter Bot, lässt sich auf eine einfache Formel bringen: Schnell, individuell, lösungsorientiert und total simpel – so wünschen sich die Kunden den Kontakt zu ihrer Kasse. „Die Kunden werden sich in der Zukunft ihre Krankenkasse unter anderem auch danach aussuchen, welche komfortablen Möglichkeiten der Kontaktaufnahme und Beratung zu Gesundheitsanliegen zur Verfügung stehen“, ist sich Kade-Lamprecht ganz sicher.

Die eigentliche Wertschöpfung liegt jedoch in der bruchfreien Vernetzung der verschiedenen digitalen Kommunikationskanäle Berater-Chat, Chatbot, E-Mail, Telefon, Online-Geschäftsstelle nach dem Omnichannel-Prinzip. Auch die Convenience der neuen elektronischen Patientenakte lässt sich durch kluge Einbettung einer Chatfunktion der Krankenkasse aufwerten. In der Zukunft könnte die digitale Erledigung von Krankenkassenangelegenheiten zu einer echten „Kundenerlebnisreise“ für die Versicherten werden.

## **Über die Studie „Berater-Chats und Chatbots im Kundenservice der GKV:**

Untersucht wurden insgesamt 14 der 19 Kassen aus den TOP 50 GKVn, die bereits einen professionellen Berater-Chat und/ oder einen Chatbot im Kundenservice einsetzen. Mit jeder Kasse wurden pro vorhandenem Chatkanal (Berater und/ oder Bot) je 12 Chatdialoge zu unterschiedlichen GKV-relevanten Themen geführt. Verteilt über einen Zeitraum von 2 Monaten wurden 210 Kundenchatgespräche durchgeführt und analysiert, alles strikt aus der Perspektive der Kunden und Versicherten.

Die Chatkanäle dieser Kassen wurden geprüft: Techniker Krankenkasse, BARMER, DAK-Gesundheit, HEK, AOK Plus, AOK Baden-Württemberg, VIACTIV Krankenkasse, pronova BKK, Mobil Krankenkasse, BKK Pfalz, mhplus Krankenkasse, BKK GILDEMEISTER SEIDENSTICKER, BIG direkt gesund, IKK Südwest.

Die Ergebnisse und das gewonnene Praxis-Know-how sind in einem „Kundenchat-Guide“ aufbereitet. Der Kundenchat-Guide ist ein Wissenskompendium mit mehr als 80 kommentierten Lern-Beispielen, ähnlich einer Bedienungsanleitung für ein technisches Gerät. Sowohl für den Neustart oder die Planung eines Chatkanals als auch für Qualitätsverbesserungen bereits bestehender Chatangebote liefert der Guide topaktuelle Entscheidungshilfen aus der Praxis.

## **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](mailto:kade-lamprecht@hc-spirit.de)  
URL: <https://hc-spirit.de/>

Berlin, den 20. April 2021