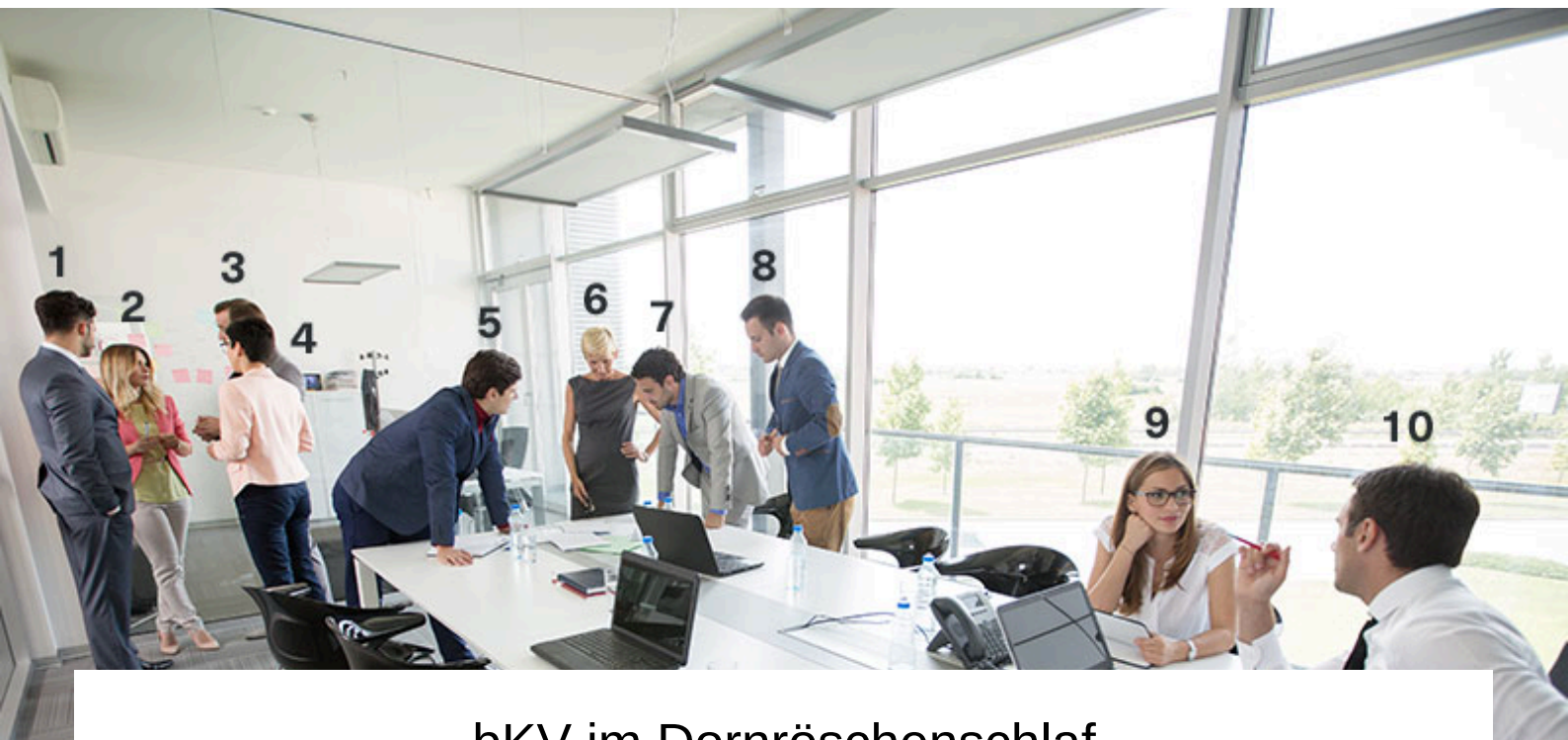




bKV im Dornröschenschlaf

Nur etwa jeder zehnte Arbeitnehmer ist betrieblich krankenversichert, obwohl weit mehr Interesse daran besteht, belegt eine aktuelle Studie. Simon-Kucher & Partners hat die Einstellung der Arbeitgeber und -nehmer zur betrieblichen Krankenversicherung untersucht und Schlüsse daraus gezogen, wie Versicherer Abschlüsse in diesem Segment steigern können. Eine bessere Kommunikation und das jeweils passende Angebot können dazu langfristig beitragen.

Dr. Clemens Oberhammer, Partner bei Simon-Kucher, fasst die Ergebnisse zusammen:



bKV – das schlummernde Potential

Details über die Möglichkeiten eines bKV-Konzepts sind sowohl bei Arbeitnehmern- als auch bei den Unternehmen nicht hinreichend bekannt. Über 75 Prozent der Arbeitnehmer und jeder vierte Arbeitgeber ohne bKV kennen weder deren Funktion, noch deren Nutzen. Als Hinderungsgründe dafür nennen Arbeitgeber interne Prozesse (jeder Vierte) und etwa einem Fünftel ist der Vorteil bzw. Mehrwert für das Unternehmen nicht ersichtlich.

In Folge dessen ist auch eine Durchdringung der bKV bei den Arbeitnehmern Fehlanzeige. Über 75 Prozent der Befragten kennen die bKV gar nicht oder nicht detailliert genug. Unkenntnis in der gesamten Kommunikationskette führt demnach zu der geringe Verbreitung. Insofern ist

eine intensive und für alle Beteiligten weitreichende Kommunikation erforderlich, um diese Lücke zu schließen.

Arbeitnehmer erkennen die Funktion / Vorteile einer betrieblichen Krankenversicherung sehr schnell, wenn sie im Kontext der immer stärker nachlassenden gesetzlichen Krankenversicherung erläutert werden. Einen Ausgleich für diese nachlassenden Leistungen zu schaffen ist eines der stärksten Argumente für eine bKV. Die Förderung der Mitarbeiterzufriedenheit und der Arbeitgeberattraktivität tragen zur Unternehmensbindung bei.

Ernüchternd ist jedoch, dass ein Drittel der befragten Arbeitgeber äußert, noch nie von einer Versicherung auf diese Möglichkeiten angesprochen worden zu sein und sich viele, teilweise mühsam, die jeweiligen Informationen selbst zusammensuchen.

Das Produktangebot ist entscheidend

Die Studie belegt aber auch, dass es keinesfalls ausreichend ist, wenn Arbeitgeber und -nehmer über die bKV gut

informiert sind. Ein attraktives Produktangebot spielt hier die maßgebliche Rolle.

Nach Auffassung der Arbeitgeber sind die Leistungen wichtiger als der Preis. Als weitere wichtige Anforderungen werden Serviceaspekte (direkter Ansprechpartner, unkomplizierter Abschlussprozess) und auch Erfahrungen mit dem Anbieter genannt. Individuelle Leistungskonzepte, die Arbeitgeber flexibel gestalten können sind deshalb gefragt. Die höhere Komplexität und die entsprechend höheren Kosten müssen entsprechend gut ausbalanciert sein. Flexibilität ist auch für Arbeitnehmer wichtig. 62 Prozent wären sogar bereit einen Eigenanteil zu übernehmen.

Der Arbeitgeber nimmt in der Kommunikation der bKV eine entscheidende Rolle ein, denn mehr als die Hälfte der Arbeitnehmer wird durch ihn auf die bKV überhaupt erst aufmerksam. Deshalb ist es für die Produkthanbieter ein Muss den Arbeitgeber für seine Mitarbeiterkommunikation zu unterstützen: gut verständlich, regelmäßigen und proaktiv.

Bild: © Mojzes / fotolia.com

Versicherungs- und Finanznachrichten

expertenReport



<https://www.experten.de/id/4943706/bkv-im-dornroeschenschlaf/>