



**HEUTE UND MORGEN**

MARKTFORSCHUNG • BERATUNG



Ausgabe 4  
**Betriebliche  
Krankenversicherung  
(bKV)**

**Klartext – Marktperspektiven aus Maklersicht  
Experteninterviews mit Versicherungsmaklern**

# Fragen brauchen Antworten!

Wie, wo und zu welchen bKV-Themen möchten Makler geschult werden?

Brauchen wir im Stationärтарif eine Anwartschaftsoption?

Welche Kollektivgrößen sind aus Maklersicht optimal?

Welche Marketingunterlagen benötigt der Makler und welche Produktinformationen sind wichtig?

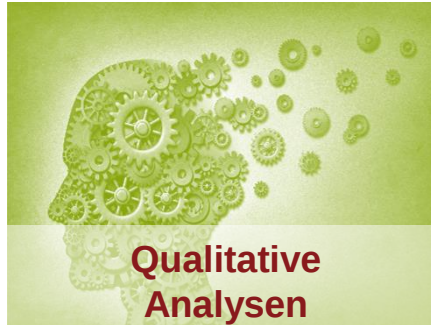
Welche Unternehmen sind besonders affin für eine bKV?

Wie wird unser bKV-Portfolio im Wettbewerbsumfeld eingeschätzt?

Hat unser bKV-Angebot einen USP aus Maklersicht?

**Bitte umblättern ►**

# Nicht nur an der Oberfläche kratzen - die qualitative Analyse dringt weiter!



Mit unserer Studienreihe „**Klartext Assekuranz – Marktperspektiven aus Maklersicht** (Experteninterviews mit Versicherungsmaklern)“ möchten wir ein **tiefgehendes Verständnis** für die Erwartungen und Wünsche der Versicherungsmakler an die Produktgeber im Bereich betriebliche Krankenversicherung (bKV) vermitteln.

Durch die intensive und lange Auseinandersetzung in den mehr als einstündigen Interviews, die ausschließlich von Assekuranz-Experten durchgeführt werden, erhalten Sie einen tieferen Einblick in die bKV-Produktwelt, die nur mit einer qualitativen Analyse zu erreichen ist.



Bedarfsgerechte Vertriebsunterstützung heißt die **Ausrichtung aller Leistungen und produktbegleitenden Prozesse** an den Prozessen des Vertriebs und an den Interaktionen zwischen Makler und Kunde.

Daher beleuchten wir nicht nur die Tarife und Bedingungswerke, sondern den gesamten Vertriebsprozess – von der Anbahnung bis hin zur Policierung und Leistungsregulierung.



Unser Ergebnisbericht ist konsequent darauf ausgerichtet, Sie in die **Gedankenwelt der Makler** einzuführen und für die thematisierten Hürden und Hindernisse im Vertrieb **umsetzbare Lösungen zu entwickeln**.

Die Flexibilität der Methode ermöglicht es, spontane Gedanken und neue Ideen der Makler im Zusammenhang mit dem Befragungsgegenstand direkt zu beleuchten. Somit erhalten Sie eine Vielzahl an **konkreten Handlungsempfehlungen für Ihre bKV-Produktabteilung!**

# Auszug aus den Ergebnissen (I)

Der Anbahnungsprozess ist komplex und sehr langwierig. Bis zum Abschluss brauchen die Makler einen langen Atem und 2 Jahre Akquisezeit sind keine Seltenheit.

HEUTE UND MORGEN  
MARKTFORSCHUNG • BERATUNG

## Der Anbahnungsprozess



Klartext Assekuranz - Marktperspektiven aus Maklersicht - Ausgabe: betriebliche Krankenversicherung

© 2015 HEUTE UND MORGEN GmbH 24

- Detaillierte Ergebnisse zum Anbahnungsprozess und der Zielgruppenauswahl

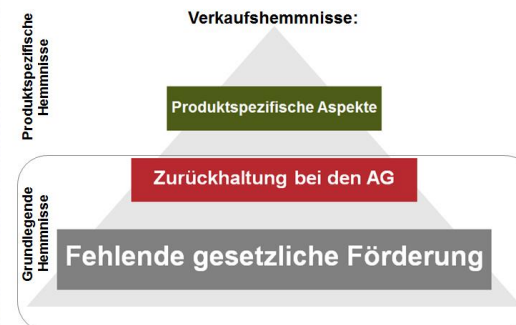
- Betrachtung der relevanten Abschlusstreiber und Abschlusshemmnisse

Neben vielen Vorteilen gibt es aber auch eine Reihe Abschlusshemmnisse und Hürden, die bemängelt werden.

HEUTE UND MORGEN  
MARKTFORSCHUNG • BERATUNG

## Verkaufshemmnisse der bKV

Neben zahlreichen Stärken der bKV sieht sich der unabhängige Vertrieb jedoch auch mit zahlreichen Verkaufshemmnissen konfrontiert. Als grundlegendes Hemmnis wird die aktuelle steuerliche Belastung der bKV betrachtet, ebenso wie die Zurückhaltung der Unternehmen dieses Instrument langfristig im Unternehmen zu implementieren. Zusätzlich kommen noch produktspezifische Schwächen hinzu.



zu geringe Provision  
weitere produktspezifische Hemmnisse  
mangelnde Wertschätzung der AN  
hoher Verwaltungsaufwand  
keine Beitragsstabilität  
hohe Kosten  
Angriff auf Pauschalversteuerung  
gesetzliche Rahmenbedingung nötig  
Wegfall 44 Euro Freigrenze

Klartext Assekuranz - Marktperspektiven aus Maklersicht - Ausgabe: betriebliche Krankenversicherung

© 2015 HEUTE UND MORGEN GmbH 39

# Auszug aus den Ergebnissen (II)

Da bereits über die unterschiedlichen Anbieter nahezu jede Kollektivgröße abgedeckt werden kann, gibt es aus Sicht der Makler hier kaum noch Optimierungsbedarf.

HEUTE UND MORGEN

MARKTFORSCHUNG • BERATUNG

## Mindestanzahl im Kollektiv (I)

Insgesamt ist die Notwendigkeit von Mindestkollektiven sinnvoll und wichtig, sowohl für den Verzicht der Gesundheitsprüfung als auch die Risikokalkulation des jeweiligen Versicherers. Die Anzahl des Mindestkollektivs schwankt jedoch von Versicherer zu Versicherer und die Mindestkollektive sind für einige Makler zu hoch gesetzt, insbesondere bei Stationärтарifen.

### Große Bandbreite

„Ich hab ja heute die Auswahl. Wenn die Gesellschaften das eben so für sich kalkulieren... Ich kann es ja nachvollziehen. Dafür haben wir einen freien Markt und ich kann heute eben anfangen bei 5, 10, 20, 25, 50, so habe ich ja die Wahlmöglichkeiten, also ich glaube da müssen wir nichts machen.“



### Teils zu große Kollektive

„Bei kleineren Firmen bräuchte ich kleinere Kollektive. Wenn Sie eine Firma mit 20 Mitarbeitern haben, dann schwankt ja auch mal die Mitarbeiterzahl. Wenn das Geschäft mal schlecht läuft und jemand entlassen werden muss und das Kollektiv dann zu groß ist, dann fallen die Sondervorteile weg. Das wäre nicht gut. Das ist ein wichtiges Kriterium.“

### Kollektivgrößen wichtig zur Risikokalkulation

„Man muss ja auch immer die andere Seite sehen und jeder Akteur kalkuliert es für sich und jeder sagt sich ok, wo hab ich letztendlich welche Präferenzen? Und dahingehend wird das Mindestkollektiv entsprechend kalkuliert.“

„Bei den Stationärтарifen geht es meistens erst ab 50 Mitarbeitern los, was auch bei mir der Grund ist, weswegen es letztlich scheitert. Hier würde ich mir kleinere Gruppen wünschen, da sollte eigentlich schon ab zehn oder 15 Leuten was möglich sein.“

### Stationär



Klartext Assekuranz - Marktperspektiven aus Maklersicht - Ausgabe: betriebliche Krankenversicherung

© 2015 HEUTE UND MORGEN GmbH

70

- Ausführliche Analyse der präferierten bKV-Bausteine der Arbeitgeber und -nehmer sowie der relevanten Bedingungen

- Das richtige Marketing ist gerade bei der bKV entscheidend!
- Makler haben unterschiedliche Wünsche an die Kommunikationsinstrumente zur Beratung als auch die Marketingunterlagen für die Arbeitgeber und Arbeitnehmer!

Regelmäßige Erinnerung nicht vergessen – auch hierbei kann der Anbieter unterstützen!

HEUTE UND MORGEN

MARKTFORSCHUNG • BERATUNG

## Gewünschte Informationen für Arbeitgeber und Arbeitnehmer

Gerade Makler, die Wert auf einen Vorsorge-Tarif legen, betonen die Wichtigkeit einer regelmäßigen Erinnerung über Informationsveranstaltungen. Vereinzelt wird auch der Wunsch geäußert, für (große) Firmen eigene Intranet-Portale zur Verfügung zu stellen, in denen sich der Mitarbeiter über seine bKV jederzeit informieren kann.

„Das Pflänzchen muss auch regelmäßig gegossen werden.“

„Wir führen regelmäßig Veranstaltungen bei den Mitarbeitern durch – auch nach der Einführung. Im ersten Gang setzen wir uns einmal im Jahr mit dem Geschäftsführer zusammen. Dabei geht es um alle Themen. Im Nachgang machen wir dann auch eine Mitarbeiterveranstaltung, wo dann nochmal alle Mitarbeiter an die betriebliche Krankenversicherung und deren Leistungen erinnert werden. Das finde ich sehr wichtig.“

Informations-  
veranstaltung

Integration ins  
Firmenportal/  
Intranet



„Gut finde ich auch ein Intranet gebrandet im Design des Arbeitgebers, wie es auch schon einige Versicherer in der bAV machen. Die StandardLife hat bspw. einen Film was kann unsere bAV, was macht die, wie funktioniert die etc. Sowsas kann man doch auch gut bei der bKV machen. Ich glaube die Gothaer hat das auch schon.“

„Wenn ich betone, dass Vorsorge wichtig ist und damit das Unternehmen langfristig Personalkosten sparen kann, dann muss ich auch regelmäßig daran erinnern. Hier sind sowohl wir Makler aber auch der Anbieter gefragt, den Arbeitgeber dabei zu unterstützen. Da reicht nur ein Aushang am schwarzen Brett einmal im Jahr nicht aus. Hier ist mehr Kreativität und Marketingunterstützung gefragt!“

Klartext Assekuranz - Marktperspektiven aus Maklersicht - Ausgabe: betriebliche Krankenversicherung

© 2015 HEUTE UND MORGEN GmbH 110

# Studiendesign

Die Studienreihe „Klartext Assekuranz – Marktperspektiven aus Maklersicht“ beleuchtet die Produktwelt aus Versicherungsmaklersicht.

- ▶ Die vierte Ausgabe widmet sich ausschließlich dem Bereich der betrieblichen Krankenversicherung (bKV).

## Themen



**Folgende Themen stehen im Fokus der vorliegenden Studie:**

- ▶ Anbahnungsprozess der bKV
- ▶ Aktuelle Abschlusstreiber und Abschlusshemmnisse
- ▶ bKV-Produktportfolio & bKV-Bedingungswerk
- ▶ Präferiertes Versichererportfolio
- ▶ Antragsprozess & Marketing
- ▶ BGM – betriebliches Gesundheitsmanagement

## Untersuchungs- design



**Leitfadengestützte Telefoninterviews von durchschnittlich 60 Minuten Dauer**

**Stichprobenkriterien:**

- ▶ Unabhängige Versicherungsmakler, die mindestens seit 2 Jahren als Makler tätig sind
- ▶ Vermittler, die bereits mehrere Beratungsgespräche zur bKV hatten

**20 Interviews mit Maklern mit mehreren bKV-Abschlüssen**

- ▶ Vglw. viele Großmakler, bei denen sich Spezialisten ausschließlich mit der bKV beschäftigen
- ▶ Viele Makler mit Fokus auf Firmenkundengeschäft

**10 Interviews mit Maklern mit Beratungsgesprächen (ohne bKV-Abschluss)**

- ▶ Makler, die bereits in mehreren Firmen die bKV angesprochen haben und aktuell im Anbahnungsprozess stehen

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

Bestellung

Erscheinungstermin:  
20.01.2015

Hiermit bestellen wir verbindlich die Studie „Ausgabe 4: betriebliche Krankenversicherung (bKV)“ aus der Studienreihe „Klartext – Marktperspektiven aus Maklersicht“:

☐ **4.500 € zzgl. 7% MwSt.**  
**(ppt-Chart-Bericht als pdf-Dokument; 120 Seiten)**



Empfänger und  
Rechnungsadresse

Name, Vorname: \_\_\_\_\_

Firma, Abteilung: \_\_\_\_\_

Telefon: \_\_\_\_\_

E-Mail: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
Ort, Datum, Unterschrift

# Weitere Studien von HEUTE UND MORGEN zur betrieblichen Krankenversicherung:



## Arbeitgeberbefragung

- ▶ **Studieninhalte:** Rolle und Durchdringung der bKV in kleinen, mittelständischen und großen Unternehmen, Verständnis für die Entscheidungsabläufe zur bKV in den jeweiligen Unternehmen, Entwicklung von Vertriebs- und Kommunikationsansätzen, Empfehlungen an die Produktgestaltung
- ▶ **Studienpreis:** 3.500 € zzgl. 19% MwSt. (ca. 100 Seiten)
- ▶ **Veröffentlichung:** Februar 2014



## Arbeitnehmerbefragung

- ▶ **Studieninhalte:** Beurteilung des aktuellen Arbeitgebers (Mitarbeiterbindung und Zufriedenheit). Analyse des aktuellen Leistungsangebotes von Unternehmen an die Arbeitnehmer und deren Attraktivität und Relevanz für Mitarbeiter. Akzeptanz, Attraktivität und Ausgestaltungswünsche bei der betrieblichen Krankenversicherung.
- ▶ **Studienpreis:** 1.000 € zzgl. 19% MwSt. (80 Seiten)
- ▶ **Veröffentlichung:** Oktober 2012

- ▶ Eine ausführliche Studienbeschreibung mit Untersuchungsdesign können Sie für beide Studien unter <http://www.heuteundmorgen.de/Finanzmarkttrends/> abrufen!

# HEUTE UND MORGEN – Studienreihen

## Finanzmarkttrends

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

Aktuelle Ausgaben:



- ▶ Weitere Ausgaben und Informationen finden Sie unter: [www.heuteundmorgen.de/Finanzmarkttrends.html](http://www.heuteundmorgen.de/Finanzmarkttrends.html)

## 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

Aktuelle Ausgaben:



**Bereits erschienen:**

- Auszubildende & Studenten
- Berufseinsteiger
- Junge Familien
- Beamte und ÖD
- Existenzgründer
- Silver Ager
- Golden Ager

- ▶ Weitere Ausgaben und Informationen finden Sie unter: [www.heuteundmorgen.de/Zielgruppen.html](http://www.heuteundmorgen.de/Zielgruppen.html)

## Klartext – Marktperspektiven aus Maklersicht

- ▶ gewähren einen dezidierten Markteinblick in die Sicht der Makler auf relevante Produktwelten
- ▶ zeigen die aktuellen Produktfavoriten und Produktwünsche seitens der unabhängigen Vermittler auf

Aktuelle Ausgaben:



**Bereits erschienen:**

- Klartext: Biometrie-Produkte
- Klartext: PKV-Produkte
- Klartext: Leben-Produkte
- Klartext: bKV

- ▶ Weitere Informationen finden Sie unter: [www.heuteundmorgen.de/maklerstudien.html](http://www.heuteundmorgen.de/maklerstudien.html)

# Kurzprofil: HEUTE UND MORGEN

## Kurzprofil

- ▶ Unabhängiges Full-Service-Marktforschungsinstitut
- ▶ Sitz im Herzen von Köln
- ▶ Gründung im Dezember 2009 durch vier Führungskräfte eines renommierten Kölner Marktforschungsinstitutes
- ▶ Insgesamt über 50 Jahre Marktforschungserfahrung durch die Gründer
- ▶ Mitgliedschaft beim 
- ▶ Zertifizierter Datenschutz über externen, TÜV-zertifizierten Datenschutzbeauftragten
- ▶ Partner und Lehraufträge an der

 **HOCHSCHULE  
FRESENIUS**  
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

**Fachhochschule  
Dortmund**  
University of Applied Sciences and Arts

**BSP**  
BusinessSCHOOL Potsdam

## 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)

**Allianz**  **COMMERZBANK**  **PROVINZIAL**

**ERGO**  **R+V**  **REWE**  **LVM5**  **HERMES** 

**EH**  **EULER HERMES**  **PROVINZIAL**  **aparo**  **PANALPINA** 

**OTTO**  **P**  **BVG**  **Schwäbisch Hall** 

**evers & jung**  **Deutsche Post DHL**  **WeightWatchers** 

**KYOCERA**  **Standard Life**  **DAS**  **.comdirect** 

## 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)