

## Kundenbindung bei Krankenkassen

Eine marketingorientierte Analyse kassenindividueller Handlungsparameter bei selektivem Kontrahieren auf dem GKV-Versorgungsmarkt

Die mit der Gesundheitsreform von 2003 begonnene Umstellung der Vertragsgestaltung der GKV von einem Kollektiv- zu einem Einzelvertragssystem ("selektives Kontrahieren") hat für die Krankenkassen und die Versicherten weit reichende Folgen: Die Kassen erhalten mehr Gestaltungsfreiheit in der Gesundheitsversorgung, und die Versicherten bzw. Mitglieder können zwischen verschiedenen Versorgungsangeboten wählen und gegebenenfalls ihre Kasse wechseln. Die Bindung der Mitglieder an ihre bisherige Kasse wird somit zur "Überlebensstrategie" im Kassenwettbewerb. Ziel der vorliegenden Arbeit ist zum einen, die Wichtigkeit der Kundenbindung für den Erfolg einer Krankenkasse herauszuarbeiten, und zum anderen herauszufinden, wie die Krankenkasse ihre Versicherten durch das Angebot eines präferenzgerechten Krankenversicherungsangebotes an sich binden kann. Hierzu entwickelt Katrin Scheffold unter Berücksichtigung der ökonomischen und verhaltenswissenschaftlichen Theorien zur Bindung von Kunden je ein Modell zur Kundenbindung für Pflichtversicherte und für freiwillig Versicherte. Die Unterscheidung in diese beiden Versichertengruppen ist notwendig, da freiwillig Versicherte im Gegensatz zu Pflichtversicherten auch in die PKV wechseln können. Aus den theoretischen Modellen leitet die Autorin Wettbewerbsparameter ab, die dazu geeignet sind, die Bindung eines Versicherten an eine Kasse zu stärken. Mit Hilfe einer Conjoint-Analyse werden für ausgewählte Wettbewerbsparameter Teilnutzenwerte und relative Wichtigkeiten ermittelt, so dass - ausgehend von verschiedenen Wettbewerbssituationen - Marktsimulationen durchgeführt werden können. Die Ergebnisse der Simulationen sind zum Teil überraschend und zeigen auf eindrucksvolle Weise, wie eine Kasse die Conjoint-Analyse einsetzen kann, um bei selektivem Kontrahieren ein präferenzgerechtes Versorgungsangebot zu konzipieren und dadurch Kunden zu binden.



**79,90 €**

74,67 € (zzgl. MwSt.)

Lieferfrist: bis zu 10 Tage

**Artikelnummer:** 9783428127047

**Medium:** Buch

**ISBN:** 978-3-428-12704-7

**Verlag:** Duncker & Humblot GmbH

**Erscheinungstermin:** 14.05.2008

**Sprache(n):** Deutsch

**Auflage:** 1. Auflage 2008

**Serie:** Duisburger Volkswirtschaftliche Schriften

**Produktform:** Kartoniert

**Gewicht:** 390 g

**Seiten:** 288

**Format (B x H):** 158 x 232 mm

