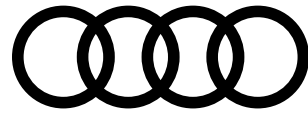


# Audi BKK



## Geschäftsbericht 2020

# Der Mensch im Mittelpunkt.



1100110010110011001011  
0110100000101101000100101101001110010111010100011001100110010110001100101  
001001011000100101100101100111001011101010001100101100010001100011010001  
11010010110110100101100111001011101010001100110110100010010110101000100101

# Inhalt

Stark in schweren Zeiten 4  
Distanz schafft Nähe 6  
Die Zukunft ist digital 7  
Fokus Mensch 8

## Rechnungsergebnis 2020

Mitglieder- und Versichertenentwicklung 11  
Einnahmen 11  
Ausgaben 12  
Jahresrechnungsergebnis – Zusammenfassung 13  
Vermögensrechnung 13

## Pflegekasse – Rechnungsergebnis 2020

Einnahmen 14  
Ausgaben 14  
Jahresrechnungsergebnis 14



## Verehrte Leserinnen und Leser,

im Januar 2020 ahnte niemand, wie sehr sich die Welt in wenigen Wochen wandeln würde. Corona war und ist eine Herausforderung. Auch für die Audi BKK. Dank unserer starken Wandlungsfähigkeit konnten wir aber auch dieser Krise selbstbewusst entgegenreten: Sei es in der Versorgungssicherung unserer Kundinnen und Kunden durch den Ausbau digitaler Angebote oder im Schutz unserer Beschäftigten durch die zeitnahe Umstellung auf mobiles Arbeiten – unsere frühzeitige Weichenstellung zur Digitalisierung von Prozessen hat sich in dieser unvorhersehbaren Entwicklung bewährt.

Die finanziellen Konsequenzen der Pandemie sowie der zahlreichen Gesetze und Verordnungen werden die Gesetzliche Krankenversicherung jedoch auch in den kommenden Jahren prägen. 2,6 Milliarden Euro Defizit drohen, die Beitragszahlenden zu überfordern. Das liegt neben den sinkenden Beitragseinnahmen insbesondere an den pandemiebedingten Mehrkosten aus dem Infektionsschutzgesetz, welche über den Gesundheitsfonds von den gesetzlichen Krankenkassen getragen werden. Hinzu kommt eine Vielzahl von neuen Gesetzen, die einen weiteren Kostenschub zur Folge haben.

Trotz vorausschauender Haushaltspolitik und gewissenhafter Planung sind die Folgen auch an der Audi BKK nicht spurlos vorübergegangen. Erstmals seit sechs Jahren musste der Zusatzbeitrag von 0,7 auf 1,1 Prozent angehoben werden. Das Geschäftsjahr 2020 schließen wir mit einem Verlust von 20,5 Millionen Euro ab. Dennoch blicken wir positiv in die Zukunft.

In jeder Krise liegen auch Chancen – wie die Digitalisierung des Gesundheitswesens. Mit Sicherheit hat Corona hier als Beschleuniger gedient und den digitalen Wandel weiter vorangetrieben. Als innovativer Gesundheitsdienstleister gestalten wir die Zukunft aktiv mit, ohne das eigentliche Ziel im Sinne unserer Unternehmensstrategie aus den Augen zu verlieren: Kundinnen und Kunden für Gesundheit zu begeistern.

Das vergangene Jahr hat jeder und jedem Einzelnen vieles abverlangt. Umso mehr bedanken wir uns bei Ihnen, dass Sie uns auch in diesen Zeiten Ihr Vertrauen geschenkt haben.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Gerhard Fuchs'.

**Gerhard Fuchs**  
Vorstandsvorsitzender

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Dirk Lauenstein'.

**Dirk Lauenstein**  
Vorstand

# Stark in schweren Zeiten.

## Corona als Prüfung und Chance.

Die Corona-Pandemie kam überraschend, hat die Audi BKK aber nicht unvorbereitet getroffen. Die Audi BKK ist an den Herausforderungen erneut gewachsen – ohne von ihrem höchsten Anliegen abzuweichen: Nähe und Service für ihre Kundinnen und Kunden zu erhalten und auszubauen.

Die Pandemie hat die Audi BKK im Jahr 2020 als Krankenversicherung und Arbeitgeber noch stärker gefordert. Erste Maßnahmen galten daher dem Schutz der eigenen Belegschaft und der Versorgungssicherung der Kundinnen und Kunden, um die Erreichbarkeit, den Service und die Behandlungen zu gewährleisten. Mit dem Ausbau der Videosprechstunden und digitalen Versorgungsangeboten reagierte die Audi BKK umgehend. Möglich machten das unter anderem die agilen Prozesse im Unternehmen.

nungsmaßnahmen drohte die Verschleppung von Krankheiten. Auch hier bot die Audi BKK mit dem Ausbau ihrer digitalen Lösungen wie z. B. Videosprechstunden eine Alternative, die akzeptiert und auch rege in Anspruch genommen wurde.

Dieselbe Agilität bewährte sich für die Audi BKK auch als Arbeitgeber: Durch die neue Form der Zusammenarbeit war mobiles Arbeiten schon vor der Pandemie möglich und konnte daher zum Infektionsschutz der Belegschaft flächendeckend umgesetzt werden. Somit konnte der Geschäftsbetrieb der Audi BKK vollumfänglich aufrechterhalten bleiben. Digitalisierte Prozessabläufe erlauben auch über Corona hinaus flexible Arbeitsweisen.

Für die Audi BKK steht fest, dass digitale Versorgungskonzepte einen enormen Schub erhalten haben, Online-Kommunikation künftig noch stärker beansprucht wird und sich somit auch bewähren wird. In Zukunft wird die Digitalisierung ein wichtiger Einflussfaktor für die Vernetzung der Versorgung sowie die Transparenz im Gesundheitswesen bleiben, von denen vor allem die gesetzlich Versicherten profitieren. Erste Beispiele sind die gesundheitspolitischen Strukturreformen, die an Fahrt aufnehmen (siehe Seite 7).

**Vorstandsvorsitzender Gerhard Fuchs:**  
**„Sicherlich haben die Corona-Pandemie sowie zahlreiche Gesetze und Verordnungen zu steigenden Ausgaben geführt, die die Haushalte der Krankenkassen nachhaltig belasten. Die Werteorientierung der Audi BKK gibt aber auch in der Krise ihre Priorität vor: Der Mensch und seine Gesundheitsversorgung bleiben im Fokus. Mit diesem unerschütterlichen Grundsatz geht sie als starke Partnerin an der Seite ihrer Kundinnen und Kunden sowie der eigenen Belegschaft durch die Pandemie.“**

Unbürokratisch und schnell schnürte die Audi BKK ein kundenzentriertes Corona-Leistungspaket. Von der Ausweitung des Kinderkrankengeldes über die Verlängerung von Fristen bis zur Online-Psychotherapie erleichtern Sonderregelungen und digitale Angebote unseren Kundinnen und Kunden den individuellen Pandemie-Alltag. Auch in der medizinischen Versorgung waren die Auswirkungen der Pandemie spürbar – mit gefährlichen Nebenwirkungen: Risikopatientinnen und -patienten verzichteten auf Arzt- oder Krankenhausbesuche aus Angst vor einer Corona-Ansteckung. Durch die nicht wahrgenommenen Vorsorge- und Früherken-

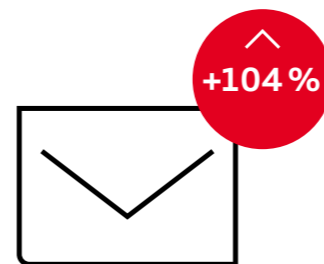
## Der Einfluss der Pandemie auf Kundenkommunikation und Versorgung

Als Konsequenz der Pandemie erfolgte ein vorgezogener Wandel in der Kundenkommunikation, der die Frage aufwarf: Ist Kundennähe auch auf Abstand möglich? Ohne die klassischen Beratungsgespräche im Service-Center förderte Corona die Nachfrage und Nutzung alternativer Kanäle.

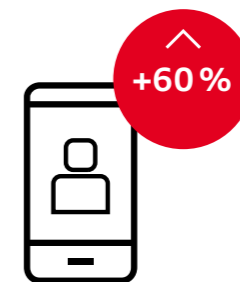
Zusätzlich meldeten sich über 46.000 Versicherte im Online-Center an. Dies entspricht einer Steigerung im Vergleich zum Vorjahr um 60 Prozent. Auch die Nutzung der Audi BKK Webseite verzeichnete einen Besucherzuwachs von rund 26 Prozent.

Besonders greifbar ist die Transformation im E-Mail-Eingang: Im Vergleich zum Jahr 2019 haben die Versicherten diese Form der Kontaktaufnahme stärker genutzt. 2020 stieg das E-Mail-Aufkommen um 104 Prozent.

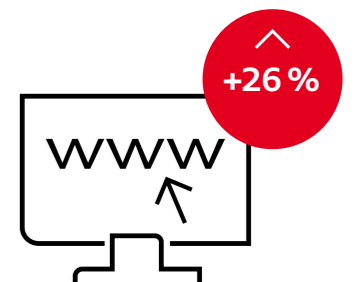
Trotz pandemiebedingter Distanz hat die Audi BKK die Kundennähe sowie den Service erhalten und sich den geänderten Ansprüchen an eine moderne, kundenorientierte Krankenkasse angepasst.



**E-Mail-Eingang**  
 2020: 123.246  
 Vorjahr: 60.507

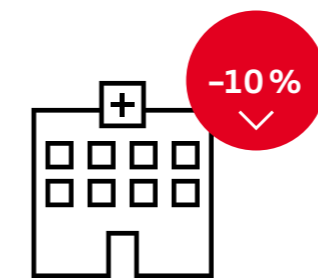


**Anmeldungen Online-Center**  
 2020: 125.051  
 Vorjahr: 78.362



**Webseiten-Besuche**  
 2020: 1.476.624  
 Vorjahr: 1.172.255

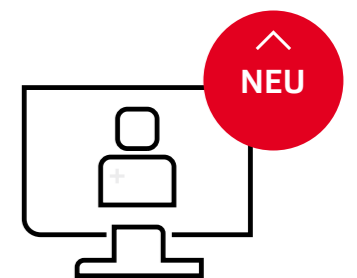
Pandemiebedingt kam es zu starken Verschiebungen in der Versorgung. So sank die Anzahl der Krankenhausaufenthalte im Jahr 2020 um zehn Prozent und die Inanspruchnahme der Gesundheitskurse um 39 Prozent. Im Gegenzug nahmen die Kundinnen und Kunden das neue Angebot der Videosprechstunde mit knapp 28.500 Fällen im Jahr 2020 sehr gut an.



**Krankenhausaufnahmen**  
 2020: 119.973  
 Vorjahr: 134.004



**Fallzahlen Gesundheitskurse**  
 2020: 11.700  
 Vorjahr: 19.189



**Videosprechstunden mit Ärzten und Ärztinnen**  
 2020: 28.476  
 Vorjahr: 15

# Distanz schafft Nähe.

Zuhören – neu definiert: digitale Leistungen als Kernkompetenz.

Zuhören ist unsere stärkste Leistung – diesen Claim leben die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Audi BKK Tag für Tag. Doch kann Kundennähe in Zeiten von sozialer Distanz und eingeschränktem persönlichen Kontakt funktionieren? Schon vor der Corona-Krise und ihren Herausforderungen hat die Audi BKK die Bedeutung der Digitalisierung erkannt und im Unternehmen ein starkes Fundament für die digitale Transformation gelegt. Die Erweiterung der digitalen Kommunikationskanäle und Angebote ist keine kurzfristige Reaktion auf die Pandemie, sondern eine nachhaltige und notwendige Weiterentwicklung einer zukunftsorientierten Gesundheitsversorgung.

## Beispiele für digitale Angebote der Audi BKK

### Service-App

Seit September 2020 erleichtert die Service-App den Alltag. Funktionen wie die Kontaktaufnahme, das Hochladen von Dokumenten oder Ändern persönlicher Daten übertragen den umfangreichen Service in das digitale Zeitalter. Höchste Datensicherheit garantieren das innovative Verfahren mit der App NECT sowie die 2-Faktor-Authentifizierung. Weitere Features sind geplant.

### Online-Präventionskurse und -Vorträge

Der terminreiche Alltag der Versicherten erfordert flexible Lösungen für die Gesundheitsförderung. Die Audi BKK bietet daher neben regionalen Angeboten auch Online-Vorträge sowie Online-Kurse aus den Präventionsfeldern Bewegung, Ernährung und Entspannung an, die sich dem Lebensrhythmus der Kundinnen und Kunden anpassen.

### BKK Starke Kids

Das Vorsorgeprogramm „BKK Starke Kids“ liefert eine Antwort auf die sich verändernde digitale Welt. App-basierte Langzeittagebücher für bestimmte chronische Erkrankungen und eine dazu passende Videosprechstunde unterstützen die Behandlung der Kinder.

### Digitale Gesundheitsanwendungen (DiGA)

Die App auf Rezept: Seit Oktober 2020 können geprüfte digitale Gesundheitsanwendungen ärztlich verordnet oder von der Krankenkasse genehmigt werden. Neben der Verbesserung ihres Wohlbefindens behalten Patientinnen und Patienten durch die Apps und browserfähigen Anwendungen die Souveränität über das eigene Gesundheitsmanagement.

### Online-Psychotherapie

Besonders während einer psychotherapeutischen Behandlung sind regelmäßige Termine wichtig. Um eine durchgehende Behandlung trotz Corona-Restriktionen zu gewährleisten, wurde der Zugang zu psychotherapeutischen Videosprechstunden erleichtert. Auch Kennenlernsitzungen konnten ohne persönlichen Kontakt als Videosprechstunde stattfinden.

### Neolexon

Als eine der ersten Krankenkassen bietet die Audi BKK seit Anfang 2020 die App Neolexon für Kinder mit Artikulationsstörungen kostenlos an. Das digitale logopädische Training für zuhause ergänzt die Präsenztherapie in der Praxis und ermöglicht die Überwachung der Fortschritte.

# Die Zukunft ist digital.

Gesetzliche Meilensteine auf dem Weg zum vernetzten Gesundheitswesen.

2021 und 2022 treten für den Ausbau der Telematikinfrastuktur des deutschen Gesundheitssystems bedeutende Gesetze bundesweit in Kraft. Die digitalen Anwendungen sind nicht nur eine bürokratische Entlastung, sondern stärken auch die Vernetzung im Gesundheitswesen.

## 1. Januar 2021

### › Einführung ePA Stufe 1

Mit dem Patientendaten-Schutz-Gesetz haben gesetzlich Versicherte seit Anfang 2021 ein Anrecht auf die Nutzung der **elektronischen Patientenakte (ePA)**. Krankenkassen sind verpflichtet, die Daten als kostenlose App zur Verfügung zu stellen. Ab sofort können Versicherte online auf ihre Gesundheitsdaten zugreifen.

## 1. Januar 2022

### › Einführung ePA Stufe 2 und verpflichtendes E-Rezept für gesetzlich Versicherte

Die zweite Stufe erweitert die **elektronische Patientenakte** um weitere digitale Inhalte wie den Mutterpass, das Zahnbonusheft und die Impfdokumentation. Ab demselben Stichtag erhalten gesetzlich Versicherte Rezepte für verschreibungspflichtige Arzneimittel als QR-Code aufs Smartphone, die online oder bei einer Apotheke vor Ort eingereicht werden können.

## 1. Oktober 2021

### › eAU – verpflichtende Übermittlung der elektronischen Arbeitsunfähigkeitsbescheinigung durch Praxen an die Krankenkassen

Laut GKV-Spitzenverband werden in Deutschland pro Jahr etwa 77 Millionen AU-Bescheinigungen ausgestellt – in vierfacher Ausführung. Das Terminservice- und Versorgungsgesetz soll den Bürokratieaufwand reduzieren: Ab Oktober 2021 sieht der Gesetzgeber vor, dass behandelnde Ärzte und Ärztinnen die **elektronische Arbeitsunfähigkeitsbescheinigung (eAU)** an die Krankenkassen übermitteln müssen.

## 1. Juli 2022

### › Digitale Übermittlung der AU-Daten über die Krankenkasse an den Arbeitgeber

Mitte 2022 sind Krankenkassen wie Arbeitgeber an das elektronische AU-Meldevorgehen angebunden. Für Versicherte bedeutet das: Der Versand der AU an den Arbeitgeber entfällt. Durch das digitale Verfahren wird ebenfalls sichergestellt, dass die eAU fristgerecht eingereicht werden.

# Fokus Mensch.

## Kundinnen und Kunden begeistern: die neue CXM-Strategie der Audi BKK.

Sinnbildlich kann man sich das Customer Experience Management (CXM) als eine Reise vorstellen. Keine Sprintstrecke, sondern ein mit Meilensteinen gesäumter Weg, der zu einem Ziel führt: die Audi BKK Versicherten für Gesundheit und mit positiven Kundenerlebnissen zu begeistern.

„Zuhören ist unsere stärkste Leistung“ – von jeher fokussiert sich die Audi BKK in ihrem Denken und Handeln auf den Menschen. Kundenbedürfnisse klar erkennen und Leistungen danach zu gestalten, ist ihr höchster Anspruch. Durch den dynamischen Wandel der Umwelt verändern sich die Bedürfnisse und Erwartungshaltungen der Menschen, insbesondere die der künftigen Generationen. Auch innerhalb weniger Wochen, wie die Pandemie gezeigt hat. Dank agiler und strategiegeleiteter Prozesse konnte die Audi BKK souverän auf diese Herausforderung reagieren. Guter Service soll aber auch unabhängig von Corona der Goldstandard sein. Das CXM-Projekt wurde daher bereits Ende 2019 in der Unternehmensstrategie 2025 verankert.

### Gelebte Kundenorientierung verankern

Der Mensch im Mittelpunkt – diese Positionierung schließt auch die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Audi BKK ein. Um Kundenerwartungen aufs Neue mit innovativen Gesundheitsleistungen zu übertreffen, müssen alle an einem Strang ziehen.

Bewusst fordert die CXM-Strategie die aktive Einbindung aller Bereiche innerhalb des Unternehmens ein. Die Überwindung von Silo-Denken und die Förderung cross-funktionaler Zusammenarbeit führt das New-Work-Mindset bei der Audi BKK fort. Der partizipative Ansatz hat sich bereits bei der Entwicklung der Strategie 2025 als Erfolgskonzept erwiesen.

Die Verankerung neuer Denk- und Handlungsweisen in die Unternehmenskultur bedingt Kontinuität und Ausdauer. Dabei nimmt die Audi BKK jeden Mitarbeitenden mit auf die Reise: Workshops für Theorie und Praxis schaffen Verständnis und unterstützen die Integration der CXM-geleiteten Prozesse und Systeme in den Arbeitsalltag.

Bei all ihrer Komplexität lässt sich die CXM-Strategie auf einen einfachen Leitgedanken reduzieren: „Wir sind der Coach für Ihre Gesundheit.“ Aus diesem Grundsatz lassen sich fünf Handlungsprinzipien für die Optimierung von Kundenerlebnissen ableiten:

#### › Hilfsbereit

Die Audi BKK ist kompetente und zuverlässige Ansprechpartnerin, die zuhört und versteht, worum es den Kundinnen und Kunden eigentlich geht. Sie leitet an, weist die Richtung und gibt Hilfe zur Selbsthilfe.

#### › Agil

Kundinnen und Kunden wünschen sich eine sowohl unkomplizierte als auch schnelle Interaktion mit ihrer Krankenkasse. Die Schlüsselkompetenz Agilität ermöglicht der Audi BKK, zeitnah und unbürokratisch Anliegen zu bearbeiten.

#### › Proaktiv

Gesundheitsvorsorge ist der Audi BKK ein wichtiges Anliegen. Unterstützt durch Datenkompetenz können Bedürfnisse frühzeitig erkannt und Präventionsangebote sowie individuelle Lösungen proaktiv angeboten werden.

#### › Empathisch

Die Audi BKK berücksichtigt in ihren Handlungen die Perspektive der Kundinnen und Kunden. Sie bringt Verständnis für ihr Gegenüber auf und bietet alternative Lösungen an.

#### › Einfach

Durch die Digitalisierung verfolgt die Audi BKK die Ziele, mehr Zeit für die Versicherten zu gewinnen und Prozesse für sie zu erleichtern. Außerdem kommuniziert sie als Gesundheitspartnerin auf Augenhöhe mit den Menschen.

### Kundenbedürfnisse erkennen

Noch steht die Audi BKK am Anfang der Reise. Doch die Route ist durch ein Leitsystem klar vorgegeben. Dieses basiert auf Analysen, Informationen und Erhebungen, die die Audi BKK sowohl intern als auch extern gesammelt hat. Entscheidende Erkenntnisse lieferten vor allem ausführliche Gespräche mit Audi BKK Versicherten. Die Einbindung der Kundenperspektive ist essenziell für die Entwicklung von proaktiven Lösungen, eine starke Partnerschaft sowie die Optimierung der Kundenerlebnisse. Die Bedürfnisse und Erwartungen unserer Kundinnen und Kunden sind für die Audi BKK der Motor für Veränderungen – jetzt und in der Zukunft.

### Digitalisierung: ein wichtiger Faktor

Doch wodurch zeichnen sich die Kundenerwartungen in diesen Zeiten aus? Allem voran steht die Digitalisierung. Ihr Vorantreiben war immer ein priorisiertes Bestreben der Audi BKK, denn digitale Angebote und Services sind für Versicherte keine Zusatzleistung, sondern eine Grundvoraussetzung. Verständnis für ihre Anliegen erwarten Kundinnen und Kunden auch von digitalen Lösungen. Daher bleiben der menschliche Faktor sowie der Leitgedanke des zuhörenden Coaches auch bei den neuen Leistungen und Kommunikationswegen ein wichtiges Element.

Digitale Angebote stellen nur einen Leistungsbaustein dar, der von einer modernen, agilen Krankenkasse erwartet wird. Durch die Positionierung als Gesundheitscoach ist die Audi BKK einen entscheidenden Schritt in die richtige Richtung gegangen. Mit Top-Service und innovativen Produkten positive Erfahrungen für Kundinnen und Kunden zu schaffen ist das langfristige Ziel der CXM-Strategie. Daran arbeitet die Audi BKK jeden Tag.



Rechnungsergebnis 2020

# Die Audi BKK in Zahlen.

## Mitglieder- und Versichertenentwicklung

Im Jahr 2020 stieg die Anzahl der Versicherten im Jahresdurchschnitt um 1,69 Prozent auf 721.417 im Vergleich zum Vorjahr. Mit dieser erfolgreichen Entwicklung behauptet sich die Audi BKK im Versichertenranking auf Platz 19 unter den 103 gesetzlichen Krankenkassen.

	Audi BKK 2020	Audi BKK 2019	Veränderung zum Vorjahr
Pflichtmitglieder	346.636	338.762	+2,32%
Freiwillige Mitglieder	86.135	87.058	-1,06%
Rentner	101.654	96.841	+4,97%
<b>Mitglieder gesamt</b>	<b>534.425</b>	<b>522.661</b>	<b>+2,25%</b>
Familienangehörige	186.992	186.745	+0,13%
<b>Versicherte gesamt</b>	<b>721.417</b>	<b>709.406</b>	<b>+1,69%</b>

## Einnahmen

	Rechnungsergebnis in Euro	Je Versicherten in Euro	Veränderung zum Vorjahr
<b>Zuweisungen Gesundheitsfonds</b>			
Leistungsausgaben inkl. DMP	1.954.202.189	2.708,84	+3,18%
Satzungs- und Ermessensleistungen	13.393.720	18,57	+10,87%
Verwaltungsausgaben	104.814.649	145,29	+1,87%
Mitgliederbezogene Veränderung	-162.098.824	-224,70	+9,89%
<b>Summe Gesundheitsfonds</b>	<b>1.910.311.733*</b>	<b>2.648,00</b>	<b>+2,63%</b>
Ersatzansprüche	7.456.865	10,34	+4,34%
Erstattungsansprüche	6.386.887	8,85	+8,32%
Sonstiges	1.671.319	2,32	-41,41%
<b>Sonstige Einnahmen gesamt</b>	<b>15.515.071</b>	<b>21,51</b>	<b>-2,40%</b>
Zusatzbeitrag	100.921.958	139,89	+3,65%
<b>Gesamteinnahmen</b>	<b>2.026.748.762*</b>	<b>2.809,40</b>	<b>+2,64%</b>

\* Es kann zu Rundungsdifferenzen kommen.

## Ausgaben

Von 2,05 Mrd. Euro Gesamtausgaben kommen knapp 1,96 Mrd. Euro unseren Versicherten direkt als Leistungsausgaben zugute. Die Krankenhausausgaben bilden dabei den größten Ausgabenblock mit knapp 539 Mio. Euro. An zweiter Stelle liegen die Ausgaben für ärztliche Behandlungen mit über 391 Mio. Euro und an dritter Stelle die Aufwendungen für Arzneimittel mit knapp 307 Mio. Euro. Für jeden einzelnen Versicherten werden durchschnittlich 2.710 Euro an Leistungsausgaben ausgegeben.

	Rechnungsergebnis in Euro	Je Versicherten in Euro	Veränderung zum Vorjahr
<b>Leistungsausgaben für</b>			
Krankenhausbehandlung	538.547.365	746,50	-5,14%
Ärzte	391.269.788	542,36	+7,60%
Arzneimittel	306.599.750	424,99	+5,81%
Zahnärzte und Zahnersatz	153.037.836	212,13	+1,25%
Krankengeld	188.477.111	261,26	+8,01%
Heil- und Hilfsmittel	140.082.985	194,18	+4,49%
Schwangerschaft und Mutterschaft	57.635.714	79,88	+4,80%
Sonstiges	179.643.689	249,02	+1,15%
<b>Leistungsausgaben gesamt</b>	<b>1.955.294.238</b>	<b>2.710,32</b>	<b>+2,19%</b>
Sonstige Ausgaben	16.562.875	22,96	+129,06%
Verwaltungskosten (netto)	75.430.551	104,56	+6,09%
<b>Gesamtausgaben</b>	<b>2.047.287.664</b>	<b>2.837,84</b>	<b>+6,21%</b>

## Jahresrechnungsergebnis – Zusammenfassung

Das Geschäftsjahr 2020 schließt mit einem Überschuss der Ausgaben von 20,5 Mio. Euro ab.

	Rechnungsergebnis in Euro	Je Versicherten in Euro
Gesamteinnahmen	2.026.748.762*	2.809,40
Gesamtausgaben	2.047.287.664	2.837,84
<b>Überschuss der Ausgaben</b>	<b>-20.538.903*</b>	<b>-28,44</b>

## Vermögensrechnung

	Ist in Euro
Rücklage	87.941.000
Betriebsmittel	60.316.412
<b>Summe</b>	<b>148.257.412</b>
Verwaltungsvermögen	4.162.759
<b>Gesamtvermögen</b>	<b>152.420.171</b>

\* Es kann zu Rundungsdifferenzen kommen.

# Pflegekasse – Rechnungsergebnis 2020

## Einnahmen

	Rechnungsergebnis in Euro
<b>Beiträge für</b>	
pflichtversicherte Beschäftigte	361.998.083
freiwillig Versicherte	134.368.404
Sonstige	23.485.894
<b>Gesamtbeitragseinnahmen</b>	<b>519.852.381</b>
Zinseinnahmen	-50.050
Ersatzansprüche	332.994
Übrige Einnahmen	0
<b>Gesamteinnahmen</b>	<b>520.135.326*</b>

## Ausgaben

	Rechnungsergebnis in Euro
Pflegesachleistungen	13.619.216
Pflegegeld	55.537.113
Leistungen für Pflegepersonen	13.120.950
Vollstationäre Pflege	38.576.393
Sonstige Leistungen	68.453.946
<b>Leistungsausgaben gesamt</b>	<b>189.307.619*</b>
Finanzausgleich, sonstige Aufwendungen	317.404.165
Verwaltungskosten	14.477.172
<b>Gesamtausgaben</b>	<b>521.188.956*</b>

## Jahresrechnungsergebnis

	Rechnungsergebnis in Euro
Gesamteinnahmen	520.135.326
Gesamtausgaben	521.188.956
<b>Überschuss der Ausgaben</b>	<b>- 1.053.630</b>

\* Es kann zu Rundungsdifferenzen kommen.

„Nur wer genau  
zuhört, kann  
auch verstehen  
und handeln.“

Gerhard Fuchs  
Vorstandsvorsitzender



Persönlich, telefonisch oder digital:  
In 125 Jahren Audi BKK hat die Art und Weise der  
Kommunikation einen Wandel erlebt. Geblieben  
sind die Nähe und das Verständnis für den  
Menschen und seine Bedürfnisse.

Audi BKK – **Zuhören** ist unsere stärkste Leistung.



**Herausgeber:**  
Audi BKK  
Postfach 10 01 60  
85001 Ingolstadt

Stand: Juli 2021



Bildnachweis: S. 3: © Sabrina Wobker

[www.audibkk.de](http://www.audibkk.de)