

GINI VERSICHERUNGEN

Wie Krankenversicherungen ihre Kundenbeziehungen retten können

Private Krankenversicherungen kämpfen bereits seit vielen Jahren um ihre Kunden. Die Neukundenakquise wird zunehmend schwieriger, und die Herausforderung Bestandskunden zu halten, tendenziell immer größer. Hier spielen mehrere Faktoren eine Rolle. Einerseits ist der Aufwand, den Kunden haben, deutlich geringer bei gesetzlichen Krankenversicherungen. Auf der anderen Seite kann auch die Nutzerfreundlichkeit der digitalen Anwendungen nicht mit der Erwartungshaltung der Kunden mithalten.

Um Kunden zu gewinnen und zu halten, stellt sich eine zentrale Frage: Was wollen Kunden, und wie sollten private Krankenversicherungen darauf reagieren?



INHALTSVERZEICHNIS

Status Quo der privaten Krankenversicherung	3
Was denken die Versicherten	4
Welchen Impact haben Apps bei PKVs	5
Das benötigen PKVs um Kundenbeziehungen aufzubauen bzw. zu retten	6

STATUS QUO DER PRIVATEN KRANKENVERSICHERUNG

Privatversicherte haben im Schadensfall alle Hände voll damit zu tun, sich durch den Einreichungs- und Erstattungsverfahren zu kämpfen. Dabei erleben sie negative Touchpoints mit ihrer Versicherung. Bei der Einreichung einer Rechnung oder eines Behandlungsplans muss dieser in der App angelegt werden. Die Bezahlung kann allerdings nicht in einem gleichen Schritt erfolgen, sondern muss vom Kunden manuell per Banking-App oder Überweisungsschein gelöst werden. Bevor der Versicherte sein Anliegen abschließend lösen kann, hat er nicht nur die App und somit die Plattform der Versicherung verlassen, sondern auch einen extremen Mehraufwand. Dazu kommt, dass viele diesen Prozess mehrmals erleben, beispielsweise bei versicherten Familienmitgliedern oder Kindern. Neben dem Erstattungsprozess gibt es für Kunden weitere Touchpoints, die als kompliziert oder negativ wahrgenommen werden können. Dazu gehört eine umständliche Benutzeroberfläche bei der Übersichtsseite der Einreichungen und eine missverständliche oder im schlimmsten Fall sogar unverständliche Leistungsmitteilung, welche mitunter deutlich verzögert eintrifft. Nicht selten kommt es auch dazu, dass Rechnungen versehentlich doppelt bezahlt werden, oder im anderen Extrem Mahnungen ausgestellt werden müssen, da nicht sofort ersichtlich ist, welche offenen Schadensfälle bereits bearbeitet wurden.

Die Auswirkungen dessen sind klar: Die Kundenzufriedenheit und -bindung lässt zunehmend nach, und auch das Up- oder Crossselling von Versicherungsprodukten stockt. Und das, obwohl die App in vielen anderen Industrien ein gut funktionierender Channel für Up- oder Crossselling ist. Die Hürden liegen also auf der Hand. Wichtig ist nun, den richtigen Weg zu finden, diese zu meistern.



WAS DENKEN DIE VERSICHERTEN

Um die Nutzer besser zu verstehen, haben wir eine Studie durchgeführt, die Aufschluss darüber geben soll, wie das Nutzererlebnis verbessert werden kann. Bei der Untersuchung der Studienergebnisse sind mehrere Ergebnisse hervorgehoben. Besonders bei den Kunden, die eine PKV-App nutzen (43 %) im Vergleich zu den Kunden, die keine nutzen (54,2 %), gibt es deutliche Unterschiede in mehreren Punkten. Die Frage nach der Zufriedenheit mit der PKV macht das sehr deutlich. Hier geben 32 % der Kunden, die die App nicht nutzen, an, dass sie mit ihrer PKV sehr zufrieden sind. Bei Kunden, die eine App nutzen, sind über 50 % sehr zufrieden. Die App-Nutzung steigert also den Anteil der sehr zufriedenen Kunden um 18 %.

Um einen noch genaueren Einblick in die Gedanken der Kunden zu bekommen, haben wir abgefragt, welche Kriterien Kunden beim Einreichungs- und Erstattungsprozess am wichtigsten sind. Als am wichtigsten wurde mit 37 % die „Einfachheit der Einreichung von Belegen und Rechnungen“ eingestuft. Dahinter folgt mit 25 % die Geschwindigkeit der Erstattung.

Um herauszufinden, inwieweit die Nutzung der Krankenversicherungssapp mit der Zufriedenheit der Kunden mit der PKV in Verbindung steht, haben wir herausgefiltert, welche Gruppen sich hier überschneiden. Dabei ist signifikant aufgefallen, dass **88,7 %** der Personen, die eine App nutzen, auch eher zufrieden oder sehr zufrieden mit ihrer privaten Krankenversicherung sind.

Wenn man die Ergebnisse isoliert auf den Wert „Sehr zufrieden“ betrachtet, wird klar deutlich, wie stark hier der Unterschied zu den Kunden ist, die die App nicht nutzen oder nicht installiert haben. Bei den Nicht-Nutzern liegt der Anteil um 17,8 % niedriger, mit der PKV sehr zufrieden zu sein (31,9 % gegenüber 50,5 %). Daraus lässt sich ableiten, dass die Nutzung einer App etwas mit der gesamtheitlichen Zufriedenheit mit der privaten Krankenkasse zu tun haben kann.

Um die Kundenzufriedenheit zu steigern ist es nahezu obligatorisch eine App anzubieten, um dort Prozesse abzubilden.

Um mehr über das Nutzerverhalten mit einer App herauszufinden, wurden in einer abschließenden Frage noch Funktionen vorgestellt, die Teil einer App sein könnten. Den Kunden wurde hierzu die Frage gestellt „Als wie wertvoll würden Sie die folgenden Funktionen in Ihrer Krankenversicherungs-App empfinden bzw. empfinden Sie diese als wertvoll?“. **61,4 %** derjenigen, die eine App schon nutzen, geben hier an, dass eine **bessere Übersicht der eingereichten Rechnungen** wertvoll oder sogar sehr wertvoll ist. Bei über $\frac{3}{4}$ der App-Nutzer spielt dementsprechend das Thema Rechnungsmanagement eine große Rolle. Das zeigt, dass es nicht nur wichtig ist eine App anzubieten und Kunden entsprechend von der Nutzung der App zu überzeugen, sondern auch stetige Optimierungen vorzunehmen und genau auf die Bedürfnisse der Kunden in der App einzugehen.

Ein wichtiger Punkt, der häufig vergessen wird, ist die Bezahlung. Wir haben die Funktion **„Bezahlung der Rechnung an den Arzt, Therapeut etc. direkt aus der Krankenversicherungs-App heraus“** zur Auswahl angegeben. Hier haben **46,1 %** der App-Nutzer angegeben, dass diese Funktion wertvoll oder sehr wertvoll wäre. Das bedeutet, dass sich circa die Hälfte der Nutzer daran stört, dass zwar die Rechnungen über die App übermittelt werden können, das Bezahlen aber einen extra Schritt benötigt.

WELCHEN IMPACT HABEN APPS BEI PKVS

Basierend auf den Erkenntnissen der durchgeführten Studie zeigt sich ein deutlicher Zusammenhang zwischen der Nutzung von Apps von privaten Krankenversicherungen (PKV) und der Zufriedenheit der Kunden. Es wird deutlich, dass Kunden, die eine PKV-App nutzen, tendenziell zufriedener mit ihrer Versicherung sind als solche, die die App nicht nutzen. Diese Zufriedenheit äußert sich besonders stark in der Gruppe der Kunden, die die App aktiv verwenden: Hier geben über 50 % an, sehr zufrieden mit ihrer PKV zu sein. Im direkten Vergleich geben nur 32 % der Nicht-Nutzer an, sehr zufrieden mit ihrer PKV zu sein. Dies deutet darauf hin, dass die Nutzung der App einen positiven Einfluss auf das Nutzererlebnis hat und die Kundenbindung stärkt. Insbesondere die Möglichkeit, Belege und Rechnungen einfach über die App einzureichen und die Geschwindigkeit der Erstattung, sind für die Kunden von großer Bedeutung. Zusätzlich zeigen die Ergebnisse, dass die Implementierung von Funktionen wie einer besseren Übersicht über eingereichte Rechnungen und der direkten Bezahlung von Rechnungen über die App das Potenzial haben, die Zufriedenheit der Nutzer weiter zu steigern. Allerdings muss App-Betreibern auch immer klar sein, dass die eigene App von Nutzern immer an anderen gemessen wird. Entsprechend wird immer ein Vergleich geschaffen, mit Apps mit sehr guter User Experience. Eine App mit schlechten Prozessen sorgt eher davon, dass sich Kunden von der App als Plattform abwenden.

Ein weiterer Punkt sollte hier besonders hervorgehoben werden: die Up- und Cross Selling Möglichkeiten und der damit verbundenen CLV (Customer Lifetime Value). Der Bereich Up- und Cross Selling ist besonders für Anbieter mit vielen unterschiedlichen Versicherungen im Portfolio interessant. Wir haben überprüft, unter welchen Umständen PKV-Kunden auch andere Versicherungsprodukte bei der gleichen Versicherung besitzen. Sehr deutlich wird hier, dass Personen, die angeben (sehr) zufrieden mit ihrer PKV zu sein, auch häufiger eine weitere Versicherung bei diesem Anbieter abgeschlossen haben.

51,3 % der (sehr) zufriedenen privat Krankenversicherten haben mindestens eine weitere Versicherung beim gleichen Anbieter.

Bei den (eher) unzufriedenen Kunden sind es dagegen nur 42 %. Wenn es hier also möglich ist, die Zufriedenheit mit der Versicherung zu steigern, gehen auch die Möglichkeiten des Up- und Cross Selling nach oben.

All diese Ergebnisse zeigen, wie wichtig die kontinuierliche Optimierung der PKV-Apps ist, um einerseits die Kundenbindung zu stärken und die Zufriedenheit der Kunden zu erhöhen und auf der anderen Seite dadurch auch den Customer Lifetime Value zu steigern.

DAS BENÖTIGEN PKVS UM KUNDENBEZIEHUNGEN AUFZUBAUEN BZW. ZU RETTEN

Um die Kundenbeziehungen zu stärken, müssen private Krankenversicherungen jetzt aktiv werden. Im Mittelpunkt steht dabei die **Optimierung der App-Funktionen und die konsequente, kundenorientierte Verbesserung der zugehörigen Prozesse**.

Die Aufgabe der Privaten Krankenversicherungen ist es dabei nicht nur, komplexe Prozesse mit hohen regulatorischen Anforderungen für den Versicherten weitgehend unsichtbar zu gestalten, sondern dabei auch aus Nutzersicht zu denken. Diese Optimierung ist ein fortlaufender Prozess, der darauf abzielt, die Benutzererfahrung kontinuierlich zu verbessern. Krankenversicherungen sollten regelmäßig Updates und Verbesserungen einführen, um sicherzustellen, dass die App leicht zu navigieren ist, schnell lädt und alle erforderlichen Funktionen in einer für die Kunden verständlichen Form bietet. Auch das Thema Barrierefreiheit spielt hier eine große Rolle. Nur durch ständige Anpassungen und Weiterentwicklungen für die verschiedenen Bedürfnisgruppen können private Krankenversicherungen sicherstellen, dass ihre App relevant und attraktiv für mehr Kunden wird und auch bleibt – und somit auch das Versicherungsprodukt an sich.

Ein weiterer Punkt ist die **Kommunikation und die Transparenz** gegenüber der Kunden.

Nur wenn Kunden von Änderungen, Funktionen und Angeboten wissen, können diese auch genutzt werden. Einen entsprechend hohen Stellenwert hat die Kommunikation neuer Funktionen und Features. Krankenversicherungen sollten transparent über alle relevanten Informationen und Änderungen bezüglich der App und der damit verbundenen Prozesse informieren. Dies kann beispielsweise durch regelmäßige Updates, E-Mail-Benachrichtigungen oder In-App-Mitteilungen geschehen. Auch Marketing-Kampagnen tragen dazu bei, dass die App stärker genutzt wird und die Zufriedenheit der Kunden dadurch steigt. Darüber hinaus sollten Krankenversicherungen klare Richtlinien und Erklärungen zur Verfügung stellen, um den Kunden zu zeigen, wie sie die App effektiv nutzen können und was sie von ihr erwarten können.

Die Daten zeigen deutlich, wo die Prioritäten der Nutzer liegen, insbesondere in Bezug auf mobile Prozesse, und wie es um die allgemeine Kundenzufriedenheit bestellt ist. Es liegt nun in der Verantwortung der privaten Krankenversicherungen, Maßnahmen zu ergreifen und Prozesse zu optimieren, um nicht nur die Erfahrung der bestehenden Kunden zu verbessern, sondern auch neue Kunden zu gewinnen.

Gini GmbH
Ridlerstraße 57
80339 München
<https://gini.net/>

