

Die betriebliche Krankenversicherung ist eine echte Chance

Voraussetzung: Fachwissen,
Vertriebserfahrung und
Erfahrung im Umgang mit
Unternehmerkunden



© Bartłomiej Szewczyk - Fotolia

Immer mehr deutsche Firmen machen sich große Sorgen um die eigene Zukunft aufgrund des zunehmenden Fachkräftemangels und der Auswirkungen auf die Personalkosten durch das steigende Durchschnittsalter der Mitarbeiter. Das Personal wird immer älter und die Krankheiten nehmen in ihrer Häufigkeit zu.



Andreas Trautner
Experte-KV
Geschäftsführer
Trautner FinanzService

Gerade die wirtschaftlichen Auswirkungen durch die Zunahme der AU-Tage auf die Personalkosten machen vielen Firmen zu schaffen. Betroffen hiervon sind überwiegend die kleineren und mittleren Unternehmen (KMU), da diese einen Personalausfall nicht so einfach ausgleichen können. Ebenso fehlt vielen Unternehmen der Nachwuchs an qualifizierten Fachkräften. Besonders betroffen sind das Handwerk und die Industrie. Gegen diese beiden Entwicklungen kann die betriebliche Krankenversicherung bKV viel ausrichten und dem Unternehmen eine große Menge an Geld einsparen. Auch die Zufriedenheit der Mitarbeiter ist wichtig für deren Produktivitätsleistung. Laut der aktuellen Gallup-Studie ist hier nur eine leichte Besserung zu verzeichnen. Die emotionale Bindung zum Unternehmen wächst zwar weiter, doch die meisten machen immer noch Dienst nach Vorschrift.

Die betriebliche Krankenversicherung wird immer noch von vielen als der Zukunftsmarkt für den Absatz von Krankenzusatzversicherungen angesehen. Einige Unternehmen verhalten sich im Geschäftsfeld der privaten Krankenvollversicherung eher defensiv und zurückhaltend. Diese Entwicklung betrifft neben den Versicherungsgesellschaften auch die Makler und Vertriebe. Für den Vermittler ist neben den klassischen Voraussetzungen wie Fachwissen und Vertriebserfahrung auch die Erfahrung im Umgang mit Firmenkunden von entscheidender Bedeutung.

Da es in diesem Geschäftsfeld um das „Humankapital“ des Unternehmens geht, ist es durchaus hilfreich, wenn der Makler auch über ein tieferes Wissen zu den Bereichen betriebliche Gesundheitsförderung (BGF) und betriebliches Gesundheitsmanagement (BGM) verfügt. Zum einen erhöht es die Kompetenz in der erforderlichen Breite und zum anderen kann man der Geschäftsführung, dem Personalmanagement als auch dem Betriebsarzt weitestgehend auf Augenhöhe begegnen. Der dadurch erzielte Vertrauensbonus kann für alle weiteren Gespräche der entscheidende Faktor sein.

Grundsätzlich ist die betriebliche Krankenversicherung kein Produktverkauf, sondern die Entwicklung eines Konzepts mit dem Unternehmer für dessen Unternehmen. Es geht um die Verbindung von Work-Life-Balance, betrieblichem Gesundheitsmanagement und eben der betrieblichen Krankenversicherung mit all ihren Möglichkeiten. Dazu ist es notwendig, sich mehr mit diesem Thema zu beschäftigen, als nur den normalen Produktverkauf im Fokus zu haben. So steht zu Anfang immer die Analyse des Unternehmens zur Erfassung aller relevanten Daten für die Bedarfsermittlung.

Hierzu gehören die Anzahl der Mitarbeiter, das Durchschnittsalter, die Geschlechterverteilung und die Personalkosten, genauso wie die Umsatzgrößen (Produktivitätsleistung) pro Mitarbeiter und deren Kosten im Krankheitsfall. Gerade das Thema der AU-Tage ist ein sehr guter Ansatz für die Gespräche mit den Entscheidern in den Unternehmen. Liegt dieses Datenmaterial vor, muss es auch entsprechend ausgewertet und aufbereitet werden. Die Ergebnisaufbereitung ist das eine, die Präsentation der Ergebnisse das andere und sicherlich Wichtigere für die praktische und nachhaltig erfolgreiche Umsetzung im Unternehmen.

Eine gute Präsentation der Ergebnisse beginnt da, wo die Analyse endet. Aber leider enden auch hier schon viele der Gespräche ohne Abschluss oder Folgetermin. Die Erfahrungen der letzten Jahre zeigen, dass es leider noch nicht gelungen ist, flächendeckend den richtigen vertrieblischen Ansatz in diesem Thema zu integrieren. Die Versicherungsgesellschaften haben viele Fachinformationen aufbereitet, haben sich auf Themen wie Steuer- und Sozialabgaben gestürzt, haben es aber offensichtlich versäumt, die echten und wichtigen Bedürfnisse der Unternehmen offensichtlich aufzugreifen. Doch wenn man am Bedarf des Kunden vorbei argumentiert, ist es nicht überraschend, dass es zu keinem positiven Abschluss kommt. Es muss endlich um Hard Facts gehen, die Punkte und Probleme, die einen Entscheider im Unternehmen dazu bringen, sich diesem für

alle Beteiligten absolut vorteilhaften Thema zu öffnen. Nur wenn man es als Vermittler schafft, die Problemstellungen des Unternehmens zu erkennen und dann dafür auch eine Lösung anbieten kann, wird es zu einem Geschäftsabschluss kommen. Ist dies geschafft, geht es um den direkten Nachverkauf und die Unterstützung der Unternehmen vor Ort. Dies umfasst u. a. individualisierte Ansprachekonzepte, das Verfassen von Mailingvorlagen und Informationsmaterial und die Durchführung von Veranstaltungen im Unternehmen. Ab hier beginnt der direkte Kontakt mit dem Personal. Die Abstimmung mit Versicherern bei der Erstellung der folgenden Angebote, die Klärung der Abwicklungsprozesse und die praktische Umsetzung machen jetzt den zukünftigen Erfolg messbar.

Die betriebliche Krankenversicherung dient neben den Faktoren wie soziale Verantwortung, Mitarbeiterbindung und Bindung von Fachkräften auch dazu, das Unternehmen im Kampf um gutes Personal attraktiv zu machen. Die Erfahrungen zeigen aber, dass diese hier genannten Vorteile oft nicht den notwendigen Anreiz beim Unternehmen setzen, sich für die bKV zu entscheiden. Viel wichtiger erscheint die Frage der Finanzierung der Kosten. Und genau hier kann man gerade schon fast perfekt anknüpfen. Die Entscheidung pro bKV wird doch maßgeblich davon beeinflusst, ob sich eine Investition lohnt. Hier geht es um die Investition in das Humankapital des Unternehmens. Wenn der Entscheider im Unternehmen erkennt, dass nachweislich sehr schnell ein Return of Invest eintreten kann, wird er auch gerne diese Investition tätigen.

Die Folgen, die er tragen muss durch die bereits mittelfristig deutlich steigenden AU-Tage der Mitarbeiter, angefeuert durch das steigende Durchschnittsalter und die in diesem Zusammenhang steigenden durchschnittlichen Krankheitszunahmen, sind deutlich höher. Also muss es in seinem Interesse sein, die AU-Tage signifikant zu senken. Und dies ist mit der bKV absolut möglich. Der eigentliche Erfolg im Bereich der Optimierung des Personalmanagement wird sich messbar jedoch erst verzögert einstellen, dann aber mit der nötigen Nachhaltigkeit. Für den Vermittler bedeutet dies die Chance einer langfristigen Geschäftsbeziehung.

Ist die betriebliche Krankenversicherung eher ein Produkt für Spezialisten? Um jedem Vermittler dieses Themenfeld offen zu halten, kann es durchaus hilfreich sein, sich an Unternehmen im Bereich Vertriebsunterstützung zu wenden, die sich dann für den einzelnen Vermittler um die konkrete Abwicklung dieses Themas kümmern. Da sich das Themenfeld der privaten Krankenvollversicherung zunehmend öffentlicher Kritik ausgesetzt sieht, kann sich die bKV auch für die Gesellschaften zum entscheidenden neuen Absatzmarkt von privaten Krankenzusatzversicherungen entwickeln.

Unterstützung finden Vermittler z. B. bei der Deutschen Makler Akademie DMA, die hierfür ein eigens konzipiertes Tagesseminar anbietet. Geht es um die direkte vertrieblische Unterstützung vor Ort, kann man sich an Spezialisten wenden, wie z. B. www.experte-kv.de, die Ihnen gerne als Partner ihr Know-how zur Verfügung stellen. ■