

# Mit klarem Fokus

Die HanseMerkur startet in den Beamtenmarkt



HanseMerkur

Die HanseMerkur baut ihre Position in der privaten Krankenversicherung konsequent weiter aus und erweitert ihr breites Portfolio um passgenaue Lösungen für die Zielgruppe der Beamten. Damit setzt das Unternehmen ein klares strategisches Signal und macht deutlich, dass nachhaltiges Wachstum das Ergebnis zielgerichteten Handelns ist.

„Das Thema Beamte hat für uns eine große unternehmerische Bedeutung“, betont Eric Bussert, Vorstand Vertrieb und Marketing der HanseMerkur. Mit dieser klaren Haltung gestaltet der Hamburger Versicherer seine nächste Entwicklungsphase. Die private Krankenversicherung bildet dabei seit jeher das stabile Fundament des Unternehmens, getragen von aktuarieller Präzision, ausgeprägter Produktkompetenz und einem starken, partnerschaftlichen Vertrieb.

Ein Erfolgsfaktor: die systematische Erweiterung der Zielgruppen. Zunächst etablierte sich die HanseMerkur als verlässlicher Partner für Selbstständige. Darauf folgte der konsequente Schritt in Richtung Angestellte, nicht als bloße Tariferweiterung, sondern als tiefgreifende Weiterentwicklung von Produktlogik, Bedürfnisanalyse und Vertriebsstruktur. Heute überzeugt die HanseMerkur beide Gruppen als leistungsstarker Krankenversicherer.

## Auf Basis bewährter Erfolgsmodelle

Nun folgt der nächste logische Schritt: der Einstieg in den Beamtenmarkt mit derselben strukturierten, analytischen und langfristigen Denkweise. „Mission Beamte ist kein Slogan – dahinter steht ein klarer Anspruch“, sagt Bussert. Und genau danach wurde das Segment von Grund auf durchdacht: von Kalkulation und Leistungsdefinition über Tarifarchitektur bis hin zu einer präzisen Positionierung im Maklervertrieb. Enge Austauschprozesse mit Vertriebspartnern gaben wertvolle Impulse für die Produktgestaltung.

Das Ergebnis sind transparente Lösungen für zwei klar definierte Gruppen: preisorientierte Beamte mit Fokus auf einem starken Preis-Leistungs-Verhältnis und leistungsorientierte Beamte, die umfassenden Schutz erwarten. Begleitet wird dies durch Vertriebsunterstützung, erweiterte Services und den Aufbau spezialisierter Kompetenzen.

Dass die HanseMerkur neue Märkte nicht nur betritt, sondern nachhaltig prägt, zeigt sich bereits in der betrieblichen Krankenversicherung sowie der konsequent entwickelten Tierkrankenversicherung. Die Beamtenstrategie steht damit exemplarisch für den Anspruch des Unternehmens, seine Position als umfassender Krankenversicherer weiter auszubauen, Hand in Hand mit den Maklern.



Der Beamtenmarkt ist beratungsintensiv und vertriebllich hochattraktiv. Mit dem Ausbau ihrer Beihilfe-Tarifwelt schärft die HanseMercur ihr Profil genau in diesem Segment. Auf Be Fit Smart folgt nun Be Fit Best: zwei klar differenzierte Produktlinien, die unterschiedliche Leistungs- und Beitragsansprüche gezielt bedienen.

Beide Produkte sind konsequent auf die Beihilfesystematik ausgerichtet und modular aufgebaut. Das erleichtert die Beratung und ermöglicht passgenaue Lösungen über alle Lebensphasen hinweg. Für Vermittler bedeutet das: klare Argumente, transparente Strukturen und hohe Abschlussnähe.

Ein zentrales Verkaufsargument ist das Rückerstattungssystem. Bei Leistungsfreiheit erhalten Versicherte eine garantierte Beitragsrückerstattung von bis zu 1.200 Euro jährlich, ergänzt um eine erfolgsabhängige Rückerstattung von bis zu 500 Euro. Besonderer Mehrwert im Kundengespräch: Die Rückerstattung bleibt auch bei gesetzlicher Vorsorge,

professioneller Zahnreinigung oder stationären Leistungen erhalten. Prävention wird belohnt, ohne finanzielle Nachteile.

Be Fit Smart positioniert sich als clevere Lösung für preissensible Beamte mit solider Leistungsbasis etwa bei Sehhilfen, LASIK oder der Behandlung in Privatkliniken. Be Fit Best richtet sich an besonders leistungsorientierte Kunden und geht deutlich über den Marktdurchschnitt hinaus: Erstattungen über den Höchstsätzen der GOÄ und GOZ, keine Zahnstaffel, zusätzlicher Vorsorgefokus, höhere LASIK-Budgets sowie eine Beitragsfreistellung bei Elterngeldbezug.

## Fazit

Die Be-Fit-Tarifwelt bietet klare Differenzierung, starke Leistungsargumente und eine Struktur, die Beratung einfach und erfolgreich macht.

# Passgenaue Beihilfe-PKV

## Die Be-Fit-Produktwelt der HanseMercur

**Zwei Produktlinien. Eine Strategie:**  
**Passgenaue PKV zur Beihilfe mit der HanseMercur.**

Be Fit Smart (Tarife AZS, PSB, BES, W, PVB)	Be Fit Best (Tarife AZB, PSB, BEB, W, PVB)
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <b>Garantierte Beitragsrückerstattung bis 1.200,- EUR</b></li> <li>✓ Erfolgsabhängige BRE bis 500,- EUR</li> <li>✓ Vorsorge, jährliche Zahnreinigung sowie stationäre Leistungen ohne BRE-Verlust</li> <li>✓ Gesundheitsrabatt</li> </ul>	
<p>Die clevere Absicherung zu fairen Beiträgen <b>für preissensible Kunden</b> enthält:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Leistungen bis zu den Höchstsätzen der GOÄ/GOZ (stationär auch über den Höchstsätzen)</li> <li>• Umfangreiche Beihilfeergänzungsleistungen</li> <li>• Stationäre Unterbringung im Ein- oder Zweibettzimmer inkl. Chefarztbehandlung</li> <li>• Sehhilfen bis 600,- EUR</li> <li>• LASIK bis 2.000,- EUR</li> <li>• Privatkliniken ohne Begrenzung</li> </ul> <p>... und vieles mehr!</p>	<p>Die Premium-Absicherung mit Leistungen weit über dem Marktdurchschnitt <b>für besonders leistungsorientierte Kunden</b> enthält:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Alle Leistungen von Be Fit Smart – und deutlich darüber hinaus</b></li> <li>• Leistungen über den Höchstsätzen der GOÄ/GOZ</li> <li>• Keine Zahnstaffel</li> <li>• Zusätzlicher Fokus auf Vorsorge</li> <li>• LASIK bis 4.000,- EUR</li> <li>• Beitragsfreistellung bei Elterngeldbezug</li> </ul> <p>... und vieles mehr!</p>



Eberhard Sautter und Eric Bussert

## Mission Beamte: Warum die HanseMerkur jetzt den nächsten großen Schritt geht

Über 150 Jahre Erfahrung, ein klarer Blick nach vorn und der Mut, neue Wege zu beschreiten: Mit der Mission Beamte erschließt die HanseMerkur erstmals gezielt einen der anspruchsvollsten und zugleich attraktivsten Märkte der privaten Krankenversicherung. Warum der Versicherer diesen Schritt genau jetzt geht, wie Beitragsstabilität trotz steigender Kosten gelingen soll und welchen Anspruch das Unternehmen an sich selbst stellt, erläutern Eberhard Sautter, Vorstandsvorsitzender der HanseMerkur, und Eric Bussert, Vorstand Vertrieb und Marketing, im Doppelinterview mit der finanzwelt.

**finanzwelt:** Herr Sautter, 2025 war für die HanseMerkur ein außergewöhnliches Jahr: 150-jähriges Jubiläum gepaart mit einem sehr starken Neugeschäft – und nun der Start der Mission Beamte. Welche Bedeutung hat diese Kombination für Ihr Unternehmen?

**Eberhard Sautter»** 150 Jahre sind natürlich ein beeindruckender Meilenstein. Für uns war das Jubiläum allerdings nie als Rückblick gedacht. Im Gegenteil: Wir haben es als bewussten Startpunkt betrachtet. Die HanseMerkur definiert sich nicht über ihre Vergangenheit. Es ist der Mut zum Morgen, der uns antreibt. Unser zentraler Identitätskern ist der Pioniergeist: Verantwortung übernehmen, Neues wagen, vorangehen. Genau aus diesem Selbstverständnis heraus entstand auch die Mission Beamte. Sie ist kein kurzfristiges Projekt, sondern Ausdruck unseres Anspruchs, auch künftig innovativ und langfristig zu handeln.

**finanzwelt:** Herr Bussert, unabhängig vom Jubiläum: Die HanseMerkur hat 2025 operativ deutlich zugelegt. Was waren aus Ihrer Sicht die zentralen Treiber dieser Entwicklung?

**Eric Bussert»** Das Jahr 2025 hat eindrucksvoll gezeigt, wie tragfähig unsere Strategie ist. Wir haben erneut das beste Vertriebsergebnis seit Gründung erzielt und unser Neuge-

schäft gegenüber dem ohnehin starken Vorjahr noch einmal deutlich gesteigert. Dieser Erfolg basiert auf mehreren Faktoren: einer klaren strategischen Vertriebsausrichtung, leistungsstarken Produkten, einem hohen Servicelevel und nicht zuletzt auf einer sehr disziplinierten Beitrags- und Bestandssteuerung. Natürlich kommt auch die HanseMerkur in den verschiedenen Sparten nicht vollständig ohne Beitragsanpassungen aus. Entscheidend ist aber, wie man damit umgeht. Unsere Anpassungen sind in den vergangenen Jahren im Marktvergleich deutlich moderater ausgefallen. Das ist kein Zufall. Es ist das Ergebnis nachhaltiger Kalkulation und bewusster Wachstumssteuerung.

**finanzwelt:** Herr Sautter, wie fügt sich dieser Wachstumskurs in die lange Geschichte der HanseMerkur ein?

**Sautter»** Unsere Geschichte ist geprägt von Wandel – und von Verantwortung. Was 1875 als lokale Krankenunterstützungskasse begann, ist heute ein moderner Versicherer mit großer Strahlkraft. Wir haben viele Bewährungsproben erlebt und gelernt, dass Stabilität nicht bedeutet, Veränderungen zu vermeiden, sondern sie aktiv zu gestalten. Insbesondere im Bereich der Krankenversicherung wird deutlich, dass medizinischer Fortschritt und steigende Kosten objektive Entwicklungen sind, die gesteuert und nicht ignoriert werden können. Eine verantwortungsvolle Unternehmensführung besteht darin, diese Entwicklungen frühzeitig zu erkennen und langfristig wirksame Maßnahmen einzuleiten. Die vergleichsweise stabile Beitragsentwicklung der vergangenen Jahre ist Ausdruck dieser strategischen Grundhaltung. Sie basiert auf konsequenter Disziplin, klaren Prinzipien und langfristigem Denken, nicht auf kurzfristigen Marktschwankungen.

**finanzwelt:** Herr Bussert, warum ist die Krankenversicherung für die HanseMerkur heute wichtiger denn je?

**Bussert»** Die Krankenversicherung ist unser strategisches Herzstück und zentraler Wachstumstreiber. Wir sind hier über alle Produktbereiche hinweg sehr stark aufgestellt: von der privaten Vollversicherung über Zusatzversicherungen bis hin zur betrieblichen Krankenversicherung. Gerade vor dem Hintergrund deutlich steigender GKV-Beiträge wird die Frage nach Qualität und Beitragsstabilität immer relevanter. Unser Anspruch ist es, leistungsstarke Tarife anzubieten, die gleichzeitig langfristig stabil sind.

**finanzwelt:** Vor diesem Hintergrund rückt nun erstmals der Beamtenmarkt gezielt in den Fokus. Warum gerade jetzt?

**Bussert»** Wir haben in den vergangenen Jahren immer wieder gezeigt, dass wir neue Zielgruppen erfolgreich erschließen können – und zwar nicht nur punktuell, sondern mit klarer Strategie und nachhaltigem Erfolg. Das gilt für unseren systematischen Ausbau im Angestelltenmarkt, für die erfolgreiche Positionierung in der betrieblichen Krankenversicherung und ebenso für die Tierversicherung, die wir innerhalb kurzer Zeit zu einem starken, wachsenden Segment entwi-

ckelt haben. Vor diesem Erfahrungshintergrund ist der Beamtenmarkt die logisch nächste große Zielgruppe innerhalb der privaten Vollversicherung, in der wir bislang noch nicht strategisch vertreten waren. Gleichzeitig ist dieses Segment fachlich anspruchsvoll und äußerst heterogen. Genau deshalb haben wir uns bewusst Zeit für Analysen, Gespräche und eine saubere Produktarchitektur genommen. Jetzt sind wir optimal vorbereitet: mit klar differenzierten Tarifen, einem stringenten Marktzugang und dem Anspruch, in diesem Segment langfristig eine relevante Rolle zu spielen.

**finanzwelt:** Der Beamtenmarkt gilt als etabliert und stark umkämpft. Viele Anbieter sind dort seit Jahrzehnten präsent. Wie realistisch ist es, sich hier als neuer Akteur dauerhaft zu positionieren?

**Bussert»** Der Beamtenmarkt ist ohne Frage anspruchsvoll und hart umkämpft, aber gerade deshalb auch spannend. Entscheidend ist aus unserer Sicht, nicht mit dem Anspruch anzutreten, den Markt umzukrempeln. Vielmehr steht im Fokus, ihn besser zu verstehen und maßgeschneiderte Produkte anzubieten. Beamte sind keine homogene Zielgruppe. Ein Anwärter hat andere Erwartungen als ein Polizeibeamter im aktiven Dienst oder ein Pensionär. Genau darauf reagieren wir mit einer klar strukturierten Tarifwelt und mit dem Anspruch, langfristig verlässlicher Partner zu sein. Wir kommen nicht als kurzfristiger Herausforderer. Wir kommen als Versicherer mit Substanz, Erfahrung und einem klaren Leistungsversprechen.

**finanzwelt:** Herr Sautter, was macht den Beamtenmarkt aus strategischer Sicht so besonders?

**Sautter»** Beamte treffen bei der Wahl ihres Gesundheitspartners häufig lebenslange Entscheidungen. Entsprechend hoch ist der Anspruch an Stabilität, Verlässlichkeit und langfristige Perspektiven. Für uns war deshalb klar: Wenn wir diesen Markt erschließen, dann nicht opportunistisch, sondern mit einer klaren Haltung. Unternehmenswachstum ist nur dann nachhaltig, wenn es für Kunden, Vertriebspartner und Mitarbeitende gleichermaßen funktioniert. Genau daran richten wir unsere Strategie aus.

**finanzwelt:** Herr Bussert, wie ist die neue Tarifwelt konkret strukturiert – und was unterscheidet Ihre Angebote von denen der Mitbewerber?

**Bussert»** Mit Be Fit Smart und Be Fit Best bieten wir modulare Tarife, die die Beihilfe passgenau ergänzen. Beide Varianten überzeugen mit ihrem attraktiven Preis-Leistungs-Verhältnis und starken stationären Leistungen – von der Behandlung durch ausgewiesene Spezialisten über Ein- oder Zweibettzimmer bis hin zur Erstattung von Privatklinikkosten, auch oberhalb der GOÄ-Höchstsätze. Ein besonderes Plus ist die garantierte jährliche Beitragsrückerstattung bei Leistungsfreiheit. Ergänzt wird sie durch eine erfolgsabhängige Rückerstattung sowie einen Gesundheitsrabatt. So verbinden wir finanzielle Anreize mit einem aktiven Gesundheitsverhalten. Unsere Differenzierung erfolgt klar über die Produktstruktur:

Be Fit Smart für beitragsensible Beamte. Be Fit Best für leistungsorientierte Kunden. Der Wechsel zwischen den Tarifen ist bewusst flexibel gestaltet: Beamte können zunächst mit Be Fit Smart starten und später, bei verbesserter finanzieller Situation, unter bestimmten Voraussetzungen sogar ohne erneute Risikoprüfung in den leistungsorientierten Tarif Be Fit Best wechseln.

**finanzwelt:** Viele Versicherte erleben Servicequalität erst im Leistungsfall. Welche Rolle spielt der Servicegedanke bei der Mission Beamte?

**Sautter»** Eine sehr große. Gute Produkte sind die Voraussetzung. Vertrauen entsteht aber im Alltag. Gerade im Be-



amtenbereich haben wir spezialisierte Serviceeinheiten aufgebaut, die die Besonderheiten von Beihilfe, Abrechnung und Leistungsfragen genau kennen. Persönliche Erreichbarkeit, fachliche Tiefe und schnelle Entscheidungen sind für uns kein Zusatznutzen. Sie sind Kern unseres Leistungsversprechens. Servicequalität ist kein Kostenfaktor, sie ist ein Stabilitätsfaktor – für Kunden wie für das Unternehmen.

**finanzwelt:** Herr Sautter, wenn man auf die Mission Beamte blickt: Welche internen Leitplanken sind für Sie entscheidend, damit ein neues Geschäftsfeld langfristig erfolgreich und verantwortungsvoll wächst?

**Sautter»** Nachhaltiges Wachstum basiert für uns auf klaren Prinzipien. Dazu zählen eine solide und vorausschauende Kalkulation, realistische Erwartungen an die Marktentwicklung sowie ein abgestimmtes Zusammenwirken von Produktentwicklung, Aktuariat, Vertrieb und Service. In den vergangenen Jahren haben wir im Vertrieb sehr starke Ergebnisse erzielt. Entscheidend ist für uns jedoch, dass sich Wachstum nicht nur an Abschlüssen misst, sondern sich im gesamten Unternehmen ausgewogen entwickelt. Deshalb behalten wir unsere internen Prozesse und Strukturen sorgfältig im Blick und entwickeln sie kontinuierlich weiter. So stellen wir sicher, dass wir wachsende Bestände stabil, verlässlich und mit hoher Servicequalität betreuen können. Wachstum ist ein Zusammenspiel aus Qualität, Stabilität und organisationaler Stärke. Gerade in neuen Zielgruppen ist es wichtig, umsichtig vorzugehen und Gas und Bremse mit Bedacht zu drücken. Unser Anspruch ist es, Strukturen und Organisation so auszurichten, dass sie das Wachstum langfristig tragen, nicht umgekehrt.

**finanzwelt:** Welche Rolle spielt der Vertrieb bei der Mission Beamte?

**Bussert»** Der Vertrieb ist das Herzstück der Mission Beamte. Selbst die besten Tarife können ihr volles Potenzial nur mit einem starken Vertrieb entfalten. Genauso wie der Vertrieb die Unterstützung überzeugender Tarife braucht. Dieses Zusammenspiel muss stimmen. Weil der Vertrieb eine so zentrale Rolle spielt, legen wir großen Wert darauf, den Maklern einen festen Ansprechpartner zur Seite zu stellen, eine bewährte Strategie, mit der wir seit Jahren sehr gute Erfah-



**Der Beamtenmarkt ist ohne Frage anspruchsvoll und hart umkämpft, aber gerade deshalb auch spannend.**



**Künstliche Intelligenz ist bei der HanseMerkur längst produktiv im Einsatz – etwa in der Leistungsabrechnung, im Service oder in der Informationsbereitstellung.**

rungen machen. Um diese partnerschaftliche Verbindung im Rahmen der Mission Beamte weiter zu stärken, bilden wir unsere KV-Experten gezielt zu Beamtenexperten aus. So können sie unsere Makler auf Augenhöhe begleiten, auch bei anspruchsvollen Themen wie z. B. den Beihilferegelungen der jeweiligen Bundesländer. Ergänzend erweitern wir unser Team um ein Expertenteam im Innendienst, das zusätzliche Unterstützung bietet und unsere Makler im Tagesgeschäft bestmöglich entlastet.

**finanzwelt: Digitalisierung und Künstliche Intelligenz gewinnen stark an Bedeutung. Wo stehen Sie hier?**

**Sautter»** Künstliche Intelligenz ist bei der HanseMerkur längst produktiv im Einsatz – etwa in der Leistungsabrechnung, im Service oder in der Informationsbereitstellung. Ziel ist immer ein besseres Kundenerlebnis: schnellere Prozesse, höhere Qualität. 2026 werden KI-Projekte erstmals den Schwerpunkt unserer Projektlandschaft bilden.

**Bussert»** Für den Vertrieb bedeutet das vor allem Entlastung. Makler haben damit den Freiraum, sich immer mehr zum strategischen Berater zu entwickeln. Technologie unterstützt dabei – ersetzt aber nicht die persönliche Beziehung.

**finanzwelt: Neben Beamten setzen Sie weiterhin auf bKV und Tierversicherung. Wie fügt sich das zusammen?**

**Bussert»** Die bKV ist die dritte strategische Säule unserer PKV-Strategie. Sie verbindet unsere Krankenversicherungskompetenz mit modernen Anforderungen der Arbeitgeber. Die Tierversicherung wiederum ist ein dynamisches Wachstumsfeld, in dem wir heute zu den führenden Anbietern zählen. Beide Bereiche zeigen, dass zielgruppenorientiertes Wachstum funktioniert, wenn man es konsequent umsetzt.

**finanzwelt: Herr Sautter, wenn Sie das 150-jährige Jubiläum noch einmal aufgreifen: Was nehmen Sie aus der Geschichte konkret für die kommenden Jahre mit?**

**Sautter»** Historie verpflichtet. Sie zeigt uns, dass nachhaltiger Erfolg nie aus kurzfristigem Denken entsteht. Jede Phase unseres Unternehmens war geprägt von Menschen, die bereit waren, Verantwortung zu übernehmen und Entscheidungen mit Weitblick zu treffen. Dieses Verständnis prägt auch unsere heutige Strategie. Wir nutzen unsere Erfahrung, um die richtigen Antworten für die Zukunft zu geben: tech-



nologisch, organisatorisch und vor allem mit Blick auf die Bedürfnisse unserer Kunden.

**finanzwelt: Zum Abschluss: Wie blicken Sie auf die kommenden Jahre?**

**Sautter»** Unser Zielbild ist klar: In wenigen Jahren wollen wir als Top-KV-Vollversicherer für Angestellte und Freiberufler, etablierter Beamtenversicherer, starker bKV-Partner und führender Tierversicherer wahrgenommen werden – wertebasiert, innovativ und kundenzentriert.

**Bussert»** Wir sind weiterhin sehr zuversichtlich. Strategisch, organisatorisch und vertrieblich sind wir hervorragend aufgestellt. Die Mission Beamte ist dabei ein zentraler Baustein unserer Zukunft als langfristige Investition in Vertrauen, Stabilität und partnerschaftliches Wachstum.