

# SBK Pressemeldung

## SBK macht Erfahrung der Versicherten erneut transparent

Die SBK hat auch in diesem Jahr eine repräsentative Versichertenbefragung durchgeführt. Innerhalb der SBK ist sie ein zentrales Instrument, um sich ein Bild von der allgemeinen Kundenzufriedenheit zu machen und zu lernen, wo es Potenzial für Verbesserung gibt. Ziel ist auch, andere Kassen zu ermutigen, dies ebenfalls zu tun.

München, 29.07.2020. Auch in 2020 hat die SBK bundesweit unter ihren Versicherten eine repräsentative Befragung durchgeführt. Befragt wurden insgesamt 30.000 Versicherte. Das Ergebnis: Die Gesamtzufriedenheit ist gegenüber dem letzten Jahr noch einmal gestiegen. Warum das eine kleine Überraschung ist und wo die SBK noch nachlegen will, erzählt Nena Sterzel in einem Interview. Sie ist Qualitätsmanagerin und Fachexpertin für das Beschwerde-Management bei der SBK.

*Frau Sterzel, die SBK führt jedes Jahr eine Befragung zur Zufriedenheit unter ihren Versicherten durch. Was ist eigentlich der genaue Hintergrund dieser Befragung?*

„Wir möchten die Erfahrungen unserer Versicherten mit der SBK transparent machen – für uns selbst, aber auch für unsere Kund\*innen. Unser Credo lautet: Wir können uns nur dann als gute Krankenkasse bezeichnen, wenn unsere Versicherten mit uns positive Erfahrungen machen. Das SBK-Versprechen und unser tatsächliches Agieren im Bedarfsfall müssen zusammenpassen. Unser Ziel ist es, die Erwartungen der Versicherten an eine Krankenkasse zu übertreffen. Um zu messen, ob uns das wirklich gelingt, brauchen wir eine einheitliche und systematische Erhebung, die die Sicht der Versicherten abbildet. Die jährliche Befragung ist dabei unser zentrales Instrument. Daneben gibt es auch noch anlassbezogene Befragungen z. B. nach einer Beratung bei Schwangerschaft, einer Behandlung beim Kieferorthopäden oder gezielte Befragungen von bestimmten Personengruppen, wie etwa Neukunden. Die Ergebnisse der Befragungen sind für uns intern ein Gradmesser und werden intensiv diskutiert. Für viele Mitarbeiter\*innen in der SBK ist die jährliche repräsentative Umfrage zudem gehaltsrelevant. Zeitgleich veröffentlichen wir diese Zahlen. Für jeden sichtbar wollen wir damit innerhalb der GKV immer wieder darauf hinweisen, dass Kundenzufriedenheit und Versichertenfeedback – neben Preis und Leistung – essenziell sind, um etwas über die Qualität einer Krankenkasse auszusagen.“

*Welche Rahmenbedingungen gelten, um aus der Befragung stichhaltige Erkenntnisse zu gewinnen?*

„Mittels eines standardisierten Online-Fragebogens werden je 2.000 Versicherte aus insgesamt 15 SBK-Gebieten in Deutschland befragt. Die Befragung ist somit repräsentativ. Die Beendigungsquote, also die Zahl der tatsächlich abgeschlossenen Interviews, lag in diesem Jahr bei etwa 23 Prozent. Damit sind wir sehr zufrieden, denn dadurch ist es uns möglich, ein echtes Gesamtbild über die Kundenzufriedenheit zu gewinnen.“

*Stichwort Kundenzufriedenheit: Auf welche Themen legt die SBK bei der Befragung einen besonderen Wert?*

„Wir stellen unseren Versicherten Fragen zur Gesamtzufriedenheit. Es geht im Kern also nicht darum, beispielsweise einzelne Serviceleistungen oder konkrete Touchpoints zu bewerten – dafür gibt es separate Lösungen. Wir möchten uns einfach ein umfassendes Gesamtbild darüber verschaffen, wie die Erfahrung unserer Kunden mit der SBK in den letzten Monaten war. Wie verbunden fühlen sich unsere Kunden generell mit der SBK? Wie zufrieden sind sie mit unserem Leistungsangebot, dem Preis-Leistungsverhältnis oder auch der Kundenbetreuung? All diese Faktoren fragen wir ab. Ein weiteres Augenmerk liegt zudem auf unseren digitalen Angeboten und Services. Und natürlich möchten wir auch wissen, ob uns Versicherte weiterempfehlen, was sie möglicherweise verärgert oder ob sie bereits über einen Krankenkassenwechsel nachgedacht haben.“

*Sie sprachen eingangs von der Gesamtzufriedenheit der SBK. Wie sieht diese heute im Vergleich zur letzten Befragung aus?*

„Die konnten wir sogar noch einmal um ein paar Prozentpunkte steigern. Das war eine kleine Überraschung für uns alle, da der Wert bereits bei den letzten Befragungen sehr hoch war. Wichtig für uns ist es aber auch zu schauen, wo wir nicht ganz so gut abgeschnitten haben und wo wir uns verbessern können. Wir möchten zum Beispiel herausfinden, welche Erfahrungen Kunden mit unserem digitalen Angebot gemacht haben. Bieten wir an der Stelle ein exzellentes Angebot? Hier war das Feedback positiv. Ein besonderes Augenmerk richten wir zudem auf die Rückmeldungen unserer jungen Versicherten. Die Ergebnisse bestätigen erneut, dass sie gegenüber ihrer Krankenkasse weniger loyal sind, eher über einen Krankenkassenwechsel nachdenken und seltener eine Weiterempfehlung aussprechen. Außerdem ist uns ein offener transparenter Umgang mit Beschwerden wichtig: Deshalb schauen wir bei der jährlichen Befragung auch darauf, wie zufrieden diejenigen Kund\*innen heute sind, die im vergangenen Jahr eine Beschwerde hatten.“

*Sie nannten als Beispiel die digitalen Services – ein Feld, das für die SBK auch in Zukunft sehr wichtig sein wird. Was sagen Ihre Versicherten dazu, insbesondere die jüngeren?*

„Grundsätzlich werden unsere digitalen Angebote weiterhin positiv wahrgenommen, die Zufriedenheit ist um drei Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahr gestiegen. Wir haben uns positiv entwickelt, sehen aber trotzdem Potential nach oben. Wir möchten alle Altersgruppen mit unseren digitalen Angeboten ansprechen und für jeden die passenden Inhalte anbieten. Es wäre toll, wenn wir die während der Corona-Pandemie erhöhte Nachfrage unserer Versicherten nach digitaler Kommunikation und digitalen Kontaktkanälen aufrechterhalten und sogar ausbauen könnten. Entsprechend wollen wir unsere Leistungen wie etwa die Meine SBK-App, das Online-Magazin und weitere Servicemöglichkeiten, wie das digitale Einreichen von Rechnungen, weiter vorantreiben und ausbauen. Eine Herausforderung ist das vor allem mit Blick auf die jungen Versicherten, da sie oft nur wenige unmittelbare Berührungspunkte mit der SBK haben. Zugleich haben sie aufgrund ihrer Erfahrungen und Lebenswelt oft andere Ansprüche an digitale Services. In einem ersten Schritt haben wir nun die Bedürfnisse der jüngeren Generation analysiert. Mit den Learnings aus den Befragungen gehen wir dann genauer in den Dialog und arbeiten daran, zeitnahe digitale Lösungen zu liefern, die überraschen.“

*Ein letzter Punkt: das sogenannte Beschwerdemanagement. Wie kann die SBK sich in diesem Bereich noch verbessern?*

„Direktes Feedback ist uns sehr wichtig. Das gilt insbesondere dann, wenn Versicherte sich bei uns beschwert haben. Wie sind wir mit dieser Beschwerde umgegangen? Haben wir prompt reagiert? Das Anliegen des Versicherten lösen können? Eine Alternative gefunden? Wenn wir mit einer Beschwerde gut umgehen, können wir diese Versicherten wirklich begeistern. Wir schauen also zunächst auf die Verärgerungsquote: Wie viele Kunden haben sich über uns geärgert? Der zweite Blick geht dann auf die Artikulationsquote: Wie viele Kunden haben ihre Verärgerung auch geäußert? Denn nur dann haben wir eine Chance zu reagieren. Unser Ziel ist also eine hohe Artikulationsquote bei gleichzeitig niedriger Verärgerungsquote. In 2019 hatten wir insgesamt weniger verärgerte Kunden. Das ist grundsätzlich gut. Gleichzeitig ist aber auch die Artikulationsquote leicht gesunken. Dem müssen wir nun auf den Grund gehen. Wir möchten es den Versicherten so einfach wie möglich machen, uns eine Rückmeldung zu geben – egal, ob positiv oder negativ. Beschwerden sollen zudem noch früher erkannt, schneller bearbeitet und Lösungen für die Kunden transparent kommuniziert werden. Dafür schulen wir kontinuierlich unsere persönlichen Ansprechpartner\*innen hinsichtlich der Kommunikation, der Gesprächsführung und im allgemeinen Kundenkontakt.“

*Vielen Dank für das informative Gespräch, Frau Sterzell!*

#### **Über die SBK:**

Die SBK Siemens-Betriebskrankenkasse ist die größte Betriebskrankenkasse Deutschlands und gehört zu den 20 größten gesetzlichen Krankenkassen. Als geöffnete, bundesweit tätige Krankenkasse versichert sie mehr als 1 Million Menschen und betreut über 100.000 Firmenkunden in Deutschland – mit mehr als 1.500 Mitarbeitern in 94 Geschäftsstellen.

Seit über 100 Jahren setzt sich die SBK persönlich und engagiert für die Interessen der Versicherten ein. Sie positioniert sich als Vorreiter für einen echten Qualitätswettbewerb in der Gesetzlichen Krankenversicherung. Voraussetzung dafür ist aus Sicht der SBK mehr Transparenz für die Versicherten – über relevante Finanzkennzahlen, aber auch über Leistungsbereitschaft, Beratung und Dienstleistungsqualität von Krankenkassen. Im Sinne des Kunden vereint die SBK darüber hinaus das Beste aus persönlicher und digitaler Welt und treibt die Digitalisierung im Gesundheitswesen aktiv voran.

#### **Für Rückfragen:**

SBK

Siemens-Betriebskrankenkasse

Katrin Edelmann

Stab Unternehmenskommunikation

Heimeranstr. 31

80339 München

Tel. +49 (89) 62700-262

E-Mail: [katrin.edelmann@sbk.org](mailto:katrin.edelmann@sbk.org)

Internet: [www.sbk.org](http://www.sbk.org)