

PRESSEMITTEILUNG

Passgenau informieren, persönlich begleiten: Die BARMER setzt auf individuelle Kommunikation mit ihren Versicherten – Partnerschaft mit DYMATRIX wird bis 2029 ausgebaut

- **BARMER Krankenkasse stellt digitales Marketing technologisch neu auf**
- **Personalisierte Gesundheitskommunikation über DYMATRIX Customer Experience Platform**
- **Strategische und technologische Partnerschaft wird deutlich erweitert**

Stuttgart, 10. September 2025 – Die BARMER baut ihre über fünfjährige Partnerschaft mit dem Softwareunternehmen DYMATRIX strategisch aus. Die Krankenkasse setzt künftig vollständig auf die Customer Experience Platform von DYMATRIX, um Versicherte und Interessenten mit personalisierten Gesundheitsthemen zu begleiten. Der neue Vertrag läuft bis Ende 2029 und macht DYMATRIX zum zentralen Technologiepartner der BARMER für datengetriebenes Marketing und CRM.

Digitale Nähe zu über acht Millionen Versicherten schaffen

„Wir geben unser Bestes dafür, die Gesundheit der Menschen zu stärken. Dazu wollen wir unsere über acht Millionen Versicherten individuell begleiten und ihnen genau die Informationen geben, die sie brauchen – zum richtigen Zeitpunkt und über den passenden Kanal“, erklärt Christian Bock, Geschäftsbereichsleiter Marke und Marketing bei der BARMER.

Die Krankenkasse hat ihre Kommunikationsprozesse auf die Bedürfnisse ihrer über acht Millionen Versicherten ausgerichtet. Im Mittelpunkt steht dabei die Frage, wie digitale Kanäle genutzt werden können, um relevante Kommunikation abgestimmt auf individuelle Lebenssituationen zu schaffen.

Skalierbare Plattform für Customer Experience Management

Kern der technischen Umsetzung ist eine skalierbare Plattform, die Datenmanagement, Marketing Automation und Analysefunktionen bündelt. Die Entscheidung fiel dabei auf die DYMATRIX Customer Experience Platform. Sie ermöglicht eine durchgängige, personalisierte Ansprache ab dem ersten Interesse bis zur langjährigen Versichertenbetreuung.

Konkrete Anwendungsfälle zeigen den Mehrwert

Gemeinsam entwickeln die BARMER und DYMATRIX Kampagnen, die die Bedürfnisse der Versicherten in den Mittelpunkt stellen und ihnen individuellen Nutzen und spürbaren Mehrwert bieten.

Beispiele hierfür sind:

- Digitale Gesundheitsseminare: Kommunikative Begleitung von Online-Seminaren und On-Demand-Angeboten – von der personalisierten Empfehlung bis zur individuellen Nachbereitung, abgestimmt auf persönliche Interessen
- Schwangerschaftsbegleitung: Personalisierte, wöchentliche Newsletter mit wochengenauer, medizinisch fundierter Begleitung während der gesamten Schwangerschaft
- Passgenaue Prävention: Präventionskampagnen basierend auf Alter, Geschlecht und Gesundheitshistorie

„Die BARMER versteht Kommunikation als gelebte Verantwortung für den Nutzen ihrer Versicherten – genau das macht unsere Zusammenarbeit so wertvoll“, sagt Thomas Dold, Geschäftsführer von DYMATRIX. „DYMATRIX wird künftig das technologische Rückgrat für die Kommunikation mit den über acht Millionen Versicherten. Das ist eine Verantwortung, die wir sehr ernst nehmen.“

Kontinuierliche strategische Weiterentwicklung

Der bis Ende 2029 laufende Vertrag umfasst neben dem technischen Betrieb auch die kontinuierliche strategische Weiterentwicklung der Kommunikationsmaßnahmen.

Über BARMER:

Leistungsstark, engagiert, menschlich – die BARMER ist eine der größten gesetzlichen Krankenversicherungen in Deutschland. Ihre über 8 Millionen Versicherten profitieren von einer hochwertigen und innovativen medizinischen Versorgung weit über den gesetzlichen Standard hinaus. Zahlreiche digitale Angebote von der elektronischen Patientenakte eCare bis zur BARMER-App erleichtern den Alltag und fördern die Gesundheit der Versicherten. Service rund um die Uhr im Internet, per Telefon oder persönlich ermöglichen schnelle Lösungen, auch bei komplizierten Fragen.

Mehr über die BARMER: www.barmer.de

Über DYMATRIX

Die DYMATRIX GmbH mit Sitz in Deutschland zählt zu den führenden Anbietern datengetriebener und KI-gestützter Lösungen für Customer Experience Management. Mit technologischer Exzellenz und klarer Nutzerorientierung ermöglicht DYMATRIX seinen Kunden, datenbasiert und effizient zu wachsen. DYMATRIX begleitet Unternehmen dabei ganzheitlich entlang des gesamten Wertschöpfungsprozesses – von der ersten strategischen Ausrichtung über die technische Umsetzung bis hin zur operativen Nutzung und kontinuierlichen Weiterentwicklung. Die leistungsstarke Plattform von DYMATRIX schafft innovative, personalisierte Kundenerlebnisse und stärkt so langfristig Kundenbindung und wirtschaftlichen Erfolg. Die DYMATRIX Customer Experience Platform ermöglicht personalisierte Omnichannel-Kommunikation – zur richtigen Zeit, über den richtigen Kanal und mit der richtigen Botschaft.

Mehr über DYMATRIX: www.dymatrix.de

Pressekontakt:

DYMATRIX | Caroline Nguyen | c.nguyen@dymatrix.de | +49 711 22 00 788 46