

IN KOOPERATION MIT



HEUTE UND MORGEN

HEUTE UND MORGEN TRENDSTUDIE – April 2017

Betriebliches Gesundheitsmanagement und betriebliche Krankenversicherung: Chancen, Potentiale und Bedarfe aus Arbeitgebersicht



HINTERGRUND UND ZIELSETZUNG

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

HEUTE UND MORGEN untersucht die Attraktivität und Akzeptanz der bKV bereits seit 2012 – und zwar in dreifacher Perspektive: aus Sicht von Arbeitgebern, Arbeitnehmern und Maklern (Vertriebssicht).

Unsere aktuelle Arbeitgeberbefragung zeigt beispielsweise, dass die wahrgenommene Schwierigkeit der Unternehmen, geeignete Mitarbeiter zu rekrutieren, seit 2014 nochmals deutlich von 46 auf aktuell 76 Prozent zugenommen hat. Weitere elementare Herausforderung ist die Reduktion der Krankheitszeiten (laut AOK-Fehlzeitenreport 2016 durchschnittlich 19,5 Tage pro Mitarbeiter/ Jahr), die in Unternehmen mit mehr als 50 Beschäftigten von 60 Prozent der Unternehmensverantwortlichen als zentrales Handlungsfeld angesehen werden.

Generell bietet fast jedes Unternehmen ab 10 Beschäftigten seinen Mitarbeitern bereits einzelne Maßnahmen der betrieblichen Gesundheitsförderung an; bisher allerdings oft nur die gesetzlich vorgeschriebenen (wie bspw. ergonomische Arbeitsplätze, ärztliche Vorsorgeuntersuchungen, betriebliche Eingliederungsmaßnahmen).

Grundsätzlich also ein idealer Nährboden für attraktive Produkte und intelligente Vertriebsaktivitäten der bKV. Vor allem als Personalinstrument im Rahmen ganzheitlicher Recruiting- und Bindungsstrategien der Unternehmen sowie als präventionsorientierter Baustein innerhalb des Betrieblichen Gesundheitsmanagements.

Gerade letzteres setzen Unternehmen zunehmend ein, mit dem Ziel, Fehlzeiten zu reduzieren, neue Mitarbeiter zu gewinnen und zu binden und sich insgesamt als fürsorglicher Arbeitgeber zu positionieren. Hier lässt sich mit der bKV hervorragend andocken.

Unsere Studie liefert Ihnen einen

- Überblick, wie weit BGF und BGM in Unternehmen verschiedener Größenklassen bereits verwurzelt sind und
- welche Unterstützungsangebote seitens Krankenkassen und Privat Versicherer hier gewünscht sind.

Im zweiten Teil erhalten Sie einen Überblick über das Wissen und die Einstellung der Unternehmensentscheider zur betrieblichen Krankenversicherung (bKV) und wir liefern Ihnen Impulse für bedarfsorientierte Verkaufsargumente.

Unsere Studie bietet Ihnen viele Anregungen, wie Sie als Anbieter bei Unternehmen mit BGM-Angeboten und betrieblicher Krankenversicherung (bKV) strategisch punkten können!

Ihr HEUTE UND MORGEN Team

UNTERSUCHUNGSDESIGN UND ECKDATEN



Befragungsmethode:

- Telefonische Befragung (CATI)



Befragungsdauer:

- Ø 20 Minuten



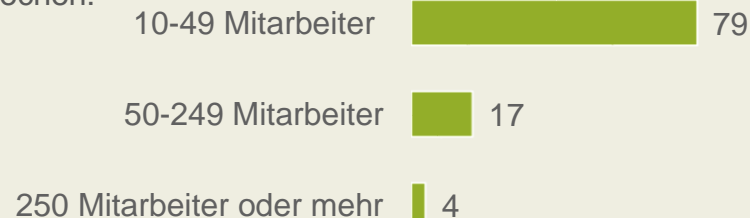
Befragungszeitraum:

- 28.01.2017 bis 24.02.2017



Stichprobe:

- Befragt wurden 300 Personen, die in ihrem Unternehmen für die Einführung von Zusatzleistungen für Mitarbeiter, wie z.B. gesundheitsfördernde Maßnahmen oder die betriebliche Altersvorsorge zuständig sind.
- Da die Unternehmensgröße bei den Themen betriebliches Gesundheitsmanagement und betriebliche Krankenversicherung ein entscheidender Faktor ist, wurde ein disproportionaler Stichprobenansatz gewählt:
 - 100 Interviews mit Unternehmen mit 10 bis 49 Mitarbeiter
 - 100 Interviews mit Unternehmen mit 50 bis 249 Mitarbeiter
 - 100 Interviews mit Unternehmen mit 250 Mitarbeitern und mehr
- Die Gesamtergebnisse werden so gewichtet, dass sie der tatsächlichen Verteilung der Anzahl der Unternehmen je Größenklasse entsprechen:



Angaben in %, Quelle: Statistisches Bundesamt, Unternehmensregister (Stand: 29.02.2016)



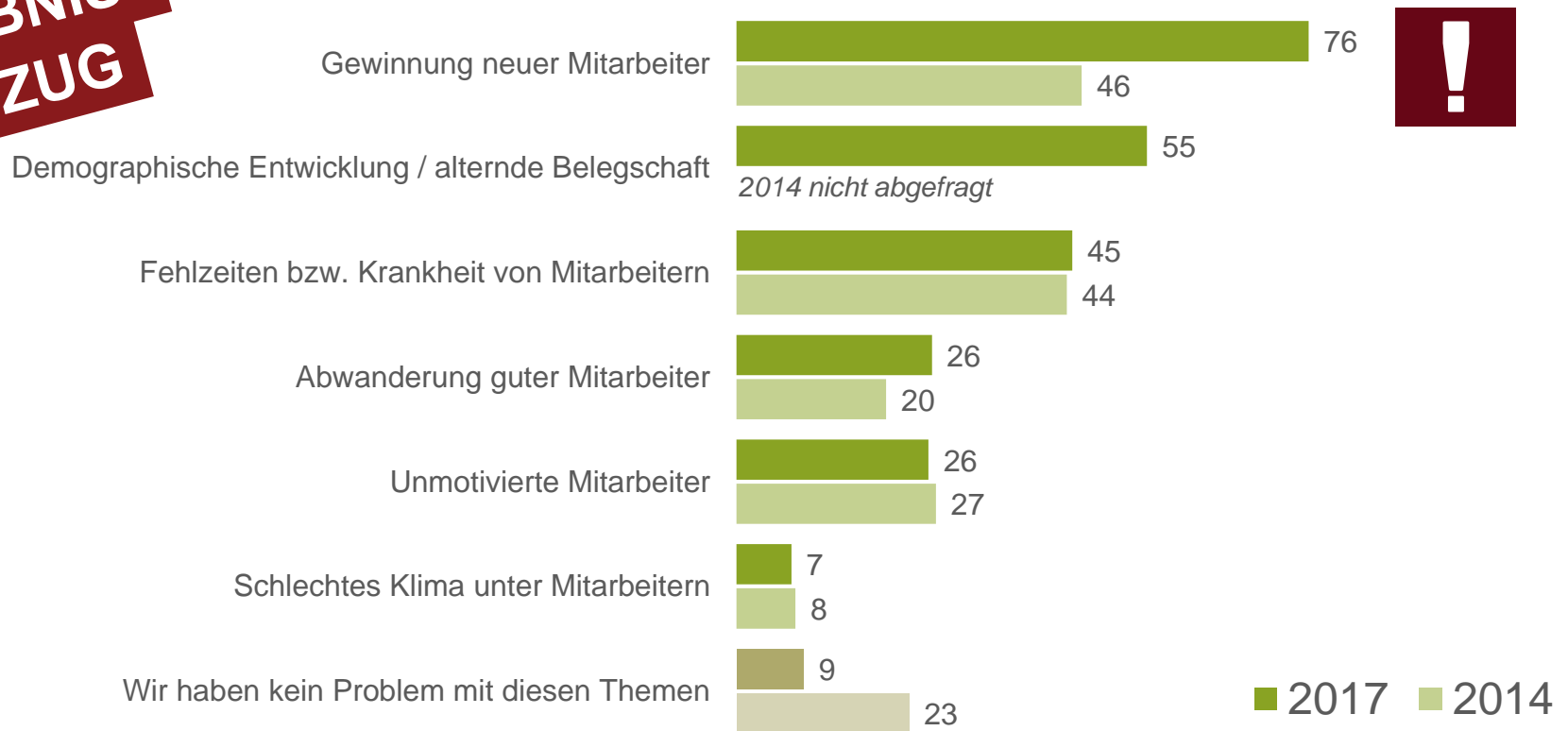
Wir liefern Ihnen mit dieser Studie die Antworten auf die erfolgsrelevanten Fragestellungen im BGM- und bKV-Vertrieb:

- Zielgruppenpotenzial: Wie groß ist das Absatzpotenzial? Welche Branchen und Unternehmensgrößen sind besonders affin für BGM und betriebliche Krankenversicherung?
- Verkaufsargumente: Mit welchen Verkaufsargumenten lassen sich die Unternehmen überzeugen? Welche Vorbehalte müssen ausgeräumt werden? Wo drückt bei den Unternehmen der Schuh?
- Verknüpfungen, Services und Kooperationen: Welche Berührungspunkte bestehen zum betrieblichen Gesundheitsmanagement? Was wird bereits geboten und wo besteht konkreter Unterstützungsbedarf seitens GKV und PKV? Wie sattelfest fühlen sich die Unternehmen beim Thema Gefährdungsbeurteilung? Wie können Anbieter hier unterstützen? Welche Kooperationen sind lohnenswert?
- Produktvarianten: Welche bKV-Varianten werden bisher abgeschlossen? Welche Prämien werden gezahlt? Wie hoch ist die Zahlungsbereitschaft potenzieller Kunden und was wünschen diese Arbeitgeber an konkreten Leistungen für ihre Mitarbeiter?

Die Schwierigkeit geeignete Mitarbeiter zu rekrutieren, wird aktuell am höchsten eingeschätzt und hat im Vergleich zu 2014 drastisch zugenommen.

? Welche der folgenden Themen sehen Sie aktuell als wichtige Probleme Ihres Unternehmens an?

**ERGEBNIS-
AUSZUG**



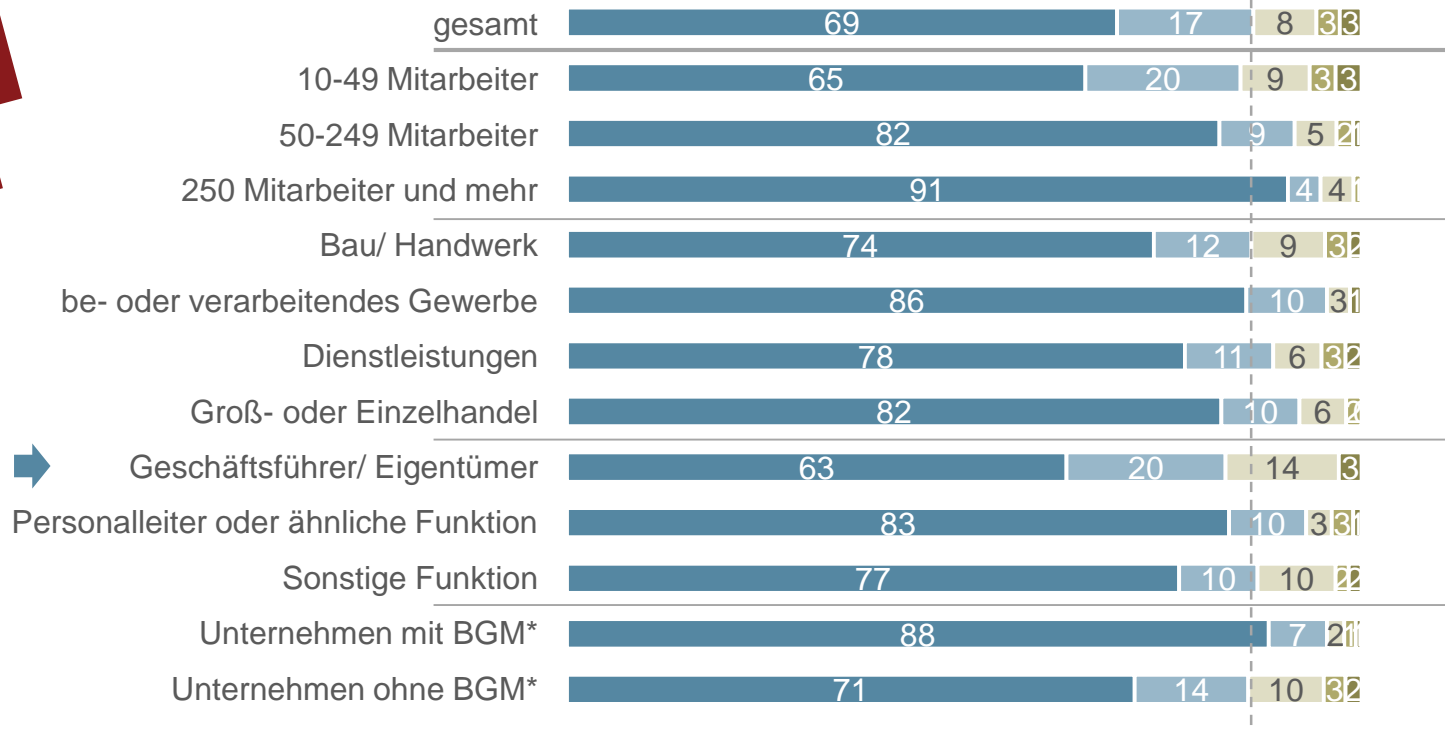
Angaben in Prozent; Ranking nach gesamt 2017; gesamt: 2017: n=298, 2014: n=300; Mehrfachnennung möglich

Für die Mehrheit der Befragten (86%) ist betriebliches Gesundheitsmanagement mehr als rückschonende Arbeitsplätze und eine Salatbar.

? Betriebliches Gesundheitsmanagement ist mehr als rückschonende Arbeitsplätze und eine Salatbar in der Kantine.

**ERGEBNIS-
AUSZUG**

■ trifft voll zu ■ trifft eher zu ■ teils, teils ■ trifft eher nicht zu ■ trifft gar nicht zu



Geschäftsführer/
Eigentümer bewerten diese
Aussage etwas kritischer. ➔

Angaben in Prozent; gesamt: n=284, Unternehmensgröße: n=92-97, Branche: n=51-99; Funktion: n=35-186; Unternehmen mit/ ohne BGM: n=137-147

* Die genaue Definition der Subgruppe findet sich im Anhang auf Seite 119.

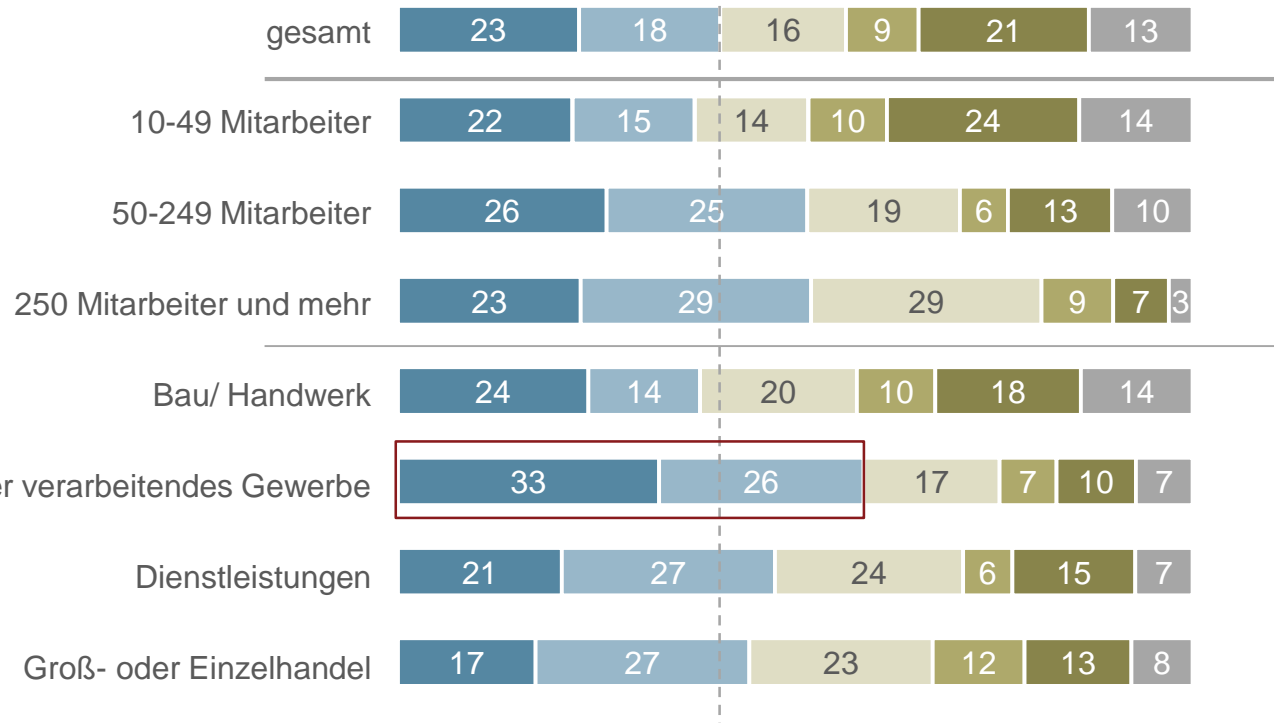
Körperliche Belastungen im Fokus: 41% der Unternehmen geben an, dass ihre Maßnahmen vornehmlich auf die Reduzierung körperlicher Belastungen zielen.

Filter: nur Unternehmen, in denen mindestens eine konkrete Gesundheitsmaßnahme angeboten wird (93%)

? Die von uns angebotenen Gesundheitsmaßnahmen dienen vornehmlich der Reduzierung körperlicher Belastungen.

**ERGEBNIS-
AUSZUG**

■ trifft voll zu ■ trifft eher zu ■ teils, teils ■ trifft eher nicht zu ■ trifft gar nicht zu ■ weiß nicht



Mit 59% ist der Anteil an Maßnahmen zur Reduzierung rein körperlicher Belastungen in der Gewerbebranche besonders hoch.





BETRIEBLICHE KRANKENVERSICHERUNG

Die richtigen Argumente im Vertrieb einsetzen

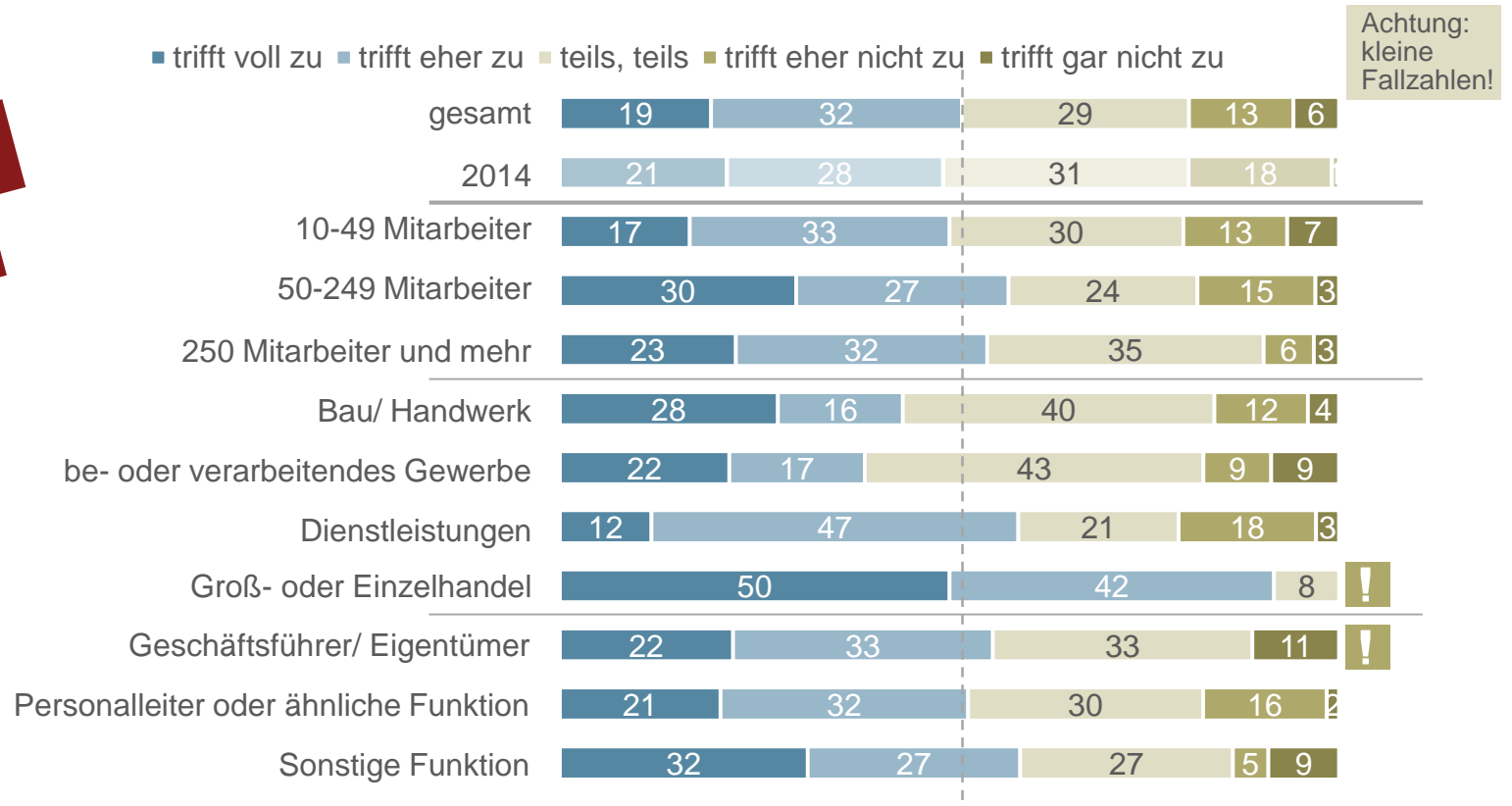
Jedes Zweite Unternehmen erhofft sich mit Einführung einer bKV durch eine bessere medizinische Versorgung eine Reduzierung der Fehlzeiten.

Filter: nur Unternehmen, die sich (vielleicht) vorstellen können eine bKV abzuschließen (40%)



Möglicher Vorteil: Fehlzeiten können durch bessere medizinische Versorgung reduziert werden.

**ERGEBNIS-
AUSZUG**



Angaben in Prozent; 2017: gesamt: n=94; 2014: n=120; Unternehmensgröße: n=30-33; Branche: n=12-34; Funktion: n=9-63; Filter: nur Unternehmen, die sich (vielleicht) vorstellen können, zukünftig eine bKV anzubieten

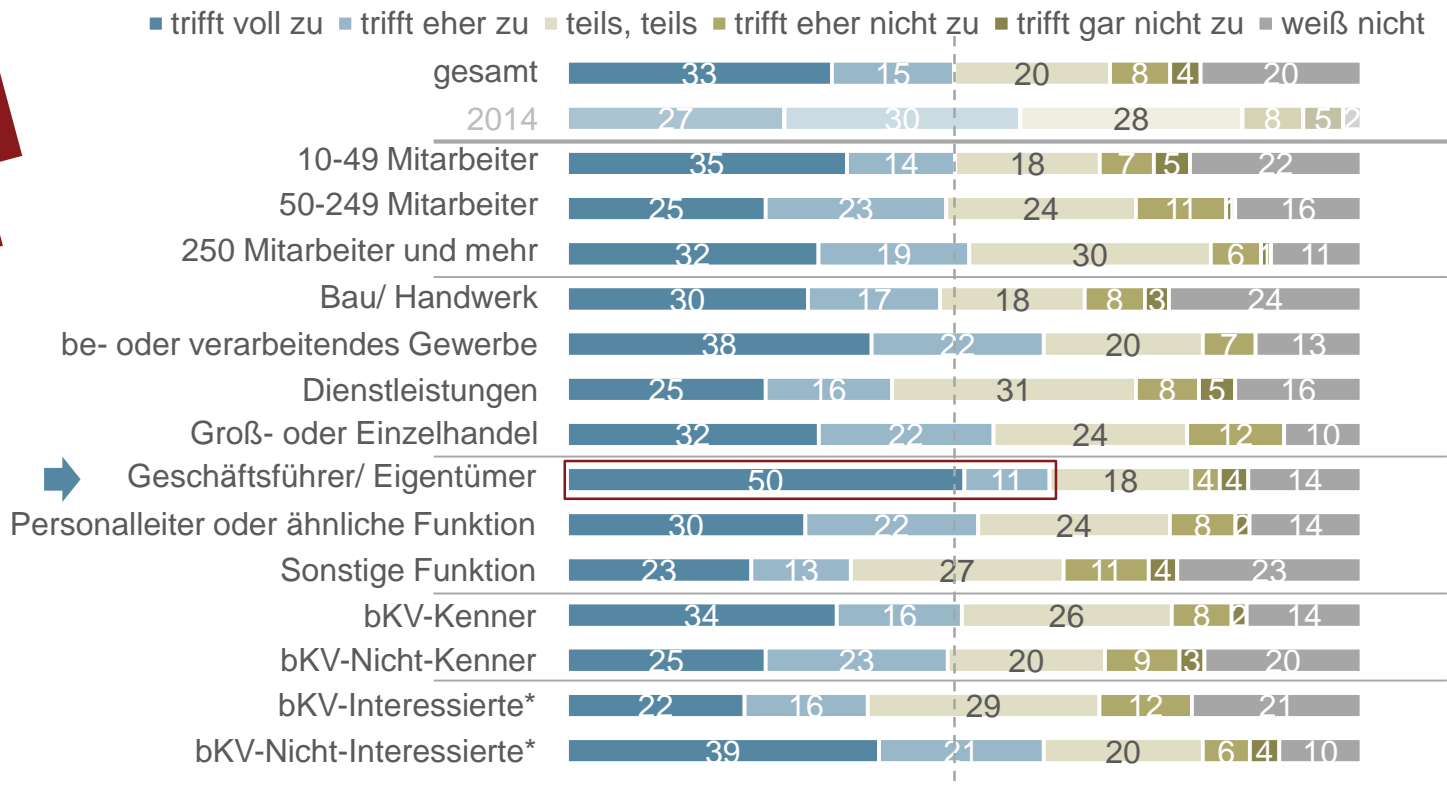
Befürchtungen hinsichtlich des hohen organisatorischen Aufwands verbunden mit einer bKV äußern 48% der Unternehmen.

Filter: nur Unternehmen, die bisher noch keine bKV anbieten (91%)

? Möglicher Nachteil: Es wird ein hoher organisatorischer Aufwand im Unternehmen verursacht.

**ERGEBNIS-
AUSZUG**

61% der Geschäftsführer/
Eigentümer äußern
Bedenken hinsichtlich des
hohen organisatorischen
Aufwandes bei Einführung
einer bKV.



Angaben in Prozent; gesamt: 2017: n=255; 2014: n=261; Unternehmensgröße: n=79-88, Branche: n=41-88; Funktion: n=28-170; bKV-Kenner/ Nicht-Kenner: n=96-159; bKV-Interessierte/ Nicht-Interessierte: n=103-135; Filter: nur Unternehmen, die bisher noch keine bKV anbieten. * Die genaue Definition der Subgruppe findet sich im Anhang auf Seite 121.

BESTELLUNG DER STUDIE

Bestellung per E-Mail an: tanja.hoellger@heuteundmorgen.de / oder per Fax an: +49 221 99 5005 29

NETTOKOSTEN
ZZGL. GESETZL. MWST

➔ Betriebliches Gesundheitsmanagement und betriebliche Krankenversicherung: Chancen, Potenziale und Bedarfe aus Arbeitgebersicht

| | | |
|--------------------------|---|---------|
| <input type="checkbox"/> | Studienbericht im Pdf-Format (ca. 126 Seiten) | 3.450 € |
|--------------------------|---|---------|

➔ Ihre Kontaktdaten

| | | | |
|--|--|--------------------------|--|
| Name, Vorname | | Unternehmen, Abteilung | |
| E-Mail-Adresse zur Versendung des Berichts | | Telefon | |
| Rechnungsadresse | | Ort, Datum, Unterschrift | |

IHRE ANSPRECHPARTNER BEI FRAGEN

- Tanja Höllger; tanja.hoellger@heuteundmorgen.de; +49 (0)221 995005-12
- Julia Nachtsheim; julia.nachtsheim@heuteundmorgen.de; +49 (0)221 995005-21

EIGENSTUDIEN- STUDIEN bKV

HEUTE UND MORGEN EIGENSTUDIEN

- Bereits seit 2012 befassen wir uns in unseren Eigenstudien regelmäßig mit dem Thema bKV und BGM.
- Um insgesamt einen umfassenden Einblick zu erlangen, untersuchen wir das Thema aus unterschiedlichen Perspektiven und Zielgruppen.
- Folgende Studien sind hierzu bisher erschienen:
 - „Klartext Assekuranz – Marktperspektiven aus Maklersicht. Experteninterviews mit Versicherungsmaklern zum Thema betriebliche Krankenversicherung“ (2015)
 - „Betriebliche Krankenversicherung (bKV): Wie Arbeitgeber überzeugt werden können“ (2014)
 - „Betriebliche Krankenversicherung (bKV): Akzeptanz, Attraktivität und Ausgestaltungswünsche aus Arbeitnehmersicht“ (2012)
- Weitere Eigenstudien, die in diesem Zusammenhang interessant für Sie sein könnten:
 - Online-Kundenportale von Krankenkassen: Nutzungspotenziale und Serviceerwartungen (2016)
 - Wie GKV und PKV mit Transparenz, Sympathie und Vertrauen bei Kunden strategisch punkten können (2015)
 - Erfolgreiche Facebook-Strategien für gesetzliche Krankenversicherer (2015)
 - Beitragskommunikation in der GKV: Nach der Beitragsanpassung ist vor der Beitragsanpassung (2015)
 - Customer Journey Gesetzliche Krankenversicherung (2014)

HEUTE UND MORGEN

WAS WIR ANBIETEN



HEUTE UND MORGEN

KURZPROFIL

- Full-Service-Institut mit Sitz im Herzen von Köln
- Mitgliedschaft beim BVM
- TÜV-zertifizierter externer Datenschutzbeauftragter
- Zahlreiche Partnerschaften & Lehraufträge & Netzwerke

QUALITATIVE METHODEN



Interview



Kreativ-
workshop



Gruppen-
diskussion



Online
Community

QUANTITATIVE METHODEN



online



persönlich



mobile



schriftlich



telefonisch

FORSCHUNGS- UND BERATUNGSLÖSUNGEN



Kundenzufriedenheit



Produkt und Preis



Marke



Mitarbeiterzufriedenheit



Kommunikation



Digitaler und kultureller Wandel

WEN WIR BEGEISTERN



HEUTE UND MORGEN

Allianz 

CARGLASS 

R+V 

COMMERZBANK 

ERGO 

BITMARCK 

Deutsche Post DHL 

OTTO 

Google 

Hermes 

adesso 

REWE 

KYOCERA 

.comdirect 

VER SICHER KAMMER UNGS
KAMMER BAYERN 

GENERALI 

GARDENA 

ISO TEC 

DEICHMANN 

Gothaer 

World Vision 

Schwäbisch Hall 

tesa 

LBS 

Messe München International 

NORDEX 

ZURICH 

Sparkasse Siegen 

PROSEGUR 

WeightWatchers 

„HEUTE UND MORGEN hat unser Haus bereits bei zahlreichen Studien begleitet – von kleineren AdHoc-Fragestellungen bis hin zu umfangreichen Trackings überzeugt uns immer wieder die gute methodische und inhaltliche Beratung und hohe Kundenorientierung bei der Umsetzung.“
Sascha von Rutkowski, Abteilung Strategie & Analyse, OTTO

„Bei HEUTE UND MORGEN können wir uns auf ein Höchstmaß an Professionalität, Flexibilität und Engagement verlassen. Wir schätzen die fundierte Beratung, die aussagefähigen Präsentationen und den angenehmen persönlichen Kontakt. Die Zusammenarbeit mit so erfahrenen Marktforschern macht Spaß!“
Wiebke Erprath, Leitung Market Research, CARGLASS

„Neben individueller Ausrichtung und großer Flexibilität schätzen wir an HEUTE UND MORGEN besonders die qualitativ hochwertige Umsetzung und Ergebnisaufbereitung. In der Zusammenarbeit konnten wir schon viele wichtige Erkenntnisse für unser Haus gewinnen.“
Frauke Keuser, Abteilung Marketingplanung Marktforschung, R+V Allgemeine Versicherung AG