

Mit «Kollektiv» auf der Überholspur

Obschon erst seit wenigen Jahren auf dem offenen Markt aktiv, hat sich Atupri auch im Kollektivbereich gut etabliert. Da dieser Krankenkassenbereich das Interesse der Medien kaum findet, ist er für den Grossteil des Publikums ein Buch mit sieben Siegeln. Das Atupri Magazin widmet sich in dieser Ausgabe darum Ulrich Winzenried, unserem «Mr. Firmenkunden» und ganz besonders auch dem Hintergrundwissen zum Bereich «Kollektiv».

Ulrich Winzenried, 45
Leiter Firmenkunden Atupri
Direktion, Bern
ulrich.winzenried@atupri.ch

Arbeitsbereich

Produktentwicklung, Beratung und Verkauf von Kollektivversicherungen für Taggeld (Lohnfortzahlung), Unfallversicherungen nach UVG und UVG-Zusatzversicherung. Hinzu kommen Aktivitäten im Bereich individueller Anwendungen der Kollektivversicherung (siehe auch Seiten 10 bis 12: «So funktioniert die ideale Kollektivversicherung»).

Werdegang

Nach der Sekundarschule Ausbildung im Verkauf. 1986 Eintritt in die Welt der Assekuranz und kurze Zeit später Firmenberater bei einer grossen Schweizer Krankenkasse; dort ab 1993 Controller und Verkaufs-Supporter; ab 1997 Fachführung Kollektiv-Vertragswesen. 1998 Eintritt bei der Krankenkasse SBB (heute Atupri) und Aufbau und Leitung des Bereichs Firmenkunden.

Familie und Hobbies

Ulrich Winzenried ist verheiratet mit Priska. Seine Freizeit widmet er dem Kochen und Lesen, Ski- und Velofahren und seiner grossen Leidenschaft, dem Tauchen.

Er ist eine stattliche Erscheinung, ein Geniesser, und nichts bringt ihn aus der Ruhe: Ulrich Winzenried, Leiter des Bereichs Firmenkunden, auch

«Kollektiv» genannt. Das Gespräch mit ihm macht deutlich, warum Kollektiv nicht allein für Firmen, sondern auch für Angestellte und ihre Familien an Bedeutung gewinnt.

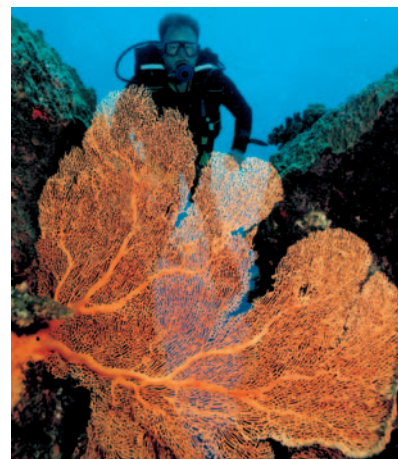
Atupri entstand aus der SBB-Betriebskrankenkasse – ist Atupri demzufolge hauptsächlich eine Kollektivversicherung?

Das ist nicht einfach zu beantworten, denn die Grenze zwischen Einzel- und Kollektivversicherung verläuft oft fließend und es muss zwischen Krankentaggeld und Pflegeversicherungen unterschieden werden. Zur Frage: Die Bindung der Versicherten aus dem Umfeld SBB, d.h. Mitarbeitende und Pensionierte und deren Familien, an «ihre» Betriebskrankenkasse ist eng und durchaus emotional. Jedoch: Die Krankenversicherung war seit jeher individueller Art und auch für das SBB-Personal freiwillig. Also keine Kollektivkrankenkasse im eigentlichen Sinne.

Welches Know-how musste sich Atupri aneignen, um auf dem offenen Markt auch als Kollektiv-Anbieterin Fuss zu fassen?

Die Grundlagen waren traditionell schon ausgezeichnet. Wer mit einem vielfältigen Kunden wie den SBB fast 100 Jahre Erfahrung sammelte, ist bereit für jede Herausforderung, in jedem Massstab. Atupri startete mit zwei Kollektivkunden, nota bene zwei Bahnunternehmen. Aber der «richtige» Startschuss fiel vor exakt fünf Jahren, 1998.

Atupri hatte die Chance ihre Kollektivprodukte neu aufzubauen, modern



und zeitgerecht, die Anliegen von Unternehmen und deren Angestellten bestmöglich berücksichtigend.

Würden Sie den Start rückwirkend als schwierig bezeichnen?

Eher als spannend und sehr kreativ! Wir profitierten vom Pioniergeist: Alles Unnötige oder Überholte konnten wir weglassen und von Null auf die perfekte moderne Lösung anbieten. Der Aufbau dauerte kaum fünf Monate, im Juni 1998 wurden wir auf dem Kollektiv-Markt verstärkt aktiv.

Wie verliefen die Anfänge?

Atupri war 1998 noch stark dezentral organisiert, was die Koordination und ein Auftreten aus einem Guss behinderte. Entsprechend unterschiedlich war der Startverlauf bzw. regionale Erfolg. Interessant scheint mir aber, dass Ende 1998, also nach erst einem halben Jahr, schon rund 20 Firmen bei uns versichert waren.

Wer waren die Pionierkunden?

Allen voran die MITROPA Suisse SA (heute «DB Reise- und Touristik Suisse SA») mit mehreren hundert Angestellten. Eine weitere bekannte Unternehmung als Neukunde war das Bahnunternehmen RBS (Regionalverkehr Bern-Solothurn). Auch den Beitritt des Busbetriebs Grenchen BGU möchte ich hervorheben.

Was uns auffällt: Alles Firmen des öffentlichen Verkehrs (öV)!

Das ist logisch. Der öV ist tief in der Genetik der Atupri verwurzelt, Atupri ist ja selbst ein Kind des öV.

Dann müssen Atupri-Kollektivkunden also öV-Betriebe sein.

Mitnichten! Wir versichern Firmen aus allen Branchen. Effektiv machen öV-Betriebe etwa 30 Prozent des Kollektiv-Umfangs aus.

Welche Beispiele können Sie ausserhalb des öV nennen?

Im Umfeld Baunebengewerbe ist die schweizweit tätige SABAG AG (Sanitär, Baukeramik u.a.) ein ausgezeichnetes Beispiel für ein dynamisches KMU. Auch die Autobranche ist Kunde der Atupri, der grösste Kollektivkunde überhaupt: die FIAT Suisse SA mit Sitz in Lausanne. Diese Holding umfasst Angestellte aus den Bereichen PW, Nutzfahrzeuge (IVECO), Forschung, Finanzen und Assekuranz. Ein anderes Segment ist die Uhrenindustrie, wie die Burri SA in Moutier, ein wichtiger Zulieferer der Uhrenindustrie.

Und was versichern die Kunden?

Hauptsächlich Taggeld. Das ist die Versicherung der Lohnfortzahlungs-

pflicht im Krankheitsfall, Kollektiv-Taggeld genannt. Diese Versicherung ist nicht obligatorisch, aber heute Standard. Taggeld macht 90 Prozent des Kollektiv-Bereichs aus.

Gibt es besondere Erfolgsgründe?

Bei Atupri sicher das «Payback-Modell», die Überschussbeteiligung. Atupri belohnt Firmen, die sich im Schadensmanagement engagieren mit hohen Prämienrückzahlungen. Das sind nicht selten über 60 Prozent des Nettoprämienvolumens!

Bestehen andere Kollektiv-Angebote?

Wir bieten Angestellten unserer Kollektivkunden diverse Krankenpflege- und Komfortlösungen an. Und bei den meisten profitieren die Angestellten von einem individuellen Rabatt von 10 Prozent (siehe S. 10 «So funktioniert die ideale Kollektivversicherung»).

Wieso ist der Marktanteil bei den Zusatzversicherungen nicht höher?

Der Bereich der Zusatzangebote ist gut, sinnvoll und zeitigt durchaus Erfolge. Aber wir stellen täglich fest, dass der Informationsstand im Publikum oft mangelhaft ist. Machen Sie einen Test unter Ihren Bekannten. Die wenigsten in diesem Land wis-

sen, dass sie für ihre Einzelkrankenversicherung via Arbeitgeber mit guter Wahrscheinlichkeit zu einem hohen Rabatt gelangen könnten.

Damit liesse sich das Wachstum der Gesundheitskosten bremsen! Wer trägt Verantwortung dafür, dass die Kollektiv-Pflegebereiche ein Mauerblümchendasein fristen?

Alle könntens besser machen. Viele Arbeitgeber fördern die Kollektiv-Krankenpflege nicht aktiv, weil sie – grundlos – administrative Mehraufwände fürchten. Diese Befürchtung konnten wir aber immer widerlegen. Auch Medien haben dieses Thema noch nicht gefunden oder verstanden.



Die Kassen machen also alles richtig.

Auch wir Krankenversicherer haben unsere Informationsaufgaben noch nicht gemacht. Wir müssen Arbeitgeber und Publikum von der sozialen Notwendigkeit der kollektiven Versicherungsmodelle überzeugen.

Wozu? Die Arbeitgeber profitieren von der «Krankenpflege» ja nicht!

Und ob! Wenn sie ihren Mitarbeitenden Kollektivlösungen ermöglichen, zeigen sie soziales Bewusstsein und: ihre Angestellten haben erst noch mehr in der Lohntüte!

Ulrich Winzenried und Lesen

Spannend muss es sein. Krimis oder Thriller. Von Frederic Forsyth oder John Grisham.

Ulrich Winzenried und Tauchen

Tauchen war der Kindheitstraum des in Belp im Gürbetal aufgewachsenen Versicherungsfachmanns. 1995 absolvierte er während Badeferien einen Tauchlehrgang. Der Versuch wurde zum Hobby, es vergeht kein Sommer ohne Tauchgänge, oft auch im Thunersee.

Ulrich Winzenried und Kochen: Ein «Sonntagskoch»?

Nein, er und Ehefrau Priska, die auch berufstätig ist, lösen sich ab – es kocht, wer zuerst zu Hause ist. Sein Lieblingsgericht? «Ich esse fast alles, währschaft muss es sein. Nur bitte keinen Fenchel oder Milchreis».