



„Wir wollen nichts anderes als ‚der‘ Tier-Versicherer werden“

INTERVIEW MIT EBERHARD SAUTTER, VORSTANDSVORSITZENDER,
UND ERIC BUSSERT, VORSTAND FÜR VERTRIEB UND MARKETING DER HANSEMERKUR

Die HanseMerkur ist einer der erfolgreichsten Krankenversicherer im Maklervertrieb. Aktuell baut der Versicherer Gesundheitsangebote aus. Ein Beispiel dafür ist das Früherkennungsprogramm Krebs-Scan, das in den nächsten Wochen auf den Markt kommt. Ambitioniert ist die HanseMerkur aber auch, was die Tierkrankenversicherung angeht.

Herr Sautter, Herr Bussert, wir starten in ein voraussichtlich schwieriges Jahr. Worauf gilt es sich einzustellen?

EBERHARD SAUTTER Sie haben recht, die geopolitischen Spannungen und ihre Auswirkungen wie die anhaltende spürbare Inflation und die Volatilität der Kapitalmärkte führen zur Verunsicherung der Bürger. Die Planbarkeit der Ausgaben sowie die Sicherung des Lebensstandards und der Lebensqualität werden wichtige Themen sein, die die Menschen beschäftigen.

ERIC BUSSERT Eines ist klar: Schutz und Absicherung bleiben gerade in diesen Zeiten eine fundamentale Vorsorge, an der nicht gespart werden sollte. In Zeiten von Reallohnverlust ist die individuelle Bedarfs-

ermittlung mehr denn je wichtiger Auftrag eines versierten Experten.

Die HanseMerkur kann auf Wachstumsjahre zurückblicken und Sie haben genaue Vorstellungen, was bis 2025 erreicht werden soll. Erwarten Sie, dass Sie sich 2023 auf Ziellinie halten können?

„Die geopolitischen Spannungen und ihre Auswirkungen [...] führen zur Verunsicherung der Bürger. Die Planbarkeit der Ausgaben sowie die Sicherung des Lebensstandards und der Lebensqualität werden wichtige Themen sein, die die Menschen beschäftigen.“

EBERHARD SAUTTER

ES Unser mittelfristiges Ziel für 2025 ist die kontinuierliche Erreichung von mehr als 3 Mrd. Euro Beitragseinnahmen. 2021 haben wir diese Schallmauer bereits durchbrochen, allerdings stark einmalbeitragsgetrieben. Ich bin optimistisch, dass wir das Ziel bis 2025 auch aus laufenden Beiträgen heraus erreichen, daher verstärken wir unsere Vertriebsaktivitäten in neue Geschäftsfelder.

EB Unsere Ziele im Vertrieb sind wie immer ambitioniert: Wir wollen nichts anderes als „der“ Tier-Versicherer werden. Unsere Strategie in der Altersvorsorge setzt weiter auf steuerlich geförderte Produkte mit einer überdurchschnittlichen Performance. Und natürlich wollen wir unsere Marktführerschaft als erfolgreichster Maklerversicherer in der Krankenversicherung weiter ausbauen.

Vermutlich mit der Vollversicherung als einem großen Schwerpunkt, nehmen wir an. Kann die Branche hier tatsächlich zuversichtlich sein?

ES Uns gelingt es seit Jahren, in der KV stark zu wachsen. Wir gehen mit dieser Zuversicht aber nicht dogmatisch nur an eine Sparte heran, sondern entwickeln bedarfsgerechte Produkte, mit denen wir unserem Anspruch, Innovationstreiber im Gesundheitswesen zu sein, gerecht werden.

EB Wir sehen zwei Megatrends, die durch die Pandemie noch einmal verstärkt wurden: zum einen die Sensibilisierung der Bürger im Hinblick auf ihre Gesundheit und

zum anderen die Haustierhaltung, denn Hund und Katze schützen vor emotionaler Ausgrenzung und Isolation. Eines macht die HanseMerkur besonders: Wir nehmen solche Trends auf und denken sie in der Produktentwicklung und im Vertrieb konsequent zu Ende. Damit schaffen wir echte Bedarfsgerechtigkeit.

Seit einigen Monaten sind Sie mit einer Zusatzversicherung für die Krebsfrüherkennung am Markt. Warum braucht es eine solche Versicherung?

EB Wie gesagt: Wir denken die Dinge zu Ende. Jedes Jahr erkrankt in Deutschland etwa eine halbe Million Menschen neu an Krebs. Krebs ist vor allem deswegen so gefährlich, weil er meist



Eberhard Sautter

über viele Jahre unentdeckt wächst, ohne Symptome oder Beschwerden zu verursachen. Für rund 55% der jährlichen Krebsneuerkrankungen gibt es bisher keine reguläre Früherkennung. Als wir vor einigen Jahren von der Möglichkeit des Bluttests erfahren haben, war uns klar, dass wir diese medizinische Innovation mit aller Kraft weiter vorantreiben wollen. Das Ziel, das wir jetzt erreicht haben, ist, den Bluttest in einen wichtigen und weiterführenden Versicherungsmantel, unseren Krebs-Scan, aufzunehmen, der aus einem ersten Hinweis auf bestimmte Enzyme im Blut den Weg in die weiterführende Diagnostik ebnet und den Kunden aktiv auf diesem Weg begleitet. Wir werden Krebs-Scan im ersten Quartal 2023 im Maklermarkt einführen.

Was kann Krebs-Scan und hat diese neue Möglichkeit zur Krebsfrüherkennung eine Chance, in die GKV aufgenommen zu werden?

ES Krebs-Scan beinhaltet das jährliche Blut-Testverfahren PanTum Detect®, das Enzyme nachweisen kann, die beim Wachstum vieler Tumorarten vermehrt gebildet werden. Und das bereits in Phasen, in denen häufig noch keine Symptome auftreten. Bei einem auffälligen Testergebnis wird mithilfe modernster bildgebender Verfahren, PET/CT und MRT, der Verdacht abgeklärt. Bei einer frühen Diagnose ist die Behandlung oft weniger belastend. Insofern hoffe ich sehr, dass eines Tages die gesetzlichen Kassen die Kosten für Krebs-Scan übernehmen. Das kann aber erfahrungsgemäß noch einige Jahre dauern.

Geht es allein um die Früherkennung oder auch um Zahlungen im Erkrankungsfall?

EB Krebs-Scan ist eine Ergänzung zu bestehenden Früherkennungsuntersuchungen. Es geht aber ganz speziell auch um die Zahlungen im Erkrankungsfall. Der Test

heilt ja keinen Krebs. Daher ist die Behandlung so wichtig. Die Kunden werden ab dem auffälligen Test aktiv durch unsere Telemediziner begleitet. Zudem greifen die klassischen Krankenzusatzleistungen wie Ein-/Zweibettzimmer und Chefarzt sowie weitere Assistance-Leistungen wie Zweitmeinung und Krankenhaussuche.

Sie haben sich auch der finanziellen Absicherung von Tierkrankheiten zugewendet. Bei den Arztkosten wird es hier gerade teurer. Wie entwickelt sich dieser Markt?

ES Auch bei der Tierhaltung in Deutschland kann man jetzt schon die Auswirkungen der Pandemie messen. Schätzungsweise in jedem zweiten Haushalt lebt heute ein Tier. Gleichzeitig steigen die Preise, natürlich auch für den Unterhalt der vierbeinigen Familienmitglie-

„Wir sehen zwei Megatrends, die durch die Pandemie noch einmal verstärkt wurden: zum einen die Sensibilisierung der Bürger im Hinblick auf ihre Gesundheit und zum anderen die Haustierhaltung, denn Hund und Katze schützen vor emotionaler Ausgrenzung und Isolation.“

ERIC BUSSERT

der. Nicht zuletzt wurde im November 2022 die Gebührenordnung für Tierärzte überarbeitet, was zu signifikanten Preiserhöhungen in der medizinischen Versorgung führen wird. Der Bedarf nach Planungssicherheit der monatlichen Unterhaltskosten wird dementsprechend höher.

Auch der Wettbewerb bei Tierversicherungen hat zugenommen. Wie heben sich die Produkte am Markt voneinander ab?

EB Wie alle Produktlösungen der HanseMerkur zeichnet sich auch unsere TKV durch ein marktführendes Preis-Leistungs-Verhältnis aus. Im Detail überzeugen dann beispielsweise zwei Besonderheiten: Rassespezifische Erkrankungen sind bei uns nicht von vornherein

ausgeschlossen, zudem gibt es bei der HanseMerkur keine altersbedingten Selbstbeteiligungen und nur drei sehr moderate Alterssprünge. Mit dem Verzicht auf die sofortige Kündigung im Schadensfall und dem Verzicht auf die ordentliche Kündigung ab dem vierten Versicherungsjahr bleiben wir bei unserem Leistungsversprechen an der Seite von Tier und Halter – ein Leben lang.

Sind denn beides Themen, die in der Kundenansprache oder anders gesagt vertriebllich gut einsetzbar sind? Die Einnahmen, die sich daraus generieren lassen, sind erst einmal nicht so hoch.

EB Die vertriebliche Relevanz ist außerordentlich hoch! Beide Themen bieten einen neuen Zugangsweg zum Kunden, der einen hohen Bedarf und emotionale Bindung zu den Themen hat. Zudem schafft der Vermittler Lösungen, die sofort wirken – und das wiederum stärkt die Kundenbindung. Die Abläufe in der Beratung sind durch schlanke digitale Prozesse so einfach wie möglich, was die Attraktivität dieser Sparten noch mal erhöht. Aus meiner Sicht eine Win-win-Situation für Kunde und Vermittler – wenn man die Dinge zu Ende denkt. •



Eric Bussert