

## Pressemitteilung

# Bestnoten im Krankenkassen-Kundenservice

## Marktforschungsunternehmen whiteboxx analysiert Zufriedenheit von Krankenkassen-Kunden / Voraussetzung für Kundenzufriedenheits-Siegel vom TÜV Rheinland

Noch vor kurzem galt die Höhe des Beitragssatzes als entscheidendes Kriterium für viele Bundesbürger bei der Wahl ihrer Krankenkasse. Mit dem gesetzlich festgelegten Beitragssatz in der Gesetzlichen Krankenversicherung (GKV) ist das Spar-Argument für die Kassen im Wettbewerb um ihre Kunden weggefallen. Der Leistungskatalog – welche Behandlungskosten übernimmt die Kasse – und die Kundenservices sind damit zum maßgeblichen Argument für oder gegen das Angebot einer Krankenkasse geworden. Der Vergleich der Leistungsmerkmale ist nur mit viel Fleißarbeit durch den interessierten Verbraucher möglich. Hilfestellung und Orientierung in punkto Qualität des Kundenservices bietet den Bundesbürgern dagegen das Siegel für „geprüfte Kundenzufriedenheit“ des TÜV-Rheinland. Voraussetzung dafür ist allerdings, dass die Krankenkasse ihren Kundenservice in einer repräsentativen Kundenzufriedenheitsstudie auf Herz und Nieren prüfen lässt. Das Hannoversche Marktforschungsunternehmen whiteboxx hat dies vor kurzem bei der Krankenkasse numIKK getan.

Die im Rahmen der whiteboxx-Analyse ermittelte Zufriedenheit der numIKK-Versicherten diene zudem als Basis, um die Wettbewerbsposition der Krankenkasse mit fundierten Marktforschungsdaten systematisch erfassen und verbessern zu können. „Ziel unserer Analysen ist es, unternehmensspezifische Stärken und Schwächen im Kundenservice zu bestimmen und so individuelle Erfolgsfaktoren und Optimierungspotentiale für die Kundenzufriedenheit aufzuzeigen“, erläutert Tim Büttner, Geschäftsführer von whiteboxx. Um das begehrte TÜV-Siegel zu erhalten, muss der Kundenservice des Unternehmens in der Analyse mindestens eine Bewertung mit der Note „gut“ erhalten.

### **Krankenkasse numIKK: guter Kundenservice in allen Bereichen – TÜV geprüft**

Für die numIKK hat whiteboxx über einen Zeitraum von drei Wochen etwa 400 Versicherte der Krankenkasse im Online-Verfahren befragt. „Durch die erhobenen Marktforschungsdaten können

wir dem Versicherer numlKK einen exzellenten Kundenservice bestätigen: Gute Noten in allen Bereichen“, sagt Tim Büttner und führt zu den Detailergebnissen der whiteboxx-Analyse aus: Die Krankenkasse wird von 95 Prozent der Befragten als „zuverlässig“ oder sogar „sehr zuverlässig“ eingestuft. 94 Prozent der befragten Kunden halten die Mitarbeiter der Krankenkasse für „kompetent“ bis „sehr kompetent“. Zudem werden die Mitarbeiter von 97 Prozent der Kunden als „sehr freundlich“ oder „freundlich“ charakterisiert. Darüber hinaus bewerten 91 Prozent der Befragten den Versicherer als „sehr schnell“ oder „schnell“, wenn es um die Bearbeitungsdauer ihrer Anliegen geht. Insgesamt sind über 94 Prozent der Versicherten mit dem Service der numlKK „sehr zufrieden“ oder „zufrieden“ und vergeben an die Krankenkasse eine sehr respektable Durchschnittsnote: „1,8“. Dazu whiteboxx-Geschäftsführer Büttner: „Mit diesen hohen Zufriedenheitswerten erfüllt die numlKK alle Voraussetzungen, um das TÜV-Siegel für geprüfte Kundenzufriedenheit erhalten zu können.“

Als „praxisnah und strategisch wertvoll“, wertet Achim Segler, Vorstand der numlKK, die Analyse der hannoverschen Marktforscher und betont: „Jetzt haben wir es schwarz auf weiß und mit Brief und TÜV-Siegel: Unsere Kunden sind mit unserem Service sehr zufrieden.“ Dennoch habe man durch die Analyse ein wenig Optimierungspotential entdeckt. „Die Kundenzufriedenheitsanalyse von whiteboxx hilft uns, nun tatsächlich an den wirksamsten Stellschrauben drehen zu können, damit wir uns dem Maximalwert von 100 Prozent Kundenzufriedenheit noch weiter nähern können“, sagt Segler. Besonders wertvoll sei dabei die von whiteboxx erstellte Prioritätenkarte. „Sie zeigt auf einen Blick die dringlichsten Handlungsfelder auf und wir können aus den fundierten Ergebnissen ganz konkrete praktische Handlungsempfehlungen für unser Alltagsgeschäft ableiten“, unterstreicht Achim Segler.

Die whiteboxx Marktforschung & Kommunikationsberatung wurde 2005 als Fullservice-Agentur mit dem Fokus auf Online-Marktforschung gegründet. Während man in der „Black Box-Theorie“ davon ausgeht, dass ein Konsument bzw. seine inneren psychischen Entscheidungsvorgänge und -prozesse weitestgehend unbekannt und unsichtbar sind, symbolisiert die „White Box“ das Leitmotiv des Unternehmens: den Konsumenten und seine inneren Entscheidungsprozesse sichtbarer und verständlicher machen. Dazu haben die Marktforscher aus Hannover, die sowohl im B2B- und B2C-Geschäft aktiv sind, eine interdisziplinäre und innovative Toolbox mit Marktforschungslösungen für ihre Kunden entwickelt. Die Nähe zur wissenschaftlichen Forschung ist für whiteboxx dabei nicht nur eine Leidenschaft, sondern auch der Garant dafür, dass neueste Erkenntnisse und Sichtweisen in den Marktforschungskonzepten Anwendung finden.

**Die Pressemitteilung als Word-Dokument und PDF steht zur Verfügung unter:**

<http://www.whiteboxx-research.de/presse/pressemeldungen.html>

**Ansprechpartner für Pressefragen:**

Tim Büttner

Tel. 0511 – 690 93 35

E-Mail: [tim.buettner@whiteboxx-research.de](mailto:tim.buettner@whiteboxx-research.de)

Web: [www.whiteboxx-research.de](http://www.whiteboxx-research.de)