

+ Kapitalanlage + Versicherung + Investment + Finanzierung +

Vertriebserfolg 2015/16



**Zukunftsweisende Perspektiven,
erfolgreiche Strategien und motivierende Ideen
für Vermittler und Berater!**

Innovative Produkte und Dienstleistungen

www.wmd-brokerchannel.de

Ausgabe eMagazin Oktober 2015

 **wmd brokerchannel**

Vertriebschance GKV



Beitrag von **Thomas Adolph**,
Geschäftsführer,
Kassensuche GmbH

Der Vertrieb in der Versicherungsbranche war schon mal einfacher – und ertragreicher. Manchmal mag man meinen, dass gerade alles zusammenkommt, den eigentlich phantastischen Beruf des Risikomanagers und Vorsorgegestalters – oft einfach auch „Versicherungsvermittler“ genannt – so unattraktiv wie möglich werden zu lassen: Generelle Kaufzurückhaltung der Kunden, schwer zu gestaltende Altersvorsorge in der Niedrigzinsphase, stark steigende Prämien in der Wohngebäudeversicherung, immer strengere Risikoprüfungen in der Biometrie, Wegbrechen der KFZ-Bestände an Online-Portale etc., garniert mit immer höheren regulatorischen Anforderungen wie Protokollen, Geldwäschegesetzprüfungen und Pflichtweiterbildungen. Um dem Ganzen die Krone aufzusetzen werden die Vergütungen im provisionsbezahlten Vertrieb gedeckelt (PKV-Vollversicherung), mit schon abenteuerlichen Haftungszeiten von bis zu 10 Jahren versehen oder gleich ganz drastisch reduziert (Lebensversicherung). Und trotzdem: Die Stimmung in der Branche könnte angesichts all dessen viel schlechter sein als sie ist. Im Gegenteil ist es faszinierend, wie begeistert noch immer viele Kollegen ihren Job machen und möglichst optimale Leistungen für ihre Kunden suchen.

Nein, das hier soll keine Lobhudelei werden. Es soll einfach nur mit hohem Respekt vor all denen im Kundenkontakt dargestellt werden, mit wieviel Gegenwind die Branche tagtäglich zu kämpfen hat. Umso mehr benötigt der Außendienst jede Unterstützung, die er bekommen kann. Denn die Heraus-

forderungen lassen sich auf einige wenige – wenn auch hochkomplexe – Kernpunkte reduzieren:

- Höhere Effizienz in der täglichen Verwaltungsarbeit
- Spannende Themen für Kundenkontakte, die dann zu erfolgreichen Terminen führen
- Gute Produkte, die aus Überzeugung verkauft und vom Kunden bewusst gekauft werden
- Positionierung als echter Problemlöser und dauerhafter Partner des Kunden.

Wer diese vier Punkte bewältigt, wird ohne Frage in der Branche erfolgreich sein und sein finanzielles Auskommen haben. Über das „wie“ lassen sich ganze Diplomarbeiten schreiben und große Seminarräume füllen, man kann in ein rein prozessorientiertes Denken verfallen (und den Kunden dabei vergessen) – oder man geht in einer ruhigen Minute mit gesundem Menschenverstand an das ganze Thema heran.



In diesem kurzen Artikel im „Vertriebserfolg“ können wir naturgemäß nur einzelne Punkte herausgreifen. Und das möchten wir mit dem Bereich der Gesetzlichen Krankenkassen tun – so seltsam dies im ersten Moment auch erscheinen mag. Warum sollte Vertriebserfolg gerade mit der Gesetzlichen Krankenversicherung (GKV) möglich oder sogar sinnvoll sein?

Ganz einfach: Weil die GKV der ideale Türöffner zum Kunden ist, den perfekten Einstieg in Gespräche rund um die biometrische Absicherung darstellt und schließlich – wenn es zu einem Abschluss kommt – ganz leicht und effizient abwickelbar ist. Also quasi ein Komplettpaket, das richtig eingesetzt ein echter Joker im Vertrieb sein kann. Vorausgesetzt, man nutzt es konsequent!

Genug der Vorrede, kommen wir zu den Fakten und den konkreten Chancen im Vertrieb: Dass sich die Gesetzlichen Krankenkassen in den letzten bald 20 Jahren seit Freigabe der Krankenkassenwahl mehr und mehr von der Behörde zum Serviceanbieter gewandelt haben, ist sicherlich den meisten von uns bewusst. Dass die heute (Stand Oktober 2015) noch immer 124 Kassen in Deutschland in einem wirklich harten Wettbewerb zueinander stehen, dagegen vielleicht nicht.

Der Kampf um Mitglieder erfolgt sowohl auf finanzieller Basis (Beitragsatz, Bonusprogramme, etc.) als auch auf der Leistungsebene. Gerade in den Jahren 2009 bis 2014, als alle Kassen den gleichen Beitragsatz erheben mussten, wurden die Leistungen gewaltig ausgebaut. Ganz wichtig: Wenn wir hier von den Leistungen sprechen, dann meinen wir damit ganz klar die Zusatz- und Mehrleistungen, die über das gesetzlich vorgeschriebene Maß hinausgehen. Also all das, was die Kassen über die ca. 95% Pflichtleistungen hinaus bieten, auf Basis ihrer eigenen Entscheidung als Dienstleister für ihre Versicherten.

Gut, ca. 70 Mio. Deutsche sind gesetzlich krankenversichert, das ist den meisten bekannt. Eine ohne Frage hinreichend große Zielgruppe. Doch jeder hat andere Anforderungen, eine andere Einstellung zu für ihn wichtigen Leistungen. Wobei: Sicherlich können heute noch immer die wenigsten Bundesbürger wirklich klar sagen, was genau sie von ihrer Krankenkasse wollen. Natürlich, eine möglichst gute Versorgung im Krankheitsfall, das ist klar. Aber die nehmen ja eigentlich die Ärzte, Krankenhäuser und sonstigen Leistungserbringer vor. Die Krankenkasse wird – wenn überhaupt – nur als Zahleinrichtung für diese wahrgenommen. Die Vorlage der Versicherungskarte reicht für die Vornahme Behandlung ja schließlich auch vollkommen aus. Kein Wunder, dass die Krankenkasse selbst keine wirkliche Präsenz im Alltag Ihres Kunden hat.

Und genau hier liegt die Chance für den Vertrieb! Wie oft musste bei der Kontaktaufnahme zum Kunden die xte Versicherung als Aufhänger herhalten oder die Altersvorsorge, für die der Kunde ja Konsumverzicht üben muss?

Warum nicht mal die Frage, ob der Kunde eigentlich in der wirklich zu ihm passenden Gesetzlichen Krankenkasse ist? Wann er zum letzten Mal das Leistungsspektrum seiner Kasse überprüft und mit anderen verglichen hat?

Das sind Fragen, mit denen der allergrößte Teil Ihrer bestehenden und potentiellen Kunden wohl noch nie konfrontiert worden ist und eher verblüfft bis interessiert reagieren wird. Schnell kommt die Frage, was Sie damit wohl meinen würden. Und das ist dem Kunden schnell erläutert:

- Dass die Krankenkassen seit Anfang 2015 unterschiedliche Beitragssätze haben, ist dem geschätzten Kunden ja sicherlich bekannt (er hat dazu einen Brief von seiner Kasse bekommen). Aber dass viele Kassen daneben noch viel attraktivere finanzielle Vorteile bieten, das ist schon toll: So kann man über ein gutes Bonusprogramm leicht 100 bis 250 Euro pro Jahr in bar von seiner Kasse bekommen. Nutzt er das schon? Oder ist er vielleicht ohnehin so gut wie nie beim Arzt und verdient ordentlich? Dann ist vielleicht eine Beitragsrückerstattung bei Leistungsfreiheit ideal für ihn. Bis zu 600 Euro pro Jahr kann man dort von seiner Kasse zurück erhalten. Das sind doch Beträge, die ein Gespräch lohnen, oder?
- Und dann die Leistungen. Die Kassen haben gewaltig zugelegt. Okay, Naturheilverfahren sind nicht immer jedermanns Sache – aber Homöopathie, Osteopathie und sogar Traditionelle chinesische Medizin übernehmen schon viele Kassen. Oder die jährliche Professionelle Zahnreinigung – auch die wird von manchen Kassen komplett gezahlt. Genauso wie Reisechutzimpfungen, Rooming-In bei Kindern im Krankenhaus oder zusätzliche Vorsorgeuntersuchungen. Man merkt halt, wer mehr für seine Versicherten tun will. Wie ist das denn bei seiner Kasse?
- Ja, und dann der Service. Da gibt es doch tatsächlich Kassen, die einem den Termin beim Facharzt besorgen. Kein Herumtelefonieren wegen eines Arzttermins und keine langen Wartezeiten mehr - einfach die Kasse bitten, das für einen zu erledigen. Machen natürlich noch lange nicht alle, aber einige eben schon. Toll, oder? Und dann die freie Wahl des Krankenhauses, die telefonische Infohotline bei medizinischen Fragen und und und.

Also lieber Kunde: Wann sehen wir uns?

Der Türöffner beim Kunden – das ist heute eben nicht mehr die KFZ-Versicherung, sondern die Gesetzliche Krankenkasse! Dann aber, im Termin, ent-

faltet die GKV erst ihren wahren Nutzen!

Denn jetzt kann man hervorragend mit einer Checkliste mit dem Kunden durchgehen, welche Leistungen ihm persönlich wichtig sind: Naturheilverfahren, Zahn- und Brillenleistungen, schnelle Termine beim Arzt, erste Klasse im Krankenhaus etc. pp. Für all das bieten Krankenkassen Mehrleistungen. Doch auch diese sind in ihrem Umfang natürlich begrenzt. Der Kunde hat also in vielen Fällen einen deutlich darüber hinausgehenden Bedarf. Und wie kann dieser möglichst gut geschlossen werden? Natürlich über eine entsprechende Zusatzversicherung, vermittelt von Ihnen!

Zusätzlich bieten Krankenkassen für bestehende schwere oder chronische Krankheiten verbesserte bzw. strukturierte Behandlungsformen an. Hat man also bereits eine Erkrankung, kann sogar deshalb ein Wechsel Sinn machen. Nicht vergessen: Es besteht Kontrahierungszwang, die Wunschkasse muss also aufnehmen – ja, sie darf sogar nicht einmal nach Vorerkrankungen fragen!

Ein guter Grund, auch das im Gespräch einmal anzusprechen. So erhält der Vertrieb von Anfang an relevante Informationen über bereits bestehende Krankheiten und kann mit diesen gleich viel kundenorientierter tätig sein – ein ausführliches Beratungsgespräch über den Sinn einer Berufsunfähigkeitsversicherung macht bei einer bestehenden Diagnose Morbus Crohn sicherlich meist wenig Sinn, Alternativprodukte können dagegen passgenau für den Kunden nutzbar sein.

Gleichzeitig wird im Gespräch auch schnell klar, welche Themen den Kunden bewegen und wo er selbst Absicherungsbedarf sieht. So ist das schon vor Jahren aus dem Leistungskatalog der GKV gestrichene Sterbegeld sicherlich ein schöner Aufhänger, die Absicherung der Familie im Todesfall anzusprechen. Das Krankengeld ist eine Kernleistung der Gesetzlichen Krankenkassen – aber es sichert bekanntlich lange nicht das aktuelle Nettogehalt ab. Ein wunderbarer Einstieg in die Thematik der Absicherung der eigenen Arbeitskraft ist so ganz automatisch gegeben!

Partnern unseres kostenfrei verfügbaren Vermittlerportals zur Gesetzlichen Krankenversicherung www.makleraktiv.de stellen wir nicht nur Checklisten bzw. Frageformulare zur Verfügung, sondern auch gleich das entsprechende Auswertungstool. Einfach jeden Wunsch des Kunden im Online-System anhaken und dann das Ergebnis abrufen. Die für den Kunden am besten in Frage kommenden Krankenkassen werden sofort angezeigt. Ausführ-

liche Leistungsübersichten zur jeweiligen Kasse und aktuell bei rund 50 Kassen ein direkt hinterlegter Mitgliedschaftsantrag runden das Angebot ab. Verfügbar ist das System natürlich auf jedem Endgerät – auch auf Tablets und Handys direkt beim Kunden!

Ist ein Mitgliedschaftsantrag hinterlegt, ist die Mitgliedschaft in der jeweiligen Kasse gegen Vergütung direkt vermittelbar. Kommt es zur Mitgliedschaft des Kunden bei der vermittelten neuen Krankenkasse, werden von uns i.d.R. EUR 60,- vergütet. Direkt bei der Kasse eingereicht mag es manchmal etwas mehr (bis max. EUR 85,05 darf die Kasse überhaupt nur bezahlen) sein, aber zu welchem Aufwand? Wir sprachen eingangs auch über die Notwendigkeit, die eigenen Prozesse zu optimieren und günstiger zu gestalten. Direktverträge mit 50 Kassen für jeweils weniger als einen Antrag im Jahr gehören ganz sicher nicht zur Effizienz!



Quelle: © Taffi - Fotolia.com

Hat man dem Kunden aber mit Hilfe des Systems die passende Kasse gezeigt und den Antrag aufgenommen, kann dieser direkt online hochgeladen werden und ist schon eingereicht. Und das Schönste: Eine Protokoll- bzw. Dokumentationspflicht gibt es bei der Vermittlung von Gesetzlichen Krankenkassen nicht! Das System stellt aber trotzdem vollautomatisch eine Zusammenfassung der möglichen und der vom Kunden ausgewählten Leistungen sowie das Auswertungsergebnis in einem PDF zusammengefasst zur Verfügung. Dieses kann auch direkt aus dem System z.B. beim Kunden per eMail ins eigene Büro geschickt werden. So kann auch später alles einwandfrei nachvollzogen werden.

Und wenn der Antrag nun gestellt ist – oder Sie gemeinsam mit dem Kunden festgestellt haben, dass er in seiner aktuellen Kasse mit seinen Anforderungen gut aufgehoben ist oder er sich einfach dort so irrsinnig wohlfühlt, dass er gar nicht wechseln mag? Dann kommt die Kür Ihres Kundenbesuchs – die vertiefenden Gespräche zu all den Vertriebsansätzen, die Sie im Gespräch mit dem Kunden gesammelt haben. Als kundenorientierter Profi werden Sie daraus sicherlich das Beste machen. Wir wünschen viel Erfolg dabei!

Thomas Adolph im Oktober 2015

Geschäftsführer der Kassensuche GmbH des Informationsportals www.gesetzlicheKrankenkassen.de und des Vermittlerportals zur GKV www.makleraktiv.de