

Krankenkassen im User-Experience-Prüfstand

Bei einer Untersuchung der elf grössten Schweizer Krankenversicherer zeigte sich, dass die User Experience der Online-Angebote zu wünschen übrig lässt. Welche Klippen gilt es bei der Gestaltung von komplexen Onlineprozessen zu umschiffen? *Marcel B.F. Uhr, Anja Fischer*



Marcel B. F. Uhr

Dr. sc. techn. ETH, Eur. Erg.,
ist Gründer und Partner der
soultank AG
uhr@soultank.ch



Anja Fischer

ist Mitglied der Geschäftsleitung
der soultank AG
anja.fischer@soultank.ch

Im Internetzeitalter preisen selbstverständlich alle grossen Krankenversicherer ihre Angebote im Netz an. Und nicht nur das: Schritt für Schritt können sich die Nutzer heutzutage eine eigene, auf ihre Bedürfnisse zugeschnittene Versicherungsofferte zusammenstellen. Doch sind diese Online-Angebote tatsächlich so einfach, raffiniert und benutzerfreundlich, wie dies die Versicherer versprechen? Bei einer Untersuchung der grössten Schweizer Krankenkassen zeigte sich, dass bei fast jedem Versicherer auf die Nutzer irgendwo im Online-Offertprozess gravierende Stolpersteine lauern.

Das schwächste Glied entscheidet

Ein Onlineprozess besteht immer aus verschiedenen Schritten, die ein Nutzer bis zum Kauf eines Angebots durchlaufen muss. So auch bei den Online-Offerten der untersuchten Krankenversicherungsanbieter. Die verschiedenen Schritte bis zur vollständigen Online-Offerte gleichen den Gliedern einer Kette und wie bei jeder Kette bestimmt das schwächste Glied die Belastbarkeit.

Wenn ein Nutzer beispielsweise nicht weiss, an welche Adresse er den Versicherungsantrag schicken muss, dann kommt der Abschluss nicht zustande, egal wie benutzerfreundlich der Prozess bis zu diesem Zeitpunkt war. Aus Anbietersicht bedeutet dies: Ein einziges schwaches Glied im Prozess reicht aus, um viele potenzielle Kunden an die Mitbewerber zu verlieren.

Die User Experience leidet

Schwache Glieder finden sich bei den getesteten Kassen an ganz unterschiedlichen Stellen. All diese Schwachstellen haben jedoch eines gemeinsam: Sie wirken sich dramatisch auf die Qualität der User Experience aus. Unter der User Experience versteht man das Gesamterlebnis eines Nutzers bei der Verwendung eines Produkts oder eines Systems. Der Begriff umschreibt also nicht nur

das rein technische Funktionieren oder die reine Interaktions-Usability eines Systems, sondern darüber hinaus auch die subjektive Wahrnehmung und der Erlebnisfaktor der Benutzer.

Bei genauerer Betrachtung der einzelnen Kettenglieder zeigt sich, dass diese bei allen Kassen sehr ähnlich aneinander gereiht sind: Zunächst informieren sich die potenziellen Kunden auf den Webseiten über die Angebote und treffen danach im Prämienrechner eine Auswahl der gewünschten Versicherungsprodukte. In einem weiteren Schritt folgen verschiedene Formulare und Fragebogen, die online ausgefüllt werden können. Ein letztes Glied in der Kette zum Abschluss stellt ein personalisiertes Versicherungsangebot dar. Dieses wird den Nutzern entweder per Post oder digital zugestellt und kann am Ende als unterschriebener Antrag an die Versicherung zurückgeschickt werden. Im Test zeigten sich bei all diesen Schritten verschiedene Fallstricke:

- **Frust in der Formularhülle**

Ein typisch schwaches Glied ist die Gestaltung zahlreicher Formulare, die den potenziellen Neukunden im Onlinekanal präsentiert werden. Bei fast allen Kassen wurde kein eigentliches Onlineformular entwickelt, sondern einfach die Papierversion unverändert als PDF ins Netz gestellt. Eine heikle Entscheidung, herrschen doch im Onlinekanal ganz andere Bedingungen für die Nutzer. Beispielsweise verfügen die Onlinenutzer oft nicht über das Offline-Prospektmaterial und es sitzt ihnen auch kein Versicherungsberater gegenüber, der das Papier erklären könnte. Zudem sind die Formulare meist nicht einmal am Computer ausfüllbar und oft fehlen jegliche Anpassungs- oder Korrekturmöglichkeiten.

- **Versteckte Kontaktmöglichkeiten**

Kritisch sind bei vielen Versicherern die angebotenen Kontaktmöglichkeiten. Beim

Zusammenstellen eines Versicherungsangebots sind viele Nutzer durch die hohe Komplexität der Produkte überfordert und benötigen Hilfe und Beratung. Statt direkt an diesen neuralgischen Punkten, wie zum Beispiel im Prämienrechner, eine Kontakttelefonnummer zu nennen, bauen viele Anbieter hohe Kontakthürden auf. Entweder fehlen Kontaktmöglichkeiten komplett oder die Anbieter verstecken sich hinter langen Kontaktformularen mit vielen unnötigen Pflichtangaben. Auch wenn all diese Hürden durch die Benutzer überwunden wurden, lauern weitere Schwächen. Ein Anbieter im Test reagierte nicht einmal auf eine E-Mail-Anfrage, andere antworteten mit Standardtextbausteinen, die mit der gestellten Frage nicht viel zu tun hatten. So frustrieren die Versicherten ihre Online-User.

• **Schwierigkeiten im Online-Prämienrechner**

Selbst das Kernstück der Krankenkassen-Webpräsenz, der Online-Prämienrechner, befindet sich bei vielen Versicherten in der Lern- und Überarbeitungsphase. Schade ist, dass selbst ein versierter Web- und Krankenkassenkenner oftmals mit diesem Online-Prämienrechner überfordert ist. Diese sind zum Teil mit unverständlichen Produktnamen bestückt, so dass nicht oder nur über mehrere Mausklicks in Erfahrung gebracht werden kann, was das Angebot genau beinhaltet. Oder ein flüssiger und schrittweise funktionierender Prozessablauf ist nicht möglich, da dieser oft nur lückenhaft und manchmal auch



Die verschiedenen Schritte bis zur vollständigen Online-Offerte gleichen den Gliedern einer Kette, und das schwächste Glied bestimmt die Belastbarkeit. Quelle: soultank AG

mit Fehlern (keine Back-Buttons) angeboten wird. In vielen Fällen wird der Benutzer sich selbst überlassen und die Erklärungen zur Funktionalität des Prämienrechners, zu den Produkten und vor allem auch zum Anmeldeprozedere sind auch hier bei den meisten Versicherten unvollständig, fehlerhaft oder schlicht nicht vorhanden.

Details oft entscheidend

Eine Online-Offerte ist ein komplexer Prozess, der mit grosser Sorgfalt und mit viel Know-how gestaltet werden muss. Bereits wenige Fehler in der Benutzerinteraktionskette können zum Scheitern des Prozesses und zum Verlust von potenziellen Kunden führen. Neuralgische Punkte wie beispielsweise Medienwechsel oder Formular-Pflichteingaben müssen nutzergerecht gestaltet sein. Oft wird zudem der Fehler gemacht, dass firmeninterne Prozesse der Anbieter nach aussen abgebildet werden. Daraus kann beispielsweise ein für die Benutzer unverständliches Wort

resultieren. Häufig tauchen Brüche und Fallstricke für die Nutzer just an den Stellen im Interaktionsprozess auf, wo die Zuständigkeit von einer Abteilung zur anderen übergeht. Bei den getesteten Krankenkassenversicherern zeigte sich dieser Bruch häufig beim Übergang vom Prämienrechner zum Angebot.

Aufgrund mangelnder Erfahrung im Umgang mit Onlineprozessen und fehlendem Know-how über die Bedürfnisse und Vorgehensweisen ihrer Onlinebesucher resultiert oftmals eine schlechte User Experience. Aus diesen Gründen empfiehlt es sich, die Entwicklung von Onlineprozessen durch externe Partner und Spezialisten analysieren, begleiten und evaluieren zu lassen. Grundsätzlich können die User Experience und Methodiken zur Erhöhung und Verbesserung dieser einen wichtigen Beitrag zur Qualitätssicherung leisten. ■



Um eine schlechte User Experience zu verhindern, sollte die Entwicklung von Onlineprozessen durch Spezialisten analysiert, begleitet und evaluiert werden.

Quelle: soultank AG

So wurden die Online-versicherer getestet

Experten im Bereich User Experience haben unabhängig voneinander die Online-Offertprozesse der elf grössten Schweizer Krankenkassenversicherer unter die Lupe genommen.

Die Qualität der User Experience wurde anhand eines eigens für diese Untersuchung angefertigten Kriterienkatalogs bewertet. Der Katalog umfasste rund 50 Kriterien zu verschiedenen Themenbereichen, von denen im Folgenden einige Beispiele aufgeführt sind:

- Navigation durch den Offertprozess
- Bedienung des Prämienrechners
- Formular-Usability
- Verständlichkeit der Offerten
- Umgang mit Medienwechsel
- Kontaktmöglichkeiten
- Reaktionszeit Antwortqualität bei Anfragen