

Mit frischen Ideen und viel Power ins neue Jahr.



Das Jahr 2025 hat der Gesundheitsbranche einiges abverlangt: Rauer Wellengang in der GKV-Finanzwelt, Nebel in der Gesundheitspolitik. Um in diesen schwierigen Fahrwassern auf Kurs zu bleiben, sind innovative Geschäftsmodelle, eine smarte Gesundheitskommunikation und ein reibungsloser Kundenservice der Krankenkassen unerlässlich. Wir blicken dennoch positiv auf das Jahr 2025 zurück und starten mit Optimismus sowie frischen Ideen ins neue Jahr.

1. Save the date: E-Health-Salon am 01. Oktober 2026 in der Wartehalle Berlin.

Unser diesjähriger E-Health-Salon war wieder ein schöner Erfolg: In inhaltsstarken Fachvorträgen haben sich unsere 32 Referent*innen dem Thema „Intelligente Geschäftsmodelle, Datenstrategien und Lösungen für Prävention, Versorgung und Kundenservice“ gewidmet. Eine klare Message auf unserer Salonbühne: **KI ist kein IT-Projekt** und entfaltet ihren Wert nicht im Hype, sondern in echten Anwendungsfällen.

Das **Thema KI** wird uns auch 2026 in unseren Studien und unserem E-Health-Salon weiter begleiten. Am **01. Oktober 2026** dreht sich in der Wartehalle Berlin alles um **„Digitale Ökosysteme, künstliche Intelligenz und Mensch für eine bessere Versorgung“**. Markieren Sie sich den Termin unbedingt in Ihrem Kalender und bleiben Sie schön neugierig.

2. Follow me to health: Krankenkassen zwischen Social Hype und Künstlicher Intelligenz.

„Bei konkreten gesundheitlichen Problemen würde ich gar nicht auf die Idee kommen, mich an meine Krankenkasse zu wenden,“ so der O-Ton eines Versicherten. Unverkennbar hat sich das Mediennutzungsverhalten der Zielgruppen in den letzten Jahren gravierend verändert. Permanent spült der Algorithmus neuen Gesundheitscontent in die Feeds der Nutzer. KI ist im Alltag der Versicherten angekommen.

Wie können Krankenkassen ihre Zielgruppen in der Zukunft kommunikativ überhaupt noch erreichen? Und was muss ein **intelligenter Kommunikationsmix** der Krankenkasse leisten, um Versorgung und Prävention wirkungsvoll zu begleiten?

Klare, strategisch belastbare Antworten liefert unsere aktuelle psychologische Studie „Personalisierte Gesundheitskommunikation“ als Effizienztreiber für Versorgung, Prävention und Kundenservice“:

- Für welche **hochindividuellen Gesundheitsthemen** sind die modernen Zielgruppen empfänglich?
- Wie reagieren die Versicherten, wenn sich statt der Krankenkasse plötzlich ein **KI-Bot** meldet?
- Warum haben **KI-Assistenten und KI-Agenten** das Potenzial, sich zu empathischen, autonomen Interaktionspartnern der Versicherten zu entwickeln?
- Welche Anforderungen muss eine **KI gestützte Ratgeberplattform** der Krankenkasse für Gesundheitswissen erfüllen?
- Wie kann Krankenkasse einen **Platz im Algorithmus** der Social Media Feeds ihrer Zielgruppen ergattern?
- Wie tiefgreifend und nachhaltig beeinflussen **Gesundheits-Influencer** den Lebensstil und das Gesundheitsverhalten der Zielgruppen?
- Worauf müssen Krankenkassen bei der Auswahl von **Influencer-Kooperationen** achten?
- Warum ist ein **Podcast** ein wertvoller strategischer Zugangskanal zum Versichertenalltag?
- Was müssen Krankenkassen tun, um der **Unsichtbarkeitsfalle** zu entkommen?

3. Newsletter-Check: Wie der Kassen-Newsletter im Versichertenalltag Relevanz erzeugen kann.

Ein klarer Befund: Bislang findet der **Krankenkassen-Newsletter** im Versichertenalltag kaum Beachtung. „Ich finde das Format Newsletter alt. Vor allem weil es **dieselben 35 Jahre alten Themen** sind. Nichts, was mich catcht,“ lautet das Urteil einer jüngeren Versicherten. Dennoch ist der Kassen-Newsletter ein **effektiver und kostengünstiger Kanal**, der das Potenzial hat, relevante Zielgruppen in einem regelmäßigen Rhythmus mit **personalisiertem Gesundheitscontent** zu versorgen.

Doch wie kann der Kassen-Newsletter vermeiden, **in die Bedeutungslosigkeit abzurutschen**?

Um belastbare Marktfakten, Fallstricke und schlagende Zukunftspotenziale aufzuzeigen, haben wir basierend auf den Erkenntnissen unserer psychologischen Kommunikationsstudie einen **repräsentativen Newsletter-Check von 30 marktbedeutenden GKVn** durchgeführt.

Anhand topaktueller, tiefgründiger Testergebnisse sowie anschaulich aufbereiteter Best Practices aus dem GKV-Markt zeigt die Studie, wie sich der Newsletter mittels **Marketing Automation**, modernen Technologien sowie KI zu einem **hocheffektiven Kontaktkanal** zu den Versicherten entwickeln kann. Unsere Marktuntersuchung aus der Perspektive der Versicherten hilft, den Newsletter-Kanal **zukunftsfit** zu machen.

Mit viel **Optimismus, Power und Vorfreude** auf das Gesundheitsjahr 2026 verabschieden wir uns in Kürze in die Weihnachtsferien. Wir bedanken uns sehr herzlich für die vertrauensvolle Zusammenarbeit. Mit unserer Marktforschung und unserem E-Health-Salon werden wir die echten Bedürfnisse, Wünsche und Sorgen Ihrer Kund*innen und Versicherten auch 2026 weiter unter das Brennglas nehmen.

Wir freuen uns darauf, mit Ihnen gemeinsam im neuen Jahr weiter an einer besseren **Gesundheitsversorgung der Zukunft** zu arbeiten.

Wir wünschen Ihnen schöne Weihnachtstage und einen gesunden Start ins neue Jahr.

Herzliche Grüße

Evelyn Kade-Lamprecht, Julia Keil und Antonia Scheper

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

Web: <https://hc-spirit.de/>