



direkt gesund

BIG weiß, was Kunden online wünschen

DORTMUND/BERLIN. Mit ihrer Online-Geschäftsstelle ist BIG direkt gesund dem Großteil der gesetzlichen Krankenkassen (GKV) davongeeilt. Die Direktkrankenkasse belegte bei einer aktuellen repräsentativen Studie der Unternehmensberatung Terra Consulting Partners GmbH (TCP) den zweiten Platz unter 35 untersuchten Krankenkassen, bei der E-Mail-Kommunikation wurde sie Testsieger.

Zielgenau zur richtigen Information

Die bewerteten Krankenkassen repräsentieren mehr als 80 Prozent des GKV-Marktes. „Beide Spitzenreiterkassen haben ihren deutlichen Marktvorsprung aus dem Vorjahr erfolgreich verteidigt“, stellt TCP fest. Testsieger wurde die Techniker Krankenkasse. Wie eine gute Kassenwebseite gemacht sein muss, hat TCP definiert: Sie muss strikt aus Kundensicht durchdacht und konzipiert sein. Der Nutzer muss zielgenau zu den richtigen Gesundheitsinformationen navigiert werden. Und er muss befähigt werden, mit Hilfe der qualitätsgeprüften und redaktionell aufbereiteten Informationen selbstbestimmt über seine Gesundheit oder eine bestimmte Therapie zu entscheiden.

Einfache Serviceprozesse online abwickeln

Von dieser idealtypischen Website sind viele Krankenkassen weit entfernt. Die von Jahr zu Jahr wachsende Komplexität der Webseiten erweist sich laut TCP zunehmend als Fallstrick. Vor allem auf den Unterseiten sei die Navigation bei mehr als 70 Prozent der Kassen ein buntes Wirrwarr aus Navigationselementen und Schlagworten. Und nur bei drei Kassen – darunter die BIG – können die Versicherten wichtige Angelegenheiten mittels einfacher Serviceprozesse komplett online abwickeln.

Testsieger bei der E-Mail-Kommunikation

Auch Totgesagte leben länger, stellt TCP fest. Denn die E-Mail erlebe eine Renaissance. Sie bleibe einer der von den Kunden am häufigsten genutzten und effektivsten Kommunikationskanäle. Für Kunden sei sie bequem, sie sei ein akzeptierter, persönlicher Kanal ohne lästige Zugangshürden. Erfreulich für die BIG: Sie ist Testsiegerin in der E-Mail-Kommunikation. Die Antwortquote liegt bei 100 Prozent, auch bei der Antwortqualität punktet die Direktkasse mit dem Spitzenwert. „Unsere Kunden erwarten von uns einfache, transparente und reibungslos funktionierende Prozesse. Die Studie bestätigt uns, dass wir als Direktkrankenkasse genau auf dem richtigen Weg sind“, sagt Peter Kaetsch, Vorstandsvorsitzender der BIG. Die mehr als 160 Seiten umfassende Studie zeige auch auf, wo sich die BIG noch verbessern könne. Kaetsch: „Wir werden die Ergebnisse genau analysieren und schauen, an welchen Stellschrauben wir noch drehen können.“

Studie mit Studienexposé:

[Studie mit Studienexposé](#)