

# Kommunikations- und Servicetrends im GKV-Markt

*Eine qualitative Entscheider-Befragung*

Dezember 2009

Studiensteckbrief  
Kontaktfax auf letzter Seite



## Ausgangssituation

Der Gesundheitsmarkt, und mit ihm der GKV-Markt, befindet sich durch die Gesundheitsreform-bedingten veränderten Rahmenbedingungen im **Umbruch**. Praktisch über Nacht mussten die gesetzlichen Krankenkassen von einem Preiswettbewerb auf einen **Leistungswettbewerb** umschwenken.

Um sich diesen neuen Marktbedingungen zu stellen, müssen die GKV-en ihre strategische Planung von Grund auf neu ausrichten und neue Handlungsfelder für sich definieren. Viele **Strategieansätze** befinden sich noch auf dem Zeichenbrett, einiges wird aber auch schon umgesetzt, um sich frühzeitig im Markt zu positionieren.

Die Deutsche Post und YouGovPsychonomics haben diesen Startschuss in eine neue Phase der gesetzlichen Krankenversicherung zum Anlass genommen, die **neuen und geplanten Kommunikations- und Servicestrategien** der Marktteilnehmer in einer qualitativen Studie zu untersuchen. Damit wollen die Herausgeber den GKV-en sowie Dienstleistern des Marktes einen Einblick in die aktuellen Marktbewegungen und Unternehmensstrategien geben sowie mit handlungsorientierten Perspektiven die Akteure der Marktentwicklung unterstützen.

## Fragestellung der Entscheiderbefragung im GKV-Markt

In den insgesamt 36 qualitativen Interviews mit Vorständen, Unternehmensentwicklern und Abteilungsleitern von GKVn wurden u.a. folgende Fragen untersucht:

- Wie orientieren sich die GKVn in dem neuen gesetzlichen Umfeld des Gesundheitsfonds?
- Welche Strategien werden in den Häusern verfolgt und wie weit sind die Umsetzungen dieser Strategien?
- Welche spezifischen Maßnahmen in den folgenden Bereichen sind geplant oder bereits umgesetzt:
  - Kundenbindung und Neukundenakquise
  - Entwicklung neuer Services und Produkte
  - Nutzung und Gestaltung der Kundenkommunikation
  - Cross-Selling und Vertrieb
  - Marketing
  - Effizienzsteigerung, Prozessoptimierung
  - Zusatzbeitrag

# Studiengliederung

In dem anonymisierten Bericht werden die typischen Strategien und Handlungsfelder im GKV-Markt anhand von Grafiken und O-Tönen dargestellt. Mit folgender Gliederung wird dem Leser ein vertiefter Einblick in die Perspektiven der gesetzlichen Krankenkassen am Markt gegeben:

## Gliederung

- 1. Management Summary**
- 2. Vorgehensweise**
- 3. Marktsituation**
- 4. Aktive Kundenbeziehungen**
  - 4.1 Kundenbeziehungsmanagement
    - 4.1.1 Kundenbindung
    - 4.1.2 Kundengewinnung
    - 4.1.3 Kündigungsmanagement
  - 4.2 Kundenkommunikation
    - 4.2.1 Bedeutung der Kommunikationskanäle
    - 4.2.2 Zielgruppenspezifische Umsetzung der Kommunikationsansätze
  - 4.3 Neue Services/Produkte
    - 4.3.1 Individualisierte Leistungen
    - 4.3.2 Bedeutung der Prozessoptimierung zur Steigerung des Qualitätsniveaus der Dienstleistung
  - 4.4 Optimierter Ressourceneinsatz
    - 4.4.1 Optimierung von Versorgungskosten/Verwaltungskosten
    - 4.4.2 Zusatzbeitrag/Prämien
- 5. Marktverhalten**
  - 5.1 Service-Offensive
  - 5.2 Kommunikations-Offensive

# Untersuchungsdesign

## Stichprobe

- **Zielgruppe der Befragung**

- Vorstände (15)
- Unternehmensentwickler (8)
- Marketingleiter (9)
- Leiter Kundenservice (4)

- **Gesetzliche Krankenkassen**

Teilgenommen haben insgesamt 36 GKVern mit insgesamt 33,7 Mio. Mitgliedern, davon:

4 AOKen

2 Ersatzkassen

3 IKKen

2 LKKen

25 BKKen (davon 6 große, 7 mittlere, 5 kleine und 7 geschlossene)

## Erhebung

- **Qualitative Telefoninterviews**

- Befragung anhand von offenen Fragen anhand eines Leitfadens
- Vertiefung in verschiedene Themenfelder, je nach Schwerpunkt des Interviewten und der GKV
- Dauer zwischen 20-60 min.
- Befragungszeitraum: Juli bis August 2009

- **Inhalte der Befragung**

- Servicestrategien, Maßnahmen zur Kundenbindung und Rückgewinnung
- Kundenkommunikation zu neuen Dienstleistungen, Services, Gesundheits- und gesetzlichen Informationen etc.
- Produktentwicklung, Cross-Selling, Vertrieb
- Marketing

Kontaktformular an die Deutsche Post z.H. von Herrn Eckstein an die  
FAX-Nr: 0228 - 9086-555 327; Email: Thomas.Eckstein@dpcom.de

- Ich bitte um weitere Informationen zur Studie „**Kommunikations- und Servicetrends im GKV-Markt**“
- Interesse individueller Vorstellungstermin

### Kontaktdaten

Name

Unternehmen

Anschrift

Funktion

Email

Telefon

Ort, Datum

Unterschrift

Deutsche Post Com GmbH:

**Thomas Eckstein**

Branchenmanager

Telefon: 0228-9086 327

thomas.eckstein@dpcom.de

YouGovPsychonomics AG:

**Dr. Oliver Gaedeke**

Vorstand

Telefon: 0221-420 61 364

oliver.gaedeke@psychonomics.de