

Das Geschäftsjahr 2009 im Zeichen von Gegensätzen

Manfred Manser, CEO Helsana-Gruppe

Ein Geschäftsjahr der Gegensätze

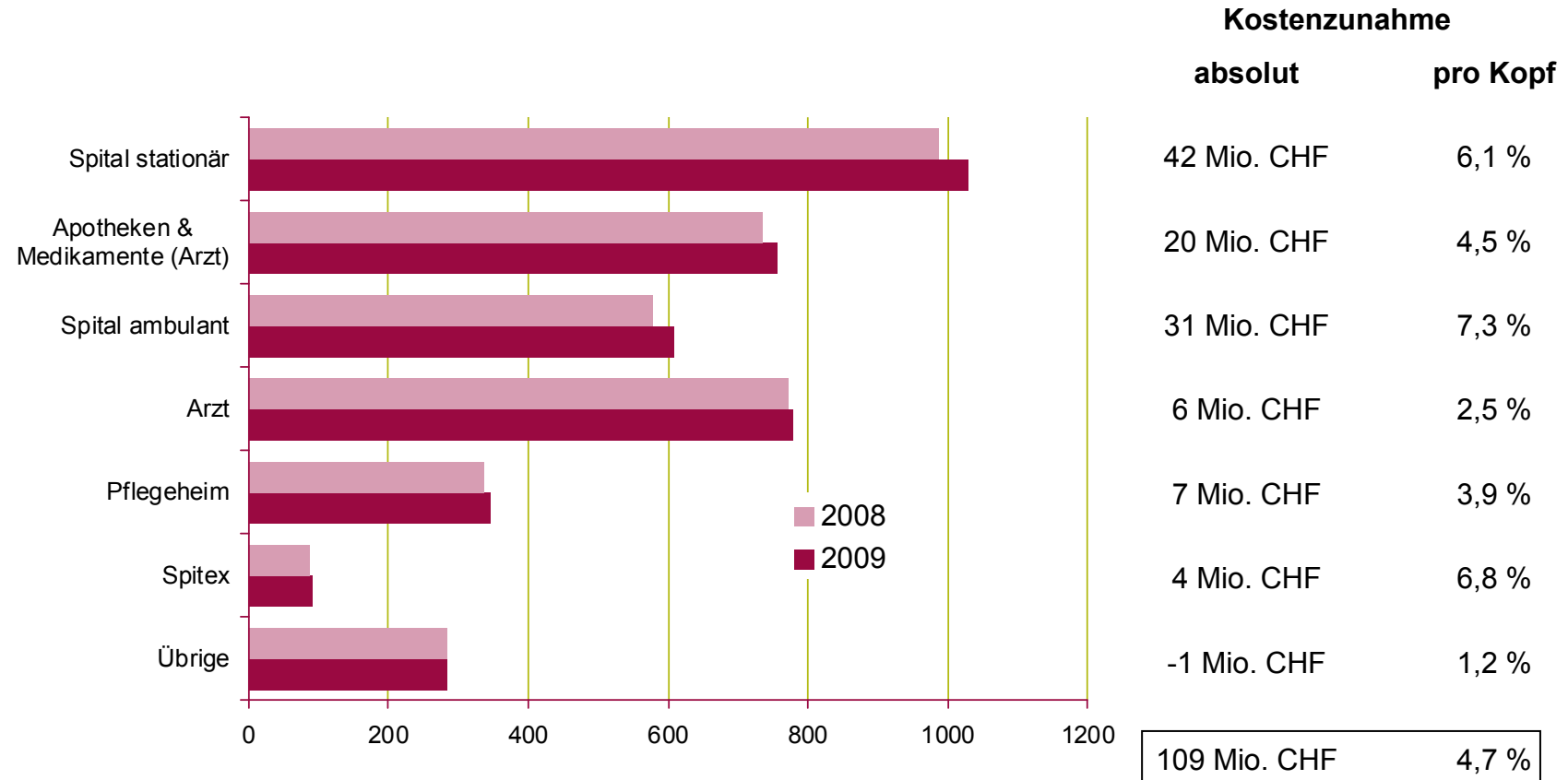
Defizit wegen der Grundversicherung

- Erwarteter Schereneffekt zwischen Aufwand und Ertrag
 - 3 % mehr Leistungen stehen 0,7 % mehr Prämien gegenüber
- Versicherungstechnischer Verlust von 189 Mio. CHF
- Unternehmensverlust von 58 Mio. CHF

Starke Kapitalanlagen und profitables VVG und UVG

- Kapitalanlagen: Gewinn 278 Mio. CHF – Performance 11,9 %
- Nicht versicherungstechnischer Gewinn von 153 Mio. CHF
- Positive Ergebnisse in den Sparten VVG und UVG
- Stabiler Betriebsaufwand

Ungebremster Kostenanstieg in der Grundversicherung*



Ungebremster Kostenanstieg in der Grundversicherung*

Entwicklung bei den drei grössten Kostenblöcken

- Spitalkosten stationär +4 Prozent (1029 Mio. CHF)
- Arztkosten +1 Prozent (777 Mio. CHF)
- Medikamentenkosten +6 Prozent (754 Mio. CHF)

Weitere Kostenarten mit starker Zunahme

- Spitalkosten ambulant +5 Prozent (608 Mio. CHF)
- Pflegeheimkosten +2 Prozent (345 Mio. CHF)
- Spitexkosten +4 Prozent (92 Mio. CHF)

**Spitäler (ambulant wie stationär) und
Medikamente mit dem stärksten Wachstum**

Preiskampf in der Grundversicherung: Tiefere Prämien bei steigenden Kosten?

Bis 2008 forcierte das EDI künstlich tiefe Prämien

- Senkung der Mindestreserven: Erosion des Prämienetrags
- Steigende Kosten: Schereneffekt zw. Aufwand und Ertrag

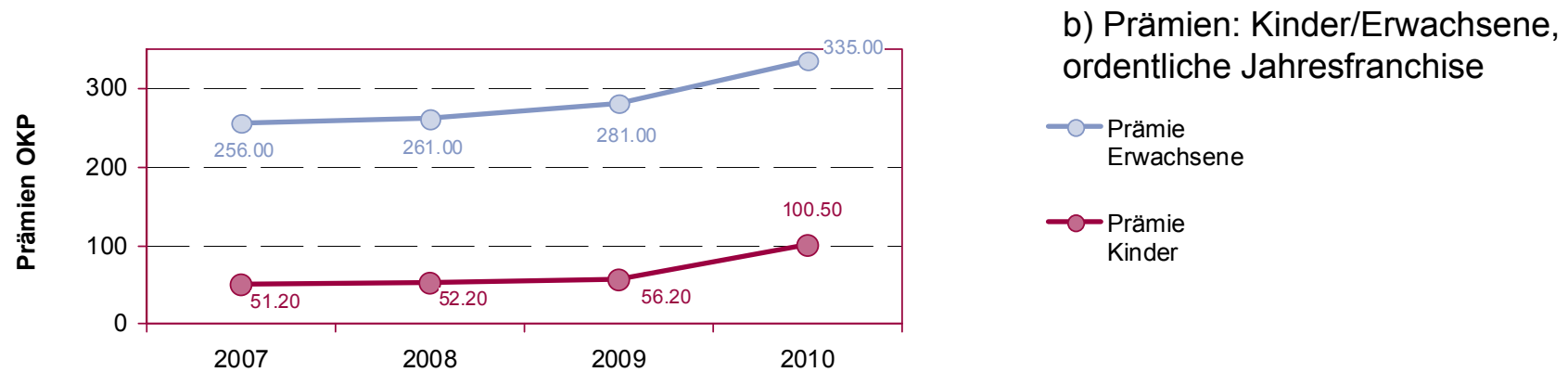
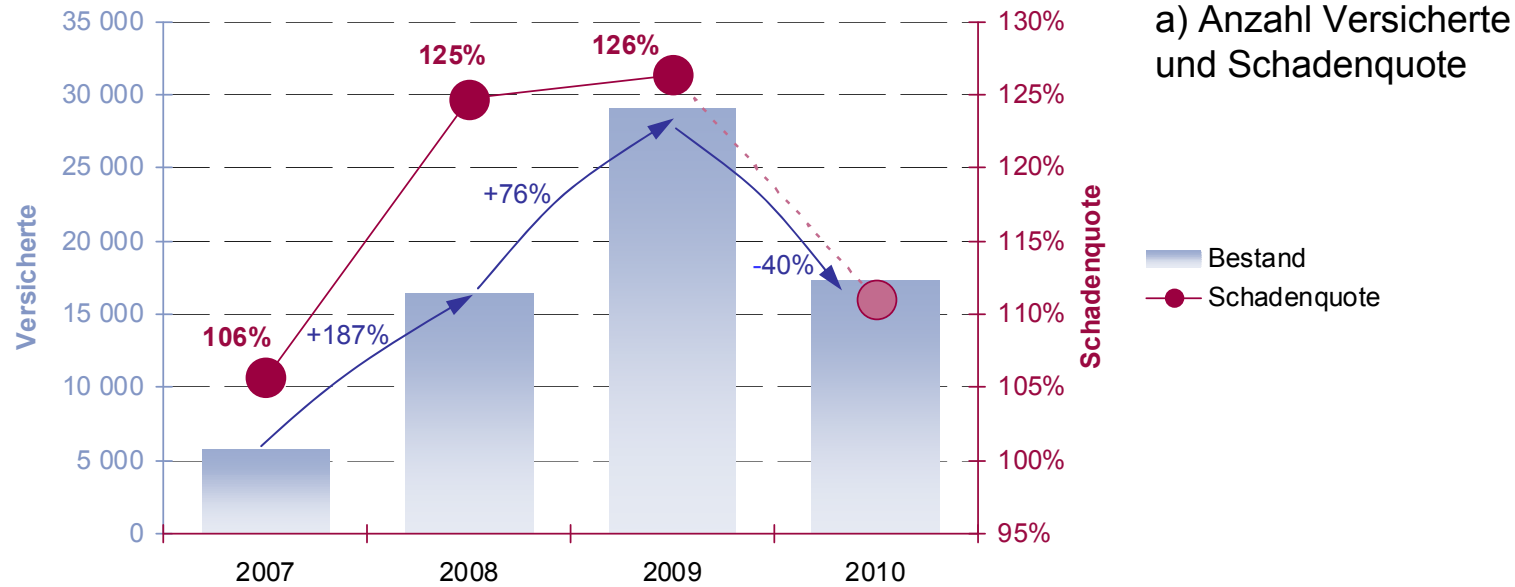
2009: Prämienpolitik wird von der Wirklichkeit eingeholt

- Dringliche Kostenmassnahmen: Diskussion versandet
- Nachholbedarf bei den Prämien höher als Jahreststeuerung
- BAG rät uns zu (noch) schärferen Prämien erhöhungen



**Durchschnittliche Erhöhung von 9,3 %:
Optimierer wandern zu anderen Kassen**

Beispiel einer Bestandesentwicklung (Grundversicherung Aerosana Bern)



VVG und UVG: Gesunde Entwicklung

Zusatzversicherungen (VVG, Privatkundensegment)

- Weniger ausgeprägte Kostenentwicklung
 - Helsana beeinflusst Kostensituation mit bilateralen Verträgen (z.B. Spitalpartnerschaften, Versandapotheken etc.)
 - Underwriting bzw. Versicherungsprinzip

Unfallversicherung (UVG, Firmenkundensegment)

- Tarif-Liberalisierung sorgte für Bewegung im Markt
 - Kunden profitieren von unterschiedlichen Preis-Leistungs-Angeboten
 - Versicherer tarifieren im Spannungsfeld zwischen Umsatz und Rendite



**Im VVG und UVG profitieren alle Beteiligten
von einem klug regulierten Wettbewerb**

Weiterentwicklung von Services für Firmen und private Kundschaft

Betriebliches Gesundheitsmanagement

- Case Management fördert Re-Integration im Betrieb
 - Grössere Wirkung dank zusätzlichen Helsana-Case-Managern
- Prävention am Arbeitsplatz reduziert Absenzen
 - Umfrage zeigt: 85 % der Kunden wollen unser Konzept umsetzen

Bevorzugte Partnerschaften im Leistungsbereich

- Vertiefung der bestehenden Spitalpartnerschaften
- Aviga: Joint Venture mit Swiss Life im Case Management
- Ausbau der Zusammenarbeit mit McOptik
- Kooperation mit neuer Versandapotheke lanciert
 - 26 % mehr Umsatz in diesem Kanal seit 2007 (48 Mio. CHF)

Ausblick 2010: Klare Prioritäten

Klare unternehmerische Prioritäten

- Profitabilität und Kosteneffizienz weiter verbessern
- Marktposition als führender Personenversicherer festigen
- Keine unterjährigen Prämienenerhöhungen

Führungswechsel und Strategieprojekt umsetzen

- Am 1. Juli übernimmt der neue CEO die Verantwortung
- Definition strategische Stossrichtung für 2011 bis 2013



**Helsana-Gruppe hat ihre Aufgaben gemacht
und tritt gut vorbereitet eine neue Ära an**