

R+V-Kranken: „Wir können noch viel mehr“

INTERVIEW MIT NINA HENSCHEL, VORSTÄNDIN DER R+V-KRANKENVERSICHERUNG

Das bisherige Wachstum soll für die R+V Krankenversicherung nicht genug sein: Der Versicherer will zum Top-Anbieter werden. Das gilt für alle Bereiche. Auch die Zusammenarbeit mit Versicherungsmaklern wird intensiviert.



Nina Henschel sieht in der R+V-Krankenversicherung einen echten Gesundheitspartner.

Frau Henschel, die R+V-Krankenversicherung hat 2021 gute Geschäfte gemacht. Wie setzt sich das zusammen?

Wir hatten in der Tat das erfolgreichste Geschäftsjahr in der Geschichte der R+V-Krankenversicherung, was die absolute Steigerung an Beitragseinnahmen und das Neugeschäft angeht. So haben sich etwa unsere Beihilfe-Tarife, die wir im April 2021 eingeführt haben, zu einem Verkaufsschlager entwickelt. Im Maklervertrieb haben wir hier eine Steigerung von 97%.

Ebenfalls sehr gut gelaufen ist die betriebliche Krankenversicherung (bKV). Und auch mit CareFlex Chemie ist uns etwas Großartiges gelungen. Sie ist seit Mitte 2021 in Deutschland die erste tarifliche Pflegeabsicherung in der Chemiebranche, die wir in einem Konsortium zusammen mit der Barmenia Krankenversicherung anbieten. Wir sind insgesamt mit großen Planzahlen in das Jahr gegangen und haben Top-Ergebnisse erzielt. Die Krankenvollversicherung läuft übrigens auch gut bei uns. Somit haben wir insgesamt erfreuliche Zuwächse und konnten eine Steigerung der versicherten Personen um 21,4% auf 1,5 Millionen Versicherte verzeichnen.

Sind Sie bei der Zielgruppe Beamten strategisch vorgegangen?

Ja, das war eine meiner ersten Amtshandlungen. Beamte sind ein sehr sicheres, gutes Klientel für die private Krankenversicherung (PKV). Daher war es uns auch wichtig, hier genau den Bedarf zu treffen. Das haben wir bei der Produktentwicklung unserer neuen Tarife

dank der Einbindung von Maklern erreicht. Sie haben uns wichtiges Feedback gegeben.

Unsere Strategie ist es, in der Vollversicherung zu wachsen. Wir hatten hier im vergangenen Jahr mehr Produktion als in der Zusatzversicherung. In der Vollversicherung ist der Maklervertrieb ein Kernkanal. Aber natürlich wollen wir auch Hauptakteur in der Zusatzversicherung und vor allem der bKV sein.

Was macht Sie denn auch in Zukunft optimistisch für die Vollversicherung?

In der Krankenvollversicherung haben wir seit vielen Jahren erfolgreich das R+V-Gesundheitskonzept AGIL am Markt. Wir sind in dem Bereich ein sehr beständiger und verlässlicher Partner, was sich auch in unseren sehr guten Unternehmenskennzahlen widerspiegelt. Bei Unternehmensratings erzielen wir regelmäßig Bestnoten. Und wir haben die Zusammenarbeit mit Maklern sehr intensiviert.

Unser Tarif AGIL comfort mit 480 Euro Selbstbehalt ist in der Vollversicherung schon seit vielen Jahren unser Bestseller. Generell kann man sagen, dass das Gesundheitsbewusstsein in der Pandemie gestärkt wurde. Auch das trägt zu unserem Nettowachstum bei.

Welche Rolle spielt dabei der Preis?

Wir bekommen von Maklern zurückgespiegelt, dass wir sehr gute Tarife haben. Wir sind insgesamt gut posi-

tioniert und können mit hervorragenden Leistungen und Unternehmenskennzahlen aufwarten.

Hohes Wachstum, aber noch kein Top-Anbieter?

Na ja, also beides. 2021 war absolut gesehen unser erfolgreichstes Jahr. Insofern bin ich hochzufrieden. Wenn ich mir aber ansehe, was wir in der R+V-Welt in anderen Sparten können, dann bin ich noch nicht zufrieden. Die R+V ist in vielen anderen Sparten auf Platz 2. Mit der Krankenvollversicherung waren wir 2020 auf Platz 6.

Wir können noch viel mehr. In der Zusatzversicherung etwa steckt noch sehr viel Potenzial. Bis 2030 wollen wir unsere gesamte Produktion vervierfachen. Aktuell stehen wir nach Beiträgen auf Platz 18 und wollen hier unter die Top Ten.

Aber ewig kann das Zusatzversicherungsgeschäft auch nicht wachsen, oder?

Also, da bin ich sehr entspannt. Wir haben 73,5 Millionen gesetzlich Krankenversicherte und nur 17 Millionen Menschen mit einer Zahnzusatzversicherung. Das heißt also, 77% aller GKV-Versicherten haben noch keine Absicherung. Bedarf gibt es bei Zahnersatz, professioneller Zahnreinigung, bei Sehhilfen und Vorsorgeuntersuchungen. Und Pflege kommt auch noch dazu. Fast jeder Zweite möchte solche Produkte abschließen.

Genau das, was der Kunde auch am liebsten abschließt, bündeln wir in den Tarifen plus in Verbindung mit dem Tarif ZahnVorsorge. Ich stelle aber fest, dass Makler sehr stark in Einzeltarifen verkaufen, obwohl diese Bündelprodukte aus Kundensicht ein Rundum-sorglos-Paket sind. Zudem gibt es einen Beitragsvorteil von aktuell bis zu 35% gegenüber der Absicherung mit Einzeltarifen. Ich finde, das ist eine super Kombi. Deshalb versuche ich, da so ein bisschen in Richtung Bündelprodukte zu missionieren.

Und noch ein Satz zu Pflege: Hier gibt es unglaublich viel Potenzial. Nur rund 5% der Menschen in Deutschland haben bisher eine Pflegezusatzversicherung.

Viele Menschen beschäftigen sich aber nicht oder erst sehr spät mit Pflege.

In der Tat erlebe ich, dass man mich anspricht: „Ich brauche unbedingt eine Pflegezusatzversicherung, stehe aber schon mit einem Bein im Pflegeheim.“ Das geht dann natürlich nicht mehr. Aber nehmen wir noch einmal CareFlex, die Absicherung für die ganze Chemiebranche – und das ohne Gesundheitsprüfung. Wir haben, obwohl erst im Juli 2021 eingeführt, jetzt schon erste Leistungsfälle. Pflege ist also nicht nur eine Frage des Alters.

Ich glaube, am Maklermarkt ist das Thema Pflege nicht so stark in der Beratung. Wir haben hier ein Top-Produkt am Markt und da ist der Maklerkanal für uns kein Hauptabsatzkanal. Aber da sehe ich extrem viel Potenzial.

Nun kann sich auch nicht jeder einen Rundum-Schutz leisten.

Da haben Sie natürlich recht. Je nach Kunde gibt es unterschiedlich starke Bedürfnisse. Aber so ein Tarif plus, wie vorhin schon erwähnt, ist für jedermann was. Er ist auch nicht preisintensiv. Darüber hinaus gibt es aber auch ein großes Potenzial an Personen, die sich eine Pflegezusatzversicherung leisten können.

Vor der betrieblichen Pflege- kam die betriebliche Krankenversicherung. Auch hier sind Sie auf dem Wachstumspfad?

Ja, 2021 haben wir fast 30% zugelegt. Vor allem im Maklergeschäft wollen wir jetzt noch sehr viel stärker wachsen. Deswegen gehen wir auch in Kürze mit Budgettarifen an den Markt. Da erhoffen wir uns sehr viel Schwung. Aber natürlich buhlen wir hier um die wenigen Makler, die im bKV-Geschäftsfeld unterwegs

sind. Ich glaube aber auch, dass es für viele Makler von Interesse sein könnte, einzusteigen. Wir haben jetzt rund 400.000 Versicherte in der bKV. Damit gehören wir meines Erachtens schon zu den erfolgreichsten und erfahrensten Versicherern am Markt.

Was könnten Sie sich denn im Bereich Kollektive noch vorstellen?

Wir führen Gespräche mit weiteren Branchen und Firmen für die betriebliche Pflege- und Krankenversicherung. Das ist die eine Ebene. Die andere ist die politische Ebene, auf der ich sehr eng mit dem PKV-

Verband zusammenarbeite. Ich bin auch Vorstand in der Stiftung Gesundheitswissen, die vom PKV-Verband initiiert ist. Es geht bei der politischen Ebene im Wesentlichen um die Pflegeversicherung und eine steuerliche Förderung. Das würde Hemmschwellen deutlich absenken und eine hohe Abdeckung wäre für Deutschland sozialpolitisch ein wichtiger Schritt.

Was sind weitere Pläne und Projekte, die anstehen?

Wir wollen beweisen, dass wir ein echter Gesundheitspartner sind. So haben wir mit der TeleClinic und der Videosprechstunde begonnen. Wir haben weiter einen Online-Gesundheitsratgeber entwickelt, der sehr gut ankommt.

Mitte des Jahres starten wir zwei Service-Stories. So bringen wir ein Rundum-sorglos-Paket für junge Familien raus. Da geht es darum, die Familienplanung, die Schwangerschaft und die ersten Jahre als Eltern mit nützlichen Services zu begleiten. Die zweite Story beinhaltet einen Zweitmeinungs-Ärzte-Service sowie eine Spezialisten- und Krankenhaussuche für bestimmte Behandlungen.

Zudem werden wir als einer der ersten Versicherer 2023 die elektronische Patientenakte einführen. Wir sind hier investitionsbereit und meinen es ernst. Auch das soll dazu beitragen, dass wir bis 2030 unter den Top Ten am Markt sind.

„In der Vollversicherung ist der Maklervertrieb ein Kernkanal. Aber natürlich wollen wir auch Hauptakteur in der Zusatzversicherung und vor allem der bKV sein.“