

MARKETAGENT.COM

Digitale Markt- und Meinungsforschung



Krankenversicherung Kompass

Ergebnis-
Abriss

Juni 2015



Umfrage-Basics/ Studiensteckbrief:

- **Methode:** Computer Assisted Web Interviews (CAWI)
- **Instrument:** Online-Interviews über die Marketagent.com reSEARCH Plattform
- **Respondenten:** web-aktive Personen aus Österreich zwischen 18 und 69 Jahren
- **Sample-Größe:** n=1.000 Netto-Interviews (Kernzielgruppe), Random Selection nach Quoten
- **Erhebungszeitraum:** 21.05.2015 – 29.05.2015
- **Screening:** Alter, Besitz einer Krankenversicherung
- **Grundgesamtheit:** web-aktive Personen aus Österreich zwischen 18 und 69 Jahren
- **Incentives:** geldwerte Bonuspunkte
- **Umfang:** 40 offene/geschlossene Fragen
- **Studienleitung:** Marketagent.com, Mag. Dominique Ertl
- **Kontakt:** d.ertl@marketagent.com
- **Investitionskosten:** € 1.790,- zzgl. MwSt. für die gesamte Studie



Versicherungen im Image-Check:

- Allianz
- Merkur Versicherung
- Wiener Städtische
- Donau
- muki
- Wüstenrot
- Generali
- Raiffeisen Versicherung
- Zürich Versicherung
- HYPO-Versicherung
- UNIQA



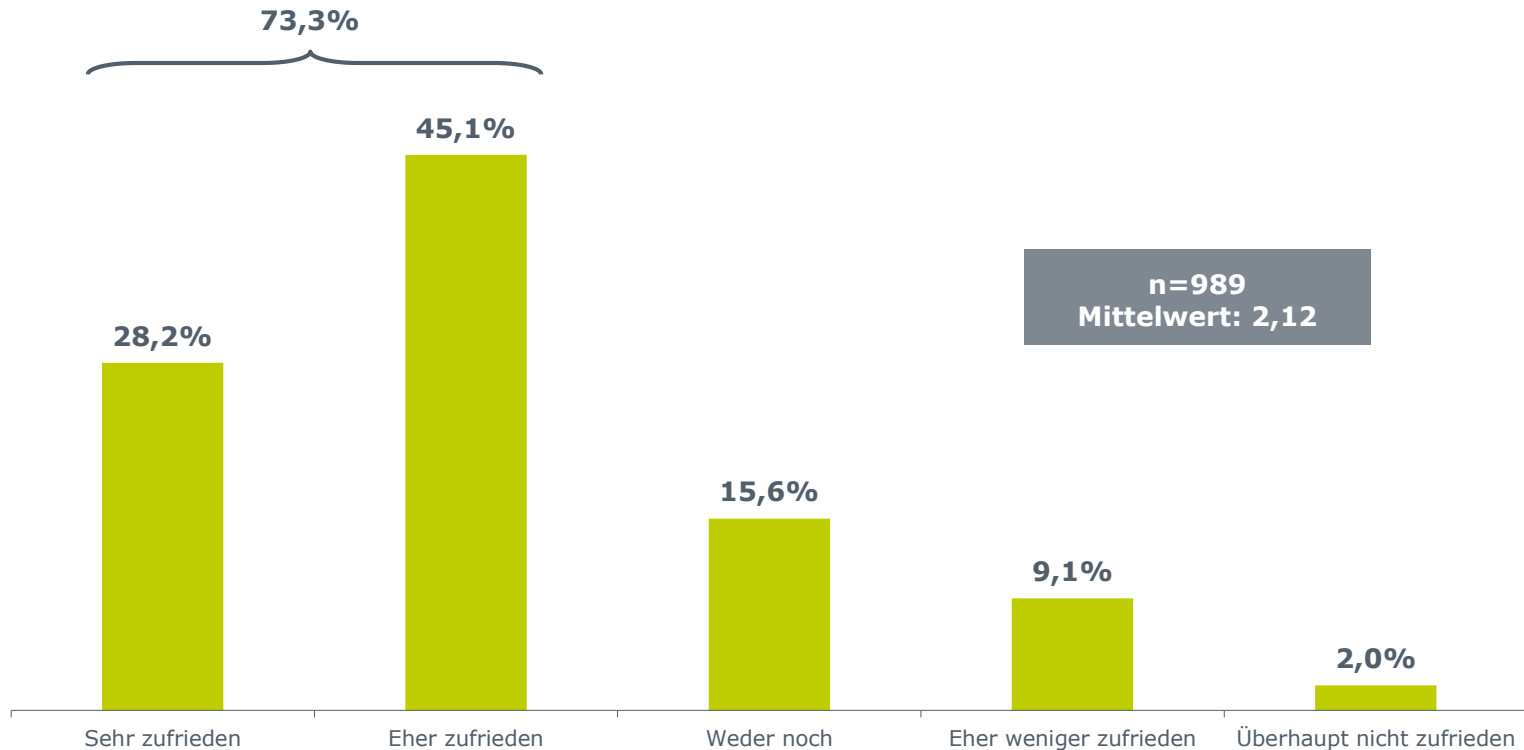
Erkenntnisinhalte:

- **Analyse der gesetzlichen Krankenversicherung** (aktuelle Nutzung, Zufriedenheit, Vorteile vs. Nachteile, Einstellung zum Beitrag der staatlichen Krankenversicherung etc.)
- **Analyse der privaten Krankenversicherung** (aktuelle Nutzung, Zufriedenheit, Wichtigkeit der Leistungen bei Abschluss der privaten Krankenversicherung, Zeitpunkt der abgeschlossenen privaten Krankenversicherung, monatliche Versicherungsprämie, bevorzugte Zahlungsart, monatliche Ausgaben und Leistungsabrechnung, Wichtigkeit der Kriterien bei Abschluss der privaten Krankenversicherung, Verwendungszwecke)
- **Geplante private Krankenversicherung** (Zeitpunkt des geplanten Vertragsabschlusses, Wichtigkeit der Leistungen und Kriterien einer privaten Krankenversicherung, Bewertung der Vertragsabschlussarten, voraussichtlicher privater Krankenversicherungs-Anbieter, Preisbewertung der Prämie für eine private Krankenversicherung etc.)
- **Infoverhalten** bzw. **Informationsbeschaffung** bei der Krankenversicherung
- **Image-Bewertung** der Krankenversicherungs-Anbieter (sympathisch, etabliert in Österreich, vertrauenswürdig, innovativ, kundenorientiert, zuverlässig, seriös, rasche Bearbeitung im Schadens-/Krankheitsfall, kompetent, bietet umfangreiches Leistungsspektrum)
- **Gesamtimage** der Krankenversicherungs-Anbieter



Knapp 3/4 sind mit der gesetzlichen Krankenversicherung (eher) zufrieden.

Zufriedenheit mit der gesetzlichen Krankenversicherung



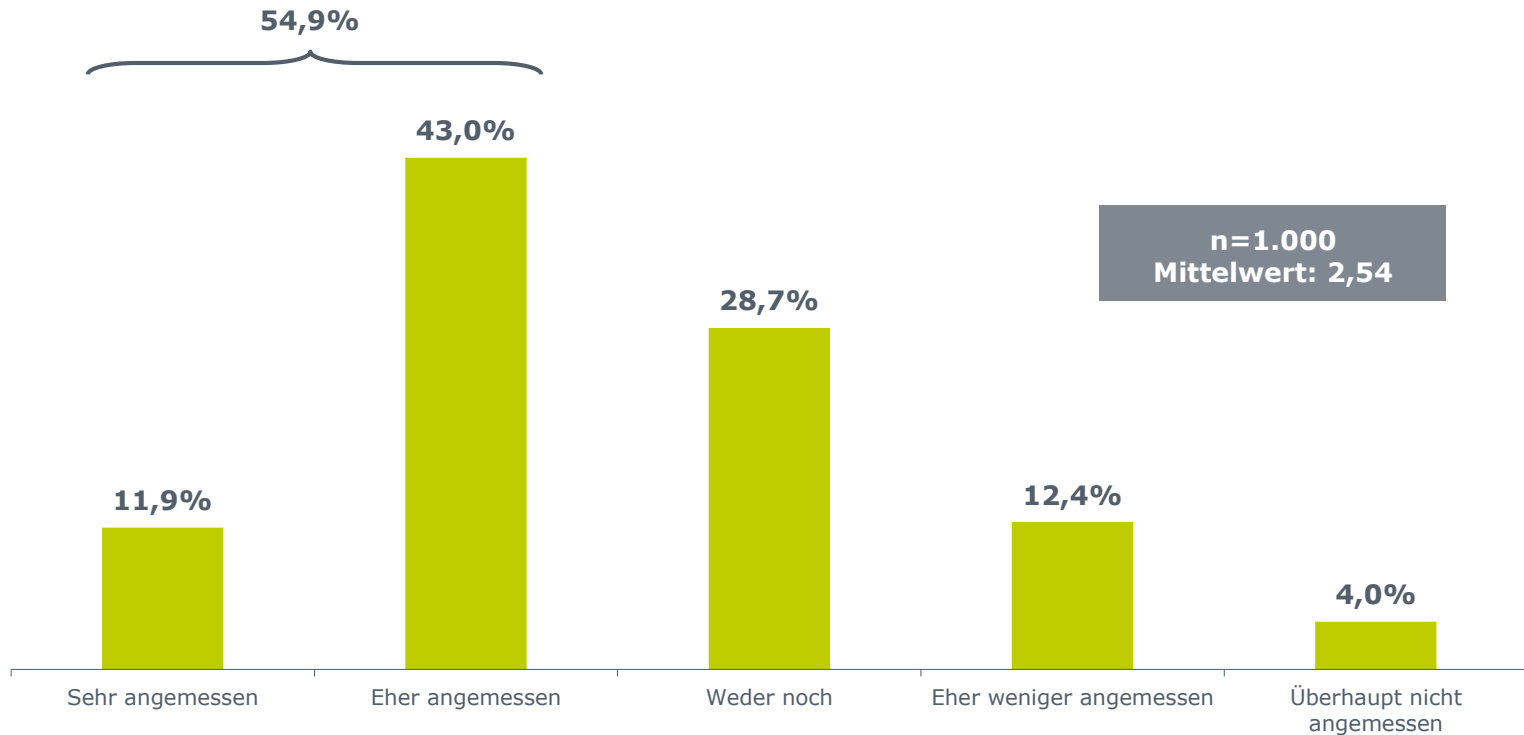
(Basis: Respondenten wissen bei welchem Anbieter sie krankenversichert sind)

[...] In welcher Form sind Sie persönlich Inwieweit sind Sie nach Ihren bisherigen Erfahrungen mit Ihrer gesetzlichen Krankenversicherung alles in allem zufrieden? [...]
krankenversichert?



Mehr als die Hälfte empfindet den Pflichtbeitrag zur gesetzlichen Krankenversicherung (eher) angemessen.

Der gesetzliche Krankenversicherungs-Pflichtbeitrag ist angemessen ...



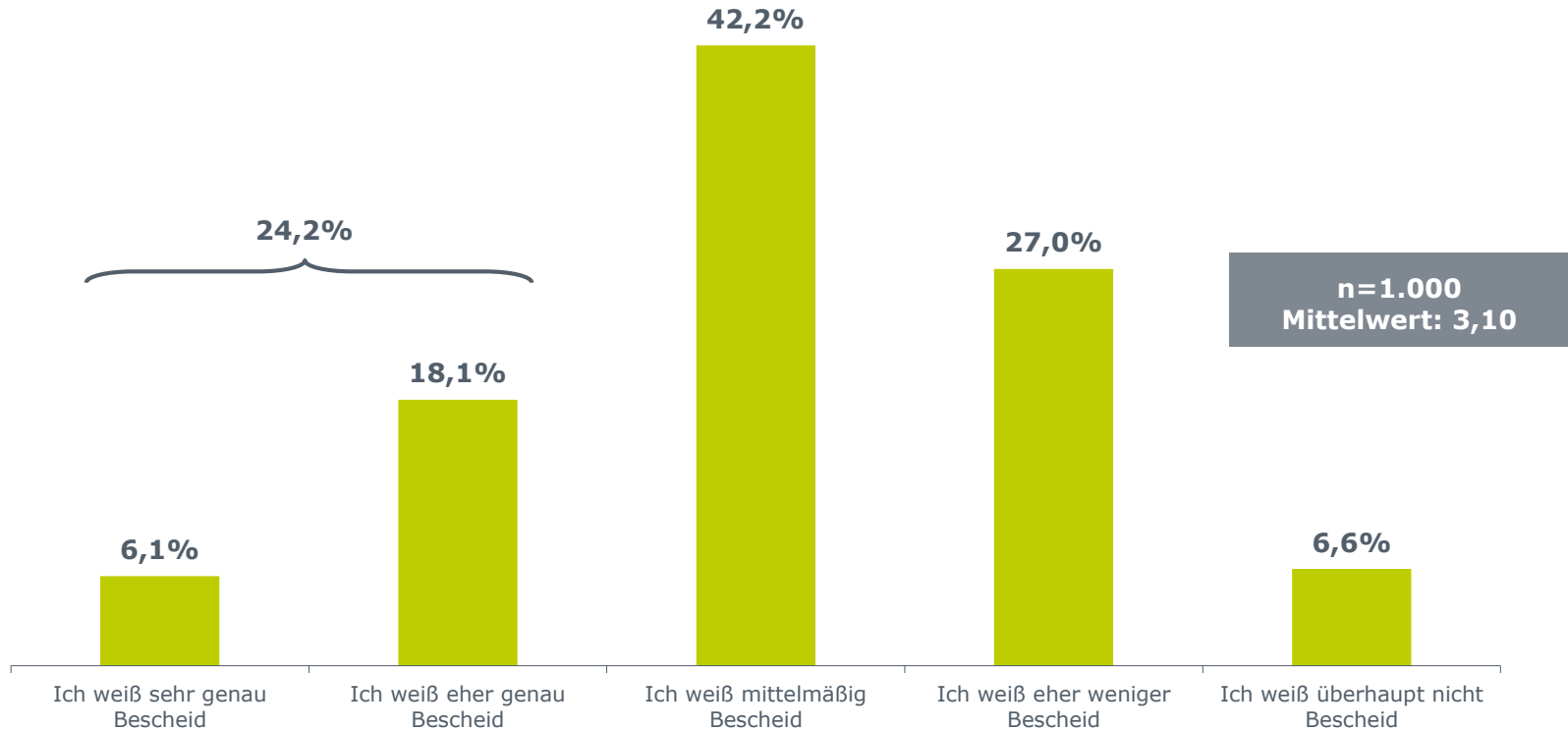
(Basis: Respondenten sind derzeit krankenversichert)

[...] Der Beitragssatz zur gesetzlichen Krankenversicherung beträgt im Regelfall für Unselbstständige 7,65% des beitragspflichtigen monatlichen Bruttoeinkommens und wird zwischen Dienstnehmer und Dienstgeber geteilt. Inwieweit empfinden Sie diesen Pflichtbeitrag zur gesetzlichen Krankenversicherung als angemessen?



Jeder Vierte weiß über Krankenversicherungen (eher) genau Bescheid.

Persönlicher Informationsstand bzgl. Krankenversicherungen



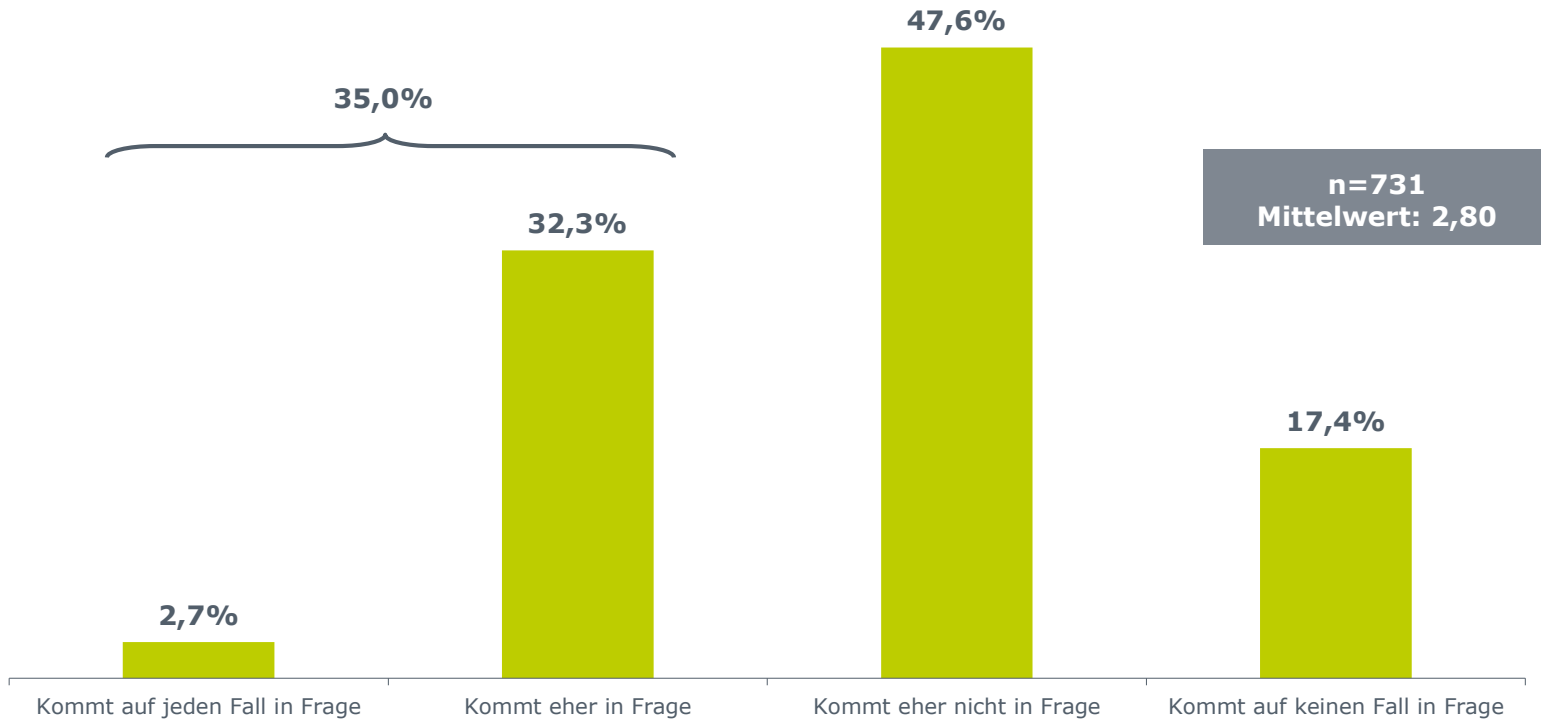
(Basis: Respondenten sind derzeit krankenversichert)

Wenn Sie nochmals ganz allgemein an Krankenversicherungen denken, wie würden Sie Ihren derzeitigen Informationsstand über Krankenversicherungen allgemein einschätzen? [...]



Für mehr als 1/3 kommt der Abschluss einer privaten Zusatz-Krankenversicherung (eher) in Frage.

Abschluss einer privaten Zusatz-Krankenversicherung



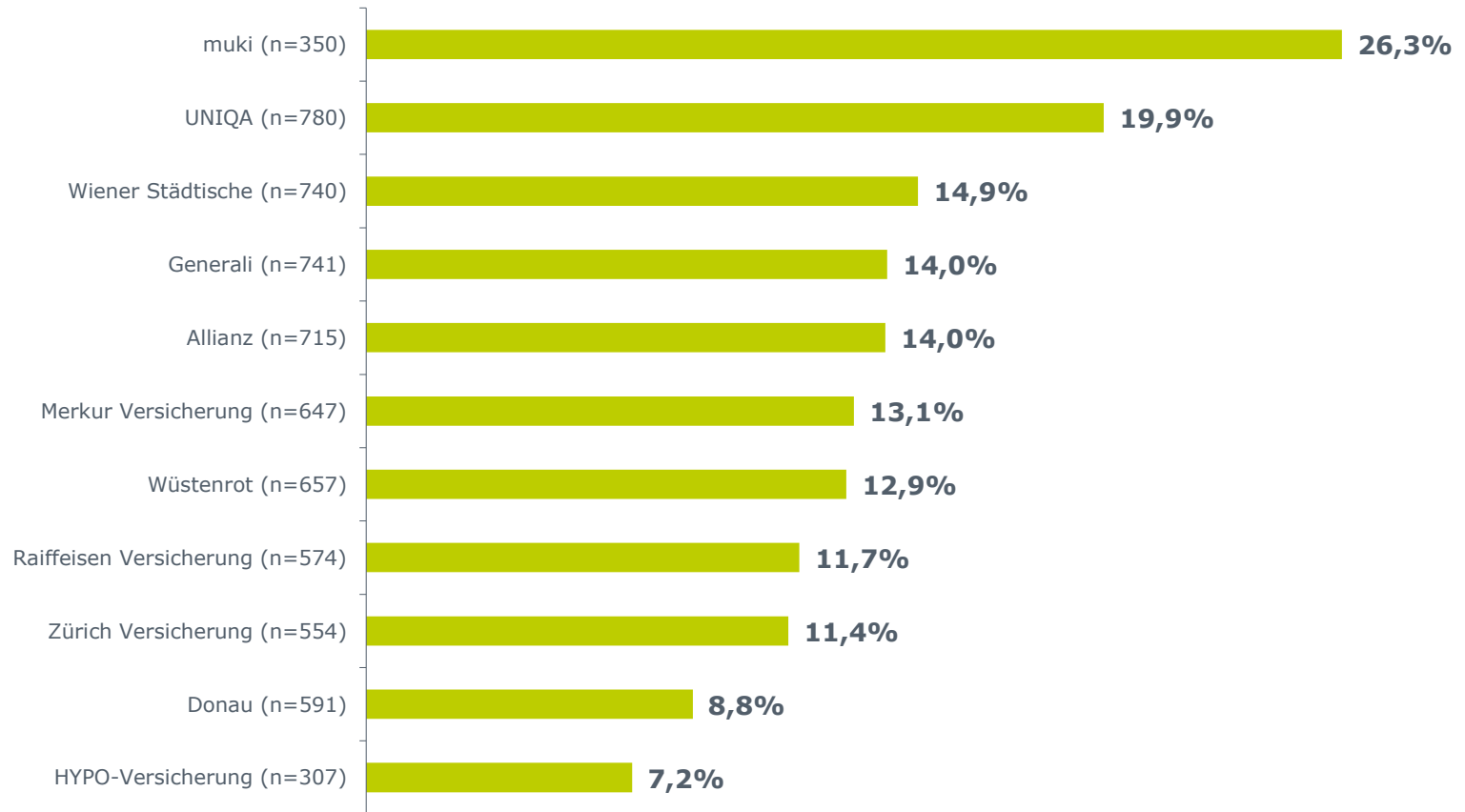
(Basis: Respondenten sind krankenversichert, besitzen aber keine private Zusatz-Krankenversicherung)

[...] Inwieweit kommt für Sie persönlich der Abschluss einer privaten Zusatz-Krankenversicherung in Frage?



muki ist am sympathischsten.

Top-Box: bewertet mit "sehr sympathisch" (5-stufige Skalierung)



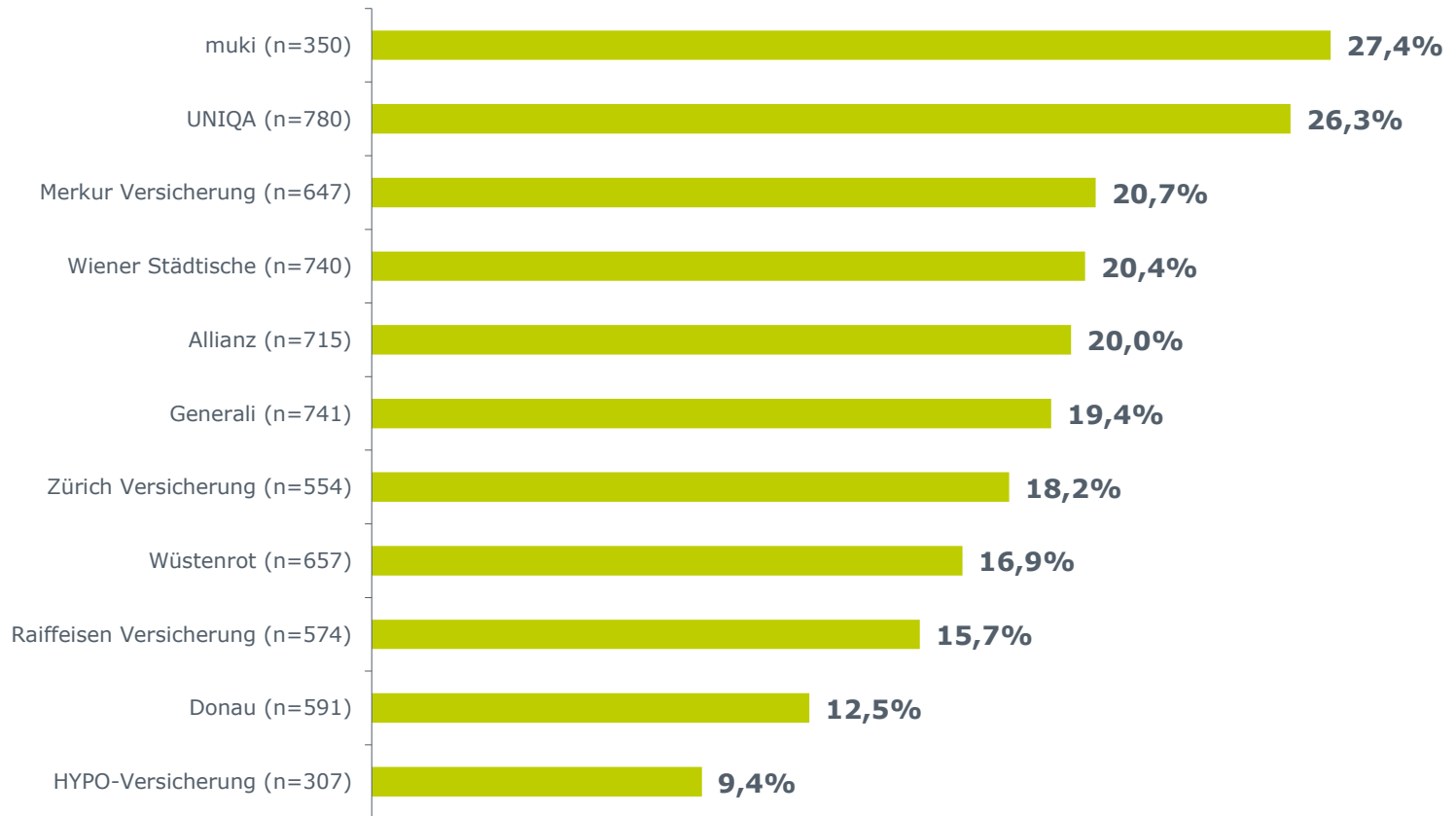
(Basis: Respondenten sind derzeit krankenversichert und kennen den jeweiligen Anbieter zumindest dem Namen nach)

Inwieweit sind Ihnen die folgenden Krankenversicherung-Anbieter sympathisch? [...]



muki und UNIQA sind am kompetentesten im Bereich Krankenversicherung.

Top-Box: bewertet mit "sehr kompetent" (5-stufige Skalierung)



(Basis: Respondenten sind derzeit krankenversichert und kennen den jeweiligen Anbieter zumindest dem Namen nach)

Inwieweit empfinden Sie die folgenden Krankenversicherung-Anbieter als kompetent in Bezug auf private Zusatz-Krankenversicherungen? [...]



about Marketagent.com



About Marketagent.com ...

Marketagent.com ist Österreichs führendes Online Markt- und Meinungsforschungsinstitut und Vorreiter in der Internet-basierenden Datenerhebung und -analyse. Das eigens rekrutierte 662.000 Personen umfassende Online-Access-Panel (Stand Juni 2015, plus 400 pro Tag) ist ein wichtiger strategischer Erfolgsfaktor und Ausgangsbasis für zahlreiche erfolgreiche Consulting-Projekte. Marketagent.com konnte innerhalb weniger Jahre zu einem fixen Bestandteil der Marktforschungsszene aufstreben. Zu den Referenzen zählen unter anderem Unternehmen wie A1, die Erste Bank, Drei, Austrian Airlines, bwin.com, die Wirtschaftskammer Wien/Österreich, die Post AG, der ÖAMTC, Claro, OMV, Coca Cola, L'ORÉAL, Nestlé und die NÖM AG.

Die technische Realisierung der Online-Research-Plattform wurde mit einer Jury-Auszeichnung im Rahmen des Multimedia-Staatspreises 2002 ausgezeichnet. Im Februar 2003 folgte ein bronzener Werbe-Hahn für die Bemühungen rund um die Rekrutierung eines Teilnehmer-Pools an Meinungsbildnern und im März der erste Preis bei NÖ Internet-Award der Wirtschaftskammer und Donau Universität Krems. Im Dezember 2004 gewann Marketagent.com den ersten Preis im Gewinn-Jungunternehmer-Wettbewerb, Kategorie e-biz.



Das Online Access Panel von Marketagent.com

Bei einem Online Access Panel handelt es sich um einen Kreis von web-aktiven Personen, die sich bereit erklärt haben, wiederholt an Online-Untersuchungen teilzunehmen. Im Gegensatz zu Telefonbüchern oder Post-Adresslisten existieren im Internet bislang keine zentralen Register von eMail-Adressen, die zur Ziehung von Online-Samples genutzt werden können. Als "work around" bietet sich der Aufbau zentral gepflegter Pools befragungswilliger Internet-Anwender (sogenannte "Online-Access-Panels") an. Ähnlich wie bei traditionellen Offline-Panels stehen die registrierten Mitglieder hierbei sowohl für ad hoc-Befragungen, als auch für Längsschnittbefragungen dem Institut zur Verfügung.

Das Marketagent.com Online-Access-Panel besteht gleichermaßen aus passiv wie aktiv rekrutierten Internet-Nutzern. Die Probanden werden sowohl über entsprechende Aktivitäten im Internet (beispielsweise mittels Werbebanner und Links auf anderen Websites) angeworben, als auch über klassische Methoden (beispielsweise mittels Call-Center) offline rekrutiert. Durch eine Vielzahl an verschiedenen Maßnahmen wird dadurch ein weiter Kreis an web-aktiven Personen in Österreich, Deutschland und der Schweiz angesprochen. Die Maßnahmen zur Akquisition von neuen Mitgliedern umfassen die Schaltung von Werbebannern auf sehr unterschiedlichen Websites, den Eintrag in Suchmaschinen und entsprechenden Internet-Angeboten zu diesem Thema, Pressemeldungen, Gewinnspiel-Sponsoring sowie den regelmäßig durchgeführten Website-Tests auf verschiedensten Portalen im WorldWideWeb.



**Dominique Ertl, Mag.
d.ertl@marketagent.com
+43 (0) 2252 – 909 009 – 27**

**Mühlgasse 59
A-2500 Baden**

www.marketagent.com

