

PRESSEINFORMATION

Köln, 08.07.2020

Bester GKV-Maklerservice 2021

Unter den gesetzlichen Krankenkassen bietet die DAK-Gesundheit den besten Maklerservice, so das Ergebnis der „GKV Maklerumfrage 2021“. Auf den Plätzen: Hanseatische Krankenkasse (HEK) und Techniker Krankenkasse (TK). Damit konnte dieses Trio in der von DFSI Deutsches Finanz-Service Institut, wmd-Brokerchannel und makleraktiv.de durchgeführten Umfrage die Top-Platzierungen der Vorjahre erneut bestätigen. Die Befragung liefert zudem Erkenntnisse, welche Unterstützung die „perfekte“ Krankenkasse Vermittlern bieten sollte.

Um Profis zu überzeugen, braucht es mehr als ein paar nette Flyer oder Hochglanzbroschüren. Anders als viele Mitglieder Gesetzlicher Krankenkassen klopfen Versicherungsmakler und Mehrfachagenten die Angebote der Krankenkassen auf Schwachstellen ab, bevor sie diese empfehlen. Aber warum sollten Makler sich überhaupt mit der GKV beschäftigen? Ist die Provision, die gesetzliche Krankenkassen für die Vermittlung eines Kunden zahlen, doch nicht gerade üppig. Dr. Marco Metzler, Fachbeirat des Deutschen Finanz-Service Instituts in Köln, sieht das anders: „Die GKV ist bei etwa 90 Prozent aller Bundesbürger ein erstklassiger Türöffner für den Verkauf weiterer Policen. Viele gesetzlich Krankenversicherte wollen nämlich bessere Leistungen als die GKV sie bietet“, weiß der Versicherungsexperte. „Und nur private Zusatzversicherungen bringen GKV-Versicherte auf das gewünschte Versorgungsniveau.“ Makler, die hier kein Fachwissen aufbauen, verschenken Umsatzpotenzial, findet Metzler.

Welche (Dienst-)Leistungen der Kassen die Vertriebsprofis, die bereits mit GKVen im Geschäft sind, besonders wichtig finden, ermitteln wmd-Brokerchannel, www.makleraktiv.de und Deutsches Finanz-Service Institut (DFSI) seit Jahren mit Hilfe ihrer „Umfrage zur Vertriebsunterstützung Gesetzlicher Krankenkassen“, kurz GKV-Maklerumfrage. An der aktuellen Befragung von Mitte Mai bis Mitte Juni 2021 nahmen 488 Makler teil, gut 13 Prozent mehr als im vergangenen Jahr. Dabei sollten die unabhängigen Vertriebsprofis detailliert darlegen, was ihnen bei Kooperationen mit Gesetzlichen Krankenkassen besonders wichtig ist und welche Kassen diese Anforderungen am besten erfüllen.

Ein interessantes Ergebnis vorweg: Praktisch alle Umfrageteilnehmer hatten direkte Vertriebsvereinbarungen mit einer oder mehreren Krankenkassen geschlossen. Nur ein Makler arbeitete im Bereich GKV mit einem Maklerpool zusammen. Gut vier von zehn (42,71 Prozent) hatten mit drei Kassen direkte Vereinbarungen getroffen.

Schaut man dann auf die Ergebnisse im Detail, stellt man fest: Sowohl bei der Kundengewinnung, als auch bei Vertriebsunterstützung und beim Service, setzen Makler, die bereits GKV-Geschäft schreiben, besonders auf die Aspekte, die ihnen einen Vorteil bei ihren Kunden verschaffen. So finden 57,99 Prozent der Teilnehmer Marke und Image der empfohlenen Kasse zur Kundengewinnung sehr wichtig. Gefolgt von gewonnenen Tests – etwa bei Stiftung Warentest. Dies finden 56,76 Prozent äußerst wichtig. Für ebenso viele Makler sind zudem Bonusprogramme ein äußerst wichtiges Mittel zur Kundengewinnung. Die Höhe des Beitragssatzes ist hingegen lediglich für 51,43 Prozent der Befragten äußerst wichtig. Fast ebenso vielen Maklern (51,23 Prozent) ist sehr wichtig, dass die Krankenkasse den Kunden nicht auf eigene Faust Zusatzversicherungen verkaufen will.

Dagegen sehen deutlich weniger der befragten Versicherungsexperten (45,49 Prozent) eine starke Finanzkraft und stabile Beiträge der Krankenkasse als sehr wichtig zur Kundengewinnung an. Mit 45,29 Prozent sind noch etwas weniger Befragte der Meinung, Top-Leistungen über dem GKV-Standard, die zu einem geldwerten Vorteil führen, seien sehr wichtig zur Kundengewinnung. Auch ein bundeseinheitlicher, qualitätsgesicherter Service (46,72 Prozent) und ein dichtes Netz von Geschäftsstellen (50,82 Prozent) schaffen es nicht in die Top-Five zur Kundengewinnung.

08.07.2020, Seite 2

Bei der Vertriebsunterstützung durch die Kassen finden 61,89 Prozent der Befragten fachliche und verkaufsfördernde Schulungen sehr wichtig, dicht gefolgt von Verkaufstrainings vor Ort. Das finden 60,66 Prozent der Vertriebsprofis sehr wichtig. Dagegen rangieren Roadshows (sehr wichtig: 49,18 Prozent) und spezialisierte Mitarbeiter zur Maklerbetreuung (44,06 Prozent) deutlich weiter hinten. Dazwischen liegen der Wunsch nach persönlichen Ansprechpartnern (53,28 Prozent) und der nach einer unterstützenden Präsenz der Krankenkasse bei Messen und Veranstaltungen (56,56 Prozent).

Im Vertriebspartner-Service erwarten die meisten Befragten von exzellenten Krankenkassen, dass sie spezielle Verkaufsmaterialien kostenlos zur Verfügung stellen (sehr wichtig: 69,26 Prozent), eine Stomoprävention durch telefonisches Nachfassen beim Absprungwilligen betreiben (65,57 Prozent) sowie einen geschützten Online-Bereich mit speziellen Vermittler-Services (61,27 Prozent). Interessant: Eine zeitnahe Abrechnung und schnelle Auszahlung finden dagegen gerade mal 33,81 Prozent der Makler sehr wichtig. Auf ähnlich niedrigem Niveau rangiert der Wunsch nach ausgebildetem Fachpersonal anstelle von Callcenter-Mitarbeitern (sehr wichtig: 32,38 Prozent) und eine kostenlose Fachhotline (31,56 Prozent).

Dagegen wünschen sich Makler von der perfekten Krankenkasse, dass diese von sich aus auf fehlende Antragsunterlagen hinweist – für 55,12 Prozent der Vertriebsprofis ist das äußerst wichtig. Auch Online-Tools zur Beitragsberechnung, zur Verfolgung des eingereichten Geschäfts, zum Hochladen fehlender Dokumente sowie zum Vergleich von Krankenkassen werden mit „Sehr wichtig“-Werten zwischen 53,07 Prozent und 55,74 Prozent ebenso als durchaus bedeutsame Service-Leistung eingestuft, wie vorformulierte Kündigungsvordrucke zum Download (54,30 Prozent).

Und welche Kassen erfüllen diese Anforderungen aktuell am besten? Hier konnte jeder Befragte drei Stimmen angeben. Und wie schon in den Vorjahren schaffte es die DAK-Gesundheit auf Platz eins. Sie konnte bei 488 Befragten 474 Stimmen einsammeln. Auch auf den Plätzen gab es keine Veränderung: Mit lediglich acht Stimmen weniger (462 Stimmen) sicherte sich die HEK – Hanseatische Krankenkasse Silber. Und Bronze ging an die Techniker Krankenkasse (TK) mit 446 Stimmen. Alle anderen Krankenkassen sind in der Gunst der Makler weit abgeschlagen.

Nähere Informationen zu den Unternehmen makleraktiv.de, DFSI Deutsches Finanz-Service Institut und wmd-Brokerchannel, die gemeinsam die GKV-Maklerumfrage durchführen:

Der wmd-brokerchannel.de wurde im Februar 2001 als Informationsplattform für Finanz- und Versicherungsvermittler gegründet. Der wöchentliche Newsletter wird dienstags und donnerstags an Vertriebe, Makler, Vermittler verschickt. Messungen von Marktforschungsinstituten zufolge erreicht der wmd-brokerchannel wöchentlich mehr als jeden vierten Vermittler in der Branche. eMagazine, eStudien und Printausgaben komplettieren das Angebot in optimaler Form.

Das Internetportal www.makleraktiv.de stellt zugelassenen Versicherungsvermittlern eine interaktive Kassensuche zur Unterstützung ihrer Kunden sowie provisionierte Abwicklungsmöglichkeiten für rund 70 Gesetzliche Krankenkassen kostenfrei zur Verfügung.

Die DFSI Deutsches Finanz-Service Institut GmbH ist ein unabhängiger Datendienst, der marktrelevante Informationen zu Versicherern, Banken, sonstigen Finanzdienstleistern und Gesetzlichen Krankenkassen sammelt und bewertet. Dabei werden zu Finanzprodukten die Informationen, die für Privatkunden entscheidungsrelevant sind, gebündelt und als Produktratings dargestellt. Hier fließen insbesondere Daten aus den Allgemeinen Versicherungsbedingungen (AVB), Leistungs- und Servicedaten des Versicherers sowie Preis- und Prämiendaten ein. Das DFSI erstellt seit 2008 branchenweite Leistungstests zu Finanzprodukten. Bei der Entwicklung der Test- und Ratingmethodik wird das DFSI durch Experten des institutseigenen Fachbeirats unterstützt. Diese verfügen über jahrelange Erfahrungen im deutschen Ratingmarkt und der Finanzdienstleistungsbranche.

Mehr Informationen zu den Ergebnissen der Studie finden Sie unter www.dfsi-institut.de

08.07.2020, Seite 3

Pressekontakt:

Sebastian Ewy
Senior Analyst
[mailto: s.ewy@dfsi-institut.de](mailto:s.ewy@dfsi-institut.de)
Tel.: +49 (0)221 6777 4569-1

Verantwortlich für den Inhalt:

DFSI Deutsches Finanz-Service Institut GmbH
Heinrich-Brüning-Str. 2a
D-50969 Köln
Thomas Lemke
Geschäftsführer
Tel.: +49 (0)221 6777 4569 0
Fax: +49 (0)221 423 468 38
<http://www.dfsi-institut.de>