



„Boomender Markt“

Dr. Rainer Reitzler, Vorstandschef des Münchener Vereins, setzt stark auf Zusatzpolicen.

? KURS: Während die Nachfrage nach Krankenvollversicherungen faktisch stagniert, werden Zusatzpolicen gut nachgefragt. Wo sehen Sie die Ursachen?

! Reitzler: Die deutschen Verbraucher realisieren die stetig größer werdenden Lücken der gesetzlichen Absicherung und geben sich nicht mehr damit zufrieden.

? KURS: Welche Vorteile bietet aus Ihrer Sicht der Status als Privatpatient?

! Reitzler: Als Privatpatient hat man den Leistungsumfang mit dem Versicherer vertraglich vereinbart. An diesem Leistungsumfang ist nicht zu rütteln, und darauf kann sich der Privatpatient verlassen. Zudem hat er absolute Kostentransparenz, einen breiteren Leistungsumfang und mehr Einflussmöglichkeiten bei seiner Behandlung.

? KURS: Ambulante, stationäre und Zahnzusatztarife sind die wichtigsten Teilbereiche von Krankenzusatzpolicen. Welche werden in Ihrem Unternehmen besonders nachgefragt?

! Reitzler: Besonders erfolgreich ist unser Zahnzusatzprodukt Deutsche Zahnversicherung. Es ist als flexibles Baukastensystem aufgebaut. Gerade im Bereich der Zahnzusatzversicherung sehe ich noch mehr Vertriebspotenzial. Bislang haben 55 Millionen Deutsche noch keine abgeschlossen. Insgesamt verzeichneten wir so 2014 eine Absatzsteigerung in Höhe von 82,8 Prozent im Krankenvollversicherungszusatzgeschäft. Katalysator war die Deutsche Zahnversicherung mit einem Anteil von 78 Prozent.

? KURS: Wie hoch ist die Bündelungsdichte?

! Reitzler: Der Großteil unserer Kunden entscheidet sich im Schnitt für etwa zwei Tarife – Tendenz steigend, da wir verschiedene Cross-Selling-Maßnahmen umsetzen.

? KURS: Seit einigen Jahren werden neben konventionell kalkulierten Tarifen auch solche ohne Alterungsrückstellung angeboten. Wie stellt sich Ihr Unternehmen hier auf?

! Reitzler: Wir richten uns nach den Verbraucherbedürfnissen und haben beide Kalkulationsformen. Die konventionell kalkulierten Produkte machen besonders bei einer langfristigeren Absicherung Sinn. Beispielsweise ist der Kunde eher daran interessiert, langfristig für das Pflegefallrisiko im Alter vorzusorgen, anstatt das Risiko nur für einen kurzfristigen Zeitraum zu versichern – wie es im Grunde nach für die kalkulierten Tarife ohne Alterungsrückstellung gilt. Das kann bei der Zahnvorsorge schon anders sein. Hier bieten wir beide Kalkulationsformen an. Doch der Großteil unserer Kunden präferiert nach wie vor eine langfristige Zahnvorsorge.

? KURS: Die Leistungspreizung ist auch bei Zusatzpolicen sehr hoch. Worauf sollten Kunden und Berater vor der Vertragsunterschrift besonders achten?

! Reitzler: Kunden wie Berater sollten darauf achten, dass die Leistungen zu den Bedürfnissen des Kunden passen. In schlecht sitzenden Schuhen läuft es sich einfach nicht gut. Daher haben wir die Bausteinprodukte entwickelt, die indivi-

duell entsprechend den Wünschen und Vorstellungen der Kunden zusammengestellt werden können. Zudem sollte Wert auf qualitativ hochwertige Produkte gelegt werden, anstatt ausschließlich den Preis als Entscheidungskriterium zu nehmen. Hier geben Auszeichnungen renommierter Analysehäuser gute Hinweise.

? KURS: Welche Erwartungen im Hinblick auf die Zusatzversicherungen hat Ihr Vertrieb für das laufende Jahr?

! Reitzler: Für das Krankenvollversicherungszusatzgeschäft erwartet unser Vertrieb neue Impulse durch neue Produkte und Services.

? KURS: Sind neue Angebote zu erwarten? Und worauf wird dabei der Schwerpunkt liegen?

! Reitzler: Wir bleiben unserer Linie treu und werden ein neues flexibles Bausteinprodukt im Bereich der privaten Krankenzusatzversicherung für gesetzlich Versicherte Mitte des Jahres auf den Markt bringen. Zudem werden wir die Servicebeziehungsweise Assistenzleistungen stetig erweitern. <<

Privatpatienten werden hoffiert.

