

# Keine Prämienenerhöhung bei sodalis

Mit Plakaten im ganzen Oberwallis weist der innovative Krankenversicherer sodalis aus Visp auf zwei Neuheiten hin: Erstens verzichtet die Kasse 2008 auf eine Prämienenerhöhung und zweitens führt sie einen neuen Familienrabatt ein. Was für Ziele verfolgt die führende Krankenkasse im Oberwallis, die immer wieder mit PR-Aktionen wie «Kilo-Star» oder «Velo-Kampagne» von sich reden macht? Wir haben uns mit dem Geschäftsführer Robert Kalbermatten darüber unterhalten.

**Herr Kalbermatten, wie erklären Sie sich den Erfolg von sodalis? Seit Sie 1991 in die vormalige «KK Visp» eingestiegen sind – Ihr Vater hat die Visper Krankenkasse 1962 als Verwalter im Nebenamt übernommen – ist die Anzahl der Mitglieder sprunghaft gestiegen...**

R.K.: In der Tat: In den letzten 15 Jahren hat sich die Anzahl der Mitglieder vervierfacht, und seit 1962 haben wir noch keinen Mitglieder-Rückgang verzeichnet. Auch die Anzahl der Mitarbeitenden hat sich von 2 im Jahre 1991 auf nunmehr 12 Vollzeitbeschäftigte erhöht. Das Vertrauen unserer Kunden ist sicher auf unsere Kundennähe, den prompten Service und eine effiziente Organisationsstruktur zurückzuführen. Dank einer kostengünstigen Verwaltung sind wir auch in der Lage, interessante Prämien anzubieten. Unser Bestreben ist ein kontinuierliches Wachstum von jährlich ein bis drei



Die Mitarbeitenden des Krankenversicherers sodalis mit der letztjährigen Velo-Aktion für mehr Bewegung.

Prozent. In den letzten Jahren haben wir uns zudem verstärkt auf das Firmenkundengeschäft konzentriert. Inzwischen sind über 200 KMU mit einem Prämienvolumen von über zwei Millionen Franken bei uns versichert.

**2008 verzichten Sie ganz auf eine Prämienenerhöhung und bei Familien mit 3 Kindern gibt es erst noch eine Prämienreduktion von 30 Prozent. Können Sie sich das denn leisten?**

Wir verfügen über doppelt so viel Reserven und Eigenkapital wie die meisten grossen, zentralisierten Kassen: Darauf beruht unsere Solidität. Ausserdem verstehen wir den Verzicht auf eine Prämienenerhöhung auch als Treuebonus dem Kunden gegenüber. Unsere durchschnittliche Prämienenerhöhung beläuft sich mit der angekündigten Nullrunde in den letzten drei Jahren auf bescheidene 2,5 Prozent – so bleiben wir konkurrenzfähig.

**Unter den Oberwalliser Krankenkassen sind Sie nach wir vor führend. Wie aber steht es mit der Konkurrenz durch Billigkrankenkassen?**

Unsere Wettbewerbsvorteile sind nicht nur die höhere Kundennähe, sondern auch unsere bewährte Strategie der Stabilität und Nachhaltigkeit. Die Entwicklung unserer Prämien basiert auf einer seriösen Kalkulation – und nicht auf marktschreierischen

Dumpingpreisen. Unser Ziel ist es, der Oberwalliser Bevölkerung ein gut ausgebautes Leistungsangebot zu fairen Preisen anzubieten. Meiner Ansicht nach ist es nur eine Frage der Zeit, bis auch die Billigkrankenkassen ihre Prämien nach oben korrigieren müssen.

**Nebst der Nullrunde bei den Prämien und dem neuen Familienrabatt trumpfen Sie mit dem kostengünstigen Modell «Telmed». Was ist das genau?**

Telmed ist das Erweiterungsmodell der vor zwei Jahren eingeführten Hausarztversicherung Medicasa, für die sich schon 10 Prozent unserer Kunden entschieden haben. Bei Telmed steht dem Kunden im Krankheitsfall eine 24-Stunden-Hotline zur Verfügung, bei der er fachmännisch an Apotheke, Hausarzt oder Spital in der Region weiter verwiesen wird. Ein Modell, das aufgrund seiner Flexibilität vor allem für junge Leute attraktiv ist. Aber auch Menschen, die in einer abgelegenen Bergregion leben, sparen damit Zeit – und Geld. In Zahlen ausgedrückt: 12 Prozent auf die herkömmliche Versicherung, und – kombiniert mit einer maximalen Franchise – sogar 48 Prozent.

**Also eine Konkurrenz für den Hausarzt?**

Im Gegenteil: Für den Hausarzt ist dies eine zusätzliche Dienstleistung in Notfällen. Auch werden dadurch

zeitraubende Doppelspurigkeiten vermieden. Ausserdem soll mit diesen Hausarztmodellen an die Eigenverantwortung des Versicherungsnehmers appelliert werden. Über die kostengünstigen Prämien wird er dafür entsprechend belohnt.

**Eigenverantwortung wird bei sodalis gross geschrieben: Mit der PR-Aktion «Kilo-Star» 2005 und der «Velo-Kampagne» 2006 haben Sie auf die Gesundheitsrisiken durch Übergewicht und zuwenig Bewegung aufmerksam gemacht. Wie waren die Reaktionen aus der Bevölkerung?**

Durchwegs positiv; auf die Veloaktion 2006 werde ich immer noch häufig angesprochen. 20 sodalis-Velos standen damals auf öffentlichen Plätzen zur freien Verfügung. Leider wurde jedoch ein Grossteil der Velos gestohlen oder böswillig beschädigt.

**Zum Schluss noch dies: Sie sind die erste Oberwalliser Krankenkasse, die ihr Tätigkeitsgebiet ab 1.1.2008 auf den Kanton Bern ausweitet. Warum?**

Viele junge Walliserinnen und Walliser, die aus Jobgründen nach Bern ziehen, wollen ihre Versicherung beibehalten – was im Krankheitsfall von grossem Vorteil ist. Gerade unter den Vorzeichen der NEAT ist es uns ein Anliegen, der Walliser Jugend entgegenzukommen. In ihr wurzelt schliesslich die Zukunft unserer Region.



Sodalis-Geschäftsführer Robert Kalbermatten.