

„RfB-Zuführung und Eigenkapital auf dem höchsten Wert in der Unternehmensgeschichte.“

Klaus Barde im Gespräch mit Michael Baulig,
Vorstand der uniVersa Krankenversicherung a.G.

Glückwunsch, Ihr neuer Internetauftritt einschließlich Extranet für Ihre Vertriebspartner ist aus einem Guss. Die Universa präsentiert sich hier sympathisch und auf der Höhe der Zeit. Vor dem Hintergrund der anstehenden, vielleicht größten Schlacht im PKV-Markt, sicher ein richtiger Schritt, um Frische zu demonstrieren. Aber kommen wir zu den harten Fakten: Vor dem absehbaren Hauen und Stechen in 2011 wird auf dem Feld der Vollversicherung von durchschnittlichen Beitragsanhebungen zwischen 0,5 und sieben Prozent gesprochen. Wie wird hier die Universa aufgestellt sein?

Der weitaus größte Teil unseres Tarifwerks bleibt zum 01.01.2011 beitragsstabil. Das ist das Ergebnis aus dem Zusammenspiel von Annahmepolitik, Leistungsmanagement sowie unserer konsequenten Geschäftspolitik, Anpassungsbedarf immer zeitnah umzusetzen und die Beiträge stets auf der Basis aktueller Rechnungsgrundlagen zu kalkulieren. Dadurch hat sich bei uns über die Jahre hinweg kein Anpassungsbedarf aufgestaut, der irgendwann umgesetzt werden muss. Zudem haben wir in den letzten zehn Jahren für unsere Bestandskunden zur Begrenzung von Beitragsanpassungen rund 190 Millionen Euro aus Überschüssen eingesetzt. Insgesamt ist

die PKV mit 145 Milliarden Euro Alterungsrückstellung gut für die Zukunft gerüstet. Die uniVersa führt regelmäßig über 40 Prozent der Beitragseinnahmen der Alterungsrückstellung zu. Damit nehmen wir eine Spitzenposition ein.

Welche Kern-Argumente Ihres Hauses werden Ihre Vertriebspartner mit ins Marschgepäck bekommen? Bleibt es bei der aktuellen Tarif-Palette?

Wir bieten unseren Kunden und Vertriebspartnern ein bewährtes und modernes Produktliniensystem mit offensiven Tarifwechselrechten an. Damit kann ein Leben lang das Preis-Leistungs-Verhältnis an geänderte Lebenssituationen angepasst werden. Von insgesamt 240 Tarifalternativen sind 220 jederzeit ohne erneute Gesundheitsprüfung wählbar. Das ist einzigartig am Markt. Zudem bieten wir eine ganze Reihe von familienfreundlichen Lösungen und spartenübergreifenden Deckungskonzepten an. So garantieren wir zum Beispiel über unser Einkommenssicherungskonzept „unisafe“ einen nahtlosen Übergang vom Krankentagegeld zur Berufsunfähigkeitsrente. Wir werden unserer Philosophie treu bleiben und keine Paralleltarife mit Lockprämien anbieten oder Tarifschließungen vornehmen, deren Folgen unsere Bestandskunden zu tragen hätten.

Aktuell konnten Sie in einem großen Tarif-Vergleich als bester Anbieter für Männer und Frauen überzeugen. Untersucht wurden insgesamt 50 Leistungskriterien für Ambulant, Stationär, Zahn und Krankentagegeld. Wie bringt man diese PS noch besser in den Vertrieb?

Als älteste private Krankenversicherung in Deutschland setzen wir bewusst auf Qualitätsprodukte, die in unabhängigen Vergleichen regelmäßig getestet und ausgezeichnet werden. Auch unsere Services werden immer wieder mit Spitzenpositionen ausgezeichnet. Wir verfügen über eine langjährige Erfahrung in der Zusammenarbeit mit Versicherungsmaklern und legen großen Wert auf bestmögliche Services. Dazu gehören z. B. auf Makler-Bedürfnisse abgestimmte Betreuungseinheiten im Innendienst genauso wie in der Vertriebsorganisation. Seit über 20 Jahren führen wir jährlich bundesweit Informationsveranstaltungen für Makler durch. Ebenso sind wir stets auf Messen und Veranstaltungen, auch von unseren Vertriebspartnern, vertreten. So kommen unsere Botschaften sicher und verständlich beim Empfänger an.

Im Vorfeld von 2011 haben sich einige Marktteilnehmer gegen eine weitere Ausreizung der Provisionshöhen ausge-



» Von insgesamt 240 Tarifalternativen sind 220 jederzeit ohne erneute Gesundheitsprüfung wählbar. Das ist einzigartig am Markt. «

Lassen Sie uns einen Blick auf die Zeit nach 2011 wagen. Werden alle PKV-Anbieter im Wettbewerb bestehen können? Wie sieht es mit den Reserven der Krankenversicherer aus? Stehen Fusionen an, um der Folgen des demografischen Faktors Herr zu werden?

Wir gehen davon aus, dass die PKV-Anbieter im Wettbewerb des Jahres 2011 bestehen werden. Fusionen sind ja auch nur dann sinnvoll, wenn der Kunde etwas davon hat. Aus Gründen des demografischen Faktors werden keine Fusionen erforderlich. Das Kalkulationsmodell der PKV sorgt im Gegensatz zum Umlageverfahren der GKV dafür, dass jede Alterskohorte ihren eigenen, risikogerechten Beitrag zahlt. Was die Sicherheit angeht, sind die Unternehmen gut aufgestellt. Eine Bewährungsprobe dafür war die Finanz- und Wirtschaftskrise, die eben keinen Schwund der sicher angelegten Alterungsrückstellungen nach sich zog. Im Gegenteil: Die Alterungsrückstellungen sind kräftig angewachsen. Bei der uniVersa stiegen die RfB-Zuführung und das Eigenkapital sogar auf den höchsten Wert in der Unternehmensgeschichte. Morgen & Morgen hat uns dafür zum wiederholten Male mit der Bestbewertung ausgezeichnet.

sprochen. Das Thema wurde zum Politikum. Auch der GDV bemüht erstmals in seiner Geschichte Begriffe des Verbraucherschutzes. Bewerten Sie diese Vorkommnisse als Einzelfälle oder haben wir es hier mit einem offensichtlichen Trend im Vertriebsmarkt der PKV zu tun?

Durch die PKV-feindliche Gesundheitspolitik von Ulla Schmidt hat sich das „echte“ Neugeschäft, die Übertritte aus der GKV, stark vermindert. Aufgrund dessen wurde der Intra-PKV-Wettbewerb angeheizt mit der Folge, dass billige Tarife auf den Markt kamen, die mit den höchsten Provisionen bei kurzen Haftungszeiten vergütet wurden, obwohl die Verweildauer im Bestand oftmals nur

ein Jahr betrug. Dass das nicht gut gehen kann, liegt auf der Hand. Einige Vertriebsorganisationen haben das perfektioniert, aber das sind Ausreißer. Trotzdem birgt das Gefahren für die Reputation der ganzen Branche. Wir setzen auf langfristige Kundenbeziehungen und Partnerschaften. Deshalb haben wir als erster Versicherer auf diese Entwicklung konkret reagiert und Stornohaftungszeiten verlängert. Grundsätzlich sind wir der Auffassung, dass die Beratung zu einer privaten Krankenversicherung auch adäquat zu dem hohen Beratungsaufwand vor und nach dem Vertragsabschluss vergütet werden muss. Schließlich geht es um existenzielle Fragen für den Kunden.