

## Geschäftsbericht 2006



Führend in Qualität und Innovation.

## Unser Engagement.



Sechs von zehn Kindern können im Einschulungsalter keinen Purzelbaum schlagen und rund 25 Prozent der Kinder und Jugendlichen im Alter zwischen sechs und zwölf Jahren leiden an Übergewicht und an Herz-Kreislauf-Schwächen. Langfristig drohen dem Gesundheitswesen zusätzliche Kosten in Milliardenhöhe.

*innova* versichert Lebensqualität und ist nationale Partnerin des Projektes fit-4-future, das von der Cleven-Becker-Stiftung ins Leben gerufen wurde und die Eindämmung der Bewegungsarmut von Kindern und Jugendlichen zum Ziel hat.

Eine Bewegung für die Bewegung: Gemeinsam mit Partnern aus Wirtschaft, Politik, Sport und Kultur wird diese angestossen. Sie zeichnet sich aus durch Breite und Vielschichtigkeit, aber auch durch die Innovationskraft und das gelebte Engagement der Partner.

Detaillierte Informationen zum Projekt fit-4-future und Hintergründe zu unserem Engagement finden Sie auf [www.innova.ch](http://www.innova.ch) unter: Unternehmen/Engagement/fit-4-future.



# Inhaltsverzeichnis.

Die wichtigsten Zahlen	1
.....	.....
Bericht Verwaltungsrat	3
.....	.....
Vision und Strategie	5
.....	.....
Kunden: Im Zentrum unserer Aktivitäten	8
.....	.....
Attraktive Arbeitgeberin – zufriedene Mitarbeiter	10
.....	.....
<i>innova</i> setzt auf starke Partnerschaften	12
.....	.....
Konsequente Qualitätsorientierung	13
.....	.....
Gelebte Innovationskultur	15
.....	.....
Finanziell solides Versicherungsunternehmen	16
.....	.....
Geschäftsfeld Lohnausfallversicherungen	18
.....	.....
Geschäftsfeld Heilungskostenversicherungen	20
.....	.....
Verwaltungsrat und Geschäftsleitung	21
.....	.....
Corporate Governance	23
.....	.....

## Impressum

### Herausgeberin

*innova* Holding AG  
Unternehmenskommunikation  
Postfach  
3073 Gümligen

### Konzept, Gestaltung, Realisation

Republica AG, Bern

### Fotograf

Rolf Siegenthaler, Bern

### Druck

Benteli Druck, Bern

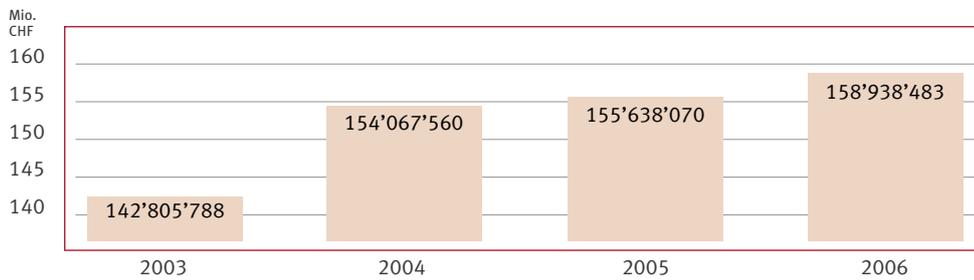
### Für weitere Informationen

Unternehmenskommunikation  
Telefon 031 954 25 00  
E-Mail [direktion@innova.ch](mailto:direktion@innova.ch)

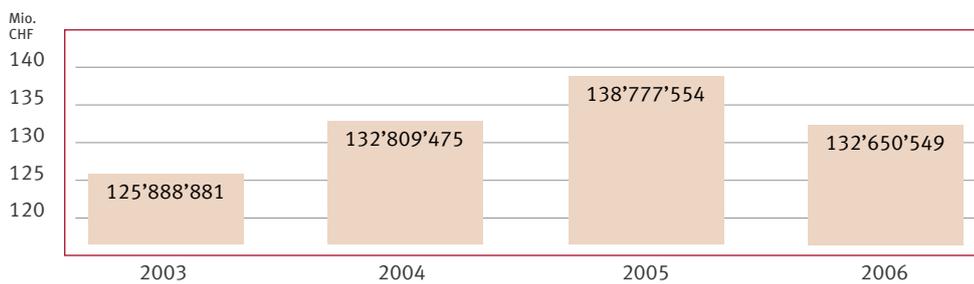
Der *innova*-Geschäftsbericht kann über  
Telefon 031 954 25 47 respektive via  
Fax 031 954 25 01 angefordert werden.  
Ausserdem ist der Geschäftsbericht  
unter [www.innova.ch](http://www.innova.ch) als PDF-File abrufbar.

# Die wichtigsten Zahlen.

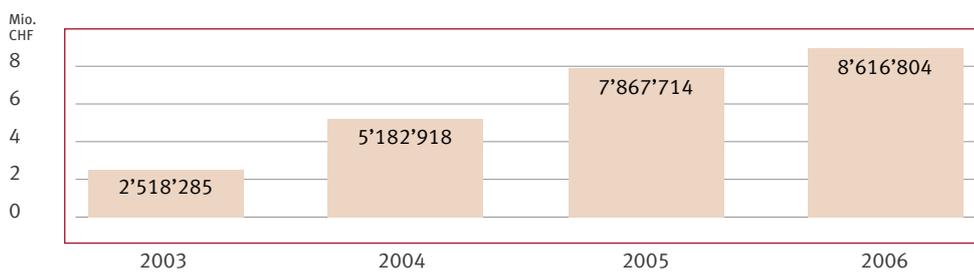
## Verdiente Prämien



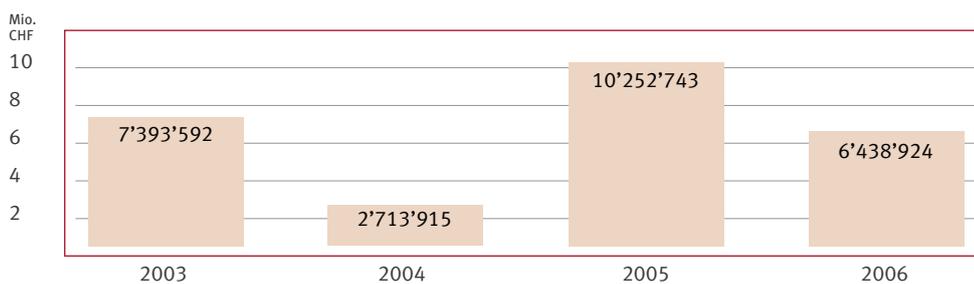
## Leistungsaufwand



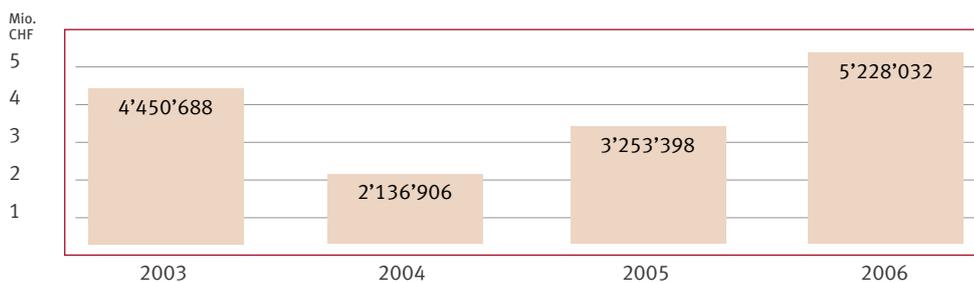
## Mittelfluss aus Geschäftstätigkeit



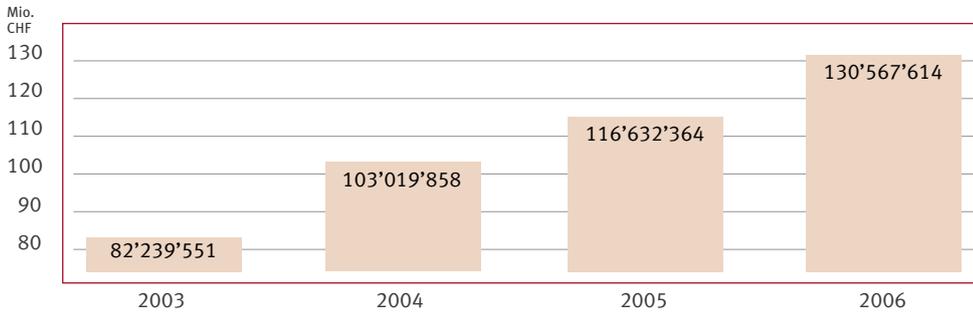
## Finanzerfolg vor Rückstellungen



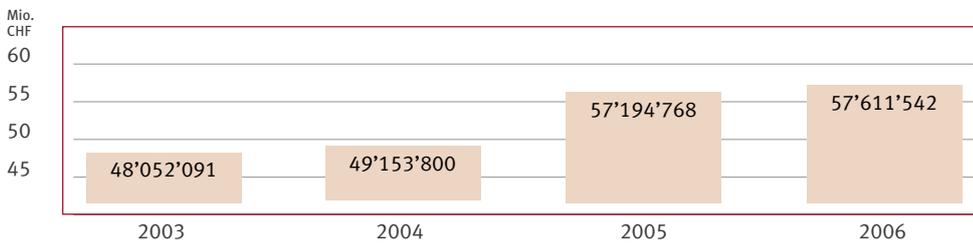
## Jahreserfolg vor Steuern



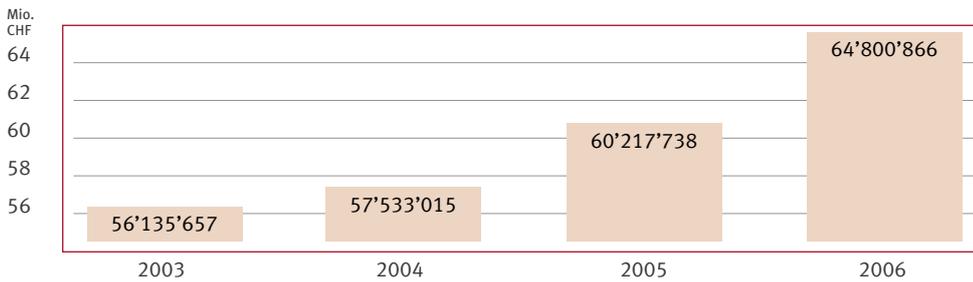
### Finanzanlagen



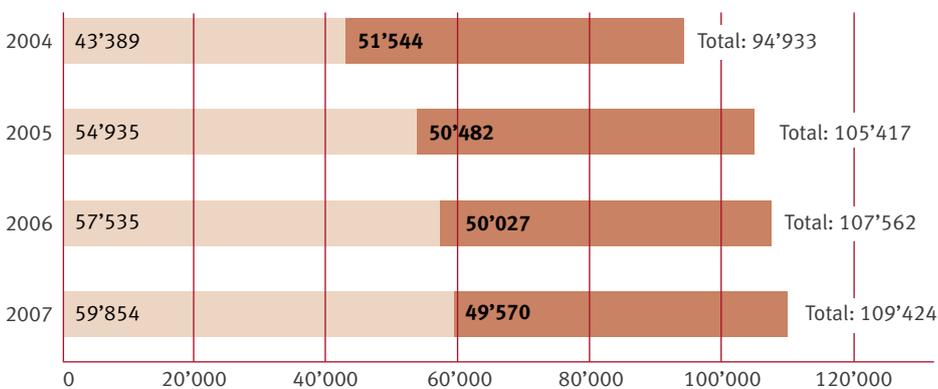
### Technische Rückstellungen



### Eigenkapital



### Entwicklung Kundenbestand per 1. Januar



- Lohnausfallversicherungen
- Heilungskostenversicherungen

# Bericht Verwaltungsrat.

## **Geschäftsergebnis.**

**Versicherungsergebnis.** Die verbuchten Prämien erhöhten sich im Vergleich zum Vorjahr um 1,9 Prozent auf 160 Millionen Franken. Die bezahlten Netto-Versicherungsleistungen haben im gleichen Zeitraum jedoch um lediglich 1,7 Prozent auf gut 131 Millionen Franken zugenommen. Der Cash-Flow aus der Geschäftstätigkeit stieg um 9,5 Prozent auf 8,61 Millionen Franken. Diese erfreuliche Entwicklung des Versicherungsergebnisses hat die Bildung von technischen Rückstellungen in der Höhe von knapp 1,3 Millionen Franken ermöglicht. Zusätzlich konnte die Rückstellung für nicht vertragliche Überschussbeteiligungen um 0,8 Millionen Franken auf 2,11 Millionen Franken erhöht werden.

**Finanzergebnis.** Ihre ausgezeichnete Risikofähigkeit erlaubt *innova* eine offensive Anlagestrategie. Dadurch konnten wir optimal von den sich positiv entwickelnden Finanzmärkten profitieren. Die Kapitalanlagen wiesen insgesamt eine Rendite von rund 5 Prozent auf. Der Finanzerfolg vor Rückstellungen betrug 6,44 Millionen Franken. Die Rückstellungen für Finanzrisiken im Anlagegeschäft konnten um 6,99 Millionen auf 18,96 Millionen Franken geäuft werden. Die Reserven für Finanzrisiken betragen unverändert 9,04 Millionen Franken.

**Eigenkapital.** Mit dem konsolidierten Jahreserfolg von 4,58 Millionen Franken haben wir unsere ausgezeichnete Eigenkapitalbasis weiter gestärkt. Die Eigenkapitalquote (Eigenkapital im Verhältnis zu den verdienten Prämien) erhöhte sich gegenüber dem Vorjahr von 38,7 auf 40,8 Prozent. Der Eigenfinanzierungsgrad hat sich bedingt durch die vorgenommenen hohen Rückstellungen leicht auf 42,3 Prozent reduziert.

## **Geschäftsfeld Heilungskostenversicherung.**

**Kostenentwicklung.** Bei der obligatorischen Krankenpflegeversicherung rechneten wir für 2006 mit einer Kostensteigerung von 5 Prozent. Die tatsächlich eingetretene durchschnittliche Kostensteigerung pro Versicherten lag mit 4,06 Prozent erfreulicherweise unter unserer Prognose. Praktisch unverändert ist der Anteil der Kostenbeteiligungen der Versicherten an den bezahlten Bruttoleistungen. Bei den Zusatzversicherungen haben die Kosten unter anderem infolge einer Zunahme teurer Einzelfälle im Spitalbereich zugenommen.

**Marktbearbeitung.** Mit der Erschliessung weiterer Vertriebspartnerschaften konnten wir die im Vorjahr eingeleitete Marktbearbeitungsstrategie im Geschäftsjahr 2006 weiter vorantreiben. Obschon sich die Wechselbereitschaft im Markt insgesamt erheblich reduziert hat, können wir mit dem Ergebnis unserer Marktbearbeitung zufrieden sein. Im Vergleich zum Vorjahr hat sich die Anzahl der neu gewonnenen Kunden um knapp 30 Prozent auf über 2 500 Versicherte erhöht. 80 Prozent der Neukunden haben sich dabei für eines unserer attraktiven alternativen Versicherungsmodelle entschieden.

**Entwicklung Kundenbestand.** Der Gesamtkundenbestand ist weitgehend stabil geblieben. Per 1. Januar 2007 ist ein Rückgang von lediglich 0,9 Prozent auf knapp 50 000 Kunden zu verzeichnen. Der Bestand in der Produktlinie *sanvita* – der einzigartigen Nichtraucherversicherung – konnte um knapp 2 Prozent auf 19 660 Kunden erhöht werden. Erneut stark zugenommen hat der Anteil unserer Kunden, die sich für ein Splitting der Grund- und Zusatzversicherung entschieden haben.

## **Geschäftsfeld Lohnausfallversicherung.**

**Marktbearbeitung.** Im Kundensegment der kleinen Unternehmen ist der Markt im Geschäftsjahr 2006 im Vergleich zu den Vorjahren sehr ruhig verlaufen. Die Gründe dafür liegen primär in der spürbaren Konjunkturerholung. Deutlich mehr Bewegung war im Kundensegment der mittelgrossen und grossen Unternehmen vorhanden. Dies ist insbesondere darauf zurückzuführen, dass verschiedene Versicherer den Markt mit Dumpingangeboten belebt haben. Dank der ausgezeichneten Zusammenarbeit mit unseren langjährigen Vertriebspartnern konnten wir unsere Wachstumsstrategie erfolgreich weiterführen und unseren Marktanteil weiter ausbauen.

**Entwicklung Kundenbestand.** Im Geschäftsjahr 2006 haben wir ein Prämienvolumen von rund 3,7 Mio. Franken abschliessen können. Stark rückläufig war die Anzahl Betriebe, die wir infolge von Betriebsaufgaben und Konkursen verloren haben. Erfreulich tief präsentiert sich auch die Anzahl der gekündigten Verträge. Insgesamt ist die Anzahl der versicherten Unternehmen und selbstständig Erwerbenden um 3,8 Prozent auf 10 257 Firmen gestiegen.

#### **Organisation.**

**Organisationsentwicklung.** Die Personalführung ist für *innova* einer der wichtigsten Erfolgsfaktoren. Das Human Resources Management wird deshalb ab 2007 in die Geschäftsleitung integriert. Der Verwaltungsrat hat Ende Jahr Andrea Marty zur neuen Leiterin Human Resources und Mitglied der Geschäftsleitung gewählt.

**Qualitätsmanagement.** Der Verwaltungsrat hat im Herbst 2006 die Corporate Governance durch ein externes Unternehmen begutachten lassen. Dieses Audit bildet die Grundlage für die angestrebte Best Board Practice Zertifizierung durch die SQS im kommenden Jahr. Weiter haben wir im Geschäftsjahr die Aufrechterhaltungs-Audits für die Zertifizierung des Informations-Sicherheits-Management-Systems gemäss ISO/ICE 27001:2005 und des Prozessmanagement-Systems gemäss ISO 9001:2000 erfolgreich bestanden.

**Innovationsmanagement.** Mit dem Innovationsmanagement hat neben dem Qualitätsmanagement ein weiterer Taktgeber Einzug gehalten. Das Ergebnis in den ersten sieben Monaten ist sehr erfreulich ausgefallen, wurden doch insgesamt 56 Innovationsideen eingegeben.

**Engagement für die Gesellschaft.** Die Entwicklung der Gesundheit unserer Kinder infolge Bewegungsmangel und falscher Ernährung ist besorgniserregend. Dies hat uns zu einem langfristigen Engagement im Projekt fit-4-future der Cleven-Becker-Stiftung bewogen. Als nationale Partnerin von fit-4-future will *innova* einen aktiven Beitrag zur gesunden Entwicklung und Steigerung der Lebensqualität unserer Kinder leisten.

#### **Ausblick.**

Das kommende Geschäftsjahr steht ganz im Zeichen bedeutungsvoller Projekte. Im Frühjahr erfolgt der Projektstart zur Ablösung unserer heutigen IT-Kernapplikation. Dieses Projekt wird mit der Migration auf die neue Swiss-HealthPlatform unseres Geschäftspartners centris AG im Sommer 2008 abgeschlossen. Parallel dazu starten diverse Innovationsprojekte mit dem Ziel, im 2007 mindestens ein neues Produkt sowie ein neues Geschäftsmodell im Markt einzuführen. Zudem werden wir den kontinuierlichen Verbesserungsprozess in allen Geschäftsbereichen konsequent weiterverfolgen. Wir wollen damit optimale Voraussetzungen für die Bewerbung um den Schweizer Qualitätspreis für Business Excellence ESPRIX im Jahr 2008 schaffen. Erneut intensivieren werden wir unsere Anstrengungen in der Marktbearbeitung in beiden Geschäftsfeldern.

#### **Dank.**

Wir danken dem Verwaltungsrat, der Geschäftsleitung und allen Mitarbeitern herzlich für ihr grosses Engagement und die ausgezeichnete Arbeit. Einen besonderen Dank richten wir an unsere Kunden für ihre Loyalität und ihr Vertrauen. Unseren Geschäfts- und Vertriebspartnern danken wir bestens für die zuverlässige und konstruktive Zusammenarbeit.



Marius Grossrieder  
Präsident des Verwaltungsrates



Michael Rindlisbacher  
Delegierter des Verwaltungsrates  
Vorsitzender der Geschäftsleitung

# Vision und Strategie.

## Führend in Qualität und Innovation.

Mit ihrer Unternehmensvision setzt *innova* gezielt zwei Aspekte in den Mittelpunkt: Qualität und Innovation. Dieser Führungsanspruch schafft den erforderlichen Raum für eine einzigartige Qualitäts- und Innovationskultur. Sich an den eigenen Leistungen laufend zu messen, mit anderen Unternehmen zu vergleichen und dann kontinuierlich das Gute durch Besseres zu ersetzen, ist für uns Herausforderung und Motivation zugleich. Zukunftsdenken, Flexibilität und innere Veränderungsbereitschaft sowie eine hohe Lernbereitschaft sind Werte, die *innova* auszeichnen. Unsere Grundstrategien «Total Quality Management», «Stakeholder-Orientierung», «Innovationsmanagement» und «Nischenanbieter» sichern die nachhaltige Unternehmensentwicklung.

## Unternehmensvision und Grundstrategien



## Total Quality Management.

*innova* führt das Unternehmen nach den Grundsätzen des Total Quality Managements und dem anerkannten Führungsmodell der Europäischen Stiftung für Qualitätsmanagement EFQM. Das Ziel ist die Qualitätsführerschaft unter den Schweizer Krankenversicherern. Die Grundkonzepte des EFQM-Modells sind:

- Ergebnisse erzielen, die alle Anspruchsgruppen der Organisation begeistern.
- Nachhaltigen Kundennutzen schaffen.
- Visionäre und begeisternde Führung, gekoppelt mit Beständigkeit hinsichtlich der Zielsetzung.
- Die Organisation durch ein Netzwerk untereinander abhängiger und miteinander verbundener Systeme, Prozesse und Fakten steuern.
- Den Beitrag der Mitarbeiter durch ihre Weiterentwicklung und Beteiligung maximieren.

- Lernen nutzen zur Schaffung von Innovation und Verbesserungsmöglichkeiten, um den Status quo in Frage zu stellen und Änderungen zu bewirken.
- Wertschöpfende Partnerschaften entwickeln und erhalten.
- Mindestanforderungen der gültigen Gesetze und Regeln übertreffen, die die Organisation bei ihrer Geschäftstätigkeit zu berücksichtigen hat. Die Erwartungen des gesellschaftlichen Umfelds verstehen und darauf eingehen.

## Stakeholder-Orientierung.

Stakeholder sind interne und externe Anspruchsgruppen, die von der unternehmerischen Tätigkeit direkt oder indirekt betroffen sind. Die wichtigsten Stakeholder für *innova* sind ihre Kunden, Mitarbeiter und Geschäftspartner.

**Kunden.** Da Versicherungen an sich austauschbar sind, will *innova* ihren Kunden in der Summe des gesamten Angebots einen Mehrwert bieten. Bedürfnisorientierte Produkte mit risikogerechten Prämien werden dabei durch kompetente Beratung, erstklassigen Service, transparente Informationen und Dienstleistungen mit einem hohen Nutzen aufgewertet. Bei positivem Versicherungsverlauf beteiligt *innova* ihre Kunden mittels Überschussbeteiligungen am Erfolg. Die Basis für ein erfolgreiches Versicherungsgeschäft ist Vertrauen. Im Umgang mit Kundendaten legen wir deshalb grössten Wert auf Sicherheit.

**Mitarbeiter.** Bei Dienstleistungsunternehmen ist der Erfolg direkt abhängig von kompetenten und leistungsbehernten Mitarbeitern. Deshalb schafft *innova* ihren Mitarbeitern ein Arbeitsumfeld mit einer leistungsfördernden Unternehmens- und Führungskultur. Vorbildliche Anstellungsbedingungen und die kontinuierliche Förderung und Entwicklung der Mitarbeiter machen *innova* zu einer attraktiven Arbeitgeberin. Mit einer modernen und qualitativ ausgezeichneten Infrastruktur fördern wir das Wohlbefinden unserer Mitarbeiter am Arbeitsplatz. Der Schutz der Mitarbeiterdaten ist jederzeit gewährleistet.

**Geschäftspartner.** Ausserhalb unserer Kernkompetenzen gibt es etliche Aufgaben, die letztendlich die Unternehmensleistung erst ermöglichen. *innova* entwickelt und erhält deshalb Partnerschaften und kann damit die Wirksamkeit ihrer Geschäftstätigkeit erhöhen. Die Leistungen der Geschäftspartner erfüllen dabei unsere hohen Qualitätsansprüche.

### Innovationsmanagement.

*innova* hat sich die Innovationsführerschaft unter den Schweizer Krankenversicherern zum Ziel gesetzt. Mit unserem Innovationsmanagement erfassen und beurteilen wir Ideen aus allen Bereichen des Unternehmens und setzen diese systematisch um. Die Innovationen von neuen Produkten, Dienstleistungen oder Geschäftsmodellen sollen dabei zu einer signifikanten Wertsteigerung für das Unternehmen und für die Kunden führen.

### Nischenanbieter.

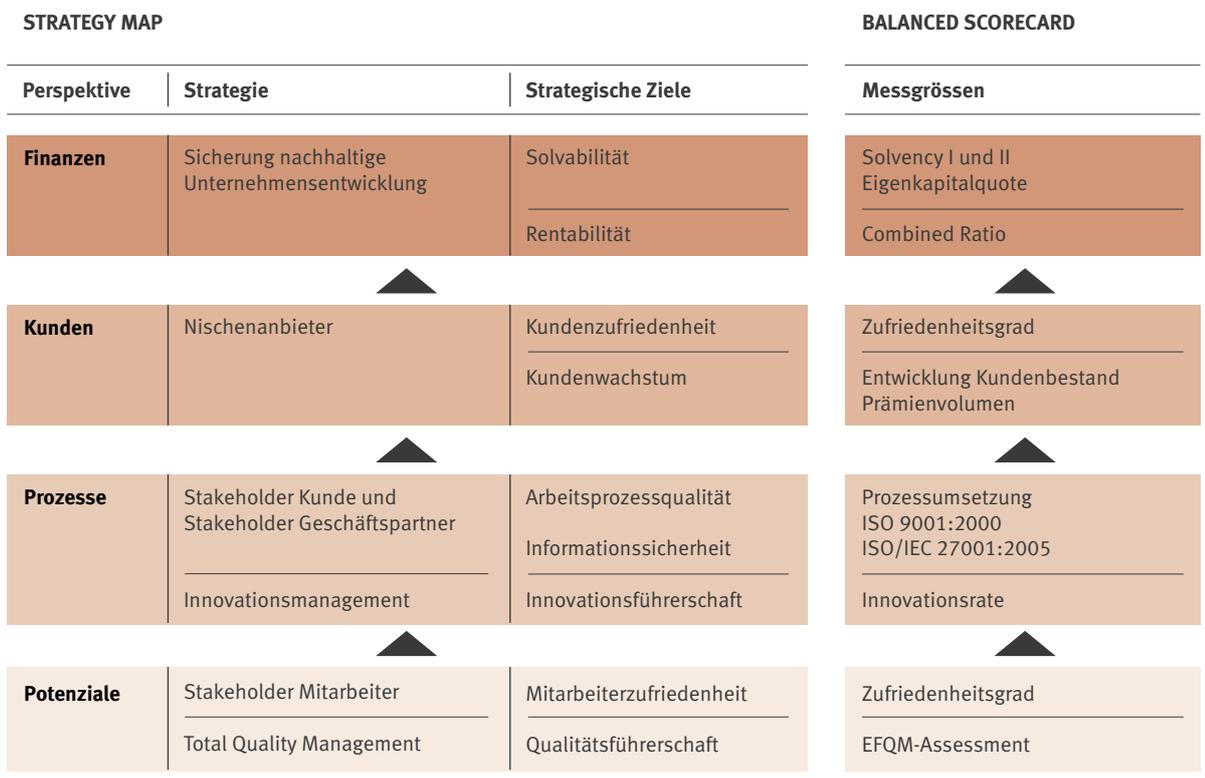
Seit der Gründung des Unternehmens hat sich *innova* für eine Nischenstrategie entschieden, die sich heute als Kombination aus einer Differenzierungs- und einer Konzentrationsstrategie definiert. Die Differenzierung orientiert sich an unseren Stärken. Dabei wollen wir uns primär über Produkte, Dienstleistungen und Service von unseren Mitbewerbern abheben. Die Konzentration ermöglicht eine optimale Wahrnehmung unserer Marktchancen. Dies widerspiegelt sich in der Fokussierung auf ausgewählte Kundengruppen und Marktgebiete.

### Strategisches Controlling.

**Risikomanagement.** Die Einführung von Solvency II in der Versicherungswirtschaft sowie die verschärften Anforder-

ungen des Aktienrechts verlangen ein umfassendes Risikomanagement. Früher betrachteten wir das versicherungs- und nichtversicherungstechnische Geschäft getrennt voneinander. Heute konzentrieren wir uns auf die Risiken und Renditen des Gesamtgeschäfts. Mit der risikoorientierten Solvabilitätsberechnung haben wir ein Frühwarnsystem, mit welchem wir Risiken frühzeitig erkennen und sinnvoll einschätzen können. Unser Risikomanagement erfüllt die gesetzlichen und aufsichtsrechtlichen Anforderungen und ermöglicht die systematische Identifikation, Beurteilung, Bewältigung und Überwachung aller relevanten Risiken.

**Kennzahlensystem.** Das Kennzahlensystem steuert auf strategischer Ebene die Unternehmensentwicklung. Die Kennzahlen haben die Aufgabe, die strategischen Ziele abzubilden, welche für jeweils drei Jahre in einem rollenden jährlichen Prozess definiert werden. Auf operativer Ebene überwacht das Kennzahlensystem die Umsetzung der Unternehmensstrategie. Auf Basis der Kennzahlen definieren wir die operativen Jahresziele und Aktions-schwellenwerte. Die Kennzahlen werden dabei den vier Perspektiven Potenziale, Prozesse, Kunden und Finanzen zugeordnet.





# Kunden: Im Zentrum unserer Aktivitäten.

*innova* fokussiert ihre Energie auf die Kunden, denn deren Zufriedenheit ist die Voraussetzung für einen langfristigen Geschäftserfolg. So richten wir unsere Versicherungslösungen und Dienstleistungen an den Bedürfnissen ausgewählter Kundengruppen aus. Da Versicherungen an sich austauschbar sind, will *innova* in der Summe des gesamten Angebots einen Mehrwert bieten. Wir überzeugen mit innovativen Angeboten, kompetenter Beratung, erstklassigem Service und transparenter Information. Unser erklärtes Ziel ist: Einen nachhaltigen Kundennutzen zu schaffen. Durch langfristige Beziehungen und den Gewinn neuer Kunden streben wir ein kontinuierliches und qualitatives Wachstum an.

**Zufriedene Kunden.** *innova* entwickelt sich durch einen kontinuierlichen Lern- und Verbesserungsprozess vorwärts. Konsequentermaßen befragt *innova* darum seit mehreren Jahren ihre Privatkunden und Firmenkunden regelmäßig. Dabei liegt uns viel daran, deren Zufriedenheit mindestens zu erhalten und wenn möglich zu steigern. Dank den Umfragen können wir veränderte Kundenbedürfnisse berücksichtigen und unsere Produkte und Dienstleistungen rasch auf die neuen Wünsche ausrichten.

Die publizierten Werte der Firmenkundenbefragungen gehen aufs Jahr 2005 zurück. Da wir die Firmenkunden alle zwei Jahre befragen, werden wir im kommenden Jahr wieder aktuelle Kennzahlen vorweisen können.

Mit den Resultaten aus der neuesten Privatkundenumfrage präsentiert sich *innova* insgesamt als sehr guter Krankenversicherer. Im Benchmark liegen wir hinsichtlich Fragen zur Kundenzufriedenheit in allen Werten über dem Durchschnitt und häufig positionieren wir uns in der Spitzengruppe. Speziell herauszuheben ist die Gesamtzufriedenheit der Privatkunden, die in den vergangenen vier Jahren anhaltend hoch war. Mit unseren verbesserten Durchlaufzeiten nähern wir uns in diesem Jahr dem Bestplatzierten und lassen den Durchschnitt hinter uns. *innova* verpflichtet sich zu einer hohen Erreichbarkeit und führt in diesem Punkt den Benchmark an.

**Belohnte Eigenverantwortung.** *innova* belohnt ihre Kunden seit jeher für eigenverantwortliches und gesundheitsbewusstes Verhalten mit Prämienvorteilen. Konkret werden 1,2 Millionen Franken an Privatkunden ausgeschüttet. An rund 8 000 Familien zahlen wir einen Rentabilitätsbonus zwischen 120 und 500 Franken aus.

**Beteiligung am Erfolg.** Neben den gesetzlichen Rückstellungen bildet *innova* zusätzliche Reserven und Rückstellungen. Diese dienen dem Schwankungsausgleich und sichern dem Kunden Prämienstabilität. Verlaufen individuelle Verträge von Firmenkunden positiv, können wir ihnen Prämienreduktionen gewähren oder sie erhalten, sofern dies vertraglich vereinbart wurde, eine Überschussbeteiligung ausbezahlt.

Qualitative Kundenkennzahlen	Privatkunden	Privatkunden	Firmenkunden
	Erreichter Wert 2006 <small>(auf Zehnerskala oder in Prozent)</small>	Erreichter Wert 2005 <small>(auf Zehnerskala oder in Prozent)</small>	Erreichter Wert 2005 <small>Erhebung nur alle zwei Jahre (auf Zehnerskala oder in Prozent)</small>
Kundenzufriedenheitsgrad	8,1	8,1	7,6
Zufriedenheit mit der Durchlaufzeit der Leistungsverarbeitung	8,5	8,4	8,0
Zufriedenheit mit der telefonischen Erreichbarkeit	8,4	8,5	8,2
Zufriedenheit mit der Dienstleistungsqualität	7,9	7,9	7,7
Beschwerdequote	8%	7%	8%



# Attraktive Arbeitgeberin – zufriedene Mitarbeiter.

In Dienstleistungsunternehmen werden die Mitarbeiter immer mehr zum bedeutenden Erfolgsfaktor. Auch der Unternehmenserfolg von *innova* hängt direkt von der Leistungsbereitschaft, der Professionalität und der Kundenorientierung ihrer Mitarbeiter ab. Diese haben in den vergangenen Jahren engagiert an der Weiterentwicklung des Unternehmens mitgearbeitet und zur Erzielung der guten Ergebnisse beigetragen.

## Neupositionierung des Human Resources Management.

Aufgrund seiner hohen strategischen und operativen Bedeutung, aber auch vor dem Hintergrund des zunehmenden Wettbewerbs auf dem Arbeitsmarkt, wird das Human Resources Management neu positioniert. Die Leiterin Human Resources ist ab 2007 Mitglied der Geschäftsleitung und wird entsprechend Einfluss auf die Weiterentwicklung der Human Resources Strategie, unter Einbezug der Unternehmenspolitik, nehmen.

**Persönlicher Einsatz.** *innova* fordert von ihren Mitarbeitern vollen Einsatz, bietet ihnen aber viel Freiraum für persönliche Initiative, bindet sie in Entscheide ein und ermächtigt sie zum Handeln. Die Mitarbeiter setzen sich denn auch gerne zum Vorteil des Unternehmens ein, wie zum Beispiel am *innova fit-4-future Kidsday 2006*. Am *innova fit-4-future Kidsday 2006* trugen 500 Kids ein polysportives Turnier in den Disziplinen Volleyball, Handball, Fussball und Unihockey aus. Rund 60 begeisterte Mitarbeiter trugen massgeblich zum Erfolg dieses Grossanlasses bei. *innova* ist nationale Partnerin des Projektes *fit-4-future*, das von der Cleven-Becker-Stiftung ins Leben gerufen wurde und die Eindämmung der Bewegungsarmut von Kindern und Jugendlichen zum Ziel hat.

**Eine motivierende Firmenkultur.** Wir fördern ein Klima von Toleranz, Offenheit, Vertrauen und Eigenverantwortung. Insbesondere bei Veränderungs- und Entwicklungsprozessen können wir auf eine nachhaltig gepflegte und gelebte Unternehmenskultur sowie auf ein gutes Arbeitsklima bauen.

**Aktive Beteiligung am Innovationsprozess.** *innova* will ihre Innovationsfähigkeit durch eine ausgeprägte Innovationskultur weiter stärken. Sie unterstützt den Mut zu unkonventionellen Produkt- oder Dienstleistungsideen und schafft Zeitfenster für Kreativität im Tagesgeschäft, aber auch ausserhalb von Funktion und Aufgaben. Die Mitarbeiter sollen angeregt werden, aktiv neue Ideen zur Steigerung des Kundennutzens zu suchen.

**Aufbau von Wissen und Kompetenz.** Wir unterstützen seit jeher die fachliche Weiterbildung unserer Mitarbeiter und ermöglichen ihnen, ihr Wissen im Rahmen interner und externer Fortbildungen weiterzuentwickeln.

**Attraktives Arbeitsumfeld.** *innova* bietet ihren Mitarbeitern attraktive Anstellungs- und Arbeitsbedingungen an. Diese zeichnen sich durch ein leistungsorientiertes Lohnsystem, überdurchschnittliche Sozialleistungen, eine grosszügige Ferien- und Urlaubsregelung und innovative Arbeitszeitmodelle aus.

**Konstant hohe Mitarbeiterzufriedenheit.** Die jährlich erhobene Mitarbeiterzufriedenheit weist konstant hohe Werte aus und ist gegenüber dem Vorjahr von 3,21 auf 3,26 Punkte (auf Viererskala) leicht gestiegen. Die Mitarbeiter fühlen sich wohl in ihrem Team (3,54 Punkte), empfinden die von *innova* gewährten Leistungen als attraktiv (3,51 Punkte) und sind stolz, bei *innova* zu arbeiten (3,51 Punkte).

Qualitative Mitarbeiterkennzahlen	Erreichter Wert 2006 <small>(auf Viererskala)</small>	Erreichter Wert 2005 <small>(auf Viererskala)</small>	SwissBenchmark 2006 <small>(durch Löttscher + Renggli AG mit ca. 75 Unternehmen) <small>(auf Viererskala)</small></small>
Gesamtzufriedenheitsgrad	3,26	3,21	3,12
Zufriedenheitsgrad Betriebsklima	3,23	3,21	kein Benchmark vorhanden
Zufriedenheitsgrad Entwicklungsmöglichkeiten	3,20	3,22	3,02
Zufriedenheitsgrad Anstellungsbedingungen	3,52	3,46	3,16
Beurteilung Fach- und Führungsarbeit	3,25	3,28	kein Benchmark vorhanden



# innova setzt auf starke Partnerschaften.

Unser Erfolg hängt wesentlich von der Qualität und Effizienz unserer Unternehmensleistungen ab. Es gibt indes eine Vielzahl von Aufgaben, die ausserhalb unserer Kernkompetenzen liegen. Fehlen das notwendige Wissen oder die erforderlichen Kapazitäten, prüfen wir, ob wir diese mittels Partnerschaften erbringen können.

**Drei Arten von Partnerschaften.** Entscheiden wir uns für eine Partnerschaft, differenzieren wir zwischen Dienstleistungs-, Geschäfts- und Vertriebspartnern. Der wesentliche Unterschied liegt in der Charakteristik der Geschäftsbeziehung. Die Dienstleistungspartner übernehmen kurz- bis mittelfristige Teilprozesse oder Einzelaufträge im Auftragsverhältnis. Die Vertriebspartner vermitteln unsere Versicherungsprodukte und betreuen die Kunden im Tagesgeschäft. Unseren vier Geschäftspartnern übertragen wir dauerhaft geschäftliche Gesamt- oder Teilprozesse und vereinbaren in Zusammenarbeitsverträgen verbindliche Leistungsstandards:

1. Centris. Als der grösste Schweizer IT-Anbieter für Krankenversicherungen bietet uns Centris neben dem Basissystem auch wichtige Umsysteme (Data Warehouse, Workflow, Archiv, Sumex), die in der Zeit der elektronischen Datenverarbeitung nicht wegzudenken sind. Mit der SwissHealthPlatform erarbeitet Centris eine neue, zukunftsgerichtete Lösung des Basissystems.

2. Medgate. *innova* ist Partnerin der ersten Stunde bei Medgate, dem führenden Schweizer Zentrum für Telemedizin. Bei medizinischen Fragen steht Medgate unseren Kunden mit einem Beratungsteam von rund 40 Ärzten und 20 weiteren medizinischen Fachpersonen telefonisch zur Seite. Rund um die Uhr, sieben Tage die Woche. Unsere telemedizinische Versicherungslösung wurde in Zusammenarbeit mit Medgate entwickelt.

3. RVK Rück. Als stärkster Rückversicherer im schweizerischen Krankenversicherungsmarkt (47 kleinere und mittlere Krankenversicherer mit über 800 000 Versicherten) schützt RVK seine Mitglieder vor den Auswirkungen kostenintensiver Einzelfälle und trägt damit zu konstanten Prämien bei. RVK baut damit seine Dienstleistungspalette weiter aus und stärkt seine Position als Partner für Managed-Care-Angebote (Hausarztmodell, Case Management, Vertrags- und Tarifdatenbank).

4. Solida. Im Bereich der obligatorischen Unfallversicherung vertreiben wir die Versicherungsprodukte von Solida, einem erfahrenen Unfallversicherer.

**Unsere Anforderungen.** Sämtliche Beziehungen zwischen *innova* und ihren Geschäfts- und Vertriebspartnern unterstehen spezifischen Anforderungen bezüglich Qualität und Abwicklung. Wir legen dabei besonderen Wert auf die Einhaltung von Qualitätsstandards, die kontinuierliche Verbesserung von Prozessen und Output, das Einhalten von Terminen, Zusagen, Preisen und Offerten sowie auf das Preis-Leistungs-Verhältnis.

**Erfolgreiche Zusammenarbeit.** Durch regelmässige Kontakte, Projektarbeit, Einsitznahme in Organen und Anerkennungsmassnahmen pflegt *innova* ihre Beziehungen zu den Geschäftspartnern. Die Leistungen und die Zusammenarbeit mit den Partnern werden seit 2005 jährlich systematisch beurteilt. Dabei wird auch die Attraktivität von *innova* als Geschäftspartnerin bewertet. Im Anschluss an diese Beurteilungen werden Massnahmen zur kontinuierlichen Verbesserung der Geschäftsbeziehung vereinbart. Die letzte Partnerbefragung bestätigt, dass die Leistungen der Geschäftspartner unsere hohen Qualitätsanforderungen erfüllen.

Qualitative Geschäftspartnerkennzahlen	Erreichter Wert 2006 <small>(auf Viererskala)</small>	Erreichter Wert 2005 <small>(auf Viererskala)</small>
Zufriedenheitsgrad <i>innova</i> mit Geschäftspartnern	3,25	3,11
Zufriedenheitsgrad der Geschäftspartner mit <i>innova</i>	3,55	3,36

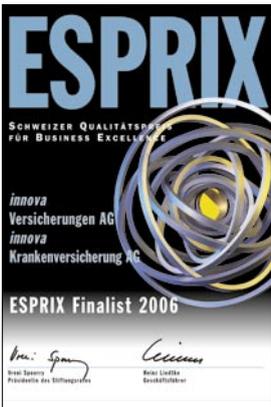
# Konsequente Qualitätsorientierung.

**Bekanntnis zur Qualität.** 1999 verpflichtete sich die Geschäftsleitung von *innova* zum Total Quality Management. *innova* wählte damals das EFQM-Modell als Instrument, um ihren Weg zur Excellence systematisch zu beschreiten. Heute noch sind wir davon überzeugt: EFQM ist das Modell, das uns eine ganzheitliche Sicht auf unser Unternehmen ermöglicht und uns hilft, ein umfassendes Managementsystem aufzubauen und dieses kontinuierlich weiter zu entwickeln. Es zeigt uns die eigenen Stärken, Schwächen und Verbesserungspotenziale auf, damit wir unsere Strategie und unser Handeln danach ausrichten können.

**Ausgezeichnete Qualität.** Unser Qualitätsengagement wurde bereits mehrfach ausgezeichnet. Wichtige Meilensteine auf dem Weg zur angestrebten Business Excellence stellen 2002 die «Anerkennung für Excellence» sowie die Nomination für den Final des ESPRIX 2004 dar. 2005 hat sich *innova* erneut um den Schweizer Qualitäts-

preis für Business Excellence ESPRIX beworben. Mit grossem Erfolg: Neben der Nomination für den ESPRIX-Final gehörte *innova* 2006 zum ersten Mal zu den Preisträgern. *innova* wurde für ihre überdurchschnittlichen Leistungen im Bereich der «Kontinuierlichen Weiterentwicklung» ausgezeichnet. Unseren hohen und zuverlässigen Standard bestätigt 2004 auch die Zertifizierung nach ISO 9001:2000.

**innova mit fünf Sternen.** Im Juni 2006 änderte die Europäische Stiftung für Qualitätsmanagement EFQM ihr Stufensystem. Anstelle der Pyramide mit den drei Stufen (1. Verpflichtung zur Excellence, 2. Anerkennung für Excellence und 3. Finalist, Preis- oder Award-Gewinner) steht heute ein Sternesystem. Drei, vier oder fünf Sterne erhalten Unternehmen aufgrund der erreichten Punktzahl bei der Bewertung durch die Assessoren. Seit der Finalnomination bei der Verleihung des ESPRIX im 2006 schmückt sich *innova* darum mit fünf stolzen Sternen.



Urkunde ESPRIX Finalist 2006



SQS-Zertifikat ISO 9001:2000



Neues EFQM-Logo mit Sternen



Auszeichnung ESPRIX 2006 für «Kontinuierliche Weiterentwicklung»

**Schutz von Daten und Informationen.** Die Basis für ein erfolgreiches Versicherungsgeschäft ist Vertrauen. Im Umgang mit Kundendaten legen wir deshalb grössten Wert auf Sicherheit. *innova* übertrifft die gesetzlichen Grundlagen des Datenschutzes und erfüllt die hohen Anforderungen für die Informationssicherheit. Dies wurde uns mit der Zertifizierung nach dem internationalen Informations-Sicherheitsstandard BS 7799-2:2002 bestätigt. Auch 2006 wurde *innova* wieder überprüft. Diesmal nicht nach BS 7799-2:2002 sondern nach dessen Nachfolgestandard ISO/IEC 27001:2005. Die Grundidee hinter dem neuen Standard ist gleich geblieben: Das Ziel ist eine hohe Datensicherheit, wobei alle wichtigen Komponenten wie Technik, Organisation und der Mensch berücksichtigt sind. Leicht geändert haben sich die Anforderungen. Neu muss



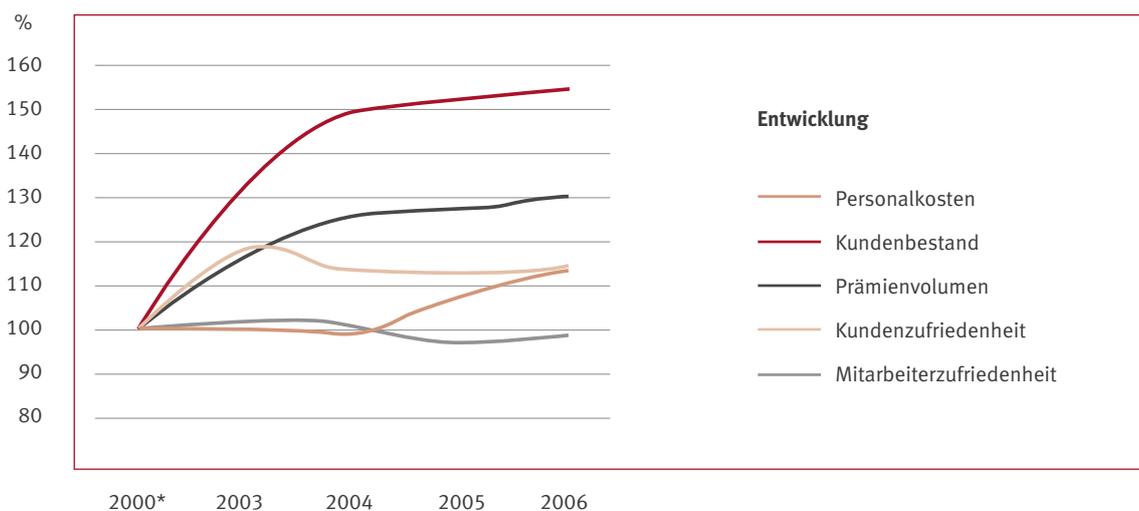
SQS-Zertifikat  
ISO/IEC 27001:2005

*innova* die Wirksamkeit und laufende Verbesserung ihrer Sicherheitsmassnahmen ständig nachweisen. Die Aussagekraft des Standards hat sich ebenfalls erhöht. Im Gegensatz zum BS 7799-2:2002 mit seiner britischen Abstammung ist ISO/IEC 27001:2005 an die International Standard Organisation gekoppelt.

**Unser Qualitätsengagement schafft Mehrwert.** Seit sich *innova* vor nunmehr sieben Jahren für das Streben nach Excellence entschied, hat sich die Unternehmenskultur verändert. Die nötige Flexibilität ist gewährleistet, Denkstrukturen und Verhalten aller Beteiligten werden positiv beeinflusst und nachhaltig geprägt. Ein unternehmerischer Mehrwert entstand, den wir mit konkreten Zahlen nachweisen können:

Seit der Einführung der Qualitätsstrategie stiegen sowohl die Kundenzahl (+ 53,7 Prozent) wie auch das verdiente Prämienvolumen (+ 30,9 Prozent) markant. Die Kundenzufriedenheit hält sich auf konstant hohem Niveau: 8,1 auf einer Zehnerskala. Die Personalkosten konnten bei gleichzeitig verbesserter Mitarbeiterzufriedenheit (+ 8 Prozent) in Relation zum Prämienvolumen um 13,4 Prozent gesenkt werden.

### Mehrwert dank Qualitätsengagement



\* Start Qualitätsengagement im Jahr 2000

# Gelebte Innovationskultur.

Die strategische Ausrichtung von *innova* als Nischenanbieterin erfordert ausgeprägte Fähigkeiten, Produkte, Dienstleistungen und Geschäftsmodelle zu entwickeln. Da es für Versicherungsprodukte keinen Patentschutz gibt, können diese von Mitbewerbern rasch und mit verhältnismässig geringem Aufwand kopiert werden. Im Rahmen dieser Marktbedingungen steht *innova* vor der Herausforderung, innovative Angebote kontinuierlich und mit hoher Kadenz zu entwickeln. Dies wiederum setzt eine entsprechende Innovationskultur und ein systematisch betriebenes Innovationsmanagement voraus.

**Innovationskultur.** Innovationsgeist setzt Neugierde und Mut voraus. Zudem die Bereitschaft, sich zu verändern, Bekanntes hinter sich zu lassen und zu Neuem aufzubrechen. *innova* hat auf der Basis von Innovationstreibern eine eigene Innovationskultur entwickelt.

**Innovationsprozess.** Der Innovationsprozess durchläuft vier Phasen. Am Ende jeder Phase entscheiden wir, ob und wann die nächste Phase durchgeführt wird. Dieses Vorgehen gewährt uns eine hohe Flexibilität und verhindert zugleich, dass Projekte auch dann weitergeführt werden, wenn die angestrebten Ziele nicht realisierbar sind.



1. Innovationsphase: Innovationsideen suchen und sammeln. Innovationsideen von Mitarbeitenden, Kunden und Geschäftspartnern werden in der Innovationsdatenbank erfasst und unseren Schlüsselprozessen zugeordnet. Anschliessend werden die Innovationsideen im Intranet-Chatroom diskutiert und ergänzt.

2. Inkubationsphase: Erfolgsversprechende Ideen auswählen und bewerten sowie in spezifische Projekte umwandeln. Ein aus Führungskräften und Mitarbeitern zusammengesetztes innovationsBOARD bewertet die Innovationsideen nach einem standardisierten Verfahren und stellt zuhanden der Geschäftsleitung einen Antrag zum weiteren Vorgehen. Ideen mit hoher Komplexität und erheblichen Risiken werden im Rahmen eines innovationsCAMPs unter Beizug interner und externer Spezialisten konkretisiert. Anschliessend entsteht die Voranalyse. Bei weniger komplexen Ideen werden Bedürfnisevaluationen durchgeführt. Zum Abschluss der Inkubationsphase entscheidet die Geschäftsleitung auf Antrag, ob eine Idee realisiert oder eliminiert wird.

3. Realisationsphase: Innovationsprojekte durchsetzen und verwirklichen. Für die Innovationsideen werden im Rahmen von Projekten Detailkonzepte erstellt und die Einführungsphase vorbereitet. Die Geschäftsleitung entscheidet abschliessend auf Antrag der Projektteams über die Einführung der Ideen.

4. Einführungsphase – Markteinführung: Die Innovationsprojekte werden abgeschlossen und die Ideen werden im Markt eingeführt.

**Innovationsbilanz.** *innova* hat das systematische Innovationsmanagement im Frühjahr 2006 eingeführt. Innerhalb von knapp sieben Monaten wurden insgesamt 56 Innovationsideen eingegeben. Davon befanden sich am Jahresende drei Ideen in der Innovationsphase und 15 in der Inkubationsphase. 38 Ideen werden nicht weiterverfolgt oder wurden aus Gründen der Priorisierung zurückgestellt.

Schlüsselprozess	Anzahl Innovationsideen	Innovationsphase	Inkubationsphase
Produktentwicklung	23	1	7
Dienstleistungen	13		3
Marktbearbeitung	5		1
Kundenbindung	4		2
Neue Geschäftsmodelle	3		2
Preisbildung	3	1	
Kommunikation	2		
Service	1		
Partner-Management	1		
Human Resources Management	1	1	
<b>Total</b>	<b>56</b>	<b>3</b>	<b>15</b>

Grafik: Innovationsbilanz per 31.12.2006

# Finanziell solides Versicherungsunternehmen.

Wir wollen unseren Kunden, Mitarbeitern und Geschäftspartnern langfristig Sicherheit bieten und auch in Zukunft unseren Verpflichtungen nachkommen. Deshalb sind uns die nachhaltige Finanzierung des Unternehmens sowie unsere finanzielle Unabhängigkeit wichtige Anliegen. Dabei können wir uns auf eine angemessene Rentabilität, eine solide Eigenkapitalausstattung und eine gesicherte Liquidität stützen.

**Risikogerechte Prämien.** *innova* ist bestrebt, mit risikogerechten Prämien im Wettbewerb attraktiv zu sein. Im Bereich der sozialen Krankenversicherung decken die Preise mindestens die Aufwendungen für Versicherungsleistungen, Risikoausgleich und Betriebskosten sowie für die Bildung der gesetzlich vorgeschriebenen oder im Geschäftsplan definierten Rückstellungen und Reserven. Im privatrechtlichen Versicherungsgeschäft ermöglichen uns die Prämien, die angestrebte Rendite zu realisieren.

**Eine professionelle Anlagepolitik.** Unsere für die Branche unüblich komfortable Eigenkapitaldecke sichert die Entwicklung des Unternehmens. Zudem erlaubt sie eine offensive Anlagepolitik. Die Erkenntnisse aus der regelmässigen Berechnung der Anlagerisiken bieten eine sichere Grundlage für die Definition der Anlagestrategie. *innova* überträgt ihre Anlagetätigkeit an renommierte Banken und sichert die Anlagerisiken durch Rückstellungen ab.

**Positives Anlageresultat.** Vor dem Hintergrund der erfreulichen Entwicklung der Aktienmärkte und einer aufgrund der steigenden Zinsen eher durchgezogenen Entwicklung der Obligationenmärkte erreichten wir 2006, sowohl in der Krankenversicherung AG (4,24 Prozent) als auch in der Versicherungen AG (5,15 Prozent), eine erfreuliche Performance. Diese lag in beiden Fällen über den Benchmarkwerten.

**Systematisches Risikomanagement.** Die strategischen und operativen Unternehmensrisiken werden bei *innova* systematisch erhoben und bewertet. Als Basis dient uns eine umfassende Unternehmens- und Umweltanalyse, welche wir jährlich erstellen. Erkannte Risiken werden durch Massnahmen beseitigt oder reduziert. Wo dies nicht möglich ist, müssen sie akzeptiert und überwacht oder an eine Versicherung transferiert werden. Ins Risikomanagement integriert wurde der zum besseren Schutz der Versicherungsnehmer vom Bundesamt für Privatversicherungen BPV entwickelte Schweizer Solvenztest SST. Die Anwendung des SST wird ab 2008 für alle Versicherungsgesellschaften obligatorisch. Der Test ist Teil der verbesserten Aufsicht und ermittelt die Fähigkeit eines Versicherungsunternehmens, die eingegangenen Risiken aus der gesamten Geschäftstätigkeit zu tragen. Aufgrund der Resultate der bisher durchgeführten Solvenzttests präsentiert sich *innova* als ausgesprochen solides Versicherungsunternehmen.

Solvabilität	31.12.2006	31.12.2005	31.12.2004	31.12.2003
Eigenkapitalquote <sup>1</sup> <i>innova</i> Krankenversicherung AG	40,13%	38,36%	37,86%	39,84%
Eigenkapitalquote <sup>1</sup> <i>innova</i> Versicherungen AG	41,55%	39,09%	36,07%	37,81%
Solvenz I <sup>2</sup> <i>innova</i> Versicherungen AG	231%	212%	196%	225%
Gesetzliche Mindestanforderung	100%	100%	100%	100%

<sup>1</sup> Eigenkapitalquote = Eigenkapital im Verhältnis zu den verdienten Prämien.

<sup>2</sup> Solvenz I = Eine von der Aufsichtsbehörde verlangte Kennzahl über die Solvabilität einer Versicherung, basierend auf der statutarischen Erfolgsrechnung. Berechnung gemäss Aufsichtsverordnung AVO Artikel 23 ff.



# Geschäftsfeld Lohnausfallversicherungen.

Die gesetzliche Lohnfortzahlungspflicht kann für Arbeitgeber eine finanzielle Belastung und ein wirtschaftliches Risiko darstellen. Zum Schutz vor diesen Risiken bietet *innova* attraktive Versicherungslösungen:

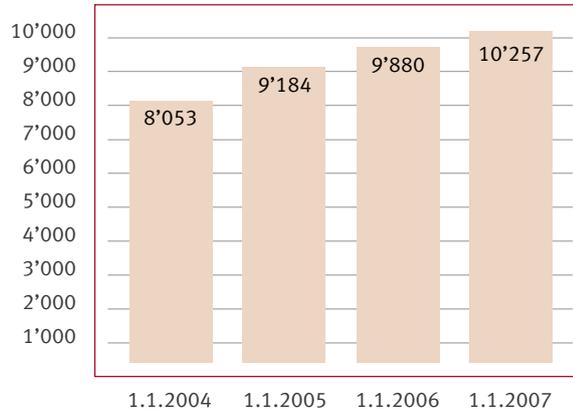
- schlanke, standardisierte Produkte über Rahmenverträge für kleine Unternehmen und selbstständig Erwerbende sowie Berufs- und Branchenverbände
- individuelle, bedürfnisorientierte Verträge für KMU und Grossunternehmen

**Lohnausfallversicherer für KMU.** *innova* fokussiert im Lohnausfallversicherungsgeschäft seit jeher auf Klein- und Mittelbetriebe. Dank unserem langfristigen Engagement für dieses Kundensegment und bedürfnisorientierten Produkten sind wir heute einer der führenden Lohnausfallversicherer für KMU.

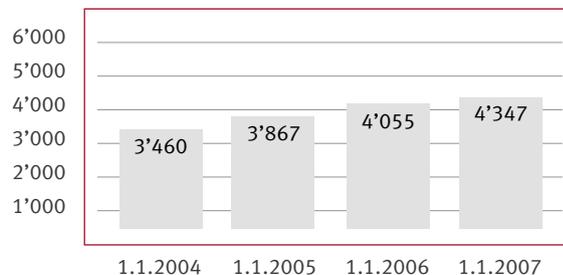
**Rasche und nachhaltige Wiedereingliederung.** Seit Anfang 2006 profitieren Lohnausfallversicherte bei *innova* zusätzlich: Als Bestandteil unserer Lohnausfallversicherung bieten wir Grossbetrieben, aber auch selbstständig Erwerbenden und Kleinbetrieben, das Case Management an – kostenlos! Wird ein Mitarbeiter aufgrund einer Erkrankung oder eines Unfalls für längere Zeit arbeitsunfähig, so begleitet ein Gesundheitsberater von *innova* ihn auf dem Weg bis zur Wiedereingliederung in den Arbeitsprozess. Er unterstützt und berät ihn in medizinischer und versicherungstechnischer Hinsicht. Das Ziel: Die rasche und nachhaltige Wiedereingliederung ins Berufsleben. Für Arbeitgeber bleibt das Wissen langjähriger Mitarbeiter im Unternehmen erhalten und die Gesamtbetriebskosten werden positiv beeinflusst.

**Immer mehr Kunden schenken *innova* ihr Vertrauen.** Im 2006 und in den vorangehenden Jahren konnten wir im Firmenkundengeschäft kontinuierlichen Zuwachs verzeichnen. Trotz verschärftem Wettbewerbsdruck gelingt es uns, Neukunden zu gewinnen und unseren Kundenbestand laufend auszubauen. Heute geniessen wir das Vertrauen von 10 257 Unternehmen und damit von knapp 60 000 versicherten Arbeitgebern, Arbeitnehmern und selbstständig Erwerbenden.

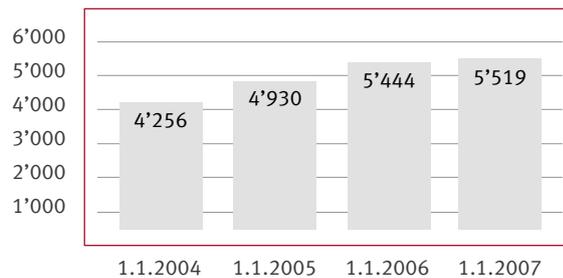
**Total versicherte Unternehmen**



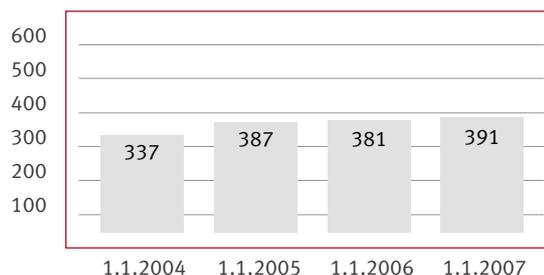
**Selbstständig Erwerbende**



**Unternehmen bis 20 Mitarbeiter und Unternehmen aus Rahmenverträgen für Berufs- und Branchenverbände**



**Grossunternehmen (Individualverträge)**





# Geschäftsfeld Heilungskostenversicherungen.

Gesundheit ist sowohl ein kostbares wie auch ein immer teurer werdendes Gut. Aus der Sicht der Prämienzahler entwickeln sich die Gesundheitskosten wenig erfreulich. Aufgrund des medizinischen Fortschritts dreht sich die Preisspirale weiter. Früh bereits hat *innova* erkannt, dass es für all jene Anreize braucht, die mit medizinischen Leistungen verantwortungsvoll umgehen.

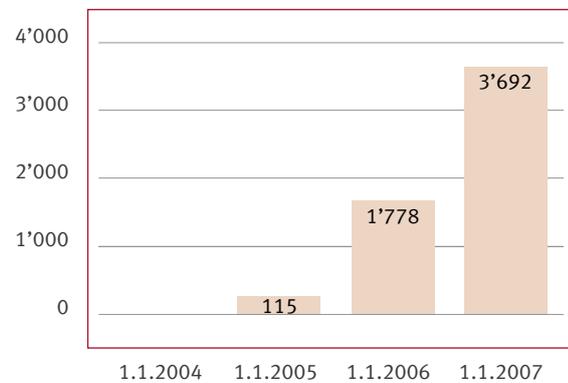
**Schlanke Produkte mit Sparpotenzial.** Unsere Krankenversicherungen belohnen Eigenverantwortung mit Prämiensparnissen:

- **Telemedizinische Versicherungslösung:** Bei gesundheitlichen Problemen wenden sich die Versicherten telefonisch an das Schweizer Zentrum für Telemedizin Medgate.
- **Hausarztmodell:** Für alle medizinischen Belange sucht der Versicherte als Erstes den Hausarzt auf und bespricht mit ihm die medizinische Behandlung.
- **Flexible Spitalzusatzversicherung:** Vor einem bevorstehenden Spitalaufenthalt entscheidet der Versicherte darüber, welcher Arzt und welches Spital für ihn in Frage kommt und ob er allgemein, halbprivat oder privat gepflegt werden möchte.
- **Krankenzusatzversicherung für Nichtraucher:** Als einzige Anbieterin der Schweiz belohnt *innova* die Nichtraucher für ihre gesundheitsbewusste Lebensweise.
- **Kollektivlösung Krankenversicherung:** Über Kollektivverträge kommen selbstständig Erwerbende, Arbeitgeber und Arbeitnehmer wie auch die Familienangehörigen dieser Gruppen in den Genuss attraktiver Krankenversicherungsprämien.

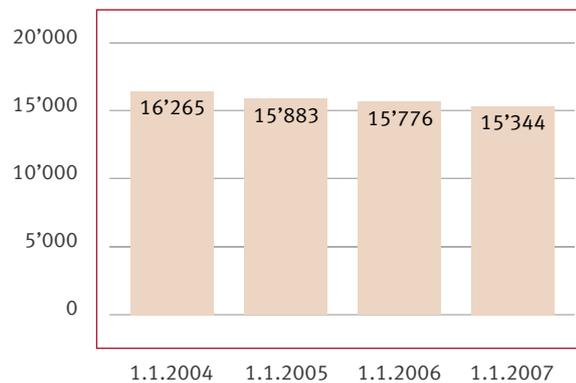
Diese bewusst schlank gehaltenen Versicherungslösungen überzeugen: Unsere Kunden attestieren uns im Rahmen der jährlichen Kundenumfrage ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis. Auf einer Zehnerskala erreichten wir in der Grundversicherung 7,6 Punkte und in der Zusatzversicherung 7,7 Punkte. Der Branchendurchschnittswert lag in beiden Versicherungsbereichen bei 7,4 Punkten.

**Steigende Nachfrage nach speziellen Versicherungsmodellen.** Die Wechselbereitschaft der Versicherten in der Schweiz ist sehr gering: 2006 wechselten lediglich 2,3 Prozent aller Versicherten den Anbieter. In ein alternatives Versicherungsmodell oder in die flexible Spitalzusatzversicherung zu wechseln und damit Prämien zu sparen, wird für die Versicherten hingegen immer mehr ein Thema. Erstmals überstieg die Anzahl alternativ Versicherter die Millionengrenze und liegt neu bei 16 Prozent. Bei *innova* liegt der Anteil derjenigen Kunden, die sich für ein alternatives Versicherungsmodell entschieden haben, gar bei 47 Prozent.

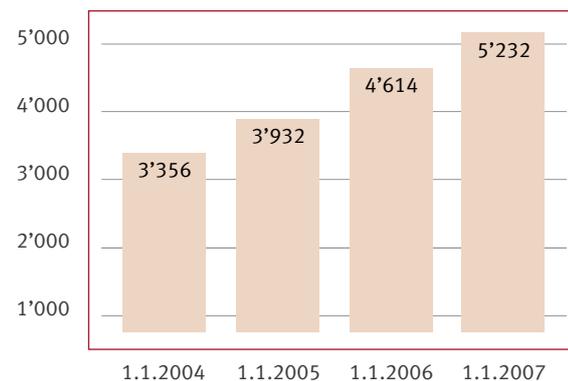
**Versichertenbestand in der telemedizinischen Versicherungslösung**



**Versichertenbestand im Hausarztmodell**



**Versichertenbestand in der flexiblen Spitalzusatzversicherung**



# Verwaltungsrat und Geschäftsleitung.

Marius Grossrieder, Präsident des Verwaltungsrates



Andrea Marty, Leiterin Bereich Human Resources und Mitglied der Geschäftsleitung



Patrick Zuber, Leiter Bereich Ressourcen und Mitglied der Geschäftsleitung



Michael Rindlisbacher, Vorsitzender der Geschäftsleitung und Delegierter des Verwaltungsrates



Eric Ehrenbolger, Mitglied des Verwaltungsrates

Bernard Teyssier, Leiter Bereich Kunden  
und Mitglied der Geschäftsleitung



Walter Muster, Mitglied des Verwaltungsrates



Jérôme Sutter, Vizepräsident des Verwaltungsrates Dr. med. Ueli Bühlmann, Mitglied des Verwaltungsrates



Martin Horisberger, Leiter Bereich Versicherungen  
und Mitglied der Geschäftsleitung

# Corporate Governance.

## Swiss Code of Best Practice for Corporate Governance.

Corporate Governance ist die Gesamtheit der auf das Aktionärsinteresse ausgerichteten Grundsätze, die unter Wahrung von Entscheidungsfähigkeit und Effizienz auf der obersten Unternehmensebene Transparenz und ein ausgewogenes Verhältnis von Führung und Kontrolle anstreben.

economiesuisse, Verband der Schweizer Unternehmen

## Unternehmensstruktur und Aktionariat.

**Unternehmensstruktur.** *innova* ist eine nach schweizerischem Recht organisierte, nicht börsennotierte Holdinggesellschaft mit Sitz in Gümligen. Die *innova* Holding AG hält je 100 Prozent des Aktienkapitals der ebenfalls nicht börsennotierten Aktiengesellschaften *innova* Versicherungen AG und *innova* Krankenversicherung AG. Die *innova* Versicherungen AG hat ihre operative Tätigkeit am 1. Januar 1997 aufgenommen, die *innova* Krankenversicherung AG und die *innova* Holding AG am 1. Januar 1999.

**Aktionariat.** Alleinaktionärin der *innova* Holding AG ist die *innova* Stiftung mit Sitz in Worb.

## Kapitalstruktur.

**Aktien.** Das Aktienkapital der *innova* Holding AG beträgt 8,1 Millionen Franken, eingeteilt in 8 100 voll liberierte Namenaktien mit einem Nennwert von je 1 000 Franken.

Jede Aktie berechtigt zu einer Stimme an der Generalversammlung. Die Aktien sind mittels Treuhandvertrag auf alle aktiven Mitglieder des Verwaltungsrates übertragen.

## Verwaltungsrat.

**Funktion.** Der Verwaltungsrat kann in allen Angelegenheiten Beschluss fassen, die nicht nach Gesetz oder Statuten der Generalversammlung zugeteilt sind. Der Verwaltungsrat hat insbesondere folgende, nicht übertragbare Aufgaben: die Oberleitung des Unternehmens, die Organisationsverantwortung, die Finanzverantwortung.

**Wahl und Amtsdauer.** Die Mitglieder des Verwaltungsrates werden von der Generalversammlung für eine Amtsdauer von zwei Jahren gewählt und sind wieder wählbar. Neue Mitglieder innerhalb des zweijährigen Turnus werden für den Rest der laufenden Amtsperiode gewählt.



Grafik: Struktur der *innova*-Gruppe (*innova* ist eine unabhängige, nicht börsennotierte Unternehmensgruppe ohne finanzielle Verflechtungen mit privaten oder institutionellen Anlegern. Dividenden der operativen Gesellschaften werden bei Bedarf ausschliesslich an die Holding ausgeschüttet.)

**Der Verwaltungsrat setzt sich aus folgenden Mitgliedern zusammen:**

<b>Verwaltungsrat <i>innova</i></b>		<b>Eintritt in den Verwaltungsrat</b>	<b>Amtsduer bis</b>
Marius Grossrieder, Präsident	Ittigen	1996	2008
Jérôme Sutter, Vizepräsident	Bern	1996	2008
Dr. med. Ueli Bühlmann, Mitglied	Bern	1996	2008
Eric Ehrenbolger, Mitglied	Seuzach	2000	2008
Walter Muster, Mitglied	Bolligen	1996	2008
Michael Rindlisbacher, Delegierter	Herrenschwanden	2003	2008

**Zusammensetzung.** Der Verwaltungsrat der *innova*-Gruppe besteht zurzeit aus sechs Personen. Mit Ausnahme des Delegierten des Verwaltungsrates haben die Mitglieder des Verwaltungsrates keine exekutiven Funktionen.

**Interne Organisation.** Dem Delegierten des Verwaltungsrates sind insbesondere folgende Aufgaben übertragen: Leitung und Controlling strategisches Geschäft, Aufbau und Pflege strategischer Kooperationen und Allianzen, Vorbereitung der Geschäfte des Verwaltungsrates und der Generalversammlung, Öffentlichkeitsarbeit auf Unternehmensebene.

Zur Unterstützung der Arbeit des Verwaltungsrates hat dieser folgende Ausschüsse eingesetzt:

1. Personalausschuss. Mitglieder des Personalausschusses sind Marius Grossrieder (Präsident), Jérôme Sutter (Vizepräsident) und Michael Rindlisbacher (Delegierter). Die Aufgaben des Personalausschusses umfassen unter anderem: Festlegen der Grundsätze für die Auswahl von Kandidaten zur Wahl in den Verwaltungsrat; Nominierung von Kandidaten für die Wahl in den Verwaltungsrat; Auswahl und Beurteilung von Kandidaten für die Geschäftsleitung; Antragstellung an den Verwaltungsrat über die Entschädigung der Mitglieder des Verwaltungsrates; Festsetzung der Entschädigung der Mitglieder der Geschäftsleitung.
2. Revisionsausschuss. Mitglieder des Revisionsausschusses sind Marius Grossrieder (Präsident) und Michael Rindlisbacher (Delegierter). Die Aufgaben des Revisionsausschusses umfassen unter anderem: Besprechung der Revisiionsergebnisse mit der Revisionsstelle und Festlegung der Revisiionsschwerpunkte; Überprüfung

des Internen Kontrollsystems IKS sowie Vergabe und Analyse von Sonderprüfungen im Rahmen des IKS.

3. Anlageausschuss. Mitglieder des Anlageausschusses sind Marius Grossrieder (Präsident), Michael Rindlisbacher (Delegierter) und Patrick Zuber (Mitglied Geschäftsleitung). Die Aufgaben des Anlageausschusses umfassen unter anderem: Auswahl externer Vermögensverwalter, Formulierung der Vermögensverwaltungsaufträge, Wahl des Global Custodians, Controlling der Anlagestrategie, Antragstellung an Verwaltungsrat über die Änderung der Anlagereglemente sowie der Anlagestrategie; Anlage-Entscheidungen für indirekte Immobilienanlagen und alternative Anlagen.

**Kompetenzen und Kontrollinstrumente.** Das Organisationsreglement der *innova* delegiert die operative Geschäftsführungskompetenz an die Geschäftsleitung, mit Ausnahme der gemäss Gesetz, Statuten oder Organisationsreglement einem anderen Organ vorbehaltenen Aufgaben. Die Geschäftsleitung ist mit der Vorbereitung und Ausführung der Beschlüsse des Verwaltungsrates beauftragt.

Die Geschäftsleitung orientiert den Verwaltungsrat regelmässig über den Geschäftsgang und alle wesentlichen Vorkommnisse. Über die Zielerreichung der vom Verwaltungsrat festgelegten Unternehmensziele und operativen Jahresziele rapportiert die Geschäftsleitung mittels Management-Informationen-System und Balanced Scorecard. Über die Identifikation, Beurteilung, Bewältigung und Überwachung der relevanten strategischen und operativen Risiken unterbreitet die Geschäftsleitung dem Verwaltungsrat in regelmässigen Abständen einen Risikomanagement-Bericht.

Die Leistungsauszahlungen an die Kunden werden jährlich einer externen Prüfung unterzogen. Die Revision wird seit 1999 durch die Firma Data-Check AG mit Sitz in Winterthur vorgenommen.

Das Informationssicherheits-Management (Datensicherheit und Datenschutz) ist nach der Norm ISO/IEC 27001:2005 (früher BS 7799-2) zertifiziert und unterliegt jährlich einem Aufrechterhaltungs-Audit.

**Selbstevaluation.** Der Verwaltungsrat führt in regelmässigen Abständen eine Selbstevaluation durch. Dabei werden Wichtigkeit und Zufriedenheit der für die Funktion des Verwaltungsrates relevanten Kriterien beurteilt und anschliessend Massnahmen zur Optimierung beschlossen und umgesetzt.

**Geschäftsleitung.**

Der Vorsitzende der Geschäftsleitung führt die Geschäftsleitung und regelt die Geschäftsordnung der Geschäfts-

leitung. Er hat das Recht zur Antragstellung an den Verwaltungsrat über die Ernennung, Abberufung und Anstellungsbedingungen der Geschäftsleitungsmitglieder.

**Revisionsstelle.**

Bei den im Konsolidierungskreis von *innova* direkt gehaltenen Gesellschaften nimmt Engel Copera AG mit Sitz in Bern-Liebefeld die Funktion der externen Revisionsstelle wahr.

**Dauer des Mandats und der Amtsdauer des leitenden Revisors.** Die Engel Copera AG, beziehungsweise deren Vorgängerin Fidinter AG, ist seit dem 16. Juni 2000 als Konzernprüfer gewählt. Gemäss Statuten wird die Revisionsstelle durch die Generalversammlung jeweils für die Dauer eines Geschäftsjahres gewählt. Der Amtsantritt des leitenden Revisors von Engel Copera AG, beziehungsweise Fidinter AG, Herr Dieter Mathys, für die Prüfung der Konzernrechnung von *innova*, erfolgte am 16. Juni 2000.

**Die Geschäftsleitung setzt sich aus folgenden Mitgliedern zusammen:**

Geschäftsleitung <i>innova</i>		Eintritt in die Geschäftsleitung
Michael Rindlisbacher, Vorsitzender der Geschäftsleitung	Herrenschwanden	1996
Martin Horisberger, Leiter Bereich Versicherungen	Oberhofen	1996
Bernard Teyssier, Leiter Bereich Kunden	Vallamand	1999
Patrick Zuber, Leiter Bereich Ressourcen	Niederscherli	2000
Andrea Marty, Leiterin Bereich Human Resources	Biel	2007



Grafik: Organisationsstruktur *innova*

*innova* Holding AG  
Bahnhofstrasse 4  
Postfach  
3073 Gümligen

Telefon 031 954 25 00  
Fax 031 954 25 01  
direktion@innova.ch  
www.innova.ch