

Pressemitteilung

Digi-Check 2023: Wie E-Mail und Website zu echten Kundenerlebnisreisen werden.

Berlin, 01.12.2023

Kunden erwarten von ihrer Krankenkasse eine schnelle, fachkompetente Klärung ihres persönlichen Anliegens – sowohl per E-Mail als auch per Webseite. Wie kundenfreundlich die E-Mail-Kommunikation und Webseiten von 25 marktbedeutenden Krankenkassen tatsächlich sind, das untersucht der wissenschaftlich fundierte, fest in der GVK-Branche etablierte **Digi-Check von hc:spirit** bereits seit vielen Jahren.

Der diesjährige Digi-Check hat einen neuen **Testsieger**: Die **BIG** hat sich nach Investitionen in E-Mail-Management und Website-Relaunch, in den verschiedenen Projektteams involviert waren, auf den Spitzenplatz katapultiert. Mit hauchdünnem Abstand folgen **DAK** und **VIACTIV**. Diesen drei Spitzenreitern gelingt es, sowohl bei der E-Mail-Kommunikation als auch bei der Webseite einen ausgewogenen, kundenfreundlichen Service zu bieten. Die drei Testsieger verdeutlichen auch, wie sehr sich ein kontinuierliches Qualitätsmanagement von E-Mail und Webseite auszahlen. Dem Siegerquartett zugehörig ist nach wie vor auch die **BARMER**, die den Servicemaßstab der Webseiten marktführend mitprägt. Auf den Abstiegsplätzen rangieren *vivida bkk*, Mobil Krankenkasse, BKK VBU, BKK Pfalz und Novitas BKK. Diese Krankenkassen präsentieren sich serviceschwach oder wenig digitalaffin.

E-Mail-Kommunikation, die Standarderwartungen toppt

Die **VIACTIV** liefert auch in diesem Jahr Spitzenqualität bei der Beantwortung von Kundenanfragen per E-Mail und verteidigt souverän den ersten Platz, dicht gefolgt von der **SBK**. Eine starke Verbesserung und exzellente Ergebnisse in der E-Mail-Kommunikation erzielen außerdem **AOK Rheinland/Hamburg**, **DAK** und **BIG**. Hier wirken sich Investitionen in Mitarbeitertrainings und E-Mail-Prozesse sehr positiv aus. Die Mail-Antworten dieser 5 Krankenkassen bleiben durch Fachkompetenz, Prägnanz, Empathie und Individualität nachhaltig positiv in Erinnerung. Während der Spitzenreiter VIACTIV eine Antwortqualität von knapp 90% erzielt, liegt der Marktdurchschnitt hier jedoch nur bei 48%. Insgesamt werden die Versicherten viel zu häufig mit oberflächlichen Auskünften im SV-Paragrafendeutsch, mit unpersönlichen Textbausteinen oder einem distanzierten, behrenden Sprachstil abgespeist.

Kassen-Webseiten, die Gesicht zeigen

Die **BARMER** hat die kundenfreundlichste Webseite im Test, auf Rang 2 und 3 folgen **BIG** und **DAK**. Gegenüber dem Vorjahr hat die BIG-Webseite im Marktvergleich den größten Qualitätssprung erreicht. Beeindruckend ist auch die Entwicklung der DAK, deren neue Webseite ein digitaler Vorreiter im Markt ist. Keine andere Kasse löst Kundenanliegen zu Standard-KV-Anliegen so Customer Journey-gerecht, treffsicher und smart wie die DAK.

Wie servicestark sich Kassen-Webseiten präsentieren, misst der Digi-Check anhand von 41 Einzelkriterien zu Contentqualität, Navigationslogik, Dialogfreundlichkeit sowie Optik und Design. Eine erfolgreiche Kassen-Webpräsenz zeichnet sich dadurch aus, dass der Nutzer schnell und einfach zur gesuchten Gesundheitsinformation bzw. zur Anliegenklärung navigiert

wird. Im Idealfall sollte die Beantragung von Leistungen oder die Einreichung von Rechnungen bruchfrei integriert sein. Darüber hinaus wird die optische Anmutung einer Kassenwebseite aus der Nutzerperspektive zu einem immer wichtiger werdenden Entscheidungskriterium dafür, ob der Content überhaupt gelesen wird oder nicht. Webseiten im Retrodesign, die mehrere Jahre nicht mehr relauncht wurden, zahlen negativ auf das Kassenimage ein. Mit einer klaren Markenhandschrift sollte eine Krankenkasse im Netz daher „Gesicht“ zeigen.

Im Marktdurchschnitt zeigt sich hier noch viel Optimierungspotenzial – die Webseiten der 25 untersuchten Krankenkassen erzielen im Durchschnitt gerade einmal Mittelmaß. Von einer echten Kundenerlebnisreise ist der Großteil der Kassen-Webseiten noch recht weit entfernt.

Über den Digi-Check

Im Digi-Check 2023 untersuchte hc:spirit die Online-Services von 25 gesetzlichen Krankenkassen. 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 1.250 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 in der E-Health-Branche. Unsere Studien und Events drehen sich um die Themen Digital Health, innovative Gesundheitsversorgung der Zukunft und Gesundheitskommunikation.

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 den Unternehmensstrategien 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. Unserer jährliches Fachevent „E-Health-Salon“ verhilft Digital Health-Innovationen dabei, den Weg in echte Versorgungs- und Präventionslösungen zu finden.

Kontaktdaten

hc:spirit GmbH
Wichertstraße 16
10439 Berlin
URL: <https://hc-spirit.de/>
Phone: +49 30 446 752 09

Dr. Evelyn Kade-Lamprecht
Geschäftsführerin
Mail: kade-lamprecht@hc-spirit.de

Julia Keil
Research & Communication Managerin, Referentin der Geschäftsführung
Mail: julia.keil@hc-spirit.de