

Krankenkassen in der Informationspflicht

12.06.2009, 15:41 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *dostal & partner management-beratung gmbh*

Gesetzliche Krankenkassen unterscheiden sich aus Sicht der Verbraucher durchaus. Die Verbraucher erkennen dabei Leistungs- und Serviceunterschiede, die weit über die Inhalte der Service-Checklisten des Bundesgesundheitsministeriums oder der Rankings der Fachpresse hinausgehen.

Dies ergab eine repräsentative Telefonumfrage von dostal-beratung® im Winter 2007/2008 und 2008/2009. Befragt wurden bundesweit 3.200 Personen.

Nach wie vor ist jedoch der Anteil der nicht informierten Verbraucher zu hoch: 51,7% der Verbraucher erkennen keine Unterschiede zwischen den Krankenkassen. Dies ist kaum verwunderlich, denn ein ebenso hoher Teil der Verbraucher (51,4%) informiert sich nicht über Krankenkassen.

Der Zusammenhang zwischen Informationsintensität und erkannten Unterschieden stellt die Krankenkassen vor eine enorme Kommunikationsaufgabe. Je informierter der Verbraucher ist, desto mehr und gezieltere Unterschiede kann er nennen. Gleichzeitig gilt: Ohne Information kein Kassenwechsel.

Dabei sind die Medien (Pressemedien, TV, Radio, Internet) für die Verbraucher mit 75,3% die Informationsquelle Nummer 1. Dem folgt mit 40,4% das private Umfeld.

Bei potentiellen Wechslern (Frage: Beabsichtigen Sie Ihre Krankenkasse innerhalb der nächsten 12 Monate zu wechseln?) haben dagegen das private Umfeld (52,1%) und die Krankenkassen (50,7%) den Medien den Rang abgelaufen: Leistungsunterschiede sind individueller und schwieriger zu kommunizieren als Beitragsunterschiede.

Hierin liegt eine der Chancen der mittelgroßen regionalen Krankenkassen, die mit vergleichbar kleinen Budgets den großen Versorgerkassen Paroli bieten können: Interessanterweise unterscheiden sich die AOK in den Augen der Befragten nur unterdurchschnittlich über das Thema Leistungen. Dies ist umso erstaunlicher, als gerade diese Kassenart mit dem Label „Versorgerkasse“ sogar noch mit dem Zusatz „Die Gesundheitskasse“ firmiert.

Die Studie „Vom Desinteresse zur Unterscheidbarkeit: Informationsverhalten und Wahrnehmung der Verbraucher zum Thema Gesetzliche Krankenkassen“ kann unter www.dostal-partner.de/studien/Info-Verhalten2009.html oder per Mail bestellt werden.

Portrait

Die dostal & partner management-beratung gmbh, Vilsbiburg, hat als Spezialist seit 1992 über 200 gesetzliche und private Krankenversicherungen sowie über 200 Unternehmen aus den unterschiedlichsten Teilbranchen des Gesundheitsmarktes in den drei Feldern Beratung, Marktforschung und Training erfolgreich unterstützt und veröffentlicht laufend Studien zu aktuellen Themen des Gesundheitsmarktes.

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/317095/Krankenkassen-in-der-Informationspflicht.html>