

04.02.2015 – 10:30 Uhr

Geschäftsjahr 2014: Solides Ergebnis in anspruchsvollem Marktumfeld

Dübendorf (ots) -

Die Helsana-Gruppe freut sich über ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2014. Das Ergebnis liegt trotz anspruchsvollem Marktumfeld nur geringfügig unter dem ausgezeichneten Resultat des Vorjahres. Von diesem überzeugenden Leistungsausweis und dem soliden Reservepolster profitieren die Kunden. Im Rahmen der Möglichkeiten wurde durch Reserveabbau der Prämienanstieg gedämpft. 2014 hat Helsana die strategische Ausrichtung neu definiert. Die Kundinnen und Kunden stehen nun noch stärker im Zentrum der Strategie. CEO Daniel H. Schmutz kündigte an der Bilanzmedienkonferenz an, Helsana wolle weiterhin eine aktive Rolle im Gesundheitswesen spielen und werde lösungsorientiert und gemeinsam mit allen Partnern im Gesundheitswesen und im Interesse der Kunden die richtige Balance zwischen Qualität und Quantität finden.

Helsana überzeugt auch 2014 mit einem guten Ergebnis. Die Prämien der Helsana-Gruppe lagen 2014 mit 5,734 Milliarden Franken knapp über dem Vorjahresniveau (5,708 Milliarden Franken). Auch der Kundenbestand (per 2015: 1,870 Mio. total, davon 1,199 in der obligatorischen Grundversicherung) stieg leicht an. Das Unternehmensergebnis belief sich auf 138 Millionen Franken und lag damit knapp unter dem Vorjahr, trotz budgetiertem versicherungstechnischem Verlust (-48 Millionen Franken) zwecks Abbaus überschüssiger Reserveanteile zur Dämpfung der Prämienentwicklung der Versicherten. Das Ergebnis wurde erneut getragen von einem hervorragenden Kapitalanlageergebnis (309 Millionen Franken). Die Leistungskosten stiegen auch 2014 weiter an. Der nichtversicherungstechnische Gewinn (256 Millionen Franken) machte die Verschlechterung des technischen Ergebnisses mehr als wett, weshalb das Eigenkapital der Helsana-Gruppe trotz Reserveabbau gegenüber dem Vorjahr weiter zunahm (1,559 Milliarden Franken). Von diesem überzeugenden Leistungsausweis und dem soliden Reservepolster profitieren die Kunden.

Verwaltungsratspräsident Thomas D. Szucs: «2014 war ein anspruchsvolles Jahr, in dem es wichtig war, Ruhe zu bewahren und für unsere Kundinnen und Kunden sowie für die weiteren Anspruchsgruppen ein stabiler, vertrauenswürdiger und verlässlicher Partner zu bleiben. Aus einer Position der Stärke heraus wollen wir die zwei wichtigsten Themen Kosten und Kunden anpacken und uns für ein gesundes Gesundheitssystem von morgen einsetzen.»

Leistungskostenanstieg setzt sich fort

Die Leistungskosten stiegen 2014 weiter an. Gesamthaft beliefen sich die Leistungskosten der Helsana-Gruppe 2014 auf 5,538 Milliarden Franken. In der KVG-Sparte fällt speziell der Kostenanstieg bei den Arztkosten durch die Zunahme der Ärzte im praxisambulanten Bereich ins Gewicht, insbesondere von Spezialisten - eine Entwicklung, zu der auch die temporäre Aufhebung des Zulassungsstopps, bei gleichzeitigem Weiterbestehen von Fehlanreizen in der Tarifstruktur, beigetragen hat. Steigende Leistungskosten sind auch im VVG-Bereich zu verzeichnen, am deutlichsten im Bereich der Spitalzusatzversicherungen.

Nachhaltige Prämienpolitik

Der versicherungstechnische Verlust entspricht einer Combined Ratio von 100,8 Prozent (Vorjahr: 99,8 Prozent) und reflektiert die nachhaltige Prämienpolitik von Helsana. In der KVG-Sparte betrug die Combined Ratio 102,3 Prozent (Vorjahr: 103,4 Prozent). Wie im Vorjahr wurden die Prämien bei den mit überschüssigen Reserven ausgestatteten Gesellschaften bewusst weniger stark erhöht, als es die Kostenentwicklung erfordert hätte. Zeugnis davon sind die Combined Ratios der Helsana Versicherungen AG und der Progrès Versicherungen AG, die mit 104,0 bzw. 102,0 Prozent über der 100er-Marke zu liegen kommen. In der VVG-Sparte ist die im Vergleich mit dem Vorjahr höhere Combined Ratio von 96,2 Prozent Ausdruck der höheren Leistungskosten bei konstanten Prämien im Allgemeinen und der starken Prämienenkung bei Hospital Eco im Speziellen. Die Combined Ratio der Unfallsparte kam bei 104,7 Prozent (Vorjahr 98,4 Prozent) zu liegen.

Noch konsequenterer Fokus auf die Kunden

2014 hat Helsana ihre strategische Ausrichtung neu definiert und sich zum Ziel gesetzt, bezüglich der Wahrnehmung bei den Kunden (gemessen am sogenannten «Net Promoter Score») in den nächsten vier Jahren in

die Top 3 der Branche vorzustossen. Im Rahmen der strategischen Neuausrichtung wird die Führungsstruktur verschlankt und werden Abläufe vereinfacht und optimiert.

CEO Daniel H. Schmutz: «Wir wollen weiterhin eine aktive Rolle im Gesundheitswesen spielen und sehen das als Teil unserer Verantwortung. Wir setzen auf partnerschaftliches Vorgehen, aber nicht um jeden Preis. Wir werden lösungsorientiert und gemeinsam mit allen Partnern im Gesundheitswesen und im Interesse der Kunden die richtige Qualität und Quantität finden, die es braucht.» Darüber hinaus hält Helsana an Bewährtem fest. Dazu gehören ein professionelles Gesundheitsmanagement zur Prävention, Früherkennung und Wiedereingliederung. Und die Förderung von Managed-Care-Modellen, welche die Patienten durch das medizinische Angebot begleiten und damit helfen, die Kosten und Prämienentwicklung günstig zu beeinflussen. Innovative Produkte und Partnerschaften sollen weiterhin dazu beitragen, Kundenbedürfnisse zu erfüllen und unser Gesundheitssystem qualitativ hochstehend und im Sinne der Patienten, unserer Versicherten, zu erhalten.

Die Helsana-Gruppe

Die Helsana-Gruppe ist der führende Schweizer Kranken- und Unfallversicherer. Sie steht Privaten und Unternehmen bei Gesundheit und Vorsorge sowie im Fall von Krankheit und Unfall umfassend zur Seite. Mit Prämieinnahmen von 5,7 Milliarden Franken belegt das Unternehmen eine Spitzenposition im Schweizer Versicherungsmarkt. Die Helsana-Gruppe ist in der Grund-, Zusatz- und Unfallversicherung in allen Landesteilen präsent und beschäftigt über 3000 Mitarbeitende. Sie ist eine nicht an der Börse kotierte Aktiengesellschaft und als Holding organisiert. Zur Helsana-Gruppe gehören Helsana, Progrès, Sansan, Avanex und maxi.ch (für Details: www.helsana.ch).

Die Helsana-Gruppe schützt knapp 1,9 Millionen Menschen in der Schweiz gegen die finanziellen Folgen von Krankheit, Unfall, Mutterschaft und Alter. Im Geschäft mit Unternehmen, das ausschliesslich unter der Marke Helsana betrieben wird, versichert Helsana über 50 000 Unternehmen und Verbände (mit mehr als 680 000 Versicherten) gegen die wirtschaftlichen Folgen von Arbeitsunfähigkeit der Mitarbeitenden aufgrund von Krankheit und Unfall. Dienstleistungen zum betrieblichen Gesundheitsmanagement runden das Angebot ab.

Für weitere Auskünfte:

Helsana-Medienstelle
Telefon +41 43 340 12 12
media.relations@helsana.ch

Link zum Geschäftsbericht: www.helsana.ch/geschaeftsbericht

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100004725/100768107> abgerufen werden.