

Alles Unisex – Neue Tarifwelt sorgt für Wandel in der PKV

Die Einführung von Unisex-Tarifen und die Auswirkungen für Mann und Frau auf Produkte und Preise, ließ viel Platz für Spekulationen. Langsam lichtet sich nun der Nebel und lässt erste detaillierte Einblicke in den „Tarif-Dschungel“ zu.

Die Einführung von Unisex-Tarifen und die Auswirkungen für Mann und Frau auf Produkte und Preise, ließ viel Platz für Spekulationen. Langsam lichtet sich nun der Nebel und lässt erste detaillierte Einblicke in den „Tarif-Dschungel“ zu.

Unterschiedliche strategische Entscheidungen der einzelnen Versicherungsunternehmen zur konkreten Umsetzung der geforderten Rechtsprechung, grundsätzliche zukünftige Ausrichtungen und Folgen aufgrund des EuGH-Urteils zur Einführung von geschlechtsneutralen Produkten in der PKV, werden sichtbar und zeigen eines deutlich: Vielfalt bei der Umsetzung fördert die Qualität und Produktentwicklung in Sinne des Verbrauchers.

Unisex halbiert das Angebot

Ausgehend von den Anforderungen an eine substitutive Krankenversicherung hätte ein PKV-Interessent vor dem 21.12.2012 grundsätzlich die Wahl aus 2.293 Tarifangeboten der PKV-Anbieter in der Bisex-Welt gehabt. 1.518 waren es bei Anlegen von den grundsätzlichen Kriterien (z.B. Wahlleistungen) die eine PKV generell ausmachen. So die Berechnungen aus der KVpro-Tarifdatenbank LUX mit einer Marktdeckung von 99%.

Mit der Umstellung auf Unisex haben die Unternehmen ihre Tarifwelten teils gründlich gelichtet und geliftet. Vieles ist neu. Mit Unisex wurde die PKV praktisch neu erfunden. Heute stehen einem neuen PKV-Interessenten noch 787 Tarifkombinationen auf grundsätzlichem PKV-Niveau zur Auswahl. Je nach Betrachtungsweise eine Reduzierung der Tarifangebote mit Einführung von Unisex um 65 oder 50 Prozent im Vergleich zum alten Bisex-Markt.

Selbstverständlich sind diese neuen Unisex-Tarifangebote nach den persönlichen Präferenzen des Verbrauchers (Was soll mir der Versicherer, sprich Tarif, im Leistungsfall bezahlen? Was bezahle ich selbst?) für eine Kaufentscheidung weiter zu differenzieren. Für den Vertrieb wird die Produktauswahl für Neukunden einfacher. Auch die Haftungsfallen und Risiken werden aufgrund der AVB-Klarstellungen z.B. im Hilfsmittelbereich geringer.

VW – Von was wie viel gilt auch bei Unisex

Eines hat sich auch in der neuen, geschlechterneutralen Tarifwelt nicht geändert: Vertrieb und Verbraucher sollten sich bei jedem Angebot die „VW“-Formel – Von was? / Verglichen mit was? / Von was wie viel? vor Augen halten und stets hinterfragen, welche Leistungen in Prozent und Euro bei welchem Tarif wirklich beinhaltet sind. Dass sich eine nähere Betrachtung durchaus lohnen kann, zeigt sich anhand der Umsetzung der sogenannten Mindestkriterien am Beispiel der Psychotherapie.

Die Empfehlung des PKV-Verbandes – Erstattung von 50 Sitzungen bei ambulanter Psychotherapie (sogenannte Mindestleistung) – kann entweder zu 100 % oder zu 70 % Erstattung in den AVB stehen, was wiederum in Euro ein deutlicher Unterschied ist. So erklärt es sich auch, dass der Tarif-Beitrag in Unisex im Vergleich zu Bisex nicht höher ist, wenn der Tarif in Bisex 35 Sitzungen zu 100% und in Unisex 50 Sitzungen zu 70% erstattet.

In der Erstattung in Euro hat sich nichts geändert, denn 70% aus 50 Sitzungen ist in Euro so viel wie 35 Sitzungen zu 100%. Werbetechnisch heißt es dann jedoch: Mindestkriterium 50 Sitzungen erfüllt. Grüner Haken. Produkt gekauft. Das Produkt ist augenscheinlich billiger. Und im Leistungsfall kommt die Enttäuschung des Verbrauchers, mit den bekannten negativen Folgen -

auch in den Medien. Darum ist es wichtig, dass der Verbraucher im Vorfeld genau aufgeklärt und informiert wird, damit er weiß was er kauft.

Die unterschiedlichen Strategien der Versicherer in der Praxis

Ein halbes Jahr nach Einführung der einheitlichen Tarif-Welt wird die Sicht auf Produkte und Strategien der Versicherer klarer, es lassen sich erste konkrete Rückschlüsse ziehen. Viele Versicherer nutzen mit Einführung der Unisex-Tarife die Chance, ihre Produktpalette teils gründlich zu Bereinigung und zu „tunen“.

Keinen bzw. den geringsten „Modernisierungsbedarf“ (oder anders gesagt dessen Notwendigkeit) haben dabei jene Unternehmen, die schon immer, also auch in der „alten Bisex-Welt“, starke TOP-Produkte (bezogen auf die existenziellen Risiken aus Sicht des Verbrauchers) hatten.

Beispiele: Alte Oldenburger, Inter, Mannheimer, R+V, uniVersa.

Diese führen Ihre Bisex-Produkte unisexkalkuliert für das Neugeschäft weiter. Der Änderungsbedarf beschränkte sich im Wesentlichen auf die mit Unisex erforderliche geänderte Kalkulation (Sicherheitszuschlag, Rechnungszinsabsenkung). Prozentual und in absoluten Euro sind hier auch die geringsten Beitragssteigerungen zu beobachten.

Werholtige Bisex-Tarife bieten darüber hinaus auch die Allianz, ARAG, AXA, Deutscher Ring, Hallesche, HUK, Nürnberger, SDK, Signal, die ihre Produkte- teils in der Anzahl stark bereinigt und ausgedünnt (siehe Tabelle) -in der Unisex-Welt fortführen.

Tabelle: So reduziert Unisex die PKV-Produkte (Stand: 05. Juni 2013)

unisex tabelle

Hinweis zum Lesen der Tabelle / ergänzende Erklärung:

Spalte 1: Versicherer

Spalte 2: Bisex: - Anzahl Tarifkombinationen (grundsätzliches PKV- Niveau) in der Bisex-Welt

Spalte 3: Geschlossen – wie viele Tarifkombinationen wurden eingestellt?

Spalte 4. Unisex – wie viele Tarifkombinationen stehen unter Unisex zur Auswahl?

Spalte 5: Ausrichtung - führt ein Unternehmen seine Tarifserie unverändert oder reduziert fort oder gibt es komplett neue Tarife?

ARAG und SDK haben mehrheitlich sogenannte Baustein-Tarife, die auskombiniert zu einer großen „Produktvielfalt“ führen, aber auf einem Grundsystem basieren. ARAG führt dies fort, SDK reduziert die Möglichkeiten der Kombinierbarkeit. AXA, Barmenia, Central, Debeka, DKV, Gothaer, HanseMerkur und Nürnberger reduzieren ihre Tarifwelten.

Beitragsänderungen in Unisex sind differenziert zu betrachten

Wie bereits in der alten Tarifwelt, sind auch bei den Unisex-Tarifen Beitragsänderungen bzw.

Beitragsanpassungen vor dem Hintergrund der Sicherheitszuschläge und

Rechnungszinsabsenkung von 3,5 % auf 2,75 % immer differenziert zu betrachten (siehe auch KVpro.de-Info zum Thema Rechnungszinsabsenkung aus dem Dezember 2012).

Das Einpreisen der sogenannten „Mindestleistungen“, aktuelle Sterbetafeln, AVB-Klarstellungen etc. wirken sich in den Produkten und jeweiligen Eintrittsaltern der Versicherten unterschiedlich aus. Insoweit müssen diese Faktoren bei einem Beitragsvergleich zwingend einbezogen und berücksichtigt werden.

Ein Beitragsvergleich sagt noch nichts über den im Tarif geänderten Inhalt aus. Jeder Versicherer

und jedes Produkt ist individuell zu betrachten. Wie war das Produkt inhaltlich und preislich in Bisex. Wie ist es jetzt in Unisex?

Die bestehenden Top-Produkte der Bisex-Welt brauchten meist wenig nachzuholen (außer Sicherheitszuschlag und Rechnungszinsabsenkung) und haben in absoluten Euro je nach Eintrittsalter mehrheitlich vertretbare Beitragsanpassungen erfahren. (z.B. EA 35 um 40, 50, 60 Euro - siehe auch KVpro.de-Info zum Thema BAP / Unisex aus dem Dezember 2012 sowie April 2013). Nur wenige Ausnahmen verzeichnen Steigerungen bei den Tarifbeiträgen von um die 100 Euro bis zu 170 Euro für das Neugeschäft in der Unisex-Welt. Doch diese Unisex-Produkte muss niemand kaufen, wenn er nicht will. Es gibt reichlich attraktive Alternativen. Der Verbraucher muss sich lediglich aktiv darum kümmern.

Ein Bisex-Bestandskunde ist davon grundsätzlich nicht betroffen, er hat gesetzlich verbrieft Wechseloptionen bei seinem Versicherer (§ 204 VVG).

Lohnt sich der Wechsel in Unisex für die „alten Bisex-Kunden“?

Für Bestandskunden, die vor dem 21.12.2012 eine PKV gekauft haben, gilt der Merksatz: „Upgrade geht immer, Downgrade geht nimmer!“.

Der Verbraucher hat, je nach Zeitpunkt des Erwerbs seiner PKV, innerhalb seiner Gesellschaft teils komfortable Wechselmöglichkeiten.

Oder er kann in die neue Unisex-Welt wechseln. Dabei werden seine erworbenen Rechte und Pflichten - egal, in welchem Tarif, ob offen oder geschlossen - voll angerechnet. Es geht nichts verloren, es geht jedoch auch nicht mehr zurück!

Deshalb gilt vor einer möglichen Wechselentscheidung: Immer als erstes einen inhaltlichen Tarifvergleich des bestehenden Bisex-Tarifs mit dem möglichen neuen Unisex-Tarif durchzuführen (Welche Leistungen sind jeweils enthalten?) und erst dann im nächsten Schritt gezielt den neuen Beitrag beim Versicherer dafür erfragen.

Dieses Tarif-Update bedarf einer sach- und fachkundigen Beratung. Insbesondere soll sich der Verbraucher die mit einer Tarifänderung verbundenen individuellen Nachteile vom Berater exakt dokumentieren lassen und erst dann die möglichen Vorteile gegenüberstellen, den neuen Tarif berechnen lassen und daraufhin eine Entscheidung treffen. Denn: Ein Downgrade von Unisex nach Bisex geht nicht mehr!

Schöne neue Tarifwelt - PKV was nun?

Die PKV wird 2012 / 2013 nicht mehr die Wachstumszahlen der Vergangenheit erreichen können, die Umsetzung von Unisex mit all ihren Auswirkungen und Folgen benötigt ihre Zeit. Der Vertrieb, die Versicherungsgesellschaften, aber auch der Verbraucher, müssen sich erst auf die Unisex-Tarifwelt einstellen, neu sortieren, einordnen und entsprechend ausrichten.

Viele Probleme der PKV in der Vergangenheit waren hausgemacht. Aber auch politische Entscheidungen trugen immer wieder dazu bei, dass die PKV stets vor neuen Herausforderungen und - zum Teil unverschuldet - in der öffentlichen Kritik stand. Dies gilt es bei aller Kritik am System der PKV zu beachten. Nicht selten zeigen oder kritisieren Politiker und Verbraucherverbände auf Ergebnisse bzw. Entwicklungen sowohl in der PKV als auch GKV, deren Ursachen sie selbst ausgelöst oder mitbestimmt haben, vor allem auch die Entwicklung der Tarifbeiträge.

Die PKV reformiert sich, das ist klar erkennbar. Sie ist mit den Unisex-Produkten tendenziell besser geworden. Die Idee, einer Versicherungspflicht für bestimmte Berufsgruppen mit billigen Einsteigerprodukten zu begegnen, schlägt fehl. Diese Produkte dünnen sich weiter aus,

gleichwohl sich vereinzelte Anbieter davon noch hohe Zuwachsraten im Bestand erhoffen.

Neue Unisex-Kunden haben weniger, aber qualitativ hochwertigere Produkte zur Auswahl. In der Unisex-Welt gelten für den Käufer die gleichen Entscheidungskriterien wie bisher weiter. Kaufe nach Leistung, kaufe das, was individuell, existenziell notwendig ist. Erst dann kommt der Preis. Vergleiche das Ergebnis mit den inhaltlich vergleichbaren GKV-Alternativen und treffe dann eine Entscheidung.

Hierbei sind Vermittler und der Vertrieb im Allgemeinen gefordert. Vor allem bei der Bisex-/Unisex-Beratung, dem „Reparieren“ und „Tunen“ von Policien bei Kunden der alten und neuen Welt. Hierzu braucht es mehr denn je fachkundige Beratung und kundenorientierte, gut geschulte und informierte Dienstleister, die die europäischen und nationalen gesetzlichen Vorgaben mit zum Teil massiven Einflüssen auch auf die Welt der PKV, im Sinne des Verbrauchers umsetzen können.

Ein nützliches Hilfsmittel dazu kann die KV-Vergleichssoftware LUX von KVpro.de sein. Der LUX bildet die gesamte alte Bisex-Welt mit ca. 25.000 Tarifbausteinen ab, vergleicht deren Tarifleistung direkt mit der neuen Unisex-Welt, erleichtert eine mögliche Tarifwechsel-Beratung nach § 204 VVG oder eine „Reparatur“ einer bestehende Police bzw. deren „Erneuerung“. Darüber hinaus beinhaltet der LUX mehr als 10.000 alte Tarife, die bereits vor dem Bisex-/Unisex-Wechsel schon geschlossen waren.

Pressekontakt:

Gerd Güssler
Telefon: 0761 / 120 410 - 50
Fax: 0761 / 120 410 - 99
E-Mail: presse@KVpro.de

Unternehmen:

KVpro.de GmbH
Wentzingerstraße 23
79106 Freiburg i. Br.

Internet: www.KVpro.de

Über KVpro.de:

KVpro.de ist einer der renommiertesten Informationsdienstleister rund um den deutschen Krankenversicherungsmarkt. Als unabhängiger Marktbeobachter sammelt und analysiert KVpro.de seit 2001 die Tarif- und Versicherungsbedingungen privater und gesetzlicher Krankenversicherer und stellt diese Informationen verschiedenen Anwendern zur Verfügung. Hauptzielgruppe sind Berater, Vertriebsgesellschaften und Versicherungsunternehmen. Diese nutzen den Datenpool auch für interne Auswertungen, etwa Wettbewerbsvergleiche und Produktanalysen. Ein weiteres Kundensegment bilden Verbraucher und Medien, die an den Ergebnissen der Leistungsvergleiche interessiert sind bzw. darüber berichten.