

«Concordia – Dir vertraue ich»

Concordia | Für den Luzerner Krankenversicherer ist Verantwortung ein wichtiger Grundwert: Die Concordia übernimmt Verantwortung für die Versicherten und die Mitarbeitenden. Darum vertrauen ihr die Menschen.

EWALD JANN

Wodurch kann sich ein Krankenversicherer von seinen Marktkonkurrenten differenzieren? Die Produkte der verschiedenen Anbieter ähneln sich oft stark, weil der Gesetzgeber einen engen Rahmen steckt. «Herausstecken können wir dadurch, dass wir den Menschen konsequent in den Mittelpunkt stellen», sagt Peter Anderegg, der Leiter Personal der Concordia. «Das Leben wir auch intern. Daher ist der Umgang miteinander bei der Arbeit ebenso respektvoll und wertschätzend wie im Kundenkontakt.»

Der wertschätzende Umgang miteinander, das nachhaltige Denken und Handeln und das Verantwortungsbewusstsein: Das sind einige der Werte, die das Geschäftsgebaren der Concordia bestimmen. «Wir sind im Versicherungsmarkt bekannt dafür, dass wir nicht nur über Werte sprechen, sondern dass diese bei uns auch in hohem Masse gelebt werden», ergänzt Anderegg, der auch Mitglied der Geschäftsleitung ist. «Unsere sechs Leitwerte sind Kompetenz, Qualität, Sicherheit, Vertrauen, Leistung und Agilität. Dass sie unser Denken und Handeln bestimmen, macht die Concordia für die Kundinnen und Kunden und die Mitarbeitenden gleichermaßen zur verlässlichen Partnerin. 'Dir vertraue ich' heisst unser Claim, und weil wir ihn leben, sind wir im Versicherungsmarkt seit Jahren erfolgreich.»

Erfolgreich unterwegs

Der Krankenversicherer, einer der grössten der Schweiz, gewinnt seit Jahren Kunden hinzu. Auf Beginn des Jahres 2018 stieg die Versichertenzahl in der Grundversicherung im Vergleich zum Vorjahr um 17'000. Die Gründe? Die Concordia profiliert sich traditionell mit innovativen und kundenorientierten Lösungen, etwa als Vorreiterin in alternativen Versicherungsmodellen (Hausarzt- oder HMO-Konzepte). Und die Qualität der Produkte und der persönliche Service überzeugen, was in Umfragen zur Kundenzufriedenheit regelmässig sehr gute Noten beschert.

Die Concordia erfreut sich einer ausgezeichneten finanziellen Gesundheit. Dies nicht zuletzt, weil sie die Kontrolle der Rechnungen für erbrachte medizinische Leistungen genauso im Griff hat



wie die Verwaltungskosten. Vom finanziellen Erfolg wiederum profitieren die Versicherten. Ein allfälliger Ertragsüberschuss fliesst in die Reserven. Und als nichtprofitorientierter Verein zahlt die Concordia Reserven an ihre Kundinnen und Kunden zurück, seit der Gesetzgeber dies erlaubt. So wird der Krankenversicherer von 2017 bis 2019 rund 112 Millionen Franken an seine Versicherten ausgeschüttet haben – nächstes Jahr werden jedem Erwachsenen 10 Franken und jedem Kind 2 Franken direkt von der Monatsprämie abgezogen.

Sinnhafte Arbeit motiviert

Diese solidarische Gewinnausschüttung ist nur möglich, weil die Concordia unter dem Dach eines nichtgewinnorientierten Vereins organisiert ist. Auch das ist eine Tatsache, die zu dieser Versicherung passt, die vor 105 Jahren als Selbsthilfeorganisation für Arbeiter gegründet wurde. «Unsere wertorientierte Geschäftspolitik lässt uns manchmal auch unbequeme Wege gehen, vor allem, wenn wir etwas als ungerecht erachten», sagt Peter Anderegg. Ein Beispiel: Die Concordia hat den Tarifvertrag mit einem Universitätsspital für die halbprivate und private Abteilung nicht verlängert, weil Grund- und Zusatzversicherungsleistungen nicht getrennt abgerechnet werden und das Risiko besteht, dass sie doppelt abgerechnet werden. Ein zweites Beispiel: Die Concordia zahlte für 2400 Familien in bescheidenen Verhältnissen die Prämienverbilligungen, die der Kanton Luzern aus Spargründen 2017 von diesen zurückverlangt hatte, was die Concordia als «skandalös» erachtete. Kosten: 2,2 Millionen Franken. Ein drittes Beispiel: Die Concordia verbilligte neue, teure Hepatitis-C-Medikamente für ihre Versicherten so lange, bis das Bundesamt die

teilweise Nichtabgeltung für alle betroffenen Patienten in der Schweiz aufhob.

«Dass die Concordia als menschlicher und gleichzeitig erfolgreicher Versicherer dasteht, macht die Mitarbeitenden stolz. Wir sind als Arbeitgeberin daher sehr attraktiv», erklärt Peter Anderegg. «Und da wir konsequent den Kunden und dessen

Bedürfnisse in den Mittelpunkt stellen, ist die Sinnhaftigkeit der Arbeit für die Mitarbeitenden gegeben.»

Vertrauenswürdig

Die Concordia unterhält mit rund 200 Agenturen und Geschäftsstellen in der ganzen Schweiz und in Liechtenstein das dichteste Aussenstellennetz der Branche. «Unsere rund 500 Mitarbeitenden in den Aussenstellen sind lokal vernetzt und nahe bei ihren Kunden. Das ist von unschätzbarem Wert, denn bei sensiblen Themen wie Krankheit oder Unfall will man mit Vertrauten reden können», so Peter Anderegg.

Die langjährigen Partnerschaften im Vertrauensgeschäft Krankenversicherung zeigen sich in einer seltenen Loyalität – wenige Wechsel bei Kunden wie bei Mitarbeitenden sind ein Markenzeichen der Concordia. Während im Branchendurchschnitt 8% der Versicherten im Jahr ihren Versicherer wechseln, sind es bei der Concordia nur rund 4%. Auf Seiten der Mitarbeitenden zeitigen kulturelle Werte wie Kontinuität, Verlässlichkeit, Sicherheit, Solidität den Effekt, dass die Personalfuktuation vergleichsweise tief ist. «Wir stehen im Ruf, eine vertrauenswürdige Arbeitgeberin zu sein. Als Versicherer verkaufen wir Sicherheit, da wollen wir auch sichere Arbeitsplätze bieten.» «Dir vertraue ich» – das gilt daher auch für die Mitarbeitenden in Bezug zur Arbeitgeberin, wie Anderegg versichert.

Concordia

- Die Concordia gehört zu den grössten Krankenversicherern der Schweiz. Sie bietet rund 700'000 Privatpersonen Schutz gegen die Folgen von Krankheit und Unfall. Sie ist auch in Liechtenstein tätig, wo sie 75% Marktanteil hält.
- Von den 618'000 Grundversicherten in der obligatorischen Krankenpflegeversicherung bei der Concordia sind 83% einem kostensparenden alternativen Versicherungsmodell (Managed Care-Modell wie Hausarzt- oder HMO-Versicherung) angeschlossen.
- Die Concordia erzielte 2017 bei einem Prämienvolumen von 2,7 Milliarden Fr. einen Ertragsüberschuss von 174 Millionen Fr. Mit hohen Reserven und hohem Eigenkapital befindet sie sich in einer ausgezeichneten finanziellen Situation. Von 2017 bis 2019 zahlt die Concordia darum 112 Millionen Fr. aus den Reserven an die Versicherten zurück.
- Die Concordia beschäftigt 1200 Mitarbeitende, davon 550 in Luzern. Mit 4 Servicezentren sowie über 200 Agenturen und Geschäftsstellen in der ganzen Schweiz betreibt sie das dichteste Filialnetz aller Krankenversicherer.

CONCORDIA

Gesundheitszentren), die Sanacare AG (hausärztliche Gruppenpraxen, zu 50%), die Solida Versicherungen AG (zu 50%) sowie ein Hotel (Cascada) und ein Restaurant (Bolero) in Luzern.

«Ausgezeichnete Arbeits- und Anstellungsbedingungen»

Herr Anderegg, arbeiten die Mitarbeitenden gerne bei der Concordia?

PA: Ja. Besonders herausheben möchte ich unsere grosszügigen Sozialleistungen sowie die wirklich ausserordentlich gute Pensionskassen-Lösung. So zahlt der Arbeitgeber einen weit überdurchschnittlichen Anteil an die PK-Prämien. Das ordentliche Pensionierungsalter für Männer und Frauen beträgt 63 Jahre, und wir unterstützen grosszügig individuelle, flexible Übergänge in den Ruhestand. Für jüngere Arbeitnehmende übernehmen wir teilweise die Krippenkosten, und alle Mitarbeitenden, die bei uns versichert sind, profitieren von Beiträgen an die Krankenversicherungsprämien. Generell dürfen wir sagen, dass wir ausgezeichnete Anstellungs- und Arbeitsbedingungen haben, die es Fachkräften aus einem sehr breiten Spektrum an Berufen – auch Ärzten, Juristen, Mathematikern, Informatikern, Finanz-, Immobilien-, Personal-, Kommunikationsfachleuten – ermöglichen, sich zu verwirklichen.

Bieten Sie auch besonders gute Anstellungsbedingungen?

PA: Ja. Besonders herausheben möchte ich unsere grosszügigen Sozialleistungen

PA: Ja, absolut! Wer sich bei der Concordia engagiert, dem öffnen sich so viele Türen, dass sie oder er eine spannende Berufskarriere machen kann. Bei uns gibt es enorm viele Entwicklungsmöglichkeiten. Die Gründe dafür sind vielfältig: die breite Berufspalette, die Grösse und die dezentralen Struktur der Firma, welche eine Vielzahl an interessanten Positionen mit sich bringt. Aber auch die Politik des Hauses, bei Stellenbesetzungen und Beförderungen den Grundsatz «Intern vor extern» zu befolgen. Bei uns gibt es unzählige Erfolgsstories, die davon zeugen, dass bei der Concordia sowohl Fach- als auch Führungskarrieren möglich sind, was wiederum die Loyalität mit und das Vertrauen in die Concordia stark erhöht.

Gibt es ein Kriterium, mit dem die Concordia ganz besonders punktet?

PA: Ja. Mit der Weiterbildung, da haben wir eine differenzierende Stärke. Wir bieten

zum Beispiel die ganzen Lehrgänge zu Fachspezialisten Sozialversicherung oder Krankenversicherung an, mit Cicero-Zertifizierung. Im Schnitt geht ein Mitarbeitender pro Jahr rund 4 Tage in Weiterbildung. Wir haben ein starkes Personalentwicklungsteam, das sich nur um die internen Aus- und Weiterbildungen kümmert. Zusätzlich starten jedes Jahr rund 80 unserer Mitarbeitenden



Peter Anderegg, Leiter Personal.

externe Weiterbildungen, die wir grösstenteils finanzieren.

Renommiert ist Ihre Führungsschulung.

PA: Ja, unsere Führungsschulung ist tatsächlich etwas vom Besten, was es in der Branche gibt. Unser Programm «Formel 1 der Führung» ist eine über die Jahre bewährte, top-professionelle Ausbildung, die jede unserer Führungskräfte durchläuft. Mit dieser Schulung begleiten wir viele Mitarbeitende in ihre erste Führungsposition. Zudem fokussieren wir sehr stark auf die Nachwuchsförderung. Wir bilden kaufmännische und Informatiklernende aus. Dann bieten wir schweizweit 26 Praktikumsstellen an. Jeder neu eintretende Mitarbeiter besucht obligatorisch einen Einführungskurs, der je nach Position vier Tage oder mehrere Wochen dauert. Wir haben ein Talentförderungsprogramm aufgesetzt, das junge Leute befähigt, in zwei bis drei Jahren eine Agentur zu übernehmen. (Interview ej.)