

FANFOCUS DEUTSCHLAND



Erhebungsjahr
2018

Unternehmensranking Gesetzliche Krankenversicherungen



Fanfocus Deutschland 2018
www.fanfocus-deutschland.de

c/o forum! GmbH
www.forum-mainz.de

forum!
Für beste Beziehungen

Marktforschung
Beratung
Umsetzung

Beispiel-Report
(Auszug)

Inhaltsverzeichnis

- 1 Anbieterübersicht
- 2 Das Exzellenz-Siegel
- 3 Studienbeschreibung
- 4 Das Fan-Prinzip
- 5 Zentrale Ergebnisse
- 6 Emotionale Kundenbindung
- 7 Image/Markenwahrnehmung
- 8 Zufriedenheit
- 9 Kundenorientierung
- 10 Initiatorin der Studie: forum! GmbH

Anbieterübersicht

Gesetzliche Krankenversicherungen: Anbieterübersicht 2018

- ▶ Gesetzliche Krankenversicherungen mit jeweils n=200 Kundeninterviews:
AOK Baden-Württemberg, AOK Bayern, AOK NordWest, AOK Plus (Sachsen/
Thüringen), AOK Rheinland/ Hamburg, BARMER GEK, DAK Gesundheit, IKK Classic,
KKH, TK



AOK Baden-Württemberg
AOK Bayern
AOK NordWest
AOK Plus (Sachsen/Thüringen)
AOK Rheinland/ Hamburg

BARMER



Studienbeschreibung

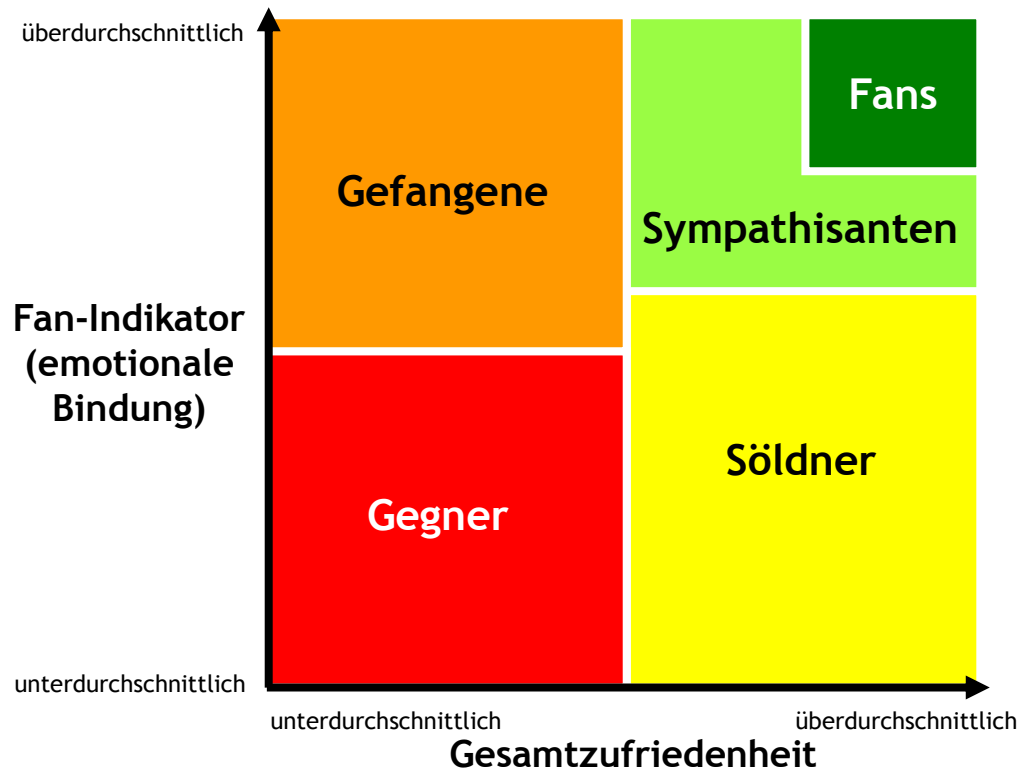
Studienkennzahlen

- ▶ Grundgesamtheit ist die deutsche Bevölkerung zwischen 18 und 69 Jahren
- ▶ Stichprobe
 - ▶ Insgesamt n=11.300
 - ▶ Befragt wurde innerhalb der Branchen zu den Anbietern mit mindestens 2% Marktanteil, zu jedem Anbieter liegen mindestens 100 Interviews vor
- ▶ Erhebungsmethode: Online (CAWI), Rekrutierung über ein Online-Panel
- ▶ Länge der Interviews: ca. 6 Minuten
- ▶ Erhebungszeitraum: 1. Quartal 2018
- ▶ Gewichtung der Stichprobe nach den Daten des statistischen Bundesamtes hinsichtlich Alter/Geschlecht, Bildungsabschluss

Beispiel-Report
(Auszug)

Das Fan-Prinzip: Modell der emotionalen Bindung

Das Fan-Portfolio: Entscheidend ist die Emotionale Kundenbindung



Fans: Zu der Gruppe der Fans gehören die Kunden, die äußerst zufrieden und überdurchschnittlich gebunden sind und ihre Verbundenheit zum Unternehmen gerne anderen kundtun.

Sympathisanten: Die Sympathisanten sind Kunden, die überdurchschnittlich zufrieden und gebunden sind, jedoch ihre Verbundenheit zum Unternehmen für sich behalten (die stillen Genießer).

Söldner: Kunden, die der Gruppe der Söldner angehören, sind zwar überdurchschnittlich zufrieden, aber nicht an das Unternehmen gebunden. Diese Gruppe hat hohe Wechselambitionen zu einem Marktbegleiter/Wettbewerber. Beispiel: Sobald der Preis bei Unternehmen XY niedriger ist, kauft der Kunde dort.

Gefangene: Gefangene Kunden sind an das Unternehmen gebunden. Sie sind unzufrieden und wollen gerne den Anbieter wechseln, können aber aufgrund von Barrieren nicht wechseln (z.B. aufgrund von Vertragsbindungen).

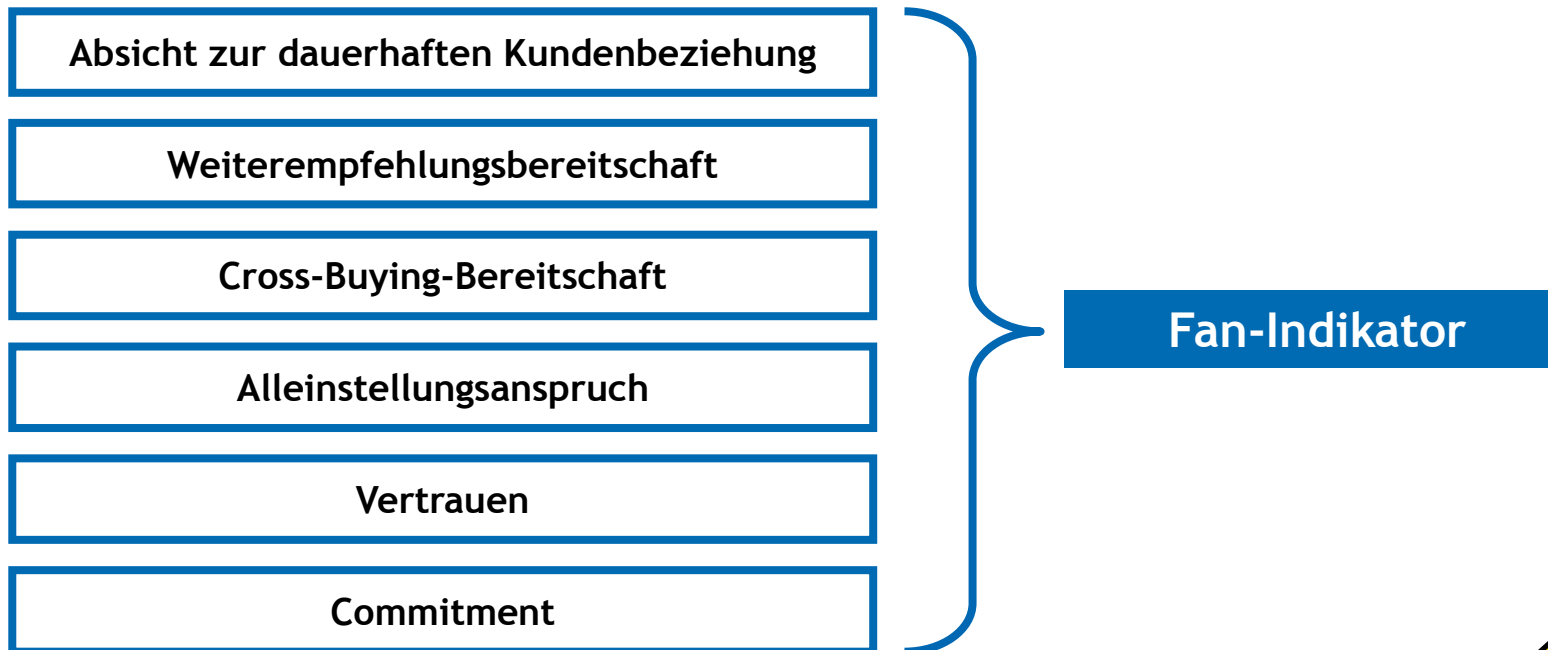
Gegner: Die Kunden, die dieser Gruppe angehören, sind weder zufrieden noch an das Unternehmen gebunden. Sie teilen sie anderen Personen ihre Einstellung durch Mund-zu-Mund-Propaganda mit und schaden dem Unternehmen damit.

Beispiel-Report
(Auszug)

Das Fan-Prinzip: Modell der emotionalen Bindung

Fan-Indikator: Index für emotionale Kundenbindung

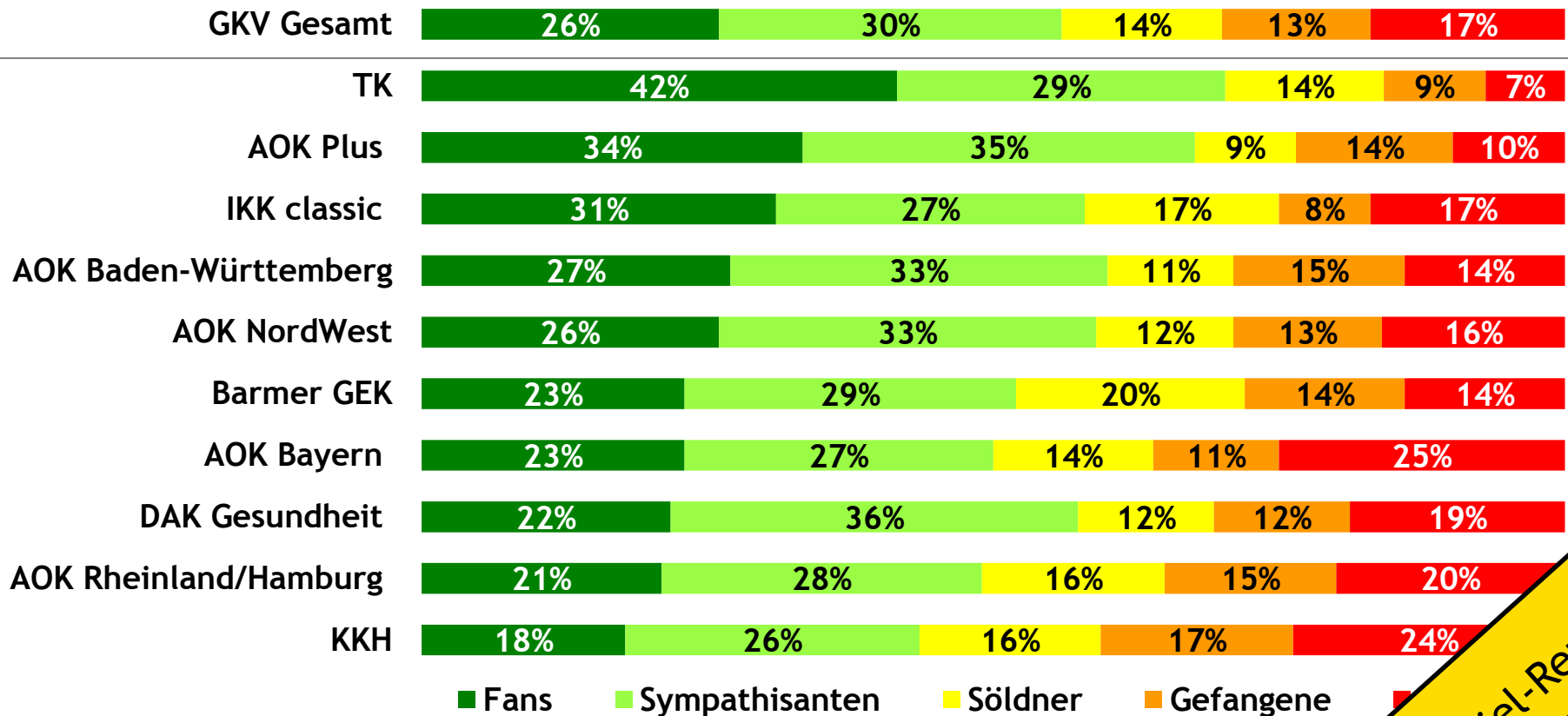
- ▶ Der Fan-Indikator ist ein Indikator für emotionale Kundenbindung
- ▶ Dieser setzt sich als gewichteter Indexwert aus sechs Attributen zusammen
- ▶ Für die theoretische Herleitung der Attribute wurde Fan-ähnliches Verhalten operationalisiert und auf die Beziehung zwischen Unternehmen und deren Kunden übertragen



Emotionale Kundenbindung

Gruppenverteilung im Fan-Portfolio

Verteilung der Kunden auf die Gruppen des Fan-Portfolios, nach Anbieter

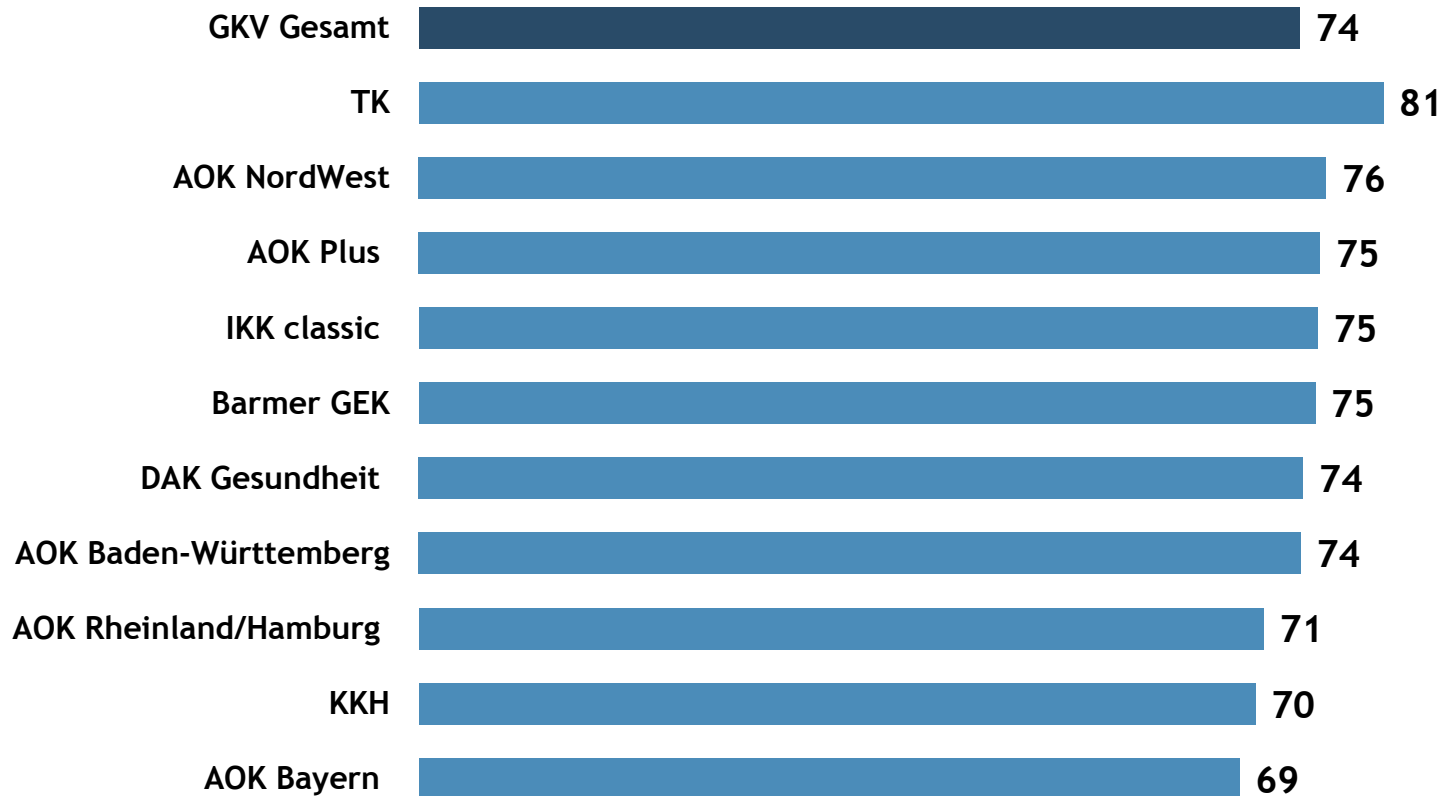


Beispiel-Report
(Auszug)

Image/Markenwahrnehmung

Image - ist sehr zuverlässig

„Inwieweit stimmen Sie folgenden allgemeinen Aussagen über [...] zu? [...] ist sehr zuverlässig.“

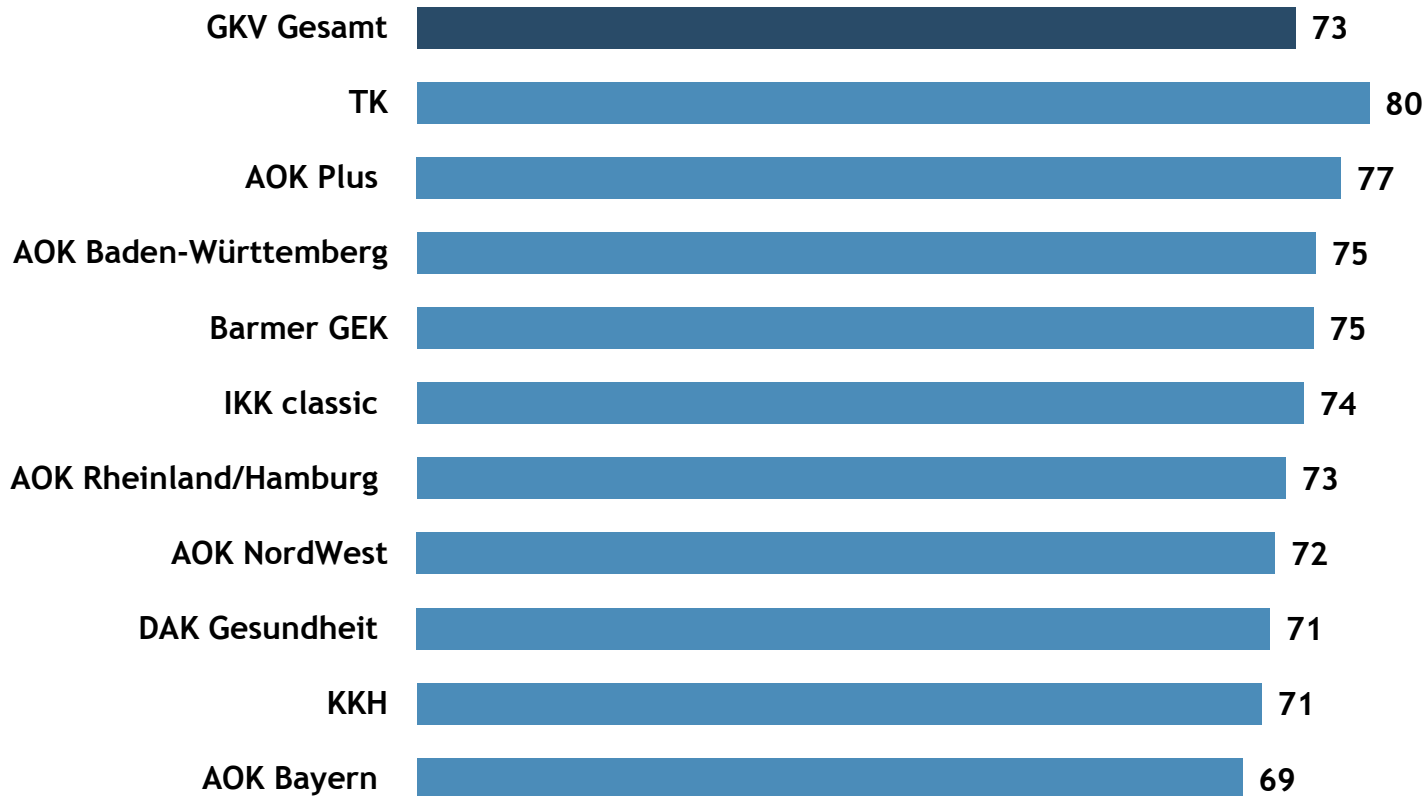


Basis: Fanfocus Deutschland 2018; Alle Befragten Branche Gesetzliche Krankenversicherungen;
Mittelwerte auf einer Skala von 0 (stimme überhaupt nicht zu) bis 100 (stimme vollständig zu)

Zufriedenheit

Zufriedenheit mit Mitarbeitern

„Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit den folgenden Leistungsbereichen von [...] Mitarbeiter“



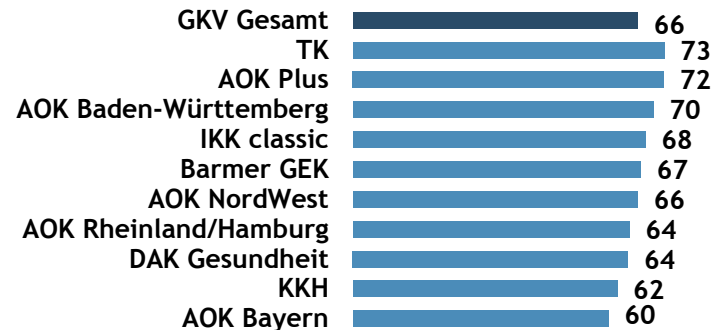
Basis: Fanfocus Deutschland 2018; Alle Befragten Branche Gesetzliche Krankenversicherungen;
Mittelwerte auf einer Skala von 0 (sehr unzufrieden) bis 100 (sehr zufrieden)

Kundenorientierung

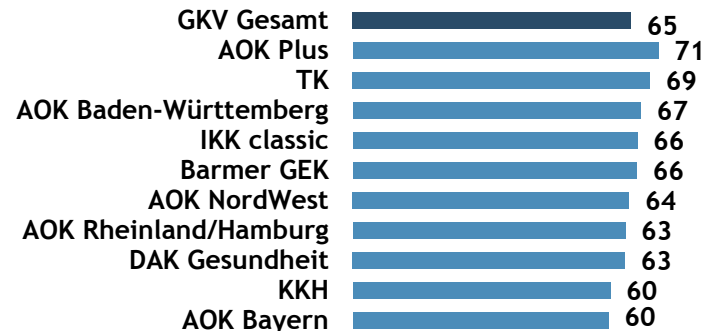
Indikatoren für Kundenorientierung

„Im Folgenden sehen Sie einige Aussagen zur Kundenorientierung der Mitarbeiter von [...]. Inwieweit treffen diese Aussagen Ihrer Meinung nach zu?“

Die Mitarbeiter von [...] fühlen sich persönlich für die Zufriedenheit der Kunden verantwortlich.



Den Mitarbeitern von [...] fällt es leicht, sich in die Lage der Kunden zu versetzen.



Basis: Fanfocus Deutschland 2018; Alle Befragten Branche Gesetzliche Krankenversicherungen;
Mittelwerte auf einer Skala von 0 (trifft überhaupt nicht zu) bis 100 (trifft vollständig zu)

FANFOCUS DEUTSCHLAND



Kontakt



forum! GmbH
Dekan-Laist-Straße 17a
55129 Mainz

06131-32809-0
info@forum-mainz.de

www.forum-mainz.de

forum! | Marktforschung
Beratung
Umsetzung
Für beste Beziehungen