

# Den Schweizer Krankenkassen fehlt es an emotionaler Nähe und Wärme

von **Melanie Granados** (/news/authors/?id=962)

Dienstag, 19. November 2019



© pxhere

Bei der Wahl einer Krankenkasse spielt nicht nur der Preis eine Rolle, vielmehr wird auf Emotionen gesetzt.

**Prämienvergleiche gibt es viele, doch wie steht es mit den Anbietern bezüglich ihrer emotionalen Wirkung? Jährlich vergleichen zahlreiche Schweizer die Prämienangebote. Doch letzten Endes entscheiden die Emotionen – nicht (nur) der Preis. Welche Krankenkassen machen einen besseren Job und wo liegt noch Emotionalisierungspotenzial brach? Dies zeigt die Neuromarketing-Studie der Zutt & Partner AG.**

Austauschbare Produkte, steigende Kosten und ein zunehmender Drang zur Digitalisierung: Die Schweizer Krankenkassen stehen vor vielen Herausforderungen. Laufend werden neue Konzepte, Ideen und Touchpoints erprobt, um an diesem gigantischen Markt die Kunden für sich zu gewinnen. Auf der anderen Seite tun sich die Konsumenten schwer daran, unter dieser Vielzahl an Angeboten das wirklich Gewünschte zu finden. Die Konsumenten-Hirne entscheiden zu 90% emotional – in einem intransparenten und komplexen Umfeld wie diesem verschärft sich dieser Effekt. Zutt & Partner wollte es genauer wissen und hat eine Studie zum Thema gemacht und in einem Paper zusammengefasst, welches [heruntergeladen \(https://zutt.ch/de/studien-bestellen/\)](https://zutt.ch/de/studien-bestellen/) werden kann.