



HEUTE UND MORGEN

MARKTFORSCHUNG ▶ BERATUNG

Betriebliche Krankenversicherung (bKV): Akzeptanz, Attraktivität und Ausgestaltungswünsche aus Arbeitnehmersicht

HEUTE UND MORGEN Finanzmarkttrends – Herbst 2012

Hintergrund und Studieninhalte

Nachdem die betriebliche Krankenversicherung über viele Jahre ein Stiefmütterchen-Dasein fristete, hat die Entscheidung des Bundesfinanzhofes im April letzten Jahres, die Ausgaben der Arbeitgeber zur betrieblichen Krankenversicherung als Sachzuwendungen einzustufen, eine neue Initialzündung bei den Versicherern ausgelöst: Immer mehr Gesellschaften preschen mit neuen bKV-Tarifen auf den Markt bzw. modifizieren ihre Angebote und forcieren Kommunikation und Vertrieb.

Als zentrales Verkaufsargument in der Kommunikation an die Unternehmen wird dabei immer wieder genannt, dass die betriebliche Krankenversicherung im „War for Talents“ unterstützt und ihr ein hoher Nutzen als Mitarbeitergewinnungs- und Mitarbeiterbindungs-Instrument zukommt.

Aber wie sehen das eigentlich die Arbeitnehmer? Steigert eine betriebliche Krankenversicherung wirklich die Attraktivität eines Arbeitsplatzes? Und kann man über eine bKV alle Mitarbeiter ansprechen oder nur bestimmte Mitarbeitergruppen? Antworten auf diese und vielen weiteren Fragen zum Thema bKV finden Sie in der aktuellen Ausgabe unserer Finanzmarktrends „Betriebliche Krankenversicherung (bKV): Akzeptanz, Anreize und Ausgestaltungswünsche aus Arbeitnehmersicht“, für die wir 1.003 Berufstätige repräsentativ befragt haben.

Studieninhalte

Die folgenden Themen stehen in der Studie im Mittelpunkt und werden nach diversen Subgruppen wie z.B. Alter, Einkommensklassen, Branchenzugehörigkeit, Unternehmensgröße und PKV-/KV-Zusatzbesitz analysiert:

- ▶ Grundsätzliche Mitarbeiterzufriedenheit und -bindung
- ▶ Besitz und Zufriedenheit mit diversen Zusatzleistungen (inkl. bAV)
- ▶ Attraktivität und Abschlussbereitschaft der bKV im Vergleich zu weiteren getesteten Konzepten (Kreditvergabe durch den Arbeitgeber, arbeitgeberfinanzierte Unfall- und Rechtsschutzversicherung)
- ▶ Vorteile und Vorbehalte gegenüber der bKV
- ▶ Gewünschte Leistungsbausteine und Zusatzleistungen
- ▶ Genutzte und gewünschte Informationswege

Wir freuen uns, wenn wir Ihr Interesse an unserer Studie wecken konnten und stehen Ihnen für Rückfragen gerne zur Verfügung.

Mit besten Grüßen aus Köln

Ihr HEUTE UND MORGEN Team

Untersuchungsdesign und Eckdaten

Stichprobe

- ▶ n=1.003 Berufstätige zwischen 16 und 60 Jahren (Repräsentativ-Verteilung)
- ▶ Ausschluss: keine Mini-Jobber, keine Beamten und Selbständige/Freiberufler

Erhebungsform

- ▶ Onlinebefragung in einem Verbraucherpanel

Befragungsdauer

- ▶ Ø ca. 15 Minuten

Befragungszeitraum

- ▶ 20.09.2012 - 05.10.2012

Auszug aus den Ergebnissen (I)

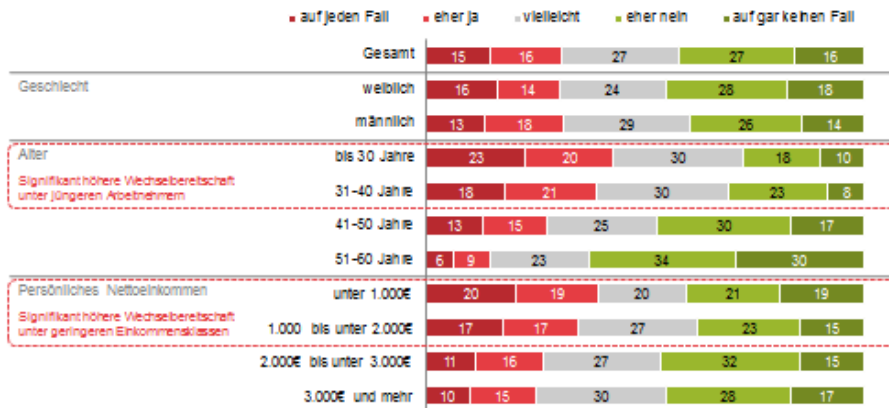
4. Generelle Relevanz von Zusatzleistungen für die Mitarbeiterbindung

Jüngere und einkommensschwächere Arbeitnehmer sind deutlich wechselbereiter.



Wechselabsicht

Können Sie sich vorstellen, Innerhalb der nächsten drei Jahre den Arbeitgeber zu wechseln?



(Angaben in Prozent; Gesamt: n=925; Subgruppen: n=115-527)

Quelle: „Betriebliche Krankenversicherung (bKV): Akzeptanz, Attraktivität und Ausgestaltungswünsche aus Arbeitnehmersicht“

© 2012 HEUTE UND MORGEN GmbH 20

- Detaillierte Ergebnisse zum Thema Mitarbeiterzufriedenheit und -bindung nach diversen Kriterien

- Aktuell genutzte Zusatzleistungen und Beurteilung der Attraktivität der einzelnen Leistungen sowie deren Relevanz für die Mitarbeiterbindung

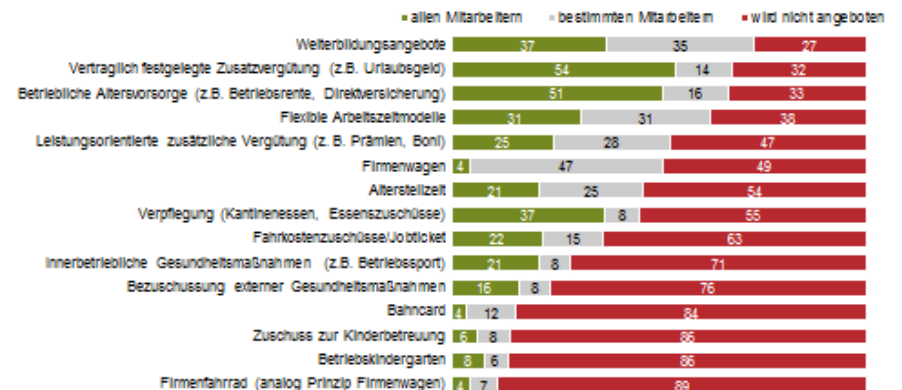
5. Welche Zusatzleistungen aktuell angeboten und genutzt werden

In zwei Dritteln der Unternehmen wird bereits eine betriebliche Altersvorsorge angeboten, Gesundheitsmaßnahmen sind dagegen aktuell in weniger als einem Drittel der Unternehmen etabliert.



Angebotene Zusatzleistungen (I)

Welche Zusatzleistungen werden neben dem Gehalt von Ihrem Arbeitgeber grundsätzlich angeboten?



(Angaben in Prozent; Ranking nach Top3-Bew. n=552-955)

Quelle: „Betriebliche Krankenversicherung (bKV): Akzeptanz, Attraktivität und Ausgestaltungswünsche aus Arbeitnehmersicht“

© 2012 HEUTE UND MORGEN GmbH 28

Auszug aus den Ergebnissen (II)

6. Attraktivität und Anreizwirkung der betrieblichen Krankenversicherung

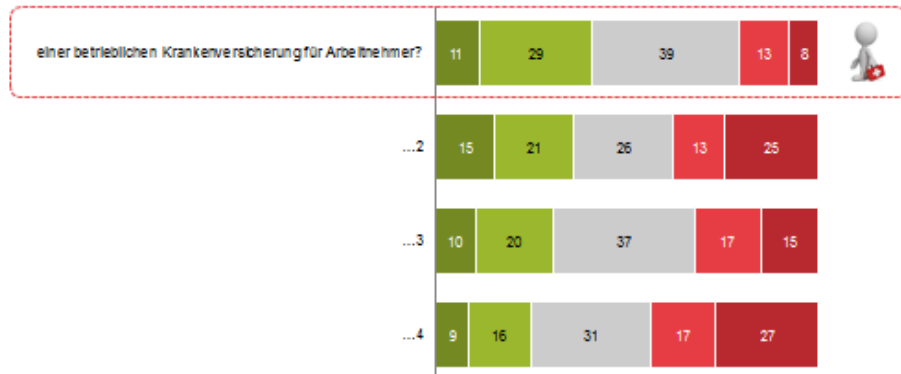
Die betriebliche Krankenversicherung wird von allen getesteten Konzepten als am attraktivsten empfunden.

HEUTE UND MORGEN

Attraktivität der Konzepte

Wie beurteilen Sie die Idee ...?

■ außerordentlich attraktiv ■ sehr attraktiv ■ attraktiv ■ eher attraktiv ■ unattraktiv



(Angaben in Prozent, n=246-242)

Quelle: „Betriebliche Krankenversicherung (bKV): Akzeptanz, Anreize und Ausgestaltungswünsche aus Arbeitnehmersicht“

© 2012 HEUTE UND MORGEN GmbH 38

- Beurteilung der bKV im Vergleich zu anderen Konzepten. Daneben werden auch die Abschlussbereitschaft und Wirkung auf die Arbeitsplatzattraktivität nach diversen Kriterien dargestellt.

- Zu den Vorteilen und Vorbehalten der bKV werden die wichtigsten Originalzitate dargestellt.

7. Treiber und Hemmnisse der betrieblichen Krankenversicherung

Vorteile der bKV: O-Töne (I)

Positive Aspekte einer bKV – Offene Abfrage (II)

Was gefällt Ihnen an diesem Angebot besonders gut?



(Auszug aus den offenen Nennungen)

Quelle: „Betriebliche Krankenversicherung (bKV): Akzeptanz, Anreize und Ausgestaltungswünsche aus Arbeitnehmersicht“

© 2012 HEUTE UND MORGEN GmbH 54

Bestell-Fax für die Studie an: 0221 - 995005 29

► Bestellung

Hiermit bestellen wir verbindlich die Studie
„Betriebliche Krankenversicherung (bKV): Akzeptanz, Attraktivität und
Ausgestaltungswünsche aus Arbeitnehmersicht“

Listenpreis: 1.500 € zzgl. MwSt.

► Empfänger und Rechnungsadresse

Name, Vorname:

Firma, Abteilung:

Straße:

PLZ, Ort:

Telefon:

E-Mail-Adresse
zur Versendung:

Ort, Datum, Unterschrift

HEUTE UND MORGEN Studienreihen

- ▶ HEUTE UND MORGEN verfügt über profunde Erfahrung und Kompetenz im Finanzdienstleistungsmarkt insgesamt und im besonderem Maße in der Versicherungsbranche.
- ▶ Wir bieten Ihnen hohes Expertenwissen zu aktuellen Marktentwicklungen und einen strategischen Blick auf sämtliche Fragestellungen der Finanzdienstleistungsbranche.
- ▶ Dieser Erfahrungshintergrund fließt in die Konzeption, Umsetzung und Analyse von Marktforschungsprojekten und in eine begleitende Umsetzungsberatung mit ein.
- ▶ Neben den klassischen Zielgruppen (Privat- und Gewerbekunden) ist HEUTE UND MORGEN Spezialist für die Befragung von Vertriebspartnern (Ausschließlichkeit, Makler, Bank) und hat speziell auf diese Zielgruppe zugeschnittene Konzepte entwickelt.
- ▶ Weitere Informationen finden Sie unter:
<http://www.heuteundmorgen.de/Finanzmarktrends.html>
<http://www.heuteundmorgen.de/Zielgruppen.html>

Finanzmarktrends

- ▶ greifen aktuelle Trends und Entwicklungen auf und stellen diese übersichtlich dar
- ▶ testen Innovationen und Ideen auf ihre Akzeptanz und Zukunftsfähigkeit für die Finanzdienstleistungsbranche




Zielgruppen im Finanzmarkt

- ▶ liefern ein tiefgehendes Verständnis für die Erwartungen und Wünsche der jeweiligen Zielgruppe im Hinblick auf Versicherungs- und Finanzprodukte
- ▶ entwickeln und evaluieren zielgruppenspezifische Produktkonzepte, Serviceleistungen und Kommunikationsstrategien



HEUTE UND MORGEN Kurzprofil

Kurzprofil

- ▶ Unabhängiges Full-Service-Marktforschungsinstitut
- ▶ Sitz im Herzen von Köln
- ▶ Gründung im Dezember 2009 durch vier Führungskräfte eines renommierten Kölner Marktforschungsinstitutes
- ▶ 7 Mitarbeiter + Netzwerk an freien Mitarbeitern
- ▶ Insgesamt über 40 Jahre Marktforschungserfahrung durch die Gründer
- ▶ Mitgliedschaft beim 
- ▶ Zertifizierter Datenschutz über externen, TÜV-zertifizierten Datenschutzbeauftragten
- ▶ Partner und Lehraufträge an der



Unsere Grundsätze

- HEUTE UND MORGEN steht für
- ▶ unseren Anspruch, über das Heute hinaus zu denken und unsere Kunden durch intelligente Marktforschung und strategische Beratung bestmöglich auf die Zukunft vorzubereiten
 - ▶ und unsere Kunden dabei langfristig zu begleiten.
 - ▶ Wir liefern unseren Kunden das Wissen, das sie benötigen, um die richtigen Entscheidungen für die Zukunft zu treffen.

Referenzen (Auszug)



Methoden & Forschungsbereiche

- ▶ Quantitative und qualitative Marktforschung
- ▶ Sämtliche Befragungsmethoden
 - ▶ Quantitativ: Online-, CATI-, schriftliche und persönliche Befragungen
 - ▶ Qualitativ: qualitative Interviews (telefonisch und persönlich), Gruppendiskussionen, Kreativ-Workshops
- ▶ Marktforschungslösungen für alle marktrelevanten Fragestellungen:
 - ▶ Beziehungsmanagement (Kunden-, Vertriebspartner- und Mitarbeiterbefragungen)
 - ▶ Marken- und Kommunikationsforschung
 - ▶ Markt- und Zielgruppenanalysen
 - ▶ Produkt- und Preisforschung (Produkttests, Conjoint-Analysen, Marktpotenzialanalysen)