

Die Team-Captains der Atupri Service Center

red. Atupri hat in den vergangenen Monaten die betrieblichen Strukturen den Marktansprüchen angepasst. Dies führte zu Verlagerungen von Arbeitsplätzen mit dem Ziel, die Kompetenzen zu bündeln und die Kundenbetreuung zu stärken. Für den Kundendienst entstanden die regionalen Service Center – in dieser Magazinausgabe stellen wir Ihnen deren Leiterinnen und Leiter vor.



Versammeln sich regelmässig zum Wissens- und Erfahrungsaustausch – die Leitungsteams der Atupri Service Center.

Atupri verzeichnet seit Jahrzehnten eine sehr hohe Kundentreue. Aus Umfragen und direkten Kontakten wissen wir, dass dieser Wettbewerbsvorteil auf Kulanz und einer hohen Beratungs- und Betreuungsqualität beruht. Bei der im letzten Jahr gestarteten Reorganisation der Krankenkasse (wir haben im Atupri Magazin 2/2003 darüber berichtet) wurden die Hauptziele realisiert: Bündelung des fachlichen Know-hows in Kompetenzzentren sowie Stärkung des Kundendienstes mit regionalen Beratungszentren, den Service Center. Das Magazin stellt Ihnen hier die Leitungen der Atupri Service Center vor. Bis aufs Tessin, wo die personelle und organisatorische Verantwortung quasi in Personalunion von Giorgio Piazzoli wahrgenommen wird, haben alle Service Center ein leitendes Zweierteam aus jeweils einer Frau und einem Mann. Diese Zusammensetzung ist zwar nicht beabsichtigt, widerspiegelt aber das Credo von Atupri, bei der Karriereplanung Frauen und Männer gleich zu behandeln.

Arbeitsteilung

Die Leiterin oder der Leiter des Service Center trägt vor allem die Verantwortung für Struktur, Personal und Organisation der Arbeitsabläufe. Die Stellvertreterinnen oder Stellvertreter konzentrieren sich wiederum auf die fachliche Beratung, also auf Sachkompetenz in allen Fragen des Krankenversicherungswesens. Angesprochen auf die Hauptaufgabe der Service Center, erhielt die Redaktion von den Teams sehr über-

einstimmende Antworten. Im Zentrum stehe, so bringt es beispielsweise Christine Spiess (Luzern) auf den Punkt:

«Vertrauen schaffen!»

Nach welchem Rezept? Das Gesundheitswesen hat im Publikum doch eher ein negatives Image, was können die Atupri Service Center dagegen tun? «Wir schaffen Vertrauen, indem wir die Anliegen unserer Kundinnen und Kunden ernst nehmen und darauf mit Tempo eingehen», antwortet Edith Graf-Litscher, Leiterin des grossen Zürcher Teams. Und Béatrice Bissat (Lausanne) ergänzt: «Viele Leute wissen nicht, dass die Krankenkassen nicht die Kostenverursacher sind, sondern nur die Brückenfunktion zwischen Versicherten und Leistungserbringern (Ärzeschaft, Spitäler, Apotheken) sowie Produzenten (Pharmaindustrie und Hilfsmittelhersteller) übernehmen». Peter Zbinden (Luzern) führt weiter aus: «Wir nutzen die Kundenkontakte, um Engagement zu zeigen und lassen damit die Kundschaft deutlich spüren, auf welcher Seite wir stehen: Auf der Seite der Versicherten, der Konsumenten



Dieter Schweingruber, Leiter, und Heidi Balsiger, Stellvertreterin

und Konsumentinnen». Das führt zur Frage, wie sich denn die Versicherten gegenüber den Beraterinnen und Beratern verhalten.

Höflichkeit ist die Regel

Silvio Adank (Zürich) hat Freude am Kundenkontakt: «Es ergibt sich manchmal, dass wir aus versiche-

rungstechnischen Gründen auf eine spezifische Forderung nicht eingehen können. Dass man ein solches Problem nicht mit Sachlichkeit und Freundlichkeit lösen könnte, kommt allerdings sehr, sehr selten vor». Und wenn es nach der Bernerin Heidi Balsiger geht, spielt Atupri in Sachen Kundennähe in der höchsten Liga: «Ich arbeitete zuvor bei einer der ganz grossen Kassen, der Kundenkontakt dort war anders, förmlicher. Hier fühle ich oft eine Art partnerschaftlicher Verbindung zwischen uns und der Kundschaft, was vermutlich auf die Herkunft als ehemalige SBB-Betriebskrankenkasse zurückzuführen ist».

Wie steht es ums Know-how der Beraterinnen und Berater?

Alain Cocquio (Lausanne) hebt hervor, dass fachliche Informationen, Innovationen und Marktentwicklungen jeweils rasch bis an die Basis der regionalen Teams geleitet und erläutert werden, «Wir sind à jour», sagt der Romand.



Alain Cocquio, Leiter, und Béatrice Bissat, Stellvertreterin

Wie gut ist andererseits das Fachwissen im Publikum?

Kennen die Konsumentinnen und Konsumenten die Unterschiede von KVG und VVG, also zwischen Grund- und Zusatzversicherung? Im Grundsatz schon, in den Details gibt es jedoch grosse Wissenslücken, sind sich die Expertinnen und Experten einig. «Ein Viertel bis die Hälfte der Versicherten sind in Bezug auf ihre

Krankenversicherung bzw. die darin enthaltenen Leistungen nicht sattelfest», drückt es Dieter Schweingruber (Bern) elegant aus. «Wir erkennen dies daran, dass viele Kundinnen und Kunden, die sich für eine reine Basisversicherung entschieden haben, uns auch Rechnungen für Zusatzleistungen einschicken, und auf einen entsprechenden Hinweis mit Erstaunen reagieren». Solches

betrifft meist teure Zahnbehandlungen, Vergütungen an Brillen und nicht selten auch Beiträge an Fitnesscenter-Abonnemente. «Das geschieht jedoch nicht böswillig», ist Edith Graf-Litscher überzeugt, «meist handelt es sich eben um Unkenntnis oder Missverständnisse, die sich ohne Hokuspokus beheben lassen».



Giorgio Piazzoli führt das Service Center im Tessin



Peter Zbinden, Leiter, und Christine Spiess, Stellvertreterin



Edith Graf-Litscher, Leiterin, und Silvio Adank, Stellvertreter