



Keine Makler, kein Telefonmarketing, einfach passende Versicherungen

Dank hervorragender Bewertungen in Vergleichen, fairen Preisen und innovativen Versicherungsmodellen hat der Badener Kranken- und Unfallversicherer Aquilana in den letzten Jahren einen starken Kundenzuwachs verzeichnet. Äusserst nachgefragt in Zeiten hoher Krankenkassenprämien ist das SMARTMED-Modell, bei dem die Kund:innen einen Prämienrabatt erhalten, dafür immer zuerst online ihre Beschwerden angeben und Kontakt mit einem Arzt aufnehmen müssen.

Wenn Ertan Karahan für sich und seine Familie den Sommerurlaub in der Türkei, der Heimat seiner Vorfahren, bucht, dann vergleicht er die möglichen Hoteloptionen zuerst online. «Nur Resorts mit guten Bewertungen kommen in Frage», sagt Karahan, der seit zehn Jahren als Leiter Marketing und Verkauf sowie Mitglied der Geschäftsleitung für die Aquilana Versicherungen in Baden arbeitet. Genau das gleiche machen heute die Menschen, wenn sie eine Krankenversicherung auswählen. Entsprechend wichtig ist es für die Anbieter, hier vorne dabei zu sein.

Aquilana, die aus der Betriebs-Krankenkasse der ABB hervorgegangen ist, und als eigenständige Kranken- und Unfallversicherung in der Rechtsform eines Vereins agiert, ist seit Jahren ganz vorne mit dabei. Beim Vergleichsdienst Comparis.ch haben die Badener es 2023 wie im Vorjahr auf Rang 1 von 23 untersuchten Krankenversicherungen geschafft, bei bonus.ch auf Rang 2. Fast noch wichtiger ist für Karahan aber eine unabhängige «Benchmark-Studie», bei der Kund:innen zu verschiedenen Themen direkt befragt werden. Hier hat Aquilana bei der Kundenzufriedenheit auf Platz 1 und beim Gesamtimage auf Rang 2 von insgesamt 13 getesteten Kran-

kenversicherungen abgeschlossen. «Damit haben wir uns im Vergleich zur letzten Teilnahme an der Studie vor zwei Jahren nochmals auf hohem Niveau weiterverbessert, die Richtung stimmt also», zieht Karahan positive Bilanz.

Online-Angebote halten Prämien im Rahmen

Angesichts der Beliebtheit wenig erstaunlich ist, dass so viele Kund:innen wie noch nie Aquilana ihr Vertrauen schenken. Allein im Jahr 2022 konnten über 25'000 Neukund:innen gewonnen werden, «womit nun über 70'000 Menschen bei uns versichert sind», wie Karahan vorrechnet. Das grösste Wachstum kam aus den Regionen Aargau, Bern und Tessin. «Wir bieten unser neu lanciertes alternatives digitales Grundversicherungsmodell mittels Medgate-App in der ganzen Schweiz und in vier Sprachen an. Das war sicher mit ein Grund für unseren Erfolg auch in der italienischsprachigen Schweiz», sagt Karahan.

Stichwort Digital. 2023 hat Aquilana ihr SMARTMED-Grundversicherungsmodell in Kooperation mit Medgate und BetterDoc lanciert. Der Deal: Wann immer man medizinische Betreuung braucht, gibt man seine Beschwerden zuerst auf der Medgate-App ein. Ein durch künstliche Intelligenz trainierter Algorithmus führt dann eine Triage durch, spricht empfiehlt, ob es nötig ist, einen Doktor zu kontaktieren. Ist eine Doktorkonsultation angebracht, kann ein solcher per Chat, Videoanruf oder Telefon mit Medgate-Ärzten stattfinden oder man kann den Hausarzt frei wählen. Für Spezialistenkonsultationen gilt dies im Rahmen des Medgate Partner Networks. Darüber hinaus müssen Versicherte, die einen stationären operativen Eingriff oder einen planbaren stationären Aufenthalt benötigen, die Dienstleistung von BetterDoc in Anspruch

nehmen. BetterDoc bringt die Patient:innen zu dem für sie besten Arzt für eine Zweitmeinung, Behandlung oder Operation. Die Nutzung von BetterDoc ist für Versicherte im Grundversicherungsmodell SMARTMED kostenfrei.

«Das System hilft, unnötige Arztbesuche oder Besuche bei falschen Spezialist:innen oder direkt im Notfall zu minimieren, und damit Gesundheitskosten zu sparen», erklärt Ertan Karahan, «es bedeutet aber nicht, und das ist wichtig zu verstehen, dass man keine Untersuchung in Person erhält, falls diese nötig ist.» Im Gegenzug erhalten die Nutzende von SMARTMED einen Rabatt auf ihre Prämien, was in den Zeiten stetig steigender Krankenkassenprämien begrüsst wird.

Aufklärungsbedarf bezüglich Doktor-Chat, Telefon- und Videoanrufen

Bei der SMARTMED-Kundschaft handelt es sich keineswegs nur um die jüngeren Jahrgänge, auch viele mitten im Leben stehende Menschen und auch einige Senior:innen nutzen das Angebot, das einen starken Zuwachs erfährt. Probleme gab es zu Beginn lediglich mit der Erwartung vieler Nutzer:innen, dass ein Online-Austausch mit einem Doktor via Chat, Video oder Telefon gratis zu sein habe. «Hier mussten wir viel Informationsarbeit leisten und erklären, dass ein Doktor die Arbeitszeit, die er für medizinische Beratungen über die genannten Kanäle verwendet, genauso verrechnen muss wie bei einem Besuch in einer Praxis, zumal SMARTMED-Versicherte schnellen und unkomplizierten Zugang zu den optimalen medizinischen Leistungen an 365 Tagen rund um die Uhr erhalten», sagt Karahan.

Der Leiter Marketing und Verkauf versteht gleichzeitig, warum die Krankenkassenprämien und Arztrechnungen angesichts der stetig steigenden Kosten vielen Menschen Sorgen bereiten. Aquilana versuche mit den Prämiengebern so haushälterisch wie möglich umzugehen, um die Verwaltungskosten sowie die Leistungsausgaben und damit auch den Prämienanstieg in Grenzen zu halten. «Wir haben keine Aussenstellen, kein Maklernetz und verzichten auf Telefonmarketing», nennt Karahan drei Punkte, in denen die Versicherung mit Sitz in Baden im Vergleich zu so mancher Konkurrenz Geld spart. Ihre überschaubare Grösse ermögliche es der Versicherung zudem, rasch auf Marktbedürfnisse reagieren zu können.

131-jährige Tradition

Auch versuche man, so viele Prozesse wie möglich zu automatisieren. «Gleichzeitig schätzen viele Kund:innen persönliche Beratung, weshalb wir die Anzahl Mitarbeitende im Zuge des Kundenzuwachses von 44 auf neu 55 erhöhen mussten», sagt Karahan. Potentielle Kundschaft macht sich online schlau, hat dann aber weitere Fragen, die sie vor der Wahl für ein Versicherungsmodell mit einer Fachperson besprechen will.

Karahan ist seit dem Lehrabschluss bei ABB 1994 im Unternehmen. Er war Kundenberater, Firmenkundenberater und Leiter Kundendienst, bevor er seine aktuelle Funktion antrat. Das ist eine lange Zeit, wirkt im Vergleich zum tatsächlichen Alter von Aquilana aber gar nicht so. 1892, vor mehr als 130 Jahren, startet sie als Betriebskrankenkasse der ein Jahr zuvor gegründeten BBC (Brown, Boveri & Cie) in Baden. Gegründet als Selbsthilfeorganisation. 1914 wird sie bundesweit anerkannt, 1988 aus BBC ABB (Asea Brown Boveri), und 1996 schliesslich aus der Betriebskrankenkasse das selbstständige Unternehmen Aquilana.



Adresse: Aquilana Versicherungen
Bruggerstrasse 46, 5401 Baden
Telefon: +41 56 203 44 44
E-Mail: info@aquilana.ch
Web: www.aquilana.ch

In Kürze: Aquilana ist ein schweizweit tätiger, eigenständiger Kranken- und Unfallversicherer mit Sitz in Baden. Glaubwürdigkeit, Kontinuität und Qualität bilden die unternehmerisch zentralen Orientierungswerte.