

Pressemitteilung 20. Januar 2015 – HEUTE UND MORGEN GmbH – Köln

Aktuelle Studie

## Betriebliche Krankenversicherung: Kein Schweiß, kein Erfolg!

### **Maklerbefragung von HEUTE UND MORGEN zeigt Hürden, Entwicklungsaufgaben und Erfolgstreiber in der noch jungen bKV-Sparte**

**Köln, 20. Januar 2015.** Während sich die betriebliche Altersvorsorge (bAV) in vielen Unternehmen in Deutschland etabliert hat, bleibt die betriebliche Krankenversicherung (bKV) eine große Entwicklungsbaustelle. Zahlreiche Hürden begleiten ihren Weg; die fehlende staatliche Förderung ist hierbei ein zentraler Aspekt. Dennoch zeigt sich der unabhängige Maklervertrieb für die Zukunft der bKV insgesamt optimistisch und erwartet Wachstum. Neben besseren und planbareren Rahmenbedingungen stellen attraktive Produktentwicklungen, Spezialisierung und die stärkere Unterstützung der Arbeitgeber beim internen Marketing der bKV wichtige Stellschrauben für den Vertriebs Erfolg dar.

Dies zeigt die aktuelle Studie „Betriebliche Krankenversicherung: Marktperspektiven aus Maklersicht“ aus der Studienreihe „Klartext Assekuranz“ des Marktforschungs- und Beratungsinstituts HEUTE UND MORGEN. 30 hauptberufliche Versicherungsmakler mit bKV-Spezialisierung und unterschiedlicher Umsatzgröße wurden im November 2014 als Experten befragt. Im Fokus standen zentrale Abschlussstreiber und Hemmnisse im bKV-Markt, Produkt- und Anbieterpräferenzen, zentrale Produktauswahlkriterien sowie das Marketing der bKV.

### **Zahlreiche Abschluss hürden zu überwinden**

Generell werden der bKV aus Maklersicht von staatlicher Seite zu viele Steine in den Weg gelegt. Dagegen sollte sich die Branche stärker wehren. Obwohl die Anerkennung als steuerfreier Sachbezug in der Vergangenheit kein zentrales Verkaufsargument darstellte, wird der seit 2014 gültige Wegfall dieses Vorteils kritisch gesehen und im Alltag als hemmend erlebt. Zudem bleiben auch bei der jetzigen Pauschalversteuerung noch viele Fragen ungeklärt. Für die Zukunft wünschen sich die Makler mehrheitlich ein Fördermodell ähnlich der bAV. Damit würden die Unternehmen unterstützt, die sich aktiv in der gesundheitlichen Absicherung ihrer Mitarbeiter engagieren.

Jenseits der gewünschten staatlichen Förderung gibt es aus Maklersicht aber auch auf der Unternehmens- und Anbieterseite gewichtige Hürden zu überwinden. Neben der Sorge vor langfristigen Kosten und einem hohen Verwaltungsaufwand zeigt sich in den Unternehmen eine Unsicherheit, ob sich die Investition in die bKV auch tatsächlich „auszahlt“. Hier gilt es die Bedenken der Arbeitgeber mit wichtigen Vorteilsargumenten zu entkräften und mit einem ansprechenden Marketingkonzept, die Hochwertigkeit einer bKV zu unterstreichen.

*„Anders als in anderen Sparten spielt die ‚Verpackung‘ bei der betrieblichen Krankenversicherung eine grundlegende Rolle“, sagt Tanja Höllger, Geschäftsführerin bei der*

HEUTE UND MORGEN GmbH. *„Arbeitgeber wollen ihren Mitarbeitern die bKV als attraktives, erlebbares Geschenk präsentieren können, auch wenn es sich dabei um ein immaterielles Gut handelt. Hier besteht noch deutlicher Nachholbedarf in der Aufbereitung und Kommunikation. Gerade inhabergeführte Unternehmen wünschen sich hier ein attraktives Gesamtpaket.“*

Beispielsweise können die Policen unternehmensspezifisch gebrandet und hochwertige Welcome-Mappen eingeführt werden. Weitere Optionen für ein attraktives Gesamtpaket sind firmenspezifische Kundenkarten, jährliche Gesundheitstage oder auch die Unterstützung bei der Präsentation der bKV im Firmen-Intranet.

Als weitere Hürde für einen größeren Vertriebs Erfolg erweist sich der zeitintensive und längerfristig angelegte Beratungsaufwand – durchschnittlich berichten die Makler von Anbahnungsprozessen von sechs Monaten bis hin zu zwei Jahren, abhängig von Zahl der beteiligten Personen. Dies schreckt so manchen Makler von vorneherein vom Vertrieb der bKV ab. Gewünscht werden zudem attraktivere Provisionsmodelle.

### **Chancen überwiegen dennoch**

Ungeachtet des Wegfalls der Steuervorteile und mancher Hürden stimmt die Makler positiv, dass die Unternehmen im Bereich der Weiterentwicklung ihres betrieblichen Gesundheitsmanagements sowie bei der Aufgabe der Steigerung ihrer Arbeitgeberattraktivität vermehrt nach attraktiven Leistungsbausteinen suchen. Nachhaltige Vorsorge und die Reduktion der Krankheitskosten spielen gerade angesichts alternder Belegschaften eine wichtige Rolle. Und Fachkräfteengpässe führen dazu, dass bei der Aufgabe, Mitarbeiter zu gewinnen und zu binden, attraktive „Compensational-Benefit-Pakete“ geschnürt werden, bei denen auch die bKV eine attraktive Rolle spielen kann. Vor allem die wirtschaftsstarken Bundesländer Bayern und Baden-Württemberg, die bereits spürbar unter einem Fachkräftemangel leiden, werden das höchste Abschlusspotenzial zugesprochen. Abhängig ist der tatsächliche Vermittlungserfolg allerdings vom Spezialisierungsgrad: Denn die bKV ist alles andere als ein „Mitnahmegeschäft“ und verlangt von den Maklern hohe Überzeugungskraft, langen Atem und Produktexpertise.

### **Produktpräferenzen in der bKV**

Im Anbahnungsprozess bestimmt die Verkaufsstory die Produktpräferenz der Makler. Die Vielzahl der zur Vermittlung der Stärken der bKV genutzten Argumente folgt dabei im Wesentlichen zwei Strategien: Die erste Verkaufsstrategie hebt primär den langfristigen Aspekt der Reduzierung der Krankheitskosten der Unternehmen hervor. Die daraus folgende Empfehlung richtet sich explizit auf den Vorsorgebaustein, der als Basis jeder betrieblichen Krankenvorsorge angesehen wird – idealerweise wird dieser zusätzlich mit einem Stationärarbit kombiniert. Die zweite Verkaufsstrategie fokussiert in der Praxis hingegen auf die Stärkung der Arbeitgeberattraktivität durch unmittelbar verfügbare bzw. erlebbare Leistungen für die Arbeitnehmer. Als Bausteine empfohlen werden hier dann vor allem die Zahntarife und/oder auch die Brillentarife.

*„Die Anbieter sollten ihre Unterlagen an die zentralen Verkaufsstories und Nutzenargumente der Makler anpassen. Damit haben sie auch höhere Chancen im Verkaufsgespräch eingesetzt zu werden“,* sagt Christina Barschewski, Studienleiterin bei HEUTE UND MORGEN.

## **Heterogene Produkt- und Anbieterlandschaft**

Aus Sicht der Makler sind die bKV-Angebote der einzelnen Anbieter hinsichtlich ihrer zahlreichen Bedingungen und Leistungen sehr heterogen. Insbesondere die kausale Verknüpfung der Bedingungen, wie bspw. Verzicht auf Gesundheitsprüfung und damit einhergehende Mindestkollektivgröße, werden kontrovers diskutiert, da diese von Versicherer zu Versicherer unterschiedlich angeboten werden.

Einigkeit herrscht hingegen bei der Favorisierung von Tarifen ohne Alterungsrückstellung, da dies für den Arbeitgeber kostengünstiger ist. Wichtige Ausnahme ist hier der Stationärтарif. Ein Teil der Makler präferiert statt einer Alterungsrückstellung aber auch den Weg über eine Anwartschaftsoption, um den Stationärтарif für Arbeitgeber bezahlbar zu gestalten.

Darüber hinaus gibt es zahlreiche weitere Bedingungen, die es zu beachten gilt, wie bspw. Anzahl an Alterstaffeln, Portabilität der bKV, Mitversicherungsoption von Familienangehörigen oder auch den Einschluss von Vorerkrankungen.

## **Aktuelle Anbieterpräferenzen der Makler**

Jede Gesellschaft hat aus Maklersicht ihre spezifischen Vor- und Nachteile, die bislang auch noch kein Vergleichsrechner optimal vergleichen kann. Zu den aktuellen „Maklerlieblingen“ zählen in der Untersuchungsstichprobe aktuell am häufigsten die SDK und die HALLESCHE, gefolgt von der R+V. Die Detailanalyse zeigt für diese und weitere bKV-Anbieter wie Allianz, Arag, Axa, Barmenia, DKV, Gothaer und UniVersa die aus Maklersicht jeweils spezifischen Stärken- und Schwächen-Profile.

## **Studienbestellung**

Die komplette rund 120-seitige Studie „Betriebliche Krankenversicherung – Marktperspektiven aus Maklersicht“ mit vielen weiteren Ergebnissen und ausführlichen produkt-, anbieter- und zielgruppenspezifischen Differenzierungen kann direkt über die HEUTE UND MORGEN GmbH bezogen werden. Die Studie ist Teil der Studienreihe „Klartext Assekuranz: Marktperspektiven aus Maklersicht“, die auf Basis von Expertenbefragungen mit Versicherungsmaklern zu einzelnen Produktsegmenten regelmäßig tiefgehende Einblicke in den unabhängigen Maklervertriebskanal gibt.

Weitere Studieninformationen:

[http://www.heuteundmorgen.de/frontend/media/files/studienflyer\\_makler-dialog\\_bkv.pdf](http://www.heuteundmorgen.de/frontend/media/files/studienflyer_makler-dialog_bkv.pdf)

## **Kontakt**

Tanja Höllger  
Geschäftsführerin  
HEUTE UND MORGEN GmbH  
Venloer Straße 19  
50672 Köln

Telefon: +49 221 99 500 512  
E-Mail: [tanja.hoellger@heuteundmorgen.de](mailto:tanja.hoellger@heuteundmorgen.de)  
[www.heuteundmorgen.de](http://www.heuteundmorgen.de)