

Anzeigen-Sonderveröffentlichung

prontra

informiert



Erfolgreiches Comeback

Wer heute PKV sagt,
muss auch LKH sagen



Eine Anzeigen-Sonderveröffentlichung
in Kooperation mit





*Ihre Private
Krankenversicherung*

Unerwartet.

Anders.

Zurück.

Vertrieblicher Neustart geglückt

Liebe Leserin, lieber Leser, in den vergangenen 24 Monaten haben wir uns einer radikalen Transformation unterzogen, bei der wir uns als Gesamtunternehmen konsequent an der Perspektive unserer Vertriebspartner ausgerichtet haben. Vertriebsseitig sind wir sehr stolz darauf, Ihnen – erstmalig – einen Einblick in das Geleistete und einen Ausblick auf das Erwartbare geben zu können. Mit der konsequenten Vertriebsausrichtung auf den B2B-Vertrieb profitieren Sie ab sofort von:

- modernsten technischen Schnittstellen für Ihren Arbeitsalltag (u. a. LKH-Vermittlerportal, LKH-Vermittlercampus, BiPRO-TAA/Non-TAA-Normen)
- Servicezeiten für höchste Ansprüche (u. a. Beantwortung von Risikovorfragen in bis zu vier Stunden)
- leistungsfähiger Betreuung (u. a. regionale Ansprechpartner, professionelles Key-Account-Management)
- Top-Produkten mit Höchststratings
- marktkonformen Provisionen, die Ihre Beratungsleistung honorieren.

Der Anfang ist geschafft! ■

Viel Spaß beim Lesen wünscht

Oliver Contala,
Leitung
Gesamtvertrieb



Impressum

Verlags-Sonderveröffentlichung der Alsterspree Verlag GmbH, Kurfürstendamm 173, 10707 Berlin, Telefon: +49 (0)30 2 32 56 27 00, www.alsterspree-verlag.de
 Druck: MÖLLER PRO MEDIA® GmbH, Zeppelinstraße 6, 16356 Ahrensfelde, www.moellerdruck.de
 ©2025 Alle Rechte vorbehalten.
 Nachdruck, Aufnahme in Online-Dienste, Internet und Vervielfältigung auf Datenträger oder durch andere Verfahren (auch auszugsweise) nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlags.
redaktion@alsterspree-verlag.de
 Redaktionsleitung: Sebastian Wilhelm
 Alsterspree Verlag GmbH

Profitabilität entscheidet

*Starke Tarife allein machen
noch keinen guten PKV-Anbieter.*

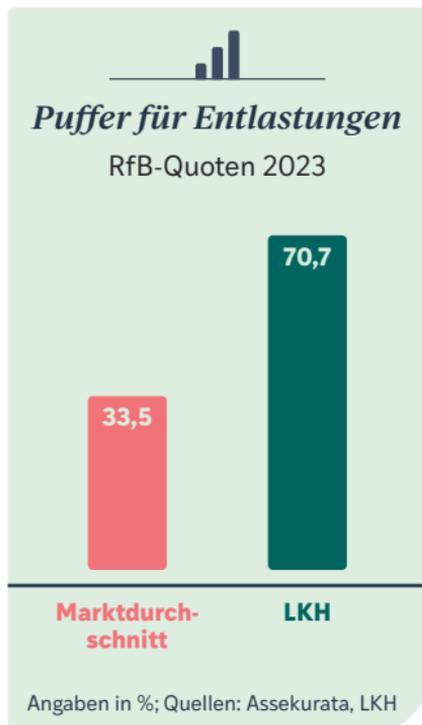
Die private Krankenvollversicherung verspürt nach einer verhaltenen Phase wieder Rückenwind. Im vergangenen Jahr wuchs das Versichertenkollektiv um 0,3 Prozent auf 8,74 Millionen, und das trotz

Konjunkturflaute. Nimmt man die dauerboomenden Zusatzpolicen hinzu, sind nunmehr fast 40 Millionen Bundesbürger privat krankenversichert. „Die PKV zeigt erneut, dass sie für viele Menschen attraktiv ist“,



betont Dr. Reiner Will, Geschäftsführer von Assekurata, im aktuellen Marktausblick der Ratingagentur – der unterm Strich positiv ausfällt.

Ein dicker Wermutstropfen bleiben indes die Leistungsausgaben: Sie stiegen 2024 laut PKV-Verband um satte 10,5 Prozent. Auch die Schadenquote vollzog einen weiteren Sprung nach oben und liegt nun mit 84,1 Prozent über dem Vor-Pandemie-Niveau. Diese Entwicklung drückt merklich auf die Ergebnisse der Gesellschaften und auf ihre Rückstellungen für Beitragsrückerstattung (RfB). Galoppierende Gesundheitsausgaben sind indes kein Exklusivproblem der PKV, auch die gesetzlichen Kassen ächzen unter permanenten Kostensteigerungen. Kassenpatienten müssen sich daher auf Beitragssteigerungen und Leistungseinschnitte gefasst machen, was ihre Wechselbereitschaft



erhöht und damit den Optimismus der PKV-Branche nährt. Doch der anhaltende Kostendruck unterstreicht auch die Bedeutung der Finanzkennzahlen privater Krankenversicherer. Ihm standzuhalten, ohne die Prämien hochzutreiben oder die Beitragsrückerstattung ▶

► (BRE) zu kürzen, erfordert nachhaltig solides Wirtschaften. Hier trennt sich im Markt die Spreu vom Weizen.

Warum sind Ergebnis-, RfB-Quote & Co. wichtig?

Es gehört längst zum Einmaleins der PKV-Beratung, nicht nur auf die verfügbaren Tarife zu blicken, sondern auch auf die Anbieter dahinter. Schließlich soll ein Vertrag in der Regel über Jahrzehnte laufen. Ein finanziell leistungsstarker und profitabler Versicherer bietet die Gewähr, auch auf lange Sicht beitragsstabil und so kundenfreundlich zu operieren, wie er es beim Abschluss versprochen hat. PKV-Makler tun deshalb gut daran, sich einige zentrale Kennzahlen anzusehen – in Zeiten alljährlicher Ausgabenrekorde umso mehr. Von hoher Relevanz ist beispielsweise die versicherungsgeschäftliche Ergebnisquote,

die angibt, wie viel von den Beitragseinnahmen nach Abzug der Leistungsaufwendungen, Abschluss- und Verwaltungskosten übrig bleibt. Der Branchendurchschnitt fiel 2024 auf magere 7,2 Prozent. Auf mehr als das Doppelte kommt ein kerngesund aufgestelltes Unternehmen wie die LKH (14,6 Prozent; siehe Grafiken).



»Die PKV zeigt erneut, dass sie für viele Menschen attraktiv ist.«

Dr. Reiner Will,

Geschäftsführer von Assekurata

Das gleiche Bild bietet sich bei der RfB-Quote, mit der die erfolgsabhängigen RfB ins Verhältnis zu den verdienten Bruttoprämien gesetzt werden, sowie bei der RfB-Zuführung. Diese Werte geben einen deutlichen Fingerzeig darauf,

was die Kunden langfristig erwarten können. Denn Beitragsglättung setzt finanziellen Spielraum voraus. Dass die LKH darüber verfügt, bestätigt aktuell ein „Härte-test“ von „Focus Money“, der dem Lüneburger Versicherer „exzellente Ergebnisquoten“

attestiert. Gut für Makler und ihre Kunden, dass die LKH zuletzt auch vertrieblich und produktseitig den Turbo eingelegt hat. Was das bedeutet, erläutern die beiden strategischen Köpfe hinter der Neuausrichtung im Interview auf den Folgeseiten. ■

Outperformer vs. Markt

Versicherungsgeschäftliche Ergebnisquote



Angaben in %

Quellen: Assekurata, LKH

»Wir setzen vollständig auf eine B2B-Strategie«



Interview mit LKH-Vertriebsvorstand Jan-Peter Diercks und LKH-Gesamtvertriebsleiter Oliver Contala

procontra: Was hat Sie vor zwei Jahren bewogen, von Versicherungsriesen zur vergleichsweise kleinen, aber feinen LKH zu wechseln?

Jan-Peter Diercks: Die kurze Antwort lautet: die Ausgangslage der LKH. Die etwas ausführlichere Antwort lautet: die Kombination aus der Unternehmens-

stärke qua Kennzahlen, moralisch sauberen Produkten, dem generellen Wachstumsmarkt Gesundheit sowie der zum damaligen Zeitpunkt eher schwächeren vertrieblichen Startaufstellung. Das im Verhältnis zu den strategischen Möglichkeiten, den eigenen Erfahrungen und dem persönlichen Netzwerk war für mich das „perfect match“. Persönlich spielten natürlich auch die erstmalige Berufung in die Organschaft sowie die Nähe zur Heimat und Familie eine Rolle.

Oliver Contala: Der radikale vertriebliche Neuaufbau bot für mich die Chance, die eigene Vertriebsphilosophie – State of the Art 2025 – in einem bald 100-jährigen Versicherungsverein und altherwürdigen Krankenversicherer aufzubauen. Aus meiner Sicht eine einmalige Ausgangssituation im deutschen Markt.

procontra: Welche Hebel haben Sie konkret umgelegt, um das Potenzial der LKH effektiv freizusetzen?

Diercks: Vorweg gestellt: Wir haben die Vertriebsstrategie des Unternehmens vollständig



»Der radikale Neuaufbau bot die Chance, die eigene Vertriebsphilosophie – State of the Art 2025 – aufzubauen.«

Oliver Contala

auf den B2B-Markt ausgerichtet. Wir positionieren das Unternehmen also als reinen Risikoträger und Dienstleister für unsere Kunden (Mitglieder) und den Vertrieb. Unser vertriebliches Handeln orientiert sich an den Hauptmerkmalen für Wachstum; gepaart mit Professionalität entstehen hieraus langfristige Partnerschaften, ►

► die wiederum zwingend zu Wachstum führen.

procontra: Welche Hebel sind das konkret?

Contala:

1. Erneuerung des Produktportfolios mit der Schaffung klarer USPs – für den Kunden, aber auch für den Vertrieb. Hier haben wir als Monoliner sicherlich auch einen strategischen Vorteil.



»Wir sind letztes Jahr – erstmals nach 19 Jahren – wieder mit einem Nettoplus gewachsen.«

Oliver Contala

2. Radikale Erneuerung der Prozesslandschaft – mit klarem Fokus auf den Vertriebspartner. Das beginnt bei der Normierung der BiPRO-Schnittstellen und geht über die stringente Schaffung einer vertrieblichen

Aufbau- und Ablauforganisation bis hin zu Definitionen von Service Level Agreements mit den Fachbereichen für Risikovorabfragen. Unsere Prozesse dienen dem Vertriebspartner.

3. Vertrieb besteht (immer noch) aus Menschen. Schaffung eines heterogenen-homogenen Teams. Meint: Bleib, wie du bist, hab Spaß an deinem Job; und gleichzeitig denkt das Team in nur eine Richtung: Erfolg.

4. Angemessene Vergütung für die Beratungs- und Betreuungsaufgaben. Wir sprechen in der Branche ungern über ein Thema, das uns alltäglich begleitet: Geld. Unsere qualitativ hochwertigen Premium-Produkte sind erklärungsbedürftig – dies muss durch eine angemessene Vergütung honoriert sein.

procontra: Trägt Ihre strategische Neuausrichtung bereits Früchte?

Contala: Wir sind als Unterneh-

men unfassbar stolz auf das in den vergangenen 24 Monaten Geleistete. Und ja: die Investitionen tragen bereits jetzt vertriebliche Früchte. Wir sind letztes Jahr zum ersten Mal nach circa 19 Jahren wieder mit einem respektablen Nettoplus im Bestand gewachsen.

Diercks: An dieser Stelle muss man sich einfach bei allen Kolleginnen und Kollegen für die Anstrengungen und Leistungen im Jahr 2024 bedanken. Die vertrieblichen Früchte sind das summierte Ergebnis; egal ob der Risikoprüfer für die Einschätzung der Gesundheitszustände, der Aktuar im Schutz unserer Kollektive oder der IT-Spezialist für die Schaffung der BiPRO-Schnittstellen. Wir alle sind Vertriebler.

procontra: Wofür steht die LKH heute, insbesondere mit ihrer vertrieblichen Ausrichtung?

Contala: Unerwartet stark auf den Vertriebspartner ausge-

richtete Prozesse, qualitativ hochwertige Produkte und eine andere bzw. persönlichere Zusammenarbeit. An uns darf in der qualitativen Beratung kein Weg mehr vorbeiführen. Unser Vertriebslogan: Unerwartet. Anders. Zurück.



»Wir verfolgen eine Differenzierungsstrategie je Produktparte, werden aber Premium-Anbieter bleiben.«

Jan-Peter Diercks

procontra: Warum sollte ein PKV-Makler die LKH auf dem Zettel haben?

Diercks: Gesundheit ist das höchste Gut – und unser Vertriebspartner bekommt mit der Vermittlung unserer Produkte das automatische Versprechen, dass die Gesundheit seines Kundens bei uns



► bestens aufgehoben ist. Vor allem dann, wenn es am dringlichsten gebraucht wird: im Krankheitsfall. Gepaart mit unserer finanziellen Stärke, der Beitragsstabilität und dem Dienstleistungsgedanken für den Vertriebspartner eine aus unserer Sicht einmalige und für sich selbst sprechende Kombination.



»Egal ob Key-Account oder regionaler Makler, wir werden die passende Dienstleistung finden.«

Oliver Contala

procontra: Wie sind die Produkte im Markt positioniert?

Diercks: Wir verfolgen eine Differenzierungsstrategie je Sparte. Insgesamt wird die LKH aber immer mit dem Zusatz „Premium-Anbieter“ versehen sein. Als Versicherungsverein

passt auch nichts Gegenteiliges zu unseren Werten. Unsere neuen Zusatztarife „ZahnUpgrade“ und „KlinikUpgrade“ sind strategisch im Preis-Leistungs-Sieger-Bereich positioniert. Gleiches gilt für unseren neuen bKV-Tarif „LKH-TeamUpgrade Complete“. In der PKV setzen wir mit unserem Tarif GUP auf kompromisslose Spitzenleistung – die ihren Preis hat. Mit unserer starken Beitragsrückerstattung gibt es aber auch hier diverse Möglichkeiten für doch preissensitivere Kunden. Und mit der neuesten Produktentwicklung, die kurz vor dem Verkaufsstart steht, erweitern wir unsere starke Produktlinie in der Krankenvollversicherung um ein weiteres Highlight. Für alle, die hohe Ansprüche bei Preis und Leistung haben. Übrigens sind auch alle anderen zuvor genannten Tarife maximal 24 Monate alt.

procontra: Welche Vertriebs-

unterstützung bieten Sie ihren Vertriebspartnern?

Contala: Ein breit gefächertes Portfolio. Wir können für unsere Top-Vermittler zum Beispiel aktuell Garantien in der Beantwortung von Risikovorfragen innerhalb von vier Stunden zusichern. Das ist sicherlich ein Spitzenwert am Markt – der Kunde und Vertriebspartner dient. Egal ob Key-Account oder regionaler Makler, wir werden die passende Dienstleistung finden. Für den einen ist es der so wichtige regionale Ansprechpartner, für den anderen die individuelle Online-Abschlussstrecke oder schlicht die Erreichbarkeit eines Makler-Backoffice für die Unterstützung oder Erstellung von Angeboten.

procontra: Wo sehen Sie die LKH in fünf Jahren?

Diercks: Das Unternehmen wird als einer der führenden Krankenversicherer in Deutsch-

land bekannt sein – viele der älteren Vermittler kennen die LKH noch aus den starken 90er-/00er-Jahren. Da führte praktisch kein Weg an uns vor-



»In den 90er-/00er-Jahren führte praktisch kein Weg an uns vorbei ... Das muss auch zukünftig wieder gelten.«

Jan-Peter Diercks

bei ... das muss auch zukünftig wieder gelten. Nur dann nicht mehr mit der lachenden Anekdote, ob man uns die Anträge faxen muss. Sondern mit der ehrlichen Anerkennung, dass wir – bereits jetzt – ein hochmodernes Unternehmen sind. Das Fax steht bei uns nur noch auf dem Speicher: als Erinnerung an unsere 100-jährige Geschichte. ■



Günstigster Premiumtarif, wenn der Kunde gesund ist

Warum der Gesamteffektivbeitrag so niedrig sein kann

Die traditionsreiche LKH sticht nicht nur mit ihren hervorragenden Finanzkennzahlen aus

der PKV-Branche hervor. Das Fundament des langfristigen Erfolgs bilden die leistungsstar-

ken, stetig weiterentwickelten Tarife. Mit der neuesten Produktgeneration prescht der Versicherungsverein auf Gegenseitigkeit wieder an die Spitze des Marktes, wie zahlreiche unabhängige Auszeichnungen belegen (siehe Seite 18). Großen Anteil daran haben die einzigartigen Optionen zur Beitragsrückerstattung (BRE), mit denen sich das ohnehin gute Preis-Leistungs-Verhältnis in der KV-Voll weiter optimieren lässt. Die Lüneburger sprechen hier vom „Gesamteffektivbeitrag“ – also dem Nettobeitrag nach Abzug der BRE und des LKH-Gesundheitsbonus.

Fast 5 von 12 MB zurückerhalten

Kunden, die keine Leistungen einreichen, können mit der erfolgsabhängigen BRE LKH-BENEFIT bis zu vier Monatsbeiträge pro Jahr zurückerhalten. Doch das ist

nicht alles: Zusätzlich winkt behandlungsfreien Kunden der LKH-Gesundheitsbonus, der zwischen 250 und 750 Euro pro Jahr beträgt. In Summe macht das fast fünf Monatsbeiträge. Umfangreiche Vorsorgeuntersuchungen, Zahnprophylaxe



Wenn der Kunde einmal krank wird, springt der »BRE-Retter« ein.

und Schutzimpfungen mindern den Anspruch nicht. Und selbst wenn der Kunde einmal krank wird: Sofern die Leistungsausgaben geringer ausfallen als ein möglicher LKH-BENEFIT, springt der „BRE-Retter“ ein. Die BRE wird dann lediglich einmalig um den Rechnungsbetrag gemindert, während das Jahr weiterhin als leistungsfrei gilt und der Kunde auf der erreichten Stufe bleibt. ▶

► Nicht zu vergessen: Solche Zusagen sind immer vor dem Hintergrund der Finanzausstattung eines PKV-Anbieters zu sehen. Eine schwache RfB-Quote

etwa setzt ein riesiges Fragezeichen hinter vollmundige BRE-Versprechen. Bei der LKH hingegen markiert der hohe Wert ein Ausrufezeichen.

Das LKH-Produktportfolio in der Kurzübersicht

LKH-Gesundheits- Upgrade Premium (GUP)

Mit den Highlights „eines der leistungsstärksten Krankenvollversicherungstarife am Markt“ (Franke und Bornberg) ließe sich ein eigenes procontra-Booklet komplett füllen. Ob im ambulanten oder stationären Bereich, bei Zahnbehandlungen, Kur oder Reha oder bei der Familienplanung: GUP geht in allen Segmenten in die Vollen. In Kombination mit den oben skizzierten BRE-Regelungen ergibt das ein Angebot, an dem kein Kunde mit Premium-Anspruch vorbeikommt. Zusätzlich kann mit dem LKH-Beitragsentlastungstarif (BEA) für niedrige Beiträge im Alter vorgesorgt werden.

AB SEPTEMBER: Neuer KV-Voll-Tarif

Nicht jeder Mercedes-Kunde möchte S-Klasse fahren, manche bevorzugen die C-Klasse. Und so wünscht auch nicht jeder PKV-Interessent das Leistungsmaximum. Mit dem brandneuen Volltarif adressiert die LKH jene Kunden, die einen möglichst effizienten Gesundheitsschutz suchen – ohne Abstriche an den Kernleistungen und am Service. Ab September 2025 kann der neue Tarif abgeschlossen werden. Auch für ihn gelten die kundenfreundlichen BRE-Sparoptionen der LKH. Tipp: Sichern Sie sich frühzeitig einen Termin auf der DKM und kommen Sie als Erster ins Gespräch!

LKH-ZahnUpgrade

Die Zahnzusatzpolice der Lüneburger PKV-Spezialisten lässt keine Wünsche offen. „LKH-ZahnUpgrade90+“ wurde von Stiftung Warentest mit „sehr gut“ bewertet. Sie übernimmt ohne Wartezeit bis zu 100 Prozent der Kosten für Zahnersatz und -behandlungen, die von der GKV nicht abgedeckt werden. Zusätzlich umfasst die Police „ExtraLeistungen“ wie professionelle Prophylaxe und je nach Tarifstufe auch Bleaching sowie Angstlinderungsmaßnahmen.

LKH-KlinikUpgrade

Auch die Krankenhauszusatzversicherung der LKH bietet weit mehr als die Standards wie Ein- oder Zweibettzimmer und freie Arzt- und Krankenhauswahl. Auch über dem 3,5-fachen Satz der Gebührenordnung für Ärzte (GOÄ) sind Erstattungen möglich, vor- und nachstationäre Behandlungen deckt der Tarif ebenso ab wie ambulante OPs in einer Klinik, und bei Nichtanspruchnahme können bis zu 100 Euro Ersatz-Krankentagegeld vereinnahmt werden.

LKH-TeamUpgrade Complete

Die LKH überzeugt in der bKV mit einem Budgettarif, der Mitarbeitenden bis zu 1.500 Euro jährlich für ambulante, Zahn- und Vorsorgeleistungen bereitstellt. Ab fünf Mitarbeitern abschließbar und über XEMPUS verwaltbar. Das Konzept umfasst Gesundheitsevents von Rückenschule bis Lifestyle-Check sowie den „OnTop-Service“ mit Videosprechstunden, einer Gesundheitshotline und einem Arzttermin-Service.

Neben den starken Produkten, die regelmäßig von neutraler Seite mit Bestbewertungen ausgezeichnet werden, und dem engagierten Kundenservice erfreut die LKH das Vermittlerherz auch mit hochmodernen Prozessen, einer engmaschig-persönlichen Maklerbetreuung und -unterstützung und last, not least: mit attraktiven Provisionen. ■

IBB RATING
PKV-VOLLYSICHERUNG

Landeskrankenhilfe VVa.G.
GesundheitsUpgrade Premium

★★★★★
AUSGEZEICHNET

IBB 0.24942 | 03.2024 | www.ibb.de

Franke | Bornberg

Krankensell

Landeskrankenhilfe VVa.G.
GesundheitsUpgrade Premium

FFF+
hervorragend
0,5

Produkt 12/2024
Rating 08/2024

f-b-rating.de

SEHR GUT
(0,8)

LKH ZU90+
Finanzen
07/2025

Stiftung Warentest

www.test.de

24RW53

MONEY

BESTES KRANKEN-TAGEGELD

Selbstständige
KTS - LKH

Note: **HERVORRAGEND**
(Bestnote 4x vergeben)

DFSI RATINGS

Ausgabe 17/2025

WirtschaftsWoche

Krankenhauszusatz-
versicherung
SEHR GUT

2025

LKH
KlinikUpgrade Top (L)

30 Jahre/50 Jahre
im Test: 23 Tarife
08.01.2025

HÖRGEN

MONEY

VERSICHERUNGSPROFI

PRODUKT DES MONATS

TEAM-UPGRADE
COMPLETE
LKH

FOCUS MONEY Versicherungsprofi
Ausgabe 08/2025

MONEY

VERSICHERUNGSPROFI

KRANKENVERSICHERER IM HÄRTESTEN LKH

URTEIL: OUTPERFORMER

ASSEKURATA

FOCUS MONEY Versicherungsprofi
Ausgabe 08/2025

*Das sagen
unabhängige
Produkttester*

MONEY

HÖCHSTE KUNDEN-ZUFRIEDEN-HEIT

ZAHNUSATZVERSICHERER
LKH

6 weitere Anbieter
erhielten die Note Sehr Gut
Im Test: 24 Zahnzusatz-
versicherer in Deutschland
Ausgabe 9/2025

★★★★★

VON KUNDEN EMPFOHLEN

MONEY

HÖCHSTE WEITEREMPFEHLUNG

LKH

PRIVATE KRANKENVERSICHERER

Ausgabe 26/2025



MONEY

BESTES KRANKEN-TAGEGELD

PKV-Versicherte
KTA - LKH

Note: **HERVORRAGEND**
(Bestnote 4x vergeben)

DFSI RATINGS

Ausgabe 17/2025

ASCORE

HERAUSRAGEND

Landeskrankenhilfe VVa.G.
GesundheitsUpgrade Premium

Krankenvollversicherung

05 | 2025 | ascore.de

Franke | Bornberg

Krankenzusatz
Stationäre Leistungen
Landeskrankenhilfe VVa.G.
KliniUpgrade Top

FFF+
hervorragend
0,5

Produkt 11/2023
Rating 03/2025

f-b-rating.de

Levelnine

EXZELLENT

gute Krankenversicherung
kategorie **PREMIUM**-Tarife
Stand 09.2024 - gültig bis 09.2025

LKH
GesundheitsUpgrade
Premium (GUP)

cpk

Wir sind überall für Sie da!

Tobias Arendt
Leitung Maklervertrieb



André Böhm
Leitung Key Account Management



Thomas Switala
Leitung Onlinevertriebe



Daniel Wendt
Leitung Mitgliederberatung



Sönke Wöbbeking
Leitung Kooperationen



**Kontaktieren
Sie uns gerne!**



LKH. Unerwartet. Anders. Zurück. Mit ausgezeichneten Produkten

LKH-GesundheitsUpgrade

LKH-KlinikUpgrade

LKH-ZahnUpgrade

LKH-TeamUpgrade

