



# Weitere Ergebnisse 2013

Gesetzliche Krankenkassen

2,21	2,64
1,96	3,49
2,66	3,01
1,77	2,23
2,94	3,04
1,88	2,80
2,70	1,93
3,07	2,62
2,37	2,51
2,81	2,29
1,68	2,64
1,97	2,41
1,96	2,41
2,52	2,90
3,01	2,12
3,01	2,10
3,04	2,51
2,64	1,97
2,87	3,19
2,50	3,16
3,52	3,52
3,53	3,68
3,68	3,68
2,05	2,10
2,54	2,12
3,25	3,25
2,05	2,10
1,77	2,51
1,93	2,10
2,80	2,10
3,04	2,12
2,23	2,90
3,01	3,68
1,96	3,49
2,21	2,64



# Kundenmonitor® im Überblick



- ✓ Kennziffern zu Kundenzufriedenheit und Kundenorientierung für Branchen und Unternehmen
- ✓ Umfassendste Benchmarkingdatenbank im deutschen B-to-C-Markt: Zeitreihen seit 1992
- ✓ Vergleiche mit Wettbewerbern aus jährlich ca. 30 erhobenen Branchen aus den Branchengruppen Handel, Finanzdienstleister, Infrastruktur, Logistik und Telekommunikation
- ✓ Erweiterung des Kundenmonitor auf die Schweiz (seit 2006) und auf Österreich (seit 2008)
- ✓ Benchmarking in ausgewählten Branchen länderübergreifend möglich



# Studiendesign Kundenmonitor Deutschland 2013



## CATI-Erhebung

## CAWI-Erhebung

Stichprobe	Die Gesamtstichprobe umfasst 23.482 telefonische Interviews, durchgeführt nach ADM-Standard	Die Gesamtstichprobe umfasst 14.326 nach Alter und Geschlecht quotierte Online-interviews, durchgeführt über Access Panel
Grundgesamtheit	Stichprobe repräsentativ für die Deutsche Bevölkerung ab 16 Jahre	Basis für Quotierung und Gewichtung der Stichprobe: Deutsche Bevölkerung zwischen 16 und 69 Jahre
Befragungszeit	20. August 2012 bis 23. August 2013	07. bis 22. Mai 2013
Untersuchte Branchen	14 Branchen	9 Branchen
Branchenstichprobe Krankenkassen und -versicherungen	9.281 Interviews, davon 7.541 zu gesetzlichen Krankenkassen	-

# Untersuchte Branchen 2013



## Branchengruppe Auto, Reise und Verkehr

- Automobilclubs (1.003 geführte Interviews CATI)
- Fluggesellschaften (2.530 CAWI)
- Flughäfen (2.589 CAWI)

## Branchengruppe Handel

- Bau- und Heimwerkermärkte (5.545 CATI)
- Baumarkt-Onlineshops (1.290 CAWI)
- Drogeriemärkte (3.942 CATI)
- Elektrogeräte-Onlineshops (788 CAWI)
- Elektromärkte (1.923 CAWI)
- Hörgeräteakustiker (763 CATI)
- Lebensmittelmärkte (9.239 CATI)
- Möbelhäuser (3.871 CAWI)
- Optiker (1.007 CATI)

## Branchengruppe Finanzdienstleister

- Banken und Sparkassen (4.996 CATI)
- Bausparkassen (3.403 CATI)
- Fondsgesellschaften (1.688 CATI)
- Krankenkassen und -versicherungen (9.281 CATI)

## Branchengruppe Infrastruktur

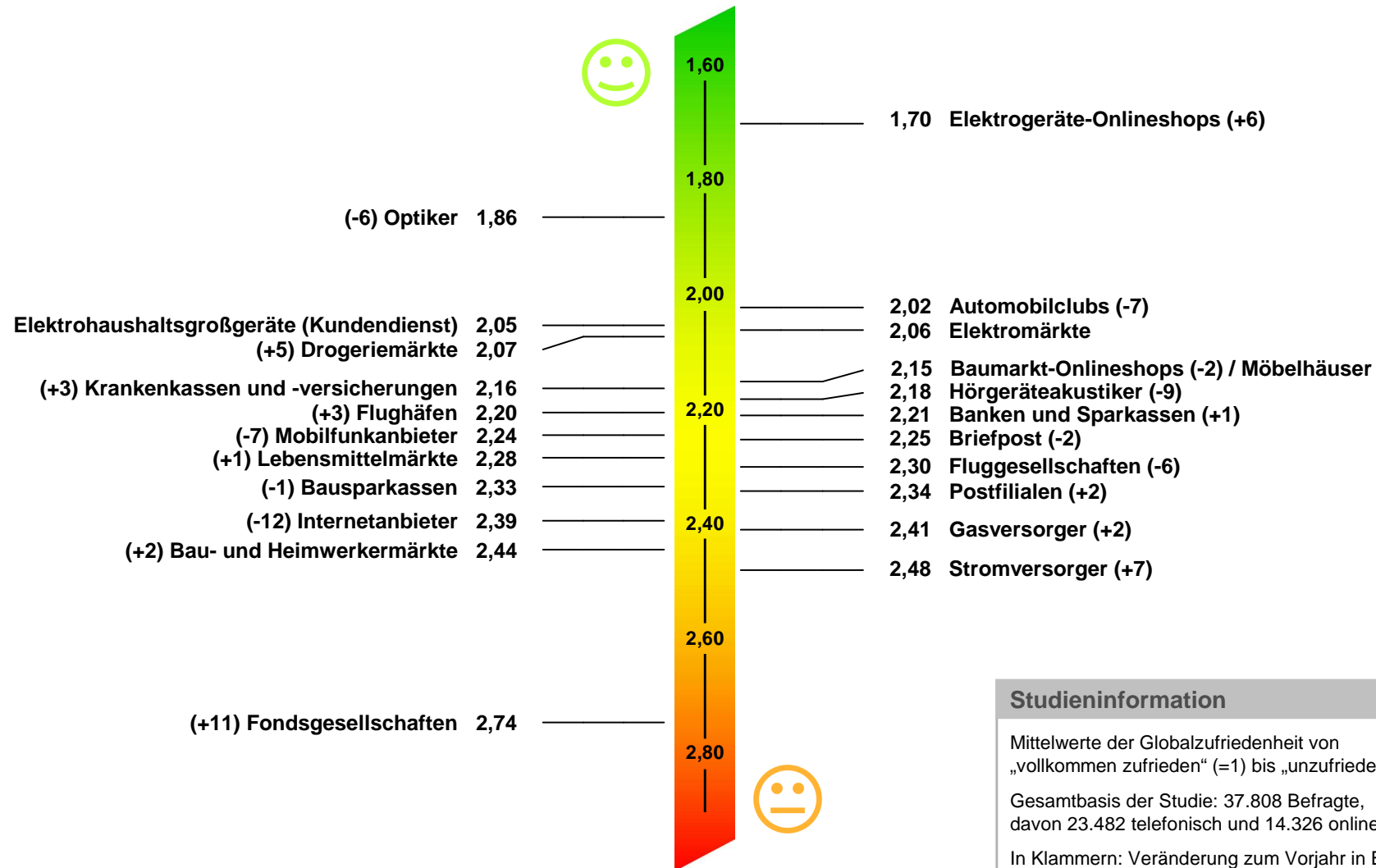
- Briefpost\* (837 CATI)
- Gasversorger (2.503 CAWI)
- Internetanbieter (2.991 CAWI)
- Mobilfunkanbieter (3.289 CAWI)
- Postfilialen\* (6.130 CATI)
- Stromversorger (5.190 CATI)

## Sonstige Branchen

- Elektrohaushaltsgroßgeräte (Kundendienst) (1.694 CATI)

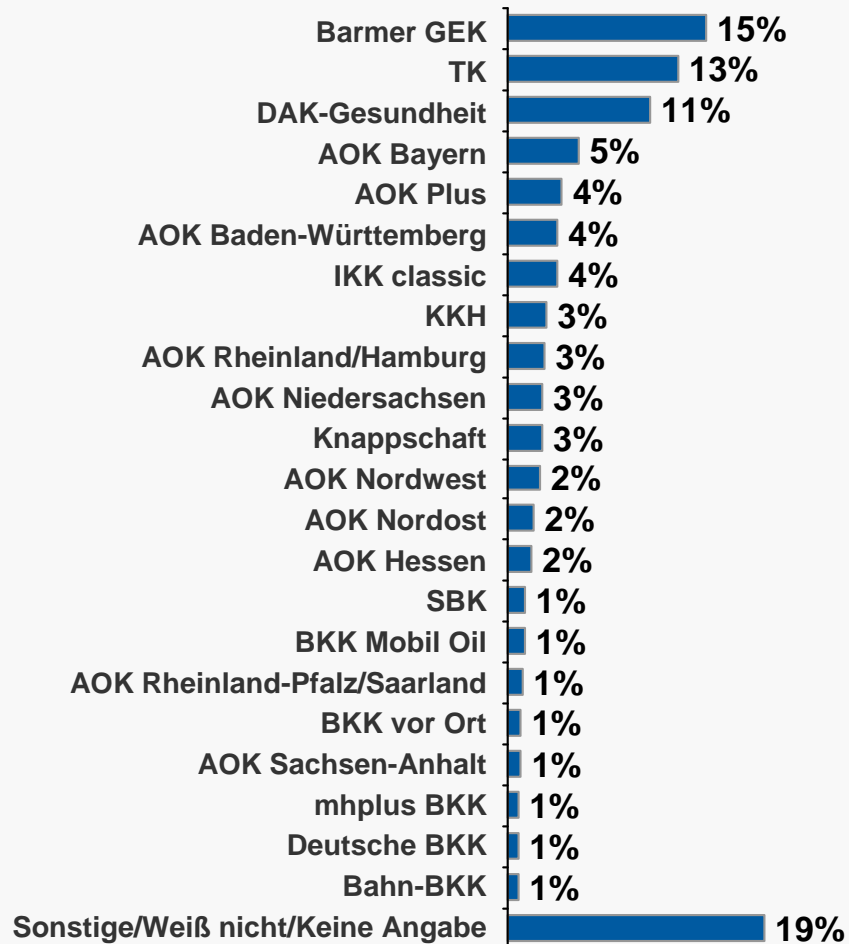
\* Für einzelne Abnehmer exklusiv erhobene Branchen. Die Ergebnisse stehen nur diesen zur Verfügung.

# Kundenzufriedenheit in Deutschland 2013



# Gesetzliche Krankenkassen 2013

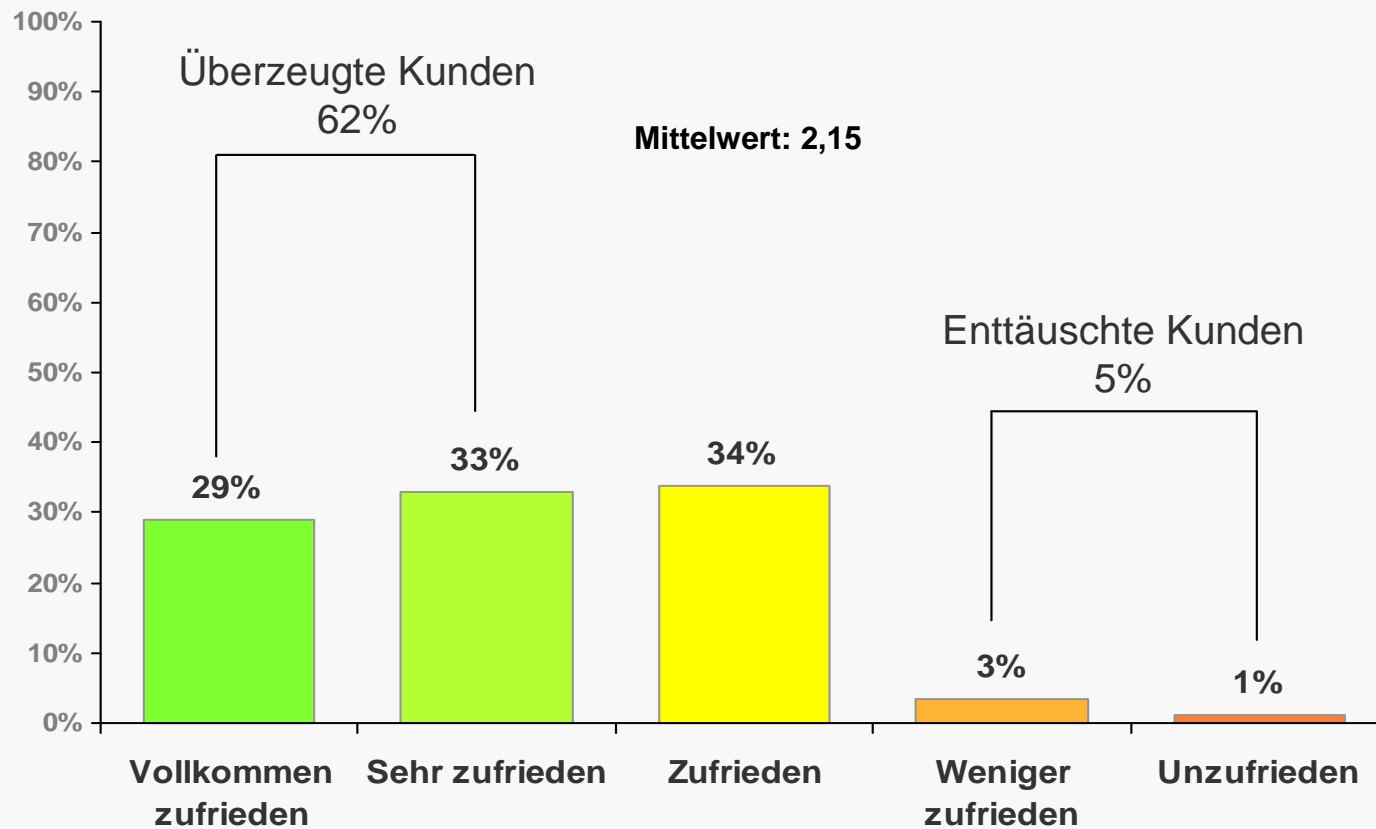
## Verteilung ausgewählter Anbieter



Anbieter mit mindestens 100 Befragten  
Prozentangaben basieren auf gewichteten  
Fallzahlen

Befragungszeitraum: 20. August 2012 bis  
23. August 2013  
Basis GKV: 7.541 Befragte ab 16 Jahre (CATI)  
Weitere Informationen: [www.kundenmonitor.de](http://www.kundenmonitor.de)

# Globalzufriedenheit Gesetzliche Krankenkassen 2013



„Wie zufrieden sind Sie dabei als Mitglied/Kunde insgesamt? Sind Sie ...“

Befragungszeitraum: 20. August 2012 bis

23. August 2013

Basis GKV: 7.541 Befragte ab 16 Jahre (CATI)

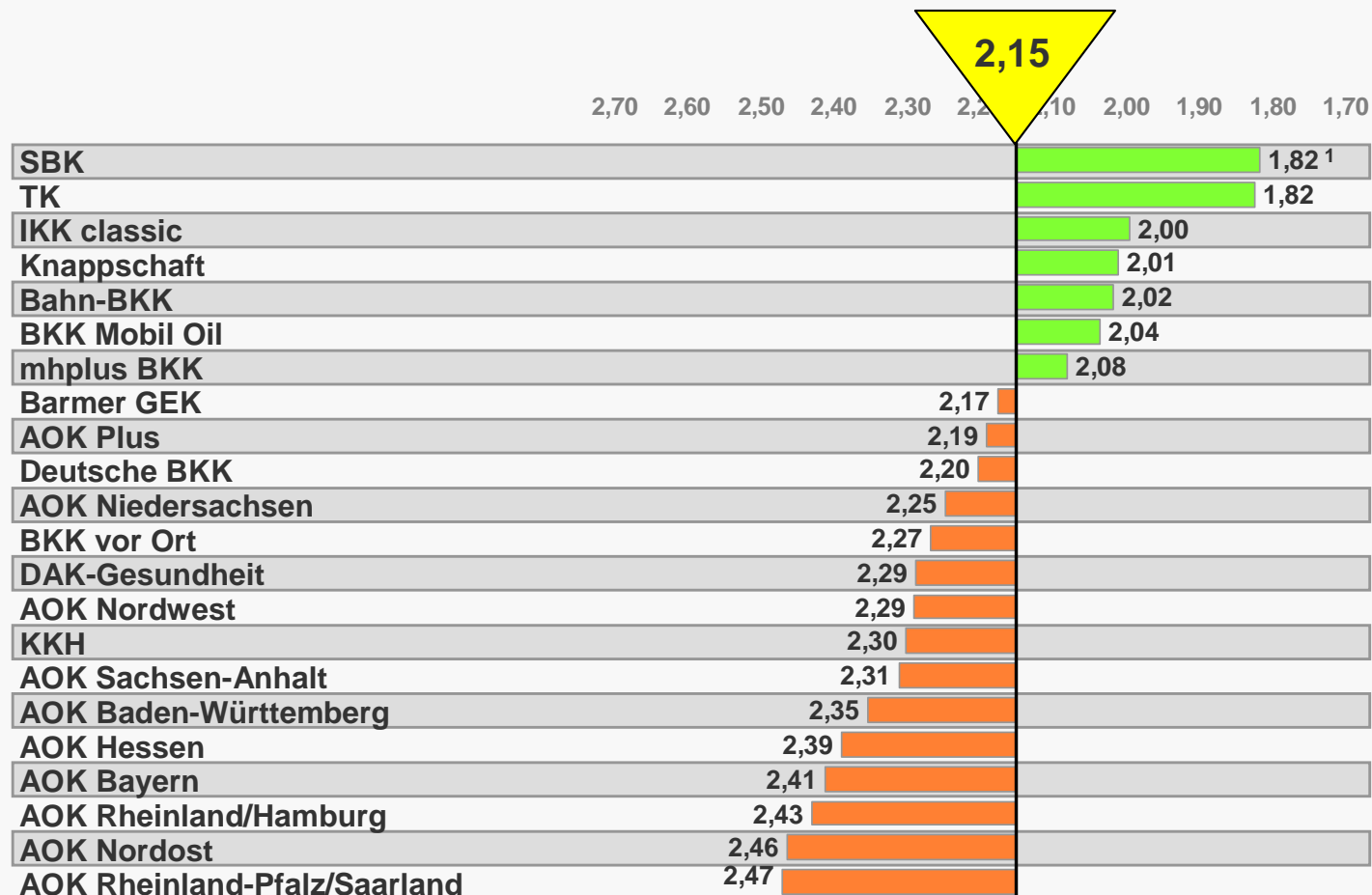
Weitere Informationen: [www.kundenmonitor.de](http://www.kundenmonitor.de)

# Vergleich der Globalzufriedenheit Gesetzliche Krankenkassen 2013

(Anbieter mit mindestens 100 Befragten)



## Durchschnitt Globalzufriedenheit



„Wie zufrieden sind Sie dabei als Mitglied/Kunde insgesamt? Sind Sie ...“

Mittelwerte von „vollkommen zufrieden“ (=1) bis „unzufrieden“ (=5)  
Anbieter mit mindestens 100 Befragten, der Branchendurchschnitt enthält auch Anbieter mit weniger als 100 Befragten

<sup>1</sup> Kein signifikanter Unterschied zwischen SBK und TK (90%-Niveau)

Befragungszeitraum: 20. August 2012 bis 23. August 2013

Basis GKV: 7.541 Befragte ab 16 Jahre (CATI)  
Weitere Informationen: [www.kundenmonitor.de](http://www.kundenmonitor.de)





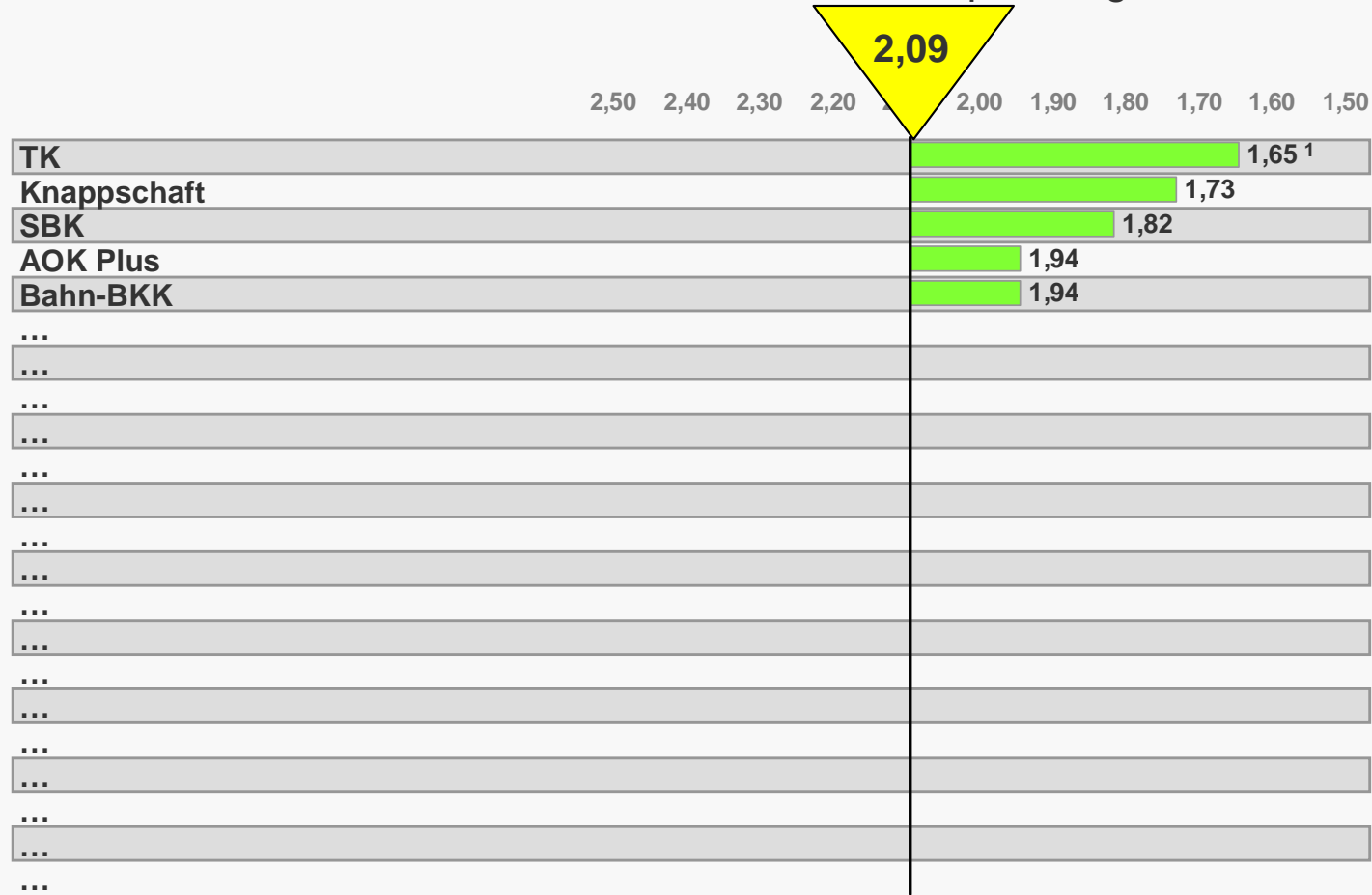


# Top-Anbieter Weiterempfehlungsabsicht Gesetzliche Krankenkassen 2013

(Anbieter mit mindestens 100 Befragten)



## Durchschnitt Weiterempfehlungsabsicht



**„Werden Sie diese Krankenkasse an Freunde oder Bekannte weiterempfehlen?“**

Mittelwerte von „bestimmt“ (=1) bis „bestimmt nicht“ (=5)

Anbieter mit mindestens 100 Befragten, der Branchendurchschnitt enthält auch Anbieter mit weniger als 100 Befragten

<sup>1</sup> Kein signifikanter Unterschied zu Knappschaft (90%-Niveau)

Befragungszeitraum: 20. August 2012 bis

23. August 2013

Basis GKV: 7.541 Befragte ab 16 Jahre (CATI)

Weitere Informationen: [www.kundenmonitor.de](http://www.kundenmonitor.de)

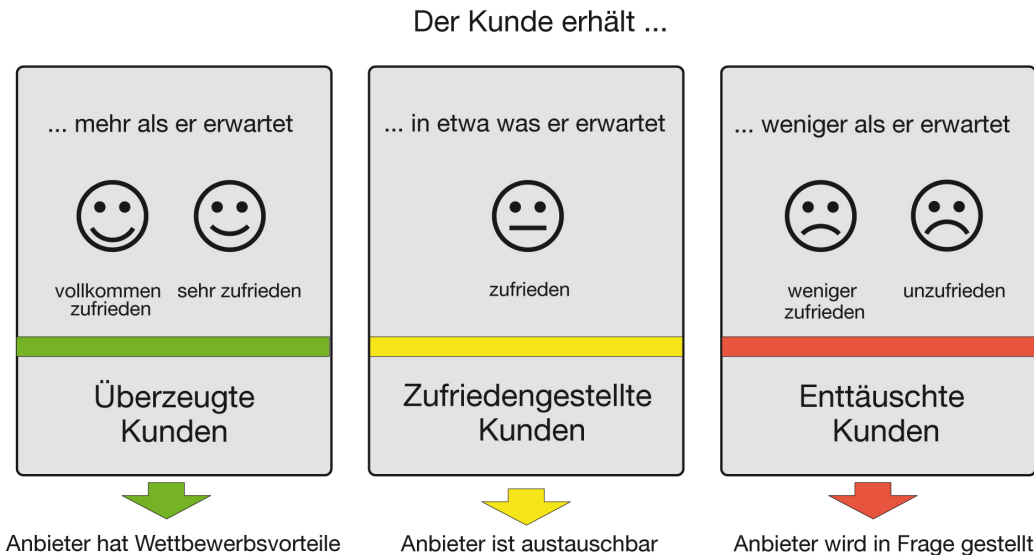


# Fragestellungen und Antwortskala

Die meisten im Kundenmonitor Deutschland verwendeten Fragestellungen basieren auf einer verbalisierten 5er-Skala.

Für die Fragen zur Kundenzufriedenheit lauten die einzelnen Skalenausprägungen „Vollkommen zufrieden“, „Sehr zufrieden“, „Zufrieden“, „Weniger zufrieden“ und „Unzufrieden“. Für die Zustimmungsfragen (z. B. Kundenbindung) „Bestimmt“, „Wahrscheinlich ja“, „Eventuell“, „Wahrscheinlich nicht“, „Bestimmt nicht“.

Die einzelnen Fragen beziehen sich dabei in der Regel jeweils auf den vom Kunden hauptsächlich genutzten Anbieter.



## Fragestellungen zu den Globalkennziffern:

### Globalzufriedenheit

„Wie zufrieden sind Sie mit den Leistungen von diesem (hauptsächlich genutzten) Anbieter insgesamt?“

- Vollkommen zufrieden
- Sehr zufrieden
- Zufrieden
- Weniger zufrieden
- Unzufrieden

### Preis-Leistungs-Verhältnis

„Wenn Sie den insgesamt gebotenen Leistungen den Preis gegenüberstellen, wie zufrieden sind Sie mit dem Preis-Leistungs-Verhältnis dieses Anbieters?“

### Wiederkauf-/Wiederwahlabsicht

„Werden Sie bei Bedarf wieder bei diesem Anbieter Leistungen nachfragen?“

### Weiterempfehlungsabsicht

„Werden Sie diesen Anbieter an Freunde oder Bekannte weiterempfehlen?“

### Wettbewerbsvorteile

„Glauben Sie, dass Ihnen dieser Anbieter mehr Vorteile bietet als andere Anbieter, die für Sie in Frage kommen?“

# Fragestellungen in der Branche Krankenkassen und -versicherungen 2013



## Kontaktfragen:

Sind Sie privat oder gesetzlich krankenversichert?

Bei welcher gesetzlichen oder privaten Krankenversicherung haben Sie Ihre Vollversicherung?

## Kernfragen:

- Globalzufriedenheit
- Zufriedenheit mit Preis-Leistungs-Verhältnis
- Wiederwahlabsicht
- Weiterempfehlungsabsicht
- Wettbewerbsvorteile des Anbieters aus Kundensicht
- Kontaktart und Kontakthäufigkeit zum Anbieter
- Zufriedenheit mit Kontakt
- Einschätzung Leistungsumfang, Service und Konditionen im Wettbewerbsvergleich
- Dauer der Kundenbeziehung
- Beschwerderate, -zufriedenheit und -grund
- Soziodemographische Strukturdaten

## Branchenspezifische Fragen:

- Persönlich versichert oder mitversichert (*nur GKV*)
- Zufriedenheit mit branchenspez. Leistungsmerkmalen
  - Leistungsumfang
  - Verständlichkeit schriftl. Unterlagen/Korrespondenz
  - Bearbeitung von Leistungsansprüchen
- Dauer der Bearbeitung des letzten Leistungsanspruchs
- Häufigkeit aktiver Betreuung durch Anbieter
- Zufriedenheit mit aktiver Betreuung und persönlichem Ansprechpartner
- Teilnahme an Bonusprogramm und Zufriedenheit damit (*nur GKV*)
- Informationsquellen
- Einschätzung der Absicherung
- Vorheriger Anbieter, Gründe für Wechsel zu jetzigem Anbieter (*nur GKV*)
- Wechselabsicht und zukünftiger Anbieter
- Bestehende Zusatzversicherung(en): Anbieter, Abschlussweg (*nur GKV*), Gesamtzufriedenheit, Zufriedenheit mit Preis-Leistungs-Verhältnis
- Geplanter Abschluss weiterer Zusatzversicherungen

# Herausgeber



## ServiceBarometer AG

### Studienleitung:

Dr. Matthias Metje

Telefon 089 / 89 66 69-18

Telefax 089 / 89 66 69-10

E-Mail: [matthias.metje@servicebarometer.de](mailto:matthias.metje@servicebarometer.de)

### Konzeption und Projektmanagement:

Dr. Frank Dornach

Telefon 089 / 89 66 69-20

Telefax 089 / 89 66 69-10

E-Mail: [frank.dornach@servicebarometer.de](mailto:frank.dornach@servicebarometer.de)

### Internet:

[www.kundenmonitor.de](http://www.kundenmonitor.de)

### E-Mail:

[kundenmonitor@servicebarometer.de](mailto:kundenmonitor@servicebarometer.de)

### Besuchsadresse:

Gottfried-Keller-Straße 35

81245 München – Pasing

## Kurzprofil:

- Forschungs- und Beratungsunternehmen zur Durchsetzung konsequenter Kundenorientierung
- Durchführung branchenübergreifender und unternehmensspezifischer Kundenbarometer
- Entwicklung von Marketing- und Qualitätsmaßnahmen zur Stärkung der Kundenbeziehungen

## Leistungsspektrum:

- Beratende Unterstützung beim Studiendesign und in der Fragebogenerstellung für unternehmenseigene Studien zur Kundenzufriedenheit und Kundenbindung
- Durchführung von Expertengesprächen und Fokusgruppen
- Koordination der Feldleistung für Telefonbefragungen (Briefing, Qualitätsmanagement, Adresshandling, Timing etc.)
- Durchführung der Feldleistung für schriftliche Befragungen (Layout und Druck Fragebogen, Erfassung umfassender schriftlicher Befragungen etc.)
- Durchführung von Online-Befragungen (Programmierung Fragebogen und Website, redaktionelle Betreuung der Website etc.)
- Datenaufbereitung und -auswertung, Ergebnisreporting inkl. Maßnahmenempfehlungen
- Kurzfristiges Einzelreporting an vielfältige Untersuchungsgruppen (Konzernmarken, Länder, Regionen, Einzelbetriebe/Einzelstandorte) im Jahres-, Quartals- oder Monatsrhythmus
- Ergebnispräsentation vor Führungskräften und Mitarbeitern
- Kommunikationsunterstützung zur unternehmensinternen Ergebnisinformation (Online-Portal als Extranet etc.)
- Aufbau von Management-Information-Systemen
- Etablierung und Begleitung von Benchmarking-Prozessen, Erarbeitung von Best-Practice-Beispielen
- Entwicklung geeigneter Maßnahmen zur Steigerung von Kundenorientierung und Kundenbindung zum Ausbau der Vertriebsstärke