

Delegiertenversammlung sodalis gesundheitsgruppe

## Nachhaltig erfolgreich

**Der regionale Krankenversicherer sodalis konnte 2014 zum dritten Mal in Folge ein äusserst erfolgreiches Geschäftsjahr ausweisen: Der Totalerfolg von 6,666 Millionen Franken ermöglicht der sodalis, die Prämien zugunsten ihrer Versicherten weiter tief zu halten.**

Ausschlaggebend für das Top-Ergebnis von 6,666 Millionen Franken nach Rückstellungen sind vor allem die günstige Entwicklung der Kapitalanlagen sowie die bedeutend tieferen Zahlungen an den Risikoausgleich. Die konsequente Umsetzung einer kostenbewussten Geschäftsstrategie trägt das ihre zu diesem Resultat bei, das mit 1,487 Millionen Franken über den budgetierten Erwartungen des ausschliesslich im Wallis und in Bern tätigen Krankenversicherers liegt. Nach den bereits 2012 und 2013 ausgewiesenen finanziellen Erfolgen verfügt die sodalis über eine nachhaltig gestärkte Reserve- bzw. Eigenkapitalsituation sowie über die notwendige Solvenz, um die Prämien 2016 weiterhin so tief wie möglich zu halten.

### Leichter Mitgliederzuwachs

Da die sodalis aufgrund ihres soliden finanziellen Polsters schon 2014 mit einer unterdurchschnittlichen Prämienanpassung von 3% (CH-Branchendurchschnitt rund 4%) ins Herbstgeschäft starten konnte, hat sie trotz der ungebrochen heftigen Konkurrenz durch die Billigkassen ihren Versichertenbestand 2014 von 34'000 im Vorjahr auf 34'150 Versicherte erhöhen können. Im laufenden Geschäftsjahr 2015 kann die sodalis mit ihrem dichten regionalen Netz von neun Geschäftsstellen bereits 34'400 Versicherte verzeichnen. Ein Aufwärtstrend, den der Krankenversicherer über seine gesunde Prämienpolitik hinaus vor allem auf die Erschliessung des neuen Marktes in der Region Susten-Leuk, seine konzentrierten Kommunikations- und Marketingmassnahmen sowie seine kontinuierlich hohe Servicequalität zurückführt.

### Moderate Kostenentwicklung

Obwohl die Kostenentwicklung in der Grundversicherung pro Mitglied im Berichtsjahr mit rund 2% durchaus moderat zu nennen ist, betont Präsident Stefan Sarbach an der Delegiertenversammlung, dass im Schweizer Gesundheitswesen von den politischen Verantwortlichen über die Krankenversicherer und Leistungserbringer bis zu den Versicherten alle am gleichen Strick ziehen müssen, um die explodierenden Kosten in den Griff zu bekommen. So sind von 2009 bis 2014 bei der sodalis die Kosten pro Mitglied insgesamt um 33.8% - die Spitalkosten sogar um 48,4% - gestiegen, was einem durchschnittlichen Jahreszuwachs von rund 6% entspricht. Auch in Zukunft, so der Präsident, sei mit einer jährlichen Kostenzunahme von 4 bis 5 % zu rechnen.

## **Weniger Spitaleinweisungen**

Mit einer Abnahme der stationären Spitalkosten von 12,47% und einer gleichzeitigen Zunahme der ambulanten Kosten von 13,56% könne man von einer Verlagerung vom ambulanten in den stationären Bereich sprechen, führt der sodalis-Finanzverantwortliche Thomas Blatter aus. Die Spitaleinweisungen haben 2014 um 8,83%, die Anzahl der Spitaltage um 5,99% abgenommen. Im

Durchschnitt sind die Kosten pro Spitalfall um 8,8% auf CHF 4'615.00 zurückgegangen, was Blatter mit der starken Abnahme von kostenintensiven Fällen erklärt. Die Arztkosten indes haben um 7,65% und die Medikamentenkosten um 1,62% zugenommen, wobei Letzteres in der Erhöhung der Menge bei gleichzeitiger kontinuierlicher Verminderung der Preise gründet.

## **Ansprechende Kommunikation**

Der Vorsitzende der Geschäftsleitung Robert Kalbermatten zeigt sich erfreut, dass die Optimierungs-Massnahmen, die in den letzten Jahren über das Erreichen der finanziellen Zielsetzungen hinaus unternommen worden sind, ihre Wirkung gezeigt haben. „So konnten wir im vorgesehenen Zeitrahmen den Mitgliederbestand stabilisieren und neue regionale Märkte erschliessen. Auch im Bereich Datenschutz – der gerade in unserer Branche aufgrund der hochsensiblen Kundendaten von Bedeutung ist – entwickeln wir uns stetig weiter und lassen unsere Systeme laufend aktualisieren und zertifizieren.“ Besonderen Wert legt Kalbermatten auf die Kommunikation, die in seinen Augen vor allem glaubwürdig und ansprechend sein muss. „Mit unseren Kampagnen unter dem Motto „Gesundheit leben“ zur Förderung eines gesunden Lebensstils finden wir viel Aufmerksamkeit in der Region. Ziel ist es, mittels konzentrierter Kommunikationsmassnahmen den Namen sodalis im Bewusstsein der Bevölkerung zu verankern und ihn mit bewährten sodalis-Werten wie regionale Verbundenheit, Qualität und Beständigkeit zu besetzen.“

## **Erfolg nutzen**

„Die Herausforderungen wie unaufhörliche Kostenspirale im Gesundheitswesen, aggressiver Wettbewerb und ständig wachsende behördliche Anforderungen bleiben bestehen“, unterstreicht Robert Kalbermatten. Ein solides finanzielles Fundament und erfolgserprobte Strategien machen es aber seiner Meinung nach leichter, sich diesen Herausforderungen auch in Zukunft zu stellen. „Wir werden unseren Erfolg gezielt nutzen“, bekräftigt Kalbermatten seine Zukunftsvisionen, „um unseren Kunden weiterhin günstige und angemessene Prämien, innovative Produkte sowie eine hohe Servicequalität bieten zu können.“