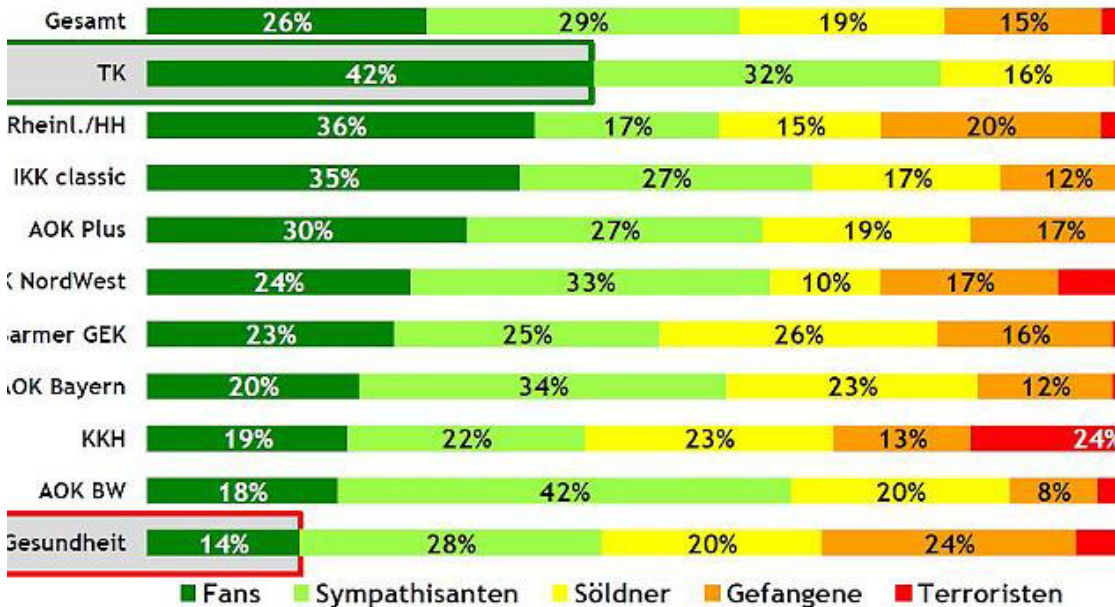


Drucken
 Marken-Ranking von FOCUS-MONEY

Das sind die innovativsten Krankenkassen in Deutschland

Mittwoch, 18.06.2014, 18:25



FOCUS OnlineGesetzlichen Krankenkassen im Check: Mit dieser Kasse sind die Versicherten unzufrieden

FOCUS-MONEY zeichnete erstmals gesetzliche Krankenkassen aus, die durch eine besondere Positionierung Ihrer Marke hervorstechen.

„Wie haben Sie in den vergangenen 12 Monaten die Marke Ihrer Krankenkasse neu positioniert?“ und „Mit welchen besonderen Angeboten für die Versicherten untermauern Sie Ihre Positionierung?“ Diese zentralen Fragen galt es für die Kassen zu beantworten, die sich um die Ende 2013 von FOCUS-MONEY ausgeschriebene Auszeichnung der „Besten Markeninnovation“ bewarben.

101 für die Allgemeinheit geöffnet gesetzliche Versicherungen waren für die Untersuchung angeschrieben und aufgefordert worden, Präsentationen einzureichen. Eine hochkarätig besetzte Jury analysierte die eingereichten Unterlagen und benannte ihre Favoriten.

Zur Jury gehörten Prof. Dr. Anton Meyer, Vorstand des Instituts für Marketing der Ludwig-Maximilians-Universität in München; Prof. Dr. Gerhard Huber, Leiter des Arbeitsbereichs Prävention und Rehabilitation am Institut für Sport und Sportwissenschaft an der Universität Heidelberg; Thomas Benkert, Präsident der Bayerischen Landesapothekenkammer; Nicole Richter, Vorstand der Initiative Pro Versorgung des Deutschen Hausärzterverbandes; Peter Schlink, stellvertretender Vorstandsvorsitzender der Gesellschaft für Prävention und Hartmut Müller-Gerbes, Konzernsprecher des TÜV Rheinland.

Video: So wechseln Sie Ihre gesetzliche Krankenkasse

Wie aussagekräftig sind Slogans? Wie klar werden bestimmte Zielgruppen adressiert? Wie werden formulierte Ansprüche etwa mittels wissenschaftlich fundierter Präventionsangebote in die Tat umgesetzt? Wie ansprechend sind das Corporate Design und Werbe- und Informationsmaterialien gestaltet? Hebt sich die Kasse in der Kundenansprache und im Produktangebot spürbar von den Wettbewerbern ab?

Welche innovativen Ansätze abseits klassischer Werbewege etwa mit Printanzeigen und TV-Spots findet die Kasse, um mit ihren Leistungen zu überzeugen? Acht Kassen konnten am Ende in diesen und weiteren

Detailaspekten mit Ihrem Markenauftritt die Jury-Mitglieder überzeugen. Jeder Experte vergab dabei drei Punkte für das aus seiner Sicht beste Konzept, zwei Punkte für das zweitbeste und einen Punkte für das drittbeste.

Surftipp: [Hier geht es zum Krankenkassen-Vergleich.](#)

In der Gesamtwertung sicherte sich so die Barmer GEK den Spitzenplatz vor der Actimonda und der BKK24. Im Rahmen der Preisverleihung für den großen Krankenkassentest von FOCUS-MONEY im Januar 2014 in Berlin wurden der Barmer GEK entsprechend die Auszeichnung „Beste Markeninnovation“ und Actimonda und BKK 24 die Auszeichnung „Top Markeninnovation“ verliehen. Das Gesamtranking:

Kasse	Punktzahl gesamt
Barmer GEK	15
Actimonda	7
BKK 24	7
SBK	3
BKK Gildemeister Seidensticker	1
BKK Advita	1
BKK VBU	1

"Die Barmer GEK setzt darauf, Kundenerwartungen überzuerfüllen und verbindet den Markenauftritt mit einem neuen, erweiterten Anspruch an Leistungen unter Berücksichtigung veränderter Lebenswelten“, lobt etwa TÜV-Rheinland-Sprecher Hartmut Müller-Gerbes den Erstplatzierten. Die Barmer GEK stellt ihren neuen Markenauftritt unter das Mott „Gesundheit weiter gedacht“. „Der Relaunch richtet sich an Mitarbeiter und Kunden gleichermaßen und stellt eine klare Differenzierung zum Wettbewerb dar“, so Müller-Gerbes.

Die Actimonda Krankenkasse indes stellte ihre Marke 2012 komplett neu auf mit dem Namenswechsel von BKK ALP plus zu Actimonda. „Die Grundeinstellung, die Kommunikation einer Krankenkasse muss nicht nur in der Lage sein, Lust auf ein gesundheitsbewusstes, aktives Leben zu machen, sondern darüber hinaus auch Wege dahin aufzeigen, überzeugt“, bilanziert Jurymitglied Nicole Richter von der Pro Versorgung AG. So wurde der neue Name zum Beispiel mit einem eigens im Großraum Aachen in Bäckereien angebotenen Aktiv-Brot bekannt gemacht.

Die BKK 24 schließlich überzeugte die Juroren durch eine „klare Fokussierung auf Prävention mit sinnvollen Ergänzungsleistungen wie Online-Coaches und Präventionskursen“, lobt etwa Peter Schlink von der Gesellschaft für Prävention. Auch Nicole Richter von der Pro Versorgung AG findet: „Der Claim ‚Länger besser Leben‘ der BKK 24 und die Ansprache des aktiv-gesundheitsbewusste Kunde werden durch die Vielzahl der Präventionsprogramme glaubwürdig umgesetzt.“

Surftipp: Hier finden Sie [das GKV-](#) und [das PKV-Userranking.](#)

Video: So bleiben Sie jung bis ins hohe Alter

Fotocredits:

forum!

Alle Inhalte, insbesondere die Texte und Bilder von Agenturen, sind urheberrechtlich geschützt und dürfen nur im Rahmen der gewöhnlichen Nutzung des Angebots vervielfältigt, verbreitet oder sonst genutzt werden.