

Die Krankenkasse der Zukunft

Wie Mitarbeiter gesetzlicher Krankenkassen die Zukunftsfähigkeit ihrer Branche einschätzen und welche Chancen sich daraus für die Assekuranz ergeben.



1. Digital Transformation



85% denken, dass die Ansprüche der Kunden an die digitalen Angebote in den letzten Jahren gestiegen ist



81% berichten, dass eine dedizierte Abteilung für die Umsetzung der digitalen Transformation bereits eingesetzt wurde

Die Mehrheit der Befragten gab an, dass folgende technologische Verbesserungen bereits eingeführt oder geplant sind:

90% komplette papierlose Bearbeitung von Anträgen

70% Chatbots im Kundenservice

62% Text-Mining-Methoden (z.B. zum Vorsortieren von E-Mail-Postfächern)

Was wir denken:

Die deutschen Versicherer haben bereits schon erste Erfolge in der Digitalisierung erzielt, im Branchenvergleich liegen sie bei der Digitalisierung einfacher interner Prozesse und Tools sogar über dem Durchschnitt. Laut Studienteilnehmer sind Analyseverfahren wie Text Mining oder Chatbots zwar in einigen alltäglichen Prozessen schon integriert oder in Planung, aber in der Realität finden sich auf den Webseiten der Krankenkassen solche Technologien nur selten. Die Themen werden zwar intern hoch priorisiert, in der Umsetzung hinkt die Assekuranz aber hinterher.

2. Strategie und Geschäftsmodell

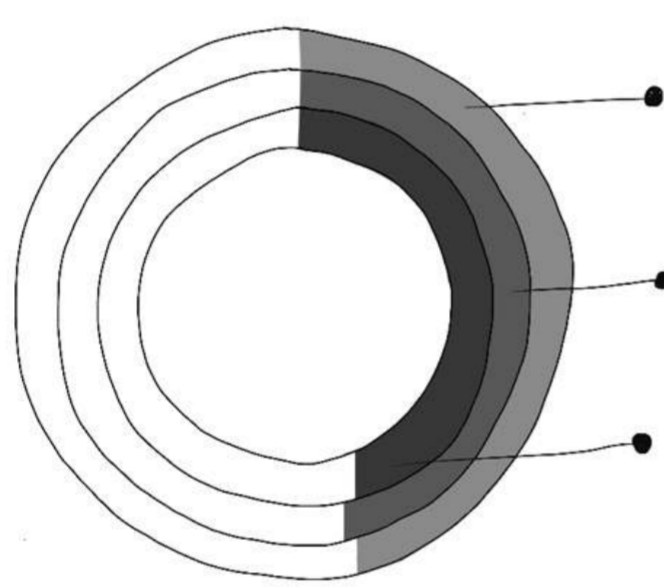


57% geben an, dass bereits mit Online-Vergleichsportalen aktiv zusammengearbeitet wird



55% vermuten, dass die Anzahl der Standorte von Krankenkassen in den nächsten fünf Jahren trotz Digitalisierung nicht weniger wird

Außerdem sagen ...:



- 48%** dass Omnichannel Management zumindest teilweise umgesetzt ist
- 49%** dass der Versicherer eine eigene Online-Vergleichsplattform plant oder sogar schon in Betrieb hat
- 48%** dass die Krankenkasse online Sprechstunden anbietet

Was wir denken:

Zu den Strategien und Geschäftsmodellen der Krankenkassen ergibt sich ein diversifiziertes Bild bei den Mitarbeitern, denn im operativen Bereich werden Mitarbeiter nur selten in strategische Themen involviert oder informiert, so dass die Wahrnehmung schwankt. Das ist vor allem der Fall, wenn die interne Kommunikation zur Strategie kaskadiert und dadurch kein einheitliches Verständnis geschaffen wird. Bei den Geschäftsmodellen ergibt sich der Trend zu der Einbindung von Online-Vergleichsportalen. Gleichzeitig wägt man aber auch den Aufbau eigener Vergleichsportale ab. Die Mitarbeiter glauben an das analoge Geschäft, einen radikalen Abbau von Standorten in den nächsten Jahren halten sie nicht für wahrscheinlich.

3. Personalentwicklung

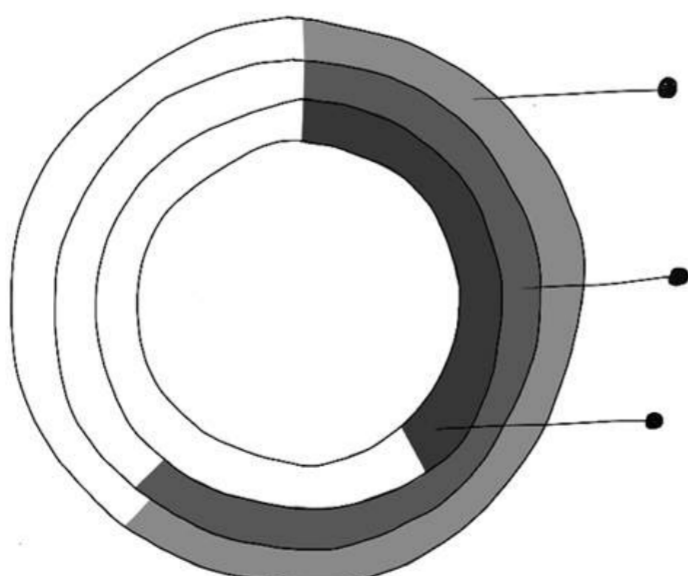


64% denken, dass über genügend Budget für die Entwicklung der Mitarbeiter verfügt wird



48% sind der Auffassung, dass bereits ausreichend Weiterbildungen zum Thema Kundenzentrierung angeboten werden

Dazu kommt, dass ...:



- 65%** sagen, dass die Krankenkasse den Herausforderungen der digitalen Transformation gegenüber aufgeschlossen ist
- 66%** denken, dass ihr Versicherer mit Change Maßnahmen umzugehen weiß
- 43%** berichten, dass die Kasse in IT- und Digitalisierungskompetenzen investiert hat

Was wir denken:

Im Bereich Personalentwicklung lässt sich erkennen, dass sich die Mitarbeiter bzgl. Budget und Kapazitäten für Weiterbildungen gefördert fühlen. Ob die jetzigen Bemühungen der Krankenkassen aber ausreichen, um eine erfolgreiche digitale Transformation einzuleiten und umzusetzen ist fraglich. Das Management muss dringend abwägen, inwiefern die derzeitigen Maßnahmen zur Personalentwicklung tatsächlich darauf einzahlen, um die gesteckten Ziele der digitalen Transformation erreichen zu können.

