

## Geleitwort

Seit 1996 – dem Jahr der Kassenwahlfreiheit – ist der Gesundheitsmarkt, genau wie andere Produkt- und Dienstleistungsmärkte, Gegenstand von Marktforschung und marketingpolitischen Aktivitäten. Anbieter, die es schaffen, von potentiellen Kunden attraktiver wahrgenommen zu werden als andere Anbieter, können eine größere Nachfrage auf sich vereinen und dazu beitragen, dass ein modernes Gesundheitswesen zu einer tragenden Säule einer zukunftsorientierten Wirtschaft wird. Schon längst geht es bei der Wahl der Krankenkasse nicht mehr nur um das preisgünstigste Angebot, sondern um eine qualitativ hochwertige und innovative Gesundheitsversorgung, die auf Wettbewerb und Marktdynamik setzt.

Mit Unterstützung der Techniker Krankenkasse ist die Fachhochschule Kiel der Frage nachgegangen, was die hochattraktive Zielgruppe der Studenten, bzw. Hochschulabsolventen motiviert, sich mit dem Thema Krankenkasse auseinander zu setzen. Wie müssen Produkte aussehen, die ihrem individuellen Lebensstil heute gerecht werden und welche Kommunikationsmaßnahmen sind notwendig, dieses Kundensegment zu erreichen? Die individuellen Entscheidungsprozesse bei Studenten im Rahmen der Auswahl einer gesetzlichen Krankenkasse sind bislang kaum betrachtet worden.

Das vorliegende Buch enthält den Projektbericht „Strategische Kundenbindung. Entscheidungsprozess: Wahl einer Krankenkasse bei Studenten der Fachhochschule Kiel“ und dokumentiert die Arbeit einer Studentengruppe eines Master-Seminars unter der Leitung von Professor Dr. Matthias Dressler, die im Sommersemester 2006 durchgeführt und mit dem „Unikosmos-Marketing-Award“ ausgezeichnet wurde.

Bei diesem beispielhaften Projekt gibt es nur Gewinner: Die Studierenden entwickeln unter arbeitsmarktnahen Bedingungen zusammen mit einem großen Unternehmen eine Fragestellung, recherchieren in ihrem universitären und im unternehmerischen Umfeld, präsentieren ihre Ergebnisse in dem Unternehmen. Die Techniker Krankenkasse erhält durch die Arbeit der Studierenden Anregungen für ihre Marketing- und Vertriebsstrategie.

Professor Dr. Matthias Dressler  
Institut für internationale  
Betriebswirtschaftslehre  
Fachhochschule Kiel

Professor Dr. Norbert Klusen  
Vorsitzender des Vorstandes der  
Techniker Krankenkasse