

ZF BKK

Kontakt für Redaktionen:

Marius Fabry

Mitarbeiter Marketing

Telefon: 07541 3908-1074

E-Mail: [marius.fabry@zfbkk.de](mailto:marius.fabry@zfbkk.de)

Pressemitteilung

## **ZF BKK zur Debatte um weniger Krankenkassen: Entscheidend ist nicht die Anzahl, sondern der Mehrwert für Versicherte**

Dienstag, 18. August 2026 | Friedrichshafen | 2 Min Lesedauer

Die ZF BKK warnt davor, die Zukunft der gesetzlichen Krankenversicherung allein an der Zahl der Krankenkassen festzumachen. Entscheidend sind Qualität, Wirtschaftlichkeit, Wettbewerb und die Nähe zu den Versicherten.

### ***Fast Facts:***

- Die Zahl der Krankenkassen ist kein geeigneter Maßstab für die Qualität der Versorgung.
- Zusammenschlüsse führen nicht automatisch zu mehr Effizienz oder besseren Ergebnissen.
- Kleine Krankenkassen können durch persönliche Betreuung und kurze Wege wichtige Vorteile bieten.
- Reformen sollten dort ansetzen, wo sie konkrete Verbesserungen für Versicherte schaffen.

Friedrichshafen, 18. August 2026 – Die politische Diskussion über eine mögliche Reduzierung der Zahl gesetzlicher Krankenkassen hat eine Debatte über die zukünftige Struktur der Krankenversicherung ausgelöst. Die ZF BKK sieht in der Anzahl der Krankenkassen jedoch keinen entscheidenden Faktor für die Leistungsfähigkeit des Systems. Maßgeblich ist vielmehr, wie erfolgreich eine Krankenkasse ihre Versicherten unterstützt und eine hochwertige Versorgung sicherstellt.

„Eine starke gesetzliche Krankenversicherung lebt von Vielfalt und Wettbewerb. Die Größe einer Krankenkasse sagt nichts darüber aus, wie gut sie für ihre Versicherten arbeitet. Entscheidend sind Qualität, Service, effiziente Prozesse und die Fähigkeit, nah an den Menschen zu sein“, sagt Ralf Hirmke, Vorstand der ZF BKK.

Die ZF BKK sieht Fusionen nicht als Selbstzweck. Entscheidend ist, ob strukturelle Veränderungen tatsächlich zu einer besseren Versorgung, effizienteren Abläufen oder spürbaren Vorteilen für Versicherte führen. Eine reine Verringerung der Krankenkassenanzahl greift aus Sicht der ZF BKK zu kurz. Gerade kleinere Krankenkassen tragen zur Vielfalt im Gesundheitssystem bei. Persönliche Ansprechpartner und kurze Entscheidungswege ermöglichen eine direkte Kommunikation und eine flexible Reaktion auf die Anliegen der Versicherten.

„Eine Krankenkasse muss nicht möglichst groß sein, um erfolgreich zu sein. Entscheidend ist, wie sie ihre Versicherten begleitet und welchen Nutzen sie ihnen bietet“, erklärt Ralf Hirmke. Aus Sicht der ZF BKK liegen wichtige Zukunftsaufgaben der gesetzlichen Krankenversicherung insbesondere im Abbau von Bürokratie, der Weiterentwicklung digitaler Prozesse und einer nachhaltigen Finanzierung. Diese Themen können einen wesentlichen Beitrag dazu leisten, das System langfristig leistungsfähig zu halten.

Der Wettbewerb zwischen Krankenkassen ist dabei ein wichtiger Bestandteil der gesetzlichen Krankenversicherung. Unterschiedliche Profile und Angebote schaffen Wahlmöglichkeiten und fördern innovative Lösungen für Versicherte.

Die ZF BKK setzt auch künftig auf persönliche Betreuung, moderne digitale Angebote und eine serviceorientierte Gesundheitsversorgung

#### Über die ZF BKK

Die ZF BKK ist eine finanzstarke und kundenorientierte Krankenkasse mit über 100 Jahren Erfahrung. Mehr als 225 Mitarbeitende sind an 12 Standorten bundesweit für über 90.000 Versicherte und rund 15.000 Arbeitgeber ein verlässlicher und engagierter Ansprechpartner. Dabei hält die ZF BKK in jeder Lebenslage die richtigen Gesundheitsleistungen bereit – von Prävention und Früherkennung bis hin zu innovativen Versorgungsmodellen. Eine Krankenversicherung, die wertvolle Leistungen bietet, kann nicht die günstigste sein. Sie setzt deshalb auf ein ausgewogenes Preis-Leistungs-Verhältnis. Als Krankenkasse von Morgen verbindet die ZF BKK persönliche Betreuung mit digitalen Lösungen. Kundenerlebnis und interne Prozesse werden intelligent miteinander vernetzt, um effiziente Abläufe und eine serviceorientierte Kommunikation zu ermöglichen. Die Digitalisierung im Gesundheitswesen und die damit verbundenen Kundenbedürfnisse stellt sie dabei aktiv in den Fokus.