

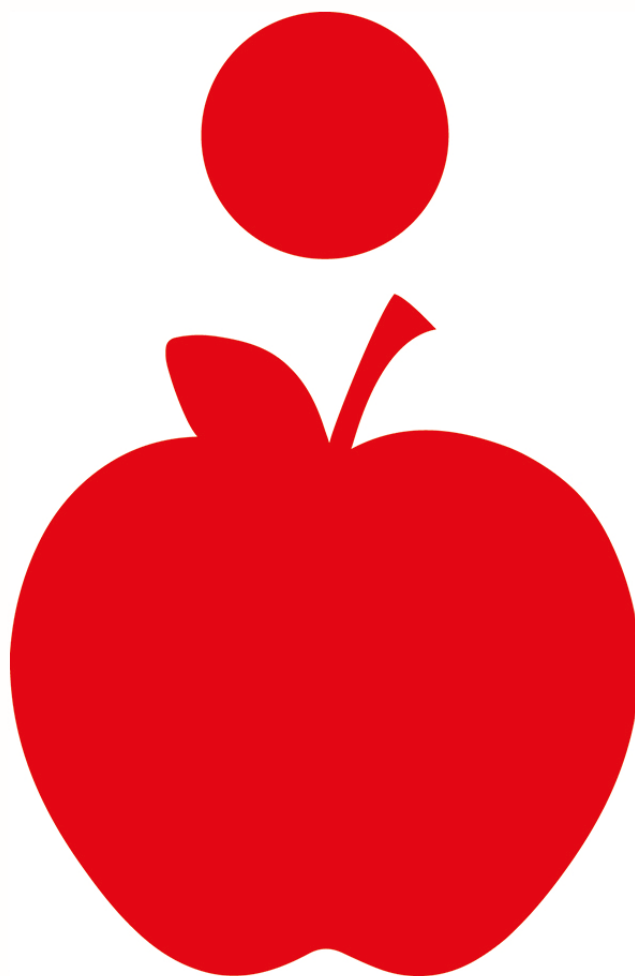
# Sparkassen**Zeitung**

10. Januar 2019 | Anzeige

## Sorglos ist einfach

Mit dem Sparkassen-Gesundheits-Schutz Plus wird der Kunde zum Privatpatienten. "Einfach beraten" ist beim Sparkassen-Gesundheits-Schutz-Plus in OSPlus und OSPlus\_neo sowie bei den Beratungsunterlagen dazu Programm. Das 360 Grad-Vermarktungsangebot stellt das wichtige Thema Gesundheit und Vorsorge in den Mittelpunkt. Es ist der erfolgreiche Türöffner zur Kundenansprache und Leadgenerierung in den Sparkassen.

Die Bundesbürger wissen ihre Gesundheit zu schätzen. Im „Werte-Index 2018“ der Meinungsforscher von Kantar TNS gehört sie neben Natur und Familie zu den drei für die Deutschen wichtigsten Werten. Es ist naheliegend, dass damit auch potenziell hohes Interesse an einer Beratung zur Gesundheitsvorsorge besteht. Auch die Bereitschaft zum Abschluss wächst.



Vor allem die Krankenzusatzversicherung verzeichnete 2017 branchenweit steigende Absatzzahlen, weil immer mehr Menschen damit die Basisleistungen der gesetzlichen Krankenversicherungen ergänzen und finanzielle Lücken im Bereich der Gesundheitsvorsorge (Prävention) schließen wollen. Erst jeder fünfte Bundesbürger hat auf diese Weise zusätzlich vorgesorgt und laut Statistischem Bundesamt liegt das Potenzial bei knapp 3,1 Millionen Menschen in Deutschland. Wie wichtig ist das Thema Gesundheit für die Sparkassenkunden?

### **Starke Leistungen im Sparkassen-Gesundheits-Schutz Plus**

Mit der in die Sparkassen-Finanzgruppe eingebundenen Union Krankenversicherung (UKV) und Bayerischen Beamtenkrankenkasse (Versicherungskammer Bayern) steht hinter dem S-Gesundheits-Schutz Plus ein leistungsstarker Gesundheitspartner mit mittlerweile mehr als neun Jahrzehnten Erfahrung. „Nach Anzahl der versicherten Personen sind die beiden Krankenversicherer zusammen die drittgrößte private Krankenversicherungsgruppe in Deutschland, der über drei Millionen

Kunden ihr Vertrauen schenken“, sagt Stefan Weller, Hauptabteilungsleiter Vertriebsunterstützung der UKV.

Der S-Gesundheits-Schutz Plus ist der perfekte Mix aus einer erstklassigen Zahnversorgung mit Kostenerstattung bis zu 90 Prozent der Restkosten nach Abzug der gesetzlichen Kassenleistung. Zusätzlich ermöglicht er die freie Krankenhauswahl mit Chefarzt-Behandlung und Unterbringung im Ein- oder Zweibettzimmer. Hinzu kommen Kostenerstattungen für Vorsorgeuntersuchungen, Impfungen sowie Seh- und Hörhilfen. Zu guter Letzt sind Leistungen für naturheilkundliche und alternative Heilbehandlungen als Ergänzungen zur klassischen Schulmedizin im Produkt. Wäre das nicht auch der perfekte Mix für die jungen Sparkassenkunden?

## **Kundenansprache auf allen Kanälen**

Auch im Jahr 2019 wird der Sparkassen-Gesundheits-Schutz Plus zusätzlich im Rahmen der GSK-Kampagne „Geld für später“ angeboten. Informationen und Unterlagen stehen im DSV-Portal (

[www.dsv-gruppe.de](http://www.dsv-gruppe.de)

) in der Rubrik „Privatkunden/Absicherung der Lebensrisiken“ zur Verfügung. Mit der Kundenansprache auf allen Kanälen präsentieren sich die Sparkassen als kompetente Partner bei der Gesundheitsvorsorge. Gleichzeitig können sie Crossselling-Potenziale nutzen.

Die über das Portal abrufbare Angebotsbroschüre zum Thema Sparkassen-Gesundheits-Schutz Plus listet detailliert alle verfügbaren Kampagneninhalte und Medien auf. Diese stehen im BusinessShop des DSV zur Bestellung bereit. Ein interaktiver Kampagnenleitfaden fasst die Details der Kampagne zusammen. Über die DSV Kommunikationswelt Planung haben die Sparkassen die Möglichkeit, einen schnellen und gezielten Überblick über die kommunikativen Maßnahmen zu bekommen. Auf dieser Basis können sie mit wenigen Mausklicks ihre eigene, individuelle SGS Plus-Kampagnenplanung erstellen.

## **Ein gutes Gefühl erzeugen**

Das immer wieder aufgegriffene Keyvisual ist der Apfel. Das Gesundheitssymbol taucht auf den Plakaten und Flyern auf, die kostenfrei zur Verfügung stehen. Es ist Teil der Anzeigen in Tageszeitungen und lokalen Zeitschriften ebenso wie der mobilen Messestände für Beratungstage. Auch der Deko-Apfelbaum als Blickfang in der Filiale symbolisiert das Thema Gesundheit und signalisiert ein gutes Gefühl. Das vermittelt ebenfalls das Sorglos-Buch, das Berater ihren Kunden überreichen. Eine mobile anlassbezogene Kundenansprache ermöglichen die S-Beacons. Das sind Push-Nachrichten an Nutzer der Sparkassen-App, die diese auf besondere Aktionen hinweisen. Zum Beispiel darauf, dass es in der Geschäftsstelle heute Gratisäpfel gibt.

Handfeste Informationen vermitteln Briefe an Kunden, die auf die Vorteile des Sparkassen-Gesundheits-Schutz Plus verweisen. Hier werden mindestens 50 Prozent der Kosten übernommen. Im digitalen Contentpool stehen zudem hochwertige Inhalte bereit: von Anschreiben für das ePostfach über Texte für den Sparkassenautomaten bis hin zum Telefonleitfaden und dem interaktiven Drei-Minuten-Check.

Die Sparkassen können die Aktionselemente des Produkts und das Video dazu in die Startseite ihrer Internetfiliale einbinden. Für die Optimierung des Beratungsgesprächs sorgt die neue verbesserte Plattform OSPlus\_neo mit ihren anschaulichen Benutzeroberflächen, über die alle relevanten Kunden- und Vertragsinformationen abgerufen werden können. Ein Netz von Services und unkomplizierten Lösungen trägt dazu bei, dass Sparkassenkunden beim Thema Gesundheit ein gutes Gefühl haben. Darunter fällt auch die RundumGesund-App, mit der das elektronische Einreichen einer Rechnung und schnelle Abrechnung zum Kinderspiel wird. Echt einfach, das Sorglos-Paket.

Sorglos ist einfach, in SparkassenZeitung (10. Januar 2019). URL: <https://www.sparkassenzeitung.de/vertrieb/sorglos-ist-einfach.html>. Abgerufen am: 10. Januar 2019



Scannen Sie diesen Code mit Ihrem Smartphone  
und lesen Sie diesen und weitere Beiträge online