Digitalisierung prägt Schweizer Krankenkassen

10.06.2016, 12:25 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *Unic AG*
Presseagentur: *eloquenza pr*

Unic präsentiert Benchmark-Studie zur digitalen Kundennähe der elf größten Schweizer Krankenkassen

München, 10. Juni 2016 - Mit seinem Krankenkassen-Benchmark analysiert Unic, führender Anbieter von integrierten E-Business-Lösungen, die digitale Kundennähe der elf größten Schweizer Krankenkassen. Die Studie untersucht die Webseiten und mobilen Services der Unternehmen. Der Krankenkassen-Benchmark soll Auskunft darüber geben, inwieweit sich Krankenkassen dem digitalen Wandel bereits angepasst und ihre Strategie rein auf den Kunden fokussiert haben und wo der größte Nachholbedarf besteht.

„In diesem Jahr haben wir das Konzept unserer bewährten Banking- und Insurance-Benchmarks auf Krankenkassen angewendet. Es ist aufschlussreich zu sehen, dass es zwischen den einzelnen Anbietern große Unterschiede gibt, was die Kundenorientierung und den digitalen Auftritt betrifft“, resümiert Markus Haschka, CEO von Unic. „Die Kunden fordern heute Erlebnisse, Emotionen und ein hohes Service-Niveau über alle Berührungspunkte hinweg. Dieser Herausforderung müssen sich die Schweizer Krankenkassen jetzt annehmen.“

Customer Experience mit Nachholbedarf

Rund die Hälfte der untersuchten Krankenkassen hat ihren digitalen Auftritt bereits auf die Bedürfnisse der Kunden fokussiert. Sie haben einen Webauftritt entwickelt, der den Nutzer mit einer eigenen Bildsprache in eine emotionale Erlebniswelt mitnimmt und ihm gleichzeitig strukturiert und verständlich Informationen zugänglich macht. Die Krankenkassen Helsana und Visana sind in Sachen visuellem Design, Content Design und Navigationsdesign ihren Konkurrenten, die sich immer noch auf die Produktpräsentation konzentrieren, weit voraus.

Mobile Webseiten sind die Ausnahme: Nur wenige Unternehmen haben ihre Internetpräsenz bereits im Responsive Design aufgebaut – dadurch ist bei vielen Anbietern für den Kunden eine endgeräteunabhängige Darstellung der Services und Leistungen nicht möglich.

Kundenservice auf gutem Niveau

Viele der untersuchten Krankenkassen bieten auf ihrer Webseite vertiefte, spezifische, zum Teil multimedial aufbereitete Informationen rund um das Thema Gesundheit, zum Teil auch zielgruppenspezifisch für Kinder, Senioren oder Schwangere, an. Es fehlt jedoch an Interaktivität und Modernität – Self-Assessments oder spezifische Gesundheitstools wie Fitnesstrainer oder Schwangerschaftskalender sind eher selten. Einzige Ausnahmen: Die Helsana und Sanitas konnten bei der Analyse mit ihren Mehrwert-Angeboten überzeugen.

Potenziale der Kundenportale oft noch ungenutzt

50 Prozent der in der Studie analysierten Schweizer Krankenkassen bieten ihren Kunden ein Portal mit Self-Service-Gedanken an: persönliche Daten können hier problemlos selbst gepflegt werden. Das Kundenportal der CSS beeindruckt mit der graphischen Aufbereitung der Leistungen in Form eines Dashboards. Nur wenige Krankenkassen erkennen jedoch das Kundenportal als aktives Kundenbindungsmittel und Differenzierungspotenzial. Die Hälfte der Krankenkassen, die über ein Kundenportal verfügen, haben dieses zusätzlich in einer App abgebildet; so kann der Kunde auch von unterwegs darauf zugreifen.

Krankenkassen stellen sich dem digitalen Wandel

Der Krankenkassen-Benchmark 2016 von Unic zeigt, dass sich die meisten Unternehmen auf den Weg zur Omnichannel-Krankenkasse begeben haben.
Differenzierungspotenziale bieten insbesondere Mehrwertdienste für den Kunden – hier gibt es bei vielen noch Nachholbedarf.

Den vollständigen Krankenkassen Benchmark 2016 erhalten Sie hier:
http://magazin.unic.com/2016/05/31/studie-kundennaehe-von-krankenkassen-im-web-benchmark-2016/

Hinweis an die Redaktionen:
Falls Sie Interesse an einem tiefergehenden Gespräch zum Krankenkassen- Benchmark 2016 mit Unic haben, dann melden Sie sich gerne bei uns telefonisch unter 089 242 038 0 oder per Mail an unic@eloquenza.de

Portrait

Über Unic

Unic ist ein europaweit führender Anbieter von integrierten E-Business- Lösungen. Gemeinsam mit unseren Kunden identifizieren und nutzen wir die strategischen Chancen in der digitalen Welt, um eine durchgängige Customer Journey mit einem einzigartigen Erlebnis zu schaffen.

1996 in der Schweiz gegründet, entwickeln heute 250 Mitarbeitende in den Bereichen Digital Marketing und Digital Commerce interaktive Lösungen, die das Kundenerlebnis in den Mittelpunkt stellen. An den Standorten in Bern, Karlsruhe, München, Wien und Zürich sowie im Entwicklungszentrum in Wroclaw setzen wir uns engagiert für die Wünsche und Anforderungen unserer Kunden ein. Dazu arbeiten die Kompetenzen für Beratung, Kreation, Umsetzung und Betrieb Hand in Hand.

Ausgewählte Kunden sind Audi, Bridgestone, BEKB (Berner Kantonalbank), Caritas, Coca-Cola, Coop, Credit Suisse, Die Schweizerische Post, Feller, HORNBACH, JURA, Kanton Bern, Mammut, Manor, Ochsner Sport, PKZ, Rhätische Bahn, SBB, SWISS, Swisscom, UBS, Universität St. Gallen (HSG), Victorinox und Zürich Versicherungs-Gesellschaft AG.

www.unic.com

Medienkontakt Unic

Christine Roth, Corporate Communications Tel. +41 44 560 16 40 christine.roth@unic.com

News-ID: 907123 • Views: 806 (Stand: 02.11.2026)

Link zur Pressemitteilung:
https://www.openpr.de/news/907123/Digitalisierung-praegt-Schweizer-Krankenkassen.html