

Digi-Check 2023

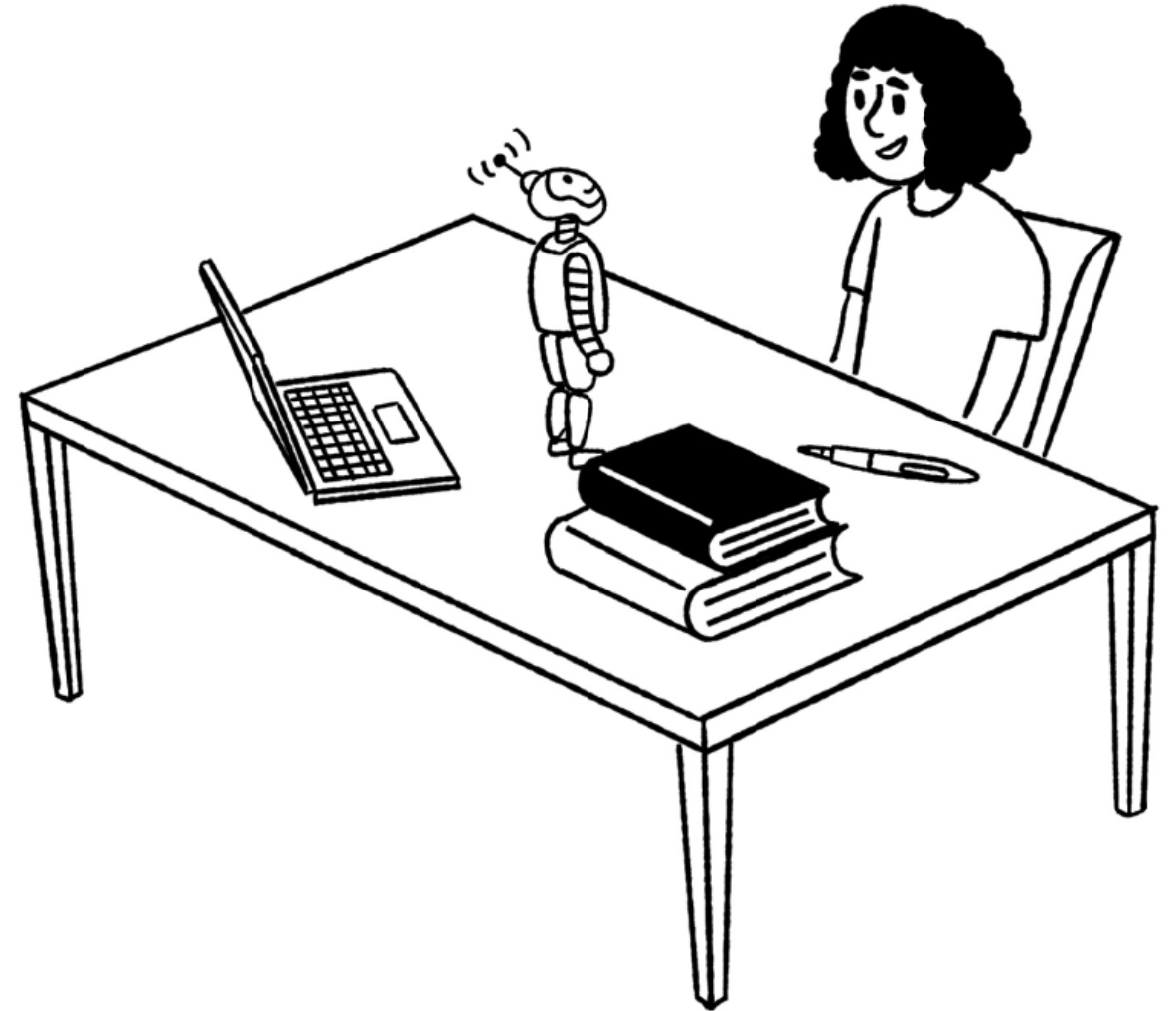
Information für Verbraucher

Qualitätstest der Kontaktkanäle E-Mail und Webseite
aus der Perspektive der Kunden und Versicherten

Im Test: 25 gesetzliche Krankenkassen

Berlin, den 18.10.2023

hc:spirit GmbH



Der Digi-Check besteht aus zwei Parts: E-Mail-Test und Website-Check.

E-Mail-Test

Wie gut antwortet Ihre Kasse auf E-Mail-Anfragen von Kunden und Versicherten?

Was machen die Wettbewerber besser?

- **Realitätsgetreues** Bild von der **Kundenfront** (Alltagsszenario).
- Strukturiert aufbereitete Marktfakten zur **Qualität der E-Mail-Kommunikation** von Krankenkassen mit den Kunden basierend auf der Analyse von **17 Qualitätsparametern**.
- Individualisiert **maßgeschneiderte Ergebnisse** für Ihre Kasse im Benchmark zum Wettbewerb.
- Ergebnisaufbereitung im **Vergleich zu den Vorjahren**.
- Der heftige Cyberangriff auf den Technologiedienstleister BITMARCK im Frühjahr 2023 hat bei vielen Kassen ein riesiges Kommunikationsloch erzeugt. Der mehrwöchige Komplettausfall der Kontaktkanäle zu den Kunden hat dem **E-Mail-Kanal** zu einem weiteren **Relevanzschub** verholfen.

Website-Test

Vor allem gesunden, aber auch kranken Kunden sind die Leistungen und Services ihrer Krankenkasse weitestgehend unbekannt. Das sollte sich ändern.

- Die Webseite ist das „**Gesicht**“ einer Kasse. Die Kunden nutzen sie als eine der ersten Anlaufstellen auf der Suche nach persönlich relevanten Informationen und für die digitale Abwicklung von Angelegenheiten.
- Der Website-Check liefert aktuell explorierte Fakten, wie die **Kassenwebseiten zukunftsgerecht weiterentwickelt** werden können
- Eine gute Webseite zeichnet sich dadurch aus, dass der Kunde das, wonach er sucht, schnell und direkt findet. Das Suchergebnis muss nutzbringend sein und darüber hinaus motivierende Inspirationen für die **Customer Journey** liefern.
- Aus der Analyse von **41 Qualitätsparametern** zeigt der Digi-Check die **Stärken und Schwächen** der untersuchten Kassenwebseiten strukturiert auf und erklärt, was Wettbewerberkassen besser machen.



Steckbrief E-Mail-Check.

Stichprobe	Testumfang	Testablauf	Fragenszenario	Analysemodell	Nutzen
<ul style="list-style-type: none">▪ 25 Krankenkassen.▪ Alle Kassenarten und Kassengrößen, darunter:<ul style="list-style-type: none">– 6 AOKn– 5 Vdek-Kassen– KNAPPSCHAFT– 4 IKKn– 9 BKKn	<ul style="list-style-type: none">▪ Versand von je 50 Kunden-E-Mails an jede der 25 Kassen.▪ Gesamtstichprobe 1.250 Test-Mails.	<ul style="list-style-type: none">▪ Testzeitraum März bis Juni 2023.▪ Bundesweites, geschultes Testerteam<ul style="list-style-type: none">– bevölkerungstypischer demographischer Mix– keine Fachexperten▪ Testmails-Versand<ul style="list-style-type: none">– per Kundenkontaktformular auf der Kassenwebseite– zu unterschiedlichen Wochentagen und Uhrzeiten.	<ul style="list-style-type: none">▪ Echte, reale Kundenanfragen (keine Fantasiekonstrukte)▪ Thematische Schwerpunkte:<ul style="list-style-type: none">– Mitglied werden– Krankenversicherung für Familien, Studierende, Selbstständige– Krankengeld– Prävention / Impfungen– Gesunde Ernährung– Gesundheitskurse– Schwangerschaft / Geburt– Therapien / Behandlungsprogramme / alternative Behandlungen– Zahnleistungen– Heil- und Hilfsmittel– Pflege– Digital Health– Bonusprogramm– Auslandsaufenthalte / New Work	<ul style="list-style-type: none">▪ Qualitätsbewertungsverfahren:<ul style="list-style-type: none">– Gewichtetes Bewertungsmodell– Wissenschaftlich fundiert– Praxiserprobt– Neutral und objektiv– Strikt fokussiert auf die Kundenperspektive– Vergleichbarkeit mit Vorjahreseerhebung– Abgestimmt auf die unternehmensinternen Qualitätsziele der Kassen▪ Messinstrument: Standardisierter Checkbogen.▪ Individualisierte, kassenspezifischer Ergebnisbericht:<ol style="list-style-type: none">Qualitätskennzahlen zu Antwortqualität und Responsequote (indexbasiert)Stärken-/ Schwächen-AnalyseWettbewerbs-BenchmarksZeitreihenanalyse (Vorjahresvergleiche)	<ul style="list-style-type: none">▪ Objektiver Status Quo zur Qualität des Kontaktkanals Kunden-E-Mail.▪ Marktüberblick und aktuelle Wettbewerbs-Benchmarks.▪ Individualisiertes Qualitäts- und Controlling-Instrument.▪ Schwachstellen- und Fehlerindikator zu Prozessabwicklung, Organisation und Mitarbeiterkompetenz.▪ Messinstrument für den Umsetzungserfolg von Projekten zu Organisationsveränderungen und zu Mitarbeitertrainings.▪ Ergebnis-Monitoring (Zeitreihen-/ Trendanalysen).



Steckbrief Website-Check.

Stichprobe

- **25 Krankenkassen-Webseiten (mobil + stationär)**
- **Alle Kassenarten und Kassengrößen, darunter:**
 - 6 AOKn
 - 5 Vdek-Kassen
 - KNAPPSCHAFT
 - 4 IKKn
 - 9 BKKn

Testszenario

- **Testzeitraum** Juli bis September 2023.
- **Geschultes Testerteam**
- Konzipierung konkret messbarer **Test- und Briefingaufgaben** für den Website-Check.
- Test der **mobilen und stationären Versionen** der Webseiten.
- Verschiedene **Browser, Betriebssysteme und Gerätetypen.**

Analysemodell

- **Qualitätsbewertungsverfahren:**
 - Gewichtetes Bewertungsmodell
 - Wissenschaftlich fundiert
 - Basierend auf realen, aktuellen Nutzerbedürfnissen und Nutzergewohnheiten, ermittelt aus quantitativen und tiefenpsychologischen eigenen Marktforschungsergebnissen
 - Jährlich weiterentwickelt durch Fachinput direkt aus den Krankenkassen
 - Praxiserprobt, neutral, objektiv
 - Strikter primärer Fokus auf der Kundenperspektive und nicht auf der Entwickler- oder SEO-Perspektive
 - Vergleichbarkeit mit Vorjahreserhebung
 - Mit den unternehmensinternen Qualitätszielen der Kassen korrespondierend
- **Messinstrument:** Standardisierter Checkbogen.

Ergebnisbericht

- Individualisierter **kassenspezifischer Ergebnisbericht.**
- Indexbasierte **Qualitätskennzahlen** für die 4 Kernbereiche
 - Content
 - Transaktionsfähigkeit
 - Dialogfähigkeit
 - Optik/ Design
- **Stärken-/ Schwächen-Analyse.**
- **Wettbewerbs-Benchmarks.**
- **Zeitreihenanalyse** (Vorjahresvergleiche).

Nutzen

- **Objektiver Status Quo** zur Qualität der Webseiten.
- Marktüberblick und aktuelle **Wettbewerbs-Benchmarks.**
- Individualisiertes Qualitäts- und Controlling-Instrument.
- Stärken-/ Schwächen-Analyse.
- **Messinstrument** für den Umsetzungserfolg von Relaunches.
- **Ergebnis-Monitoring** (Zeitreihen-/ Trendanalysen).
- Direkt umsetzbare **Handlungsempfehlungen** für die Weiterentwicklung der Webseite.
- **Briefing für Product Owner, Webagentur, interne und externe Dienstleister.**



Qualitätskriterien E-Mail-Test.



Autoresponder
Empfangsbestätigung



Prozessabwicklung



Formale Korrektness
Lesbarkeit



Response



Nutzwert
Problemlösung



Verlinkung
Mailanhänge



Bearbeitungszeiten



Customer Journey



Vertriebsstärke



Betreffzeile



Individualität
Persönlicher Bezug



Datenschutz:
a. Wiederholung Sozialdaten
b. Anforderung Sozialdaten
c. Rückschluss persönliche Situation



Absenderinformation



Freundlichkeit
Empathie



Überzeugungskraft
Nachhaltigkeit



Qualitätskriterien Website-Test.

Content

- Markenwerte
- Themen-Cluster
- Zielgruppen/ Lebensszenarien
- Innovative, besondere Behandlungsangebote
- Digital Health
- Vermittlung Gesundheitskompetenz
- FAQ
- Videocontent
- Podcast
- Verständlichkeit
- Nutz-/ Informationswert, Entscheidungsorientierung, Nachhaltigkeit

Transaktionsfähigkeit

- Navigations-/ Seitenlogik
- Customer Journey zu 9 Use Cases zu KV-Kundenanliegen:
 - a. Krankmeldung/ eAU
 - b. Krankengeld
 - c. Mutterschaftsgeld
 - d. Haushaltshilfe
 - e. Pflege
 - f. Bonusprogramm
 - g. Mitglied werden
 - h. Service-App + Online-Geschäftsstelle
 - i. Professionelle Zahnreinigung
- Suchfunktion
- Linkkonzept
- Informationen zur Barrierefreiheit
- Internationalität

Dialogfreundlichkeit

- Kontaktdaten/ Kontaktbox
- Kontaktformular
- Datenschutz/ SSL-Verschlüsselung Kontaktformular
- Transparenz Versand Kontaktformular
- Call Back-Funktion
- Servicehotline
- Beraterchat
- Chatbot
- Newsletter

Optik / Design

- Startseite
- Bildsprache
- Illustrationen/ Grafikelemente/ Infografiken/ Animationen
- Grunddesign/ Kreativität
- Textdesign
- Prägnanz Info-Aufbereitung
- Optischer Gesamteindruck

Gewichtungsmodell bestehend aus 58 Einzelkriterien.

E-Mail (25%)

Autoresponder/ Empfangsbestätigung	1,0%
Response	0,0%
Bearbeitungszeit (Antwortzeit)	5,0%
Betreffzeile	5,0%
Absenderinformationen	2,0%
Prozessabwicklung	2,0%
Nutzwert/ Problemlösung	25,0%
Customer Journey	10,0%
Individualität/ pers. Bezug	15,0%
Freundlichkeit/ Empathie	7,0%
Formale Gestaltung/ Lesbarkeit	7,0%
Verlinkungen/ Mailanhänge	10,0%
Vertriebsstärke	2,0%
Überzeugungskraft/ Nachhaltigkeit	5,0%
Datenschutz: Wiederholen von Sozialdaten	1,5%
Datenschutz: Anforderung von Sozialdaten	1,0%
Datenschutz: Rückschluss auf pers, Situation	1,5%

Webseite (75%)

Content (25%*)

Markenwerte	5,0%
Themen-Cluster	25,0%
Zielgruppen/ Lebensszenarien	7,0%
Innovative, besondere Behandlungsangebote	10,0%
Digitale Medizin/ Digital Health	7,0%
Vermittlung Gesundheitskompetenz	15,0%
FAQ	7,0%
Videocontent	7,0%
Podcast	2,0%
Verständlichkeit	5,0%
Nutz-/ Informationswert, Entscheidungsorientierung, Nachhaltigkeit	10,0%

Transaktionsfähigkeit (25%*)

Navigations-/ Seitenlogik	20,0%
Use Case "Krankmeldung/ eAU"	5,0%
Use Case "Krankengeld"	5,0%
Use Case "Mutterschaftsgeld"	5,0%
Use Case "Haushaltshilfe"	5,0%
Use Case "Pflege"	5,0%
Use Case "Bonusprogramm"	5,0%
Use Case "Mitglied werden"	5,0%
Use Case "Service-App + Online-Geschäftsstelle"	5,0%
Use Case "PZR"	5,0%
Intelligenz Suchfunktion	10,0%
Linkkonzept	15,0%
Informationen zur Barrierefreiheit	5,0%
Internationalität	5,0%

Dialogfreundlichkeit (10%*)

Kontaktdaten/ Kontaktbox	30,0%
Kontaktformular	17,0%
Datenschutz/ SSL Kontaktformular	3,0%
Transparenz Versand Kontaktformular	5,0%
Call Back-Funktion	5,0%
Servicehotline	5,0%
Beraterchat	15,0%
Chatbot	15,0%
Newsletter	5,0%

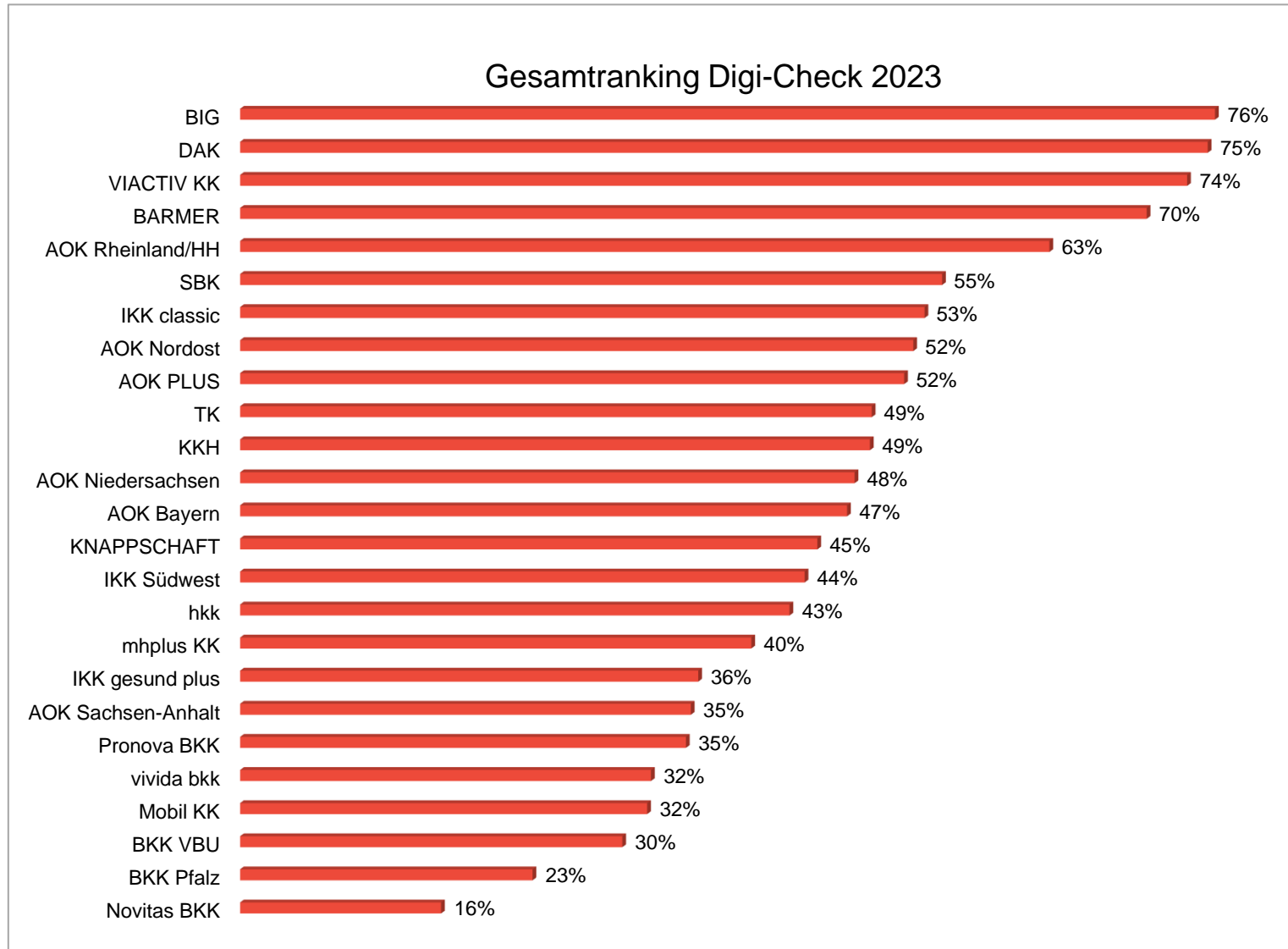
Optik / Design (15%*)

Startseite	15,0%
Bildsprache	15,0%
Illustrationen/ Grafikelemente/ Infografiken/ Animationen	5,0%
Grunddesign/ Kreativität	20,0%
Textdesign	15,0%
Prägnanz Info-Aufbereitung	15,0%
Optischer Gesamteindruck	15,0%

* Die Relevanzanteile der 4 Hauptrubriken (Content, Transaktionsfähigkeit, Dialogfreundlichkeit und Optik/ Design) an der Webseite summieren sich zu 100%.

Grau unterlegt: Veränderungen im Studiensetting ggü. Vorjahr (neue Kriterien, Relevanzanpassungen).

Testsieger des Digi-Checks 2023 ist ein Trio aus BIG, DAK und VIACTIV, das sich fast gleichauf platziert. Mit knappem Abstand führt die BIG das Wettbewerbsfeld an.



Kontakt.

Dr. Evelyn Kade-Lamprecht

Geschäftsführerin

Phone: +49 30 44675209

Mail: kade-lamprecht@hc-spirit.de

Julia Keil

Research & Communication Managerin
Referentin der Geschäftsführung

Phone: +49 30 446 752 09

Mail: julia.keil@hc-spirit.de

Weitere Informationen zum Digi-Check unter:

<https://hc-spirit.de/digi-check>

hc:spirit GmbH

Wichertstraße 16

10439 Berlin

URL: www.hc-spirit.de

