

# Digi-Check 2024

## Information für Verbraucher

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

Im Test: 26 gesetzliche Krankenkassen

Berlin, den 30.01.2025

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** Ihrer Mitarbeiter mit Ihren Kunden basierend auf der Analyse von **17 Qualitätsparametern**.
- Individualisiert **maßgeschneiderte Ergebnisse** für Ihre Kasse im Benchmark zum Wettbewerb.
- Ergebnisaufbereitung im **Vergleich zu den Vorjahren**.



## 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 **eigene Webseite zukunftsgerecht weiterentwickelt** werden kann.
- 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.
- Anhand kommentierter Screenshots zeigt der Digi-Check die **Stärken und Schwächen** der eigenen Kasse im Web strukturiert auf und erklärt, was Wettbewerberkassen besser machen.
- Der Website-Test basiert auf der Analyse von **41 Qualitätsparametern**.



# Steckbrief E-Mail-Check.

Stichprobe	Testumfang	Testablauf	Fragenszenario	Analysemodell	Nutzen
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ <b>26 Krankenkassen.</b></li><li>▪ <b>Alle Kassenarten und Kassengrößen, darunter:</b><ul style="list-style-type: none"><li>– 7 AOKn</li><li>– 5 Vdek-Kassen</li><li>– KNAPPSCHAFT</li><li>– 4 IKKn</li><li>– 9 BKKn</li></ul></li><li>▪ <b>Neu im Digi-Check 2024:</b> AOK Bremen/ Bremerhaven</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Versand von <b>je 50 Kunden-E-Mails</b> an jede der 26 Kassen.</li><li>▪ <b>Gesamtstichprobe</b> 1.300 Test-Mails.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ <b>Testzeitraum</b> März bis Juli 2024.</li><li>▪ <b>Bundesweites, geschultes Testerteam</b><ul style="list-style-type: none"><li>– bevölkerungstypischer demographischer Mix</li><li>– keine Fachexperten</li></ul></li><li>▪ <b>Testmail-Versand</b><ul style="list-style-type: none"><li>– per Kundenkontaktformular auf der Kassenwebseite</li><li>– zu unterschiedlichen Wochentagen und Uhrzeiten.</li></ul></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ <b>Echte, reale Kundenanfragen</b> (keine Fantasiekonstrukte)</li><li>▪ <b>Thematische Schwerpunkte:</b><ul style="list-style-type: none"><li>– Mitglied werden</li><li>– Krankenversicherung für Familien, Studierende, Selbstständige</li><li>– Kinderkrankengeld</li><li>– Mutterschaftsgeld / Elternzeit</li><li>– Prävention / Vorsorge / Impfungen</li><li>– Gesunde Ernährung</li><li>– Gesundheitskurse</li><li>– Schwangerschaft / Geburt</li><li>– Therapien / Behandlungsprogramme / alternative Behandlungen</li><li>– Zahnleistungen</li><li>– Kuren</li><li>– Heil- und Hilfsmittel</li><li>– Pflege</li><li>– Digital Health</li><li>– Bonusprogramm</li><li>– Auslandsaufenthalte / New Work</li><li>– Zusatzversicherungen</li></ul></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ <b>Qualitätsbewertungsverfahren:</b><ul style="list-style-type: none"><li>– Gewichtetes Bewertungsmodell</li><li>– Wissenschaftlich fundiert</li><li>– Praxiserprobt</li><li>– Neutral und objektiv</li><li>– Strikt fokussiert auf die Kundenperspektive</li><li>– Vergleichbarkeit mit Vorjahresehebung</li><li>– Abgestimmt auf die unternehmensinternen Qualitätsziele der Kassen</li></ul></li><li>▪ <b>Messinstrument:</b> Standardisierter Checkbogen.</li><li>▪ <b>Individualisierte, kassenspezifischer Ergebnisbericht:</b><ol style="list-style-type: none"><li>a. Qualitätskennzahlen zu Antwortqualität und Responsequote (indexbasiert)</li><li>b. Stärken-/ Schwächen-Analyse</li><li>c. Wettbewerbs-Benchmarks</li><li>d. Zeitreihenanalyse (Vorjahresvergleiche)</li></ol></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ <b>Objektiver Status Quo</b> zur Qualität des Kontaktkanals Kunden-E-Mail.</li><li>▪ Marktüberblick und aktuelle <b>Wettbewerbs-Benchmarks.</b></li><li>▪ Individualisiertes <b>Qualitäts- und Controlling-Instrument.</b></li><li>▪ <b>Schwachstellen- und Fehlerindikator</b> zu Prozessabwicklung, Organisation und Mitarbeiterkompetenz.</li><li>▪ <b>Messinstrument</b> für den Umsetzungserfolg von Projekten zu Organisationsveränderungen und zu Mitarbeitertrainings.</li><li>▪ <b>Ergebnis-Monitoring</b> (Zeitreihen-/ Trendanalysen).</li></ul>



# Steckbrief Website-Check.

## Stichprobe

- **26 Krankenkassen-Webseiten (mobil + stationär).**
- **Alle Kassenarten und Kassengrößen**, darunter:
  - 7 AOKn
  - 5 Vdek-Kassen
  - KNAPPSCHAFT
  - 4 IKKn
  - 9 BKKn
- **Neu im Digi-Check 2024:** AOK Bremen/ Bremerhaven

## Testszenario

- **Testzeitraum** Juli bis September 2024.
- **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
- Digitale Medizin/ Digital Health
- Vermittlung Gesundheitskompetenz
- FAQ
- Videocontent
- Podcast
- Verständlichkeit
- Nutz-/ Informationswert, Entscheidungsorientierung, Nachhaltigkeit

## Transaktionsfähigkeit

- Navigations-/ Seitenlogik
- Customer Journey zu 9 Use Cases:
  - a. Krankengeld
  - b. Mutterschaftsgeld
  - c. Haushaltshilfe
  - d. Pflege
  - e. Bonusprogramm
  - f. Mitglied werden
  - g. Service-App + Online-Geschäftsstelle
  - h. Professionelle Zahnreinigung
  - i. Zuzahlungsbefreiung\*
- Intelligenz 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

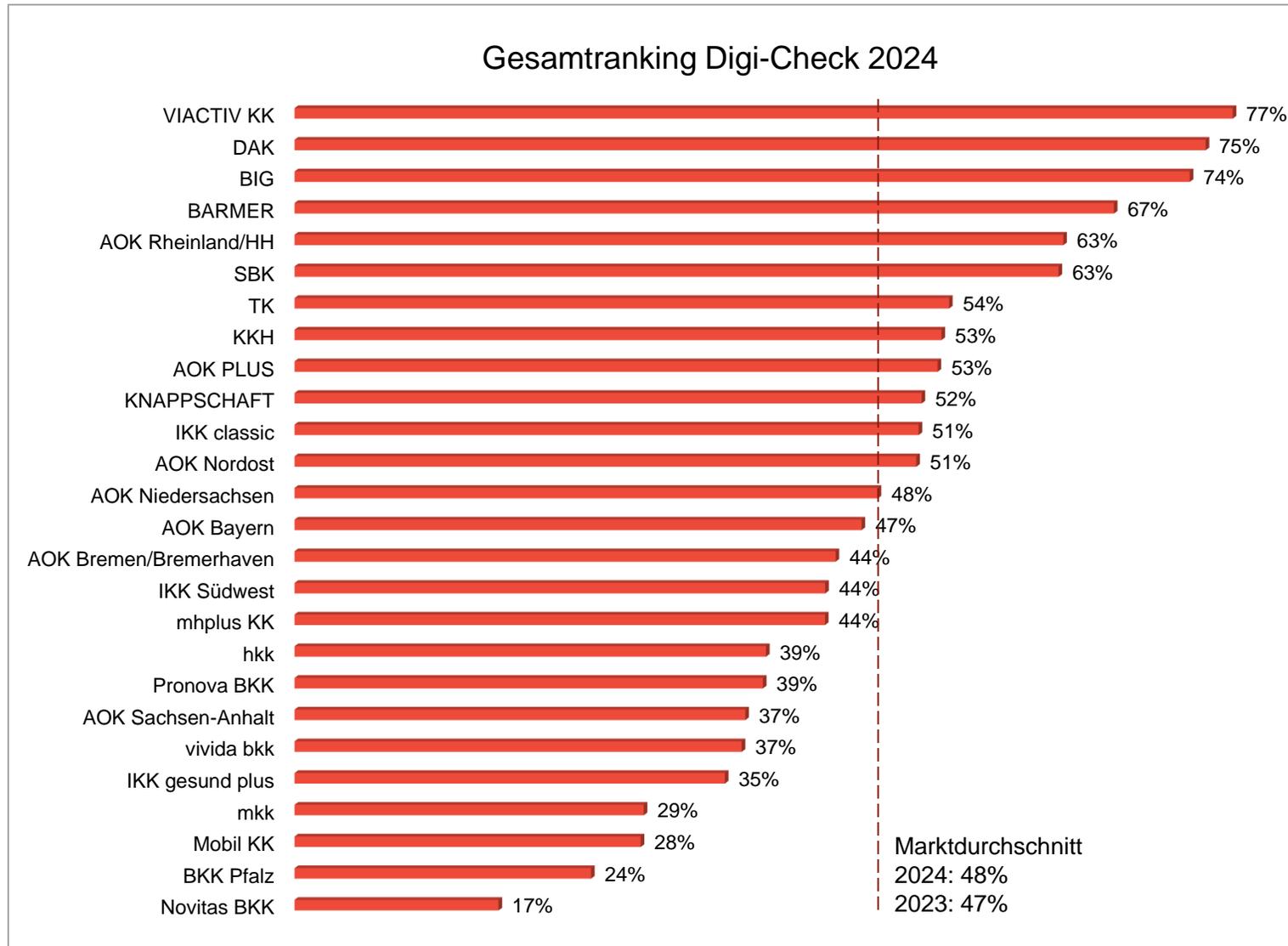
- Startseite
- Bildsprache
- Illustrationen/ Grafikelemente/ Infografiken/ Animationen
- Grunddesign/ Kreativität
- Textdesign
- Prägnanz Info-Aufbereitung
- Optischer Gesamteindruck

Gewichtungsmodell bestehend aus 58 Einzelkriterien.

Der Untersuchung liegt ein gewichtetes Bewertungsmodell zugrunde. Die Einzelkriterien werden permanent inhaltlich weiterentwickelt und im Gewichtungsfaktor an die aktuellen Marktherausforderungen angepasst.

E-Mail (25%)		Webseite (75%)							
		Content (25%)		Transaktionsfähigkeit (25%)		Dialogfreundlichkeit (10%)		Optik / Design (15%)	
Autoresponder/ Empfangsbestätigung	1,0%	Markenwerte	5,0%	Navigations-/ Seitenlogik	20,0%	Kontaktdaten/ Kontaktbox	30,0%	Startseite	15,0%
Bearbeitungszeit (Antwortzeit)	5,0%	Themen-Cluster	25,0%	Use Case "Krankengeld"	5,0%	Kontaktformular	17,0%	Bildsprache	15,0%
Betreffzeile	5,0%	Zielgruppen/ Lebensszenarien	7,0%	Use Case "Mutterschaftsgeld"	5,0%	Datenschutz/ SSL Kontaktformular	3,0%	Illustrationen/ Grafikelemente/ Infografiken/ Animationen	5,0%
Absenderinformationen	2,0%	Innovative, besondere Behandlungsangebote	10,0%	Use Case "Haushaltshilfe"	5,0%	Transparenz Versand Kontaktformular	5,0%	Grunddesign/ Kreativität	20,0%
Prozessabwicklung	2,0%	Digitale Medizin/ Digital Health	7,0%	Use Case "Pflege"	5,0%	Call Back-Funktion	5,0%	Textdesign	15,0%
Nutzwert/ Problemlösung	25,0%	Vermittlung Gesundheitskompetenz	15,0%	Use Case "Bonusprogramm"	5,0%	Servicehotline	5,0%	Prägnanz Info-Aufbereitung	15,0%
Customer Journey	10,0%	FAQ	7,0%	Use Case "Mitglied werden"	5,0%	Beraterchat	15,0%	Optischer Gesamteindruck	15,0%
Individualität/ pers. Bezug	15,0%	Videocontent	7,0%	Use Case "Service-App + Online-Geschäftsstelle"	5,0%	Chatbot	15,0%		
Freundlichkeit/ Empathie	7,0%	Podcast	2,0%	Use Case "PZR"	5,0%	Newsletter	5,0%		
Formale Gestaltung/ Lesbarkeit	7,0%	Verständlichkeit	5,0%	Use Case "Zuzahlungsbefreiung"	5,0%				
Verlinkungen/ Mailanhänge	10,0%	Nutz-/ Informationswert, Entscheidungsorientierung, Nachhaltigkeit	10,0%	Intelligenz Suchfunktion	10,0%				
Vertriebsstärke	2,0%			Linkkonzept	15,0%				
Überzeugungskraft/ Nachhaltigkeit	5,0%			Informationen zur Barrierefreiheit	5,0%				
Datenschutz: Wiederholen von Sozialdaten	1,5%			Internationalität	5,0%				
Datenschutz: Anforderung von Sozialdaten	1,0%								
Datenschutz: Rückschluss auf pers, Situation	1,5%								

Gesamtsieger im Digi-Check 2024 ist die VIACTIV, dicht gefolgt von DAK und BIG. Im Marktdurchschnitt erreicht die Servicequalität der 26 untersuchten Krankenkassen mit 48% gerade einmal Mittelmaß.



## Kontakt.

### **Dr. Evelyn Kade-Lamprecht**

Geschäftsführerin

Phone: +49 30 44675209

Mail: [kade-lamprecht@hc-spirit.de](mailto: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](mailto: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](http://www.hc-spirit.de)

