



Die Wechselbereitschaft der Kunden hängt nun also auch und vielleicht vor allem vom Service und der Beratung der Mitarbeiter in der Kundenbetreuung ab. Hier gehen auch die häufigen Anfragen zu den zusätzlichen Leistungen, Prämien oder Variationsmöglichkeiten der Tarife ein. Dem

Kundenservice kommt damit mehr denn je eine verantwortungsvolle Aufgabe zu. Und die Kassen scheinen sich dessen bewußt zu sein: Zehn Krankenkassen hat TeleTalk auf ihren Service hin getestet, im Blick standen dabei das Telefon, die Bearbeitung von E-Mails und die Angebote im Internet. Ergebnis: Der Service ist insgesamt gut, Testsieger ist die Bahn Bkk, das Schlusslicht bildet die Kkh. Im Bereich Telefon erreichen fast alle Kassen ein „gut“, nur drei sind „befriedigend“. E-Mails werden insgesamt „befriedigend“ bearbeitet, die elektronische Post ist damit noch verbesserungswürdig. Beim Angebot von Informationen im Internet könnend die Kassen aber nur wenig noch besser machen. hier erreicht die überragende Mehrheit ein „sehr gut“, einmal wurde ein „gut“ vergeben.

Hotlinetest: Krankenkassen wünschen gute Gesundheit!

Beim Thema Kundenservice kränkeln die Krankenkassen keineswegs: Insgesamt gut, so lautet das Ergebnis des Hotlinetests. Im Internet liegt dabei die wahre Stärke der Kassen.

Mehr Wettbewerb – das ist das Ziel, dass die Bundesregierung mit der Einführung des Gesundheitsfonds und einem damit einheitlichen Kassenbeitrag der Versicherten erreichen will. Allerdings lässt sich dieser Wettbewerb nun nicht länger durch den niedrigsten Beitragssatz gewinnen, vielmehr, so die Regierung, werde der einheitliche Beitrag „einen fairen Wettbewerb um den besten Service und Zusatzleistungen“ eröffnen. Da die Leistungen der gesetzlichen Krankenkassen zu über 90 Prozent festgelegt und damit die Kassen untereinander austauschbar sind, stehen guter Service und gute Versorgung mehr denn je im Mittelpunkt.

Gute Erreichbarkeit

Fünf der getesteten Kassen sind rund um die Uhr an allen sieben Wochentagen zu erreichen, die übrigen bieten während der Wochen die üblichen Gesprächszeiten bis 18 oder sogar bis 20 Uhr. Gesamtsieger Bahn Bkk wählt den Mittelweg: Die Kasse ist zwar jeden Tag, also von Montag bis Sonntag, zu erreichen, aber nicht rund um die Uhr sondern von 8 bis 20 Uhr. Ebenfalls fünfmal findet sich die kundenfreundliche 0800 als Hotline für Kundenanfragen, vier Anbieter setzen

auf Rufnummern der Gasse 0180 und einer auf die Sonderrufnummer 0185. Die telefonische Erreichbarkeit ist insgesamt ordentlich, sie liegt im Schnitt bei gut 90 Prozent, damit können sich die getesteten Krankenkassen in jeden Fall sehen lassen. Allerdings schaffte es keine Kasse, alle Anrufe anzunehmen und damit hundertprozentige Erreichbarkeit zu leisten. Die Klingeldauer ist allerdings höchst unterschiedlich: Während Testsieger Bahn Bkk gerade eine Sekunde braucht, um den Hörer abzuheben, Dak und Barmer vertretbare fünf beziehungsweise sieben Sekunden warten lassen, hängen Anrufer der Bkk Essanelle satte 72 Sekunden am Telefon, ehe ein Mitarbeiter abhebt.

Wenig rosig sieht es vor allem beim Call Back aus: Insgesamt versuchten die Tester 14 mal, die Unternehmen zu einem Rückruf zu bewegen. Das enttäuschende Echo: Gerade vier Rückrufe gingen ein – selbst Gesamtsieger Bahn Bkk versagte hier. Auch die Zusendung von Informationsmaterial zählt nicht zu den Lieblingsübungen der Krankenkassen: In 51 Fällen wurde Informationsmaterial angefordert, 37 mal kam anschließend tatsächlich Briefpost.

Baustelle: E-Mail-Bearbeitung

Höchst unterschiedlich sind die Ergebnisse für die Bearbeitung eingehender E-Mail-Anfragen: Alle getesteten Krankenkassen erhielten 20 E-Mails – keiner der Probanden schaffte es, alle zu beantworten. Die E-Mail-Besten, Bahn-Bkk, Barmer, Bkk Allianz und Bkk Mobil Oil, beantworteten immerhin 19 bis 17 der eingegangenen elektronischen Anfragen. Auffallend unerfreulich das Ergebnis beim Testletzten Kkh: hier wurde gerade eine einzige E-Mail von 20 beantwortet, dafür dauerte es aber auch nur knapp zwei Stunden,

anschließend herrschte erschöpftes Schweigen. Die übrigen Probanden, die alle gute bis befriedigende Antwortenquoten bieten, brauchten im Schnitt wenigstens zwölf Stunden für eine E-Mail-Bearbeitung. Am längsten dauerte es bei der Aok Niedersachsen, die 44 Stunden, also knapp zwei Tage, auf eine Antwort warten ließ.

Das Angebot von Kundenserviceleistungen im Internet ist die wahre Stärke der Krankenkassen. Hier erreichten neun Probanden ein „sehr gut“, einer ein „gut“. Seitennavigation, Unternehmensinformationen oder die intuitive Suche gehören also absolut zum Standard, hier können die Kassen nur wenig noch besser machen.

Bei neun von zehn getesteten Kandidaten gibt es einen Rückrufbutton – und der dürfte in Zukunft häufiger gebraucht werden, denn Wahltarife und Zusatzleistungen sind erklärungsbedürftige Angebote. Zudem können die Kassen Kooperationsverträge mit medizinischen Versorgungszentren und Partnerärzten schließen und darin vereinbaren, dass Patienten Arzttermine binnen einer Woche erhalten. Oder sie vereinbaren kurze Wartezeit in der Praxis. Erste Kassen haben in der Folge eine Hotline für Fälle eingerichtet, in denen Versicherte Probleme haben, einen Arzttermin zu bekommen. Die Versicherten können ihre Kasse außerdem fragen, ob sie besondere Zusatzleistungen anbietet, die im Leistungskatalog anderer Kassen nicht enthalten sind. Das können zum Beispiel eine professionelle Zahnreinigung, die Kostenübernahme für homöopathische Behandlungen oder regelmäßige Gesundheits-Checks sein. Viele Kassen fördern mit Bonusprogrammen das gesundheits- und kostenbewusste Verhalten ihrer Versicherten. Das heißt, die Kassen

bieten finanzielle Anreize für Versicherte an, die regelmäßig an Früherkennungsmaßnahmen, etwa der Krebsvorsorge, oder an Präventionsprogrammen wie der Raucherentwöhnung teilnehmen. Auch die Wahltarife bieten den Versicherten die Möglichkeit, einen individuell auf sich zugeschnittenen Tarif abzuschließen. Der Beratungsbedarf,

aber auch Nachfragen und Beschwerden dürften in der Folge deutlich zunehmen. Ein guter Grund also für die Kassen, ihrem Kundencenter, ihren Servicemitarbeitern und den technischen Kontakt- und Informationsmöglichkeiten von nun an mehr Bedeutung zuzumessen.