

concern

PKV-Vergleichsstudie Nachhaltigkeit 2024

Studienbericht: 06/2024

Warum macht diese Studie Sinn?

„Drum prüfe, wer sich ewig bindet“ heißt es bei Friedrich Schiller. Es passt sprichwörtlich zur Entscheidung für eine Krankenversicherung, denn diese sollte ein Leben lang halten.

Doch diese Entscheidung ist nicht einfacher geworden. Gingen frühere Generationen noch von einem stabilen ökologischen, sozialen und wirtschaftlichen Umfeld aus, ist die Welt heute komplexer und volatiler geworden. Ob Klimawandel, Fachkräftemangel, Migration, verlängerte Lebensarbeitszeit, demographischer Wandel, Cyberrisiken oder andere Aspekte der nachhaltigen und digitalen Transformation: Krankenversicherte brauchen Partner an Ihrer Seite, die sich darauf einstellen und Kunden den bestmöglichen Schutz für die kommenden Jahrzehnte bieten.

Bei der Entscheidung für eine Krankenversicherung hat sich indes die letzten Jahrzehnte wenig verändert. Im Vordergrund stehen die Systementscheidung (GKV vs. PKV) und Preis-Leistungs-Vergleiche. Mit der vorliegenden PKV-Vergleichsstudie wollen wir einen ganzheitlichen Nachhaltigkeitsblick auf die Tarifangebote richten und Krankenversicherungen, Beratern und Kund*innen Informationen für zukunftsbeste Entscheidungen an die Hand geben.

Wir bedanken uns bei der Universität Bayreuth, der Hallesche Krankenversicherung und MLP für die Unterstützung dieser Studie!



Stimmen zu unserer Studie



„Unsere Studie setzt einen neuen Maßstab für zukunftsfähige Versicherungslösungen auf dem Weg zu einer verantwortungsbewussten und digital fortschrittlichen Krankenversicherungsbranche!“

Prof. Dr. Dr. Alexander Brink
Professor Universität Bayreuth und
Gründungspartner von CONCERN



„Die Studie ist ein wichtiger Puzzlestein für unsere strategische Positionierung als GesundheitsPartner. Sie zeigt uns nicht nur unsere Stärken, sondern auch Weiterentwicklungspotenziale, die uns bei der Transformation in eine digitalere und nachhaltigere Welt unterstützen. Endkunden wird ermöglicht, fundierte Entscheidungen über ihre Krankenversicherung zu treffen und sicherzustellen, dass ihre Werte mit denen ihres Versicherers übereinstimmen.“

Wiltrud Pekarek
Mitglied der Vorstände
Hallesche Krankenversicherung a. G.



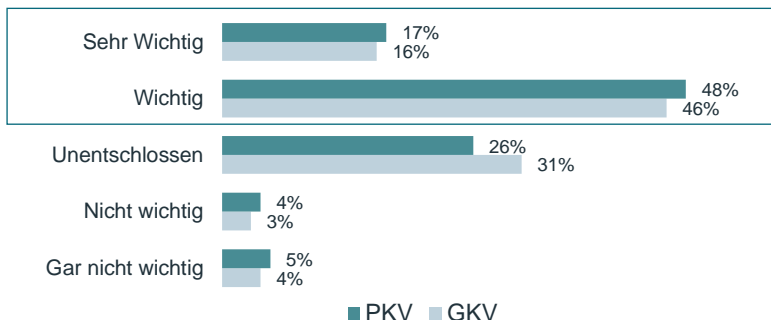
„Wir begrüßen es, dass beim Zukunftsthema Nachhaltigkeit der Blick vermehrt auch auf die Krankenversicherungswelt gerichtet wird. Die Studienergebnisse machen sehr gut deutlich, wie relevant das Thema für die Kundinnen und Kunden ist – und unterstreichen die Bedeutsamkeit einer ganzheitlichen Betrachtung von Nachhaltigkeit auch in der Finanzberatung.“

Miriam Michelsen
Bereichsleiterin Produktmanagement
MLP Finanzberatung SE

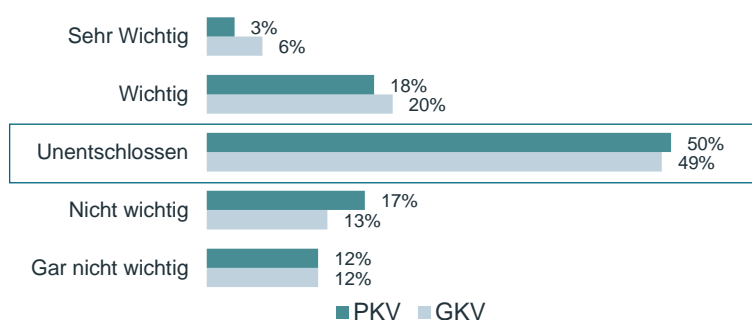
Auch Kunden von Krankenversicherungen ist Nachhaltigkeit wichtig, aber noch ist ihnen nicht klar, was beides miteinander zu tun hat

Die Marktforschung zeigt hohes Kundeninteresse bei gleichzeitiger Unentschlossenheit¹

Wie wichtig ist Ihnen das Thema Nachhaltigkeit?



Ist es Ihnen wichtig, bei einem Krankenversicherer versichert zu sein, der glaubwürdig für das Thema Nachhaltigkeit einsteht?



Die Stimmen von Kund*innen dazu²

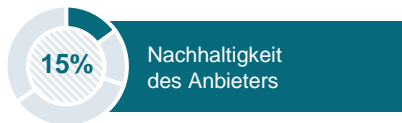
- Nachhaltigkeit spielt in der Lebenswelt der Studierenden eine wichtige Rolle.
- Der Begriff wird als komplex und mitunter abgenutzt wahrgenommen.
- Der Zusammenhang von Nachhaltigkeit und Krankenversicherung sollte konkret und verständlich herausgestellt werden.
- Das Thema Gesundheit sollte Schwerpunkt sein mit Blick auf eine ganzheitliche, nachhaltige Vorsorge und Versorgung.
- Es werden einfache, verständliche und konkrete Informationen gewünscht.

Die Stimmen von Berater*innen dazu³

- Die Systemscheidung (PKV vs. GKV) und Preis-Leistungsvergleiche stehen aktuell im Vordergrund.
- Die Bedeutung des Themas Nachhaltigkeit nimmt zu, aber es muss aktiv durch Berater*innen angesprochen werden.
- Die Kriterien für Nachhaltigkeit müssen einen Mehrwert für Kunden haben.
- Der langfristige Erhalt und Bezahlbarkeit des Versicherungsschutzes hat dabei höchste Bedeutung.

¹ Quelle: McKinsey (2023): Nachhaltigkeit in der Krankenversicherung. > 1.000 Befragte jeweils ca. 50% PKV- und GKV-Versicherte. [\[URL\]](#) | ² Im Rahmen der Studie durchgeführtes Fokusgruppeninterview mit Studierenden der Universität Bayreuth (2024) | ³ Im Rahmen der Studie durchgeführte Interviews mit Berater*innen von MLP

Um Nachhaltigkeit und den Bedarf von PKV-Kunden zu verbinden, wurden vier konkret messbare und gewichtete Kriterien entwickelt

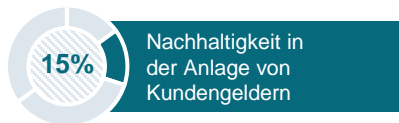


Faktoren

- Nachhaltigkeitsmanagement
- Umsetzung in der Wertschöpfungskette
- ESG-Maßnahmen
- ESG-Messung

Nachhaltigkeitsbezug

Bei der Nachhaltigkeit des Anbieters geht es um Management, Maßnahmen und Messung. Dies bezieht sich auf die Aktivitäten des Anbieters insgesamt. Dabei orientieren wir uns an der aktuellen Berichtspflicht (CSRD) und dem entsprechenden Standard (ESRS) sowie weiterer Regulatorik zu Lieferkette und Finanzierung.

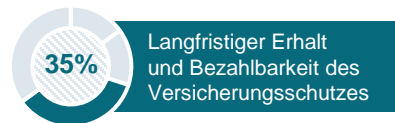


Faktoren

- Kapitalanlagepolitik
- Verfahren und Ausschüsse
- Engagement (Active Ownership)
- Transparenz und Verständlichkeit

Nachhaltigkeitsbezug

Bei der Bewertung der Nachhaltigkeit der Anlage von Kundengeldern geht es um Prinzipien für verantwortliche Investments. Dazu werden entsprechende Verordnungen (z.B. SFDR, Tax-VO), Empfehlungen von Initiativen (z.B. PRI, FNG), Aufsichtsbehörden (z.B. BaFin) oder Medien (z.B. Finanztest) genutzt.

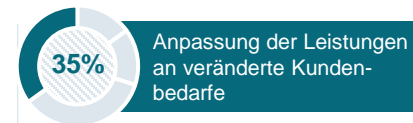


Faktoren

- Risikotragfähigkeit des Anbieters
- Tarif- und Beitragsstabilität
- Stabilität bei Änderungen des Umfelds
- Stabilität bei Änderungen der Lebensumstände

Nachhaltigkeitsbezug

Den Nachhaltigkeitsbezug zum Kriterium des langfristigen Erhalts und der Bezahlbarkeit des Versicherungsschutzes ist aus dem Prinzip der doppelten Wesentlichkeit abgeleitet, das für die Berichterstattung gilt. Es geht dabei um die finanzielle Bedeutung von Nachhaltigkeitsthemen.



Faktoren

- Kundeninformation und Beratung
- Prävention und Vorsorge
- Medizinische Versorgung
- Unterstützungsleistungen
- Datensicherheit und Schutz der Privatsphäre
- Zugänglichkeit

Nachhaltigkeitsbezug

Die Anpassung der Leistungen an veränderte Kundenbedarfe basiert analog auf der anderen Dimension der doppelten Wesentlichkeit. Es wird die Wirkung auf Menschen resp. Kund*innen bewertet. Dies erweitert die Perspektive von Preis-Leistungsvergleichen, Ratings, Vergleichsstudien oder Aggregatoren.

Für die Analyse wurden umfassende, öffentlich verfügbare Daten genutzt und mit einem standardisierten Messverfahren analysiert.

Datengrundlagen

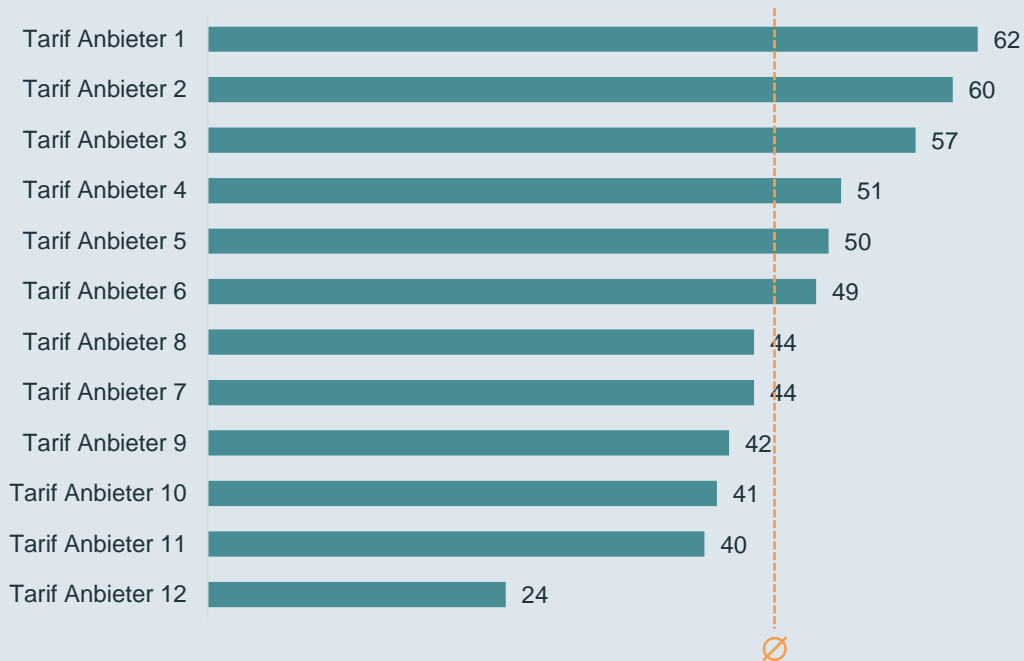
- Geschäftsberichte
- SFCR-Berichte
- Nachhaltigkeitsberichte
- Sonderberichte (z.B. Klimaberichte)
- Managementrichtlinien (z.B. Investmentpolitik)
- Kommunikation auf den Webseiten (z.B. Kunden, Vermittlerwebsites)
- Öffentliche Datenbanken (z.B. DNK, BaFin)
- Veröffentlichte Studien
- Produktinformationen
- AVB
- Ratingergebnisse
- Testberichte
- Presseinformationen

Messmethodik

- Anerkannte Referenzsysteme angewendet (u.a. FNG, Finanztest)
- Analyse von vier Kriterien, ihren Erfolgstreibern (Faktoren) und entsprechenden Indikatoren
- Etwa 600 Prüfpunkte pro Mitbewerber getestet (d.h. insg. über 7.000 Prüfungen)
- Abgleich mit allen öffentlich zugänglichen Daten der Mitbewerber
- Erfassung kategorialer und metrischer Daten
- Keine subjektiven Bewertungen und keine intransparenten Gewichtungen

Das Gesamtergebnis zeigt ein erstaunlich differenziertes Bild der unterschiedlichen Tarife

Erfüllung der Prüfpunkte über die vier gewichteten Bewertungskriterien

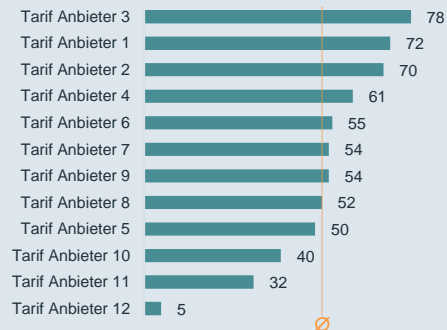


Infobox

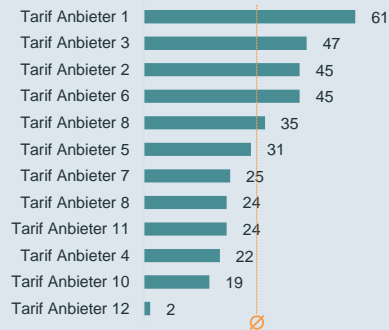
- Analysiert wurden die Top-Tarife von 12 Anbietern.
- Es wurden extern verfügbare Daten verwendet, d.h. es wurden für keinen Anbieter interne Daten ergänzt.
- Es konnte eine max. mögliche Punktzahl von 100 erreicht werden.
- Alle Anbieter kommunizieren die Nachhaltigkeit von Produkten als Handlungsschwerpunkt.
- Dennoch variieren die Ergebnisse sehr deutlich zwischen den Anbietern über alle Kriterien.
- Stärken und Verbesserungspotenziale werden anhand des Vergleichs über die Prüfpunkte deutlich erkennbar.

Die Spitzenpositionen wechseln in den Kriterien zwischen den Anbietern, aber strukturell stark aufgestellte Anbieter werden erkennbar

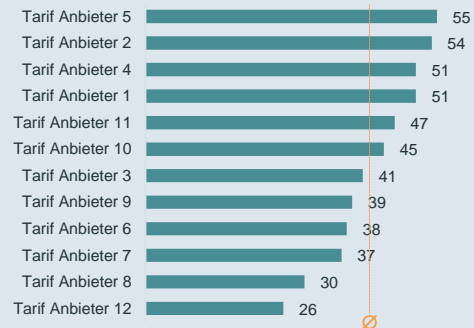
Kriterium 1: Nachhaltigkeit des Anbieters



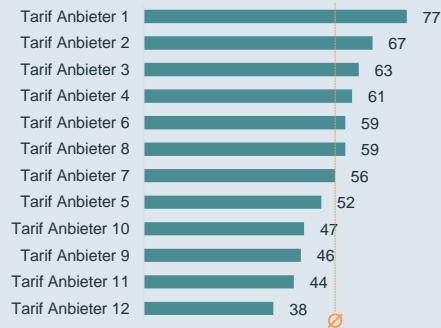
Kriterium 2: Nachhaltigkeit in der Anlage von Kundengeldern



Kriterium 3: Langfristiger Erhalt und Bezahlbarkeit des Versicherungsschutzes



Kriterium 4: Anpassung der Leistungen an veränderte Kundenbedarfe



Infobox

- Die Streuung ist in allen Kriterien hoch.
- Die Positionierung in den Kriterien wechselt zwischen den Anbietertarifen.
- Die Top 3 Angebote in der Gesamtbewertung zeigen über alle Kriterien strukturelle Stärken.
- Im Mittelfeld variieren die Positionen deutlich. Hier weisen Anbieter selektive Stärken.
- Das höchste Weiterentwicklungspotenzial gibt es bei den Kriterien 2 „Nachhaltigkeit in der Anlage von Kundengeldern“ und 3 „Langfristiger Erhalt und Bezahlbarkeit des Versicherungsschutzes“.

Mit der Heatmap können Stärken und Entwicklungspotenziale identifiziert und für eine systematische Weiterentwicklung genutzt werden

Infobox



- Die Wettbewerbsdatenbank mit den kategorialen und metrischen Prüfkriterien bietet die Möglichkeit genau zu erkennen, wie und warum Tarife sich positiv oder negativ abheben.
- Die Darstellung zeigt die Heatmap auf der zweiten Vertiefungsstufe entlang der genannten Faktoren.
- In der Darstellung der Abweichungen vom Durchschnitt werden Best Practices gut erkennbar.
- Außerdem zeigt sich, wer ein ausgewogenes Angebot bietet.
- Die Benchmark-Datenbank ermöglicht umfangreiche vertiefende Analysen.

Abweichungen vom Durchschnitt

Kriterium	Faktor	Ø	Anbieter anonymisiert												
1. Nachhaltigkeitskompetenz		52%	20%	39%	18%	9%	26%	4%	-12%	0%	3%	2%	-47%	-2%	-20%
	1.1 Nachhaltigkeitsmanagement	51%	20%	32%	24%	9%	22%	10%	-20%	-5%	15%	9%	-48%	-13%	-24%
	1.2 Umsetzung in der Wertschöpfungskette	66%	27%	31%	25%	22%	22%	-8%	12%	-1%	-3%	-18%	-56%	22%	-44%
	1.3 Maßnahmen	60%	12%	35%	15%	3%	32%	9%	-17%	9%	-6%	9%	-54%	-5%	-6%
	1.4 Messung	31%	21%	58%	7%	1%	27%	4%	-25%	-2%	4%	10%	-31%	-10%	-5%
2. Nachhaltigkeit in der Anlage von Kundengeldern		32%	13%	13%	15%	-9%	29%	13%	-13%	3%	-7%	-7%	-30%	0%	-8%
	2.1 Integration von Nachhaltigkeit in der Kapitalanlage	39%	15%	15%	22%	1%	14%	11%	-10%	8%	-3%	-13%	-35%	-9%	0%
	2.2 Verfahren und Ausschlüsse	35%	14%	14%	-3%	7%	7%	22%	-11%	3%	-21%	9%	-31%	8%	-4%
	2.3 Engagement für Nachhaltigkeit bei Emittenten	28%	8%	8%	33%	-25%	45%	18%	-21%	2%	8%	-19%	-28%	-6%	-16%
	2.4 Transparenz zur Nachhaltigkeit der Kapitalanlage	25%	16%	16%	10%	-20%	51%	1%	-11%	-1%	-9%	-7%	-25%	6%	-11%
3. Langfristiger Erhalt und Bezahlbarkeit des Versicherungsschutzes		43%	8%	15%	11%	8%	-2%	-4%	2%	-13%	-5%	-4%	-17%	12%	4%
	3.1 Risikotragfähigkeit des Anbieters	41%	20%	29%	15%	-7%	-7%	-14%	-3%	-26%	3%	14%	-27%	14%	17%
	3.2 Tarif- und Beitragsstabilität	41%	7%	10%	19%	7%	-6%	10%	6%	6%	7%	-30%	-20%	0%	-8%
	3.3 Stabilität bei Änderungen des Umfelds	37%	-10%	7%	24%	17%	14%	-16%	-4%	-37%	-37%	13%	-13%	27%	21%
	3.4 Stabilität bei Änderungen der Lebensumstände	52%	15%	15%	-13%	15%	-9%	3%	8%	3%	5%	-13%	-7%	7%	-14%
4. Anpassung der Leistungen an veränderte Kundenbedarfe		56%	22%	31%	11%	5%	7%	3%	-9%	3%	0%	-10%	-17%	-3%	-12%
	4.1 Kundeninformation und Beratung	57%	21%	32%	26%	21%	-7%	10%	-7%	-18%	10%	-13%	-29%	-18%	4%
	4.2 Prävention und Vorsorge	50%	30%	30%	-20%	30%	20%	-20%	10%	10%	-10%	10%	-30%	20%	-30%
	4.3 Medizinische Versorgung	72%	28%	28%	2%	-16%	16%	8%	8%	11%	-2%	-28%	-8%	-1%	-18%
	4.4 Prozesse	53%	18%	32%	23%	-12%	30%	26%	-28%	30%	8%	-10%	-19%	-20%	-48%
	4.5 Datensicherheit und Schutz der Privatsphäre	61%	-1%	6%	26%	3%	-4%	-7%	-4%	-11%	-7%	-14%	-1%	3%	16%
	4.6 Zugänglichkeit	42%	33%	58%	8%	4%	-13%	4%	-13%	-4%	0%	-4%	-17%	-4%	4%

Die Vergleichsstudie und das entwickelte Instrument bieten eine neue ganzheitliche Sicht für Entscheider

Krankenversicherung



- Die meisten Krankenversicherungen bekennen sich zu Nachhaltigkeit.
- Die Verbindung von Nachhaltigkeit und Produkte ist dabei in der Regel ein ausdrückliches Handlungsfeld.
- Bislang gibt es aber kein Instrument, um Fortschritte im Vergleich zu Mitbewerbern zu bewerten.
- Mit der Vergleichsstudie und der differenzierten Benchmark-Datenbank haben die Anbieter die Möglichkeit, sich systematisch zu positionieren und zu verbessern.

Finanzvertriebe



- Das Thema Nachhaltigkeit nimmt für Finanzvertriebe an Bedeutung zu.
- Im Bereich der Lebensversicherung sind bereits Anforderungen im Rahmen der Geeignetheitsprüfung verpflichtend.
- Nachhaltigkeit muss aber für Beratende verständlich und praxisrelevant heruntergebrochen werden.
- Die Kriterien ermöglichen Beratern, den Nachhaltigkeitsbezug praxisgerecht und bedarfsorientiert zu nutzen.
- Der Vergleich zeigt, wie unterschiedlich die Tarife der Anbieter positioniert sind.

Kunden



- Die Entscheidung für eine Krankenversicherung hat für Kunden eine langfristige Bedeutung.
- Sie wollen auch in 20, 40 oder 60 Jahren noch sagen können, dass es die richtige Entscheidung war.
- Die nachhaltige und digitale Transformation bringt zukünftig, stark veränderte Rahmenbedingungen mit sich.
- Das werden Kunden in ihre Entscheidung einbeziehen.
- Sie werden mehr auf Nachhaltigkeit von Anbietern und Kapitalanlagen achten.

Sie haben Interesse an vertiefenden Informationen? Sprechen Sie uns gerne an!

Beratung

Analyse

Standard

Rating

Gute Gründe

- 100% ESG-Spezialist seit Gründung 2010
- Branchenübergreifende Tätigkeit für Unternehmen, Ministerien, Verbände und Stiftungen
- Experte im Bereich Nachhaltigkeit im Produkt- und Vertriebsmanagement
- Kooperationspartner der Universität Bayreuth und der Campus Akademie
- Angebot von Zertifikatsausbildungen, Testierungen, Assessments und Ratings



Eva Schneider
Projektleiterin

concern GmbH
Unternehmensberatung
Gertrudenstraße 30-36
50667 Köln
Mobil +49 (0) 176 242 627 98
eva.schneider@concern.de

www.concern.de



Dr. Markus Groß-Engelmann
Geschäftsführender Partner

concern GmbH
Unternehmensberatung
Gertrudenstraße 30-36
50667 Köln
Mobil +49 (0) 173 231 30 69
markus.gross-engelmann@concern.de

www.concern.de