



Helsana

Engagiert für das Leben.

20
16

Auf einen Blick

Unser Antrieb

«Engagiert für das Leben» ist unser Versprechen. Dabei engagieren wir uns für das Leben jedes Einzelnen. Für Kranke und für Gesunde. Für die Jüngsten genauso wie für die Älteren. Wir bewegen, informieren, machen komplexes medizinisches Wissen verständlich und zugänglich. Und wir schenken jenen ein Lächeln, die wenig zu lachen haben. Entdecken Sie unser Engagement 2016.



Thomas D. Szucs
Verwaltungsratspräsident



Daniel H. Schmutz
CEO

6

kleine
Helfer



Avatar

Trotz Krankheit nichts verpassen. Ein langer Spitalaufenthalt ist vor allem für Kinder eine schwierige Zeit. Mit unseren Avatar-Robotern engagieren wir uns dafür, dass gerade die jüngsten Patienten den Anschluss nicht verlieren. Mit dem Roboter «Nao» können sie am Unterricht teilnehmen, ihre Freunde treffen und gleichzeitig in aller Ruhe wieder gesund werden. Mittlerweile sind sechs kleine Helfer im Einsatz und schenken schwerkranken Kindern ein Stückchen Normalität.



helsana.ch/avatar







110 000

Kinderbesuche pro Jahr

«Die Stiftung Theodora ist für mich ein Kinderlachen», sagt die Mutter eines kranken Kindes und bringt es damit auf den Punkt. Mit Zaubertricks, Spielen, Geschichten und Musik sorgen die professionellen Künstler von Theodora für Lichtblicke im Spitalalltag und in Institutionen für Kinder mit Behinderungen. Dank unserer Unterstützung sind jedes Jahr rund 110 000 solcher Besuche möglich.



Kennzahlen



99,1 %

Combined
Ratio

Die Combined Ratio ist die Schlüsselzahl im Versicherungsgeschäft. 2016 resultierte eine Schaden-Kosten-Quote von 99,1 Prozent. Das Prämienvolumen wurde so erhöht, dass die erwartete Kostensteigerung aufgefangen wurde.



6,1

Mrd. CHF
Leistungen



6,4

Mrd. CHF
Prämien-
einnahmen

Die Leistungskosten stiegen 2016 weiter an. Die Kosten nahmen in sämtlichen Kategorien zu. Am deutlichsten stiegen die Arztkosten, die Kosten für Physiotherapie und Spitex sowie die Kosten für Medikamente an.

Die Prämien folgen den Kosten. Die Prämieinnahmen beliefen sich 2016 auf 6,4 Milliarden Franken und liegen damit erstmals über der 6-Milliarden-Grenze.

A man with a beard, wearing a dark t-shirt and black pants, is seen from behind, performing a pull-up on a black horizontal bar. The bar is attached to a large red banner. The banner has white text and a thin yellow horizontal line. The background shows some trees and a clear sky.

Ziehen Sie sich
Stange hoch.

Für starke Oberarme engagiert

erfahren Sie alles über unser Engagement für mehr
Bewegung unter helsana.ch/bewegung

Helsana
Engagiert für das

...ngen. VG übernimmt keine Haftung für die unredigierten Inhalte

...bewegung 23. Oktober 2014. **S&P**

20 000 Menschen in Bewegung

Zwei Drittel der Schweizer Bevölkerung bewegen sich aus gesundheitlicher Sicht immer noch zu wenig. Mit einer schweizweiten Aktion an über 200 urbanen Standorten haben wir Passanten überraschend und verspielt dazu animiert, mehr Sport zu treiben. Mit aussergewöhnlichen Plakatstellen als Pingpong-tisch, Schaukeln, integrierten Klimmstangen und vielem mehr haben wir damit über 20000 Personen bewegt.



42 Min.

aufschlussreiche Fakten in Videos

Lasse ich mich impfen? Welche Vorsorgeuntersuchung ist sinnvoll? Um gesund zu bleiben, müssen Sie immer wieder schwierige Entscheidungen treffen. Wir unterstützen Sie dabei. In kurzen Videos und Beiträgen bereiten wir aktuelle und fachlich gesicherte Informationen verständlich auf und machen sie einer breiten Bevölkerung zugänglich.





Wissen weitergeben, darum geht es an den Gesundheitsforen von Helsana. Hier können sich Interessierte bei spannenden Referaten, Podiumsdiskussionen, Ausstellungen und Tests über unterschiedliche Themen aus erster Hand informieren. Das erste Forum zum Thema Herz-Kreislauf in Bern war mit über 350 Besuchern ein voller Erfolg.



helsana.ch/gesundheitsforum

Gesundheitsbus



Ein besonders mobiles Engagement ist unser Gesundheitsbus. Auf seiner Tour durch die Schweiz bietet er an zahlreichen Standorten kostenlose Gesundheits-Checks an. Im vergangenen Jahr waren die Experten von Helsana in Sachen psychischer Gesundheit und Herz-Kreislauf unterwegs.



helsana.ch/gesundheitsbus

Kennzahlen



98

Mio. CHF

Unternehmens-
ergebnis



2,1

Mrd. CHF

Eigenkapital

Helsana blickt auf ein solides Geschäftsjahr 2016 zurück. Das Unternehmensergebnis fällt mit 98 Millionen Franken positiv aus.

Das Eigenkapital bleibt solide. Die Marktposition ist unverändert stark und Helsana bleibt gut gerüstet für die Zukunft.



4,3

Mrd. CHF

Rückstellungen

Hohe Rückstellungen zur Deckung zukünftiger Leistungsansprüche zeugen von finanzieller Stärke und Stabilität einer Versicherung. Davon profitieren letztlich unsere Kundinnen und Kunden.





Ein Grossteil des Engagements, das Helsana tagtäglich erbringt, geschieht völlig unsichtbar. Drei Fragen an Gabriel Zuberbühler, Experte Kundenkorrespondenz, über seinen Beitrag für ein besseres Kundenerlebnis.

Was für eine Aufgabe erfüllt ein Experte für Kundenkorrespondenz bei Helsana?

Ich nehme komplexe, trockene und mit Fachbegriffen gespickte Versicherungsinhalte und übersetze diese in die Helsana-Sprache. Diese ist verständlich, kurz, freundlich und auf Augenhöhe mit dem Kunden. Schliesslich ist es uns ein grosses Anliegen, dass sich unsere Kunden zurechtfinden.



Welche Schreiben sind dabei besonders herausfordernd?

Wir als Versicherer dürfen nicht immer alle Leistungen so vergüten, wie sich das Kunden zuweilen wünschen. In solchen Fällen legen wir besonders viel Wert darauf, nicht nur mit Paragraphen zu antworten, sondern auch auf die Situation des Gegenübers mit Verständnis zu reagieren.

Sie schreiben wohl kaum alle Briefe selbst. Wie gehen Sie vor?

Zum einen erstelle und überarbeite ich die Briefvorlagen, die Helsana standardmässig versendet. Zum anderen biete ich unseren Mitarbeitenden ein persönliches Schreib-Coaching an. Dabei entwickeln wir gemeinsam Lösungswege für eine verständliche, respektvolle und stilsichere Korrespondenz.

Mehr auf helsana.ch/2016

Impressum Herausgeber Helsana AG, Postfach, 8081 Zürich, Telefon +41 43 340 12 12, media.relations@helsana.ch, www.helsana.ch Projektleitung und Redaktion Stefan Heini Konzept, Gestaltung und Realisation MADE Identity AG, Zürich Fotografie Per Kasch (Cover, S. 4, 6/7, 8), Olivier Walther (S. 12), Thomas Suhner (S. 16/17), Gian Marco Castelberg (S. 20/21, 23) Illustration Calydo AG (S. 16) Korrektorat und Übersetzung Apostroph Group, Zürich Druck Neidhart + Schön AG, Zürich



ClimatePartner^o
klimaneutral

Druck | ID 53232-1701-1005