

Perspectives on Commodity Pricing in Employee Assistance Programs (EAP):

A Survey of Key Informants in the EAP Field ”

David A. Sharar (Managing Director Chestnut Health Systems)

Eine Zusammenfassung von Manuel Schimm

Die Arbeit von Sharar beschäftigt sich mit den derzeitigen Problemen und Herausforderungen von EAP auf dem amerikanischen Markt, der in den letzten Jahren durch einen starken Preisverfall gekennzeichnet war. Auf der Basis von 30 Interviews mit Experten wird analysiert, warum die Preise für EAP sich auf einem gefährlich geringen Niveau befinden, welche Umstände dazu geführt haben und was für Maßnahmen die jetzige Situation verbessern würden.

Millionen amerikanischer Angestellte nutzen EAPs als erste Anlaufstelle bei Schwierigkeiten im Alltag oder im Beruf, wobei diese Dienstleistung meist von einem außerbetrieblichen Anbieter erbracht wird. Um die aktuelle Situation des amerikanischen EAP –Marktes einschätzen zu können, hat Sharar 30 Experten¹ interviewet, wobei die drei folgenden Fragen Kern jedes Interviews waren:

- Welches sind momentan die drei größten Problemstellen im Hinblick auf den EAP – Markt?
- Wie sollten die Anbieter von EAP darauf reagieren?
- Wie sind die Zukunftsaussichten der Branche?

Nahezu jede der befragten Personen bezeichnet die Warenpreiskalkulation als die derzeit größte Herausforderung für EAP –Anbieter. In diesem Zusammenhang wird die Preissetzung in EAPs auch als Commodity Pricing bezeichnet. D.h. dass die Ware bei jedem Anbieter gleich bzw. sehr ähnlich ist, so dass der Käufer “den Preis als einzig relevantes Unterscheidungs- und Entscheidungsmerkmal heranzieht. In der Realität sieht es so aus, dass alle EAP – Anbieter ähnliche Präsentationen und Leistungsbeschreibungen ihrer

¹ Darunter Direktoren externer EAP Firmen und interner EAP – Programme; Forscher; Berater; Vorstandsmitglieder und leitende Angestellte der Berufsvereinigung für EAP

Dienstleistungen haben. Deshalb können Unternehmen, die ihren Mitarbeitern einen solchen Service zur Verfügung stellen möchten, Qualitätsunterschiede zwischen den einzelnen Anbietern kaum erkennen.

Ergebnis dieser Entwicklung in den USA ist, dass derzeit ein Wettbewerb stattfindet, der sich lediglich auf die preisliche Ebene beschränkt. Das wiederum führt dazu, dass EAP Anbieter einen Anreiz haben, zu Lasten der schwer vergleichbaren Qualität noch niedrigere Preise zu offerieren. Auf diese Art und Weise wird jedoch ein negativer Kreislauf in Gang gesetzt, der darin enden könnte, dass qualitativ hochwertige, nützliche EAP Programme zukünftig durch eine leere Hülle ersetzt werden, die zwar den Namen EAP trägt aber keinen Nutzen mehr für ein Unternehmen und dessen Mitarbeiter darstellt.

Die Auslöser dieses negativen Kreislaufs konnten anhand der Interviews genauer differenziert werden. Als erste Begründung werden große staatliche Firmen genannt, die im Bereich der Verhaltensgesundheitsförderung tätig sind und den EAP Markt dominieren. Durch sehr niedrige Preise ist es diesen Firmen gelungen, große Marktanteile für sich zu gewinnen. Allerdings handelt es sich laut einschlägiger Meinung der befragten Personen bei dem Angebot der staatlichen Unternehmen nicht um ein qualitativ hochwertiges EAP, sondern um einen abgespeckten Service. Aufgrund des geringeren Beratungsangebotes und der minderen Qualität ist es dann zwar möglich einen niedrigen Preis anzubieten, fraglich ist dabei aber, welchen Nutzen dieser Service für die Mitarbeiter und damit für die ganze Unternehmung dann noch darstellt. Wenn staatliche Firmen auf diese Weise in den EAP Markt drängen, wird das Produkt EAP verwässert und die Preise sinken.

Der zweite Grund für den Preisverfall liegt innerhalb der EAP Branche selbst. Durch das Versprechen niedriger Preise mussten viele EAP Anbieter die Qualität senken, um eine Marge zu erzielen.² Dadurch hat sich die Branche fast schon freiwillig in Produkt- und Preisgestaltung an die staatlichen Anbieter angenähert, was den Konkurrenzkampf weiter verschärft hat.

Drittens treffen immer mehr Firmen, die ein EAP innerhalb ihres Betriebs einrichten wollen, reine Preis- und keine Qualitätsentscheidungen.

Die drei genannten Punkte wirken alle zusammen: Staatliche Anbieter, dessen Fachgebiet gar nicht EAP ist, vereinnahmen immer mehr Marktanteile in diesem Bereich durch äußerst

² Das gilt insbesondere dann, wenn die Inanspruchnahme des Services oberhalb der Kalkulation liegt

niedrige Preise. Die traditionellen Anbieter verschärfen diese Situation noch dadurch, indem sie ihr Produkt an das der staatlichen Anbieter anpassen. Das führt dazu, dass die Service – Angebote sich am ehesten auf der preislichen Ebene differenzieren lassen, was einen Preiskampf nach sich zieht, wenn die Käufer eines EAP den Preis als entscheidendes Kriterium heranziehen.

Sharar folgert aus den Interviewergebnissen, dass der EAP – Markt in den USA neu geordnet werden sollte, mit der Zielsetzung andere Entscheidungskriterien als den Preis in den Mittelpunkt zu stellen. Eine Voraussetzung dafür ist, dass Käufer und Anbieter eines EAP sich nach Qualitätsstandards richten können. Das geht aber nur, wenn die privaten EAP – Anbieter diese Standards selber setzen und sich durch ihre Produkte klar von den staatlichen Anbietern und ihrer Verhaltensgesundheitsförderung abgrenzen. Käufer von EAP müssen wieder dahingehend sensibilisiert werden, dass qualitativ hochwertige Programme zwar mehr Kosten aber auch einen weitaus größeren Nutzen generieren. Eine Qualitätssicherung könnte über Vertragsvereinbarungen (Preis- bzw. Produktschema) gewährleistet werden, die Service – Garantien enthalten. Auf der anderen Seite sollte das Preisschema sich auch an den Nutzungshäufigkeiten des Services orientieren, da so im Gegensatz zur pauschalen Abrechnung die Auswirkungen einer Übernutzung abgedeckt werden.

Die Umstrukturierung des EAP – Marktes in den USA soll einen positiven Kreislauf nach sich ziehen. Ein verbessertes Qualitätsangebot der gesamten EAP – Branche soll nicht nur eine bessere Differenzierung im Hinblick auf die Produkte staatlicher Firmen ermöglichen, sondern auch das Bewusstsein der EAP – Käufer für ein hochwertiges Produkt schärfen. Unternehmen, die ein EAP – Programm nutzen wollen, müssen verstehen, dass ein besserer aber etwas teurerer Service, aufgrund des größeren Nutzens den er stiftet, weniger kostet, als der Standard – Service eines staatlichen Anbieters. Sharar schlussfolgert, dass ein guter bzw. seriöser EAP – Anbieter hohe Beratungsqualität zu einem effizienten Preis verkauft.