

„Um die Zukunft machen wir uns keine Sorgen.“



Klaus Barde im Gespräch mit Beat Moll, Vorsitzender der Geschäftsleitung, CSS Versicherung AG

► *Das PKV Vollversicherungs-Segment stagniert. Gewinner ist mit deutlichen Zuwächsen die Krankenzusatzversicherung. Der Markt potenzieller Neukunden für Zusatztarife ist deutlich größer als die Zielgruppe für Vollversicherungen. Ein Trend, in dem Ihr Haus zu den deutlichen Gewinnern zählt.*

Aber der Makler muss auch an die Zukunft seines Geschäfts denken. Und hier hat das politische Aus für die PKV durchaus realistische Züge angenommen. Über die Rolle der Krankenzusatzversicherungen wird jedoch in diesem Zusammenhang nicht gesprochen. Sicher hat die CSS eine Position zu diesem Szenario.

Um die Zukunft machen wir uns keine Sorgen. Sicherlich wird im Moment das Thema Bürgerversicherung auf ein Neues diskutiert, doch wir als Zusatzversicherer sind im Hinblick auf die Diskussion um die Vollversicherung eher weniger betroffen. Fakt ist, dass die Ausgabensituation im Gesundheitswesen weiterhin nicht ausreichend geklärt ist, daran ändert auch die Spekulation um die Bürgerversicherung nichts. Der Fokus sollte auf die Ziele im Gesund-

heitswesen gerichtet werden. Wer von längerer Lebenserwartung, einem gesünderen Leben und Wohlbefinden profitieren möchte, dem muss auch bewusst sein, dass das nicht ohne Kosten möglich ist.

Um die Versorgungslücken zu schließen und gut vorbereitet zu sein, werden Krankenzusatzversicherungen auch in Zukunft einen sehr wichtigen Baustein zur Gesundheitsversorgung bilden.

► *Einer der wesentlichen Gründe für die Umsatzentwicklung bei den Zusatzversicherungen ist die Partnerschaft mit der GKV. Die Krankenkassen werben bei ihren Kunden offensiv mit den Tarifen privater Partner. Neben dem Vertrieb von Zusatzpolicen werden auch Kooperationen angestrebt, die über den Produkt- und Vertriebsbereich hinausgehen.*

Ab Mai 2012 zum Beispiel erweitert die CSS ihr Leistungsmanagement um einen weiteren Partner, die Cordial Dienstleistungen GmbH – ein Unternehmen der Concordia Versicherungen. Was beinhaltet dieses Leistungsmanagement?

Wir hatten vor sechs Jahren unseren sehr erfolgreichen Markteintritt in Deutschland. Seither freuen wir uns über eine starke Nachfrage nach unseren Tarifen. Mittlerweile haben wir über 180.000 Kunden im Bestand. Neben dem Erfolg ist es uns sehr wichtig, dass auch der Service mitwächst. Nur unter dieser Voraussetzung kann der Erfolg auch langfristig bestehen bleiben. Die Cordial ergänzt unsere Leistungsbearbeitung, die ab Mai dann von zwei Partnern ausgeführt wird. Zum einen übernimmt die Bearbeitung nach wie vor die ROLAND Assistance und zum anderen dann die Cordial Dienstleistungen GmbH. Damit sind wir gut auf das weitere Wachstum vorbereitet und unsere Kunden können sich auf einen guten Service verlassen.

► *Vor dem Hintergrund der rückläufigen Absatzzahlen in der privaten Krankenvollversicherung haben nun auch Ihre Wettbewerber das Geschäft mit der Zusatzversicherung entdeckt. Somit gibt es mehr Vertriebspower im Markt aber nicht zwingend attraktivere Produkte. Wie werden Sie Ihre Vertriebsaufstellung stärken?*

Wir setzen auf ein starkes Netzwerk kompetenter Partner. Mittlerweile vertreiben 3.500 freie Vermittler unsere Produkte, das ist auch ein Zeichen dafür, dass die CSS Tarife gut ankommen und den Nerv der Zeit treffen. Unseren Vertrieb versuchen wir ständig durch Serviceleistungen zu unterstützen. Letztes Jahr haben wir beispielsweise eine innovative App entwickelt, die die Vermittler mit in das Verkaufsgespräch nehmen können. Ganz intuitiv führt die App durch das Gespräch, bis hin zum Antrag, der dann mit einem Klick zum Kunden geschickt werden kann. Das Beratungstool können sich Vermittler für ihr iPad unter www.cssvertriebspartner.com herunterladen. Weitere Vertriebservices werden im Laufe des Jahres folgen. Wir arbeiten derzeit mit Hochdruck an der Umsetzung.

Auch wird die CSS beim Thema Uni-sex-Tarife wieder mit innovativen Tarifen auf den Markt kommen, wie das auch bereits zum Markteintritt der Fall war. Damit haben unsere Vermittler ein starkes Argument im Verkauf an der Hand.

► Laut dem Branchendienst map-report betrug die Beitragserhöhung in der PKV zwischen 2000 und 2012 lediglich 4,1 Prozentpunkte. Einzelne Ausreißer haben somit das Bild in der Öffentlichkeit verfälscht. In welchem Preistrend bewegen sich die Zusatztarife Ihres Hauses?

Wir führen fünf Krankenzusatztarife. Prämienanpassungen betreffen die gesamte Branche, da sich der medizinisch-technische Fortschritt sowie der demografische Wandel auf alle Versicherungsunternehmen und deren Prämien positiv sowie negativ auswirken. Dennoch können wir sagen, dass wir von fünf Tarifen nur in einem Fall (CSS.flexi, Bausteine Zahnbehandlung und Zahnersatz top), Beitragsanpassungen in den letzten Jahren durchführen mussten. Trotz dieser Anpassungen sind unsere Tarife weiterhin preis-leistungs-stark.

► Die Bilanz zu Ihrem 5-jährigen Jubiläum im deutschen Krankenzusatzversicherungsmarkt fiel im Juni 2011 sehr positiv aus. Sie zählten mehr als 175.000 Tarife in Ihrem Bestand und verwiesen

auf die Vertriebskraft von über 3500 unabhängigen Vermittlern. Hat sich diese Entwicklung fortgesetzt?

Ja, diese Entwicklung setzt sich erfreulicherweise fort. Wir sehen, dass sich die außergewöhnliche Beschaffenheit unserer Tarife durchsetzt. Die Kalkulation ohne Altersrückstellungen wurde zum Markteintritt durchaus skeptisch betrachtet. Heute folgen uns immer mehr Mitbewerber in der Art dieser Kalkulation. Es zeigt sich also, dass wir auf dem richtigen Weg sind, auch wenn das anfänglich von vielen bezweifelt und sogar belächelt wurde.

► Im Rahmen unserer vierteljährlichen Ratings für stationäre Krankenzusatztarife zählen Sie stets zu den Spitzenreitern. Auch andere Ratings sehen Sie oft vorn. Warum kann eine Schweizer Gesellschaft interessantere Tarifwerke auflegen als viele deutsche Anbieter?

Sehen Sie, es geht darum aus einem veränderten Blickwinkel auf das bestehende System zu schauen. Unsere Kalkulationsart ist anders als üblich. Auch die Möglichkeit, Tarife in Form von Bausteinen zusammensetzen zu können, kommt gut an. Wir stellen fest, dass die Kunden auswählen möchten. Unterschiedliche Menschen brauchen auch differenzierte Krankenzusatztarife.

In der Schweiz beispielsweise ist das eine Selbstverständlichkeit. Eigenverantwortliche und frei wählbare Tarife bieten genau das an was ich brauche. Werden Leistungen nicht in Anspruch genommen, dann bekommt man in der Schweiz Beitragsanteile zurückerstattet. Das haben wir in Deutschland für unsere Krankenzusatztarife in Form eines Schadenfreiheitsrabatts ebenfalls etabliert.

In der Schweiz kennen wir Franchisen und Selbstbehalte, die ebenso gesundheitsbewusstes und eigenverantwortliches Verhalten belohnen. Auch das ist ein Erfolgsrezept, das wir mit Schweizer Tradition nach Deutschland gebracht haben. Wir haben zudem noch den Vorteil, dass wir einen Schweizer Mutterkonzern mit einer über 110-jährigen Geschichte und Erfahrung im Rücken haben. Das alles stärkt uns und lässt uns auch weiterhin positiv in die Zukunft blicken.

Nahezu täglich werden wir dazu aufgefordert, stärker Privatvermögen zu bilden – von Politikern, den Medien oder unserem Finanzberater. Aber wie funktionieren die Finanzmärkte eigentlich? Wissen wir, was wir tun, wenn wir eine Aktie kaufen oder eine Versicherung abschließen? Und: Tun wir das Richtige?



2007 · 228 Seiten · Gebunden
€[D] 24,90/€[A] 25,60/SFr 44,00 (UVP)
ISBN 978-3-593-38247-0