

Zeitenwandel

Die Wirtschaft brummt in Deutschland. Über 44 Millionen Menschen waren 2018 in Lohn und Brot. Eigentlich ein Grund zur Freude. Doch immer mehr Unternehmen haben Probleme, neue Mitarbeiter zu finden. Während Großkonzerne wie Continental, Volkswagen, Bayer, BASF, BMW, Siemens, Allianz oder Daimler hoch im Kurs stehen, wird es für klein- und mittelständische Unternehmen immer schwieriger, passendes Personal zu finden oder zu halten.

Die Unternehmen werden hierauf Antworten finden müssen, denn der Arbeitsmarkt ist im Wandel, davor können sie kaum noch die Augen verschließen. Demografie und Gesundheit sind, neben der Digitalisierung, zu Megatrends geworden. Die Erhaltung der Leistungsfähigkeit der Mitarbeiter gerät neben personalpolitischen Zielen, also Mitarbeitergewinnung, Mitarbeiterbindung und Mitarbeitermotivation, immer stärker in den Fokus. In Zeiten, in denen die Belegschaften älter werden, Mitarbeiter die höheren Belastungen eines immer stärker verdichteten Arbeitsalltags tragen müssen, wird die Gesundheit der Mitarbeiter essenziell.

Die Rahmenbedingungen ändern sich grundlegend. Daher steigt die Zahl der Unternehmen, die auf der Suche nach neuen, flexiblen personalpolitischen Instrumenten sind. In der heutigen Arbeitswelt gibt es einige Benefits für Mitarbeiter: Sozialleistungen, vermögenswirksame Leistungen, die betriebliche Altersvorsorge. Und zunehmend die betriebliche Krankenversicherung (bKV). Während die bAV erst im Rentenalter zum Tragen kommt, geht die bKV einen anderen Weg. Das Ziel: die Leistungsfähigkeit von Mitarbeitern zu erhalten oder deren Ausfallzeiten zu reduzieren. Auch wenn der bKV-Markt noch jung ist und die bKV im Vergleich zur bAV noch ein zartes Pflänzchen, die Nachfrage steigt – langsam, aber stetig. Laut dem Verband der privaten Krankenversicherer hatten bis Mitte 2018 rund 7.000 Unternehmen für rund 720.000 Mitarbeiter eine



Jörg Droste, Cash.-Ressortleiter Versicherungen
droste@cash-online.de

betriebliche Krankenversicherung abgeschlossen. Gerade in mittleren und kleineren Unternehmen ist das Wissen zum Thema bescheiden. Laut einer Studie der Unternehmensberatung Simon-Kucher kennt jeder vierte Arbeitgeber ohne bKV deren Nutzen und Funktion nicht. Bei den Arbeitnehmern ist das Wissen noch dürftiger. So kennen drei Viertel die bKV entweder gar nicht oder nicht detailliert. Dabei zeigt sich über ein Drittel der Arbeitnehmer und ein Viertel der Arbeitgeber grundsätzlich interessiert.

Wie kostspielig der Ausfall von Arbeitskräften werden kann, belegen diverse Studien. Danach fallen – bundesweit und über alle Branchen – Mitarbeiter im Schnitt für 14,4 Tage aus. Pro Arbeitstag kostet der Ausfall ein Unternehmen im Schnitt rund 300 Euro. Und gerade in kleinen Unternehmen mit dünner Personaldecke kann der Ausfall von Mitarbeitern zum Produktionsstillstand führen. Und dann geht es an die Unternehmensexistenz. Insofern lohnt es sich auch hier, in die Mitarbeiter und ihre Gesundheit zu investieren. Denn die Zeiten ändern sich.

INHALT

40 Noch ein zartes Pflänzchen

Die Abschlusszahlen in der bKV steigen, doch noch immer wissen zu wenige Arbeitnehmer und Arbeitgeber um die Vorteile Versicherung.

42 „Die Hallesche ist Vorreiter im bKV-Markt“

Wiltrud Pekarek, Hallesche Krankenversicherung, über das Potenzial der betrieblichen Krankenversicherung für Unternehmen und innovative bKV-Konzepte

BETRIEBLICHE KRANKENVERSICHERUNG

Noch ein zartes Pflänzchen

Das Interesse an der betrieblichen Krankenversicherung (bKV) steigt. Dennoch wissen immer noch zu viele Arbeitgeber und Arbeitnehmer zu wenig über die Möglichkeiten und Vorteile. Und auch im Vertrieb gibt es Informationsbedarf.

Die betriebliche Krankenversicherung (bKV) gilt als Hoffnungsträger der Branche. Auf den Durchbruch wartet sie noch immer. Dass die bKV nach wie vor ein zartes Pflänzchen ist, dürfte vor allem der Unkenntnis geschuldet sein. Laut einer Studie der Unternehmensberatung Simon-Kucher kennt jeder vierte Arbeitgeber ohne bKV deren Nutzen und Funktion nicht. Bei den Arbeitnehmern ist das Wissen noch dürrtiger. So kennen drei Viertel die bKV entweder gar nicht oder nicht detailliert. Dabei zeigt sich über ein Drittel der Arbeitnehmer und ein Viertel der Arbeitgeber grundsätzlich interessiert. „Diese Lücke lässt sich aber durch intensivere Kommunikation beseitigen“, zeigt sich Dr. Ingo Reinhardt, Senior Director bei Simon-Kucher überzeugt. Allderdings sind der Studie zufolge fast ein

Drittel der Arbeitgeber noch nie von einer Versicherung angesprochen worden.

Dabei gehe es bei der bKV gar nicht um den Kauf oder Verkauf einer Versicherung, sondern um ein betriebliches Gesundheitskonzept, das als attraktive Zusatzleistung des Unternehmens wahrgenommen werde, lautet das Argument der bKV-Expertin und Vorstand der Hallesche Krankenversicherung, Wiltrud Pekarek. Und dieses könne gleich auf mehrere personalpolitische Probleme und Herausforderungen eine Antwort geben. „Es unterstützt die Gesunderhaltung der Belegschaft, aber es stiftet genauso Mehrwerte, wenn es um die Attraktivität am Arbeitsmarkt geht – im Wettbewerb um die besten Köpfe – oder wenn die Mitarbeiterbindung und -zufriedenheit gefördert werden soll. Wer diese Wirkungsfelder der bKV kennt,

sieht auch den Nutzen für das Unternehmen“, argumentiert Pekarek.

Die Botschaft scheint anzukommen, denn die Nachfrage steigt, langsam, aber kontinuierlich. Hatten zum 31. Dezember 2017 noch 6.057 Arbeitgeber für 672.500 Personen eine bKV abgeschlossen, wuchs die Zahl bis Mitte 2018 auf rund 7.000 Unternehmen und 720.000 Mitarbeiter.

„Unsere Erfahrungen zeigen, dass auch kleine und mittelständische Firmen hierfür grundsätzlich sehr offen sind“, sagt Pekarek. Grund dafür, dass die KMU die bKV nur zögerlich einführen, ist auch, dass sie im Gegensatz zu Großkonzernen kaum betriebsärztliche Einrichtungen oder ein betriebliches Gesundheitsmanagement (BGM) unterhalten. „Hier fehlt es oft noch an Know-how und Ressourcen“, bestätigt Pekarek.

Zusätzlichen Schub dürfte die bKV erhalten, wenn das Bundesfinanzministerium sich endlich dazu durchringen könnte, wie arbeitgeberfinanzierte Beiträge zur bKV steuerlich zu behandeln sein. In zwei Urteilen hat der Bundesfinanzhof im Sommer 2018 klargestellt, dass die bKV-Beiträge des Arbeitgebers im Rahmen der 44-Euro-Grenze als steuerfreier Sachlohn zu gelten haben.

Doch das Bundesfinanzministerium zögert und wendet statt dessen den Nichtanwendungserlass aus dem Jahr 2013 an. Danach gilt die arbeitgeberfinanzierte bKV als Barlohn und ist als Betriebsausgabe steuerlich absetzbar. „Entsprechend bestehen keine besonderen steuerlichen Anreize für Arbeitgeber“, sagt Pekarek. Sie erwartet, dass das Bundesfinanzministerium in absehbarer Zeit seine widersprüchliche Haltung aufgibt und die bKV als Sachlohn unterhalb der Freigrenze als steuerfrei anerkennt. Spätestens dann dürften deutlich mehr Arbeitgeber geneigt sein, ihren Mitarbeitern eine bKV anzubieten. Entsprechende Kommunikation vorausgesetzt.



Die betriebliche Krankenversicherung bietet im Rahmen eines umfassenden Gesundheitskonzepts Arbeitgebern und Arbeitnehmern gleichermaßen Vorteile.

INTERVIEW

„Die Hallesche ist Vorreiter im bKV-Markt“

Die betriebliche Krankenversicherung (bKV) ist ein hervorragendes Instrument, um Mitarbeiter zu halten und neue zu gewinnen. Das Potenzial ist enorm. Cash. sprach mit Wiltrud Pekarek, Vorstand der Hallesche Krankenversicherung a. G., über Marktdurchdringung, Marktchancen und innovative bKV-Konzepte.

Laut PKV-Verband hatten bis Mitte letzten Jahres rund 7.000 Unternehmen für rund 720.000 Mitarbeiter eine betriebliche Krankenversicherung (bKV) abgeschlossen. 2015 waren es 3.800 Betriebe. Gerade in kleinen und mittleren Unternehmen mit bis zu 50 Mitarbeitern ist das Wissen zum Thema bKV gering. Wie lässt sich dies ändern?

Pekarek: Zunächst sehen wir eine durchaus positive Entwicklung mit zweistelligen Wachstumsraten im Jahr. Das belegt das zunehmende Interesse unserer im bKV-Segment aktiven Vertriebspartner und der Firmenkunden selbst. Wir haben aber noch viel Luft nach oben. Das gilt für die Bekanntheit, aber auch für das Wissen um den eigentlichen Nutzen der bKV im Unternehmen – hier gibt es sicher noch einiges zu tun. Unsere Erfahrungen zeigen, dass kleinere und mittelständische Firmen hierfür grundsätzlich sehr offen sind. Während Großkonzerne oft ganze Abteilungen damit beschäftigen, ein umfangreiches betriebliches Gesundheitsmanagement zu unterhalten oder eigene betriebsärztliche Einrichtungen zu betreiben, entdeckte der Mittelstand das Thema betriebliche Gesundheit vergleichsweise spät für sich. Hier fehlt es oft noch an Know-how und Ressourcen. Experten behaupten, dass die bKV perspektivisch das Betriebliche Gesundheitsmanagement (BGM) des Mittelstands sein wird.

Das Wachstum bei der betrieblichen Krankenversicherung ist da. Verglichen mit der Durchdringungsquote in der bAV ist die bKV aber noch ein „zartes Pflänzchen“. Wo liegen die vertrieblichen Herausforderungen beim Thema bKV?

Pekarek: Der bKV-Markt ist noch jung, auch die bAV musste sich mit der Zeit entwickeln. Bis vor gut fünf Jahren – das muss

man selbstkritisch sagen – war das bKV-Angebot nicht wirklich auf die Firmen zugeschnitten, sondern meist eine Kollektiv-Variante bestehender Zusatztarife. Hier haben die Versicherer dazugelernt und ihr Portfolio weiterentwickelt. Die vertriebliche Herausforderung liegt darin, dass die bKV für viele Entscheider im Unternehmen noch immer Neuland ist und sie deshalb nicht auf Erfahrungen zurückgreifen können.

Wie komplex beziehungsweise wie schwierig ist es, Firmeninhaber und Mitarbeiter von der bKV zu überzeugen? Und welche Betreuung und Unterstützung bieten Sie in dem Beratungsprozess?

Pekarek: Das Wichtigste ist: Es geht nicht um den Kauf oder Verkauf einer Versicherung, sondern um ein betriebliches Gesundheitskonzept als attraktive Zusatzleistung des Unternehmens. Dieses kann gleich auf mehrere personalpolitische Probleme und Herausforderungen eine Antwort geben: Es unterstützt die Gesunderhaltung der Belegschaft, aber es stiftet genauso Mehrwerte, wenn es um die Attraktivität am Arbeitsmarkt geht – im Wettbewerb um die besten Köpfe – oder wenn die Mitarbeiterbindung und -zufriedenheit gefördert werden soll. Wer diese Wirkungsfelder der bKV kennt, sieht auch den Nutzen für das Unternehmen.

Sicherlich stellen sich auch administrative Fragen, zum Beispiel, wie führe ich das in meinem Unternehmen ein und was gilt es dabei zu beachten?

Pekarek: Die Spezialisten in unserem Kompetenzcenter Firmenkunden begleiten Vertriebspartner und Unternehmen auf Wunsch vom Erstkontakt über die Beratungsphase bis hin zur Implementierung der bKV in der Firma – und sogar darüber hinaus. Wir unterstützen ebenfalls dabei,

die neue betriebliche Zusatzleistung in der Belegschaft zu kommunizieren. Geht es um steuerrechtliche Fragen oder um das Anlegen der bKV im Lohnbuchhaltungsprogramm, helfen wir unbürokratisch über unseren Kooperationspartner, eine renommierte, bundesweit tätige Steuerberatungsgesellschaft.

Welche steuerlichen Vorteile bietet die bKV für Arbeitgeber und Arbeitnehmer?

Pekarek: In den meisten Fällen wird die bKV voll arbeitgeberfinanziert und pauschalversteuert angeboten. Für den Mitarbeiter selbst hat das also keine steuerlichen Auswirkungen. Dennoch ist es für ihn deutlich vorteilhafter: Eine adäquate Zusatzversicherung, die in aller Regel auch noch eine Gesundheitsprüfung erfordert, müsste er sonst mit seinem steuer- und sozialabgabenpflichtigen Einkommen finanzieren. Obwohl der Bundesfinanzhof im Sommer 2018 erneut in zwei Urteilen klargestellt hat, dass die bKV-Beiträge des Arbeitgebers im Rahmen der 44-Euro-Grenze steuerfreier Sachlohn sind, galt zum Jahresende noch immer der Nichtanwendungserlass des Bundesfinanzministeriums aus dem Jahr 2013. Demnach ist die arbeitgeberfinanzierte bKV als Barlohn zu behandeln und als Betriebsausgabe steuerlich absetzbar. Entsprechend bestehen aktuell keine besonderen steuerlichen Anreize für Arbeitgeber. Steuerexperten gehen davon aus, dass das Bundesfinanzministerium in absehbarer Zeit seine widersprechende Sichtweise aufgibt und die bKV als Sachlohn unterhalb der Freigrenze als steuerfrei anerkennt.

Die bKV wird als bedeutsames Zusatzinstrument genannt, wenn es darum geht, qualifizierte Arbeitskräfte an- oder abzuwerben. Welche Bedeutung kommt der bKV in einer alternden Belegschaft zu?



Wiltrud Pekarek, Vorstand der Halleschen Krankenversicherung: „Wir sehen eine positive Entwicklung mit zweistelligen Wachstumsraten im Jahr.“

Pekarek: Die Demografie bereitet den Unternehmen in der Tat große Sorgen. Einerseits fehlt es in vielen Regionen und Branchen an Nachwuchskräften. Andererseits steigt das Renteneintrittsalter und Mitarbeiter werden mit zunehmendem Alter nicht gesünder und leistungsfähiger – meist ist das Gegenteil der Fall. Mit den zunehmenden Veränderungen der Arbeitswelt 4.0, neuen Organisationsformen sowie schneller werdenden und flexibleren Prozessen verstärken sich auch die negativen Einflüsse auf die menschliche Gesundheit. Das betrifft auch Jüngere. Entscheidend ist deshalb, bereits heute durch betriebliche Gesundheitsleistungen den Krankheitsfällen von morgen vorzubeugen. Die bKV bietet hierfür Bausteine in der Gesundheitsvorsorge, aber auch in der Versorgung, um den bestmöglichen Gesundheitszustand zu erreichen.

Wie hoch ist der Verwaltungsaufwand beziehungsweise der Mehraufwand für die Arbeitgeber und Unternehmen in der bKV?

Pekarek: Viel geringer als es Personalverantwortliche in Unternehmen zunächst

vermuten. Das Anmelden der Belegschaft läuft beispielsweise ganz einfach per Liste über unser Online-Portal, dort können Mitarbeiter auch leicht um- oder abgemeldet werden. Auch bei speziellen Fragestellungen unterstützen unsere erfahrenen Spezialisten natürlich gern.

Wie sieht das neue bKV-Konzept der Hallesche aus? Was ist das Innovative an FEELfree? Und worin unterscheidet es sich von anderen Anbietern im Markt? Wie umfassend ist das Leistungsspektrum?

Pekarek: Die Hallesche versteht sich als Vorreiter und hat den bKV-Markt stark geprägt. Wir haben uns für unseren eigenen Weg entschieden und unser Angebot immer stärker auf die Anforderungen der Firmenkunden und deren Mitarbeiter ausgerichtet. Unsere bKV-Lösungen bieten altersunabhängige Einheitsbeiträge und Firmen ein Maximum an Budgetsicherheit. Das Konzept der bKV-Vorsorgechecks wurde inzwischen von allen relevanten Anbietern übernommen – das sehe ich als Kompliment für unsere bKV-Expertise. Mit FEELfree gehen wir jetzt

wieder einen entscheidenden Schritt voraus und bieten ein hochflexibles Gesundheitskonzept, das der bKV-Markt in dieser Form noch nicht kannte. Das Innovative daran ist, dass der Arbeitgeber künftig keine Vorauswahl an Leistungen mehr treffen muss. Er kauft nur noch ein Gesundheitsbudget. Jeder Mitarbeiter wählt dann einfach die Leistungen, die er benötigt. Einfacher geht es kaum. Der neue bKV-Tarif beinhaltet dabei neun verschiedene Gesundheitsleistungen aus den Bereichen ambulante und zahnärztliche Versorgung, die jeder Mitarbeiter individuell frei wählen kann. Das reicht von Sehhilfen, Arznei- und Verbandmitteln über Heilpraktiker bis hin zu Zahnersatz oder -behandlung.

Sie bieten fünf Gesundheitsbudgets an. Worin unterscheiden Sie die Budgets?

Pekarek: Es gibt fünf Tarifstufen mit unterschiedlich hohen Gesundheitsbudgets pro Mitarbeiter und Jahr: 300 Euro, 600 Euro, 900 Euro, 1.200 Euro und 1.500 Euro. Lediglich zwei Gesundheitsleistungen sind gedeckelt: professionelle Zahnreinigung mit 60 Euro und Sehhilfen mit 180 Euro pro Jahr. Darüber hinaus gibt es keine Einschränkungen, für welche der angebotenen Gesundheitsleistungen das vereinbarte Budget verwendet wird. Mit FEELfree können Firmen je nach Tarifstufe für einen monatlichen Beitrag von 9,95 Euro bis 42,24 Euro ein hochattraktives Gesundheitspaket anbieten, abgestimmt auf das Budget des Unternehmens.

Gibt es weitere Gesundheitsleistungen? Und wie sehen diese aus?

Pekarek: Speziell unseren FEELfree-Versicherten steht rund um die Uhr unser Gesundheitstelefon inklusive Facharzt-Terminservice zur Verfügung. Beratung gibt es dort in 25 Fremdsprachen. Darüber hinaus bieten wir ihnen die ärztliche Sprechstunde mit Videotelefonie an. Als Krankenversicherer stellen wir zudem zahlreiche, ebenfalls kostenfreie Serviceleistungen zur Verfügung – unter anderem Apps oder Gesundheitsinformationen über Internetportal, Broschüren oder Hörbücher. Alles in allem ist es uns wichtig, über die bKV nicht nur eine bessere Gesundheitsversorgung anzubieten, sondern auch eine hohe Erlebbarkeit und Wahrnehmung zu erzielen, was letztlich auch ganz im Sinne der Firmen ist. Schließlich ist die bKV ein Benefit des Unternehmens für seine Mitarbeiter.

Das Gespräch führte Jörg Droste, Cash.