

Pressemitteilung

## **Digi-Check 2024: Investitionen in kundenfreundliche Online-Services sind unerlässlich.**

*Berlin, 31.01.2025*

Die gesetzlichen Krankenkassen haben 2025 ihre Beiträge deutlich erhöht, was für die Versicherten große Mehrkosten und für einige Krankenkassen Mitgliederverluste nach sich zieht. Um Bestandskunden zu halten, neue Mitglieder zu gewinnen und um als Krankenkasse von den Kunden als verlässlicher Gesundheitspartner wahrgenommen zu werden, sind Investitionen in einen kundenfreundlichen Service unerlässlich.

Wie qualifiziert die Kunden per E-Mail beraten werden und wie nutzerfreundlich sich die Kassen-Webseiten präsentieren, das untersucht der Digi-Check von hc:spirit bereits seit vielen Jahren anhand eines wissenschaftlich fundierten, realitätsgetreuen Bewertungsszenarios. In einem jährlichen Rhythmus stellt der Digi-Check die Servicequalität der E-Mail-Kommunikation und Webseiten von 26 marktbedeutenden Krankenkassen auf den Prüfstand.

### **Testsieger 2024: Spitzentrio aus VIACTIV, DAK und BIG hält den Wettbewerb auf Abstand.**

Testsieger im Digi-Check 2024 ist die VIACTIV, dicht gefolgt von DAK und BIG. Diesen drei Spitzenreitern gelingt es, sowohl bei der E-Mail-Kommunikation als auch bei der Webseite einen kundenfreundlichen Service zu bieten. Die BARMER belegt Platz 4, AOK Rheinland/Hamburg und SBK befinden sich gleichauf auf Platz 5. Das weitere Wettbewerbsfeld folgt mit sehr deutlichem Abstand. Im Marktdurchschnitt erreicht die Servicequalität von E-Mail und Webseiten der 26 untersuchten Krankenkassen gerade einmal Mittelmaß. Insgesamt 4 Kassen erzielen ein Servicelevel, das unterhalb der 30%-Qualitätsmarke liegt: mkk, Mobil Krankenkasse, BKK Pfalz und Novitas BKK.

### **E-Mail-Kommunikation: Professionelles Prozessmanagement zahlt sich aus.**

Die Kunden erwarten von ihrer Krankenkasse eine zuverlässige, schnelle, fachkompetente, empathische und maßgeschneiderte Klärung ihres Anliegens. Da die E-Mail ein kurzes, prägnantes Medium ist, sollte das individuelle Kernanliegen des Kunden unbedingt klar im Fokus der Antwort stehen. Vier Kassen werden diesen Kundenanforderungen insgesamt am besten gerecht: VIACTIV, AOK Rheinland/Hamburg, DAK und SBK. Diesen vier Sieger-Kassen ist es 2024 erneut gelungen, das bereits im Vorjahr erreichte Qualitätslevel stabil zu halten und in den E-Mail-Antworten durch Fachkompetenz, Empathie sowie Individualität zu glänzen.

Im Marktdurchschnitt hat sich die Antwortqualität der Kassen allerdings verschlechtert. Nur ein Fünftel der Rückantworten löst das geschilderte Kundenanliegen fachkundig, vollständig und inhaltlich zufriedenstellend. Die Antwortqualität der Kassen divergiert zwischen „Wir haben Sie nicht in unserem Versicherungsbestand gefunden“ und ausufernden Textlawinen zu allgemeinen Zusatzleistungen und Services der Krankenkasse.

Zusätzlich zur mangelhaften Antwortqualität verzeichnen einige Krankenkassen hohe Ausfallquoten von 40 – 70%: Kundenanfragen werden von diesen Kassen entweder gar nicht oder erst nach mehr als 4 Werktagen bearbeitet. Bei Hochrechnung auf das Gesamtaufkommen an Kundenanfragen und auf das Neukundenpotenzial ergibt sich ein deutlicher Geschäftsverlust. Neben einer kritischen Organisations- und Prozessanalyse sind E-Mail-Schreibtrainings für die Berater essenziell, um die Kundenkommunikation dieser Kassen auf Kurs zu bringen. Kassen, die in das E-Mail-Prozessmanagement und in die Mitarbeiter investiert haben, erzielen 2024 signifikant bessere Ergebnisse als in den Vorjahren.

## **Webseite: Modernes Mediennutzungsverhalten im Blick behalten.**

Neukunden und Versicherte wissen oft gar nicht, durch welche besonderen Leistungen und Services sich die eigene Krankenkasse auszeichnet. Eine gelungene Kassen-Webseite sollte daher eine klare Markenhandschrift tragen sowie den Kunden schnell und ohne Stolperstellen zu den gesuchten Gesundheits- und Leistungsinformationen führen. Neben den Fachinformationen werden auch der „Wohlfühlcharakter“, die Prägnanz der Wissensvermittlung und die optische Anmutung der Webseite immer wichtiger.

Im Marktdurchschnitt werden die Kassen-Webseiten diesen Anforderungen an einen nutzerfreundlichen, einladenden Web-Auftritt jedoch nur zu 52% gerecht. Viel zu häufig gleicht die Suche nach Kernthemen einer Schnitzeljagd im „Do-it-yourself“-Modus und die Informationsaufbereitung entspricht nicht dem modernen Mediennutzungsverhalten der Zielgruppen.

Die BARMER bietet analog zum Vorjahr die kundenfreundlichste Webseite, die v.a. durch Contentstärke und ein modernes Design begeistert. Insgesamt drei Krankenkassen-Webseiten überzeugen mit einer besonders guten Nutzerfreundlichkeit und einer Customer Journey-gerechten Wissensvermittlung zu häufig nachgefragten KV-Anliegen aus: DAK, BIG und BARMER. Keine andere Krankenkasse im Test präsentiert sich so dialogfreundlich und kundennah wie die DAK. An jeder Stelle der Kundenreise vermittelt die DAK-Webseite durch freundliche Kommunikationsangebote das gute Gefühl, dass die Versicherten auf fachkompetente Unterstützung zählen können. Neben der KNAPPSCHAFT hat sich die SBK aufgrund eines Marken- und Website-Relaunches im Vergleich der untersuchten Kassen am meisten verbessert. Die Investitionen der SBK in einen moderneren Web-Auftritt und in ein klares Markenbild sind aus Kundenperspektive deutlich spürbar.

## **Über den Digi-Check**

Der Digi-Check ist ein wissenschaftlich fundierter Markttest der E-Mail-Kommunikation und der Webseiten von Krankenkassen, der seit vielen Jahren fest in der GKV-Branche etabliert ist. Die marktführenden Kassen setzen den Digi-Check als Qualitätsmess-, Controlling- und Steuerungsinstrument für ihr E-Mail-Management und für die Weiterentwicklung der Webseiten ein. Product Owner, Agenturen und IT-Dienstleister nutzen das strukturiert aufbereitete Marktwissen, um die digitalen Kontaktkanäle zu den Kunden auf Kurs zu bringen. Den Untersuchungsrahmen geben die Wünsche und Bedürfnisse der Kunden vor. Im Digi-Check 2024 untersuchte hc:spirit die Online-Services von 26 gesetzlichen Krankenkassen anhand von 58 Einzelkriterien. Im Rahmen des E-Mail-Tests wurden 1.300 Mystery-Anfragen versandt.

## **Über hc:spirit**

hc:spirit ist Spezialist für innovative Marktforschung in der E-Health-Branche. Unsere Studien und Events drehen sich rundum die Themen innovative Gesundheitsversorgung der Zukunft und Digital Health.

Wir sind Research- und Strategiepartner für Krankenkassen, Start-ups, Pharma- und Technologieunternehmen der Gesundheitsbranche. Dabei sind Krankenkassen unser Heimatmarkt, denen unsere Marktanalysen einen ungeschönten Einblick in die realen Motiv- und Bedürfnislagen, das Denken und Fühlen von Versicherten liefern. Als Qualitätssicherungs- und Controllinginstrument sind unsere Studien fest in der Unternehmensstrategie der Krankenkassen verankert. Für Start-ups sind wir Sparrings- und Netzwerkpartner in der Zusammenarbeit mit Krankenversicherungen. Unsere Eventformate verhelfen Digital Health-Innovationen dabei, den Weg in echte Versorgungslösungen 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](mailto:kade-lamprecht@hc-spirit.de)

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