Deloitte.

Krankenversicherung Schweiz

Prämiensituation 2026

OKTOBER 2025

Agenda

01 **Der Gesamtmarkt: Unsere Einschätzung der Prämiensituation** 4 – 9
- Entwicklungen rund um verschiedene Aspekte der Prämien in der Grundversicherung

02 **Die Kundensicht: Ergebnisse unserer repräsentativen Befragung zum Herbstgeschäft** 10 – 19
- Einschätzung zum Wechslermarkt und Stimmen zu den Krankenversicherungen

03 **Die Player: Unsere Einschätzung zur Positionierung der Top-12 Krankenversicherer** 20 – 42
- Ausgangslage der grössten Krankenversicherer für die bevorstehende Vertriebssaison

Eine vierköpfige Familie bezahlt fast 1200 Franken im Monat – die Krankenkassenprämien fürs Jahr 2026 steigen um 4,4 Prozent — NZZ

Zug bildet die Ausnahme — Luzerner Zeitung

SP lanciert neue Krankenkassen-Initiative
Prämienrabatt statt Prämienhammer – und für Kinder wirds gratis — Blick

Finma stoppt 350 Krankenkassen-Vermittler — persoenlich.com

Mehrheit hält Aufschlag von 5 Prozent für nicht verkraftbar — HZ INSURANCE

Steigende Krankenkassenprämien
Kritik am System: Prämienanstieg trotz massivem Sparpotenzial — SRF

Die Schere zwischen Prämien und Löhnen geht weiter auf – besonders bei Geringverdienenden — Tages-Anzeiger

© Deloitte Consulting AG 2025. Alle Rechte vorbehalten.

Wichtigste Erkenntnisse zum Herbstgeschäft & Prämienjahr 2026

Effektive Prämien steigen stärker als kommuniziert – Die für den Markt relevanten Kennzahlen (günstigste Marktprämie +7,1%, Kampfprämie Top-12 +6,9%) liegen klar über den BAG-Durchschnittszahlen von +4,4%.	S. 5
Tiefstprämien: Ø +23 CHF pro Monat – mit regionaler Spreizung – Während die günstigste Prämie schweizweit im Schnitt um +23 CHF pro Monat steigt, gibt es Ausreisser wie Zug (–46 CHF) oder starke Anstiege im Tessin und Wallis.	S. 6
Konvergenz schwächt Preisdifferenzierung – Die Unterschiede zwischen den günstigsten Kampfprämien der Top-12 Versicherer schrumpfen weiter – reiner Preis verliert als Wettbewerbsfaktor an Kraft.	S. 7
Wechselquote erneut hoch erwartet – Historische Muster zeigen: ein Prämienanstieg von +4,4% (BAG) führt zu 7–10% Wechslern, was 0,6–0,9m Versicherte betrifft. Anfang September kommt für 52% der Bevölkerung eine Optimierung in Frage (Anpassung: 20%, Wechsel: 32%).	S. 8 / 16
Solvenzquoten steigen dank neuer Berechnungsgrundlagen – Die Anpassung des KVG-Solvenztests senkt Mindestreserven deutlich (-12%). Zusammen mit höheren Reserven verbessert sich die Solvenzquote im Gesamtmarkt um rund +26 Prozentpunkte.	S. 9
Wichtigkeit hoch, Unzufriedenheit niedrig – Für 80% ist die Grundversicherung zentral, nur 6% sind unzufrieden – bei minimalem Zeitaufwand für Entscheidungen.	S. 13
Zustimmung zur Einheitskasse wächst – Rund 70% der Bevölkerung sprechen sich dafür aus – trotz grosser Unklarheiten über die konkrete Ausgestaltung.	S. 15
Preissensitivität bestimmt das Verhalten – Schon ab > 30 CHF monatlicher Mehrbelastung kündigt mehr als die Hälfte der Befragten einen Kassenwechsel an. Zusatzversicherungen bleiben hingegen erstaunlich stabil (70% planen keinerlei Änderungen).	S. 18
Helsana, Sanitas und CSS führen das Feld an – Sie starten mit den stärksten Ausgangspositionen in die Vertriebssaison – dank attraktiver Prämien, starker Strukturen und einer sehr positiven Wahrnehmung ihrer Marken.	S. 21 / 14
Unterschiedliche Strategien prägen den Markt – Während die Grossen schweizweit präsent sind, setzen andere wie Visana, ÖKK oder Agrisano auf regionale Fokussierung. Auch Bindungsfähigkeit, Kundenzufriedenheit und Transformation unterscheiden die Player deutlich.	S. 26 / 31ff

Auf den Folgeseiten werden die Erkenntnisse detaillierter ausgeführt.
Gerne vertiefen wir diese und weitere Fragestellungen mit Ihnen – wir freuen uns auf Ihre Kontaktaufnahme!

© Deloitte Consulting AG 2025. Alle Rechte vorbehalten.

Der Gesamtmarkt: Unsere Einschätzung der Prämiensituation

Entwicklungen rund um Prämien

Die relevanten Prämien steigen deutlich stärker als vom BAG kommuniziert

Die Prämienerhöhung lässt sich unterschiedlich berechnen

+4,4%

Durch das BAG kommunizierte, durchschnittliche Prämienerhöhung[1)]

Die für den Markt relevanten Prämiensteigerungen sind meistens grösser

+7,1%

*Erhöhung der **günstigsten Prämie pro Region**[2)]*

Die günstigste Prämie hat eine **hohe Bedeutung**, da sie der Sicht des Prämienoptimierers, der jedes Jahr die günstigste Prämie abschliesst, entspricht.

+6,9%

*Erhöhung der **Kampfprämie der grössten 12 Krankenversicherer** (KVs)[3)]*

Die Kampfprämie (oder «Schaufensterprämie») hat eine **hohe Bedeutung**, da dies die wichtigste Prämie bei der Neukundenakquise ist.

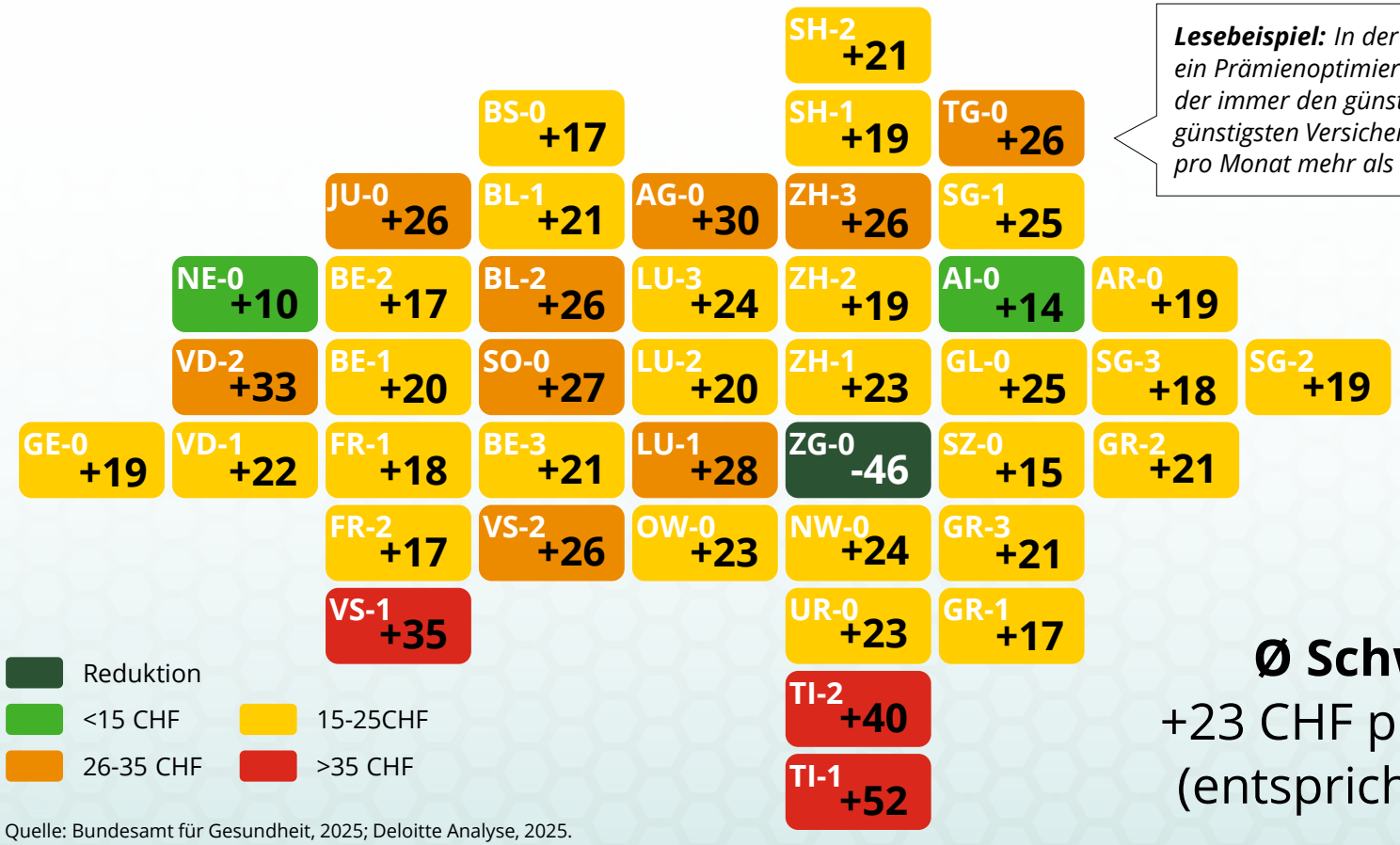
Quelle: Bundesamt für Gesundheit, 2025; Deloitte Analyse, 2025.
Hinweis Alterskategorie «Kinder»: Die durch das BAG kommunizierte durchschnittliche Prämienerhöhung ist mit 4,9% bei den Kindern einiges höher als bei den Erwachsenen. Wird hingegen die Erhöhung der günstigsten Prämie angeschaut, dann ist die Zahl bei den Kindern tiefer als bei den Erwachsenen (6,5% im Vergleich zu den 7,1%). Dies unterstreicht die Relevanz, diese 3 Sichten zu beachten.
1) Dies ist die mit den Vorjahren vergleichbare Zahl. Je nach Optimierungsverhalten der Versicherten wird die effektive Erhöhung leicht tiefer liegen.
2) Günstigste verfügbare Marktprämie für Erwachsene pro Region über alle Versicherer hinweg. Gewichteter Durchschnitt über 42 Prämienregionen.
3) Günstigstes Modell Erwachsene & 2'500er Franchise. Gewichteter Durchschnitt über die grössten 12 Krankenversicherer und alle 42 Prämienregionen.

© Deloitte Consulting AG 2025. Alle Rechte vorbehalten.

Bei den günstigsten Prämien zeigt sich ein grosser Anstieg

Die «Prämienoptimierer», welche immer den günstigsten Versicherer wählen, müssen nächstes Jahr tiefer in die Tasche greifen

Anstieg der günstigsten Prämie[1)] (CHF) (Erwachsene) pro Region



Lesebeispiel: *In der Region TG-0 zahlt ein Prämienoptimierer im Jahr 2026 , der immer den günstigsten Tarif beim günstigsten Versicherer wählt, 26 CHF pro Monat mehr als im Jahr 2025.*

Ø Schweiz:
+23 CHF pro Monat
(entspricht +7,1%)

Quelle: Bundesamt für Gesundheit, 2025; Deloitte Analyse, 2025.
1) Günstigste Prämie im Gesamtmarkt 2026 vs. 2025 (Erwachsene, 2'500er Franchise, ohne Unfall, alle Modelle)

Erkenntnisse

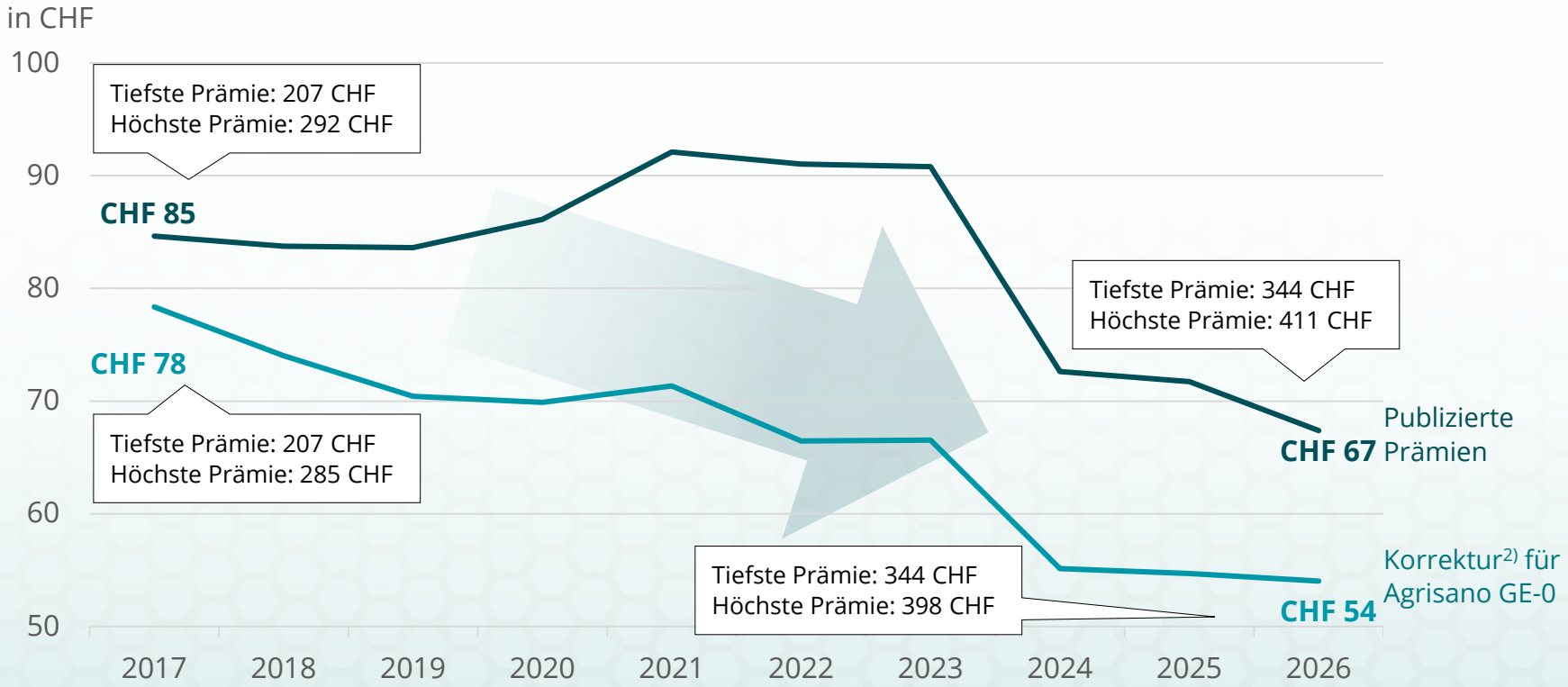
- Der **Anstieg der günstigsten Prämie** liegt im Schweizer Durchschnitt bei **23 CHF pro Monat**.
- Dies entspricht einer **Erhöhung von 7,1%** und liegt somit **deutlich über den vom BAG kommunizierten 4,4%**. Die günstigen Modelle sind somit stärker von der Prämienerhöhung betroffen.
- In **Zug** konnte dank der Übernahme von 99% der Spitalkosten durch den Kanton die günstigste Prämie allerdings um **46 CHF gesenkt** werden.
- Insgesamt betrachtet sind die Anstiege in der **deutschsprachigen Schweiz vergleichbar zur Romandie**.
- **Besonders stark** steigt die günstigste Prämie im **Tessin** und im **Wallis**. Bei den weniger stark steigenden Prämien ist kein klares Muster ersichtlich.

© Deloitte Consulting AG 2025. Alle Rechte vorbehalten.

Die Konvergenz der Prämien geht weiter

Die Anpassungen am Risikoausgleich treiben die Konvergenz voran

Entwicklung der Differenz der teuersten und günstigsten Kampfprämie der Top-12 Versicherer[1] (2017-2026)



1) Nach Wohnbevölkerung gewichteter Durchschnitt der einzelnen Prämienregionen. 2) Für die Korrektur der Prämien von Agrisano im Kanton Genf wurde die Durchschnittsprämie der übrigen Top-12 Versicherer anstelle der von Agrisano publizierten Prämie eingesetzt (für alle Jahre). Nimmt man anstelle der Agrisano die Atupri, die 12. grösste Krankenversicherung der letzten Jahre, ist die Differenz der Kampfprämie der Top-12 Versicherer sogar noch Kleiner (42 CHF). Eine vergleichbare Studie der ZHAW bestätigt diesen Trend.
Quelle: Bundesamt für Gesundheit, 2025; Deloitte Analyse, 2025. ZHAW, 2025

Erkenntnisse

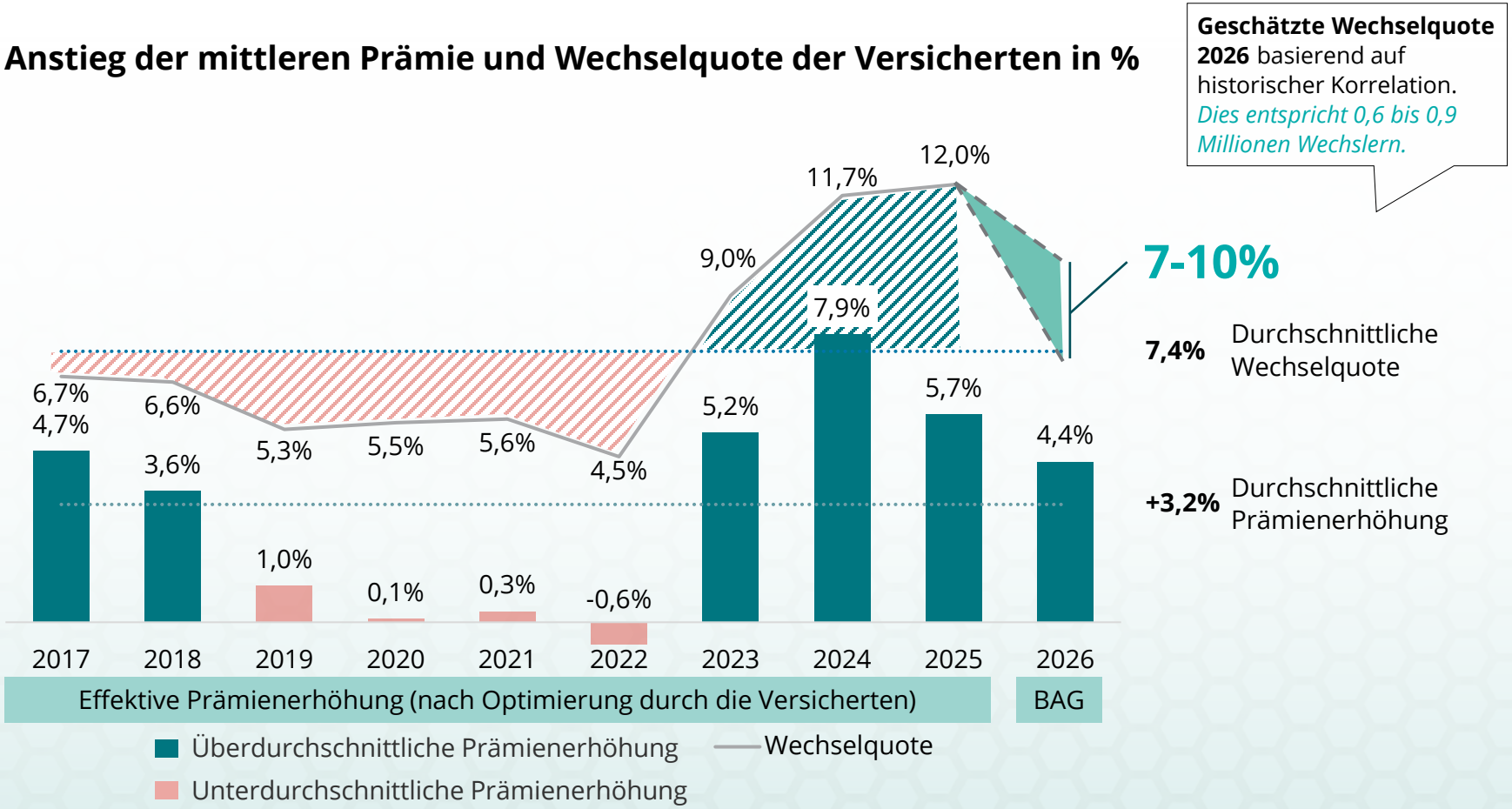
- Der **Trend zu kleineren Differenzen** zwischen den günstigsten Prämien der Top-12 Versicherer ist **evident**. Dies **schmälert** die **Diversifikations-möglichkeiten** über die Prämie deutlich.
- Der **Anstieg der Differenz von 2019** über 2020 **auf 2021** wird von der **Prämienerhöhung von Agrisano** getrieben. Während der Markt in dieser Periode vergleichsweise tiefe Prämienerhöhungen aufweist, stieg die gewichtete **günstigste Prämie von Agrisano um beinahe 5%** an.
- Die tiefste Prämie der **Agrisano** für den **Kanton Genf** war in den letzten 10 Jahren beinahe **doppelt so hoch** wie die tiefsten Prämien, welche von den übrigen Top-12 Versicherern angeboten wurden. Wenn man für diesen **Effekt korrigiert**, **sinkt** die **Differenz** der gewichteten Kampf-prämien im **Jahr 2026 um 13 CHF**.

© Deloitte Consulting AG 2025. Alle Rechte vorbehalten.

Erneut hohe Wechselquote von ~7-10% erwartet

In der Vergangenheit haben starke Prämienerhöhungen immer zu hohen Wechselquoten geführt

Anstieg der mittleren Prämie und Wechselquote der Versicherten in %



Geschätzte Wechselquote 2026 basierend auf historischer Korrelation. *Dies entspricht 0,6 bis 0,9 Millionen Wechslern.*

7-10%

7,4% Durchschnittliche Wechselquote

+3,2% Durchschnittliche Prämienerhöhung

Quelle: Bundesamt für Gesundheit; Befragung Konsumentinnen und Konsumenten Krankenversicherung Schweiz, März 2025 (Deloitte)

Erkenntnisse

- Seit 2017 stiegen die Prämien im Schnitt um **+3,2% pro Jahr**, jedoch mit **starken Schwankungen von Jahr zu Jahr**, welche jeweils die **Wechselquote beeinflussen**.
- Aufgrund des **Optimierungs-verhaltens der Versicherten** liegt die **effektive Prämienerhöhung** nachträglich jeweils **etwas tiefer als die vom BAG publizierte Zahl**. Beispielsweise wurde für 2023 eine Prämienerhöhung von +6,6% angekündigt, die effektive Erhöhung lag nachträglich jedoch „nur“ bei +5,2%.
- Basierend auf der historischen Korrelation gehen wir **auch für 2026** von einer **erneut hohen Wechsel-quote** von 7-10% der Versicherten aus. Die Vorhersage ist jedoch mit Unsicherheit behaftet und hängt nebst der Prämienerhöhung auch von den Aufschlägen der einzelnen Kassen sowie den Vertriebsaktivitäten ab.

© Deloitte Consulting AG 2025. Alle Rechte vorbehalten.

Die Solvenzquoten in der Branche sind stark angestiegen

Die Anpassungen am KVG-Solvenztest treiben die Entwicklung

Übersicht des KVG-Solvenztests

Kranken-versicherung	Bestand[1] (in '000)	KVG-Solvenztest 2025					
		Vorhandene Reserven (in mCHF)		Mindesthöhe der Reserven (in mCHF)		KVG-Solvenzquote	
		2025	Δ[2]	2025	Δ[2]	2025	Δ[2]
CSS	1'466	745	-31	569	-352	131%	+47
Helsana	1'384	1'420	+231	947	-49	150%	+31
Groupe Mutuel	970	628	-31	544	-228	115%	+30
SWICA	818	552	+159	396	+23	139%	+34
Assura	714	297	+56	290	+15	102%	+15
Concordia	711	799	-31	481	+3	166%	-8
Visana	695	1'318	+238	587	+54	224%	+22
Sanitas	643	482	+40	343	-44	140%	+26
KPT	466	291	-71	270	-83	108%	+5
Sympany	234	267	+12	164	-6	163%	+13
ÖKK	214	175	+17	126	+9	138%	+4
Agrisano	187	221	+18	157	+29	141%	-17
Übrige	553	440	-141	309	-127	142%	+6
TOTAL Branche	9'054	7'772	+484	5'294	-727	147%	+26

1) Der KVG-Solvenztest basiert auf dem gesamten OKP-Bestand. Zum Publikationsdatum der Studie war der OKP-Bestand per 01.01.2025 nur für CH verfügbar.
2) Veränderung zum Vorjahr (bei der KVG-Solvenzquote in Prozentpunkten)
Quelle: Bundesamt für Gesundheit, 2025.

Erkenntnisse

- Die **Mindesthöhe der Reserven** hat sich **um rund 727mCHF bzw. 12% reduziert** – im Einklang mit den Erwartungen aus dem Vorfeld.
- **Die Mindesthöhe der Reserven konnte bei einigen Krankenkassen massiv gesenkt werden** (siehe z.B. CSS, Groupe Mutuel, KPT), was trotz teilweise geringerer vorhandener Reserven zu einer Verbesserung der KVG-Solvenzquote führte.
- Die **Mindesthöhe wird durch Faktoren wie z.B. Versicherungsrisiko, erwartetes Ergebnis und Kapitalanlagen beeinflusst**. Vermutet (nicht offiziell bestätigt) wird zudem, dass **Rückversicherungsverträge** bei einzelnen Anbietern zur Senkung beigetragen haben könnten.
- Branchenweit ist die **KVG-Solvenzquote um ca. 26 Prozentpunkte gestiegen**. Das auch, weil sich die vorhandenen Reserven um ca. 484mCHF erhöht haben.

© Deloitte Consulting AG 2025. Alle Rechte vorbehalten.

Die Kundensicht: Ergebnisse unserer repräsentativen Befragung zum Herbstgeschäft

Einschätzung zum Wechslermarkt und Stimmen zu den Krankenversicherungen

Deloitte Befragung von Konsumentinnen und Konsumenten Herbst 2025

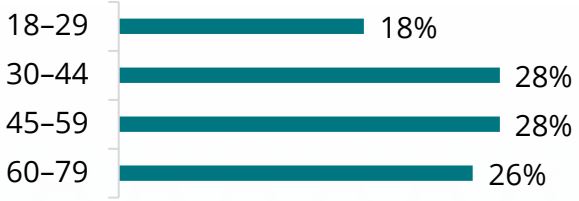
Zielsetzung: Die repräsentative Befragung von Konsumentinnen und Konsumenten identifiziert relevante Informationen für den Wechslermarkt 2026. Die Krankenversicherer können daraus Erkenntnisse für ihr Herbstgeschäft ableiten. Das Deloitte Krankenversicherungsteam ist jederzeit gerne bereit, diese Themen gemeinsam mit ihnen zu vertiefen.

Population

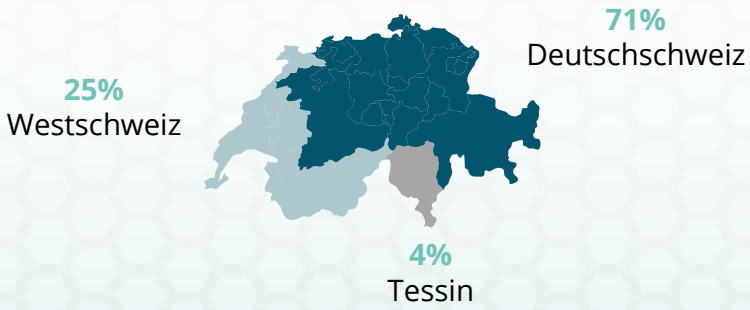
1’285
Teilnehmende

50%
Weiblich

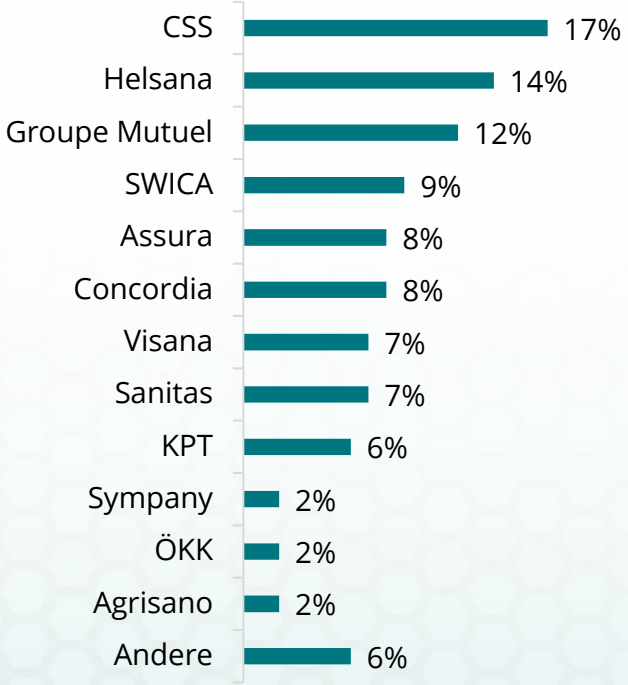
Altersverteilung



Sprachregion



Aktueller Krankenversicherer



Die Befragung ist repräsentativ für die Schweizer Bevölkerung und wurde im Q3 / 2025 von Deloitte in Zusammenarbeit mit YouGov durchgeführt.

© Deloitte Consulting AG 2025. Alle Rechte vorbehalten.

Zusammenfassung der wichtigsten Erkenntnisse der Marktbefragung

Haltung der Schweizer Bevölkerung
Die Wichtigkeit der Grundversicherung ist für viele hoch – zugleich bleibt die Unzufriedenheit erstaunlich gering.
S. 13

Wahrnehmung der Krankenversicherer
Versicherungsmarken werden sehr unterschiedlich wahrgenommen – Grösse allein sichert keinen Vorteil.
S. 14

Haltung zur Einheitskasse
Die Einheitskasse findet breite Zustimmung – bleibt aber inhaltlich oft unklar verstanden.
S. 15

Wechselverhalten der Bevölkerung
Wechsel- und Anpassungsdynamik bleibt hoch – getrieben von Preissensitivität und digitalen Kanälen.
S. 16

Verhalten von Kundenberatern und Vermittlern
Die Bevölkerung zeigt ein kritisches Bild – mangelnde Professionalität prägt den Vertriebseindruck.
S. 17

Preissensitivität der Bevölkerung
Hohe Sensitivität in der Grundversicherung – Zusatzversicherungen bleiben trotz Druck erstaunlich stabil.
S. 18

Ausblick: Prämienentwicklung und mögliche Einsparungen
Die Mehrheit erwartet weitere Prämiensteigerungen – Optimierungspotenzial sehen viele bei der Franchise-Logik.
S. 19

© Deloitte Consulting AG 2025. Alle Rechte vorbehalten.

Ergebnisse unserer repräsentativen Befragung zum Herbstgeschäft 1/7

1 Haltung der Schweizer Bevölkerung

- Das Thema Krankenversicherung ist für die Schweizer-innen und Schweizer von zentraler Bedeutung: Fast 80% stufen es als wichtig ein. Zugleich zeigt sich eine bemerkenswert hohe Zufriedenheit – nur rund 6% sind mit ihrer Grundversicherung unzufrieden.
- Entscheidungen rund um die Krankenversicherung werden jedoch oft nicht alleine getroffen: Ca. 52% der Bevölkerung bezieht Partner oder Familie mit ein. Auffällig ist auch die zeitliche Gewichtung: Gut 72% der Befragten geben an, monatlich entweder keine oder <30 Min. mit Krankenversicherungsthemen zu verbringen.

Relevante Fragen für die Krankenversicherer

- Wie erreichen wir Kunden, die kaum Zeit für Versicherungsthemen investieren?
- Wie sprechen wir Haushalte mit mehreren Entscheidern gezielt an?
- Können wir neue digitale Services schaffen, die Einfachheit mit Vertrauen verbinden?
- ...

Wie wichtig ist Ihnen das Thema Krankenversicherung?

80%

...stufen das Thema Krankenversicherung als wichtig ein.

Quelle: Befragung Konsumentinnen und Konsumenten Krankenversicherung Schweiz, 2025 (Deloitte)

© Deloitte Consulting AG 2025. Alle Rechte vorbehalten.

Ergebnisse unserer repräsentativen Befragung zum Herbstgeschäft 2/7

2 Wahrnehmung der Krankenversicherer

- Spontan darauf angesprochen, welche Krankenversicherung sie am attraktivsten finden, wurde Helsana (ca.18%), vor CSS (ca. 15%) vor SWICA (ca. 13%) genannt.
- Hinsichtlich wahrgenommenen Preis-/ Leistungsverhältnis wurden Helsana (ca. 11%), vor CSS (ca. 10%) vor Assura (ca. 9%) von der Bevölkerung gerankt.
- Auf die Frage hin, was der generell beste online Auftritt sei, meinte die Schweizer Bevölkerung Helsana (ca.10%), vor CSS (ca. 9%) vor SWICA (ca. 6%).

Relevante Fragen für die Krankenversicherer

- Was lernen wir von den verschiedenen Top-Playern – und wie differenzieren wir uns klarer?
- Wie beweisen wir unser Preis-Leistungs-Verhältnis überzeugender?
- Welche digitalen Investitionen sind nötig, um sichtbar vorne mitzuspielen?
- …

Wie ist die Gesamtwahrnehmung der Krankenversicherungs-Marken schweizweit?

Rang	Krankenversicherung	Bestand (CH)[1)]
1	Helsana	1’384
2	CSS	1’466
3	SWICA	818
4	Sanitas	643
5	Concordia	711

1) Schweizer Bestand in tausend per 01.01.2025.
Quelle: Befragung Konsumentinnen und Konsumenten Krankenversicherung Schweiz, 2024 & 2025 (Deloitte).

© Deloitte Consulting AG 2025. Alle Rechte vorbehalten.

Ergebnisse unserer repräsentativen Befragung zum Herbstgeschäft 3/7

3 Haltung zur Einheitskasse

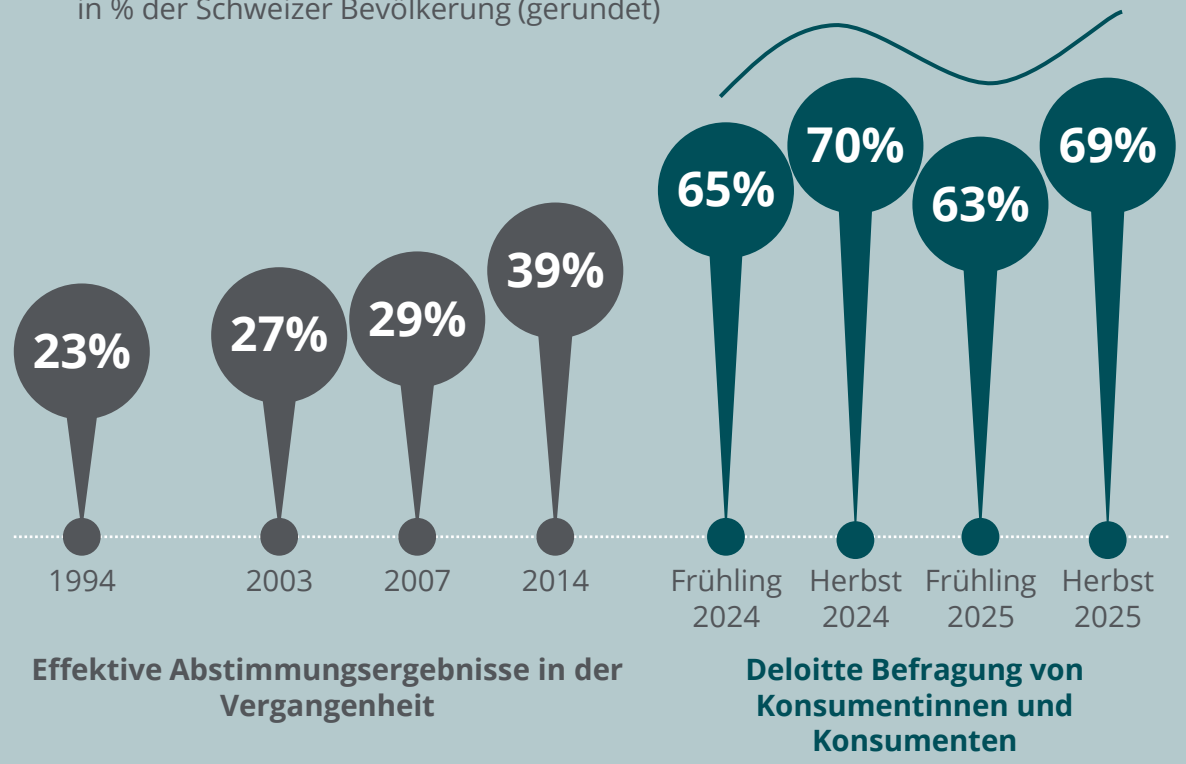
- Die Idee einer Einheitskasse geniesst nach wie vor breite Unterstützung: Rund 69% der Bevölkerung sprechen sich dafür aus. Dabei zeigt sich ein saisonales Pattern (leichter Rückgang im Frühjahr und erneute Erhöhung zum Herbstgeschäft hin).
- Entscheidend ist dabei die weiterhin grosse Unklarheit: Vielen ist nicht klar, wie eine Einheitskasse konkret ausgestaltet wäre. Dieses Informationsdefizit prägt die Diskussion massgeblich.

Relevante Fragen für die Krankenversicherer

- Welche Szenarien brauchen wir für politische Umbrüche?
- Wie können wir die Informationslücken in der Bevölkerung aktiv schliessen?
- Welche Chancen für neue Kooperations- oder Versorgungsmodelle ergeben sich?
- ...

Wie entwickelte sich die Zustimmung zur Einheitskasse?

in % der Schweizer Bevölkerung (gerundet)



Quelle: Befragung Konsumentinnen und Konsumenten Krankenversicherung Schweiz, 2025 (Deloitte)

© Deloitte Consulting AG 2025. Alle Rechte vorbehalten.

Ergebnisse unserer repräsentativen Befragung zum Herbstgeschäft 4/7

4 Wechselverhalten der Bevölkerung

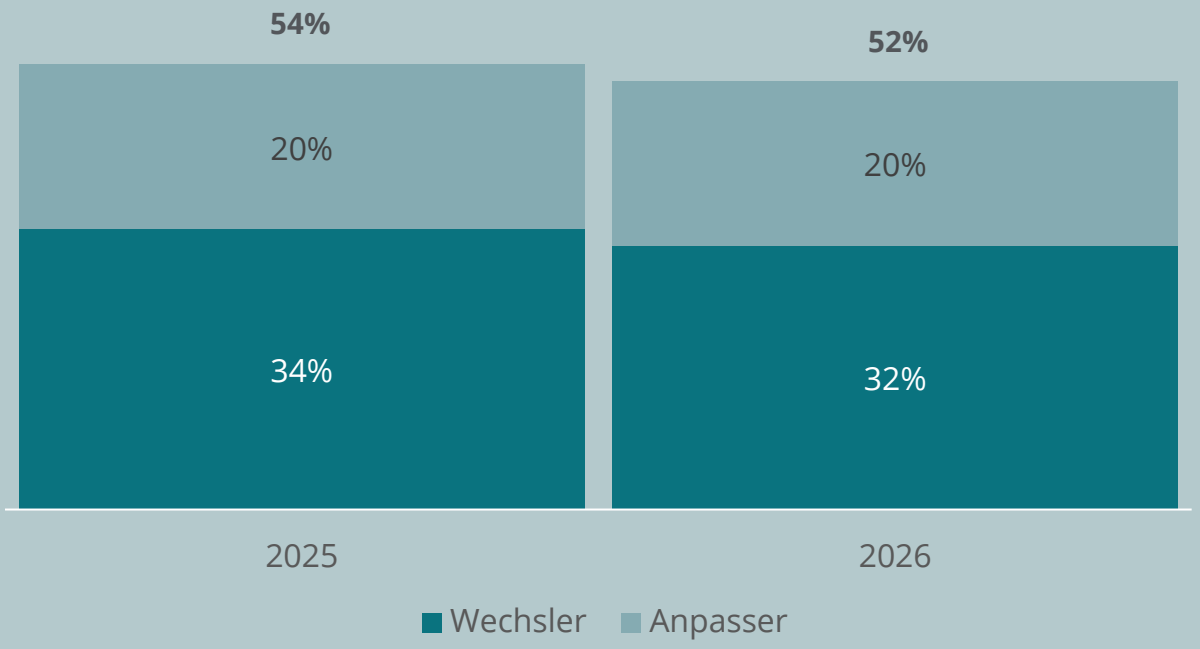
- Die Schweizer Bevölkerung ist erfahren im Versicherungswechsel: 65% haben mindestens einmal ihre Grundversicherung gewechselt, allein per 01.01.25 waren es 12%.
- Vergleichsportale und Websites der Krankenversicherer sind die bevorzugten Abschlusskanäle (42%), gefolgt von persönlichem Kontakt (Agenturen/Hausbesuche – 30%). Auch für den kommenden Herbst planen 40% einen Vergleich, 20% eine Anpassung und 32% einen Wechsel.
- Diese Dynamik hängt mit Prämienerhöhungen zusammen: Bei einer Erhöhung von 5% wollen im September fast 48% die Grundversicherung wechseln.

Relevante Fragen für die Krankenversicherer

- Welche Rolle sollen digitale Kanäle gegenüber persönlicher Beratung übernehmen?
- Wie schaffen wir Mehrwerte, die über den Preis hinausgehen?
- Wie erkennen wir Wechselabsichten frühzeitig – und reagieren proaktiv?
- …

Welche Optimierungen der Grundversicherung kommen für Sie dieses Jahr infrage?

in % der Schweizer Bevölkerung (gerundet)



Quelle: Befragung Konsumentinnen und Konsumenten Krankenversicherung Schweiz, 2025 (Deloitte)

© Deloitte Consulting AG 2025. Alle Rechte vorbehalten.

Ergebnisse unserer repräsentativen Befragung zum Herbstgeschäft 5/7

5 Verhalten von Kundenberatern und Vermittlern

- Seit Anfang 2025 hat rund 44% der Bevölkerung mindestens einen Cold Call zu Krankenversicherungs-produkten erhalten. Gleichzeitig gaben 83% an, bislang keinen echten Beratungskontakt mit einem Vermittler oder Berater gehabt zu haben.
- Wenn ein Kontakt zustande kam, war in nur 62% der Fälle klar, wer der Auftraggeber des Gesprächs war. Auffällig ist die geringe Dokumentation: 70% der Befragten erhielten nach einem Beratungsgespräch kein schriftliches Protokoll.

Relevante Fragen für die Krankenversicherer

- Wie steigern wir die wahrgenommenen Beratungsgespräche (und die Beratungsqualität)?
- Wie regulieren wir Cold Calls, um unsere Reputation zu schützen?
- Welche Standards setzen wir für transparente, dokumentierte Beratung?
- ...

Welche Wirkung hat eine persönliche Beratung auf die Splitting Quote?

28%

...mit persönlicher Beratung
haben Grund- & Zusatzversicherung bei einem anderen Anbieter

60%

...mit online Abschluss
haben Grund- & Zusatzversicherung bei einem anderen Anbieter

Quelle: Befragung Konsumentinnen und Konsumenten Krankenversicherung Schweiz, 2025 (Deloitte)

© Deloitte Consulting AG 2025. Alle Rechte vorbehalten.

Ergebnisse unserer repräsentativen Befragung zum Herbstgeschäft 6/7

6 Preissensitivität der Bevölkerung

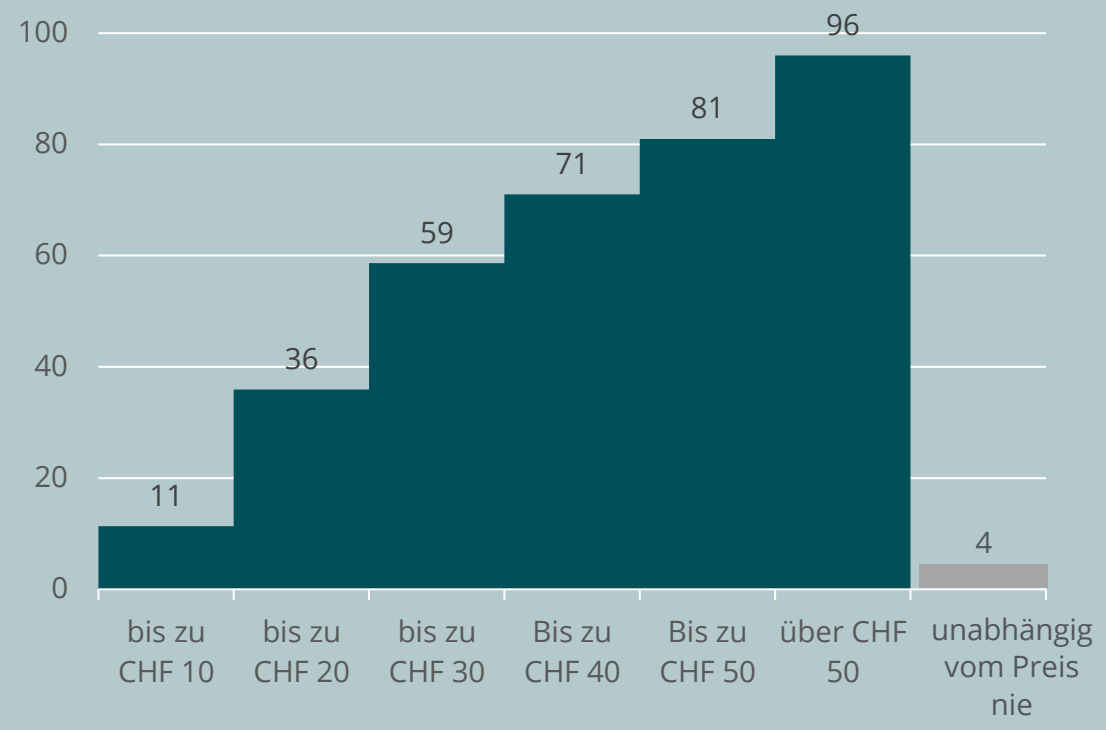
- Die Preissensitivität bleibt hoch: Sobald der monatliche Prämienanstieg in der Grundversicherung rund 30 CHF beträgt, kündigt mehr als die Hälfte der Befragten einen Wechsel an. Dieses Muster wurde bereits in den letzten Befragungen festgestellt.
- Eine zunehmende Zahl Versicherter trennt Grund- und Zusatzversicherung: 28% geben an, dies bereits so zu handhaben. Trotz steigender Belastungen bleibt die Zusatzversicherung aber stabil – 70% planen keinerlei Änderungen.

Relevante Fragen für die Krankenversicherer

- Wie durchbrechen wir die Preisspirale mit echten Produktinnovationen?
- Wie nutzen wir die Trennung von Grund- und Zusatzversicherung als Chance?
- Wie erklären wir Prämienerhöhungen, um Abwanderung vorzubeugen?
- ...

Ab welcher monatlichen Prämienerhöhung pro Person würden Sie einen Wechsel Ihrer Grundversicherung in Betracht ziehen?

in % der Schweizer Bevölkerung (gerundet)



Quelle: Befragung Konsumentinnen und Konsumenten Krankenversicherung Schweiz, 2025 (Deloitte)

© Deloitte Consulting AG 2025. Alle Rechte vorbehalten.

Ergebnisse unserer repräsentativen Befragung zum Herbstgeschäft 7/7

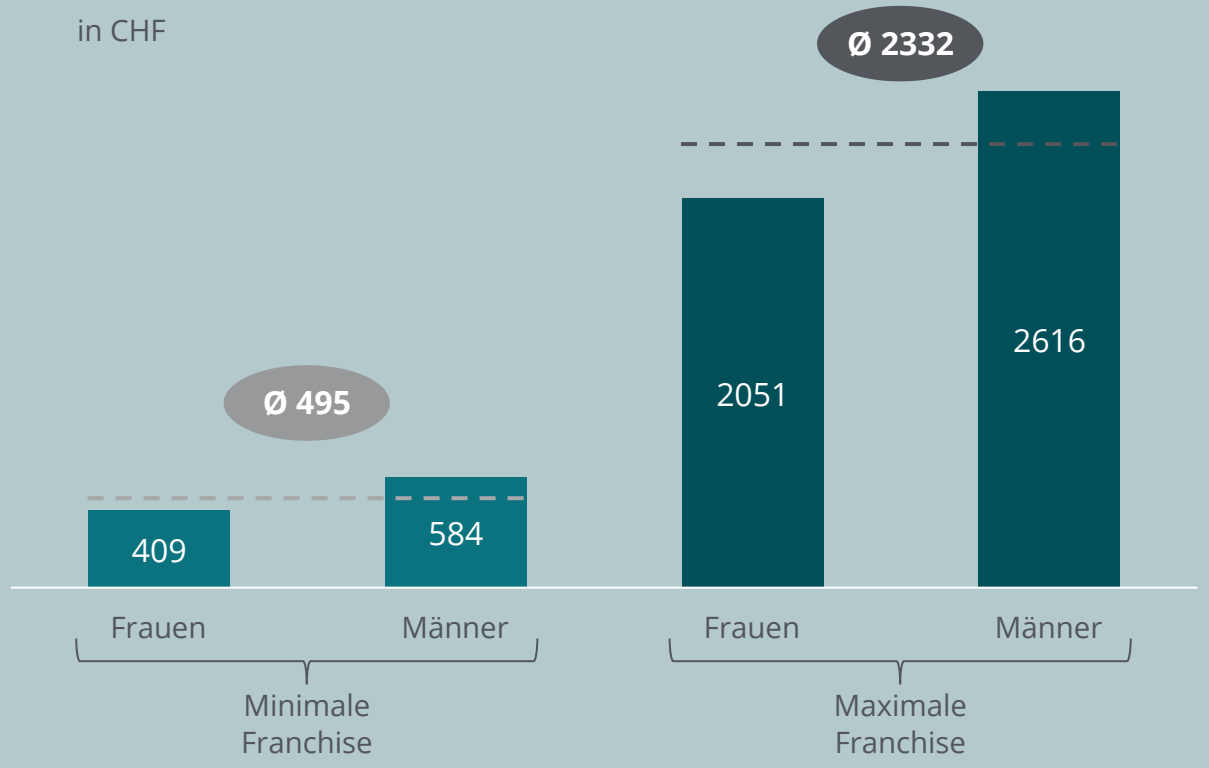
7 Ausblick: Prämienentwicklung und mögliche Einsparungen

- Die Erwartung weiterer Kostensteigerungen ist weit verbreitet: 77% gehen davon aus, dass sich die Prämien im kommenden Jahr nicht entspannen werden; 60% rechnen mit ähnlichen Anstiegen wie bisher, 17% sogar mit stärkeren.
- Bei der Minimalfranchise sehen die Befragten einen Anpassungsbedarf: Der Durchschnittswert für eine neue Untergrenze liegt bei 500 CHF. Für die Maximalfranchise von 2’500 CHF gibt es hingegen geringere Änderungswünsche.
- Zudem ist jeder zweite Schweizer bereit, Behandlungen im Ausland durchführen zu lassen – vorausgesetzt, die medizinische Qualität ist dort nachweislich höher als in der Schweiz.

Relevante Fragen für die Krankenversicherer

- Welche politischen, regulatorischen und strategischen Szenarien müssen wir vorbereiten?
- …

Welche neue Unter- und Obergrenze der Franchise hat die höchste Beliebtheit?



Quelle: Befragung Konsumentinnen und Konsumenten Krankenversicherung Schweiz, 2025 (Deloitte)

© Deloitte Consulting AG 2025. Alle Rechte vorbehalten.

Die Player: Unsere Einschätzung zur Positionierung der Top-12 Krankenversicherer

Prämienposition der grössten Versicherer

Helsana startet mit der besten Ausgangslage ins Herbstgeschäft

Auch Sanitas, CSS und Visana mit guten Voraussetzungen, zwei KV mit herausfordernder Situation

Hinweis: Dies ist eine Einschätzung der Ausgangslage der Krankenversicherer zum Start des Herbstgeschäfts, wobei die beste Ausgangslage nicht zwingend darauf hindeutet, wie das Potential schlussendlich ausgeschöpft wird.

	Helsana	Sanitas	CSS	Visana	ÖKK	KPT	Assura	Agrisano	SWICA	Sympany	Concordia	Groupe Mutuel
A Marktposition: • Prämienrang • Regionale Marktanteile	Stark (stabil)	Stark (stabil)	Stark (verbessert)	Stark (verbessert)	Mittel (stabil)	Mittel (verbessert)	Mittel (stabil)	Mittel (N/A)	Mittel (stabil)	Mittel (stabil)	Schwach (verschlechtert)	Schwach (stabil)
B Fähigkeit, Marktposition zu nutzen: • Vertrieb • Kundenzufriedenheit • Finanzielle & operative Stärke	Stark (stabil)	Stark (stabil)	Stark (verbessert)	Stark (stabil)	Stark (verbessert)	Mittel (stabil)	Mittel (verbessert)	Mittel (N/A)	Mittel (verschlechtert)	Mittel (verschlechtert)	Stark (stabil)	Mittel (verbessert)
Gesamtrang (Vorjahr)	**1** (2)	2 (3)	**3** (12)	**4** (6)	**5** (7)	**6** (10)	**7** (9)	**8** (N/A)	**9** (5)	**10** (4)	**11** (1)	**12** (11)

In Klammern: *Veränderung gegenüber dem Vorjahr (Deloitte Studie vom Herbst 2024)*

Reihenfolge: *Die Darstellung ist nach absteigendem Gesamtergebnis sortiert, wobei die Marktposition leicht stärker gewichtet ist. Bei gleichem Rating basiert die Reihenfolge auf der Einschätzung der Autoren.*

Quelle: Bundesamt für Gesundheit, 2025; Deloitte Analyse, 2025.

Helsana führt den Markt an – Rangunterschiede bestehen, doch absolute Prämienabstände sind oft klein; starke Ausgangslage.

Sanitas baut ihre Position mit soliden Prämien und hoher Kundenorientierung aus – strategisch bereit für weiteres Wachstum.

CSS überzeugt mit grosser Rangverbesserung – entscheidend wird, die zurückgewonnene Stärke nachhaltig zu stabilisieren.

Visana überzeugt mit wachsendem Kundenstamm, guten Prämien und exzellenter Solvenz – eine starke Basis für die Zukunft.

ÖKK stabilisiert sich im Heimmarkt Graubünden – aber verliert an Prämienrang in weiten Teilen der Schweiz.

KPT steigert ihre Ränge deutlich – doch die Solvenz bleibt knapp und erfordert strategische Disziplin und operatives Geschick.

Assura verbessert sich stetig, muss aber trotz finanzieller Gewinnzone an Vertrauen und Beratungskompetenz arbeiten.

Agrisano überzeugt durch günstige Prämien und effiziente Verwaltung – Wachstum verlangt stärkere Differenzierung ausserhalb der Stammregionen.

SWICA steigert Solvenz und Effizienz, verliert aber Prämienrang – gefordert ist eine Balance zwischen Kosten und Marktposition.

Sympany wächst in urbanen Regionen, leidet aber unter schwacher Prämienpositionierung – Digitalisierung könnte neue Stärke bringen.

Concordia mit hoher Solvenz, aber deutlichen Rangrückgängen – das Herbstgeschäft wird herausfordernd (u.a. aufgrund preissensitiver Kunden).

Groupe Mutuel stabilisiert die Basis mit 115% Solvenz – Priorität: Vertrauen stärken und Preis-Leistung sichtbar verbessern.

© Deloitte Consulting AG 2025. Alle Rechte vorbehalten.

Marktposition der Top-12 Krankenversicherer zu Beginn der Vertriebssaison

Die beiden Schwergewichte Helsana und CSS bilden das Spitzenduo

Methodologie

A1 ***OKP-Prämienattraktivität*** *(siehe auch Seiten 23 - 25)*

Prämienrang – in den einzelnen Regionen («Kampfprämie»)

Veränderung – des Prämienrangs ggü. Vorjahr

A2 ***Regionale Positionierung (Marktanteil)*** *(siehe auch Seite 26)*

OKP-Marktanteil – pro Region gemäss aktuellen BAG-Daten

	A1 *OKP-Prämien-attraktivität*	A2 *Regionale Positionierung (Marktanteil)*
Helsana	Hoch	Hoch
CSS	Hoch	Hoch
Sanitas	Hoch	Mittel
Visana	Hoch	Mittel
Assura	Mittel	Mittel
KPT	Mittel	Mittel
Agrisano	Mittel	Mittel
ÖKK	Mittel	Mittel
SWICA	Mittel	Mittel
Sympany	Mittel	Tief
Groupe Mutuel	Sehr Tief	Hoch
Concordia	Tief	Mittel

Quelle: Bundesamt für Gesundheit, 2025; Deloitte Analyse, 2025.

© Deloitte Consulting AG 2025. Alle Rechte vorbehalten.

A1 OKP-Prämienattraktivität der grössten Versicherer 1/2

Der Prämienrang sowie die Veränderung ggü. dem Vorjahr sind wichtige Indikatoren für die Preisattraktivität

KV	Prämienposition 2026[1)]		Veränderung ggü. 2025[2)]	
Sanitas	**5,6**	Insgesamt die **starke Position** noch **weiter ausgebaut**. Mit **13 Prämienregionen** in den **Top-3** und rund **60%** mit **Rang 1-5**.	**+1,7**	**Verbesserung in fast 90% der Prämienregionen** ggü. dem Vorjahr in unterschiedlichen Prämienregionen. **In den Kantonen mit hohen Marktanteilen** (ZH, BL/BS, TG) sind mit Ausnahme einer Region **Rang 1-5** erreicht.
Helsana	**6,2**	Insgesamt **sehr starke Position** (**Nr. 2** unter den Top 12 Krankenversicherungen **zum zweiten Mal**) erreicht, mit 9 Prämienregionen in den Top-3.	**-0,7**	Rang in **21 Regionen gesunken**, insb. in **ländlicheren Kantonen** wie Schwyz, Appenzell Ausserrhoden & Glarus.
CSS	**6,4**	Insgesamt **sehr starke Position** erreicht, mit **12 Prämienregionen** in den **Top-3**. Neben einzelnen Prämienregionen zeigt sich insb. der Kanton Baselland- & Stadt sehr positiv.	**+7,1**	**Stärkste Verbesserung** aller Top-12 Krankenversicherungen in total **26 Regionen.** Insb. in einigen **ländlichen Kantonen** (z.B. UR, TG). Aber auch im **Heimatkanton Luzern** konnte eine **top Positionierung** zurückerlangt werden.
Visana	**7,0**	Insgesamt **sehr starke Position** erreicht, mit sehr **ausgeglichenen Prämien** über viele Regionen. In rund **50%** der Prämienregionen wird **Rang 1-5** erreicht und im Heimatkanton Bern ist die Platzierung weiterhin top.	**+2,1**	**Verbesserung in rund 75% der Prämienregionen** ggü. dem Vorjahr, insb. in den Kantonen Nidwalden, Aargau und Tessin.
Assura	**7,6**	Insgesamt **gute Position** erreicht, mit 10 Prämienregionen in den Top-3. **Insb. in den Kantonen mit hohen Marktanteilen** (Neuenburg, Waadt, Genf und Jura) sowie zusätzlich Rang 1 in SH-2 und ZH-1.	**+1,6**	**Verbesserung in rund 65% der Prämienregionen**, insb. in den Kantonen Nidwalden, Schaffhausen, Bern und Aargau. Die **Kantone mit hohen Marktanteilen blieben grösstenteils unverändert.**
KPT	**8,2**	Insgesamt **gute Positionierung** erreicht, mit **13 Prämienregionen in den Top-3** (analog Sanitas). Insb. in Glarus sowie GR-1, ZH-2, FR-2, Tessin, und Appenzell Innerrhoden.	**+2,5**	**Verbesserung in rund 75% der Prämienregionen** ggü. dem Vorjahr. Insb. in den Kantonen Aargau, Nidwalden, Thurgau und Zug.

Reihenfolge: Die Darstellung ist nach absteigendem Ergebnis in der «Prämienposition 2026» sortiert

Lesehilfe: KPT hat einen durchschnittlichen Prämienrang über alle Regionen in der Schweiz (gewichtet nach Wohnbevölkerung) von 8,2 erreicht.

Lesehilfe: KPT hat ihren Rang im Durchschnitt über alle Prämienregionen in der Schweiz um +2,5 Plätze verbessert.

Quelle: Bundesamt für Gesundheit, 2025; Deloitte Analyse, 2025.
1) Durchschnittlicher Prämienrang über alle Regionen, gewichtet nach Wohnbevölkerung (Erwachsene, alle Modelle, 2'500er Franchise, ohne Unfall) 2) Rangveränderung pro Region gegenüber dem Vorjahr 2025

© Deloitte Consulting AG 2025. Alle Rechte vorbehalten.

A1 OKP-Prämienattraktivität der grössten Versicherer 2/2

Der Prämienrang sowie die Veränderung ggü. dem Vorjahr sind wichtige Indikatoren für die Preisattraktivität

KV	Prämienposition 2026[1)]		Veränderung ggü. 2025[2)]	
Agrisano	**8,4**	**Solide Positionierung** erreicht, mit den **meisten Top-3 Platzierungen** (16 Regionen). **Platz 1** belegen sie Insb. in **ländlichen Regionen** wie Appenzell Ausserrhoden, Nid- & Obwalden, SG2-3, Schwyz, Thurgau und Uri.	**-0,3**	**Verbesserung in 17 Regionen** (insb. Glarus, Neuenburg und Zug) sowie **Verschlechterung in 14** (stark heraus sticht VS-2, aber auch LU-3).
ÖKK	**8,7**	**Solide Positionierung** erreicht, mit **10 Prämienregionen in den Top-3.** Insb. im **Heimkanton** Graubünden sowie Baselland, Schaffhausen und Appenzell Ausserrhoden.	**-0,9**	Rang in **21 Regionen gesunken** (insb. Thurgau, Obwalden, St. Gallen) und gleichzeitig **in 13 verbessert** (insb. Solothurn, Glarus, Appenzell Ausserrhoden). Der **Heimatkanton Graubünden** bleibt **unverändert.**
SWICA	**9,1**	In nur rund **30% der Prämienregionen** wird **Rang 1-5** erreicht. In den **Kantonen mit hohen Marktanteilen** wie Thurgau und Appenzell ist die **Positionierung im Mittelfeld**. In St. Gallen hingegen ist die Positionierung stark.	**+0,6**	Rang in **18 Regionen gesunken** (insb. im Kanton Appenzell Innerrhoden mit hohem Marktanteil). **Einzelne Regionen konnten stark verbessert** werden (BE-2, FR-2), auch der Kanton St. Gallen zeigt eine Optimierung.
Concordia	**9,5**	In nur rund **20% der Prämienregionen** wird **Rang 1-5** erreicht. In den **Kantonen mit hohen Marktanteilen** wie Luzern, Nidwalden und Uri ist die **Positionierung im Mittelfeld**. Rang 1 hingegen wird im Kanton Zug erreicht.	**-4,9**	Rang in rund **90% der Regionen gesunken** und nur in 1 verbessert. **Starker Rückfall in einzelnen Regionen** (FR-2, BE-2) **sowie** etwas weniger stark, aber dafür im **Heimkanton Luzern.**
Sympany	**9,9**	In nur rund **30% der Prämienregionen** wird **Rang 1-5** erreicht. Jeweils in **individuellen Prämienregionen** (nicht im Gesamtkanton), insb. AI-0, BE-1, FR-1, SG-1. Im hinteren Feld liegt ZH-3, AG-0 und BE-3.	**-2,0**	Rang in **24 Regionen gesunken** (sehr stark im Aargau und Solothurn, aber auch in der Heimat Basel). Eine Verbesserung zeigt sich in 13 Regionen (insb. BE-2, GL, SH-2).
Groupe Mutuel	**10,7**	In nur rund **10% der Prämienregionen** wird **Rang 1-5** erreicht. Eine sehr tiefe Positionierung zeigt sich insb. in ZH2-3, Uri, BE-2 und VS-2. In diversen **Kantonen mit hohen Marktanteilen liegt die Positionierung durchschnittlich im oberen Mittelfeld** (VS, VD, FR, JU).	**+1,9**	**Verbesserung in 25 Regionen** (insb. Schwyz, Zug, Thurgau, Aargau) sowie **Verschlechterung in 14** (insb. Nidwalden und Baselland).

Reihenfolge: Die Darstellung ist nach absteigendem Ergebnis in der «Prämienposition 2026» sortiert

Lesehilfe: Groupe Mutuel hat einen durchschnittlichen Prämienrang über alle Regionen in der Schweiz (gewichtet nach Wohnbevölkerung) von 10,7 erreicht.

Lesehilfe: Groupe Mutuel hat ihren Rang im Durchschnitt über alle Prämienregionen in der Schweiz um +1,9 Plätze verbessert.

Quelle: Bundesamt für Gesundheit, 2025; Deloitte Analyse, 2025.
1) Durchschnittlicher Prämienrang über alle Regionen, gewichtet nach Wohnbevölkerung (Erwachsene, alle Modelle, 2'500er Franchise, ohne Unfall) 2) Rangveränderung pro Region gegenüber dem Vorjahr 2025

© Deloitte Consulting AG 2025. Alle Rechte vorbehalten.

A1 Sanitas, Helsana und CSS haben die besten Durchschnittsränge

Die CSS stösst mit den meisten Rangverbesserungen in die Spitzengruppe vor

OKP-Prämienattraktivität	Sanitas	Helsana	CSS	Visana	Assura	KPT	Agrisano	ÖKK	SWICA	Concordia	Sympany	Groupe Mutuel
Durchschnittsrang (nach Bevölkerung gewichtet)	5,6	6,2	6,4	7,0	7,6	8,2	8,4	8,7	9,1	9,5	9,9	10,7
# Regionen mit Rang in den Top-3[1)]	13	9	12	9	10	13	16	10	5	2	9	4
# Regionen mit verbessertem Rang[1]	23	18	36	32	27	31	17	13	20	1	13	25
# Regionen mit unverändertem Rang[1]	10	3	2	6	7	4	11	8	4	4	5	3
# Regionen mit gesunkenem Rang[1]	9	21	4	4	8	7	14	21	18	37	24	14

Reihenfolge: Die Darstellung ist nach absteigendem Ergebnis im Durchschnittsrang (Gesamtattraktivität Schweiz) sortiert.

Quelle: Bundesamt für Gesundheit, 2025; Deloitte Analyse, 2025
1) Rang basiert auf der Erwachsenenprämie, 2'500er Franchise, ohne Unfall, alle Modelle

Erkenntnisse

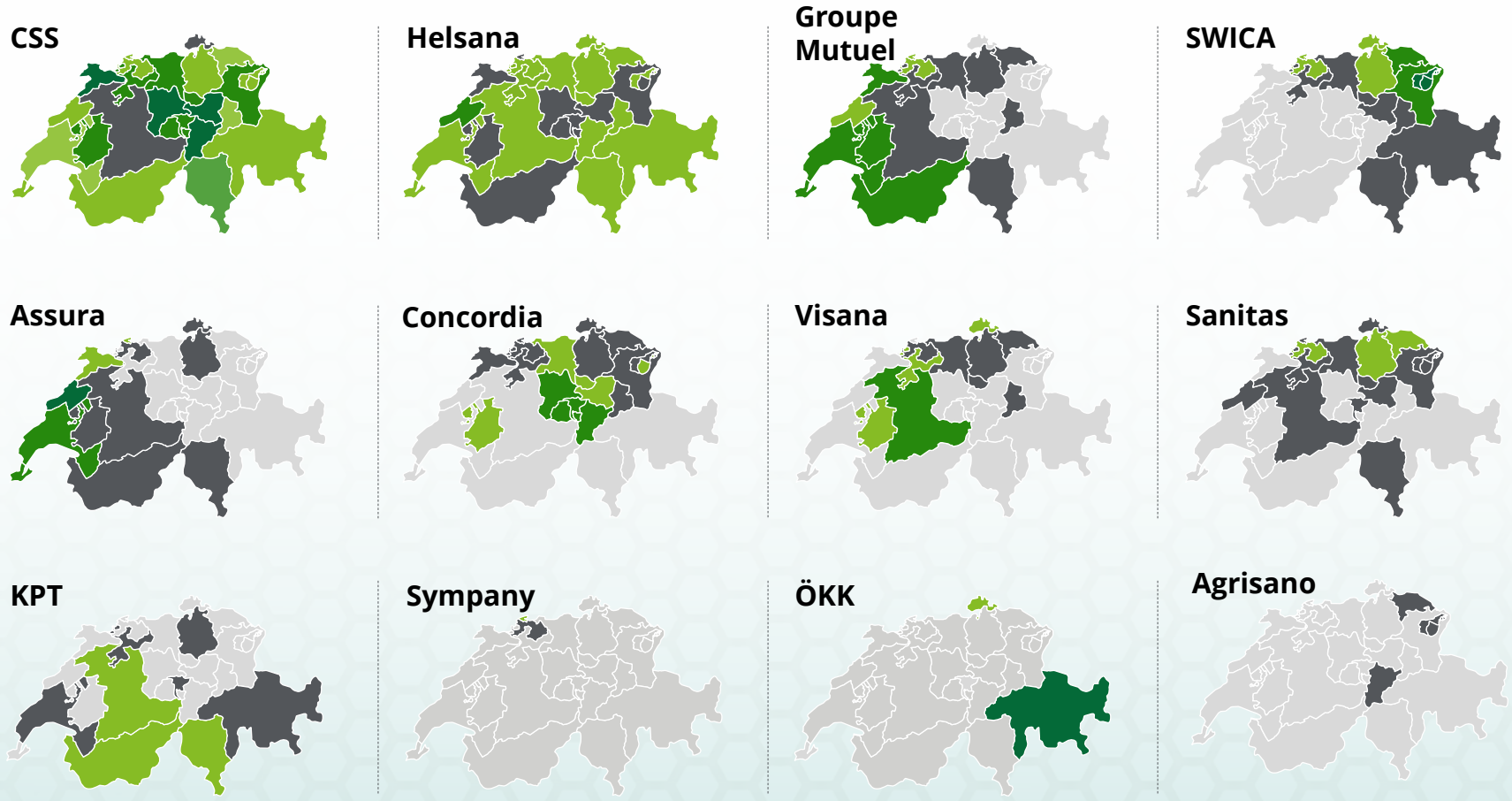
- 2026 zeigt **deutliche Rangveränderungen** entlang verschiedener Dimensionen.
- Die **Abstände zwischen den Prämien** der Krankenversicherer werden **geringer**. Dies führt zu häufigeren Rangwechseln, während die **Unterschiede der Prämien für den Kunden oftmals weniger spürbar** sind **(siehe auch S. 7 & S. 18:** Absolute Differenzen sind oft gering und liegen vielfach unterhalb der Schwelle, die Wechsel tatsächlich auslöst).
- Der **Durchschnittsrang** zeigt die Gesamtattraktivität Schweiz – oftmals aussagekräftiger als einzelne regionale Ränge.
- Die **Sanitas** und **Helsana** konnten ihre **starke Position** aus dem Vorjahr halten bzw. weiter **ausbauen**. Die **CSS hat sich stark verbessert** und in die Spitzengruppe vorgekämpft.

© Deloitte Consulting AG 2025. Alle Rechte vorbehalten.

A2 Regionale Marktanteile der Top-12 Krankenversicherer

Einige Krankenversicherer fokussieren sich auf bestimmte Regionen, andere sind in der gesamten Schweiz präsent

Regionale Positionierung (Marktanteil)



Die Kantone sind nach Marktanteil eingefärbt: <5% 5-9% 10-19% 20-29% >30%

Erkenntnisse

- Die **Branchenführer CSS und Helsana** weisen **in allen Kantonen** einen Marktanteil von mindestens 5% auf, häufig sogar 10-30%.
- Die **übrigen Versicherer** haben einen mehr oder weniger stark ausgeprägten **regionalen Fokus.** Teilweise haben sie jedoch über ihr «Stammgebiet» hinaus expandiert, so z.B. die **KPT** im Tessin oder **Groupe Mutuel** in der Deutschschweiz.
- **Sympany** und **ÖKK** konzentrieren sich stark auf ihre «Stammgebiete» und weisen nur dort hohe Marktanteile auf. **Agrisano** hat kein klares Stammgebiet und weist lediglich in ländlichen Gebieten einen leicht erhöhten Marktanteil auf.

Hinweis: Die neusten verfügbaren Daten beziehen sich auf das Jahr 2024. Quelle: Bundesamt für Gesundheit, 2024; Deloitte Analyse, 2025. (Marktanteil wird basierend auf der Anzahl OKP-Kunden gemessen).

© Deloitte Consulting AG 2025. Alle Rechte vorbehalten.

Vier Versicherer mit sehr guten Voraussetzungen, ihre Marktposition zu nutzen

Die Krankenversicherer haben unterschiedliche Voraussetzungen, um ihre jeweilige Marktposition gewinnbringend nutzen zu können

Methodologie

B1 ***Fähigkeit, neue Kunden zu gewinnen oder bestehende Kunden zu halten*** *(siehe auch Seiten 28 – 30)*

Deloitte Attraktivitäts- und Bindungsindex (DABI) – Fähigkeit unabhängig von der eigenen Prämienpositionierung den Kundenbestand auszubauen bzw. zu halten

Kundenzufriedenheit – Durchschnitt öffentlicher Ratings von Comparis, Bonus.ch, K-Tipp.ch, Moneyland.ch

Vertriebsstärke – Unsere Einschätzung basierend auf der Aufstellung des Vertriebs (Eigen- & Fremdvertrieb)

B2 ***Fähigkeit, mit einem wachsenden Kundenstamm umzugehen*** *(siehe auch Seiten 28 & 29)*

Finanzielle Stabilität – Solvenzquote per 01.01.2025 und Veränderung gegenüber dem Vorjahr

Operative Stabilität – Unsere Einschätzung basierend auf den operativen Veränderungen (z.B. Prozesse, Organisation, IT)

	B1 *Fähigkeit, Kunden zu gewinnen / halten*	B2 *Fähigkeit, mit wachsendem Kundenstamm umzugehen*
Helsana	Hoch	Hoch
Sanitas	Hoch	Hoch
Visana	Hoch	Hoch
Concordia	Hoch	Hoch
SWICA	Hoch	Mittel
CSS	Mittel	Hoch
ÖKK	Mittel	Hoch
Sympany	Mittel	Hoch
KPT	Mittel	Hoch
Groupe Mutuel	Mittel	Hoch
Agrisano	Mittel	Mittel
Assura	Mittel	Mittel

Quelle: Bundesamt für Gesundheit, 2025; Deloitte Analyse, 2025.

© Deloitte Consulting AG 2025. Alle Rechte vorbehalten.

B1 «Growth Readiness» Einschätzung der grössten Krankenversicherer 1/2

B2 Die Fähigkeit, Kunden zu gewinnen, bzw. zu halten, hängt von mehreren Faktoren ab

	Helsana	Sanitas	Visana	Concordia	SWICA	CSS
Fähigkeit, neue Kunden zu gewinnen oder bestehende Kunden zu halten						
Einschätzung	●	●	●	●	●	●
Deloitte Attraktivitäts- und Bindungsindex (DABI)[1)]	Hoch	Hoch	Mittel	Mittel	Hoch	Mittel
Vertriebsstärke	Hoch	Hoch	Hoch	Hoch	Hoch	Hoch
Kundenzufriedenheit (Ø Comparis, Bonus, Ktipp, Moneyland)	Hoch	Mittel	Hoch	Hoch	Hoch	Mittel
Fähigkeit, mit einem wachsenden Kundenstamm aus Sicht der betrieblichen und finanziellen Stabilität umzugehen						
Einschätzung	●	●	●	●	●	●
Solvenzquote (ggü Vorjahr)	150% (+31%)	140% (+26%)	224% (+29%)	166% (-8%)	139% (+33%)	131% (+47%)
Operative Veränderungen[2)]	Wenige[3)]	Wenige	Mittel	Wenige	Hoch	Wenige
GL / VR Wechsel[2)]	Wenige	Wenige	Wenige	Viele	Mittel	Wenige

Reihenfolge: Die Darstellung ist nach absteigendem Gesamtergebnis sortiert

Quelle: Bundesamt für Gesundheit, 2025; Deloitte Analyse, 2025; Comparis, 2025; K-Tipp, 2025; bonus.ch, 2025; moneyland, 2025.
1) Deloitte Analyse basierend auf BAG-Daten (siehe Methodik auf Seite 30)
2) Deloitte Einschätzung (operative Veränderungen: interne Transformationen, grosse IT-Implementierungen, etc.)
3) Die Akquisition der Adcubum Gruppe hat nach Deloitte Einschätzung keinen Einfluss auf das kommende Herbstgeschäft

© Deloitte Consulting AG 2025. Alle Rechte vorbehalten.

B1 «Growth Readiness» Einschätzung der grössten Krankenversicherer 2/2

B2 Die Fähigkeit, Kunden zu gewinnen, bzw. zu halten, hängt von mehreren Faktoren ab

	ÖKK	Sympany	KPT	Groupe Mutuel	Agrisano	Assura
Fähigkeit, neue Kunden zu gewinnen oder bestehende Kunden zu halten						
Einschätzung	🟡	🟡	🟡	🟡	🟡	🟡
Deloitte Attraktivitäts- und Bindungsindex (DABI)[1)]	Mittel	Hoch	Gering	Gering	Gering	Gering
Vertriebsstärke	Mittel	Tief	Mittel	Hoch	Gering	Hoch
Kundenzufriedenheit (Ø Comparis, Bonus, Ktipp, Moneyland)	Hoch	Gering	Mittel	Gering	Hoch	Gering
Fähigkeit, mit einem wachsenden Kundenstamm aus Sicht der betrieblichen und finanziellen Stabilität umzugehen						
Einschätzung	🟢	🟢	🟢	🟢	🟡	🟡
Solvenzquote (ggü Vorjahr)	138% (+3%)	163% (+14%)	108% (+5%)	115% (+30%)	141% (-17%)	102% (+14%)
Operative Veränderungen[2)]	Wenige	Wenige	Wenige	Wenige	Hoch[3)]	Wenige
GL / VR Wechsel[2)]	Wenige	Wenige	Wenige	Wenige	Wenige	Viele

Reihenfolge: Die Darstellung ist nach absteigendem Gesamtergebnis sortiert

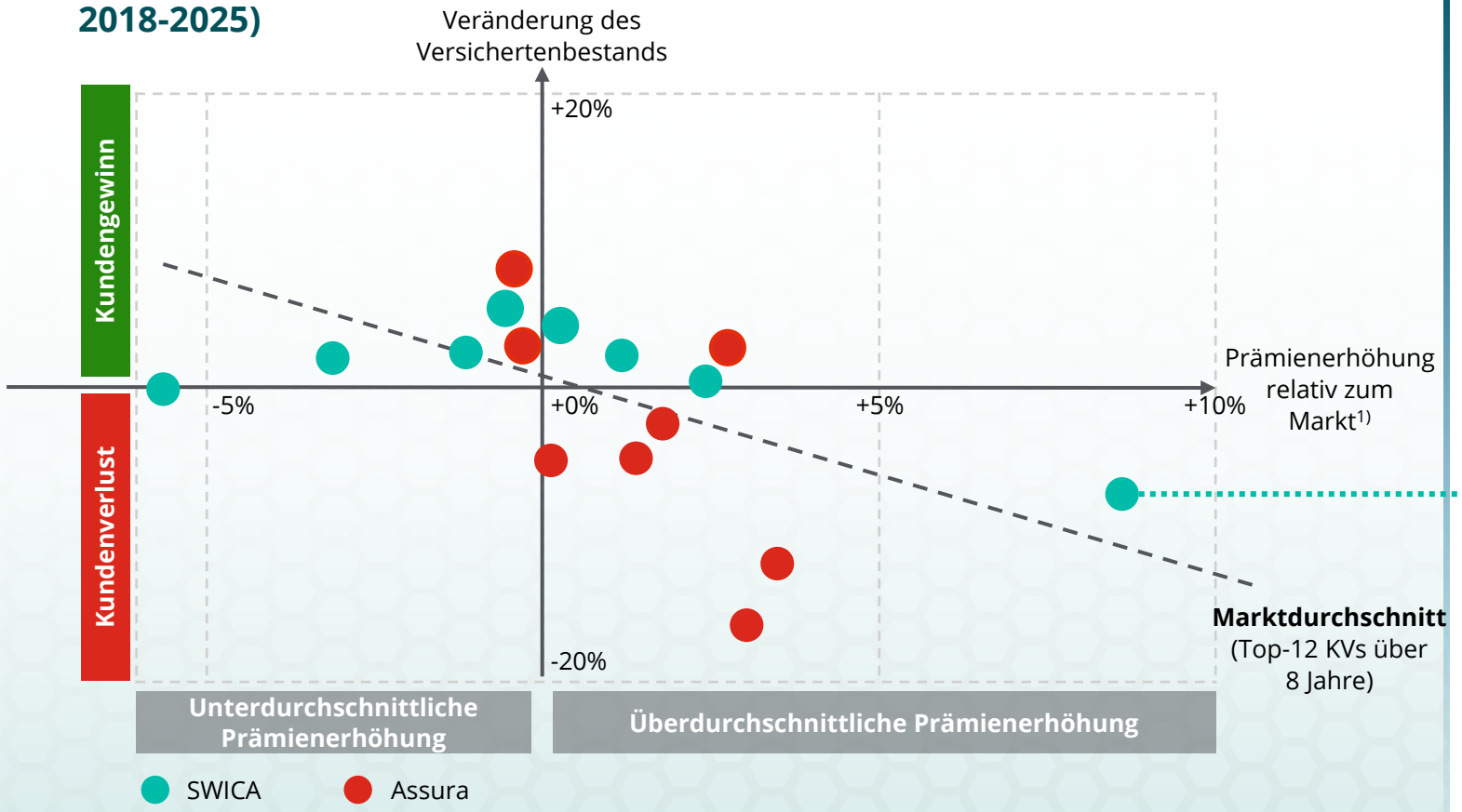
Quelle: Bundesamt für Gesundheit, 2025; Deloitte Analyse, 2025; Comparis, 2025; K-Tipp, 2025; bonus.ch, 2025; moneyland, 2025.
1) Deloitte Analyse basierend auf BAG-Daten (siehe Methodik auf Seite 30)
2) Deloitte Einschätzung (operative Veränderungen: interne Transformationen, grosse IT-Implementierungen, etc.)
3) Trotz tiefer operativen Veränderungen wird die Veränderung mit einem wachsenden Kundenstamm umzugehen basierend auf unserer Erfahrung als gering eingestuft.

© Deloitte Consulting AG 2025. Alle Rechte vorbehalten.

B1 Deloitte Attraktivitäts- und Bindungsindex (DABI) für Krankenversicherer

Der DABI misst die OKP-Kundenbestandsentwicklung in Abhängigkeit zur Prämienerhöhung

DABI: Illustration anhand der Beispiele Assura und SWICA (Prämienjahre 2018-2025)



Quelle: Bundesamt für Gesundheit, 2025; Deloitte Analyse, 2025
1) Gemessen am gewichteten Durchschnitt der „Schaufensterprämie" für Erwachsene (2'500er Franchise, alle Modelle, ohne Unfall)

Erläuterung

Der DABI misst die **Fähigkeit einer Krankenversicherung, unabhängig von der Prämienanpassung Kunden zu halten bzw. zu gewinnen:**

- Punkte über der gestrichelten Linie bedeuten ein positiver DABI: Der Kundenbestand hat sich positiver entwickelt, als aufgrund der Prämienerhöhung zu vermuten gewesen wäre (= wenig preissensitive Kunden, z.B. SWICA)
- Punkte unter der Linie bedeuten ein negativer DABI: Der Kundenbestand hat sich negativer entwickelt, als zu erwarten gewesen wäre (= preissensitive Kunden, z.B. Assura)

Lesebeispiel:

SWICA hatte die Kampfprämie 2024 um +8,5% über Markt erhöht. Dies resultierte in einem OKP-Kundenverlust von -7,5%. Basierend auf dem Marktdurchschnitt wäre jedoch ein Kundenverlust von ca. -10% zu erwarten gewesen (gestrichelte Linie). Dementsprechend wies SWICA in diesem Jahr einen überdurchschnittlichen DABI auf.

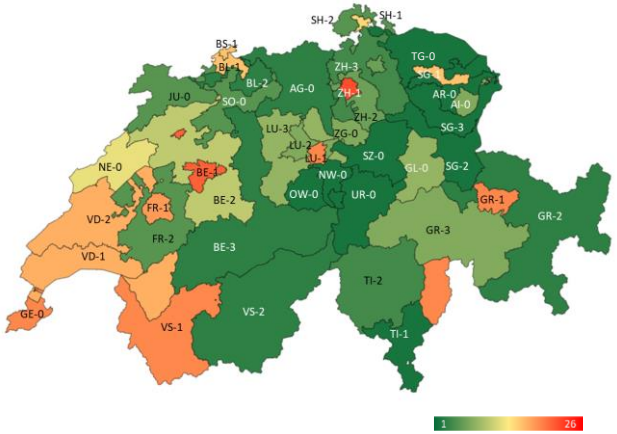
© Deloitte Consulting AG 2025. Alle Rechte vorbehalten.

Agrisano erzielt insb. in den ländlichen Regionen Top Ränge, Solvenz deutlich über 100%

Agrisano | Marktposition und Factsheet

OKP-Prämienrang und Marktpräsenz

Prämienrang pro Region



Regionale **Marktpräsenz**

= Top-3 Kantone mit dem grössten Bestand

+ = 80% des Bestandes

Prämienrang pro **Altersgruppe** (durchschnittlich[1])

-0,3	-1,1	-0,2
Erwachsene (neu: Rang 8,4)	Jugendliche (neu: Rang 8,0)	Kinder (neu: Rang 2,0)

Quelle: Webseiten Krankenversicherer, 2024 – 25; opendata.swiss, 2025; FINMA, 2025; Bundesamt für Gesundheit, 2025; Comparis, 2025; K-Tipp, 2025; bonus.ch, 2025; moneyland, 2025;
1) Durchschnittlich im Vergleich zur Bevölkerung pro Prämienregion
Anmerkung: Für Erwachsene und Jugendliche wurde die 2500 Franchise verwendet, für Kinder die 0 Franchise

News: Selektiver Auszug der vergangenen 12 Monate

Die Einführung des **digitalen Versicherungsmodells AGRI-smart** führt zu einem deutlichen Wachstum der Anzahl Versicherten.

Mit 159,40 CHF pro versicherte Person liegen die **Verwaltungskosten der Agrisano deutlich unter dem Schweizer Durchschnitt** von 192,85 CHF (2023).

Die **Agrisano Krankenkasse AG** erzielt einen Gewinn von 18,2mCHF, die **Agrisano Versicherungen AG** erzielt einen Gewinn von 7,9mCHF.

Andere „Facts und Figures“

469mCHF	OKP-Prämien-volumen	47mCHF	VVG-Prämien-volumen
141%	Solvenzquote	34mCHF	Risikoausgleich
187k	OKP-Kunden	11 - 30	Standorte

Kundenzufriedenheits-Umfragen

	Comparis	K-Tipp	Bonus.ch	Moneyland.ch
Rang (Gesamt)	6 / 15	n/a	4 / 13	n/a

Legende «Facts und Figures»: *OKP-Prämienvolumen (CH) = 2023, VVG-Prämienvolumen = 2024, Solvenzquote = Solvenztest 2025, Risikoausgleich = 2023, OKP-Kunden = CH per 01.01.25 + EU Durchschnitt 2024 (187k + <0,1k), Standorte = mit Kundenberatung*
Farblegende: *grün = vorderstes Drittel, gelb = mittleres Drittel, rot = hinteres Drittel*

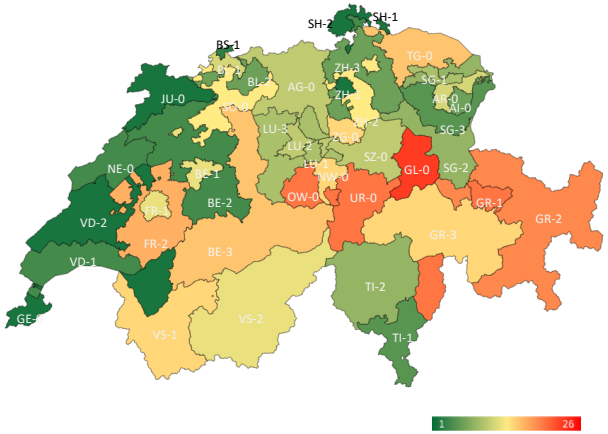
© Deloitte Consulting AG 2025. Alle Rechte vorbehalten.

Assura konnte ihre Prämienpositionierung weiter verbessern, Solvenzquote knapp >100%

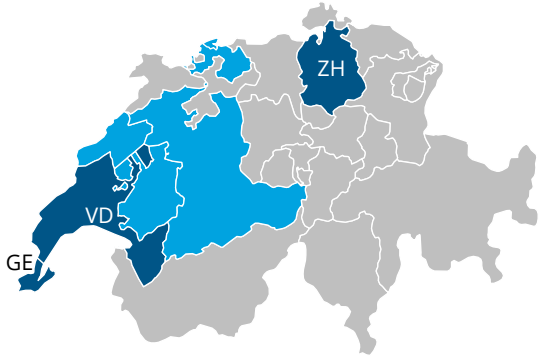
Assura | Marktposition und Factsheet

OKP-Prämienrang und Marktpräsenz

Prämienrang pro Region



Regionale **Marktpräsenz**



= Top-3 Kantone mit dem grössten Bestand

+ = 80% des Bestandes

Prämienrang pro **Altersgruppe** (durchschnittlich[1])

⬆ +1,6	➡ +0,6	➡ +0,4
Erwachsene (neu: Rang 7,6)	Jugendliche (neu: Rang 7,1)	Kinder (neu: Rang 12,3)

Quelle: Webseiten Krankenversicherer, 2024 – 25; opendata.swiss, 2025; FINMA, 2025; Bundesamt für Gesundheit, 2025; Comparis, 2025; K-Tipp, 2025; bonus.ch, 2025; moneyland, 2025;
1) Durchschnittlich im Vergleich zur Bevölkerung pro Prämienregion
Anmerkung: Für Erwachsene und Jugendliche wurde die 2500 Franchise verwendet, für Kinder die 0 Franchise

News: Selektiver Auszug der vergangenen 12 Monate

Anna Maria D'Hulster, **Patrizia Baur** und **Alexis Burckhardt** wurden in den Verwaltungsrat gewählt.

Charles Staubli übernimmt die Verantwortung für den Bereich Finanzen, **Jean-Jacques Toffel** übernimmt den Bereich Leistungen.

Mit einem **Nettogewinn von 72,2mCHF** kehrt Assura in die Gewinnzone zurück.

Assura und das **Kantonsspital Baselland** lancieren das **Grundversicherungsmodell Hausspital**, dass eine integrierte Versorgung ermöglicht. Zudem **lanciert Assura das Grundversicherungsmodell FeminaVita**, dass gynäkologische Vorsorgeuntersuchungen und Brustkrebs-Screenings franchisebefreit übernimmt.

Andere „Facts und Figures"

3'282mCHF	OKP-Prämien-volumen	**298mCHF**	VVG-Prämien-volumen
102%	Solvenzquote	**737mCHF**	Risikoausgleich
715k	OKP-Kunden	**11 - 30**	Standorte

Kundenzufriedenheits-Umfragen

	Comparis	K-Tipp	Bonus.ch	Moneyland.ch
Rang (Gesamt)	15 / 15	13 / 13	13 / 13	10 / 11

Legende «Facts und Figures»: *OKP-Prämienvolumen (CH) = 2023, VVG-Prämienvolumen = 2024, Solvenzquote = Solvenztest 2025, Risikoausgleich = 2023, OKP-Kunden = CH per 01.01.25 + EU Durchschnitt 2024 (714k + 1k), Standorte = mit Kundenberatung*
Farblegende: *grün = vorderstes Drittel, gelb = mittleres Drittel, rot = hinteres Drittel*

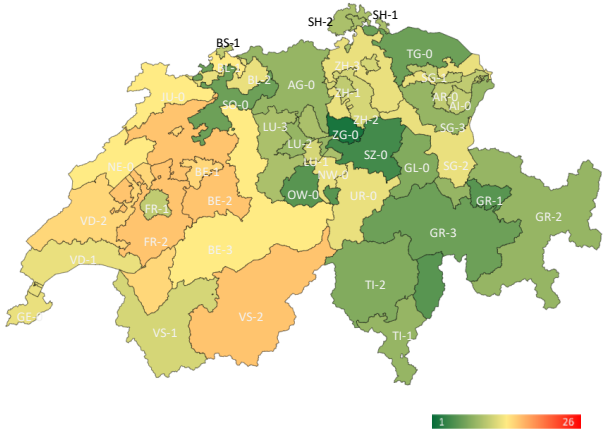
© Deloitte Consulting AG 2025. Alle Rechte vorbehalten.

Concordia mit deutlichen Rückgängen in Prämienrängen – nach Jahren des Wachstums

Concordia | Marktposition und Factsheet

OKP-Prämienrang und Marktpräsenz

Prämienrang pro Region



Regionale **Marktpräsenz**

= Top-3 Kantone mit dem grössten Bestand

+ = 80% des Bestandes

Prämienrang pro **Altersgruppe** (durchschnittlich[1])

-4,9	-2,8	-0,2
Erwachsene (neu: Rang 9,5)	Jugendliche (neu: Rang 8,9)	Kinder (neu: Rang 5,7)

Quelle: Webseiten Krankenversicherer, 2024 – 25; opendata.swiss, 2025; FINMA, 2025; Bundesamt für Gesundheit, 2025; Comparis, 2025; K-Tipp, 2025; bonus.ch, 2025; moneyland, 2025;
1) Durchschnittlich im Vergleich zur Bevölkerung pro Prämienregion
Anmerkung: Für Erwachsene und Jugendliche wurde die 2500 Franchise verwendet, für Kinder die 0 Franchise

News: Selektiver Auszug der vergangenen 12 Monate

Philip Gmür wird in den Verwaltungsrat der Concordia gewählt.

Alfred Neff übernimmt die Verantwortung für die Geschäftseinheit Leistungen.

Rolf Nick übernimmt die Leitung der Geschäftseinheit Versicherungstechnik. Der bisherige Leiter dieser Einheit, **Kurt Stricker**, wird CFO und stv. CEO.

Daniel Burkhard übernimmt die Leitung der Geschäftseinheit Markt. **Jeanine Frey** übernimmt die Leitung der Geschäftseinheit Corporate Center.

Nach einem Rekordzuwachs von 71'000 Grundversicherten im Vorjahr sind im laufenden Jahr **weitere 40'000 Versicherte hinzugekommen**.

Andere „Facts und Figures"

2'192mCHF	OKP-Prämien-volumen	**522mCHF**	VVG-Prämien-volumen
166%	Solvenzquote	**-175mCHF**	Risikoausgleich
713k	OKP-Kunden	**>100**	Standorte

Kundenzufriedenheits-Umfragen

	Comparis	K-Tipp	Bonus.ch	Moneyland.ch
Rang (Gesamt)	7 / 15	5 / 13	4 / 13	1 / 11

Legende «Facts und Figures»: *OKP-Prämienvolumen (CH) = 2023, VVG-Prämienvolumen = 2024, Solvenzquote = Solvenztest 2025, Risikoausgleich = 2023, OKP-Kunden = CH per 01.01.25 + EU Durchschnitt 2024 (711k + 1,5k), Standorte = mit Kundenberatung*
Farblegende: *grün = vorderstes Drittel, gelb = mittleres Drittel, rot = hinteres Drittel*

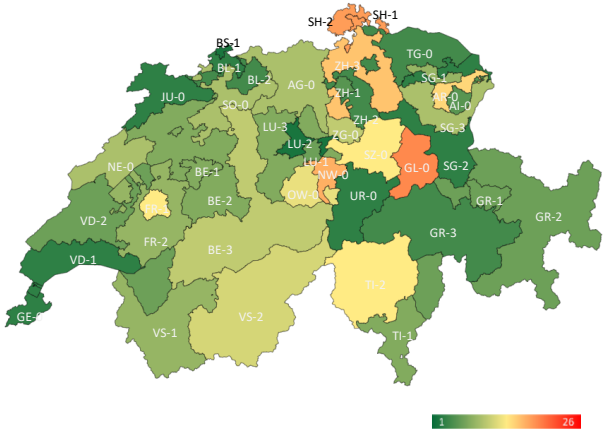
© Deloitte Consulting AG 2025. Alle Rechte vorbehalten.

CSS mit starker Verbesserung des Ø-Prämienrang, Solvenzquote deutlich über 100%

CSS | Marktposition und Factsheet

OKP-Prämienrang und Marktpräsenz

Prämienrang pro Region



Regionale **Marktpräsenz**

= Top-3 Kantone mit dem grössten Bestand

\+ = 80% des Bestandes

Prämienrang pro **Altersgruppe** (durchschnittlich[1])

⬆ +7,1	⬆ +8,7	⬆ +1,7
Erwachsene (neu: Rang 6,4)	Jugendliche (neu: Rang 2,4)	Kinder (neu: Rang 12,1)

Quelle: Webseiten Krankenversicherer, 2024 – 25; opendata.swiss, 2025; FINMA, 2025; Bundesamt für Gesundheit, 2025; Comparis, 2025; K-Tipp, 2025; bonus.ch, 2025; moneyland, 2025;
1) Durchschnittlich im Vergleich zur Bevölkerung pro Prämienregion
Anmerkung: Für Erwachsene und Jugendliche wurde die 2500 Franchise verwendet, für Kinder die 0 Franchise

News: Selektiver Auszug der vergangenen 12 Monate

Philomena Colatrella, CEO der CSS, tritt per Ende 2025 zurück. Sie leitet das Unternehmen seit 2016. Nachfolgerin wird **Mirjam Bamberger**.

CSS erzielt ein **positives Gruppenergebnis von 62,7mCHF**. In der **Grundversicherung resultiert ein Verlust von 129,2mCHF**, zudem **sank der Bestand um 60'000 Kunden**.

Mit dem Hôpital du Jura und dem Réseau Médical du Jura **lanciert CSS ein Versorgungsnetzwerk**. Ziel ist eine effizientere Versorgung und eine höhere Behandlungsqualität.

Fünf Spitäler aus den Kt. JU, BE, NE, VD und CSS gründen das **Versorgungsnetz Réseau Bleu**. Ziel ist eine koordiniertere und effizientere Versorgung.

Andere „Facts und Figures"

5'658mCHF	OKP-Prämien-volumen	**1'258mCHF**	VVG-Prämien-volumen
131%	Solvenzquote	**-83mCHF**	Risikoausgleich
1'470k	OKP-Kunden	**>100**	Standorte

Kundenzufriedenheits-Umfragen

	Comparis	K-Tipp	Bonus.ch	Moneyland.ch
Rang (Gesamt)	10 / 15	9 / 13	4 / 13	7 / 11

Legende «Facts und Figures»: *OKP-Prämienvolumen (CH) = 2023, VVG-Prämienvolumen = 2024, Solvenzquote = Solvenztest 2025, Risikoausgleich = 2023, OKP-Kunden = CH per 01.01.25 + EU Durchschnitt 2024 (1'466k + 4k), Standorte = mit Kundenberatung*
Farblegende: *grün = vorderstes Drittel, gelb = mittleres Drittel, rot = hinteres Drittel*

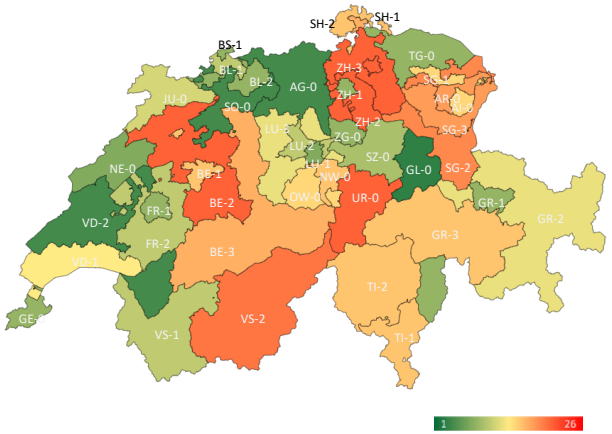
© Deloitte Consulting AG 2025. Alle Rechte vorbehalten.

Groupe Mutuel weiterhin mit schwieriger Prämienlage, aber Solvenzquote wieder > 100%

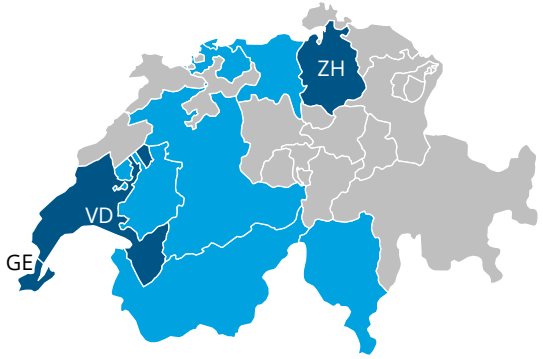
Groupe Mutuel | Marktposition und Factsheet

OKP-Prämienrang und Marktpräsenz

Prämienrang pro Region



Regionale **Marktpräsenz**



= Top-3 Kantone mit dem grössten Bestand

+ = 80% des Bestandes

Prämienrang pro **Altersgruppe** (durchschnittlich[1])

⬆ +1,9	⬆ +2,5	➡ +0,3
Erwachsene (neu: Rang 10,7)	Jugendliche (neu: Rang 6,6)	Kinder (neu: Rang 8,9)

Quelle: Webseiten Krankenversicherer, 2024 – 25; opendata.swiss, 2025; FINMA, 2025; Bundesamt für Gesundheit, 2025; Comparis, 2025; K-Tipp, 2025; bonus.ch, 2025; moneyland, 2025;
1) Durchschnittlich im Vergleich zur Bevölkerung pro Prämienregion
Anmerkung: Für Erwachsene und Jugendliche wurde die 2500 Franchise verwendet, für Kinder die 0 Franchise

News: Selektiver Auszug der vergangenen 12 Monate

Stéphan Studer wird Mitglied der Generaldirektion und übernimmt die Leitung des Bereichs Gesundheit Privatpersonen.

Nach einer Phase des starken Wachstums verzeichnet die Groupe Mutuel in der Grundversicherung einen **Rückgang von 77'000 Versicherten**.

Das **Finanzergebnis beträgt 29mCHF.**

Das von Groupe Mutuel und dem EPFL Innovation Park gegründete **FemTech-Programm Tech4Eva** verzeichnet zum fünften Mal in Folge einen **Anmelderekord**.

Andere „Facts und Figures"

4'317mCHF	OKP-Prämien-volumen	**729mCHF**	VVG-Prämien-volumen
115%	Solvenzquote	**-166mCHF**	Risikoausgleich
982k	OKP-Kunden	**31 - 50**	Standorte

Kundenzufriedenheits-Umfragen

	Comparis	K-Tipp	Bonus.ch	Moneyland.ch
Rang (Gesamt)	14 / 15	11 / 13	12 / 13	11 / 11

Legende «Facts und Figures»: *OKP-Prämienvolumen (CH) = 2023, VVG-Prämienvolumen = 2024, Solvenzquote = Solvenztest 2025, Risikoausgleich = 2023, OKP-Kunden = CH per 01.01.25 + EU Durchschnitt 2024 (970k + 12k), Standorte = mit Kundenberatung*
Farblegende: *grün = vorderstes Drittel, gelb = mittleres Drittel, rot = hinteres Drittel*

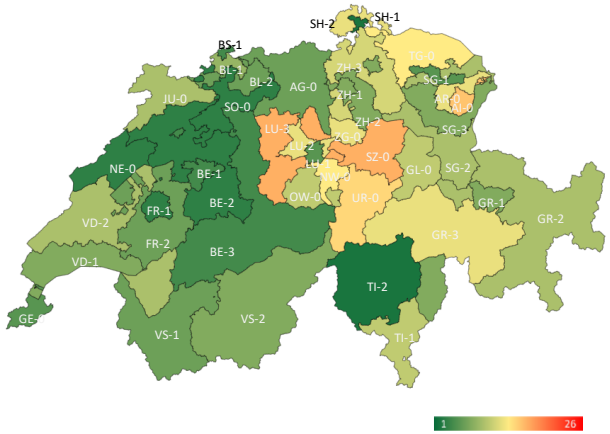
© Deloitte Consulting AG 2025. Alle Rechte vorbehalten.

Helsana hält seine starke Prämienposition, verzeichnet aber leicht sinkende Prämienränge

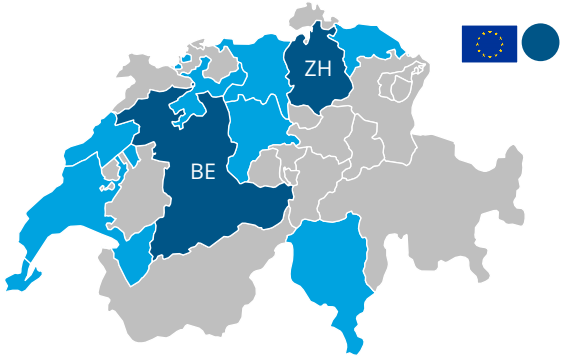
Helsana| Marktposition und Factsheet

OKP-Prämienrang und Marktpräsenz

Prämienrang pro Region



Regionale **Marktpräsenz**



= Region EU
= Top-3 Kantone mit dem grössten Bestand
+ = 80% des Bestandes

Prämienrang pro **Altersgruppe** (durchschnittlich[1])

-0,7	-0,2	-0,4
Erwachsene (neu: Rang 6,2)	Jugendliche (neu: Rang 13,8)	Kinder (neu: Rang 13,8)

Quelle: Webseiten Krankenversicherer, 2024 – 25; opendata.swiss, 2025; FINMA, 2025; Bundesamt für Gesundheit, 2025; Comparis, 2025; K-Tipp, 2025; bonus.ch, 2025; moneyland, 2025;
1) Durchschnittlich im Vergleich zur Bevölkerung pro Prämienregion
Anmerkung: Für Erwachsene und Jugendliche wurde die 2500 Franchise verwendet, für Kinder die 0 Franchise

News: Selektiver Auszug der vergangenen 12 Monate

Helsana übernimmt die Adcubum AG und möchte damit die langfristige Stabilität und Weiterentwicklung zentraler IT-Systeme für die Branche sicherstellen.

Helsana blickt auf ein weiteres erfolgreiches Geschäftsjahr zurück und schliesst 2024 mit einem **Jahresergebnis von 448mCHF** ab.

Die **neue Strategie «Gesundheit lebenslang absichern»** legt den Fokus auf die Weiterentwicklung des Kerngeschäfts und erschliesst fünf gesellschaftlich relevante Themenfelder: Mentale Gesundheit, Langlebigkeit, Kinderwunsch & Schwangerschaft, Selbstbestimmtes Leben & Wohnen sowie Gesundheitssparen.

Im Zuge der **Insolvenz von KLuG** unterbreitet Helsana den Kunden ein Angebot für die OKP.

Andere „Facts und Figures“

5‘427mCHF	OKP-Prämien-volumen	**1‘311mCHF**	VVG-Prämien-volumen
150%	Solvenzquote	**-349mCHF**	Risikoausgleich
1‘524k	OKP-Kunden	**31 - 50**	Standorte

Kundenzufriedenheits-Umfragen

	Comparis	K-Tipp	Bonus.ch	Moneyland.ch
Rang (Gesamt)	1 / 15	3 / 13	1 / 13	1 / 11

Legende «Facts und Figures»: *OKP-Prämienvolumen (CH) = 2023, VVG-Prämienvolumen = 2024, Solvenzquote = Solvenztest 2025, Risikoausgleich = 2023, OKP-Kunden = CH per 01.01.25 + EU Durchschnitt 2024 (1‘384k + 140k), Standorte = mit Kundenberatung*
Farblegende: *grün = vorderstes Drittel, gelb = mittleres Drittel, rot = hinteres Drittel*

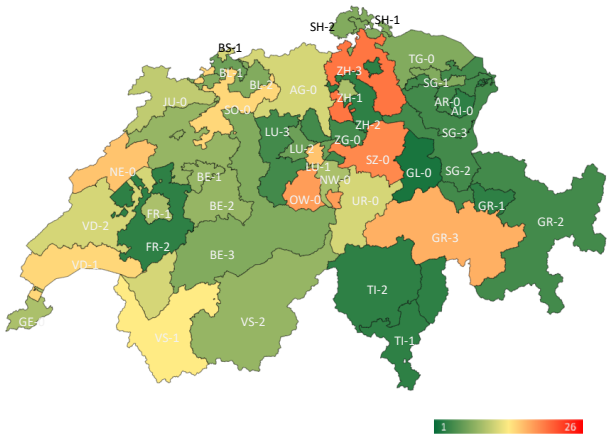
© Deloitte Consulting AG 2025. Alle Rechte vorbehalten.

KPT verbessert die Prämienränge – Solvenz & Kundenzufriedenheit bleibt herausfordernd

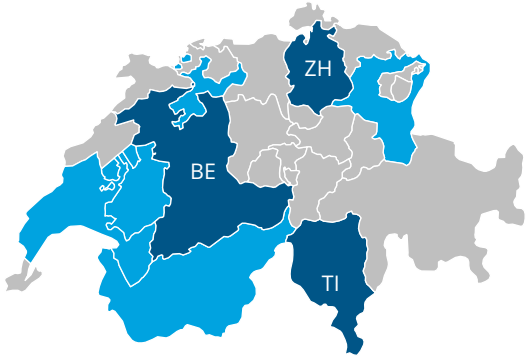
KPT| Marktposition und Factsheet

OKP-Prämienrang und Marktpräsenz

Prämienrang pro Region



Regionale **Marktpräsenz**



= Top-3 Kantone mit dem grössten Bestand

\+ = 80% des Bestandes

Prämienrang pro **Altersgruppe** (durchschnittlich[1])

⬆ +2,5	➡ +0,5	➡ +0,4
Erwachsene (neu: Rang 8,2)	Jugendliche (neu: Rang 15,7)	Kinder (neu: Rang 13,8)

Quelle: Webseiten Krankenversicherer, 2024 – 25; opendata.swiss, 2025; FINMA, 2025; Bundesamt für Gesundheit, 2025; Comparis, 2025; K-Tipp, 2025; bonus.ch, 2025; moneyland, 2025;
1) Durchschnittlich im Vergleich zur Bevölkerung pro Prämienregion
Anmerkung: Für Erwachsene und Jugendliche wurde die 2500 Franchise verwendet, für Kinder die 0 Franchise

News: Selektiver Auszug der vergangenen 12 Monate

Peter Delfosse wird Mitglied des Verwaltungsrats.

Dank einer starken Performance bei den Kapitalanlagen sowie bei den Zusatzversicherungen **steigert die KPT ihren Gewinn auf 35mCHF**.

In der **Grundversicherung zählt die KPT rund 470'000 Kunden** und kann den Bestand damit nicht halten (-77'000 im Vergleich zum Vorjahr), befindet sich jedoch auf einem deutlich höheren Niveau als 2023.

Andere „Facts und Figures"

2'150mCHF	OKP-Prämien-volumen	**270mCHF**	VVG-Prämien-volumen
108%	Solvenzquote	**-13mCHF**	Risikoausgleich
469k	OKP-Kunden	**0 - 10**	Standorte

Kundenzufriedenheits-Umfragen

	Comparis	K-Tipp	Bonus.ch	Moneyland.ch
Rang (Gesamt)	11 / 15	6 / 13	11 / 13	4 / 11

Legende «Facts und Figures»: *OKP-Prämienvolumen (CH) = 2023, VVG-Prämienvolumen = 2024, Solvenzquote = Solvenztest 2025, Risikoausgleich = 2023, OKP-Kunden = CH per 01.01.25 + EU Durchschnitt 2024 (466k + 3k), Standorte = mit Kundenberatung*
Farblegende: *grün = vorderstes Drittel, gelb = mittleres Drittel, rot = hinteres Drittel*

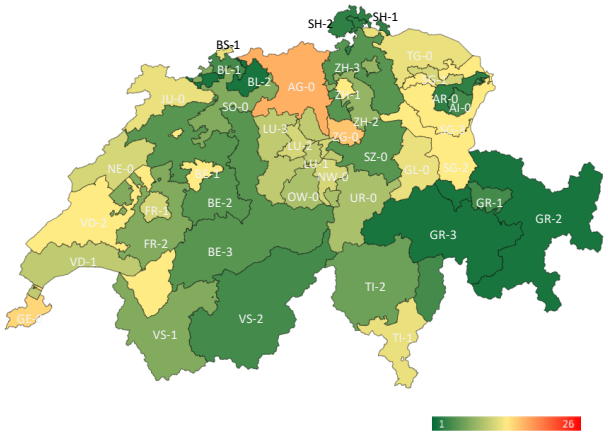
© Deloitte Consulting AG 2025. Alle Rechte vorbehalten.

ÖKK mit Rückgängen in Prämienrängen, der Heimatkanton Graubünden bleibt stabil

ÖKK| Marktposition und Factsheet

OKP-Prämienrang und Marktpräsenz

Prämienrang pro Region



Regionale **Marktpräsenz**

= Top-3 Kantone mit dem grössten Bestand

+ = 80% des Bestandes

Prämienrang pro **Altersgruppe** (durchschnittlich[1])

⬇ -0,9	⬇ -3,0	➡ +0,3
Erwachsene (neu: Rang 8,7)	Jugendliche (neu: Rang 9,1)	Kinder (neu: Rang 13,8)

Quelle: Webseiten Krankenversicherer, 2024 – 25; opendata.swiss, 2025; FINMA, 2025; Bundesamt für Gesundheit, 2025; Comparis, 2025; K-Tipp, 2025; bonus.ch, 2025; moneyland, 2025;
1) Durchschnittlich im Vergleich zur Bevölkerung pro Prämienregion
Anmerkung: Für Erwachsene und Jugendliche wurde die 2500 Franchise verwendet, für Kinder die 0 Franchise

News: Selektiver Auszug der vergangenen 12 Monate

Bei den **Privatkunden zählt ÖKK neu 229'000 Versicherte** und verzeichnet damit einen **Zuwachs von rund 36'300** Personen.

ÖKK kehrt in die Gewinnzone zurück und erzielt ein **positives Ergebnis von 22,5mCHF.**

Mit der **Einführung der Simpla-App** bietet ÖKK ihren Kundinnen und Kunden eine neue Anwendung mit Workouts, Achtsamkeitstipps und einem Punktesystem für gesundes Verhalten.

Andere „Facts und Figures"

612mCHF	OKP-Prämien-volumen	**110mCHF**	VVG-Prämien-volumen
138%	Solvenzquote	**25mCHF**	Risikoausgleich
214k	OKP-Kunden	**11 - 30**	Standorte

Kundenzufriedenheits-Umfragen

	Comparis	K-Tipp	Bonus.ch	Moneyland.ch
Rang (Gesamt)	1 / 15	8 / 13	4 / 13	n/a

Legende «Facts und Figures»: *OKP-Prämienvolumen (CH) = 2023, VVG-Prämienvolumen = 2024, Solvenzquote = Solvenztest 2025, Risikoausgleich = 2023, OKP-Kunden = CH per 01.01.25 + EU Durchschnitt 2024 (214k + <0,1k), Standorte = mit Kundenberatung*
Farblegende: *grün = vorderstes Drittel, gelb = mittleres Drittel, rot = hinteres Drittel*

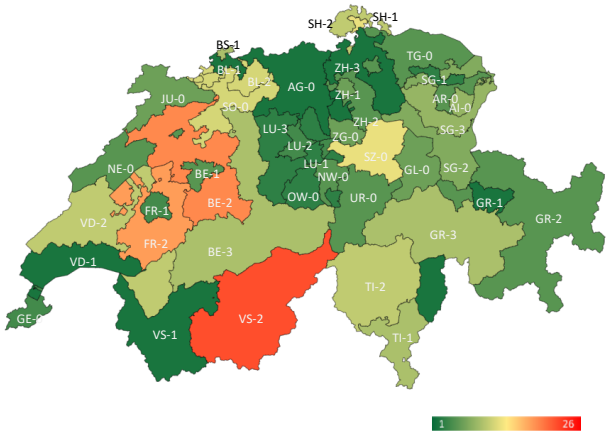
© Deloitte Consulting AG 2025. Alle Rechte vorbehalten.

Sanitas weist weiterhin gute Prämienränge auf und konnte die Solvenzquote anheben

Sanitas| Marktposition und Factsheet

OKP-Prämienrang und Marktpräsenz

Prämienrang pro Region



Regionale **Marktpräsenz**

= Top-3 Kantone mit dem grössten Bestand

+ = 80% des Bestandes

Prämienrang pro **Altersgruppe** (durchschnittlich[1])

⬆ +1,7	⬇ -0,5	➡ +0,7
Erwachsene (neu: Rang 5,6)	Jugendliche (neu: Rang 4,2)	Kinder (neu: Rang 17,4)

Quelle: Webseiten Krankenversicherer, 2024 – 25; opendata.swiss, 2025; FINMA, 2025; Bundesamt für Gesundheit, 2025; Comparis, 2025; K-Tipp, 2025; bonus.ch, 2025; moneyland, 2025;
1) Durchschnittlich im Vergleich zur Bevölkerung pro Prämienregion
Anmerkung: Für Erwachsene und Jugendliche wurde die 2500 Franchise verwendet, für Kinder die 0 Franchise

News: Selektiver Auszug der vergangenen 12 Monate

Katja Pluto wurde in den Verwaltungsrat der Sanitas gewählt.

Das **konsolidierte Ergebnis für 2024 beträgt 98,7mCHF.**

Mit der neuen **Strategie Sanitas2030** setzt Sanitas den Fokus auf die Ambitionen **Customer Excellence, Winning Organisation und New Business**.

Die ambulante **Zusatzversicherung Vital** verzeichnete im Jahr 2024 über 30'000 Abschlüsse. Das **schweizweit einzigartige Angebot «Individueller Prämienzusatz»** basiert auf risk based pricing und ermöglicht Versicherten mit Vorerkrankungen den Abschluss einer Zusatzversicherung ohne Vorbehalt.

Andere „Facts und Figures"

2'397mCHF	OKP-Prämien-volumen	**725mCHF**	VVG-Prämien-volumen
140%	Solvenzquote	**-118mCHF**	Risikoausgleich
644k	OKP-Kunden	**0 - 10**	Standorte

Kundenzufriedenheits-Umfragen

	Comparis	K-Tipp	Bonus.ch	Moneyland.ch
Rang (Gesamt)	12 / 15	7 / 13	4 / 13	4 / 11

Legende «Facts und Figures»: *OKP-Prämienvolumen (CH) = 2023, VVG-Prämienvolumen = 2024, Solvenzquote = Solvenztest 2025, Risikoausgleich = 2023, OKP-Kunden = CH per 01.01.25 + EU Durchschnitt 2024 (643k + 1k), Standorte = mit Kundenberatung*
Farblegende: *grün = vorderstes Drittel, gelb = mittleres Drittel, rot = hinteres Drittel*

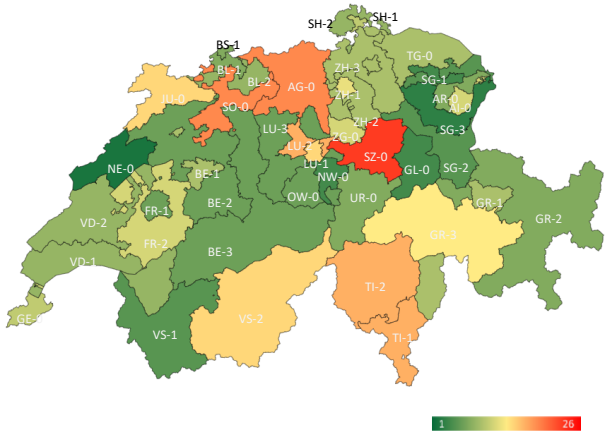
© Deloitte Consulting AG 2025. Alle Rechte vorbehalten.

SWICA mit rückläufigem Ø-Prämienrang, steigert jedoch die Solvenzquote

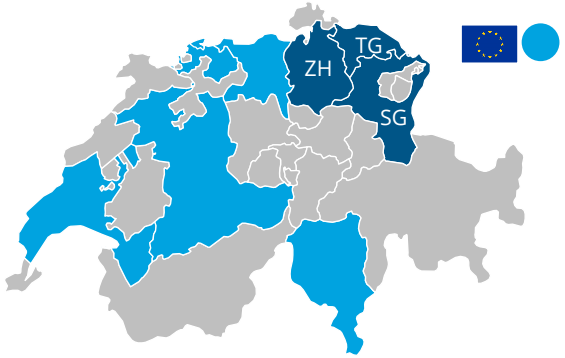
SWICA| Marktposition und Factsheet

OKP-Prämienrang und Marktpräsenz

Prämienrang pro Region



Regionale **Marktpräsenz**



= Region EU

= Top-3 Kantone mit dem grössten Bestand

+ = 80% des Bestandes

Prämienrang pro **Altersgruppe** (durchschnittlich[1])

➡ +0,6	⬆ +2,2	➡ +0,5
Erwachsene (neu: Rang 9,1)	Jugendliche (neu: Rang 12,1)	Kinder (neu: Rang 2,8)

Quelle: Webseiten Krankenversicherer, 2024 – 25; opendata.swiss, 2025; FINMA, 2025; Bundesamt für Gesundheit, 2025; Comparis, 2025; K-Tipp, 2025; bonus.ch, 2025; moneyland, 2025;
1) Durchschnittlich im Vergleich zur Bevölkerung pro Prämienregion
Anmerkung: Für Erwachsene und Jugendliche wurde die 2500 Franchise verwendet, für Kinder die 0 Franchise

News: Selektiver Auszug der vergangenen 12 Monate

Werner Kübler wird Mitglied und Präsident des Verwaltungsrats. Er folgt auf Carlo Conti, der sein Amt aufgrund der statutarischen Altersbeschränkung niederlegt.

Beat Imhof wird ebenfalls in den Verwaltungsrat gewählt.

Mit einem **Gewinn von 88,9mCHF** kehrt SWICA nach einem Verlust im Vorjahr in die Gewinnzone zurück, schliesst das Jahr jedoch mit rund **47'000 Versicherten weniger als im Vorjahr** ab.

SWICA möchte ihre **Verwaltungskosten mit einem Effizienzprogramm um 50mCHF senken**. Dafür wurden die Regionaldirektionen von acht auf fünf reduziert, was auch zu einem Stellenabbau an einzelnen Standorten führt.

Andere „Facts und Figures"

3'478mCHF	OKP-Prämien-volumen	797mCHF	VVG-Prämien-volumen
139%	Solvenzquote	288mCHF	Risikoausgleich
847k	OKP-Kunden	31 - 50	Standorte

Kundenzufriedenheits-Umfragen

	Comparis	K-Tipp	Bonus.ch	Moneyland.ch
Rang (Gesamt)	1 / 15	2 / 13	1 / 13	1/ 11

Legende «Facts und Figures»: *OKP-Prämienvolumen (CH) = 2023, VVG-Prämienvolumen = 2024, Solvenzquote = Solvenztest 2025, Risikoausgleich = 2023, OKP-Kunden = CH per 01.01.25 + EU Durchschnitt 2024 (818k + 29k), Standorte = mit Kundenberatung*
Farblegende: *grün = vorderstes Drittel, gelb = mittleres Drittel, rot = hinteres Drittel*

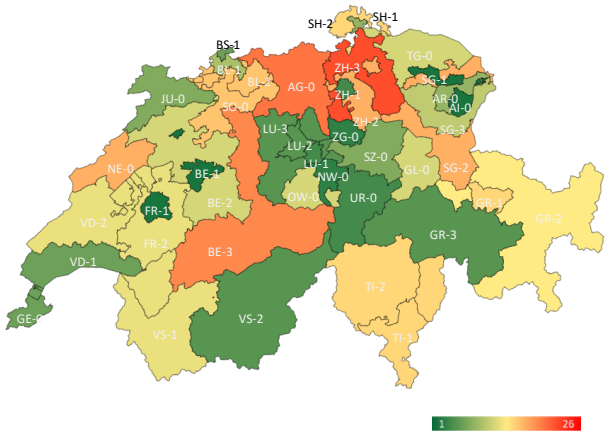
© Deloitte Consulting AG 2025. Alle Rechte vorbehalten.

Sympany mit verschlechtertem Ø-Prämienrang, Kundenzufriedenheit anspruchsvoll

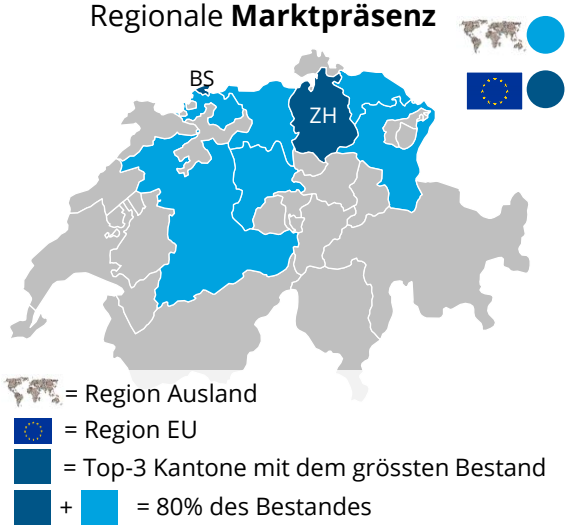
Sympany| Marktposition und Factsheet

OKP-Prämienrang und Marktpräsenz

Prämienrang pro Region



Regionale **Marktpräsenz**



Prämienrang pro **Altersgruppe** (durchschnittlich[1])

-2,0	+1,0	-0,6
Erwachsene (neu: Rang 9,9)	Jugendliche (neu: Rang 7,0)	Kinder (neu: Rang 19,7)

Quelle: Webseiten Krankenversicherer, 2024 – 25; opendata.swiss, 2025; FINMA, 2025; Bundesamt für Gesundheit, 2025; Comparis, 2025; K-Tipp, 2025; bonus.ch, 2025; moneyland, 2025;
1) Durchschnittlich im Vergleich zur Bevölkerung pro Prämienregion
Anmerkung: Für Erwachsene und Jugendliche wurde die 2500 Franchise verwendet, für Kinder die 0 Franchise

News: Selektiver Auszug der vergangenen 12 Monate

In der **Grundversicherung steigt die Zahl der Versicherten um 29'000 Personen**. Das Wachstum ist insbesondere auf die Zunahme in städtischen Regionen sowie auf die Angebote für Grenzgänger zurückzuführen.

Nach einem Verlust im Vorjahr verzeichnet Sympany ein erfolgreiches Geschäftsjahr mit einem **Gewinn von 22,5mCHF**.

Das Kundenportal und die **App mySympany** wurden um häufig genutzte Self Services wie den Ein- und Ausschluss der Unfallversicherung sowie Franchiseänderungen erweitert. Neu ist zudem ein Voicebot, der Anrufer begrüsst, Wartezeiten verkürzt und Fehlleitungen vermeidet.

Andere „Facts und Figures"

839mCHF	OKP-Prämien-volumen	170mCHF	VVG-Prämien-volumen
163%	Solvenzquote	26mCHF	Risikoausgleich
271k	OKP-Kunden	0 - 10	Standorte

Kundenzufriedenheits-Umfragen

	Comparis	K-Tipp	Bonus.ch	Moneyland.ch
Rang (Gesamt)	13 / 15	10 / 13	4 / 13	9 / 11

Legende «Facts und Figures»: *OKP-Prämienvolumen (CH) = 2023, VVG-Prämienvolumen = 2024, Solvenzquote = Solvenztest 2025, Risikoausgleich = 2023, OKP-Kunden = CH per 01.01.25 + EU Durchschnitt 2024 (234k + 37k), Standorte = mit Kundenberatung*
Farblegende: *grün = vorderstes Drittel, gelb = mittleres Drittel, rot = hinteres Drittel*

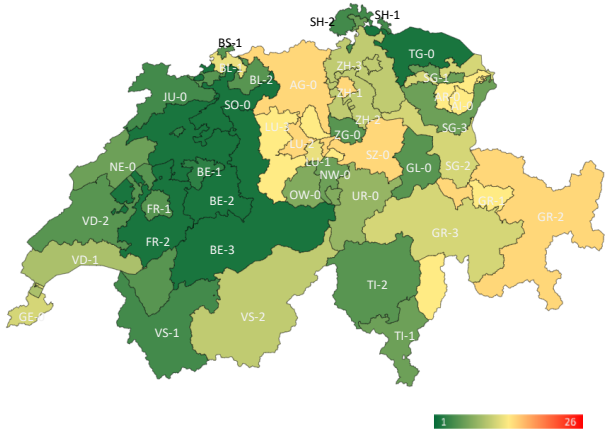
© Deloitte Consulting AG 2025. Alle Rechte vorbehalten.

Visana konnte seine Prämien weiter optimieren und die Solvenzquote stark erhöhen

Visana| Marktposition und Factsheet

OKP-Prämienrang und Marktpräsenz

Prämienrang pro Region



Regionale **Marktpräsenz**

= Top-3 Kantone mit dem grössten Bestand

+ = 80% des Bestandes

Prämienrang pro **Altersgruppe** (durchschnittlich[1])

⬆ +2,1	⬆ +1,3	➡ +0,2
Erwachsene (neu: Rang 7,0)	Jugendliche (neu: Rang 6,7)	Kinder (neu: Rang 1,7)

Quelle: Webseiten Krankenversicherer, 2024 – 25; opendata.swiss, 2025; FINMA, 2025; Bundesamt für Gesundheit, 2025; Comparis, 2025; K-Tipp, 2025; bonus.ch, 2025; moneyland, 2025;
1) Durchschnittlich im Vergleich zur Bevölkerung pro Prämienregion
Anmerkung: Für Erwachsene und Jugendliche wurde die 2500 Franchise verwendet, für Kinder die 0 Franchise

News: Selektiver Auszug der vergangenen 12 Monate

Bülent Atalay wird Mitglied der Geschäftsleitung und übernimmt die Leitung des Bereichs Vertrieb Privatkunden.

Visana erzielt ein positives **Jahresergebnis von 168'8mCHF**. Zudem konnte die **Zahl der OKP-Versicherten um 40'500 Personen gesteigert** werden.

Im Zuge der Umsetzung der **Strategie Visana 2030** entwickelt sich Visana zum **Allbranchenversicherer** weiter.

Nach dem Start des auf vollintegrierte Versorgung ausgerichteten Versicherungsmodells **VIVA** im Jurabogen im Jahr 2024, wird dieses **nun auch im Tessin sowie in einer Versorgungsregion rund um das Spital Zofingen** angeboten.

Andere „Facts und Figures"

2'579mCHF	OKP-Prämien-volumen	**659mCHF**	VVG-Prämien-volumen
224%	Solvenzquote	**-214mCHF**	Risikoausgleich
696k	OKP-Kunden	**31 - 50**	Standorte

Kundenzufriedenheits-Umfragen

	Comparis	K-Tipp	Bonus.ch	Moneyland.ch
Rang (Gesamt)	9 / 15	1 / 13	1 / 13	6 / 11

Legende «Facts und Figures»: *OKP-Prämienvolumen (CH) = 2023, VVG-Prämienvolumen = 2024, Solvenzquote = Solvenztest 2025, Risikoausgleich = 2023, OKP-Kunden = CH per 01.01.25 + EU Durchschnitt 2024 (695k + 1k), Standorte = mit Kundenberatung*
Farblegende: *grün = vorderstes Drittel, gelb = mittleres Drittel, rot = hinteres Drittel*

© Deloitte Consulting AG 2025. Alle Rechte vorbehalten.

Bei Fragen und Anliegen freuen wir uns auf Ihre Kontaktaufnahme

Das Team hinter der Publikation

Marcel Thom
mthom@deloitte.ch

Monika Tschudi
mtschudi@deloitte.ch

Nadia Stucki
nstucki@deloitte.ch

Nicolas Himmelspach
nhimmelspach@deloitte.ch

Finn Wagner
fwagner@deloitte.ch

Herzlichen Dank an das Deloitte Growth-Team Dennis Brandes, Andreas Hammer, Michael Wiget, Anaïs Donnée und Iris Keller für ihre wertvollen Beiträge zu diesem Bericht. Darüber hinaus auch ein Dankeschön an alle weiteren Personen, die bei der Erstellung mitgewirkt haben.

© Deloitte Consulting AG 2025. Alle Rechte vorbehalten.

Vielen Dank!

Dr. Marcel THOM
Verantwortlicher Partner Deloitte
Leiter Versicherungen

Deloitte AG
Pfingstweidstrasse 11
CH-8005 Zürich
Schweiz

mthom@deloitte.ch
linkedin.com/in/marcel-thom/

Diese Publikation ist allgemein abgefasst und wir empfehlen Ihnen, sich professionell beraten zu lassen, bevor Sie gestützt auf den Inhalt dieser Publikation Handlungen vornehmen oder unterlassen. Deloitte Consulting AG übernimmt keine Verantwortung und lehnt jegliche Haftung für Verluste ab, die sich ergeben, wenn eine Person aufgrund der Informationen in dieser Publikation eine Handlung vornimmt oder unterlässt.

Deloitte Consulting AG ist eine Tochtergesellschaft von Deloitte NSE LLP, einem Mitgliedsunternehmen der Deloitte Touche Tohmatsu Limited («DTTL»), eine «UK private company limited by guarantee» (eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung nach britischem Recht). DTTL und ihre Mitgliedsunternehmen sind rechtlich selbständige und unabhängige Unternehmen. DTTL und Deloitte NSE LLP erbringen selbst keine Dienstleistungen gegenüber Kunden. Eine detaillierte Beschreibung der rechtlichen Struktur finden Sie unter www.deloitte.com/ch/about.

© Deloitte Consulting AG 2025. Alle Rechte vorbehalten.