



Wechseljahre: Wie Versicherer Frauengesundheit neu für sich entdecken Warum das Thema auch für Vermittler relevant ist

Michael Fiedler

Für Vermittler eröffnet das Thema mehrere Ansatzpunkte:

- Beratung jenseits klassischer Tarife: Gesundheitsservices werden zunehmend zum Differenzierungsmerkmal
- Zielgruppe mit hoher Relevanz: Frauen ab 40 gehören zu einer kaufkräftigen und oft beratungsaffinen Kundengruppe
- Erklärungsbedürftige Leistungen: Digitale Gesundheitsangebote müssen eingeordnet und verständlich vermittelt werden

Gerade in der privaten Krankenversicherung wird damit deutlich: Der Wettbewerb verlagert sich zunehmend von der reinen Kostenerstattung hin zu begleitenden Services und Versorgungskonzepten.

Frauengesundheit als strategisches Handlungsfeld

Die Kooperation mit Evela Health ist mehr als ein Zusatzangebot. Sie steht exemplarisch für eine Entwicklung, die sich im Markt abzeichnet: Versicherer beginnen,

geschlechtsspezifische Gesundheitsbedürfnisse gezielter zu adressieren. Denn eines wird immer klarer: Standardisierte Lösungen stoßen dort an ihre Grenzen, wo Lebensphasen und individuelle Verläufe stark variieren. Die Wechseljahre sind dafür ein prägnantes Beispiel.

Vom Leistungsversprechen zur Lebensbegleitung

Mit digitalen Plattformen wie Evela Health verschiebt sich die Rolle von Versicherern. Sie werden zunehmend zu Begleitern in konkreten Lebensphasen, nicht nur zu Kostenträgern im Schadenfall. Für Vermittler bedeutet das: Wer solche Angebote versteht und einordnen kann, gewinnt ein zusätzliches Argument in der Beratung – und erschließt Themen, die lange unterschätzt wurden.

Versicherungs- und Finanznachrichten

expertenReport



<https://www.experten.de/id/4948876/Wechseljahre-Wie-Versicherer-Frauengesundheit-neu-fuer-sich-entdecken/>