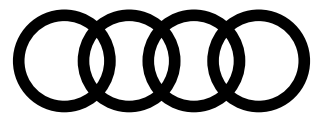


Audi BKK



Geschäftsbericht 2021

Inhalt

Die Krise als Chance4
 Der Mensch bleibt im Fokus5
 Resilienz stärken6
 Investition Zukunft7

Rechnungsergebnis 2021

Mitglieder- und Versichertenentwicklung8
 Einnahmen8
 Ausgaben9
 Jahresrechnungsergebnis9
 Vermögensrechnung10

Pflegekasse – Rechnungsergebnis 2021

Einnahmen11
 Ausgaben11
 Jahresrechnungsergebnis11



Verehrte Leserinnen und Leser,

auch 2021 begleitete uns die Coronapandemie als prägendes Thema. Doch anders als im Vorjahr. Im zweiten Jahr der Pandemie leben und arbeiten wir in einem „New Normal“, einer neuen Normalität. Mehr mobiles Arbeiten, hybride Veranstaltungen sowie digitale Produkte und Services gehören heute wie selbstverständlich zum Alltag – auch bei der Audi BKK. Sie sind das Ergebnis der Herausforderungen in der globalen Pandemie, denen wir uns nicht nur gestellt, sondern die wir in Chancen umgewandelt haben. Natürlich waren die Anpassungen der internen Prozesse und die Sicherung der Versorgung unserer Versicherten ein Kraftakt – hierbei bauten wir aber durch die Strategie 2025 in Bezug auf Kundenfokussierung, Prozesse und Digitalisierung auf einer soliden Basis auf. Und ebenso konnten wir die Stärke der Audi BKK ausspielen: die Resilienz des Unternehmens.

Unsere zukunftsorientierte Planung hat uns auch in der Pandemie befähigt, schnell und zielgerichtet zu agieren und dabei stabil und widerstandsfähig zu bleiben. Wir zeigten Stärke, waren standhaft, aber nicht unbeweglich. Resilienz bedeutet nämlich auch, sich Veränderungen anzupassen, loszulassen und neue Wege einzuschlagen. Diesen Schritt wagten wir – und lagen richtig. Mit Stärke und Anpassungsfähigkeit ist es der Audi BKK gelungen, sicher durch die Coronakrise zu kommen. Immer mit dem

Fokus auf unsere Beschäftigten und Versicherten. Wir konnten Kurzarbeit vermeiden und dafür unsere Energie in die Umsetzung innovativer Arbeitsprozesse, Produkte und Leistungen investieren. Und diese werden uns auch nach der Pandemie begleiten.

Auch wenn Corona einen Wendepunkt markiert, so können Sie sich sicher sein, dass die Audi BKK ihren Kernwerten wie Stabilität und Regionalität treu bleibt. Schließlich haben sie sich in der Krise bewährt. So schließen wir das Geschäftsjahr 2021 mit einem Überschuss der Ausgaben von 32,2 Millionen Euro ab. Auch in diesem Jahr erreichten die Gesundheitskosten pandemiebedingt einen neuen Höchstwert. Einen Großteil der Ausgaben trug die gesetzliche Krankenversicherung. Besonders wichtig ist uns aber, dass wir nach der pandemiebedingten Erhöhung des Zusatzbeitrags im letzten Jahr trotz der finanziellen Belastung für 2022 einen stabilen Beitragssatz garantieren konnten.

Noch haben wir die Pandemie nicht völlig hinter uns gelassen, doch wir haben daraus gelernt und sind gestärkt aus der Situation hervorgegangen. Wir bedanken uns dafür, dass Sie stets auf die Audi BKK vertraut haben und uns auf den neuen Wegen begleiten werden.

Gerhard Fuchs
Vorstandsvorsitzender

Dirk Lauenstein
Vorstand



Die Krise als Chance.

Das Potenzial der neuen Normalität.

Corona hat Normalität neu definiert. Die Welt wird nicht mehr so sein wie vor dem Jahr 2020.

Das „New Normal“ ist eine Begleiterscheinung der Krise, die vieles verändert hat: Arbeitsweisen, die gesellschaftliche Rolle des Unternehmens, Digitalisierung und die Vorbereitung auf zukünftige Krisen. Zugleich ist es ein Lichtblick: Die drastische Änderung der (Lebens-)Umstände bedingt ein Umdenken, eine Notwendigkeit, die Dinge anders anzugehen. Es entstehen neue, bessere Lösungen wie digitale Services und Therapien, die zur Norm werden. Corona hat die Audi BKK veranlasst, bereits angelaufene Prozesse wie die digitale Transformation schneller voranzutreiben und neue Wege zu beschreiten – mit Resultaten, von denen nicht nur das Unternehmen, sondern vor allem Kundinnen und Kunden, Beschäftigte sowie Partnerunternehmen langfristig profitieren werden.

Individueller Service und digitale Angebote

Die Digitalisierung der Gesundheitsversorgung hat in Bezug auf die Erwartungshaltung der Versicherten eine neue Normalität geschaffen. Als starke Partnerin in der Krise hat die Audi BKK getreu dem Claim „Zuhören ist unsere stärkste Leistung“ diese Bedürfnisse erkannt. Bestehende Leistungen wurden erweitert und neue Angebote entwickelt.

Kundenkommunikation

So gehören individuelle Termine außerhalb der Öffnungszeiten der Service-Center zur wachsenden Zukunftsorientierung. Zwischen den Verpflichtungen des Alltags bietet dieser flexible Service einen echten Mehrwert. Zudem wächst der Bedarf an digitalen Kommunikationswegen. Seit 2020 verzeichnete die Audi BKK einen deutlichen Anstieg im E-Mail-Verkehr, in den Anmeldungen im Online-Center sowie bei den Website-Besuchen und bei der Nutzung der Service-App.

Online-Kurse zu Bewegung, Ernährung und Stressprävention

Apps und Online-Kurse unterstützen dabei, die Gesundheit zu fördern und Krankheiten vorzubeugen. Mit der Reihe Health Select kommt die Audi BKK der Digital-Affinität ihrer Versicherten entgegen. Die Online-Präventionskurse mit professioneller Begleitung sind unabhängig von Zeit und Ort abrufbar.

Online-Hautcheck

Das Problem der zeitnahen, fachärztlichen Versorgung ging die Audi BKK 2021 auf digitalem Weg an. So können Versicherte über den Online-Hautcheck medizinische Anliegen innerhalb von 48 Stunden mit einem Dermatologen oder einer Dermatologin abklären – rund um die Uhr und ohne Termin.

Online-Psychotherapie

Die Nachfrage nach psychotherapeutischen Behandlungen steigt, die Wartezeiten verlängern sich: Mit Online-Therapien für Erwachsene sowie für Kinder und Jugendliche bietet die Audi BKK niederschwellige Angebote, die eine kurzfristige Versorgung gewährleisten.

Service-App

2021 wurde die Service-App unter anderem um das digitale Bonusprogramm erweitert – ein weiterer Schritt in Richtung papierlose Krankenkasse. Weitere Features kommen im Folgejahr hinzu, wie das digitale Postfach, mit dem Kundinnen und Kunden jederzeit online und komplett papierlos auf ihre Unterlagen zugreifen können.

Arbeiten in der neuen Normalität

Mobiles Arbeiten bleibt nach Ende der Homeoffice-Pflicht Teil der neuen Arbeitskultur der Audi BKK. Für die Beschäftigten bedeutet diese Flexibilität eine Verbesserung der Work-Life-Balance. Familie und Beruf konkurrieren nicht, sondern können harmonisch koexistieren. Die individuellere Gestaltung der Arbeitszeit steigert die Mitarbeiterzufriedenheit und nimmt positiven Einfluss auf die Produktivität.

Dank der bestehenden technischen Infrastruktur und durch das schnelle Handeln des Vorstands gelang es der Audi BKK, die neuen Prozesse von Beginn an erfolgreich zu integrieren. Schulungen zum Führen auf Distanz, der interne Austausch der Führungskräfte sowie virtuelle Teamrunden und regelmäßige Kommunikation zwischen Beschäftigten halfen, sich kurzfristig in den angepassten Workflow einzufinden.

Weitere Aspekte des New Normal

- › Corona-Taskforce für Hygiene- und Infektionsschutz-Management als Blaupause für erfolgreiches Krisenmanagement
- › Online- bzw. hybride Meetings und Veranstaltungen
- › Einsatz von kollaborativen Tools
- › Neue Telefonanlage

Der Mensch bleibt im Fokus

Die CXM-Strategie auf Erfolgskurs

Mit dem Ziel, Kundinnen und Kunden für Gesundheit zu begeistern, verankerte die Audi BKK 2019 die Weiterentwicklung des Customer-Experience-Managements (kurz: CXM) in der Strategie 2025. Aus heutiger Sicht eine vorausschauende Entscheidung, denn mit Corona als Digitalisierungsbeschleuniger rücken Kundenerlebnisse mehr in den Fokus.

Als Gesundheitscoach hat die Audi BKK den Anspruch, diese Erwartungshaltung zu erfüllen – und zu übertreffen. 2021 konnte die Krankenkasse viele Meilensteine der CXM-Strategie erreichen und damit wichtige Weichen für die kommenden Jahre stellen.

Mitarbeiterschulungen: Verankerung der Handlungsprinzipien

Die fünf Handlungsprinzipien – Hilfsbereitschaft, Agilität, Proaktivität, Empathie, Einfachheit – sind der rote Faden der CXM-Strategie. Im Sinne des Leitgedankens „Wir sind der Coach für Ihre Gesundheit“ unterstützen sie die Beschäftigten der Audi BKK bei der Optimierung von Kundenerlebnissen. Zugleich gelten diese Handlungsprinzipien für die Audi BKK Unternehmenskultur, was zur Stärkung der inneren wie äußeren Wahrnehmung der Krankenkasse beiträgt.

Projektarbeit

2021 lag der Fokus im Bereich CXM vor allem auf Entwicklung. So fiel der Startschuss für fünf Projekte, deren Zieleinlauf für 2022 geplant ist.

Kundenbefragung

Wie erleben Kundinnen und Kunden die Audi BKK? Um Interaktionen hinsichtlich der Erwartungshaltung zu optimieren, sind regelmäßige Befragungen der Zielgruppen essenziell. So konnte anhand von Testings die User Experience auf Webseiten deutlich verbessert werden. 2022 geht mit dem Leistungsnavigator auf der Website ein Prototyp an den Start, der 2021 entwickelt und ausgiebig getestet wurde. Ebenso beeinflusste das Feedback von Kundinnen und Kunden die Umgestaltung der Audi BKK Website (Relaunch im Frühjahr 2022).





Resilienz stärken.

Betriebliche Gesundheitsförderung – mehr als ein Auftrag.

Corona brachte viele Berufsgruppen an ihre Belastungsgrenze. Mit der Betrieblichen Gesundheitsförderung leistet die Audi BKK einen Beitrag zur Entlastung von Beschäftigten und zur Stärkung ihrer Resilienz. Aus dieser Aufgabe entstanden innovative Angebote der Betrieblichen Gesundheitsförderung. Besonderen Fokus legte die Audi BKK 2021 auf die Gesundheitsförderung von systemrelevanten Berufsgruppen wie Pflegekräften, die die Gesundheitsversorgung in der Pandemie aufrechterhielten.

Beispiele für die Betriebliche Gesundheitsförderung der Audi BKK

Betriebliche Gesundheitsförderung in der Pflege

Pflegekräfte trugen einen Großteil zur Bewältigung der Pandemie bei, trotz Dauerbelastung, Gefährdung der eigenen Gesundheit und personeller Fluktuation. Umso wichtiger ist es, ihre physische wie psychische Resilienz nachhaltig zu stärken. Gesundheitsfördernde Maßnahmen und Präventionsangebote im Arbeitsumfeld als langfristige Unterstützung sind daher essenziell.

Von Wolfsburg über München und Neckarsulm bis Ingolstadt sorgt die Audi BKK dafür, entsprechende Strukturen in Krankenhäusern und Pflegeeinrichtungen zu schaffen, zum Beispiel durch die Initiative WERTGESCHÄTZT. Ziel der mehrjährigen Entwicklungspartnerschaft ist, die Basis zur Steigerung von Wertschätzung im Berufsalltag zu legen und in der Unternehmenskultur zu verankern. Bei der Umsetzung der Maßnahmen stehen Ansprechpersonen der Initiative beratend zur Seite.

Gesundheits-App Phileo

Die Arbeitswelt wird digitaler, vernetzter und flexibler, zusätzlich beschleunigt durch die Pandemie. Innovative Präventionsangebote, die das Wohlbefinden am Arbeitsplatz fördern und die psychische Gesundheit stärken, halten mit dem rasanten Wandel Schritt. Ein Präventionsangebot ist die Gesundheits-App Phileo. Mit der Smartphone-Anwendung steht Arbeitnehmenden ein persönlicher digitaler Assistent zur Verfügung – rund um die Uhr und ortsunabhängig. Wissenschaftlich fundiert analysiert Phileo die aktuelle Situation des Nutzers oder der Nutzerin, generiert personalisierte Handlungsempfehlungen und weist auf lokale Präventionsveranstaltungen hin.

Investition Zukunft.

Nachhaltigkeit (vor)leben.

Als Unternehmen trägt die Audi BKK Verantwortung. Klimaschutz ist kein Trendthema, sondern maßgeblich für eine gesunde Zukunft. Nachhaltigkeit und Umweltbewusstsein sind Teil der wertorientierten WIR-Kultur, denn für den Erfolg müssen alle an einem Strang ziehen.

Als Grundlage und um Transparenz zu schaffen, analysierte die Audi BKK 2021 ihre CO₂-Emissionswerte. Rückwirkend für das Geschäftsjahr 2020 wurde eine CO₂-Bilanz in Gesamthöhe von 2.132,65 t CO₂ ermittelt. Dieses Ergebnis ist die Basis zur Erstellung des Reduktionsplans, da es zugleich Emissionsquellen und Ansätze für Klimaschutzmaßnahmen offenlegt. Als größte CO₂-Verursacher wurden die Anfahrt der Mitarbeitenden (50,5 Prozent), Strom-Emissionen (15,7 Prozent) und der Fuhrpark (7,8 Prozent) identifiziert, gefolgt von Wärme-Emissionen, Druckerzeugnissen und sonstigen Quellen.

trachtet sie es als ihre Pflicht, andere für die Umwelt und ihren Schutz zu begeistern. Das gelingt mit innovativen Ideen wie z. B. Plogging (Verbindung von Joggen und Müllsammeln), die Aufmerksamkeit sowie Bewusstsein erzeugen und Menschen aktivieren.

Nachhaltiges Handeln geht für die Audi BKK weit über die beschriebenen Maßnahmen und die Reduktion des ökologischen Fußabdrucks hinaus. Auch mit den Fragen, wie sie die eigenen Ressourcen schützen und die Gesundheitsversorgung in Zukunft nachhaltiger gestalten kann, setzt sich die Krankenkasse aktiv auseinander. Es ist ein Prozess, der sich kontinuierlich weiterentwickeln und im Gesundheitssystem noch stärker etabliert werden muss. Dabei kommt es auf die Unterstützung aller Stakeholder an – denn nur gemeinsam kann eine bessere Zukunft gestaltet werden.

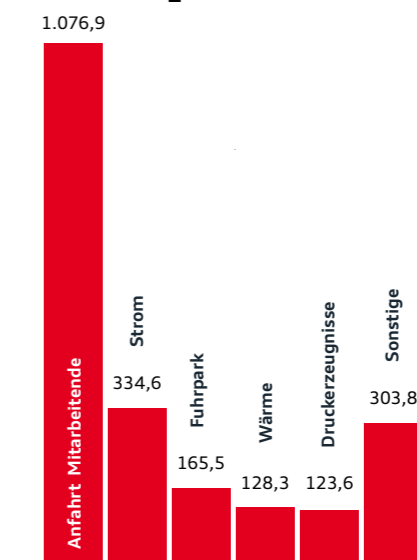
Konkrete Maßnahmen zur Reduktion der CO₂-Emissionen

- > Umstellung der Audi BKK Standorte auf Ökostrom
- > Umstellung des Fuhrparks auf Elektro- bzw. Hybridfahrzeuge
- > Vorrangige Nutzung von öffentlichen Verkehrsmitteln für Dienstreisen
- > Erweiterung des mobilen Arbeitens zur Reduktion der Anfahrtswege für Mitarbeitende
- > Einsatz von Videokonferenzen, um Dienstreisen zu minimieren
- > Klimaneutrale Produktion der Druckerzeugnisse auf FSC-zertifiziertem Papier
- > Bereitstellung aller Broschüren und des Kundenmagazins in digitaler Form
- > Noch stärkerer Fokus auf digitale Prozesse
- > Förderung einer gesunden, klimaneutralen Lebensführung, zum Beispiel durch Aufklärung im Kundenmagazin und Veranstaltungen

Laufend Gutes tun

Die Audi BKK trägt nicht nur für die eigene ökologische Verhalten Verantwortung. Mit großer Reichweite und der ausgezeichneten Vernetzung in den Regionen der Audi BKK be-

Die größten Emissionsquellen in t CO₂



Rechnungsergebnis 2021

Mitglieder- und Versichertenentwicklung

Im Jahr 2021 stieg die Anzahl der Versicherten im Jahresdurchschnitt um 0,66 Prozent auf 726.186 im Vergleich zum Vorjahr. Mit dieser erfolgreichen Entwicklung behauptet sich die Audi BKK im Versichertenranking auf Platz 20 unter den 97 gesetzlichen Krankenkassen.

	Audi BKK 2021	Audi BKK 2020	Veränderung zum Vorjahr
Pflichtmitglieder	352.373	346.636	+ 1,66 %
Freiwillige Mitglieder	81.741	86.135	- 5,10 %
Rentner	106.520	101.654	+ 4,79 %
Mitglieder gesamt	540.634	534.425	+ 1,16 %
Familienangehörige	185.552	186.992	- 0,77 %
Versicherte gesamt	726.186	721.417	+ 0,66 %

Einnahmen

	Rechnungsergebnis in Euro	Je Versicherten in Euro	Veränderung zum Vorjahr
Zuweisungen Gesundheitsfonds			
Leistungsausgaben inkl. DMP	2.139.274.131	2.945,90	+ 8,75 %
Satzungs- und Ermessensleistungen	12.111.181	16,68	- 10,18 %
Verwaltungsausgaben	107.575.522	148,14	+ 1,96 %
Mitgliederbezogene Veränderung	- 157.481.669	- 216,86	- 3,49 %
Summe Gesundheitsfonds	2.101.479.165	2.893,86	+ 9,28 %
Ersatzansprüche	7.286.378	10,03	- 3,00 %
Erstattungsansprüche	5.697.362	7,85	- 11,30 %
Sonstiges	1.361.928	1,88	- 18,97 %
Sonstige Einnahmen gesamt	14.345.668	19,76	- 8,14 %
Zusatzbeitrag	159.900.198	220,19	+ 57,40 %
Gesamteinnahmen	2.275.725.032*	3.133,81	+ 11,55 %

* Es kann zu Rundungsdifferenzen kommen.

Ausgaben

Von 2,31 Mrd. Euro Gesamtausgaben kommen über 2,14 Mrd. Euro unseren Versicherten direkt als Leistungsausgaben zugute. Die Krankenhausausgaben bilden dabei den größten Ausgabenblock mit über 615 Mio. Euro. An zweiter Stelle liegen die Ausgaben für ärztliche Behandlungen mit knapp 401 Mio. Euro und an dritter Stelle die Aufwendungen für Arzneimittel mit über 337 Mio. Euro. Für jeden einzelnen Versicherten werden durchschnittlich 2.953 Euro ausgegeben.

	Rechnungsergebnis in Euro	Je Versicherten in Euro	Veränderung zum Vorjahr
Leistungsausgaben für			
Krankenhausbehandlung	615.495.126	847,57	+ 13,54 %
Ärzte	400.979.072	552,18	+ 1,81 %
Arzneimittel	337.057.906	464,13	+ 9,21 %
Krankengeld	197.632.746	272,15	+ 4,17 %
Zahnärzte und Zahnersatz	163.283.819	224,86	+ 6,00 %
Heil- und Hilfsmittel	159.590.528	219,78	+ 13,18 %
Schwangerschaft und Mutterschaft	60.743.775	83,63	+ 4,69 %
Sonstiges	209.776.317	288,87	+ 16,00 %
Leistungsausgaben gesamt	2.144.559.289	2.953,17	+ 8,96 %
Sonstige Ausgaben	89.111.638	122,71	+ 434,45 %
Verwaltungskosten (netto)	74.294.335	102,31	- 2,15 %
Gesamtausgaben	2.307.965.262	3.178,19	+ 11,99 %

Jahresrechnungsergebnis – Zusammenfassung

Das Geschäftsjahr 2021 schließt mit einem Überschuss der Ausgaben von 32,2 Mio. Euro ab.

	Rechnungsergebnis in Euro	Je Versicherten in Euro
Gesamteinnahmen	2.275.725.032	3.133,81
Gesamtausgaben	2.307.965.262	3.178,19
Überschuss der Ausgaben	- 32.240.230	- 44,38

Vermögensrechnung

	Ist in Euro
Rücklage	48.915.000
Betriebsmittel	67.523.916
Summe	116.438.916
Verwaltungsvermögen	3.741.025
Gesamtvermögen	120.179.941

Pflegekasse – Rechnungsergebnis 2021

Einnahmen

	Rechnungsergebnis in Euro
Beiträge für	
pflichtversicherte Beschäftigte	377.088.154
freiwillig Versicherte	129.546.194
Sonstige	24.844.433
Gesamtbeitragseinnahmen	531.478.781
Zinseinnahmen	-51.254
Ersatzansprüche	852.420
Übrige Einnahmen	0
Gesamteinnahmen	532.279.947

Ausgaben

	Rechnungsergebnis in Euro
Pflegesachleistungen	16.622.975
Pflegegeld	62.305.066
Leistungen für Pflegepersonen	14.504.757
Vollstationäre Pflege	40.421.452
Sonstige Leistungen	112.194.974
Leistungsausgaben gesamt	246.049.224
Finanzausgleich, sonstige Aufwendungen	278.118.216
Verwaltungskosten	15.334.883
Gesamtausgaben	539.502.323

Jahresrechnungsergebnis

	Rechnungsergebnis in Euro
Gesamteinnahmen	532.279.947
Gesamtausgaben	539.502.323
Überschuss der Ausgaben	-7.222.376

Herausgeber:
Audi BKK
Postfach 10 01 60
85001 Ingolstadt

Stand: Juli 2022



Bildnachweise:
Titel: © istockphoto.com/RLT_Images, Pascal Skwara
S. 4–5: © istockphoto.com/reklamrar
S. 6: © istockphoto.com/Adrian Vidal
S. 7: © istockphoto.com/PeterPencil