



Kriterien für die Vergabe des M+M Kundenzufriedenheitssiegel

M+M Versichertenbarometer



Seit 2005 werden jährlich Ende Januar in einer repräsentativen Mehrthemenbefragung über 1.000 gesetzlich und privat versicherte Bundesbürger im Alter ab 18 Jahren interviewt, wie sie die Krankenkasse, bei der sie derzeit versichert sind, wahrnehmen.

Die Stichprobenauswahl zur bevölkerungsrepräsentativen Befragung erfolgt nach dem Gabler-Häder Verfahren und ist wissenschaftlich abgesichert. Die Befragung erfolgt in strukturierten Telefoninterviews nach der Methode des Computer Aided Telephone Interviewing (CATI) anhand eines eigens dafür entwickelten Fragebogens.

Die Initiierung, Planung und Durchführung der Studie ist ein Gemeinschaftsprojekt der Forschungsgruppe Management + Marketing in Kassel, der Forschungsgruppe Marktorientierte Unternehmensführung (TU Dresden / Prof. Dr. Armin Töpfer) und der USUMA GmbH in Berlin.

Ziele des M+M Versichertenbarometers sind:

- Bestimmen der aktuellen Ausprägung der Kundenzufriedenheit und -bindung sowie der Veränderungen zu Vorjahr.
- Differenzierte Analyse der Stärken und Schwächen in den einzelnen Aspekten der Geschäftsbeziehung, um so Ansatzpunkte für Verbesserungen zu identifizieren.
- Anschauliche Darstellung der Ergebnisse zur Vermittlung von Kundenerwartungen und Kundenzufriedenheit innerhalb der Organisation als Plattform zum weiteren Ausbau der gelebten Kundenorientierung.
- Objektives Benchmarking zwischen den größten gesetzlichen Krankenkassen sowie zu den privaten Krankenversicherungen insgesamt.

M+M bietet als neutrales, unabhängiges Marktforschungsinstitut interessierten Krankenkassen jährlich die Möglichkeit – zusätzlich zum M+M Versichertenbarometer – kostengünstig ihre eigenen Versicherten zu befragen mit dem Ziel, eine umfangreiche Status-Quo-Analyse zur Zufriedenheit und Bindung der Versicherten sowie ein umfangreiches Benchmarking zu den größten gesetzlichen Krankenkassen zu erhalten. Auf Wunsch kann im Anschluss der Analyse ein M+M Kundenzufriedenheitssiegel basierend auf einer repräsentativen Versichertenbefragung vergeben werden.

Richtlinien zur Vergabe des Kundenzufriedenheitssiegel

Grundsätzliche Bedingungen zur Vergabe des M+M Kundenzufriedenheitssiegel

Im Rahmen einer von M+M durchgeführten repräsentativen Versichertenbefragung müssen folgende Voraussetzungen erfüllt sein:



1. Die Gesamtzufriedenheit wird mit mindestens gut bewertet
2. Die drei wichtigsten Einzelkriterien werden ebenfalls mit mindestens gut bewertet
3. Der M+M CSI® weist einen Wert von ≥ 80 auf, d.h. die Kundenanforderungen werden zu mindestens 80% erfüllt.

Auf diese drei genannten Prüfaspekte bezieht sich die Vergabe des M+M Kundenzufriedenheitssiegel. Im Siegel dargestellt wird die Bewertung der Gesamtzufriedenheit.

1. Die Gesamtzufriedenheit

Die Berechnung der Durchschnittsnote des M+M Kundenzufriedenheitssiegel basiert auf folgender Skalierung:

1 = sehr zufrieden 2 = zufrieden 3 = teilweise zufrieden 4 = unzufrieden 5 = sehr unzufrieden

Als „gut“ im Sinne der Vergaberichtlinien gelten alle Werte mit einem statistischen Mittelwert von 2,25 bis 1,50. Ein „sehr gut“ wird bei einem Wert von 1,49 oder besser vergeben.

2. Die Bestimmung der wichtigsten Einzelkriterien

Um eine Aussage über die Priorität der Kundenanforderungen zu erhalten, werden in den M+M-Befragungen die Kunden nach der Wichtigkeit der einzelnen Kriterien gefragt. Aus den Ergebnissen der Wichtigkeitsabfrage lässt sich eine Rangfolge der wichtigsten Kriterien erstellen. Die aus Kundensicht drei wichtigsten Einzelkriterien sind entscheidungsrelevant für die Vergabe des M+M Kundenzufriedenheitssiegel. Die Bewertung der Einzelkriterien erfolgt analog zur Bewertung der Gesamtzufriedenheit.

3. M+M CSI®

Der M+M CSI® ist eine Kennzahl zur Bestimmung des Erfüllungsgrades von Kundenanforderungen. Berechnet wird der Customer Satisfaction Index (M+M CSI®) auf der Basis der Relation zwischen der abgefragten Wichtigkeit (=Kundenanforderung) und der abgefragten Kundenzufriedenheit. Entscheidungsrelevant für die Vergabe des M+M Kundenzufriedenheitssiegel ist ein M+M CSI® von ≥ 80 , d.h. ein Wert bei dem bis auf geringe Lücken die Kundenanforderungen gut erfüllt werden.

Allgemeines zum M+M Kundenzufriedenheitssiegel

- Das M+M Kundenzufriedenheitssiegel wird für die Dauer von 2 Jahren vergeben
- Erhältlich ist das Siegel in folgenden Formaten:
 - Für Internet/Monitorverwendung: .jpeg (RGB), .gif (RGB)
 - Für Offset/Bürodrucker (Farbe): .tiff (CMYK), .jpeg (CMYK)
- Die Kosten für die Erstellung und die 2-jährige Nutzung des M+M Kundenzufriedenheitssiegel betragen 250,00 €

Beispiele M+M Kundenzufriedenheitsiegel - für die Kommunikation der Leistungsfähigkeit -



Homepage DAK 2009

Homepage hkk 2019

Homepage Audi BKK 2013

Homepage Salus BKK 2019

Briefpapier BKK Werra-Meißner 2015

Kundenmagazin IKK Brandenburg und Berlin 2012

Information zur SBK 2012

Homepage Heimat Krankenkasse 2014

Leistungsbroschüre BKK Herkules 2011

Kundenmagazin BKK Stadt Augsburg 2015

Versichertenumfrage - Ihr Lob ist unser Ansporn!

Note 1,62 für Kundenzufriedenheit!

Wir sind einfach nur stolz - Nun liegen die Ergebnisse der Auswertung unserer Versichertenumfrage vor:

4000 zufällig ausgewählte Versicherte wurden befragt, denn wir wollten erfahren, was unsere Versicherten bewegt und wo sie der Schuch droht. Knapp 1.300 Versicherte haben teilgenommen. Um die Neutralität und Anonymität zu wahren, wurde die Umfrage nicht von der Kasse selbst, sondern von einem unabhängigen Marktforschungsinstitut durchgeführt und ausgewertet.

Ihre Note für die BKK Faber-Castell & Partner: 1,62 (Kundenzufriedenheit). Top bewertet wurden wir u.a. auch bei der Weiterempfehlungsrate - hier sind wir die absolute Nr. 1

Kundenorientierung ist unsere Leistung:

Wir haben den richtigen Weg eingeschlagen und Ihre Antworten freuen uns sehr, sind aber gleichzeitig auch Ansporn für die BKK Faber-Castell & Partner, Dinge in der Zukunft noch besser zu machen. Denn es gab natürlich auch wertvolle Hinweise in welchen

Homepage BKK Faber-Castell & Partner 2012

Systemberater für Business Excellence



das bewegt
wissen

M+M Management + Marketing Consulting GmbH

Weitere Informationen unter www.m-plus-m.de

Ihr Ansprechpartner:
Frank Opitz, Tel.: 0561-709 79-17

