



# Mercedes-Benz **BKK** Geschäftsbericht 2024

Mercedes-Benz





” Das Leben  
leichter machen

# Inhalt

4	Vorwort
6	Soziale Selbstverwaltung
8	1 Der Kunde im Mittelpunkt
18	2 Innovative Services und Leistungen
28	3 Mehrwerte für unsere Trägerunternehmen
38	4 Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter
42	5 Nachhaltigkeit fördern
48	6 Unsere Finanzkraft
52	7 Zahlen – Daten – Fakten – Erfolgsrechnung – Vermögensrechnung – Leistungsausgaben – Rechnungsergebnisse Mercedes-Benz BKK-Pflegeversicherung – Mitglieder und Versicherte – Versicherte nach Alter und Geschlecht – Meilensteine aus der Geschichte der Mercedes-Benz BKK – Ersatzansprüche aus Entgeltfortzahlungen – Auftragsgeschäft Gesamtsozialversicherungsbeiträge
58	So erreichen Sie uns Standorte unserer Mercedes-Benz BKK
61	Impressum

Chancengleichheit, Vielfalt, Offenheit und Respekt gehören zu unseren Grundüberzeugungen. Grundsätzlich schließen alle gewählten Begriffe alle Geschlechter und Identitäten ein.

# Vorwort



Toralf Speckhardt, Vorstand der Mercedes-Benz BKK

## Prävention hat viele Facetten

Prävention bezeichnet laut Definition Maßnahmen, die darauf abzielen, Risiken zu verringern oder die schädlichen Folgen von Krankheiten, Katastrophen oder anderen unerwünschten Situationen abzuschwächen – ihnen also zuvorzukommen. Im Kontext von Gesundheit und Krankheit ist der Begriff wohl den meisten geläufig, wenn nicht gar inzwischen selbstverständlich geworden. Viele Menschen sind gut über nützliches und nachteiliges Gesundheitsverhalten informiert und wissen, dass es immer besser ist, dafür zu sorgen, Krankheiten gar nicht erst entstehen zu lassen, statt sie zu behandeln. Das spart Ressourcen und vermeidet vor allem unnötiges Leid der betroffenen Patienten und Angehörigen. In der Politik dagegen findet der Präventionsgedanke bisher zu wenig Widerhall. Unser derzeitiges Gesundheitssystem ist noch immer viel zu sehr auf die Behandlung von Krankheiten ausgerichtet statt auf ihre Vermeidung. Wünschenswert wäre eine Präventions-

strategie, die Gesundheit systematisch und ganzheitlich fördert. Bleibt zu hoffen, dass die Worte im Koalitionsvertrag der neuen Bundesregierung kein Lippenbekenntnis sind. Darin wird die Bedeutung von Prävention und Gesundheitsförderung durchaus gewürdigt. Die Zukunft wird zeigen, ob die politisch Verantwortlichen Worten Taten folgen lassen.

## Prävention als Markenkern

Als rein unternehmensbezogene BKK bilden Prävention und betriebliche Gesundheitsförderung unseren identitätsstiftenden Markenkern. Dafür nehmen wir gerne Geld in die Hand – deutlich mehr als andere Krankenkassen. Wohlgerne tun wir dies aus voller Überzeugung, auch wenn wir nach der derzeitigen Logik des Risikostrukturausgleichs keinen finanziellen Vorteil dadurch haben. Das aktuelle System „belohnt“ ausschließlich Krankheit, indem die Krankheitskosten unter den Krankenkassen ausgeglichen werden.

## Vorausschauend handeln

Um den eingangs genannten unerwünschten Situationen – welcher Art auch immer – zuvorkommen zu können, ist vorausschauendes Denken, Planen und Handeln nötig. Womit wir bei einer weiteren Dimension des Begriffs Prävention angelangt sind: der finanziellen. Eine vorausschauende, verantwortungsvolle Herangehensweise bildet schon immer die Grundlage unserer Haushaltspolitik. Auf diese Weise bereiten wir uns auf Unwägbarkeiten vor, von denen es aktuell bekanntermaßen reichlich gibt. Die Sozialversicherungssysteme stehen unter einem gewaltigen Kostendruck und noch weiß niemand, ob es der neuen, noch jungen Regierung gelingen wird, für Entlastung und nachhaltige finanzielle Stabilität zu sorgen.

Im Berichtsjahr 2024 hat sich die Anhebung des für die gesetzliche Krankenversicherung (GKV) durchschnittlich notwendigen Zusatzbeitragssatzes auf 1,7 Prozent als wenig vorausschauend herausgestellt. Hier hat sich der damalige Bundesgesundheitsminis-

ter gewaltig verschätzt und die Dynamik der Kostenexplosion für das Jahr 2024 unterschätzt. Nicht zuletzt als Konsequenz daraus sah die Politik im laufenden Jahr keine andere Alternative, als erneut an der Beitragsschraube zu drehen. Doch auch der für 2025 festgesetzte und erwartete durchschnittlich notwendige Zusatzbeitragssatz von 2,5 Prozent stellt sich als nicht ausreichend heraus – im April lag der tatsächliche durchschnittliche Wert schon bei rund 2,9 Prozent. In der Folge sahen sich denn auch einige Krankenkassen, die mit einem allzu spitzen Bleistift gerechnet hatten, gezwungen, ihren Zusatzbeitragssatz zum zweiten Mal innerhalb eines Jahres zu erhöhen. Gut möglich, dass weitere Kassen im Lauf des Jahres folgen werden.

Als vorausschauend agierendes Unternehmen kalkulieren wir Unwägbarkeiten von vornherein ein. Konkret bedeutete dies, zum Jahresanfang ganz bewusst einen überdurchschnittlichen Zusatzbeitragssatz zu erheben, was sich als die richtige Strategie zur Vorsorge herausgestellt hat. So können wir unsere Rücklage (schneller) wieder auffüllen, wozu wir im Übrigen gesetzlich verpflichtet sind.

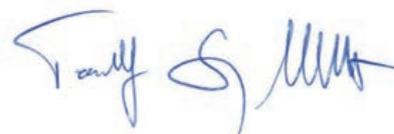
### **Prävention für mehr Resilienz**

Apropos Vorsorge: Prävention im medizinischen Sinne betreiben wir nicht nur im Interesse jedes Einzelnen unserer Versicherten, sondern gleichzeitig zum Wohle der Solidargemeinschaft insgesamt. Jeder verhinderte Krankheitsfall schont das Gesundheitssystem durch geringere Kosten und weniger Inanspruchnahme. Gerade in schwierigen Zeiten wie diesen mit Inflation, kriselnder Wirtschaft und Kriegen kann Prävention dazu beitragen, eine Gesellschaft resilient zu machen. Zuversicht, Selbstvertrauen und die Überzeugung, die Dinge im persönlichen Umfeld positiv beeinflussen zu können, sind die Voraussetzung dafür, Probleme und Herausforderungen zu meistern. Wärmstens empfehlen möchte ich in diesem Zusammenhang unsere aktuell bei Mercedes-Benz und Daimler Truck laufende Gesund-

heitskampagne „Achte auf Dich“, die die mentale Gesundheit in den Mittelpunkt stellt. Es geht darum, die eigene Widerstandsfähigkeit zu trainieren, Methoden zur Stressbewältigung zu erlernen und das Thema psychische Gesundheit von immer noch bestehenden Tabus zu befreien.

### **Die Zeit drängt**

Die neue Bundesregierung ist erst zu kurze Zeit im Amt, um absehen zu können, wohin die gesundheitspolitische Reise geht. Der dringend notwendige Reformbedarf in der Kranken- und Pflegeversicherung wird im Koalitionsvertrag thematisiert. An ihrem formulierten ambitionierten Ziel, eine weitere Belastung der Beitragszahler zu vermeiden, die seit Jahren steigende Ausgabendynamik zu stoppen und die strukturelle Lücke zwischen Ausgaben und Einnahmen zu schließen, wird sich die schwarz-rote Koalition messen lassen müssen. Und: Die notwendigen Reformen müssen schnell festgelegt und umgesetzt werden. Ein angedachter Zeitkorridor bis zum Frühjahr 2027 – bis dahin soll eine Expertenkommission konkrete Reformvorschläge liefern – wird der dramatischen Lage nicht ansatzweise gerecht. Die Zeit drängt.



Im Verwaltungsrat engagieren sich jetzige und ehemalige Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Trägerunternehmen Mercedes-Benz und Daimler Truck. Das sorgt für Kollegialität und Nähe zu den Versicherten.

Matthias Baur,  
alternierender Vorsitzender



## Soziale Selbstverwaltung

Der Verwaltungsrat ist das Gremium der Selbstverwaltung. Die ehrenamtlich tätigen Mitglieder treffen Entscheidungen, die für unsere BKK von richtungsweisender Bedeutung sind. Sie beschließen Satzungsleistungen wie etwa Bonusprogramme, Wahltarife, Modellvorhaben oder spezielle Versorgungsformen. Mitglieder des Verwaltungsrats sind im Widerspruchsausschuss vertreten. Wenn es darum geht, wie die Versichertengelder eingesetzt werden, bringt sich der Verwaltungsrat ein. Mit einem Wort: Die soziale Selbstverwaltung ist die Interessenvertretung für die Versicherten und Arbeitgeber, die sozialen Mehrwert erzielen will. Alle sechs Jahre entscheidet das

Ergebnis der Sozialwahl über die Zusammensetzung des Verwaltungsrats. Gewählt wurde zuletzt im Jahr 2023.

Dem paritätisch besetzten Verwaltungsrat gehören 15 Versichertenvertreter und sechs Arbeitgebervertreter an. Dabei handelt es sich ausschließlich um jetzige und ehemalige Beschäftigte unserer beiden Trägerunternehmen. Diese idealtypische Form der Selbstverwaltung gewährleistet Kompetenz, Gestaltungskraft, Kollegialität und Nähe des Verwaltungsrats zu unseren Versicherten und zum Arbeitgeber.

### Zu den wichtigsten Tätigkeiten des Verwaltungsrats gehören:

- die Satzung und sonstiges autonomes Recht zu beschließen
- Entscheidungen zu treffen, die für unsere Betriebskrankenkasse grundsätzliche Bedeutung haben
- den vom Vorstand vorgelegten Haushaltsplan festzustellen
- die Jahresrechnung durch einen Wirtschaftsprüfer prüfen zu lassen
- die Jahresrechnung unserer Betriebskrankenkasse abzunehmen
- den Vorstand zu entlasten

Ich empfinde die  
Zusammenarbeit der  
Arbeitgeber- und Arbeitnehmer-  
vertreter als partnerschaftlich,  
konstruktiv und offen.



Benjamin Plocher,  
alternierender Vorsitzender

#### **Versichertenvertreter:**

##### **Matthias Baur**

Mercedes-Benz Group AG,  
Zentrale Stuttgart,  
alternierender Vorsitzender

##### **Renate Berner-Böltzig**

Mercedes-Benz AG,  
Werk Sindelfingen, im Ruhestand

##### **Zülfiye Biyikli-Öksüz**

Mercedes-Benz AG, Werk Bremen

##### **Roland Blaschke**

Mercedes-Benz AG, Werk Sindelfingen, im Ruhestand

##### **Alexandra Ebert**

Mercedes-Benz AG,  
Niederlassung Dortmund

##### **Nadine Freitag**

Mercedes-Benz Ludwigsfelde  
GmbH

##### **Markus Fuhr**

Daimler Truck AG, Werk Mannheim

##### **Roman Gessner**

Daimler Truck AG, Werk Gaggenau

##### **Frank Hauck**

Daimler Truck AG, Werk Wörth

##### **Constanze Heidbrink**

Mercedes-Benz AG,  
Werk Stuttgart-Untertürkheim,  
im Ruhestand

##### **Alexander Kozun**

Mercedes-Benz AG,  
Werk Sindelfingen

##### **Henning Krohn**

Mercedes-Benz AG, Werk Hamburg

##### **Hansjörg Müller**

Daimler Buses Neu-Ulm,  
im Ruhestand

##### **Marilina Theres Ranft**

Daimler Truck AG, Werk Kassel

##### **Jürgen Stahl**

Mercedes-Benz AG,  
Werk Sindelfingen

#### **Arbeitgebervertreter:**

##### **Benjamin Plocher**

Mercedes-Benz Group AG,  
Zentrale Stuttgart,  
alternierender Vorsitzender

##### **Katharina Bleck**

Mercedes-Benz Group AG,  
Stuttgart

##### **Dr. Carl Fahr**

Daimler Truck AG, Werk Wörth

##### **Dr. Clemens Kühnel**

Daimler Truck AG,  
Zentrale Leinfelden

##### **Dr. Annette Matzat**

Mercedes-Benz Group AG,  
Zentrale Stuttgart

##### **Katrin Rammrath**

Mercedes-Benz Group AG,  
Zentrale Stuttgart



# | 1 Der Kunde im Mittelpunkt



Service und freiwillige Zusatzleistungen spielen für Versicherte bei der Entscheidung für eine Krankenkasse eine immer wichtigere Rolle. Vor diesem Hintergrund überzeugt unsere Kombination aus gesetzlichen Leistungen, freiwilligen Extras und Premiumservice immer mehr Beschäftigte von den Vorteilen einer unternehmensbezogenen BKK.



Trotz Digitalisierung  
für uns entscheidend:  
persönlicher Kontakt und  
persönliche Nähe

## Kundenausrichtung in der digitalen Welt

### **Kundenausrichtung in der digitalen Welt**

Die digitale Transformation schreitet unaufhörlich voran. Unsere Kunden erwarten, auch im Kontakt mit ihrer Krankenkasse innovative Services nutzen zu können – so wie in anderen Lebensbereichen auch. Hier einige Beispiele, welche Angebote wir bereithalten:

### **Digitalisierte Prozesse**

Wir automatisieren konsequent unsere Abläufe. Das tun wir, um uns voll und ganz auf das Wesentliche konzentrieren zu können: unsere Kunden umfassend, individuell, kompetent und empathisch zu beraten. Mit dieser digitalen Ausrichtung der Mercedes-Benz BKK wollen wir unsere Kunden begeistern. Sie stehen im Mittelpunkt bei allem, was wir tun. Und sie entscheiden, auf welchem Weg sie Kontakt zu

uns aufnehmen. Bei aller Digitalisierung bleiben wir eine Krankenkasse, für die der persönliche Kontakt und die persönliche Nähe entscheidend sind – wo immer es nötig ist und unsere Kunden es erwarten. Wir setzen alles daran, unsere Kunden zu unterstützen, gesund zu bleiben oder wieder gesund zu werden.



### **Team Digitale Services**

Im Team Digitale Services bündeln wir unser Know-how rund um unsere Kontaktkanäle.

### **Videoberatung**

Unsere Videoberatung gehört ergänzend zur persönlichen Betreuung zum Standard in allen Kundenservice-Regionen. Der Bedarf dafür ist da, wie das äußerst positive Feedback zeigt. Unsere Kunden schätzen diesen zusätzlichen Kontaktkanal, der die telefonische und persönliche Beratung in unseren Kundencentern vor Ort ergänzt.

### **Größtmögliche Transparenz**

Damit Versicherte verschiedene Anbieter miteinander vergleichen und eine fundierte Entscheidung treffen können, welche Krankenkasse für sie individuell die richtige ist, benötigen sie Transparenz über die Abläufe und Entscheidungen einer Krankenkasse. Kennzahlen zu Leistungsgeschehen, Service und Kundenorientierung geben Aufschluss über die Qualität einer Kasse. Wir gehen offen mit solchen Zahlen um und waren eine der ersten Krankenkassen, die jährlich einen Transparenzbericht veröffentlicht. Wir tun dies freiwillig, ohne dass bisher eine gesetzliche Verpflichtung dazu besteht.

### **Kunden begeistern**

Für unsere Kunden wollen wir erlebbar sein, einzigartig und unverwechselbar – ein modernes Dienstleistungsunternehmen, das den Menschen in den Mittelpunkt stellt und dem die Kunden vertrauen. Kunden – das sind unsere Versicherten und natürlich auch unsere beiden Trägerunternehmen, die Mercedes-Benz Group AG und die Daimler Truck Holding AG.

### **Beratung auf Augenhöhe**

Wir sind eine moderne, innovative Krankenkasse. Das bringt auch die Gestaltung unserer Kundencenters zum Ausdruck. In unseren Kundencentern begegnen wir unseren Versicherten auf Augenhöhe, im übertragenen wie im wörtlichen Sinn. Der Kunde soll sich bei uns wohlfühlen, dazu trägt die offene, kommunikative Atmosphäre unserer Kundencenters bei.

### **Größte betriebsbezogene BKK**

Mit 317.659 Versicherten (Stand: 1.1.2025) sind wir die größte rein betriebsbezogene Betriebskrankenkasse in Deutschland.

Im Ranking aller 94 Krankenkassen liegen wir damit auf Platz 34. Wenn man bedenkt, dass es vor rund 20 Jahren noch knapp 1.000 unterschiedliche Anbieter gab,

können wir stolz darauf sein, dass wir uns in diesem von Wettbewerb geprägten Markt als rein betriebsbezogene Kasse so gut behaupten.

# Top-Bewertungen von unseren Kunden

1. Platz  
für unsere  
Kundenbetreuung

Eine hohe Kundenzufriedenheit ist eines unserer wichtigsten Ziele. Daher führen wir regelmäßig eigene Kundenbefragungen durch oder nehmen an Erhebungen wie beispielsweise dem Kundenmonitor Deutschland teil. Die Ergebnisse der letzten Jahre zeigen, dass wir unseren Platz unter den besten Krankenkassen dau-

erhaft behaupten. Das rührt vor allem daher, dass wir die Rückmeldungen unserer Kunden und ihre Hinweise auf Verbesserungspotenzial ernst nehmen. Kontinuierlich optimieren wir unsere Abläufe im Hinblick auf noch mehr Kundenorientierung.

## **Kundenbefragung 2024**

Unsere aktuelle Kundenbefragung bestätigt das positive Bild der vorangegangenen fünf Erhebungen: Unsere Versicherten vertrauen uns, sind loyal und fühlen sich bei uns aufgehoben. Sie wissen, dass sie sich auf uns verlassen können, wenn es darauf ankommt. Als leistungsstarke Krankenkasse ist es unser Ziel, unsere Kunden in jeder Lebens-



phase bestmöglich zu versorgen. Für die sehr guten Befragungsergebnisse wurden wir mit vier Gütesiegeln ausgezeichnet:

- Betreuung: 1. Platz
- Kundenzufriedenheit: hervorragend
- Leistungs- und Serviceangebot: sehr gut
- Preis-Leistungs-Verhältnis: sehr gut

Die außerordentlich hohe Beteiligungsquote von 22 Prozent zeigt, dass unsere Kunden sich uns verbunden fühlen. Hier weitere Ergebnisse unserer Befragung:

#### **Zufriedenheit insgesamt**

Wir belegen den 2. Platz im Vergleich aller teilnehmenden Krankenkassen.

#### **Vertrauen**

96 Prozent der Befragten würden sich „ganz sicher“ oder „wahrscheinlich“ wieder für uns entscheiden – der höchste Wert im Marktvergleich. 97 Prozent der Befragten geben an, auch in fünf Jahren noch bei uns versichert zu sein – ebenfalls höchster Wert im Marktvergleich.



„  
Unsere Betreuung:  
bester Wert  
am Markt

### Leistungs- und Serviceangebot

92 Prozent der Befragten sind mit unserem Angebot insgesamt zufrieden. Dritter Rang im Marktvergleich.

### Betreuung

96 Prozent sind mit der Betreuung insgesamt zufrieden. Das ist der beste Wert im Markt.

### Digitalisierung

94 Prozent der Befragten sind zufrieden mit unseren Online-Angeboten und -Services. Das ist der 3. Platz im Vergleich mit anderen Kassen.



### Kundenmonitor Deutschland

Der Kundenmonitor® Deutschland, herausgegeben von Service-Barometer AG, wurde 1992 als wissenschaftliches Forschungsprojekt initiiert, um aussagekräftige und methodisch abgesicherte Kennzahlen zur Kundenorien-

tierung einzelner Branchen zu liefern. Die Ergebnisse sind repräsentativ.

Zum zweiten Mal in Folge erzielten wir 2024 Spitzenwerte und gehören damit zu den besten Krankenkassen in Deutschland. Auffällig ist, dass BKK-Versicherte insgesamt deutlich zufriedener sind als Versicherte anderer Kassenarten.

- Gesamtzufriedenheit: 3. Platz
- Leistungsumfang: 1. Platz
- Loyalität: 1. Platz
- Wiederwahlabsicht: 1. Platz
- Umfang der Online-Services: 1. Platz



### **„Mein Feedback“**

Unabhängig von diesen Befragungen können uns unsere Kunden jederzeit proaktiv Feedback geben, nicht nur, wenn wir sie ausdrücklich dazu einladen. In unserem Online-Kundencenter steht ihnen beispielsweise dafür der Kanal „Mein Feedback“ zur Verfügung. Diese Rückmeldungen liefern uns wichtige Hinweise, wo wir stehen: Was läuft gut? Wo können wir uns verbessern und Prozesse optimieren, indem wir sie beispielsweise einfacher oder schlanker gestalten? Als Bestandteil unseres Qualitätsmanagements dokumentieren wir jede

einzelne – positive wie negative – Rückmeldung und werten sie aus. So stellen wir unsere Kunden und ihre Bedürfnisse in den Mittelpunkt.

### **Customer Journey**

Bevor ein Interessent sich für die Mitgliedschaft in der Mercedes-Benz BKK entscheidet, durchläuft er verschiedene Stationen – das ist seine Customer Journey (wörtlich: Kundenreise). Und auch als Kunde gibt es immer wieder neue Anlässe für eine solche Reise: immer dann, wenn er ein Anliegen mit uns klären möchte. Auf seinem Weg, dieses Anliegen zu erledigen, hat der Kunde einen oder mehrere Kontaktpunkte mit uns (Touchpoints).

Je mehr wir darüber wissen, welche Kontaktpunkte die Kunden durchlaufen und wie sie uns auf ihrer jeweiligen Customer Journey erleben, desto individueller können wir auf ihre Bedürfnisse eingehen und sie begeistern. Um herauszufinden, was unsere Kunden auf ihrer Reise mit uns erleben, befragen wir sie nach ihren Erfahrungen und versuchen, uns so gut wie möglich in ihre Lage zu versetzen. Unsere bisherigen Mitgliederbefragungen haben uns Zahlen geliefert, die

uns die Zufriedenheit der Kunden mit unseren Leistungen und Services belegen. Sie haben rein statistische Aussagekraft, beschreiben die Themen aber nicht. Deshalb lassen wir auch qualitative Befragungen im direkten Gespräch mit ausgesuchten Kunden durchführen. Qualitative Befragungen haben zum Ziel, tief in ein Thema einzutauchen und Informationen zu Motivation, Denkweise und Haltung der Befragten zu erhalten. Die Hinweise, die uns unsere (potenziellen) Kunden geben, werten wir aus und leiten Maßnahmen daraus ab, um das Kundenerleben an den einzelnen Touchpoints zu verbessern.

Das alles tun wir, weil uns die Interessen und Bedürfnisse unserer Kunden wichtig sind. Wir stellen den Menschen in den Mittelpunkt und denken unsere Abläufe konsequent vom Kunden aus.



Zeitnahe  
Fernbehandlung

## Beispiele unserer Extraleistungen

### **Online-Arzt**

Mit diesem 2024 eingeführten Angebot schließen wir für unsere Kunden Lücken in der medizinischen Versorgung. Viele Versicherte machen immer öfter die Erfahrung, lange auf einen Arzttermin warten zu müssen. Bei zahlreichen akuten Erkrankungen – zum Beispiel Hautauffälligkeiten – kann eine erste Einschätzung per Videotelefonie Abhilfe schaffen oder zumindest die Zeit bis zum Besuch in einer Praxis vor Ort überbrücken. Mit der TeleClinic App erhalten unsere Kunden zeitnah eine Fernbehandlung.

### **Facharzt-Terminservice**

Dieser Service unterstützt unsere Kunden mit der Vermittlung eines schnelle(re)n Termins bei Haus- und Fachärzten. Versicherte, die zeit- und ortsnahe einen Termin brauchen, können sich telefonisch oder online an ein medizinisches Expertenteam wenden. Dabei werden individuelle Bedarfe und Gegebenheiten berücksichtigt, wenn es beispielsweise bereits einen Termin gibt und Kunden nicht so lange warten können. Und sie können angeben, in welchem Umkreis nach einem Mediziner gesucht werden soll.



### **Gesundheitstelefon**

Das Gesundheitstelefon ist unsere 24-Stunden-Hotline für medizinische Themen. Rund um die Uhr beantwortet ein Expertenteam Fragen zu bestimmten Erkrankungen und deren Behandlungsmöglichkeiten, zu Medikamenten und ihren Wechselwirkungen oder hilft bei der Suche nach Kliniken, Ärzten und anderen Leistungserbringern in einer bestimmten Region. Ärzte und Apotheker beraten kompetent und zuverlässig.

### **Impfungen**

Impfungen gehören erwiesenermaßen zu den wirksamsten und wichtigsten vorbeugenden Gesundheitsmaßnahmen. Wir übernehmen die Kosten für alle ärztlich empfohlenen Schutzimpfungen im Inland. Auch für beruflich erforderliche Auslandsaufenthalte notwendige Impfungen tragen wir die Kosten.

### **Bonusprogramm**

#### **100 PRO AKTIV**

Wir belohnen das gesundheitsbewusste Verhalten unserer Versicherten. Wer gesund lebt, Sport treibt und die Möglichkeiten der medizinischen Vorsorge nutzt, erhält dafür einen Bonus – für jede einzelne absolvierte Maßnahme 10 Euro. Einfach und bequem können die Teilnehmenden Aktivitäten digital dokumentieren und die Auszahlung online beantragen.

### **Gesund schwanger**

Unser Vorsorge-Plus für werdende Mütter heißt „Gesund schwanger“. Das Programm zielt auf die Verhinderung von Frühgeburten ab. Mit zusätzlichen Leistungen beim Frauenarzt ist es möglich, individuelle Risikofaktoren rechtzeitig zu erkennen und Frühgeburten vorzubeugen. Zu den Zusatzleistungen gehören ein Risikoscreening per Fragebogen, ein Infektionsscreening sowie bei medizinischer Indikation eine Ultraschalluntersuchung in der Frühschwangerschaft.



### **Private Zusatzversicherungen**

Private Zusatzversicherungen sind eine sinnvolle Möglichkeit, den gesetzlichen Krankenversicherungsschutz zu ergänzen. Auf diesem Gebiet sind die

Kolleginnen und Kollegen der Mercedes-Benz Versicherungsservice GmbH unser Kooperationspartner. Sie kennen den Markt und sind in der Lage, qualitätsgesicherte Produkte mit einem

sehr guten Preis-Leistungs-Verhältnis zu vermitteln, zum Beispiel im Bereich Pflege, Krankentagegeld und Auslandsreisekrankenversicherung.



# | 2 Innovative Services und Leistungen



Digitalisierung und technischer Fortschritt sind im Gesundheitswesen unverzichtbar. Digitale Angebote tragen dazu bei, die Effizienz und Transparenz in vielen Bereichen zu steigern und so die medizinische Versorgung zu verbessern.

**Mercedes-Benz BKK App**

Über das digitale Postfach lassen sich wichtige Dokumente sicher übertragen.

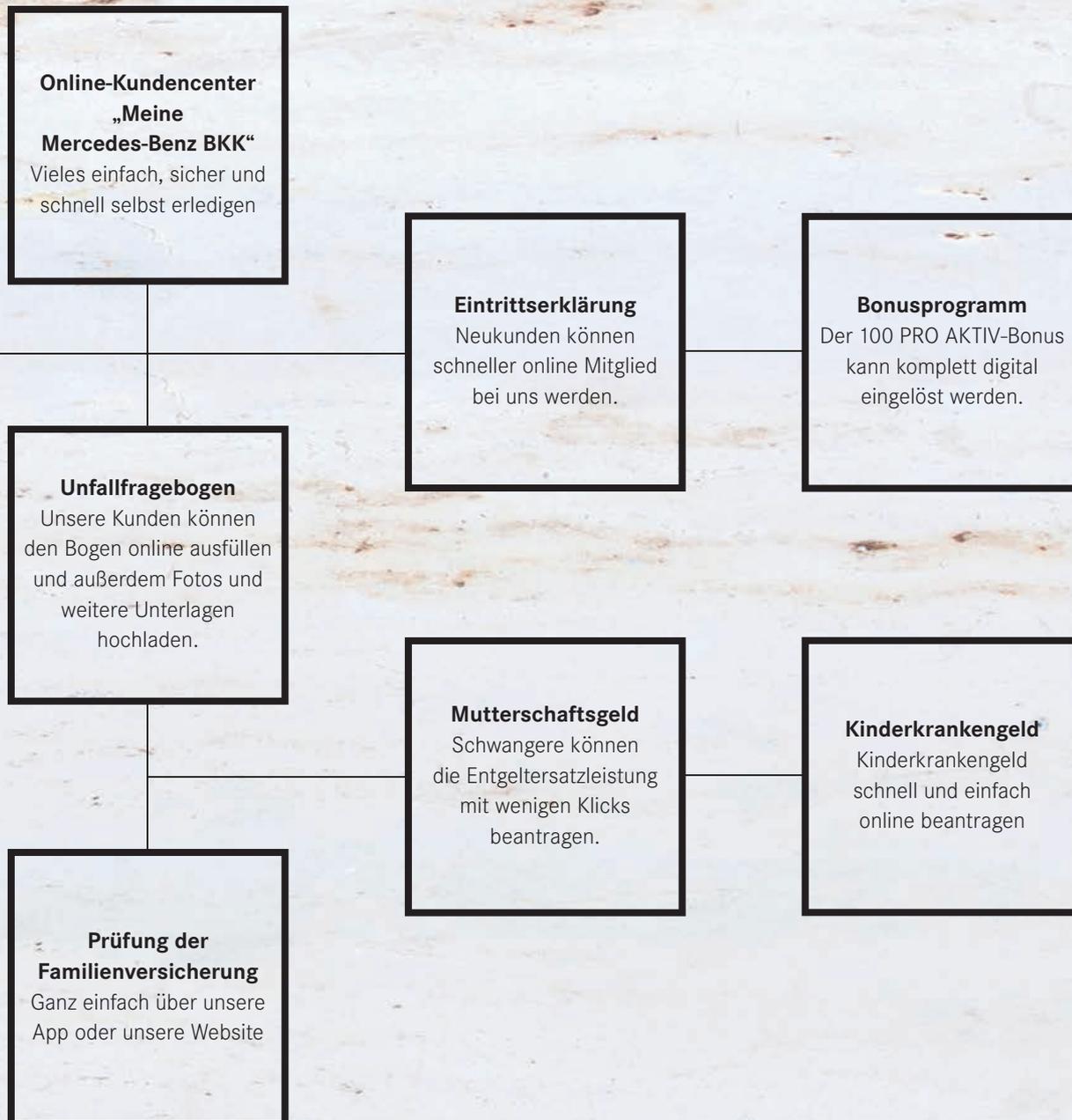
## Das Leben leichter machen

Was in vielen Lebensbereichen selbstverständlich geworden ist – Dienstleistungen als Kunde selbst schnell und einfach online zu erledigen –, ist auch im Kontakt mit der Krankenkasse gelebte Realität. Digitale Services und Versorgungsmöglichkeiten steigern die Effizienz und Transpa-

renz und verbessern so die gesundheitliche Versorgung unserer Versicherten.

Unsere Kunden haben die Wahl, ob sie unsere Vielzahl an digitalen Angeboten nutzen oder weiter auf die bisherige Weise mit uns kommunizieren. Auch in digitalen

Zeiten bleiben wir eine Krankenkasse zum Anfassen. Wir sind mit Kundencentern vor Ort, hier erhalten die Versicherten persönliche, individuelle Beratung durch kompetente Fachleute. Das wird auch in Zukunft so sein. Gleichzeitig erweitern wir kontinuierlich unsere digitalen Angebote.



### **Mercedes-Benz BKK App**

Mit der Mercedes-Benz BKK App haben unsere Kunden unseren Service immer zur Hand – zeit- und ortsunabhängig. Highlight ist das digitale Postfach, das den sicheren Austausch von Dokumenten zwischen unseren Kunden und uns ermöglicht. Außerdem stehen verschiedene

Self-Services und digitale Versorgungsangebote zur Verfügung. Sämtliche per App übermittelten Dokumente wie beispielsweise Fragebögen zur Prüfung der Familienversicherung, Kinderkrankengeldbescheinigungen oder Rechnungen fließen automatisch zur elektronischen Weiterverarbeitung in unsere IT-Systeme ein.

Die auf diese Weise gewonnene Zeit kommt unseren Versicherten bei der individuellen Beratung zugute.

„Meine Mercedes-Benz BKK“ ist unser Online-Kundencenter. Jederzeit und überall können mit ihrem persönlichen Passwort registrierte Kunden hier viele Dinge schnell, einfach und sicher selbst erledigen, von der Adressänderung bis zur Ausstellung einer Mitgliedsbescheinigung. Einloggen können sich unsere Kunden über unsere Website oder unsere Mercedes-Benz BKK App – die Funktionen sind identisch.

## Einfach online

Alles erledigt mit wenigen Klicks



### Webformular Familienversicherung

Aus der App heraus oder über unsere Website können Versicherte den regelmäßig auszufüllenden Fragebogen zur Prüfung der Familienversicherung beantworten. Das spart nicht nur Zeit und Porto, sondern sorgt gleichzeitig für eine hohe Prozesseffizienz: Das Computerprogramm nimmt den Versicherten an die Hand und stellt sicher, dass er alle notwendigen Fragen beant-

wortet – vorher ist das Abschicken des Fragebogens nicht möglich. Das Programm „erkennt“ sich widersprechende Antworten und weist den Versicherten darauf hin.

### Webformular Mutterschaftsgeld

Schnell und einfach ist der Zugang zum Mutterschaftsgeld. Mit unserem Webformular beantragen Schwangere die Entgeltersatzleistung mit wenigen Klicks online.

### Webformular Unfallfragebogen

Unsere Versicherten können den Unfallfragebogen online ausfüllen. Einen solchen Fragebogen erhalten Kunden immer dann, wenn es zu prüfen gilt, ob ein Unfall vorliegt. Ist das der Fall, machen wir Schadenersatzforderungen gegenüber anderen Unfallbeteiligten geltend. Als besonderen Service für unsere Trägerunternehmen ziehen wir auch Ersatzansprüche aus der Entgeltfortzahlung bei entschädi-



gungspflichtigen Unfällen ein (siehe auch Seite 57). Anhand weniger Klicks kann der Kunde den Bogen ausfüllen sowie außerdem Fotos und weitere Unterlagen hochladen.

#### **Online-Eintrittserklärung**

Papier war gestern, schneller werden Neukunden online Mitglied bei uns. Mit nur wenigen Klicks können Interessenten das Formular ausfüllen. So machen wir den Krankenkassenwechsel so einfach wie möglich.

#### **YouTube**

Wir haben einen eigenen YouTube-Kanal. Dort zeigen wir beispielsweise Filme über die Ausbildung in der Mercedes-Benz BKK, unsere Mercedes-Benz BKK App oder mit Tipps rund um die Gesundheit.

# Innovative Versorgungsangebote

## Digitale Gesundheitsanwendungen

Ärzte und Psychotherapeuten können ihren Patienten digitale Gesundheitsanwendungen (DiGA) per Rezept verordnen, auch Krankenkassen können ihren Versicherten Anträge auf Nutzung solcher Anwendungen genehmigen. Eine DiGA als App oder webbasierte Anwendung soll dazu beitragen, eine Krankheit zu erkennen, zu behandeln oder zu lindern. Entsprechende Anwendungen müssen hohe Anforderungen hinsichtlich Sicherheit, Qualität, Funktion und Datenschutz erfüllen.

Die Bandbreite ist groß: DiGA erfassen Daten und ermöglichen interaktiv eine erste Selbstdiagnose. Als Tagebuch dokumentieren sie Symptome und Messwerte und werten sie aus. So können Nutzer bestimmte Muster oder Veränderungen frühzeitig erken-

nen, sie können die erhobenen Werte an ihren Arzt weiterleiten, so dass dieser kontinuierlich über den Verlauf der Krankheit im Bilde ist. Ebenso vielfältig sind die Krankheitsbilder, bei denen DiGA zum Einsatz kommen: Diabetes, Migräne, Adipositas, Herz-Kreislauf-Erkrankungen und psychische Erkrankungen sind nur einige Beispiele.

Im Berichtsjahr 2024 haben unsere Versicherten 2.005 Codes für die kostenfreie Nutzung einer DiGA eingelöst.

Innovatives Projekt:  
Zeit bis zur  
Psychotherapie  
überbrücken

## QUATEMAR

Das Forschungsprojekt QUATEMAR hilft dabei, die Wartezeit bis zum Beginn einer Psychotherapie zu überbrücken. Der Name leitet sich ab aus „Qualifizierte Therapieaufnahmeförderung nach Empfehlung einer ambulanten



Richtlinienpsychotherapie“. Kurz gesagt geht es darum, Versicherte bei einer schnellen Therapieaufnahme zu unterstützen und während der Wartezeit besser zu begleiten. Das zweiteilige Projekt im Rahmen des Innovationsfonds des Gemeinsamen Bundesausschusses beinhaltet ein Versorgungsangebot und eine wissenschaftliche Begleitstudie. Die Teilnehmer erhalten entweder Zugang zu einer speziellen

App mit Tipps für die Therapieplatzsuche oder zu telefonischen Coachings zur Stabilisierung des eigenen Wohlbefindens oder zu einer Website. Bei Erfolg könnte QUATEMAR dauerhaft in die Versorgung der gesetzlichen Krankenkassen aufgenommen werden.

### Für krebskranke Kinder

Mit diesem Versorgungsangebot ermöglichen wir krebskranken Kindern die derzeit beste verfügbare Diagnostik und Therapieempfehlung nach dem aktuellen Stand der Technik. Jährlich erleiden in Deutschland etwa 500 an Krebs erkrankte Jungen und Mädchen einen Rückfall. In dieser Situation sind vor allem Schnelligkeit und hohe Qualität gefragt, um Therapiemöglichkeiten auszuloten. Denn bei Kindern wachsen Tumore sehr viel schneller als bei



Erwachsenen und sind deutlich aggressiver. Durch die im Rahmen des Versorgungsangebots mit dem Deutschen Krebsforschungszentrum und der Uniklinik Heidelberg vorgesehene gezielte Diagnostik können für Kinder, bei

denen herkömmliche Behandlungen nicht mehr anschlagen, Alternativen gefunden werden wie Immuntherapien und Therapien, die molekulare und genetische Schwachstellen der Krebszellen angreifen.

### Facharztvertrag Psychotherapie

Damit erhalten Versicherte in Baden-Württemberg schneller Zugang zur psychotherapeutischen Behandlung. Kunden, die dieses Angebot zur besonderen Versorgung nutzen, profitieren von kürzeren Wartezeiten ohne prozessuale Hürden.



### Achtsamkeits-App 7Mind

Achtsamkeit ist ein gesellschaftlicher Megatrend. Wissenschaftliche Studien belegen die positiven Effekte von Achtsamkeitsmeditation auf Wohlbefinden und Gesundheit, Gelassenheit, Schlaf, Kreativität sowie Stressmanagement. Wir übernehmen für unsere Versicherten ein Jahr lang die Kosten der Achtsamkeits-App 7Mind. Das Angebot beinhaltet außerdem folgende Gesundheitskurse: „Achtsamkeitsbasiertes Stressmanagement (ABSM)“, „Progressive Muskelentspannung“, „Erholsamer Schlaf“, „Resilienz im Umgang mit Stress“ und „Autogenes Training“.



### BabyCare-App

Die App bietet Frauen ein Vorsorgeprogramm für eine gesunde Schwangerschaft und zur Vermeidung von Frühgeburten. Wir übernehmen die Kosten dafür.

### **Hausarzt\***

Schon rund 30.000 Versicherte haben sich für ihren Hausarzt als Lotsen entschieden und in die hausarztzentrierte Versorgung eingeschrieben. Nutzer des Angebots Hausarzt\* haben unter anderem die Möglichkeit, jährlich den Gesundheits-Check-up ab 35 Jahren in Anspruch zu nehmen, in Bayern alle zwei Jahre. Leuchtturmprojekt in der Region Nordrhein und Baden-Württemberg der Kassenärztlichen Vereinigung ist die Cardisiographie: Mit diesem 3-D-Vektor-EKG lassen sich Anzeichen einer entstehenden oder bestehenden Herzerkrankung früh, einfach, schnell und präzise erkennen. Es handelt sich um ein innovatives, durch künstliche Intelligenz (KI) gestütztes Verfahren.



### **Kompass Gesundheit**

Unter dem Namen „Kompass Gesundheit“ bieten wir unseren Kunden spezielle Versorgungsbausteine an, die ihnen im unübersichtlichen Gesundheitswesen Orientierung geben und dabei unterstützen, die in ihrer individuellen Situation am besten geeignete Behandlung zu finden. Zwei Versorgungsmodule stehen unseren Versicherten derzeit zur Verfügung, dabei geht es um die spezielle Beratung für Versicherte mit Multipler Sklerose sowie um ein breit gefächertes, niedrigschwelliges Angebot für Versicherte mit psychischen Belastungen verschiedenster Art. Weitere Module im Rahmen dieser Kompass-Reihe folgen.

### **Preventicus Heartbeats App**

Mit dieser App können Versicherte ihren Herzrhythmus prüfen. Vorhofflimmern kann so frühzeitig entdeckt und das Schlaganfallrisiko mit einer Behandlung gezielt reduziert werden. Das kostenlose Vorsorgeprogramm lässt sich einfach im Alltag umsetzen. Bei Auffälligkeiten erhalten die Teilnehmer innerhalb kurzer Zeit einen Termin zur Abklärung bei einem Kardiologen. Das Angebot richtet sich an Versicherte ab 65 Jahren bzw. bei bestimmten Vorerkrankungen ab 45 Jahren.

### **mpMRT**

Die multiparametrische Magnetresonanztomografie (mpMRT) ermöglicht eine präzise Diagnostik bei Prostatakrebs. Eine schnelle Diagnose ist wichtig, um zeitnah und zielgerichtet eine Behandlung einzuleiten. Bei einem bereits vorhandenen Verdacht auf einen Tumor gibt die Methode Klarheit über dessen Lage, Größe und Aggressivität. Wir übernehmen einmalig die Kosten der Diagnostik bei am Vertrag teilnehmenden Ärzten.



# | 3 Mehrwerte für unsere Trägerunternehmen



### **Exklusiv und betriebsbezogen**

Wir haben zwei Trägerunternehmen: die Mercedes-Benz Group AG und die Daimler Truck AG. Die Beschäftigten beider Firmen können sich exklusiv bei uns versichern. Wir sind stolz darauf, für beide Unternehmen einzigartige Mehrwerte zu erbringen.



Gemeinsam gegen Krebs:  
aktive Maßnahmen  
zur Vorbeugung

**Als eine der tragenden Säulen der betrieblichen Gesundheits- und Sozialpolitik kümmern wir uns kompetent und engagiert um die Gesundheit der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, fördern deren Zufriedenheit und steigern so die Attraktivität unserer Trägerunternehmen als Arbeitgeber. Wir bieten hohe Betreuungsqualität in unmittelbarer Nähe zum Arbeitsplatz. Diese spezielle Ausrichtung als unternehmensexklusive BKK kommt sowohl den Beschäftigten als auch unseren Trägerunternehmen zugute.**

## care life

**Gesundheitskampagnen**  
Gemeinsam mit Health & Safety haben wir die zweijährige Gesundheitskampagne „Care Life – gemeinsam gegen Krebs“ umgesetzt, die 2024 zum Abschluss kam. Anhand von Webinaren und Podcasts konnten sich die Beschäftigten über die häufigsten Tumorerkrankungen informieren: Haut-, Lungen-, Darm-, Hoden- und Prostatakrebs. Die Kampagne klärte über aktive Maßnahmen zur Vorbeugung auf – Stichwort Lebensweise – und sensibilisierte für die Bedeutung von Vorsorgeuntersuchungen. Stark nachgefragt waren vor allem die vor Ort angebotenen Screenings. Die gute Resonanz unterstreicht ein-

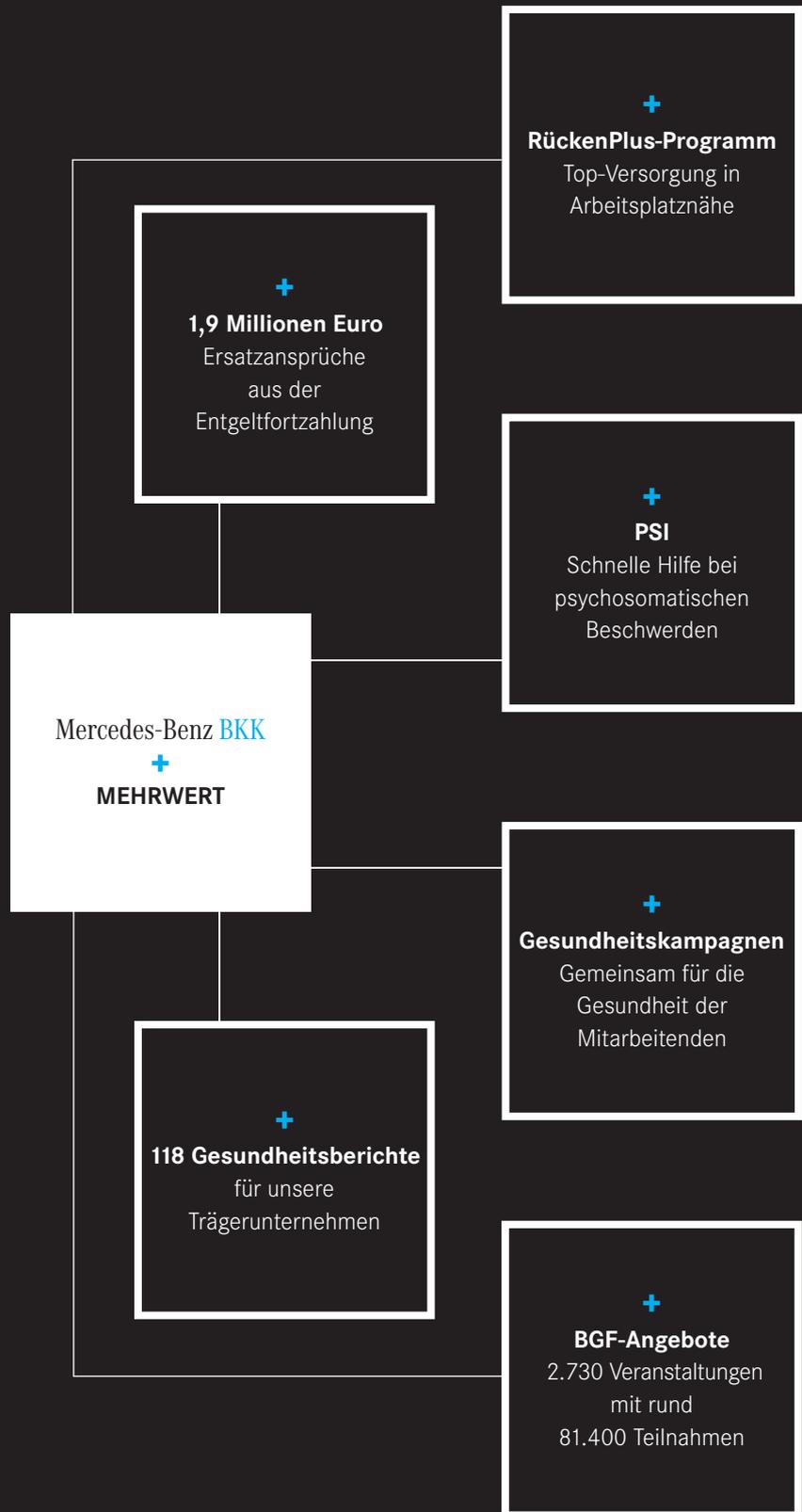
mal mehr, wie effektiv betriebliche Gesundheitsförderung ist: Die Beschäftigten profitieren von kurzen Wegen und zeitnahen Terminen. Im laufenden Jahr widmet sich die Kampagne „Achte auf Dich“ der psychischen Gesundheit.

Initiiert werden diese Gesundheitskampagnen regelmäßig vom Verein BKV. In der Interessengemeinschaft Betriebliche Krankenversicherung e. V. haben sich betriebsbezogene und betriebsnahe Krankenkassen zusammengeschlossen. Der Verein macht durch gezielte Öffentlichkeitsarbeit auf die Mehrwerte aufmerksam, die betriebsnahe Krankenkassen für ihre Trägerunternehmen erbringen, und fungiert als Sprachrohr gegenüber der Politik. Mehr dazu unter [www.bkv-verein.de](http://www.bkv-verein.de).

## Gesundheitsberichte

Unsere Gesundheitsberichte geben einen Überblick über die Verteilung von Arbeitsunfähigkeit (AU) an einzelnen Standorten sowie im gesamten Unternehmen – selbstverständlich unter strenger Wahrung des Datenschutzes.

Die wichtigsten Kennzahlen zur AU werden in einem klar strukturierten Dashboard präsentiert. Dieses ist intuitiv bedienbar und ermöglicht es, die Inhalte auf einen Blick zu erfassen. Mit dem Dashboard bieten wir dem betrieblichen Management einen wertvollen Überblick über das AU-Geschehen an den jeweiligen Standorten. Darüber hinaus werden umfassende Auswertungen zum AU-Geschehen in einem detaillierten Bericht auf Basis von PowerBI dargestellt. Insgesamt haben wir für unsere beiden Trägerunternehmen 118 Berichte für die Produktionsstandorte, Niederlassungen und Logistikzentren erstellt. Die darin enthaltenen Kennzahlen fließen in den von Health & Safety an den Standorten geführten Prozess des Gesundheitsmanagements (GM) ein. Damit leisten wir einen wichtigen Beitrag zu einem ganzheitlich konzipierten betrieblichen Gesundheitsmanagement und somit zur Gesundheit der Beschäftigten in unseren Trägerunternehmen.



## **Verhaltens- und Verhältnisprävention**

Es ist längst ein Erfolgsmodell: unser Bonusmodell zur Betrieblichen Gesundheitsförderung (BGF). Neben allen Werksstandorten nahmen auch alle Vertriebsregionen und Logistikcenter an dem einzigartigen Modell teil. Von den daraus finanzierten Maßnahmen zur Gesundheitsförderung profitieren alle teilnehmenden Beschäftigten, unabhängig von der Mitgliedschaft in unserer BKK.

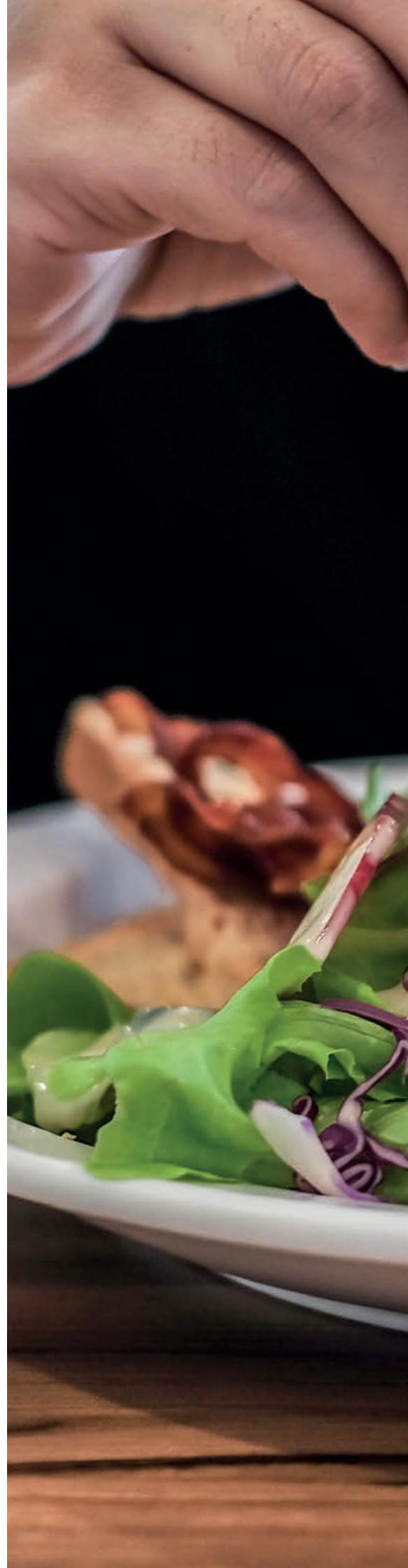
Beispiele sind die zahlreichen verhaltenspräventiven Maßnahmen wie etwa Physiotraining am Arbeitsplatz, Gesundheitsimpulse zu Achtsamkeit und Resilienz sowie Qualifizierungen zur gesundheitsgerechten Führung. Investiert haben wir auch in die Verhältnisprävention, auf diesem Gebiet arbeiten wir eng mit der werkseigenen Gastronomie zusammen.

In Kooperation mit einem externen Institut wurden alle Speisepläne analysiert und Rezepturen sowie Zubereitungen nach Kriterien wie beispielsweise Salzgehalt, Fleischanteil, Garmethode und Warmhaltezeiten bewertet (Audits). Das Resultat ist ein Ampelsystem, anhand dessen die Kantine Gäste schnell und einfach erfassen können, welche

Gerichte zu einer ausgewogenen und gesundheitsorientierten Ernährung beitragen.

2024 wurden 18 Audits durchgeführt. Durch die Anpassung der Rezepturen und Zubereitungsmethoden konnte der Anteil an „grünen“ Gerichten kontinuierlich erhöht werden, was den Gesundheitswert des gastronomischen Angebots verbessert hat. Die Kombination aus gesund und schmackhaft kommt bei den Beschäftigten an: Die Nachfrage nach grünen Produkten steigt stetig, daher wurde im Rahmen der Kooperation 2024 zu einer bundesweiten Rezepte-Challenge aufgerufen: Die Mitarbeitenden waren eingeladen, ihr Lieblings-Wohlfühlrezept einzusenden. Mehr als 80 Rezepte haben die Jury erreicht. Die drei Gewinner-Menüs wurden temporär in den Speiseplan der Mercedes-Benz Gastronomie aufgenommen.

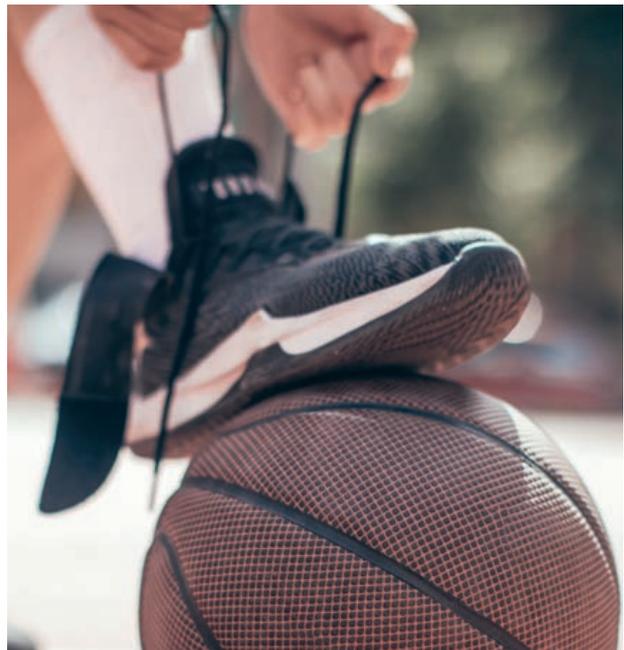
**Rezepte-Challenge:  
Mehr als 80 Rezepte  
haben die Jury  
erreicht**





Gesund essen  
in der Kantine:  
Die Nachfrage  
nach grünen Produkten  
steigt stetig

Im Rahmen der Verhältnisprävention wurden 2024 weitere Maßnahmen umgesetzt. Im Angestelltenbereich wurde die Gesundheit der Beschäftigten mit einem intelligenten Sitzassistenten aktiv gefördert: Mithilfe eines kleinen Monitors am Arbeitsplatz kann die Umgebung erfasst und ein präzises und anonymes Ergonomie- und Bewegungsmuster erstellt werden. Daraus werden bedarfsgerechte Übungen abgeleitet, die auf dem Monitor abgespielt und mit minimalem Aufwand in den Alltag integriert werden können. In der Produktion haben sich die von uns finanzierten Blackrollstations und five-Geräte bereits bewährt. Sie werden von den Beschäftigten zur Lockerung genutzt, eine gute Möglichkeit für eine gesunde Pause.



### **Betriebsnahe Gesundheitsförderung**

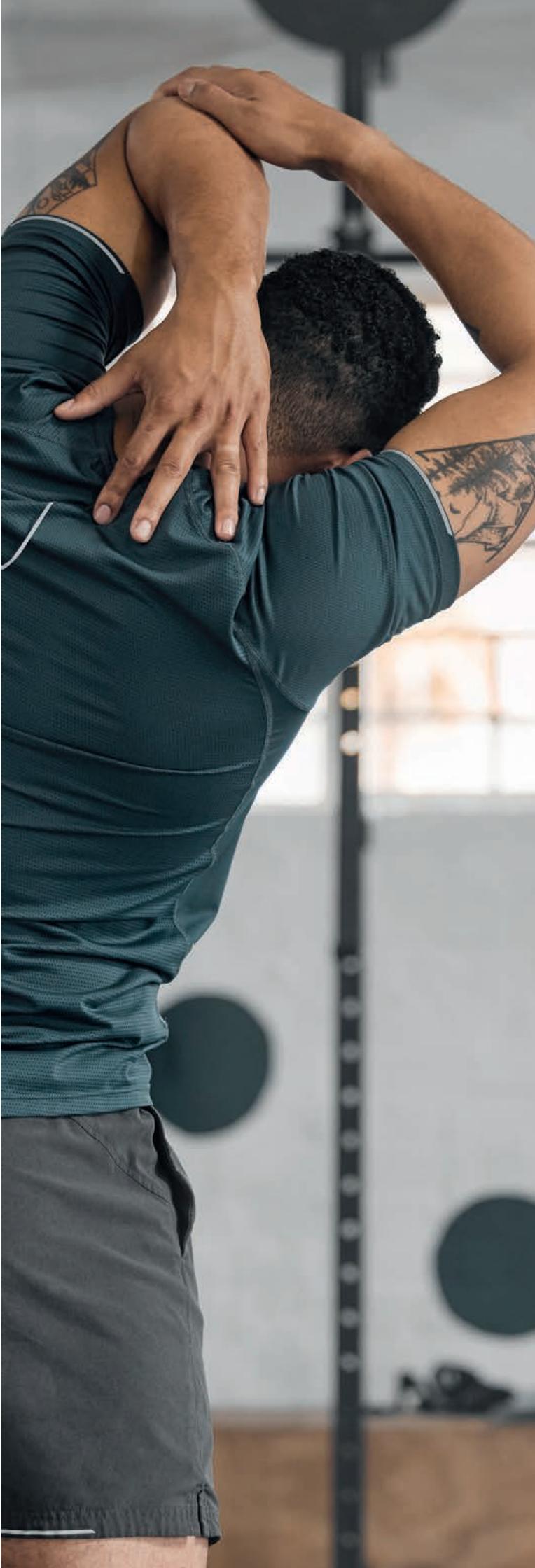
Nicht nur in den Betrieben selbst, sondern auch in betriebsnahen Lebensbereichen machen wir uns für die Gesundheitsförderung stark. So unterstützen wir gezielt die Prävention in der Betrieblichen Bildung, in den Sternchen-Kitas und im Sportverein SG Stern. Im Berichtsjahr fanden beispielsweise 15 Ferien-Sportcamps in Kooperation mit der SG Stern statt, 551 begeisterte Kinder nahmen teil.

### **eLearning – gesundes Lernen in Theorie und Praxis**

In Kooperation mit der Betrieblichen Bildung und Health & Safety haben wir ein eLearning entwickelt. Das Angebot unterstützt die Auszubildenden dabei, mit den Herausforderungen des Berufsalltags umzugehen, und begleitet sie insbesondere in Hochphasen wie Prüfungssituationen optimal mit Gesundheitstipps und Entspannungsübungen. Das eLearning wurde in die Lernplattformen unserer Trägerunternehmen integriert und wird in die Qualifizierungshistorie der Teilnehmenden überführt.



Mit eLearning  
den Berufsalltag meistern



### **RückenPlus-Programm**

Im RückenPlus-Programm haben Teilnehmer mit chronischen Beschwerden im Bereich Rücken, Hüfte, Schulter oder Knie die Möglichkeit, in 30 bis 36 betreuten Einheiten gezielt zu trainieren. 97 Prozent der teilnehmenden Versicherten geben an, dass sich ihr gesundheitliches Wohlbefinden verbessert hat. Ebenfalls 97 Prozent werden durch das Programm angeregt, mehr für die eigene Gesundheit und das Wohlbefinden zu tun. In enger Abstimmung mit dem Bereich Health & Safety wird „RückenPlus“ an allen Werksstandorten angeboten.

### **Psychosomatische Intervention**

Versicherte mit ersten psychosomatischen Beschwerden können durch die Mercedes-Benz BKK, die Werksärzte oder Sozialberater in die psychosomatische Intervention eingesteuert werden. In bis zu acht Einzelterminen sollen erste psychosomatische Beschwerden gelindert und einer drohenden Arbeitsunfähigkeit vorgebeugt werden. Das bewährte Angebot gibt es an zehn Standorten und erzielt spürbare Erfolge.

Bundesweit hilft die psychosomatische Intervention jedes Jahr 450 Versicherten. Eine schnelle Vergabe von Terminen bei Spezialisten und eine Empfehlung der richtigen Behandlung sind die Erfolgsfaktoren: 92 Prozent der Teilnehmer sind laut Befragung mit der psychosomatischen Intervention sehr zufrieden oder zufrieden.

### **Arbeitgeberservice**

Unser Arbeitgeberservice unterstützt und berät die Personal- und Entgeltbereiche unserer Trägerunternehmen in sämtlichen Fragen zur Sozialversicherung.

### **„SV-Wissen kompakt – Facts & News“**

Unter diesem Titel bieten wir in den Werken und Niederlassungen unserer Trägerunternehmen Jahreswechselfseminare an, in denen wir zu Änderungen in der Sozialversicherung schulen. An den Veranstaltungen 2024 nahmen 257 Beschäftigte teil. Ihre Bewertung fiel auch in diesem Jahr wieder überwiegend „sehr gut“ aus.

Begleitet haben wir außerdem die Informationsveranstaltung „Ruhestandsplanung für leitende Führungskräfte“. Dabei haben wir 79 Teilnehmende zu den sozialversicherungsrechtlichen Auswirkungen eines flexiblen Übergangs in den Ruhestand beraten.

### **Ersatzansprüche aus der Entgeltfortzahlung**

Wird ein Mitarbeiter durch Drittverschulden arbeitsunfähig, hat der Arbeitgeber gegenüber dem Verursacher Anspruch auf Schadensersatz für die Entgeltfortzahlung einschließlich Sonderzahlungen und Anteilen zum Krankenkassenbeitrag.

Für unsere Trägerunternehmen machen wir diese Ersatzansprüche geltend, ziehen sie ein und leiten sie weiter – 2024 waren dies insgesamt über 1,9 Mio. Euro (siehe auch Seite 57).

### **Umlage von Arbeitgeberaufwendungen**

Arbeitgeber sind verpflichtet, die Entgeltfortzahlung ihrer Beschäftigten bei Mutterschaft abzusichern. Diese Umlageversicherung (U2) beinhaltet die Erstattung der Arbeitgeberaufwendungen für das Mutterschaftsgeld sowie die Entgeltfortzahlung bei Beschäftigungsverböten. Wir bieten unseren Trägerunternehmen eine qualitativ hochwertige und kostengünstige Umlagekasse an (Beitragssatz im Berichtsjahr: 0,40%, aktuell: 0,30%). Im Vergleich zu anderen Anbietern realisieren wir damit eine Kosteneinsparung für unser Trägerunternehmen Mercedes-Benz Group AG von rund 7,2 Mio. Euro und für unser Trägerunternehmen Daimler Truck Holding AG von rund 2,2 Mio. Euro (jeweils gegenüber AOK Baden-Württemberg).

**Kosteneinsparung  
für unsere  
Trägerunternehmen:  
rund 9,4 Mio. Euro**

### **Unterstützung des HR-Bereichs**

Wir unterstützen HR bei Veranstaltungen aus den Themengebieten „Pflege“ und „werdende Eltern/Erziehende“. Support leisten wir, indem wir unser Know-how zur Verfügung stellen und die Kosten für externe Referenten übernehmen. In den gemeinsam mit HR durchgeführten Pflegeseminaren geht es in der Regel um Grundinformationen zu Themen wie Pflege, Finanzierung der Pflege, Vollmacht und Patientenverfügung sowie um den Umgang mit Demenz.

### **Community im Social Intranet**



Seit März 2020 sind wir mit einer eigenen Community im Social Intranet der Mercedes-Benz Group AG vertreten, seit März 2022 auch auf der Plattform der Daimler Truck AG. Ziel ist es, die Beschäftigten für das Thema Gesundheit zu sensibilisieren und ihnen alltagstaugliche Tipps an die Hand zu geben. So gab es beispielsweise im Berichtsjahr eine Videokampagne mit wöchentlichen Empfehlungen und Anregungen zu den Schwerpunkten Prävention, Achtsamkeit, Ernährung und digitale Services.



**Exkurs:**

**Initiative WERTGESCHÄTZT**

Betriebliches Gesundheitsmanagement fördern wir auch in einem ganz besonderen Bereich außerhalb unserer Trägerunternehmen: in Kliniken und Pflegeeinrichtungen. Gemeinsam mit anderen Betriebskrankenkassen unterstützen wir die Beschäftigten dieser Branche. Zu diesem Zweck wurde die Initiative „WERTGESCHÄTZT“ ins Leben gerufen, Initiatoren sind außerdem das Deutsche

Krankenhaus-Institut und die Team Gesundheit GmbH. Hintergrund ist das Pflegepersonalstärkungsgesetz, das die gesetzlichen Krankenkassen verpflichtet, jährlich mindestens 1,13 Euro je Versicherten für die Betriebliche Gesundheitsförderung in Kliniken und Pflegeeinrichtungen zu investieren. Die Initiative trägt dazu bei, das interne Betriebliche Gesundheitsmanagement von ambulanten und stationären Einrichtungen voranzubringen. Zum

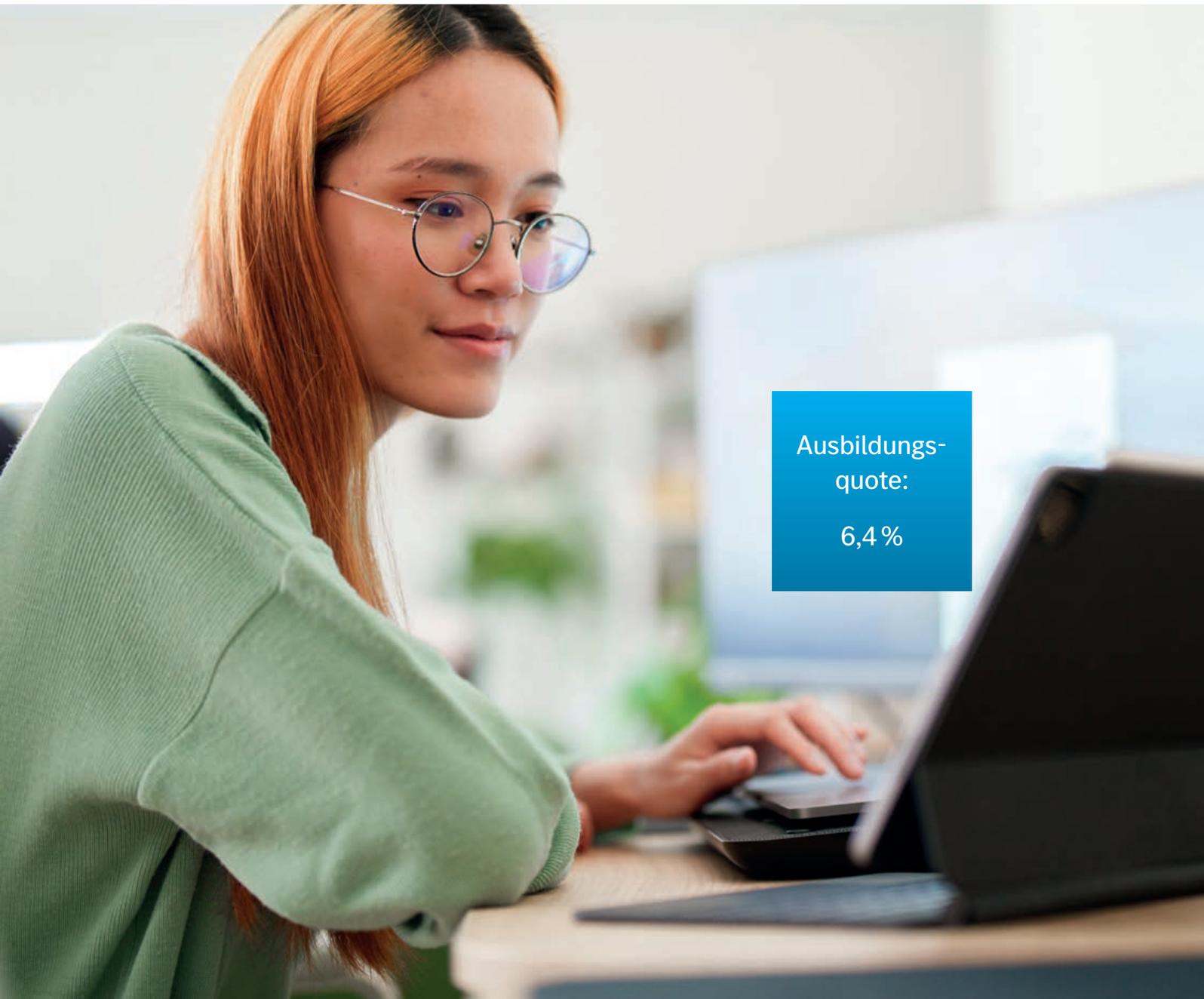
Beispiel durch Beratung, wie die jeweiligen Häuser ihre Arbeitsbedingungen gesundheitsförderlicher gestalten können. Auch die persönlichen gesundheitsbezogenen Kompetenzen der Beschäftigten werden gestärkt, zum Beispiel durch Vorträge und Seminare zu Themen wie Schichtarbeit, Resilienz oder wertschätzende Führung. Gesundheits-Checks werden ebenfalls angeboten.



# | 4 Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter



Die Mercedes-Benz Group AG stellt unser Personal, insgesamt 328 Beschäftigte waren es am 31.12.2024. 114 dieser Mitarbeitenden waren in Teilzeit tätig.



Ausbildungs-  
quote:

6,4 %

### **Ausbildung**

Die Ausbildung des Nachwuchses ist uns ein besonderes Anliegen. Im vergangenen Jahr bereiteten sich 21 Auszubildende auf den Beruf des Sozialversicherungsfachangestellten vor. Damit betrug die Ausbildungsquote 6,4 Prozent.

### **Qualifizierung**

Die Schulung und Weiterbildung unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter hat für uns einen hohen Stellenwert. Das Sozialversicherungsrecht ist komplex und für eine kompetente, empathische und serviceorientierte Beratung unserer Kunden ist es erforderlich, stets auf dem aktuellen Stand zu sein. Daher bieten wir unseren Mitarbeitenden die Möglichkeit, sich an der BKK Akademie berufsbegleitend zum

Krankenkassenfachwirt weiterzubilden. Der mit einer Prüfung abschließende Lehrgang vermittelt ausgewählte Fachthemen aus den Bereichen Leistungen, Versicherung, Finanzierung, Recht und Wirtschaft und befähigt unsere Absolventen zu eigenständiger fallbezogener Arbeit und ganzheitlicher Kundenbetreuung.

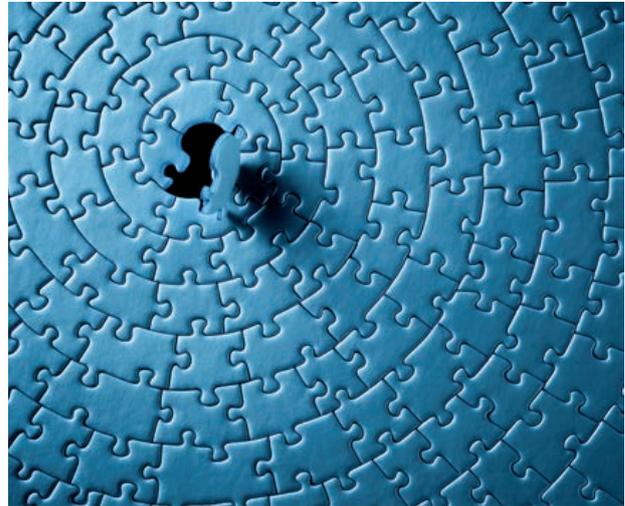
### **Mitarbeiterbefragungen**

Eine hohe Mitarbeiterzufriedenheit wirkt sich gleichzeitig auf die Zufriedenheit der Kunden aus. Als Teil der Mercedes-Benz Group AG nehmen wir daher an den regelmäßig stattfindenden Mitarbeiterbefragungen teil. Wir sehen in derartigen Befragungen eine Möglichkeit, die Zufriedenheit der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu stärken und Verbesserungspotenziale zu identifizieren. Dieses Instrument ist einer von mehreren Bausteinen innerhalb einer systematischen und offenen Kommunikation.

### **Moderne Formen der Zusammenarbeit**

Der von unseren Trägerunternehmen in Gang gesetzte Prozess der Kulturveränderung wird von unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern gelebt. Leadership 20X lautet das Stichwort. Ziel der Initiative ist es, über konkrete Maßnahmen einen Kulturwandel anzustoßen und zu unterstützen. Das betrifft Prozesse wie Personalentwicklung und Entscheidungsfindung ebenso wie Organisationsstrukturen, Arbeitsmethoden und -werkzeuge. Stichwort „Methoden“: Hier kommen beispielsweise Sprints zum Einsatz. In diesem Rahmen arbeiten Expertinnen und Experten für einen begrenzten Zeitraum teamübergreifend gezielt an einer Fragestellung und entwickeln Lösungen, die dann im Linienbetrieb umgesetzt werden. Als „Game Changer“ fungieren dabei digitale Transformation, Feedbackkultur, Schwarmorganisation, außerdem Co-Creation sowie Agilität.

Eine agile Methode ist beispielsweise Objectives and Key Results (OKR). 2024 haben wir begonnen, in zwei eigens dafür gebildeten fachbereichsübergreifenden OKR-Teams dieses Framework zu erproben, um unsere Strategie schneller und effizienter umzusetzen. Inhaltlich ging es dabei um die Themen Versorgung der Versicherten und Entwicklung der Mitarbeitenden.



### **Compliance**

Neben Gesetzen und Richtlinien bilden natürlich auch die in unseren Trägerunternehmen geltenden Standards geschäftlichen Verhaltens die Grundlage unseres Handelns. Für uns spielt im Umgang mit unseren Kunden und Dienstleistern Compliance schon immer eine zentrale Rolle, etwa wenn es um die Einhaltung geltender Standards im Sozialrecht und beim Datenschutz geht. Sämtliche Kontakte, überhaupt unser gesamtes Tun, müssen in Einklang mit den von der Mercedes-Benz BKK und unseren Trägerunternehmen festgeschriebenen Richtlinien stehen. Das leben wir jeden Tag.

### **Hybrides Arbeiten**

Beim hybriden Arbeiten organisieren sich die Kolleginnen und Kollegen in einem Mix aus mobilem Arbeiten und Präsenz vor Ort in den Büros. Der persönliche Austausch, die Begegnung und das kreative Miteinander sind unverzichtbar. Das mobile Arbeiten hat sich für alle Beteiligten bewährt, viele Beschäftigte können so Berufs- und Privatleben besser miteinander vereinbaren. Unsere hohe Servicequalität bleibt für die Kunden dabei selbstverständlich erhalten. Wichtig ist uns, am persönlichen Kontakt zu unseren Kunden festzuhalten, auch wenn wir moderne Arbeitsformen nutzen – der Kunde steht immer im Mittelpunkt.



# | 5 Nachhaltigkeit fördern



Nachhaltigkeit ist ein Mega-Trend. Dabei geht es um ökologische, ökonomische und soziale Aspekte. Als Krankenkasse haben wir hier eine besondere Verantwortung.



## Dauerhafte Werte schaffen

**Unser Auftrag ist es, die Gesundheit unserer Versicherten zu erhalten, wiederherzustellen oder ihren Gesundheitszustand zu verbessern. Diese Ziele sind untrennbar mit einem gesunden Umfeld und intakten Lebensbedingungen verbunden. Vor diesem Hintergrund war es für uns selbstverständlich, die Erklärung des BKK Dachverbandes zur Nachhaltigkeit zu unterzeichnen.**

In den Bereichen Arbeitsumfeld und Soziales verfolgen wir und unsere Trägerunternehmen gemeinsame Interessen: die Gesundheit der dort Beschäftigten zu fördern und dauerhaft zu erhalten. Mit unserem Know-how und durch die finanzielle Unterstützung von Präventionsangeboten tragen wir mit dazu bei, dieses Ziel zu erreichen. Nachfolgend einige Beispiele, wie wir die Nachhaltigkeitsaktivitäten unserer Trägerunternehmen unterstützen.



Verantwortung leben  
durch Integration  
ökologischer, ökonomischer  
und sozialer Aspekte

### **Gesundheitsmanagement und Arbeitsschutz/Betriebliche Gesundheitsförderung**

Wir unterstützen die Gesundheit der Beschäftigten von Mercedes-Benz und Daimler Truck umfassend durch besonders auf ihre Bedürfnisse zugeschnittene Angebote, wie die Maßnahmen zur Betrieblichen Gesundheitsförderung sowie spezielle Verträge und Versorgungsprodukte zu den Haupterkrankungsarten der Beschäftigten.

Wir initiieren jährlich Gesundheitskampagnen, an denen sich Health & Safety in der Regel beteiligt (zum Beispiel Schlaf, Ernährung, Entspannung, Resilienz/Psychische Gesundheit, New Work). Damit fördern wir die Gesundheit der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Durch unseren Bonus für Maßnahmen zur Betrieblichen Gesundheitsförderung können sich die Unternehmen beim

Thema Gesundheit optimal aufstellen. Wir initiieren dadurch zum Beispiel Gremien wie den „Arbeitskreis Gesundheit“. Außerdem sieht unsere Satzung für Versicherte einen Bonus für gesundheitsbewusstes Verhalten vor.

### **Digital Health**

Unsere Mercedes-Benz BKK App vereinfacht den Kontakt zu uns und die Abwicklung von Anliegen. Außerdem stellen wir in der App innovative digitale Versorgungsformen vor, die von unseren Kunden genutzt werden können (zum Beispiel Meditations- und Achtsamkeits-App 7Mind, Onlineprogramm Novego bei psychischen Belastungen, Online-Videobehandlung). Damit leisten wir einen Beitrag zur Gesundheit in der digitalen Transformation.

### **Schulungen für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter**

Mit einem eigenen Schulungsprogramm für unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sichern wir uns eine wettbewerbsfähige Belegschaft und bleiben so als Arbeitgeber attraktiv.

### **IT-Sicherheitstests**

Mit freiwilligen Sicherheitstests unserer IT-Systeme halten wir unsere Krankenkasse wettbewerbsfähig und machen sie zukunftssicher.

### **Ressourcenschutz**

**Webformulare:** Webformulare, beispielsweise zur Prüfung der Familienversicherung, als Unfallfragebogen oder zur Beantragung von Kinderkranken- und Mutterschaftsgeld, machen unseren Kunden den Schriftwechsel mit uns einfach. Gleichzeitig werden Papier und Portokosten gespart.

**FSC-Papier:** Trotz vieler Vorteile digitaler Medien sind in manchen Situationen gedruckte Broschüren und Anträge weiterhin notwendig. Für unsere Drucksachen verwenden wir Papier mit dem FSC-Logo. Dieses international anerkannte Prüfsiegel steht für Forest Stewardship Council und bestätigt, dass das Papier aus Hölzern hergestellt wird, die aus vorbildlich bewirtschafteten Wäldern stammen. Das bedeutet zum Beispiel, dass die Holzlieferanten verantwortungsbewusst mit ihren Wäldern umgehen und nur so viele Bäume fällen, wie durch Wiederaufforstung nachwachsen können.

**GoGreen:** Mit der Deutschen Post haben wir schon 2012 einen Vertrag über den klimaneutralen Versand von Sendungen geschlossen. Auch bei der Zusammenarbeit mit Swiss Post Solutions (SPS) ist die klimaneutrale Produktion von Druckergebnissen garantiert. Und so funktioniert GoGreen: Beim Postversand fällt Kohlendioxid (CO<sub>2</sub>) an, jenes umweltschädigende Treibhausgas, das maßgeblich für den Klimawandel verantwortlich ist. Die jeweilige CO<sub>2</sub>-Menge gleicht die Deutsche Post aus, indem sie international anerkannte Klimaschutzprojekte finanziell unterstützt, zum Beispiel die Stromerzeugung aus Wind, Wasser oder Biomasse oder Projekte zur Vermeidung von Deponiegas. Ausgeglichen werden auch andere Treibhausgase wie Methan und Distickstoffoxid. So ist dafür gesorgt, dass nicht nur die Treibhausgase kompensiert werden, die durch Versand und Logistik entstehen, sondern auch solche, die bereits vorher durch Kraftstoff- und Energieerzeugung verursacht werden.

**Print on demand (POD):** Eine weitere Möglichkeit, schonend mit der natürlichen Ressource Holz umzugehen, bietet das von uns genutzte „print on demand“-Verfahren (= Druck auf Bestellung). Es ermöglicht den Druck selbst kleinster Auflagen, dabei liegt die Druckvorlage nur noch in elektronischer Form vor.

### **Generationenmanagement**

Das Ziel, ohne Gesundheitsrisiken bis zur Rente zu arbeiten, unterstützen wir mit unseren Präventionsmaßnahmen, die wir über das BGF-Bonusmodell für die Beschäftigten von Mercedes-Benz und Daimler Truck bezahlen (Vitalfrühstück, Bewegte Pause, Fit@Work etc.), und durch spezielle Versorgungsprodukte zum Beispiel für Rücken, Hüfte, Schulter, Knie, Programme zur Gewichtsreduktion und zur frühzeitigen Betreuung bei psychosomatischen Problemen.



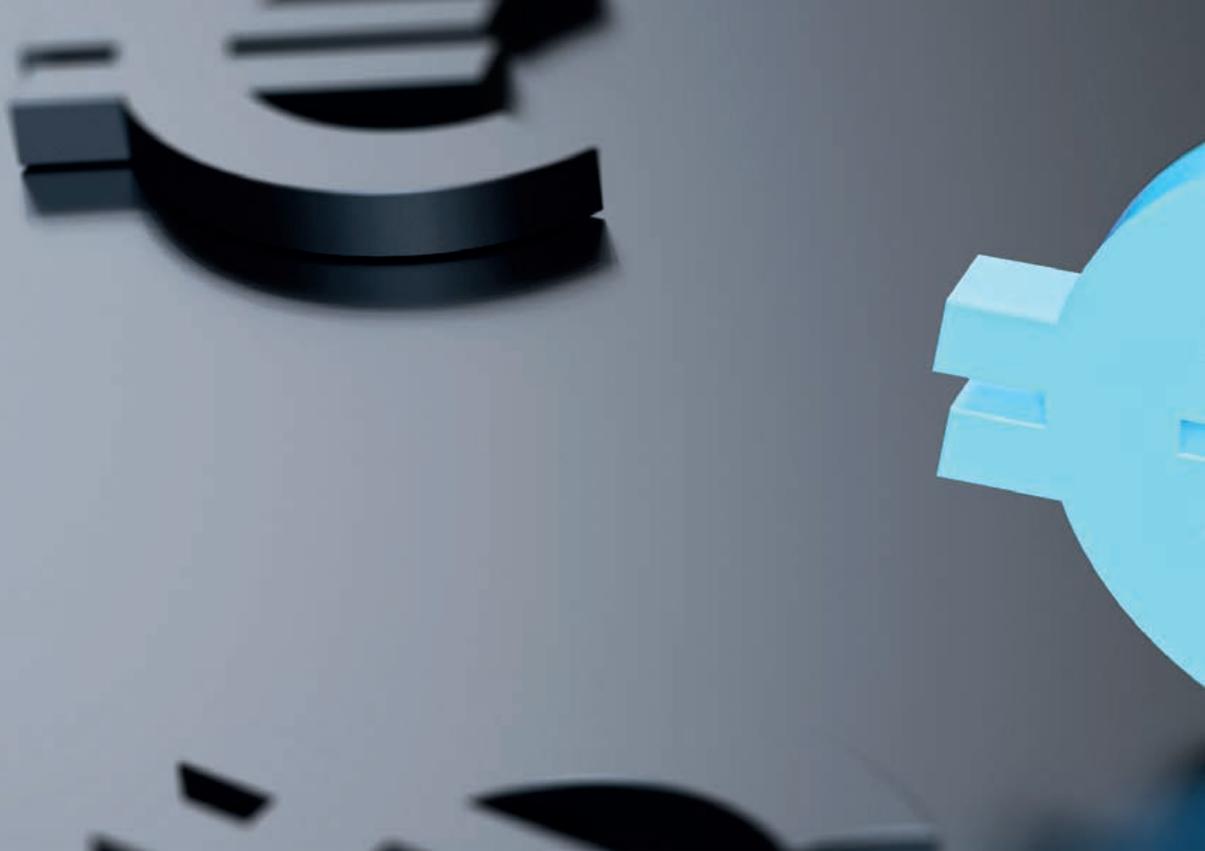
Gesund arbeiten  
bis zur Rente





# | 6 Unsere Finanzkraft





### **Gesundheitsfonds**

Aus dem Gesundheitsfonds erhalten die Krankenkassen Zuweisungen, mit denen sie die Leistungen für ihre Versicherten finanzieren. Diese Zuweisungen setzen sich im Wesentlichen zusammen aus einer Grundpauschale, die Alter und Geschlecht der Versicherten berücksichtigt, sowie Zu- oder Abschlägen, die abhängig sind vom Gesundheitszustand jedes einzelnen Versicherten.

Das System, nach dem die Zuweisungen verteilt werden, ist als morbiditätsorientierter Risikostrukturausgleich (Morbi-RSA) bekannt. Lange Zeit war der Morbi-RSA umstritten, weil er Fehlanreize begünstigt hat; beispielsweise konnten Kassen vor allem ein Interesse daran haben, Krankheit zu verwalten und zu dokumentieren, statt sich um die rasche Heilung und Genesung ihrer Versicherten und die Vermeidung von Krankheiten (Prävention) zu kümmern.

### **Reform des Morbi-RSA**

Mit der jüngsten umfassenden Reform wollte die Politik vor allem eine zielgenauere Ausgestaltung des Finanzausgleichs der gesetzlichen Krankenkassen erreichen und eine gerechtere Verteilung der Gelder ermöglichen. Ob dieses Ziel erreicht wurde, ist nach wie vor offen.

Folgende Maßnahmen wurden im Rahmen der Reform umgesetzt:

- Krankheits-Vollmodell: Das gesamte Krankheitspektrum wird berücksichtigt.
- Regionalkomponente: Regionale Über- und Unterdeckungen im Finanzausgleich wurden minimiert.
- Risikopool: Für Hochkostenfälle erhalten die Krankenkassen für jeden Leistungsfall 80 Prozent der Leistungsausgaben erstattet, die 100.000 Euro pro Jahr übersteigen.
- Präventionsausgaben: Eine Vorsorgepauschale bestärkt die Krankenkassen darin, ihre Versicherten zur Inanspruchnahme von Präventionsmaßnahmen zu motivieren.
- Stärkung der Manipulationsresistenz: Eine Manipulationsbremse soll sicherstellen, dass sich eine so genannte „Kodierbeeinflussung“ nicht lohnt: Wenn die Diagnosekodierungen bei bestimmten Krankheiten auffällig stark steigen, bekommen alle Krankenkassen hierfür keine Zuweisungen mehr.

### **Zusatzbeiträge**

Durch bereits länger zurückliegende gesetzliche Änderungen (Senkung des allgemeinen Beitragssatzes von 15,5 auf 14,6%, Streichung des früheren Sonderbeitrags von 0,9%) ist eine Finanzierungslücke in der GKV entstanden, die durch kassenindividuelle Zusatzbeiträge auszugleichen ist. Politisches Ziel ist, dass sich die Zusatzbeiträge der einzelnen Kranken-



kassen einander immer mehr annähern, so dass der Wettbewerb um neue Mitglieder mehr über Aspekte wie Leistungen und Services erfolgt und weniger über das Preisargument.

Der durchschnittliche Zusatzbeitrag in der GKV wurde mit Wirkung zum Jahresbeginn 2025 von 1,7 auf 2,5 Prozent angehoben; bereits im ersten Quartal 2025 hat sich wie schon im Jahr zuvor gezeigt, dass dieser Wert zu niedrig angesetzt wurde und nicht ausreichend ist für eine auskömmliche Finanzierung der Leistungen für die Versicherten. Ein deutliches Zeichen dafür waren etwa die neuerlichen Beitragsanhebungen einiger Krankenkassen früh im Jahr 2025, nachdem diese bereits zum Jahresbeginn den Beitragssatz nach oben angepasst hatten.

Maßgeblich beigetragen zum sprunghaft gestiegenen Beitragsbedarf haben die politisch Verantwortlichen mit Gesetzesbeschlüssen, die aufgrund von Leistungsverbesserungen und deutlich höheren Vergütungen bei gleichzeitiger Reduktion von kostendämpfenden Steuerungsinstrumenten zu einem merklich höheren Finanzbedarf führen. Eine wesentliche Rolle spielte auch die spürbare Reduzierung der Rücklagen, die politisch gewollt war. In der Folge fehlte es den Krankenkassen an Vermögen, um Sondereffekte auszugleichen. Vorausschauend, verantwortungsvoll und solide kalkulierend haben wir daher unseren Zusatzbeitragssatz einmalig zum Jahresbeginn 2025 auf 3,2 Prozent angehoben.



Unsere Finanzkraft wurde zum 16. Mal in Folge ausgezeichnet.

#### **Gute Finanzkraft**

Trotz schwieriger Rahmenbedingungen in der gesamten gesetzlichen Krankenversicherung sind wir vom Magazin Focus-Money zum 16. Mal in Folge für unsere Finanzkraft ausgezeichnet worden. Bei dem Krankenkassenvergleich haben wir mit der Note „gut“ abgeschnitten. Das unabhängige Deutsche Finanz-Service Institut (DFSI) in Köln hat im Auftrag der Zeitschrift die Finanzlage der Kassen für das Jahr 2023 bewertet. Dabei fällt auf, dass im Vergleich zu den Vorjahren immer weniger Anbieter bereit waren, die eigenen Finanzen transparent zu machen: Von 94 angefragten Kassen haben nur 45 den Fragebogen des DFSI komplett beantwortet.



# | 7 Zahlen - Daten - Fakten



Die Jahresrechnung ist nach § 31 SVHV durch einen vom Verwaltungsrat bestellten Wirtschaftsprüfer zu prüfen. Dafür wurde die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft ETL-Heimfarth & Kollegen GmbH bestellt. Es wurde eine Bescheinigung über die Prüfung der Jahresrechnung erteilt. Diese Bescheinigung ist vollumfänglich und uneingeschränkt testiert worden.

#### Erfolgsrechnung

	2024	2023
Werte in	T €	T €
<b>Einnahmen</b>		
Fondszuweisung	983.544	940.678
Zusatzbeitrag	124.196	88.798
Sonstige Einnahmen	8.334	8.660
<b>Einnahmen gesamt</b>	<b>1.116.074</b>	<b>1.038.136</b>
<b>Ausgaben</b>		
Ausgaben für Leistungen	1.097.321	1.011.837
Verwaltungskosten	49.875	47.527
Sonstige Ausgaben	6.996	24.886
<b>Ausgaben insgesamt</b>	<b>1.154.192</b>	<b>1.084.250</b>
<b>Überschuss der Einnahmen(+)/Ausgaben(-)</b>	<b>-38.118</b>	<b>-46.114</b>

#### Vermögensrechnung

	2024	2023
Werte in	T €	T €
<b>Aktiva</b>		
Barmittel und Giroguthaben	6.796	3.668
Kurzfristige Geldanlagen	58.096	75.050
Forderungen	27.929	26.185
Sonstige Aktiva	92.452	102.157
Verwaltungsvermögen	476	325
Überschuss	13.613	
<b>Gesamt</b>	<b>199.362</b>	<b>207.385</b>
<b>Passiva</b>		
Verpflichtungen	198.886	182.404
Überschuss	476	24.981
<b>Gesamt</b>	<b>199.362</b>	<b>207.385</b>

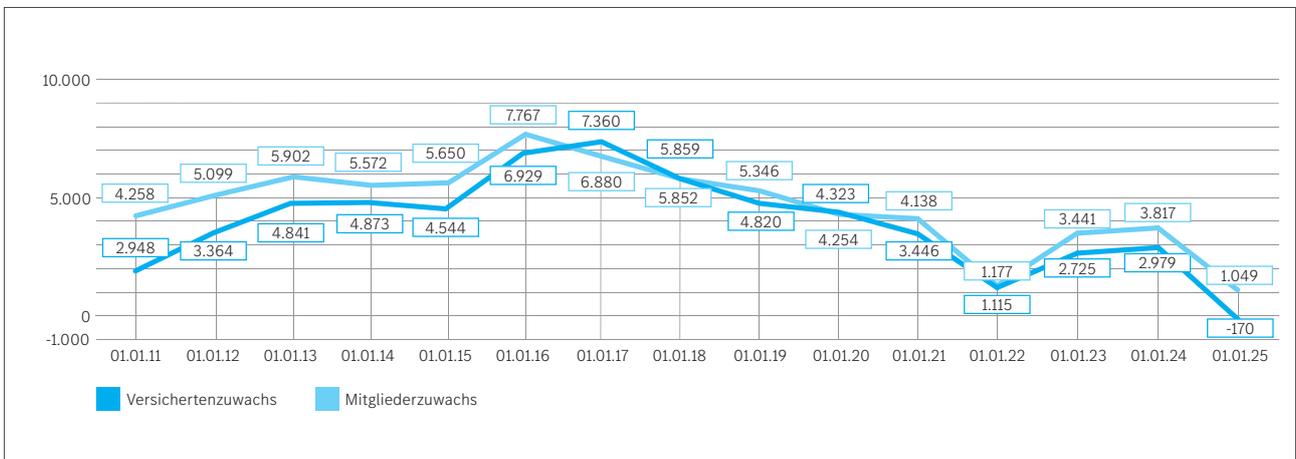
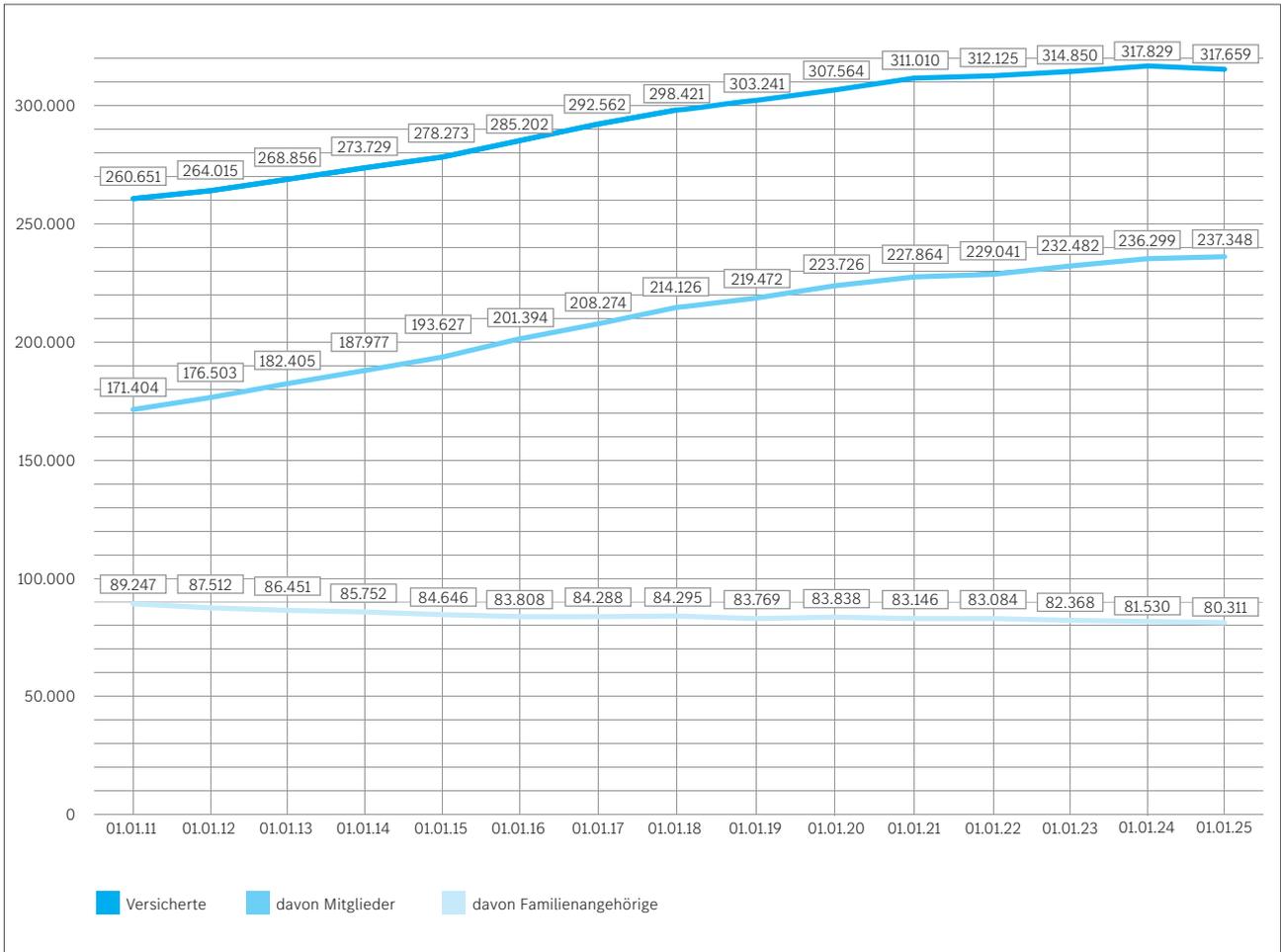
#### Leistungsausgaben je Versicherter

	2024	Veränderung
Werte in	€	%
Ärztliche Behandlung	625,66	8,4
Zahnärztliche Behandlung	192,15	0,7
Zahnersatz	44,29	-2,5
Arzneimittel	604,81	11,1
Hilfsmittel	138,53	11,1
Heilmittel	141,93	11,1
Krankenhausbehandlung	975,47	7,7
Krankengeld	281,63	7,3
Kuren	20,08	-1,7
Gesundheitsförderung, Früherkennung	97,1	11,1
Sonstige Leistungsausgaben	329,7	7,4
<b>Gesamt</b>	<b>3.451,35</b>	<b>8,1</b>

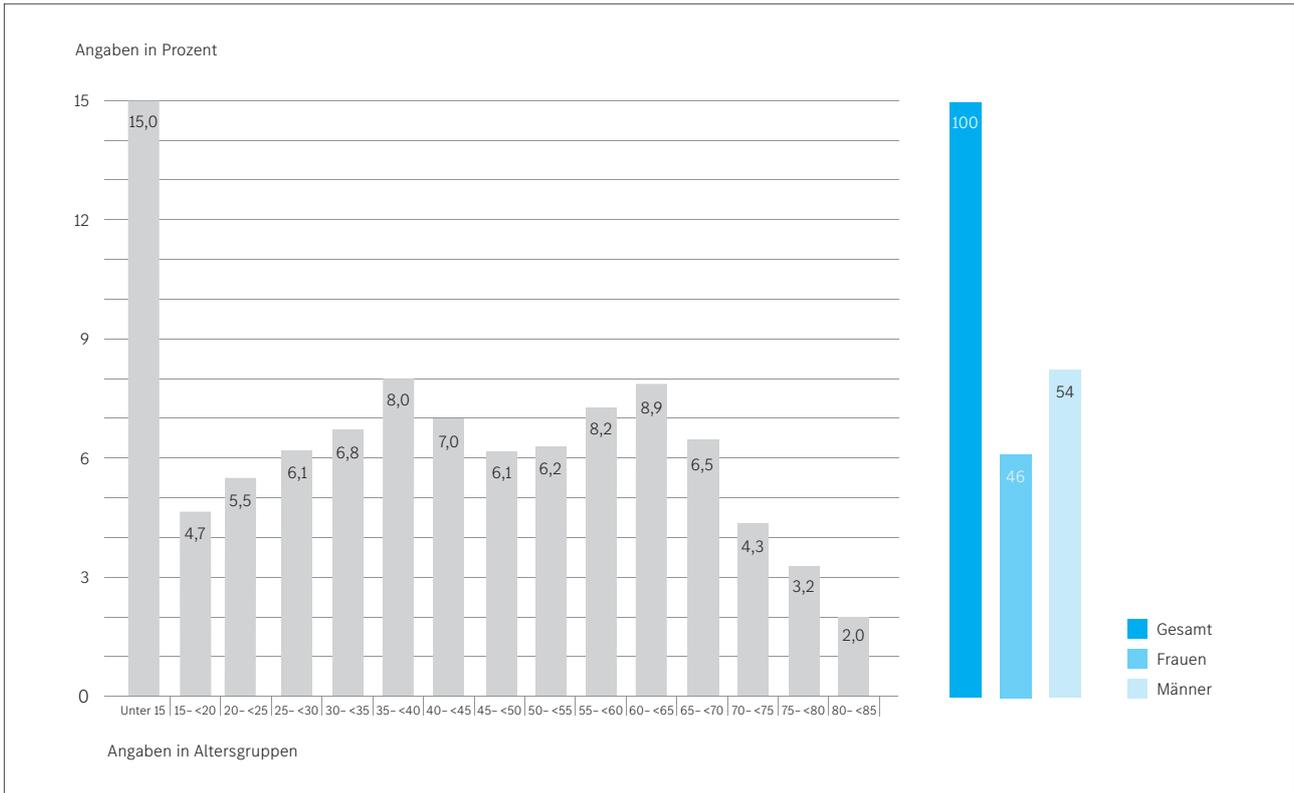
#### Rechnungsergebnisse Mercedes-Benz BKK-Pflegeversicherung

	2024	2023
Werte in	T €	T €
<b>Einnahmen</b>	<b>296.276</b>	<b>269.955</b>
<b>Ausgaben</b>	<b>118.835</b>	<b>101.127</b>
Zahlungen an den Ausgleichsfonds	177.177	164.269
<b>Überschuss der Einnahmen (+)/Ausgaben (-)</b>	<b>264</b>	<b>4.559</b>

### Mitglieder und Versicherte der Mercedes-Benz BKK in Zahlen



## Versicherte nach Alter und Geschlecht



## Meilensteine aus der Geschichte der Mercedes-Benz BKK

	Mitglieder	Familienangehörige	Versicherte insgesamt
Gründung der BKK Hanomag-Henschel 01.07.1974, später BKK Mercedes-Benz	6.276	5.021	11.297
Gründung der BKK Daimler-Benz 01.04.1996	47.365	35.356	82.721
Verwaltungsgemeinschaft mit BKK EvoBus 01.07.2000	81.275	52.240	133.515
Fusion zur DaimlerChrysler BKK 01.07.2001	89.224	56.276	145.500
Umbenennung in Daimler BKK 01.11.2007	157.727	91.135	248.862
40 Jahre Daimler BKK 01.07.2014	190.371	86.549	276.920
Mai 2018: Begrüßung des 300.000. Versicherten	219.472	83.769	303.241
Umbenennung in Mercedes-Benz BKK 01.10.2022	231.982	82.300	314.282
50 Jahre Mercedes-Benz BKK 01.07.2024	235.703	81.949	317.652

**Mehrwert für unsere Trägerunternehmen:  
Ersatzansprüche aus Entgeltfortzahlungen**

	2024	2023
Werte in	€	€
Mercedes-Benz AG	1.414.611	1.156.859
Mercedes-Benz Group AG	55.700	106.975
Mercedes-Benz Mobility	30.003	4.240
Mercedes-Benz Ludwigsfelde GmbH	1.954	-
Daimler Truck AG	397.258	350.807
Daimler Buses GmbH	19.333	73.247
Gesamt	1.918.859	1.692.128

**Beiträge zur Sozialversicherung**

	2024	2023
Werte in	T €	T €
Rentenversicherung	1.824.605	1.760.879
Arbeitslosenversicherung	252.449	243.589
Pflegeversicherung	291.322	265.554
Krankenversicherung (Gesundheitsfonds)	1.322.966	1.242.128
Gesamt	3.691.342	3.512.150

# So erreichen Sie uns

## **Zentrale Rufnummer**

+49 711 490 91 00

## **Zentrale Postanschrift**

Mercedes-Benz BKK, 28178 Bremen

## **Region Nord**

Bremen und Hamburg

Telefon +49 421 80 71 60

nord@mercedes-benz-bkk.com

## **Region Ost**

Berlin, Ludwigsfelde

Telefon +49 30 76 75 82 80

berlin@mercedes-benz-bkk.com

## **Region Mitte**

Düsseldorf

Telefon +49 211 882 39 60

servicemitte@mercedes-benz-bkk.com

## **Region Südwest**

Mannheim

Telefon +49 621 399 94 10

suedwest@mercedes-benz-bkk.com

Kassel

Telefon +49 561 510 04 90

servicemitte@mercedes-benz-bkk.com

Rastatt

Telefon +49 72 22 940 38 10

suedwest@mercedes-benz-bkk.com

Wörth, Germersheim

Telefon +49 72 71 59 64 50

suedwest@mercedes-benz-bkk.com

Gaggenau

Telefon +49 72 25 60 64 50

suedwest@mercedes-benz-bkk.com



### **Region Süd**

Leinfelden-Echterdingen,  
Stuttgart, Stuttgart-Vaihingen  
Telefon +49 711 49 09 11 10  
[sued@mercedes-benz-bkk.com](mailto:sued@mercedes-benz-bkk.com)

Sindelfingen  
Telefon +49 70 31 30 97 90  
[sued@mercedes-benz-bkk.com](mailto:sued@mercedes-benz-bkk.com)

Neu-Ulm  
Telefon +49 731 298 79 10  
[sued@mercedes-benz-bkk.com](mailto:sued@mercedes-benz-bkk.com)

### **Weitere wichtige Rufnummern**

Gesundheitstelefon  
Telefon +49 711 49 09 11 11

Mercedes-Benz BKK App





◆ Zentrale Funktionen    
 ■ Kundencenter    
 ● Sitz der BKK

Wir leisten den  
entscheidenden Beitrag,  
unseren Kunden zu  
helfen, gesund zu sein.

**Impressum**

**Herausgeber**

Mercedes-Benz BKK  
vertreten durch den Vorstand  
Toralf Speckhardt  
Mercedesstraße 120  
70372 Stuttgart

**Redaktion**

Monika Bähner, Mercedes-Benz BKK  
Fotos  
Seiten 4, 6 und 7:  
Mercedes-Benz BKK;  
alle anderen: iStock/Getty Images

**Layout**

SoPunkt Agentur GmbH

