

„Kunde muss entscheiden: Guter Tarif oder guter Service“

Erstklassige Versorgung im Krankheitsfall können sich gesetzlich Versicherte auch sichern, ohne in die Kostenerstattungstarife der GKV zu wechseln. Möglich machen das private Krankenzusatzversicherungen, die allen GKV-Patienten offen stehen.

Wer unbedingt vom Chefarzt behandelt werden möchte oder auf ein Einzelzimmer im Krankenhaus nicht verzichten will, der kann aus vielen Angeboten wählen. Doch die Unterschiede bei Service und Preis sind groß. Das Deutsche Institut für Service-Qualität (DISQ) hat daher jetzt 20 große private Krankenversicherer mit einer Marktdeckung von annähernd 85 Prozent hinsichtlich ihrer Produkte und der Servicequalität analysiert. DISQ-Geschäftsführer Markus Hamer erläutert, warum er diesen Test wichtig findet: „Zunehmender Wettbewerb im Gesundheitssektor, immer mehr Angebote, große Unterschiede im Service und häufig im Kleingedruckten versteckte Details erschweren den Kunden die Wahl des richtigen Krankenzusatzversicherers. Ziel unserer Analyse war es, Transparenz bei Service und Preis zu schaffen.“

Das Hamburger Institut hat sich auf Servicefragen spezialisiert und prüft anhand umfangreicher Analysen und Studien, wie gut Unternehmen in der Disziplin Kundenservice tatsächlich abschneiden. Das Spektrum der untersuchten Branchen ist dabei so breit wie die immer wieder beschworene „Servicewüste Deutschland“. Es reicht von Finanzdienstleistern wie Banken und Versicherungen auf der

einen Seite über Stromanbieter und Internetprovider bis hin zu Schnellrestaurants am anderen Ende des Spektrums. Getestet werden alle Unternehmen unter anderem auf Zuverlässigkeit, Kompetenz und Kommunikationsqualität.

So auch bei der Studie über die Anbieter von Krankenzusatzpolizen. Insgesamt flossen bei diesem Test 640 verdeckt erhobene Anfragen und mehr als 4000 Tariffdaten in die Analyse ein. Untersucht wurden dabei Policen „Stationärer Zusatz“, „Krankentagegeld“, „Krankenhaus-

tagegeld“ und „Pflegetagegeld“. Die Krankenzusatzversicherungen wurden anhand von vier Kundenprofilen (Frau/Mann jeweils 30 oder 40 Jahre alt) und weiteren Tarifmerkmalen wie etwa Leistungsbegrenzungen oder Wartezeiten analysiert. Zusätzlich stellte das Hamburger Institut die Unternehmen hinsichtlich ihrer Servicequalität am Telefon, per E-Mail-Anfragen und im Internet auf die Probe.

Das Gesamtergebnis: AXA bot den besten Service, insbesondere bei der telefonischen Kontaktqualität war das Unternehmen unschlagbar. Auf Platz 2 die HanseMerkur: Der beste Internetauftritt im Testfeld aus 20 Versicherern legte hierfür den Grundstein. Bronze ging an die DKV Deutsche Krankenversicherung. Sie überzeuete die Hamburger Service-Experten durch eine ausgewogene Gesamtleistung über alle Servicekanäle. Nur diese drei Anbieter konnten bei der Servicequalität das Urteil „gut“ erringen.

Bei den Tarifen überzeuete dagegen die HUK-Coburg gleich in drei Einzelkategorien: beim Stationären Zusatz mit Einbettzimmer, beim Krankentagegeld und beim Krankenhausstagegeld. KarstadtQuelle führte beim Tarif Stationärer Zusatz mit Zweibettzimmer. Die Victoria konnte sich beim Pflegetagegeld an die Spitze setzen. Und die Service-Sieger? Die AXA konnte beim

Service-Experte Markus Hamer: Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität



Tarifvergleich nicht punkten und kam lediglich auf einen der hinteren Plätze. Die HanseMerkur fand sich bei den Tarifen dagegen im Mittelfeld wieder. Am besten kam noch der Drittplatzierte in Sachen Service weg: Die DKV Deutsche Krankenversicherung reihete sich bei den Tarifen im vorderen Drittel ein.

Übrigens: Bei den Tarifsiegern ist für die untersuchten Beispielfälle eine Preisersparnis von bis zu 60 Prozent gegenüber den teuersten Angeboten von Krankenzusatzversicherungen möglich.

Zahlreiche Defizite stellte das DISQ in Sachen Service fest: Insgesamt konnte nur 30 Prozent der Unternehmen eine gute Kompetenz bei der telefonischen Beratung bescheinigt werden. Bei keinem Unternehmen war die Kommunikationsqualität am Telefon „gut“, im Durchschnitt der gesamten Branche war sie gerade mal „ausreichend“. So begannen beispielsweise 43 Prozent der Anrufe in der Warteschleife – die Tester mussten durchschnittlich 33 Sekunden lang auf einen persönlichen Ansprechpartner warten. Nur jedes vierte Unternehmen nahm in den ersten 20 Sekunden mindestens 80 Prozent der Gespräche an.

Auch in Sachen E-Mail-Kommunikation sieht es nicht besser aus: Jede vierte Anfrage per E-Mail wurde von den Unternehmen überhaupt nicht beantwortet. Im Schnitt vergingen mehr als 31 Stunden, bis die Tester eine Antwort auf ihre E-Mail-Anfragen erhielten. Bedeutend länger als die eigentlich aus Kundensicht akzeptablen 24 Stunden.

Ebenfalls bedenklich: Kein Versicherer überzeuete in Sachen Service und Preis gleichzeitig. „Der Versicherte muss sich entscheiden: Will ich guten Service oder einen guten Preis? Diese Situation ist aus Kundensicht nicht akzeptabel“, findet Markus Hamer, der sein Institut an der Schnittstelle zwischen Kunden und Unternehmen steht. „Dem Verbraucher liefern wir Anhaltspunkte für Kaufentscheidungen. Und die Firmen gewinnen wertvolle Informationen fürs Qualitätsmanagement.“

Das können auch die Tarifsieger noch deutlich steigern. So reichte es für die HUK-Coburg beim Service insgesamt gerade mal für einen 16. Rang. Immerhin: In der telefonischen Kontaktqualität erreichte das Unternehmen Platz 7.

KarstadtQuelle platzierte sich beim Service insgesamt auf dem 13. Rang. Dabei schaffte es der Versicherer bei der telefonischen Kontaktqualität auf den fünften Platz. Jedoch platze KarstadtQuelle beim E-Mail-Service. Hier kam das Unternehmen über den 18. Platz nicht hinaus – die Ursache für die schlechte Gesamtplatzierung in Sachen Service. Die Victoria erreichte dagegen beim Gesamtservice immerhin den sechsten Platz. Recht überzeugend: ihr Internetauftritt, der es bei der DISQ-Studie auf Platz 2 schaffte. Dafür auch hier wieder die E-Mail als Stolperstein: Mehr als Platz 12 war nicht drin. Es scheint, als hätten ein paar Versicherer wieder wertvolle Infos für ihr Qualitätsmanagement bekommen.

(Karl Brechtling)