



*Together makes progress*

# Krankenversicherung Schweiz

Prämiensituation 2027



Oktober 2026



# Agenda

01

## Perspektive auf den Gesamtmarkt

S. 4

Entwicklungen in der Grund- und Zusatzversicherung über die vergangenen Jahre

02

## Prämiensituation 2027

S. 9

Analyse der Grundversicherungsprämien

03

## Die Kundensicht

S. 15

Ergebnisse unserer repräsentativen Kundenbefragung zum Herbstgeschäft

04

## Die Player

S. 27

Unsere Einschätzung zur Positionierung der Top-13 Krankenversicherer

Bundesrätlicher Pflichttermin

SRF

## Bonjour Tristesse: Willkommen zur jährlichen Prämienexplosion

**Die Krankenkassenprämien steigen erneut. NZZ**  
**Allein den Patienten die Schuld zu geben, greift zu kurz**

Wer für die Krankenversicherung viel Geld ausgeben muss, will auch etwas davon haben. So wird Medizin zum Konsumgut. Spitäler und Ärzte heizen diese unheilvolle Entwicklung zusätzlich an.

Prämienlast

SRF

**Prämien steigen wieder – SP**  
**legt neuen Initiativtext vor**

Ambulante Tarife

Aargauer Zeitung

**Abrechnungschao in Spitälern:**  
**Was bedeutet das für die Prämien?**

**Krankenkassenprämien könnten 2028**  
**in Zug um 25% steigen**

Nau.ch

# Wichtigste Erkenntnisse zum Herbstgeschäft & Prämienjahr 2027

**Die Prämien haben sich seit 1996 verdreifacht.** Am stärksten sind die Erwachsenenprämien gestiegen. Die Grundversicherung umfasst heute aber viel mehr Leistungen als damals und auch die medizinischen Outcomes sind besser.

S. 5

**Erwachsene können durchschnittlich CHF 702 pro Jahr sparen.** Eine Optimierung lohnt sich für viele. Das Sparpotenzial ist gegenüber dem letzten Jahr sogar um CHF 44 gestiegen.

S. 6

**Die Zusatzversicherung wächst nur noch durch Zuwanderung und Altersteuerung.** Das Marktwachstum von 1,5% pro Jahr ist nur auf diese Effekte zurückzuführen. Rechnet man sie heraus, so stagniert das Marktvolumen seit 15 Jahren.

S. 8

**Der Versicherungsvergleich und -wechsel wird zur jährlichen Routine.** 58% überprüfen ihre Krankenversicherung jedes Jahr; 47% erwägen bereits bei einer monatlichen Erhöhung bis CHF 20 einen Wechsel.

S. 18 / 20

**Die Splitting-Quote steigt innert 5 Jahren von 19% auf 27%.** In der Westschweiz und im Tessin liegt sie sogar bei 36-38%. Inzwischen wissen 9 von 10 Versicherten, dass ein Splitting möglich ist.

S. 19

**KI wird Teil der Versicherungsentscheidung.** 12% nutzen KI-Tools bereits für Krankenversicherungsthemen, weitere 27% planen dies. Am häufigsten werden generelle Auskünfte sowie die Frage «Welches ist die beste Krankenversicherung für mich?» abgefragt.

S. 21

**Junge Versicherte suchen persönliche Beratung.** 48% der Befragten lassen sich beim Wechsel beraten; bei den unter 30-Jährigen sind es sogar 64%. Parallel informieren sich die meisten online. Digitale Information und persönliche Unterstützung sollten ineinandergreifen.

S. 22

**Jeder zweiten Person fehlt es an Basiswissen zur Krankenversicherung.** Die Personen mit geringem Wissen sind gleichzeitig diejenigen, denen die Krankenversicherung am meisten finanzielle Sorgen bereitet.

S. 23 / 24

**Die Bevölkerung zeigt Offenheit für Reformen.** Mehr als die Hälfte würde Generika-Pflicht, OKP-Mehrjahresverträge und jährliche Pflicht-Checkups befürworten. Gleichzeitig bleibt die Zustimmung zur Einheitskasse mit 69% unverändert hoch.

S. 25 / 26

**Mittelgrosse Player dominieren das Herbstgeschäft.** Sanitas ist am besten positioniert, gefolgt von Concordia, ÖKK und KPT. Dicht dahinter folgt das Schwergewicht Helsana. Die Prämienabstände in CHF sind in vielen Regionen gering. Viele restriktive Modelle im Markt.

S. 28

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

# 1. Perspektive auf den Gesamtmarkt

---

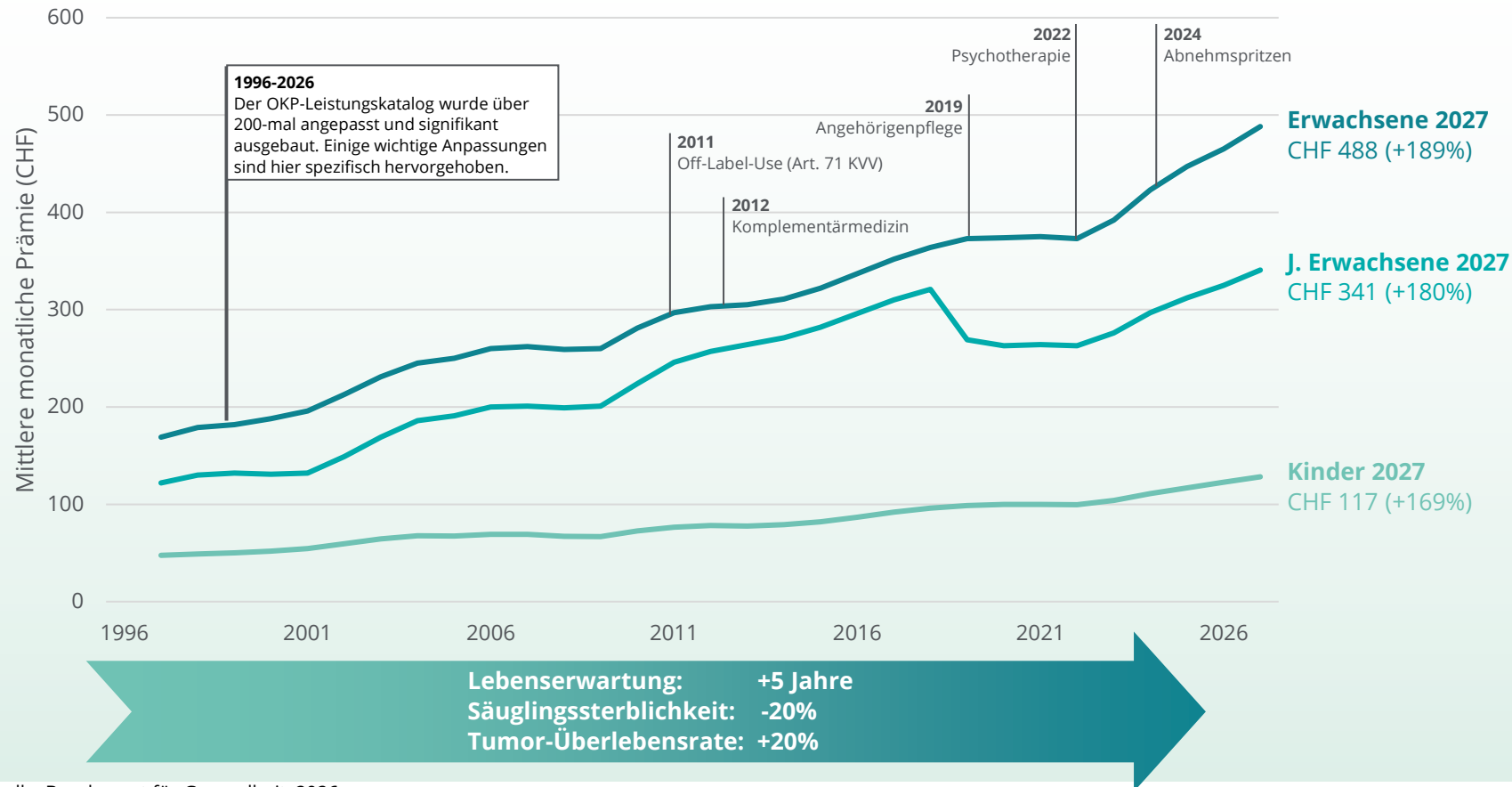
**Entwicklungen in der Grund- und Zusatzversicherung  
über die vergangenen Jahre**



# Seit 1996 haben sich Kosten und Leistungen des KVG stark erhöht

Die heutige Grundversicherung umfasst viel mehr Leistungen als diejenige von 1996

Entwicklung der mittleren monatlichen Prämie seit 1996 nach Alterskategorie



Quelle: Bundesamt für Gesundheit, 2026

## Erkenntnisse

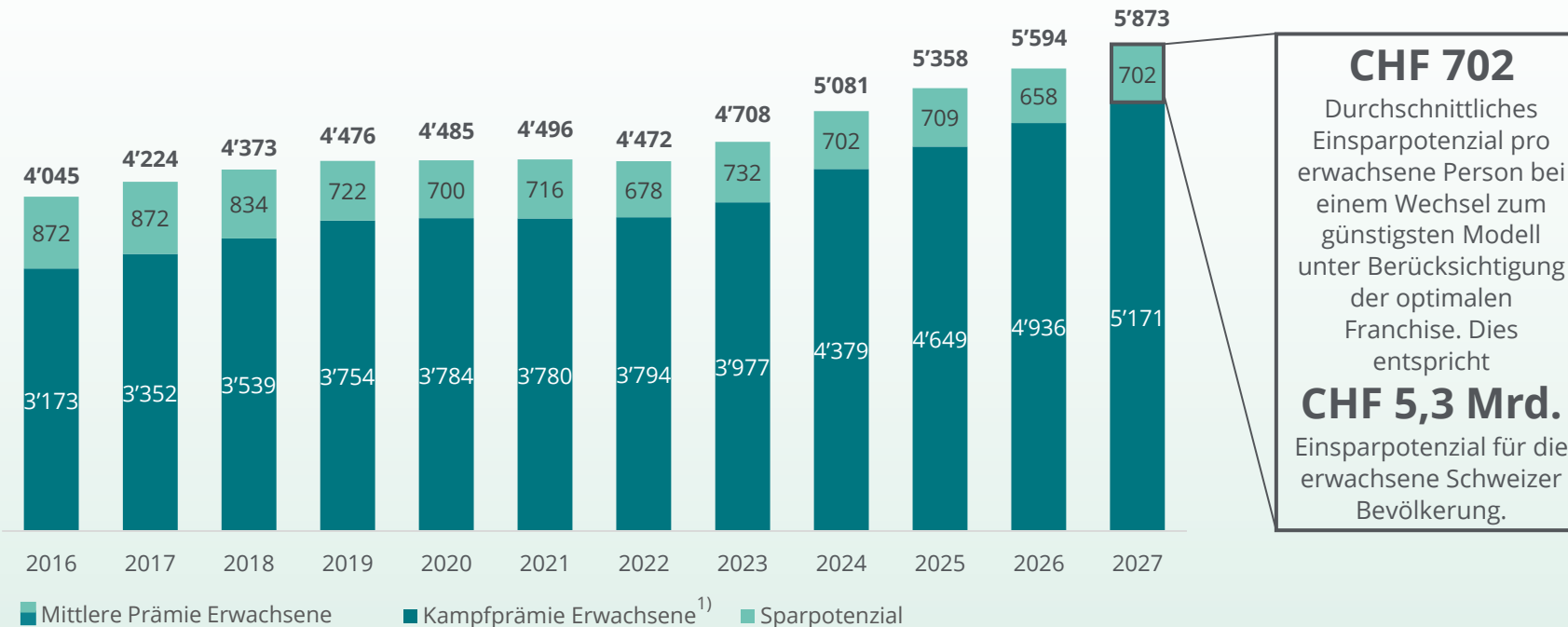
- Die **mittlere OKP-Prämie** hat sich **seit 1996 fast verdreifacht**. Am stärksten betroffen sind die Erwachsenen.
- In diesem Zeitraum wurde der **OKP-Leistungskatalog massiv ausgebaut**. Im Gegensatz zu 1996 können heute beispielsweise Psychotherapie, Angehörigenpflege und Abnehmspritzen über die OKP abgerechnet werden – zusammen mit vielen weiteren neuen Medikamenten, Therapien und Medizinaltechnik.
- Auch die **Outcomes** haben sich spürbar verbessert, was sich beispielsweise an der generellen Lebenserwartung, der Tumor-Überlebensrate sowie der Säuglingssterblichkeit zeigt.

# Das Optimierungspotenzial in der OKP ist bei weitem noch nicht ausgeschöpft

Es besteht weiterhin eine grosse Lücke zwischen der mittleren Prämie und der optimierten Prämie

Entwicklung der mittleren Prämie sowie der Kampfprämie 2016-2027 (Erwachsene)

in CHF



1) Kampfprämie: Günstigster Anbieter und günstigstes Modell pro Region, unter Berücksichtigung der optimalen Franchise (300er-Franchise für ca. 55% der Bevölkerung, 2'500er für die restlichen 45%) sowie der Unfalldeckung (für Erwerbstätige ausgeschlossen, für den Rest eingeschlossen).

Quelle: Bundesamt für Gesundheit, 2026; eigene Berechnungen

## Erkenntnisse

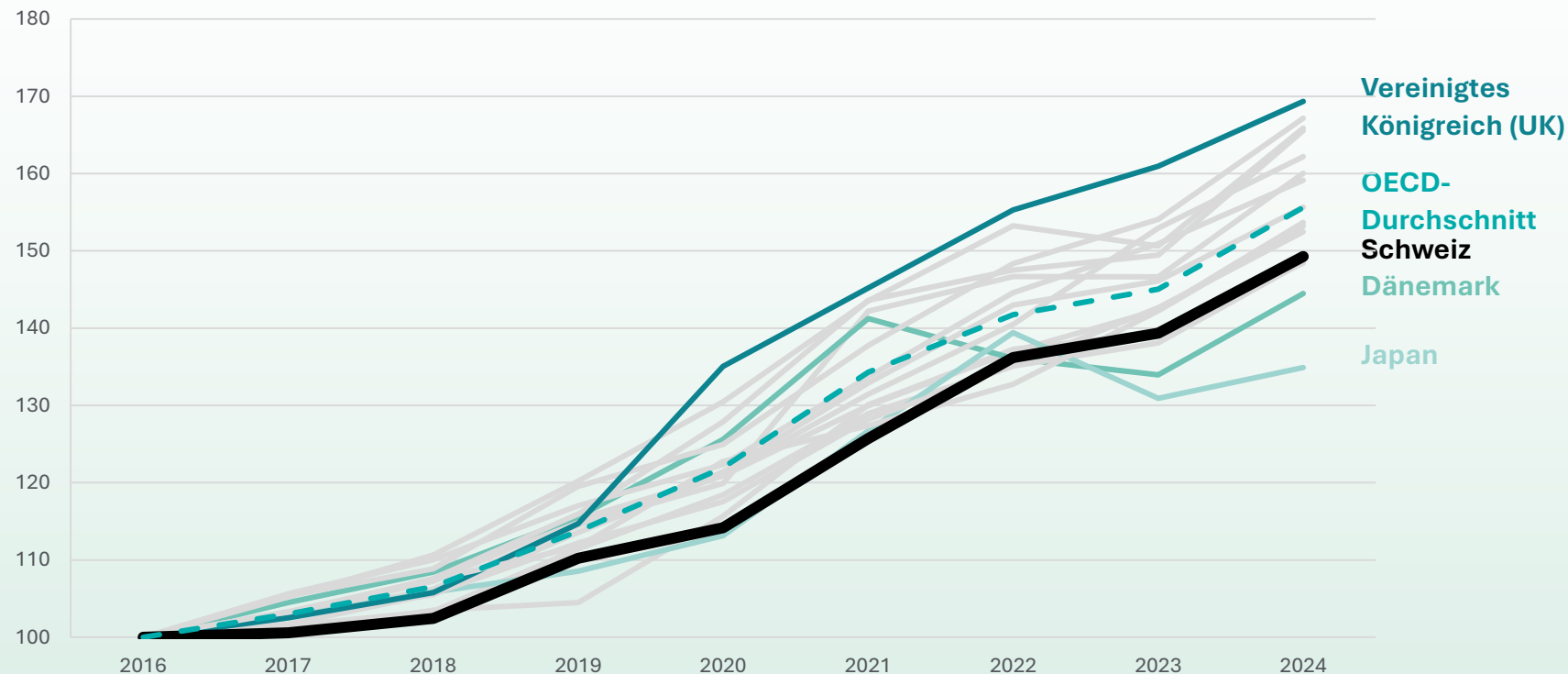
- Die **mittlere Prämie für Erwachsene** ist **seit 2016** durchschnittlich **um 3,4% pro Jahr** gestiegen.
- Es ist noch **Sparpotenzial vorhanden**: Würden alle Erwachsenen zum günstigsten Modell wechseln – unter Berücksichtigung der für sie optimalen Franchise – so könnten sie **durchschnittlich CHF 702 pro Jahr** sparen.
- Dieses **Sparpotenzial ist seit 2016 gesunken**. Dies zeigt, dass die Bevölkerung aufgrund des gestiegenen Preisdrucks zunehmend optimiert hat. **2027 ist es jedoch gegenüber 2026 gestiegen**, was darauf hindeutet, dass sich die **Optimierung wieder mehr lohnt**. Die Prämienkonvergenz hat sich 2027 nicht fortgesetzt, stattdessen öffnet sich die Schere wieder etwas.
- Es ist davon auszugehen, dass das **Sparpotenzial ungleich verteilt** ist: Ein Teil der Bevölkerung ist bereits "voll optimiert", während bei anderen noch Einsparungen von CHF 1'000+ pro Jahr möglich wären.

# Die Schweiz ist mit ihren steigenden Gesundheitskosten nicht alleine

In allen OECD-Ländern sind die Gesundheitskosten in den letzten 10 Jahren deutlich gestiegen

Entwicklung der Gesundheitskosten pro Person in entwickelten Ländern (OECD)

Index: 2016 = 100, gemessen in USD pro Person (Umrechnung zu Kaufkraftparität)



Quelle: Bundesamt für Statistik, 2026

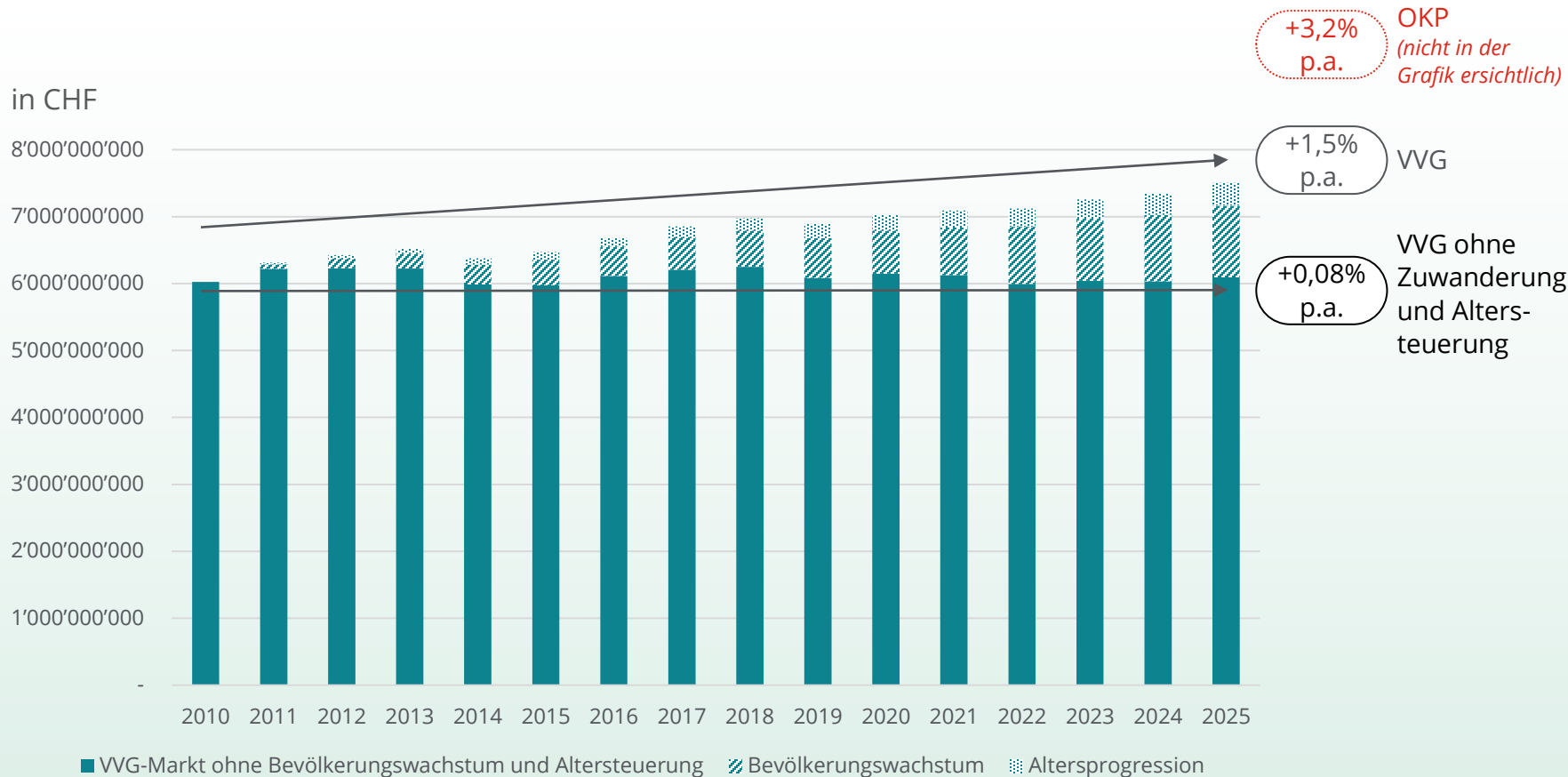
## Erkenntnisse

- Die Gesundheitsausgaben sind in den betrachteten **OECD-Ländern innert zehn Jahren um 55% gestiegen**
- Die **Schweiz** liegt mit **+49%** leicht unter dem Durchschnitt
- Die **UK** weisen die **stärkste Kostensteigerung** auf. Das NHS-System galt lange als Vorreiter, hat nun aber massive Probleme. Die Effizienz ist nach COVID gesunken. Streiks von Fachkräften und viele Temporärkräfte haben die Kosten steigen lassen.
- Dänemark** und **Japan** weisen die günstigste Entwicklung auf. In Dänemark trägt die Spitalreform in Kombination mit mehr E-Health und Telemedizin Früchte. Japan hingegen hat eine zentrale Preisregulierung für Medikamente, Medizinalprodukte und Behandlungen stringent umgesetzt.
- Fazit:** Die Kostensteigerung in der Schweiz ist normal für ein entwickeltes Land. Dänemark und Japan zeigen jedoch, dass die Entwicklung mit Reformen gedämpft werden kann.

# Die Zusatzversicherung wächst nur noch durch Zuwanderung & Altersteuerung

Die strukturellen Herausforderungen im VVG-Markt werden durch diese Effekte maskiert

## Entwicklung Zusatzversicherungs-Marktvolumen



### Erkenntnisse

- Der **Zusatzversicherungsmarkt wuchs seit 2010** mit durchschnittlich **+1,5% pro Jahr**.
- Dieses Wachstum ist jedoch ausschliesslich **auf zwei Effekte zurückzuführen**:  
(A) **Bevölkerungswachstum** (getrieben durch die Zuwanderung)  
(B) **Altersteuerung** der Produkte
- **Ohne diese Effekte** betrug das Wachstum **nur 0,08% pro Jahr**.
- Dies ist auf **strukturelle Probleme der Zusatzversicherung** zurückzuführen:
  - Es gibt eine **zunehmende Übernahme der VVG-Leistungen durch die OKP** und eine damit verbundene Abnahme des Versicherungsnutzens der VVG.
  - Die Aushöhlung der stationären Produkte und die bisher unzureichenden Leistungs- und Versicherungsangebote im spitalambulantem Bereich.

Quelle: FINMA, 2026; Bundesamt für Statistik (BfS), 2026; Online-Prämienrechner der Krankenversicherer; Deloitte Analyse

Hinweis: Die Altersprogression wurde mittels Stichproben basierend auf den Prämienrechnern der grössten Krankenversicherer in Kombination mit Daten zur Altersstruktur der Bevölkerung vom BfS geschätzt.

## 2. Prämiensituation 2027

### Analyse der Grundversicherungsprämien



# Die relevanten Prämien steigen leicht stärker als vom BAG kommuniziert

Die Prämienenerhöhung lässt sich unterschiedlich berechnen

## Die für den Markt relevanten Prämiensteigerungen sind meistens grösser

**+5,0%**

Durch das BAG kommunizierte, durchschnittliche Prämienenerhöhung<sup>1)</sup>

**+5,2%**

Erhöhung der **günstigsten Prämie pro Region**<sup>2)</sup>

**+5,2%**

Erhöhung der **Kampfprämie der grössten 13 Krankenversicherer (KVs)**<sup>3)</sup>

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

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

Quelle: Bundesamt für Gesundheit, 2026; Deloitte Analyse, 2026.

1) Dies ist die mit den Vorjahren vergleichbare Zahl. Je nach Optimierungsverhalten der Versicherten wird die effektive Erhöhung leicht tiefer liegen.

2) Günstigste verfügbare Marktpremie für Erwachsene pro Region über alle Versicherer hinweg. Gewichteter Durchschnitt über 42 Prämienregionen.

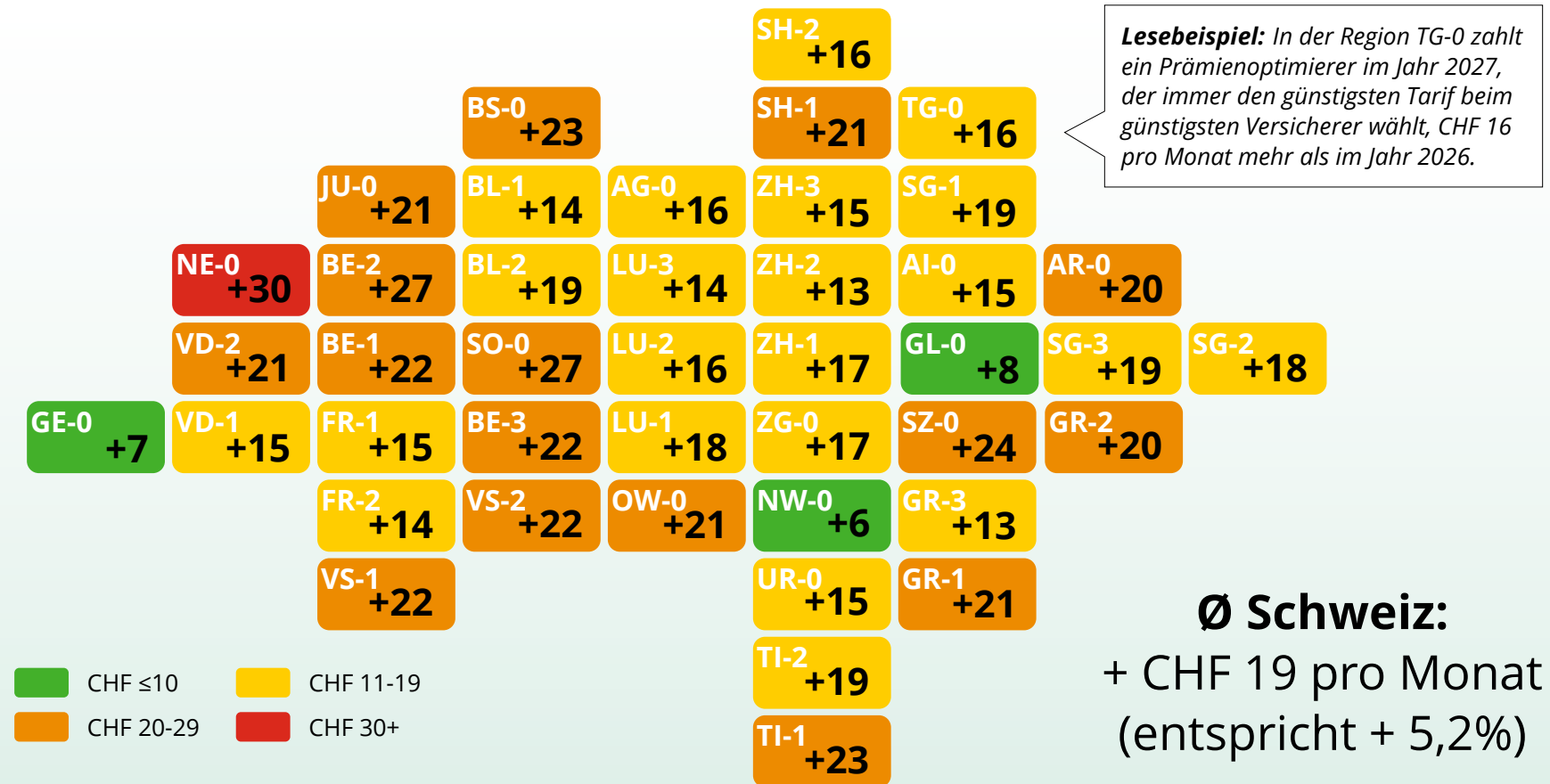
3) Günstigstes Modell Erwachsene & 2'500er Franchise. Gewichteter Durchschnitt über die grössten 13 Krankenversicherer und alle 42 Prämienregionen.

© Deloitte Consulting AG 2026. Alle Rechte vorbehalten.

# Prämienoptimierer zahlen 2027 im Schnitt CHF 19 mehr pro Monat

In Neuenburg steigen die Prämien am stärksten

Anstieg der günstigsten Prämie<sup>1)</sup>(CHF) (Erwachsene) pro Region



## Erkenntnisse

- Der **Anstieg der günstigsten Prämie** liegt im Schweizer Durchschnitt bei **CHF 19 pro Monat**.
- Dies entspricht einer **Erhöhung von 5,2%** und liegt somit **leicht über den vom BAG kommunizierten 5,0%**. Die günstigen Modelle sind somit – wie in den Vorjahren – stärker von der Prämienerrhöhung betroffen.
- In **Neuenburg** steigt die günstigste Prämie am stärksten an, nachdem sie bereits in den Vorjahren überdurchschnittlich stark gestiegen ist.
- Genf, Nidwalden** und **Glarus** zeigen den geringsten Prämienanstieg. Insbesondere in Genf, das im Vergleich mit den anderen Regionen sehr hohe Prämien aufweist, dürfte dies willkommen sein.
- Die **übrigen Kantone** liegen mit Erhöhungen zwischen + CHF 13 und + CHF 27 pro Monat irgendwo dazwischen.

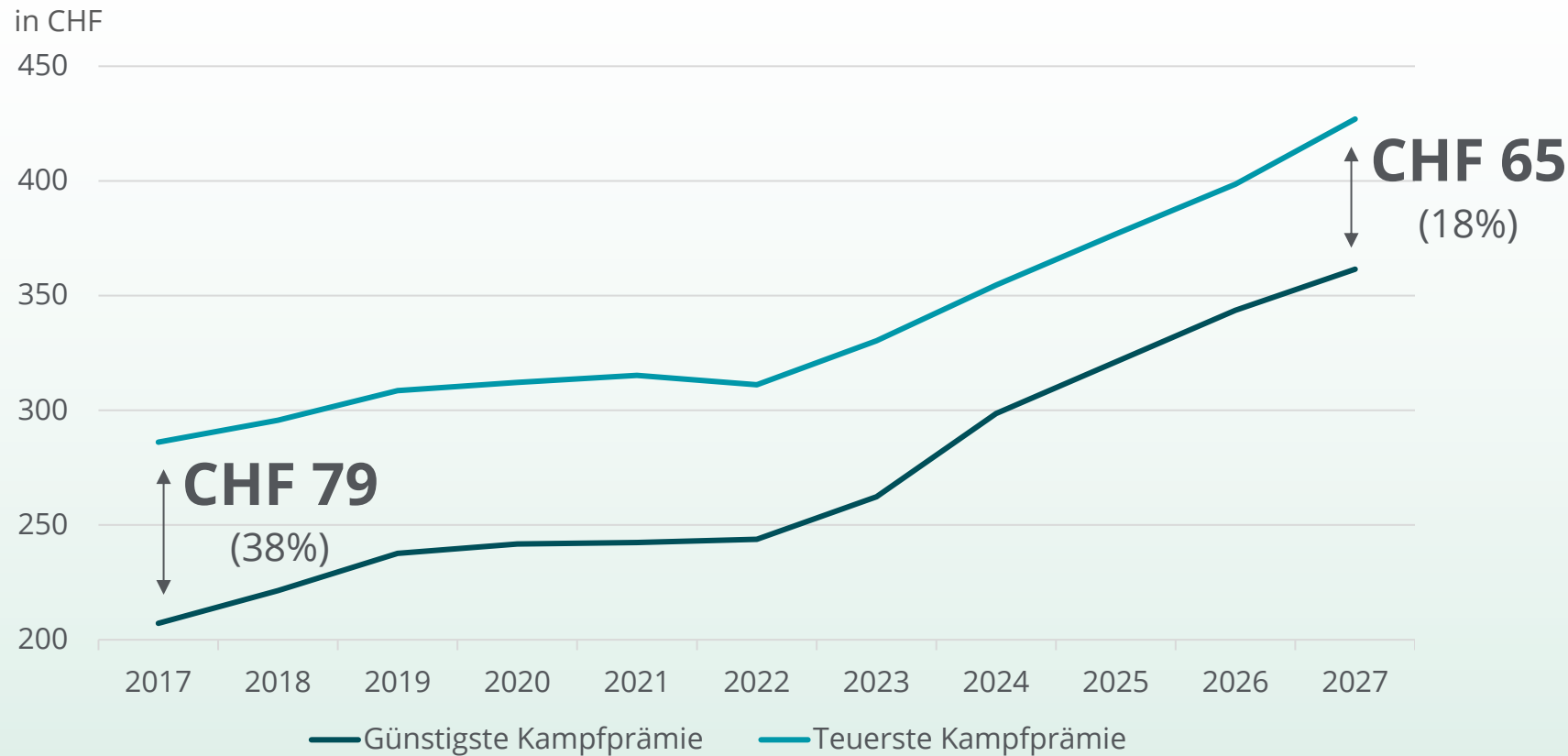
Quelle: Bundesamt für Gesundheit, 2026; Deloitte Analyse, 2026.

1) Günstigste Prämie im Gesamtmarkt 2027 vs. 2026 (Erwachsene, 2'500er Franchise, ohne Unfall, alle Modelle)

# Die Konvergenz der Prämie erhält einen leichten Dämpfer

Die Unterschiede zwischen den Kampfprämien der Top-13 Versicherer haben seit 2026 zugenommen

Entwicklung der Differenz der teuersten und günstigsten Kampfprämie der Top-13 Versicherer<sup>1)</sup> (2017-2027)



## Erkenntnisse

- Auch wenn die Differenz zwischen der günstigsten und der teuersten Kampfprämie innerhalb der Top-13 Versicherer dieses Jahr wieder zugenommen hat, bleibt **der langfristige Trend** einer Konvergenz der Kampfprämien **unverändert**.
- Über die letzte Dekade hinweg gab es einige **wenige Jahre** (von 2020 auf 2021 sowie von 2022 auf 2023), welche **keine Konvergenz** aufzeigen. Allerdings nimmt auch während dieser Jahre der relative Unterschied im Vergleich zur günstigsten Kampfprämie ab.
- Die **geringste Differenz** zwischen der günstigsten und der teuersten Kampfprämie der Top-13 Versicherer konnte **im Jahr 2026** mit weniger als **CHF 55 (16%)** beobachtet werden.
- Auch **unter Einbezug der übrigen Versicherer** zeigt sich der **Trend der Konvergenz**, welcher durch eine Konsolidierung im Markt weiter vorangetrieben wird.

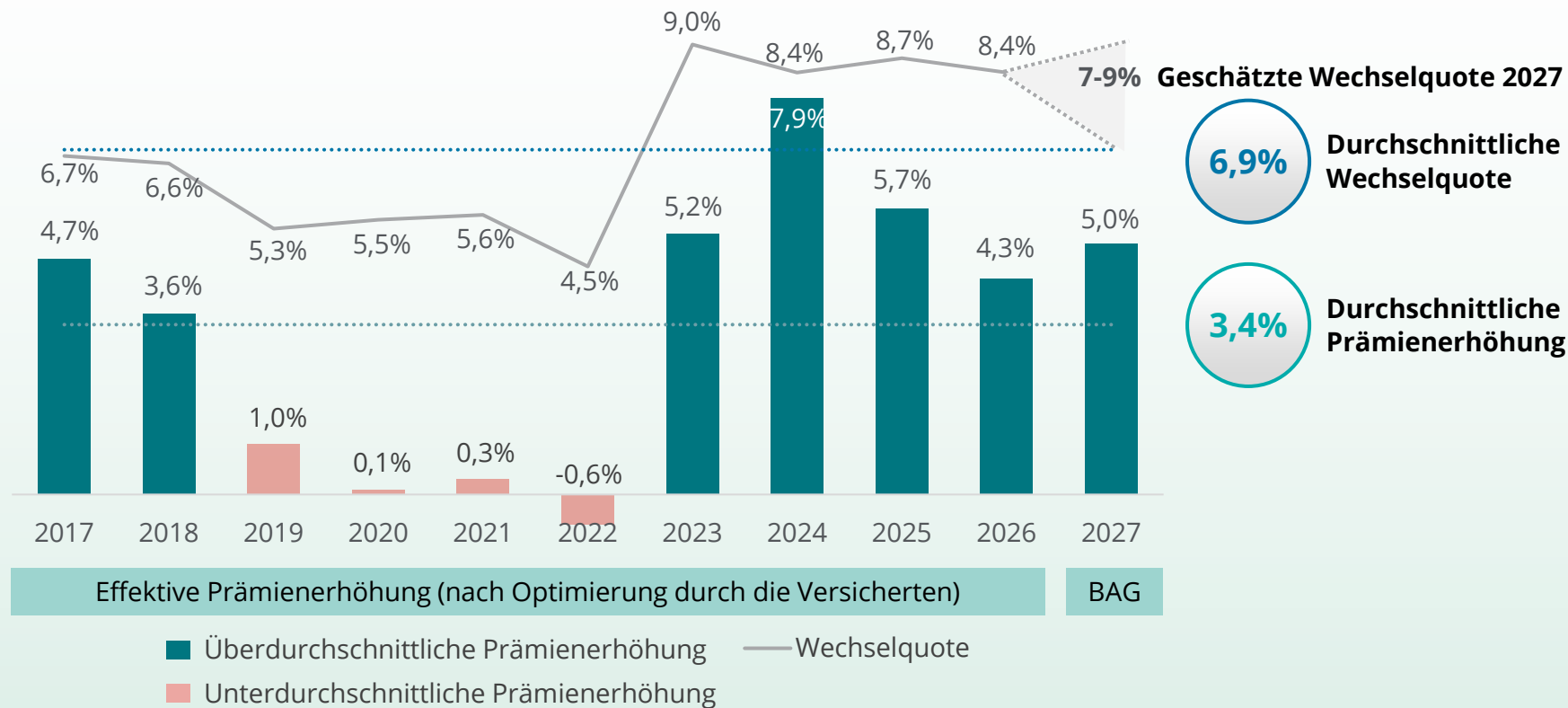
Quelle: Bundesamt für Gesundheit, 2026; Deloitte Analyse, 2026. ZHAW, 2025

1) Nach Wohnbevölkerung gewichteter Durchschnitt der einzelnen Prämienregionen inkl. Korrektur der Prämien von Agrisano im Kanton Genf, da die Durchschnittsprämie der übrigen Top-13 Versicherer massiv abweichen und der Marktanteil von Agrisano im Kanton Genf entsprechend gering ausfällt – anstelle der von Agrisano publizierten Prämie wurde der Durchschnittswert der übrigen Top-13 Versicherer eingesetzt (für alle Jahre). Eine vergleichbare Studie der ZHAW bestätigt diesen Trend.

© Deloitte Consulting AG 2026. Alle Rechte vorbehalten.

# Die fünfte überdurchschnittliche Prämienenerhöhung in Folge dürfte erneut zu einer hohen Wechselquote führen

Anstieg der mittleren Prämie und Wechselquote der Versicherten in %



## Erkenntnisse

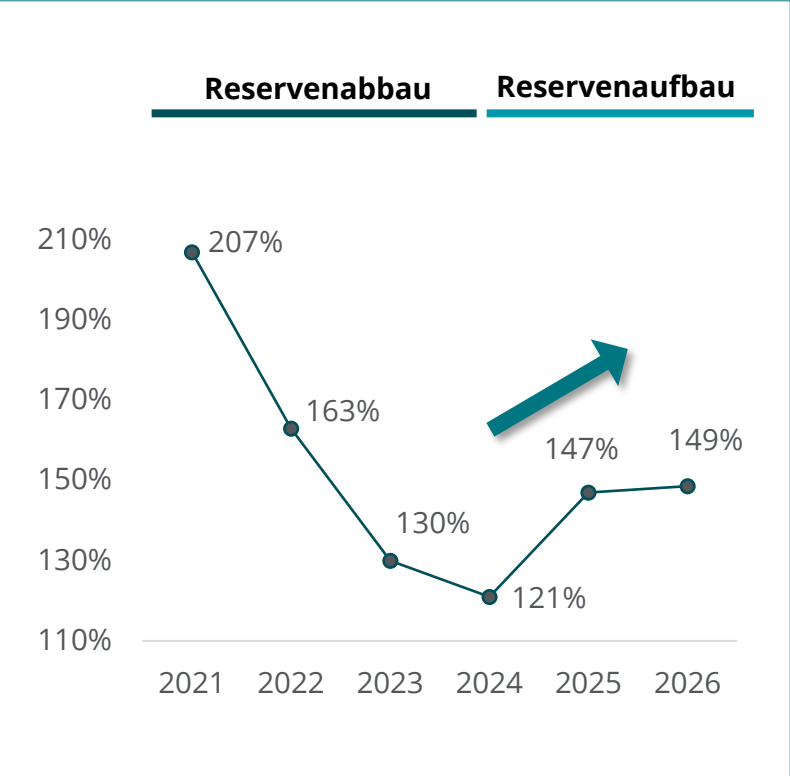
- Seit 2017 sind die Prämien im **Durchschnitt** jährlich um **3,4%** gestiegen, während jährlich **6,9%** der Versicherten ihren OKP-Anbieter gewechselt haben.
- Die **Jahre 2019-22** waren von **unterdurchschnittlichen Prämienenerhöhungen und Wechselquoten** geprägt, was u.a. durch einen **Reserveabbau** der Versicherer erreicht wurde.
- Seit 2023** befinden wir uns in einer Phase mit **überdurchschnittlichen Erhöhungen** und einer **konstant hohen Wechselquote**. Die Haushalte sind sensibilisiert und optimieren regelmässig, um die Prämienlast zu senken.
- 2027 sind die **Prämienabstände in CHF** in vielen Regionen **gering**, was die Wechselquote etwas dämpfen dürfte.
- Anmerkung: Die Wechselquoten von 2026 & 2027 sind Schätzungen basierend auf der repräsentativen Deloitte Konsumentenumfrage (BAG-Zahlen noch nicht verfügbar).

Quelle: Bundesamt für Gesundheit; Befragung Konsumentinnen und Konsumenten Krankenversicherung Schweiz, 2026 (Deloitte).

# Die Solvenzquote der Branche ist im zweiten Jahr in Folge gestiegen

Die finanzielle Stabilität des Marktes scheint sich schrittweise zu erholen

## Solvvenzquote der Gesamtbranche



## Solvvenz und Überdeckung der grössten KVs

|               | Solvvenzquote |      |      | Überdeckung      |
|---------------|---------------|------|------|------------------|
|               | 2021          | 2024 | 2026 | 2026 in CHF Mio. |
| Concordia     | 256%          | 174% | 210% | 442              |
| Visana        | 257%          | 195% | 202% | 674              |
| Agrisano      | 171%          | 158% | 166% | 77               |
| Sanitas       | 165%          | 114% | 164% | 225              |
| Sympany       | 258%          | 149% | 151% | 92               |
| Atupri        | 186%          | 119% | 139% | 44               |
| Helsana       | 234%          | 119% | 138% | 394              |
| KPT           | 150%          | 103% | 134% | 86               |
| SWICA         | 189%          | 106% | 130% | 126              |
| Groupe Mutuel | 195%          | 85%  | 129% | 178              |
| CSS           | 205%          | 84%  | 126% | 201              |
| ÖKK           | 208%          | 135% | 124% | 32               |
| Assura        | 150%          | 88%  | 106% | 19               |

Darstellung nach absteigender Solvenzquote per 01.01.2026.  
Nur grösste 13 Gruppen dargestellt; pro Gruppe aufaddiert.  
Überdeckung = Vorhandene Reserven – Mindestreserven

## Erkenntnisse

- Seit 2024 wurden die **Reserven** schrittweise wieder **erhöht**, was massgeblich zum **Anstieg der Solvenzquote** der Gesamtbranche auf 149% per 2026 beigetragen hat.
- Alle Top-13 Krankenversicherer** erreichen eine **Solvvenzquote** von **über 100%**. Dabei zeigt sich jedoch eine **grosse Spanne** von **104 Prozentpunkten** zwischen dem Versicherer mit der grössten versus der tiefsten Solvenzquote.
- Der **stärkste Anstieg** der Quote seit 2025 zeigt sich bei **Concordia** mit +44 Prozentpunkten. Gefolgt von KPT und Agrisano mit +26 Prozentpunkten (nicht in Grafik ersichtlich).
- Die **höchste Überdeckung** (in CHF Mio.) weisen **Visana, Concordia** und **Helsana** auf.

Quelle: Bundesamt für Gesundheit, 2026.  
1) Der KVG-Solvenztest basiert auf dem gesamten OKP-Bestand. Zum Publikationsdatum der Studie war der OKP-Bestand per 01.01.2026 nur für CH verfügbar.  
2) Veränderung zum Vorjahr (bei der KVG-Solvvenzquote in Prozentpunkten)

## 3. Die Kundensicht

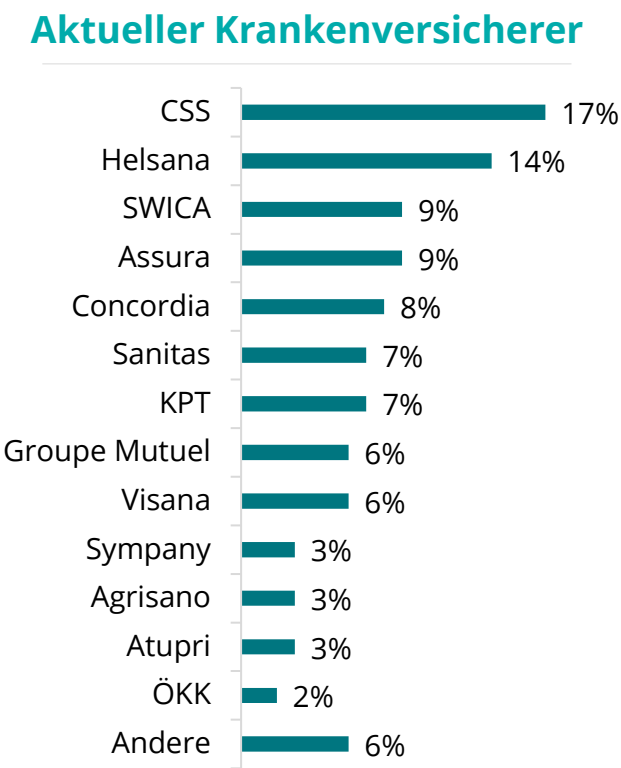
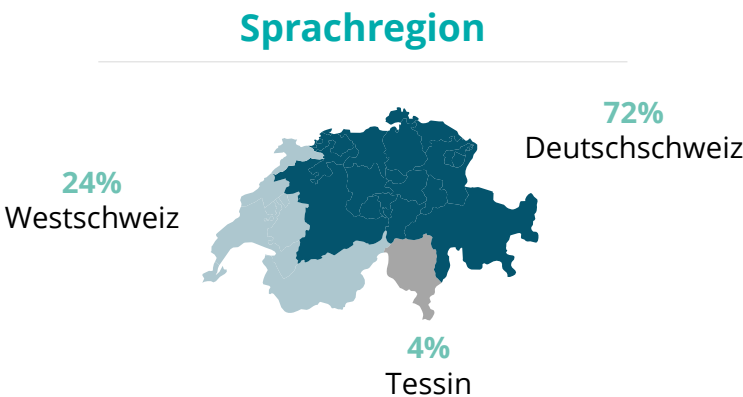
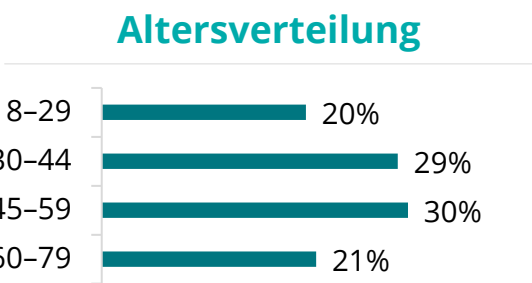
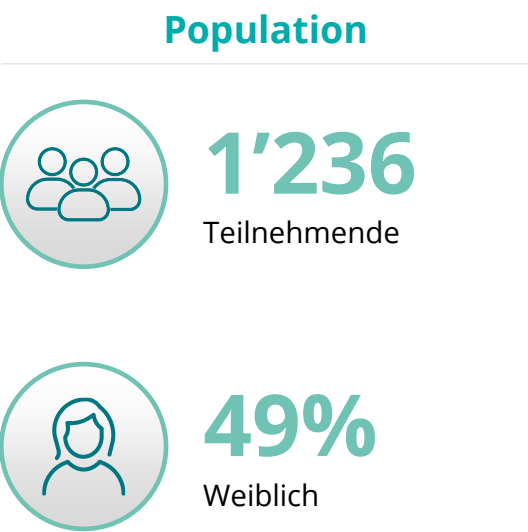
---

**Ergebnisse unserer repräsentativen  
Befragung zum Herbstgeschäft**



# Deloitte Befragung von Konsumentinnen und Konsumenten Herbst 2026

**Zielsetzung:** Die repräsentative Befragung von Konsumentinnen und Konsumenten identifiziert relevante Informationen für den Wechslermarkt 2027. Die Krankenversicherer können daraus Erkenntnisse für ihr Herbstgeschäft ableiten. Das Deloitte Krankenversicherungsteam ist jederzeit gerne bereit, diese Themen gemeinsam mit Ihnen zu vertiefen.

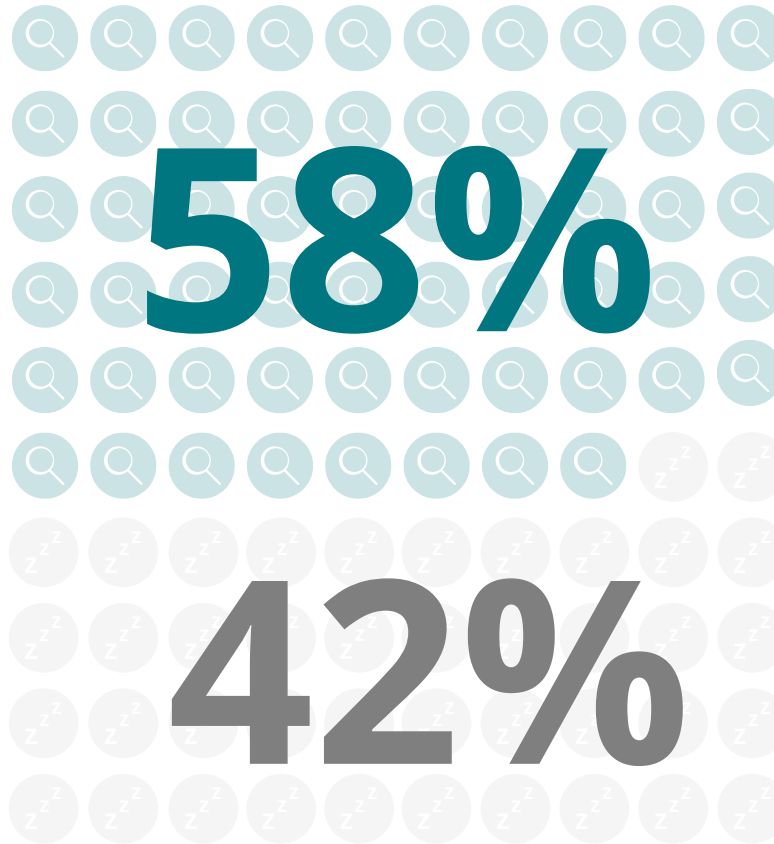


# Zusammenfassung der wichtigsten Erkenntnisse der Marktbefragung

|   |                                                                                                                      |       |
|---|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
| 1 | Mehr als die <b> Hälfte der Bevölkerung überprüft jedes Jahr </b> ihre Krankenversicherung.                          | S. 18 |
| 2 | Die <b> Splitting-Quote </b> ist innert 5 Jahren <b> von 19% auf 27% </b> gestiegen.                                 | S. 19 |
| 3 | Die <b> Preissensitivität ist weiter gestiegen: </b> Bei CHF 20 Erhöhung prüft jeder zweite einen Wechsel.           | S. 20 |
| 4 | <b> 39% der Bevölkerung nutzen bereits KI für Krankenversicherungsthemen </b> oder planen dies zu tun.               | S. 21 |
| 5 | <b> Persönliche Beratung </b> beim Wechsel ist nach wie vor <b> stark gefragt </b> – vor allem bei unter 30-Jährigen | S. 22 |
| 6 | <b> Jeder zweiten Person fehlt es an Basiswissen </b> zum Krankenversicherungssystem.                                | S. 23 |
| 7 | <b> Die Hälfte der Bevölkerung </b> hat aufgrund der Krankenversicherungsprämien <b> finanzielle Sorgen. </b>        | S. 24 |
| 8 | Um die <b> Prämien zu senken, </b> ist die Bevölkerung zu signifikanten <b> Einschnitten </b> bereit.                | S. 25 |
| 9 | Die <b> Zustimmung zur Einheitskasse </b> bleibt mit <b> 69% </b> seit mehreren Jahren konstant hoch.                | S. 26 |



**Mehr als die Hälfte  
der Bevölkerung  
überprüft jedes  
Jahr ihre Kranken-  
versicherung.**



## **überprüfen ihre Krankenver- sicherung jedes Jahr.**

Überdurchschnittlich häufig überprüfen  
**18-29-Jährige** (65%) sowie **Westschweizer** (68%)  
und **Tessiner** (65%) ihre Police. Auslöser ist in den  
meisten Fällen der Erhalt der Police oder die  
routinemässige Überprüfung im Herbst.

## **tun dies nicht.**

Etwa die Hälfte davon gibt als Hauptgrund an,  
dass sie **mit ihrer aktuellen  
Krankenversicherung zufrieden** sind. Die  
andere Hälfte findet die Überprüfung zu  
**mühsam, zeitaufwändig** oder es **fehlt** ihnen das  
**Wissen**.

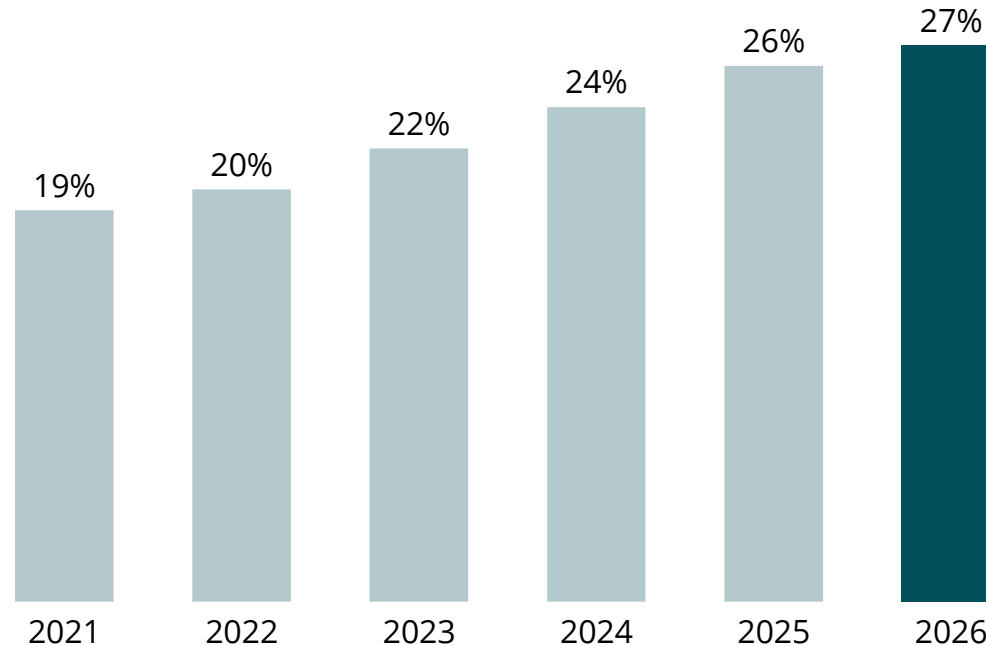
### **Relevante Fragen für Krankenversicherer**

- Wie kommunizieren Krankenversicherer ihr Wertversprechen so, dass bestehende Kunden vom Wechsel absehen, während Neukundinnen und Neukunden gleichzeitig ein einfacher Vergleich ermöglicht wird?
- Wie können Krankenversicherer Kundinnen und Kunden mit hohem Wechselrisiko proaktiv mit gezielten Angeboten halten, bevor sie auf dem Markt vergleichen beginnen?
- ...

2

**Die Splitting-Quote ist innert 5 Jahren von 19% auf 27% gestiegen.**

### Entwicklung der Splitting-Quote



**Splitting konzentriert sich geografisch und demografisch:** Tessin (38%), Westschweiz (36%) und junge Erwachsene (35%) führen das Feld an. Die Deutschschweiz (23%) liegt deutlich darunter.

**9 von 10**

Personen sind sich **bewusst**, dass ein **Splitting möglich** / zulässig ist.

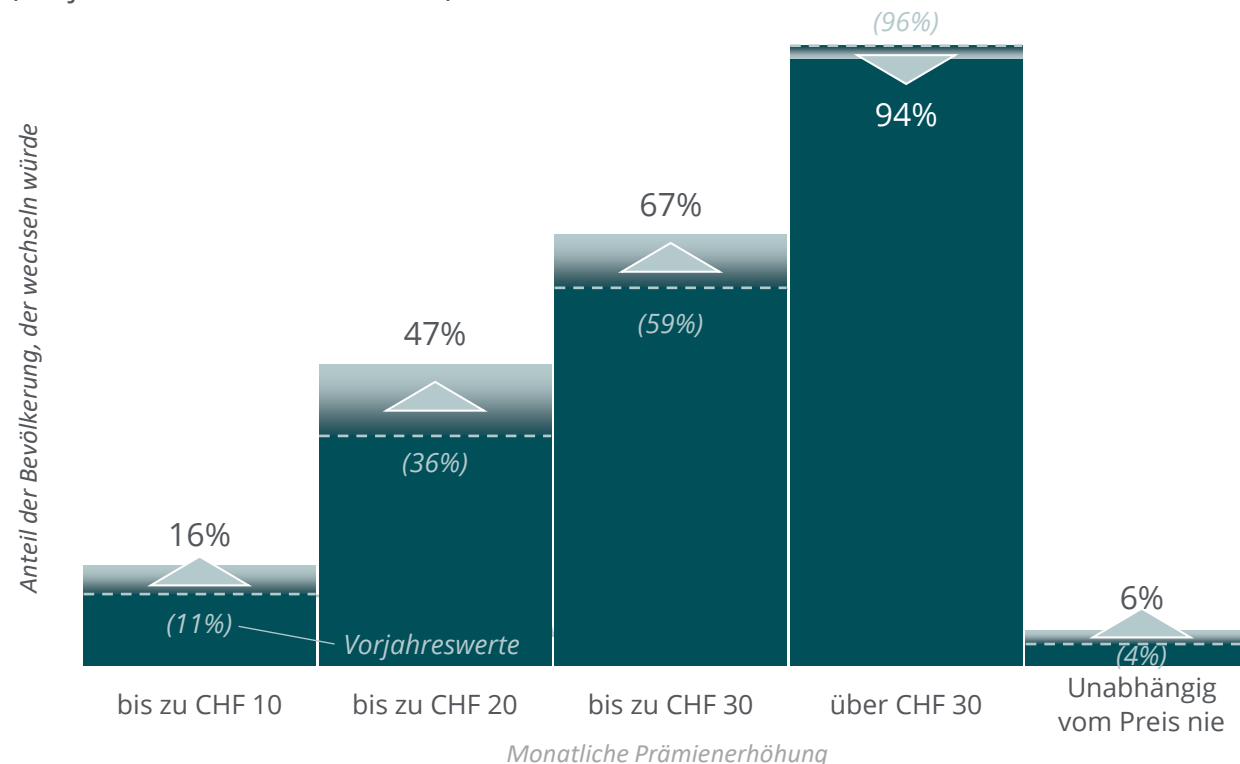
### Relevante Fragen für Krankenversicherer

- Welche Services brauchen Krankenversicherer, um sich zunehmend auf die Bedürfnisse der Splitting-Kundinnen und Kunden einzustellen?
- Wie können Krankenversicherer Splitting als Chance nutzen, um Kundinnen und Kunden mit attraktiven Zusatzversicherungen zurückzugewinnen?
- ...

3

**Die Preissensitivität ist weiter gestiegen: Bei CHF 20 Erhöhung prüft jeder zweite einen Wechsel.**

**Preissensitivität: Bei welcher monatlichen Prämienerrhöhung die Befragten einen Wechsel erwägen**  
(Vorjahreswerte in Klammern)



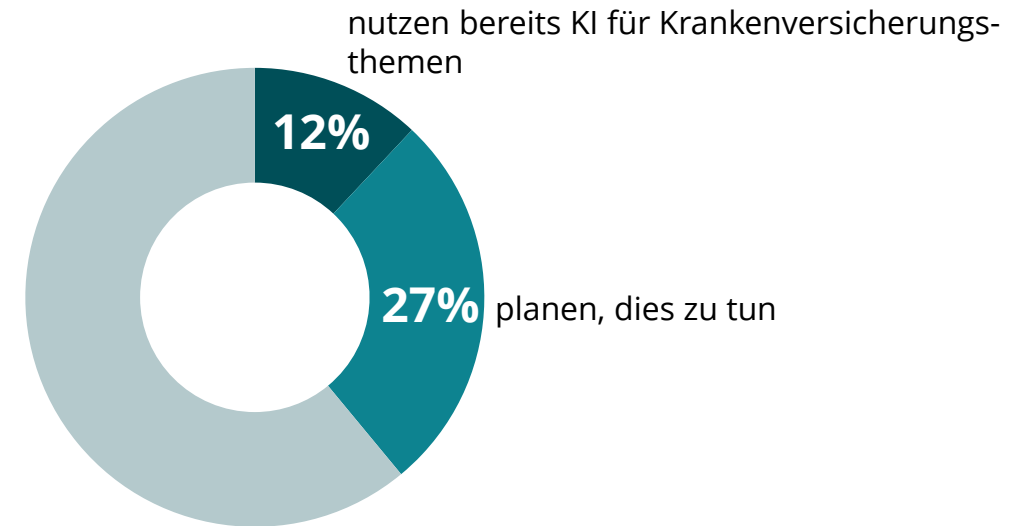
Besonders 18-44-Jährige zeigen eine höhere Preissensitivität. Rund 20% von ihnen würden bereits bei einer Prämienerrhöhung von CHF 10 monatlich einen Wechsel in Betracht ziehen.

#### Relevante Fragen für Krankenversicherer

- Wie nutzen Krankenversicherer ein differenziertes Loyalisierungsprogramm, das Kundinnen und Kunden mit unterschiedlichem Wechselrisiko gezielt anspricht und bindet?
- Welche Daten und Modelle ermöglichen es Krankenversicherern, Kundinnen und Kunden mit hohem Wechselrisiko zu identifizieren und proaktiv mit Retention-Massnahmen zu intervenieren?
- ...

4

**39% der Bevölkerung nutzen bereits KI für Krankenversicherungsthemen oder planen dies zu tun.**



KI wird primär als Informations- und Entscheidungshilfe eingesetzt. Wenn die Kunden KI nutzen, dann am häufigsten für generelle Auskünfte zum Krankenversicherungssystem (51%), die Suche nach der passenden Versicherung (40%) und Fragen zur Leistungsabdeckung (38%).

#### Relevante Fragen für Krankenversicherer

- Wie können Krankenversicherer diese Touchpoints nutzen, um durch qualitativ hochwertige KI-Inhalte Vertrauen aufzubauen und Kundinnen und Kunden in ihrer Entscheidungsreise zu begleiten?
- Wie können Krankenversicherer sicherstellen, was KI-Assistenten über ihre Produkte und Prämien berichten, und wie reagieren Krankenversicherer auf fehlerhafte oder nachteilige Informationen?
- ...

5

## Persönliche Beratung beim Wechsel ist nach wie vor stark gefragt – vor allem bei unter 30-Jährigen

48%

**lassen sich beim Wechsel persönlich beraten**

Bei den unter 30-Jährigen lassen sich sogar 64% bei einem Wechsel persönlich beraten.

davon...



70%

der Beratungen finden physisch vor Ort statt



20%

per Telefon



4%

per Video

6%

andere

**Bei Kundinnen und Kunden zu Hause** finden die meisten physischen Beratungen statt (etwa jede zweite), gefolgt von den Räumlichkeiten der Krankenversicherer.

### Relevante Fragen für Krankenversicherer

- Wie bauen Krankenversicherer ein omnichannel-Beratungsmodell auf, das physische Präsenz und Remote-Beratung nahtlos integriert und beide Kanäle gleichwertig bedient?
- Skalieren wir Remote-Beratungskompetenzen in bestehenden Teams oder etablieren wir spezialisierte Remote-Teams – und wie stellen wir Qualität und Konsistenz sicher?
- ...

**Jeder zweiten Person fehlt es an Basiswissen zum Krankenversicherungssystem.**

# 88%

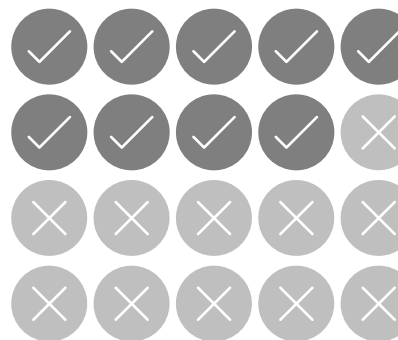
der Bevölkerung schätzen ihre **Kenntnisse** zum Krankenversicherungssystem als **durchschnittlich bis sehr gut** ein



nur 

# 47%

konnten jedoch **vier Wissensfragen** zum Thema Krankenversicherung **korrekt beantworten**.



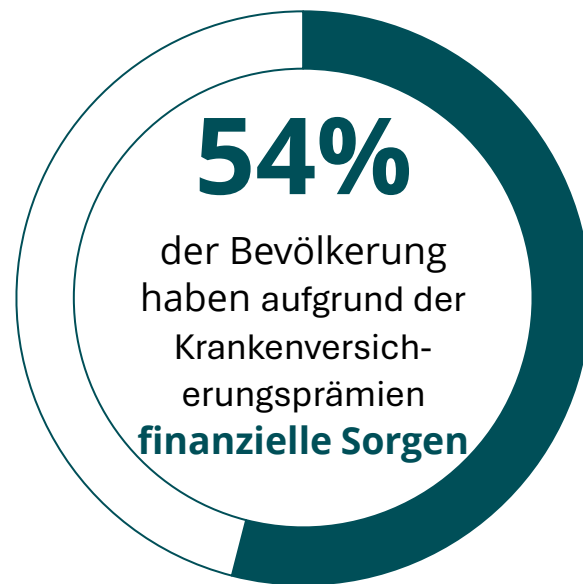
Bei den 18-29-jährigen ist die Wissenslücke besonders gross: nur 33% von ihnen konnten alle 4 Fragen richtig beantworten.

## Relevante Fragen für Krankenversicherer

- Wie schliessen Krankenversicherer diese Wissenslücke durch gezielte Aufklärungskampagnen?
- Wie können Krankenversicherer Wissenstransfer zur Loyalisierung nutzen, um Kundinnen und Kunden bei besseren Entscheidungen zu helfen und damit Zufriedenheit zu erhöhen?
- ...

7

## Die Hälfte der Bevölkerung hat aufgrund der Krankenversicherungsprämien finanzielle Sorgen.



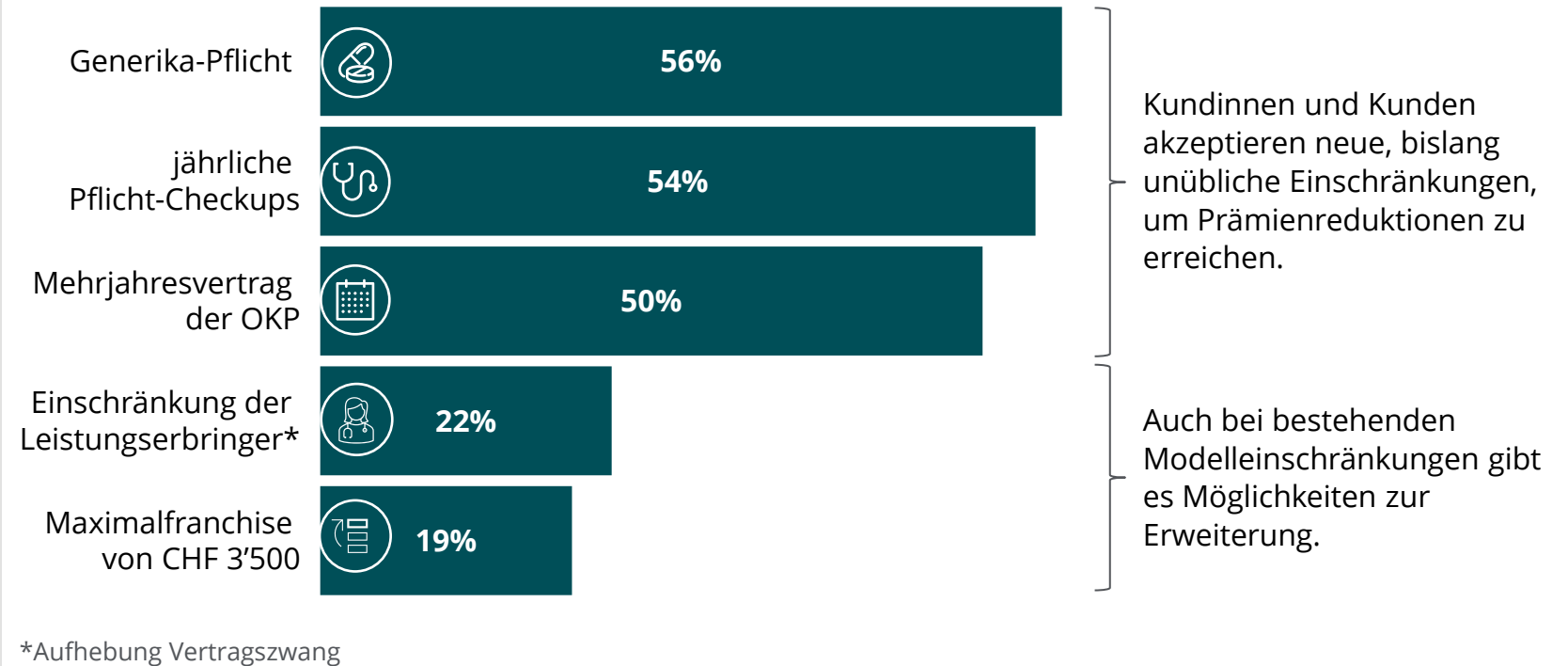
Personen mit geringen Krankenversicherungs-Kenntnissen sind besonders von finanziellen Sorgen und Zahlungsschwierigkeiten betroffen. Regional zeigen sich vor allem das Tessin aber auch die Westschweiz deutlich stärker belastet als die Deutschschweiz.

### Relevante Fragen für Krankenversicherer

- Wie identifizieren Krankenversicherer Kundinnen und Kunden mit Zahlungsschwierigkeiten frühzeitig, um präventiv mit Flexibilisierungsoptionen zu reagieren?
- ...

## Um die Prämien zu senken, ist die Bevölkerung zu signifikanten Einschnitten bereit.

### Akzeptanz verschiedener Massnahmen, um die Krankenversicherungsprämien zu senken

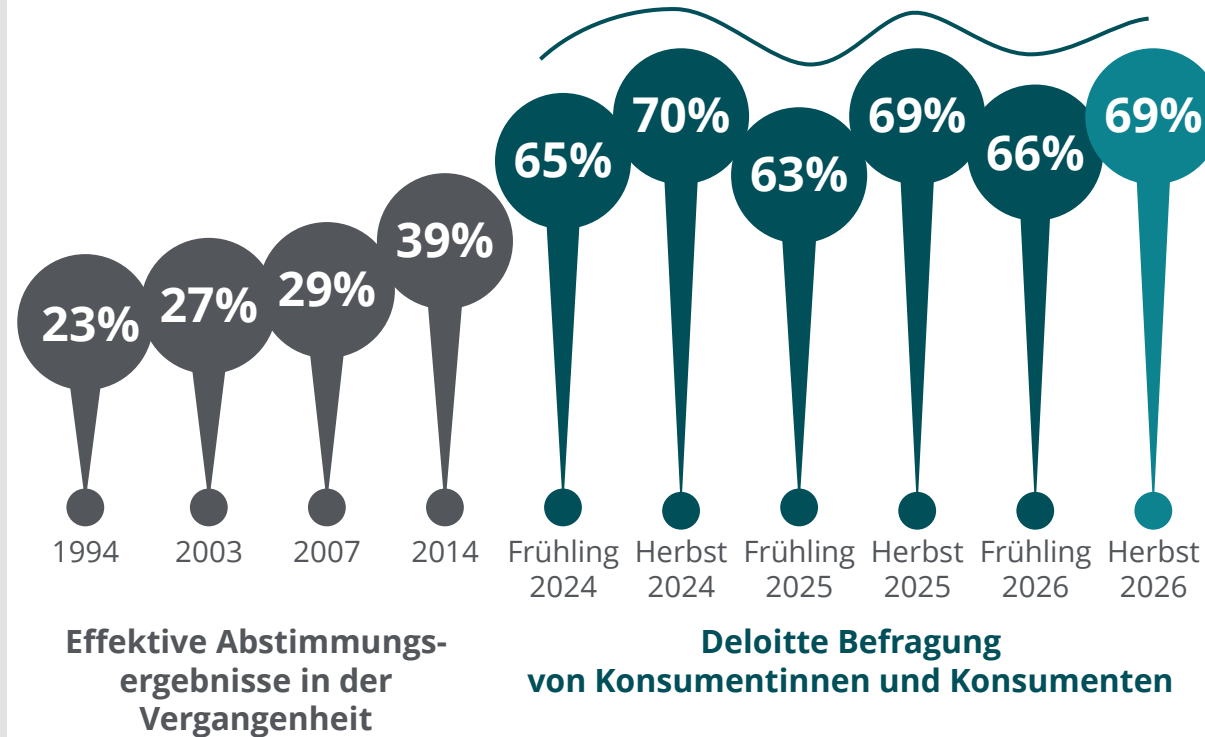


### Relevante Fragen für Krankenversicherer

- Wie können Krankenversicherer diese Erkenntnisse in der politischen Debatte nutzen, um glaubwürdige Reformvorschläge zu machen, die Kundinnen und Kunden tatsächlich unterstützen?
- ...

**Die Zustimmung zur Einheitskasse bleibt mit 69% seit mehreren Jahren konstant hoch.**

### Zustimmung zur Einheitskasse



Es zeigen sich noch immer **saisonale Schwankungen** bzgl. der Zustimmung zur Einheitskasse. Personen, die ihre Krankenversicherungskennntnisse sehr gering einschätzen, stimmen zu 86% zu, auch bei jenen mit Zahlungsschwierigkeiten steigt die Zustimmung auf 86%.

### Relevante Fragen für Krankenversicherer

- Welche konkreten Szenarien gibt es für Krankenversicherer bei einer möglichen Einheitskasse und welche strategischen Optionen und Risiken bestehen?
- Wie kommunizieren Krankenversicherer transparent über die Chancen und Grenzen einer Einheitskasse, um Vertrauen zu bewahren?
- ...

## 4. Die Player

Unsere Einschätzung zur Positionierung der Top-13  
Krankenversicherer



# Sanitas startet mit der besten Ausgangslage ins Herbstgeschäft

Vier mittelgrosse Krankenversicherer sind am besten positioniert, gefolgt von Helsana

**A Marktposition:**

- Prämienrang
- Regionale Marktanteile

| Sanitas        | Concordia          | ÖKK                | KPT                | Helsana            | Assura             | Visana             | Atupri       | CSS                | Groupe Mutuel       | SWICA               | Agrisano        | Sympany             |
|----------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------|--------------------|---------------------|---------------------|-----------------|---------------------|
|                |                    |                    |                    |                    |                    |                    |              |                    |                     |                     |                 |                     |
| Stark (stabil) | Stark (verbessert) | Stark (verbessert) | Stark (verbessert) | Mittel (reduziert) | Stark (verbessert) | Mittel (reduziert) | Mittel (N/A) | Mittel (reduziert) | Mittel (verbessert) | Schwach (reduziert) | Mittel (stabil) | Schwach (reduziert) |

In Klammern: Veränderung gegenüber dem Vorjahr (Deloitte Studie vom Herbst 2025)

**B Fähigkeit, Marktposition zu nutzen:**

- Vertrieb
- Kundenzufriedenheit
- Finanzielle & operative Stärke

|                |                |                    |                 |                |                 |                |              |                    |                 |                    |                  |                 |
|----------------|----------------|--------------------|-----------------|----------------|-----------------|----------------|--------------|--------------------|-----------------|--------------------|------------------|-----------------|
|                |                |                    |                 |                |                 |                |              |                    |                 |                    |                  |                 |
| Stark (stabil) | Stark (stabil) | Mittel (reduziert) | Mittel (stabil) | Stark (stabil) | Mittel (stabil) | Stark (stabil) | Mittel (N/A) | Mittel (reduziert) | Mittel (stabil) | Stark (verbessert) | Tief (reduziert) | Mittel (stabil) |

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.

| Gesamtrang (Vorjahr)                                            | 1 (2)                                                                                         | 2 (11)                                                                                          | 3 (5)                                                                       | 4 (6)                                                                                         | 5 (1)                                                                                                   | 6 (7)                                                                                                         | 7 (4)                                                                                                                                       | 8 (-)                                                                              | 9 (3)                                                                                                         | 10 (12)                                                                                                    | 11 (9)                                                                                               | 12 (8)                                                                                                             | 13 (10)                                                                            |
|-----------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
| Quelle: Bundesamt für Gesundheit, 2026; Deloitte Analyse, 2026. | <b>Sanitas</b> verbindet attraktive Prämien mit guten Voraussetzungen für das Herbstgeschäft. | <b>Concordia</b> verbessert ihre Prämienposition & verfügt über finanzielle & operative Stärke. | <b>ÖKK</b> ist in der Ostschweiz & in ländlichen Regionen gut positioniert. | <b>KPT</b> verbessert den Prämienrang am stärksten. Das digitale Modell prägt diese Position. | <b>Helsana</b> liegt im vorderen Mittelfeld. Prämienabstände sind gering, Solvenz & Zufriedenheit hoch. | <b>Assura</b> bietet in Stammgebieten attraktive Prämien mit spezifischen Modellvorgaben. Solvenzquote: 106%. | <b>Visana</b> bleibt im Stammgebiet Bern gut positioniert, bei insgesamt tieferen Prämienrängen. Gute operative & finanzielle Ausgangslage. | <b>Atupri</b> liegt im Mittelfeld, mit unterschiedlichen regionalen Prämienrängen. | <b>CSS</b> mit starkem Brand, Vertrieb & schweizweitem Footprint. Prämienränge fallen dieses Jahr tiefer aus. | <b>GM Groupe Mutuel</b> verbessert die Prämienränge. Voraussetzungen für weiteres Wachstum sind vorhanden. | <b>SWICA</b> verzeichnet leicht tiefere Prämienränge, bei operativer Stärke und hoher Kundenbindung. | <b>Agrisano</b> punktet in ländlichen Regionen und bei CHF 300 Franchise. Limitierte Kapazität für Kundenwachstum. | <b>Sympany</b> mit sehr herausfordernder Prämien-situation, auch in Stammgebieten. |

1) Die Prämienposition dieser drei Anbieter hängt wesentlich von einem Modell mit starken Restriktionen ab (bspw. App-Pflicht, Einschränkung von Spezialisten). Daher wurde das Ranking leicht reduziert.

# Marktposition der Top-13 Krankenversicherer zu Beginn der Vertriebsaison

Vier mittelgrosse Versicherer belegen die Spitzenränge bei der Prämienattraktivität

## Methodologie

» **A1 OKP-Prämienattraktivität** (siehe auch Seiten 30 - 32)

**Prämienrang** – in den einzelnen Regionen («Kampfprämie»)

**Veränderung** – des Prämienrangs ggü. Vorjahr

» **A2 Regionale Positionierung (Marktanteil)** (siehe auch Seite 33)

**OKP-Marktanteil** – pro Region gemäss aktuellen BAG-Daten

1) Die Prämienposition dieser drei Anbieter hängt wesentlich von einem Modell mit starken Restriktionen ab (bspw. App-Pflicht, Einschränkung von Spezialisten). Daher wurde das Ranking leicht reduziert.

|               | A1 OKP-Prämienattraktivität | A2 Regionale Positionierung (Marktanteil) |
|---------------|-----------------------------|-------------------------------------------|
| Sanitas       | ● Sehr hoch                 | ● Mittel                                  |
| Concordia     | ● Hoch                      | ● Mittel                                  |
| ÖKK           | ● Hoch                      | ● Mittel                                  |
| KPT           | ● <sup>1)</sup> Mittel-Hoch | ● Mittel                                  |
| Assura        | ● <sup>1)</sup> Mittel-Hoch | ● Mittel                                  |
| Helsana       | ● Mittel                    | ● Hoch                                    |
| Groupe Mutuel | ● Mittel                    | ● Hoch                                    |
| Atupri        | ● Mittel                    | ● Tief                                    |
| Agrisano      | ● <sup>1)</sup> Mittel      | ● Tief                                    |
| Visana        | ● Mittel                    | ● Mittel                                  |
| CSS           | ● Tief                      | ● Hoch                                    |
| SWICA         | ● Tief                      | ● Mittel                                  |
| Sympany       | ● Tief                      | ● Tief                                    |

Quelle: Bundesamt für Gesundheit, 2026; Deloitte Analyse, 2026.

# A1 Sanitas und KPT haben die höchste Prämienattraktivität, gefolgt von ÖKK und Concordia

Grosse Player wie Helsana, CSS und SWICA haben an Attraktivität eingebüsst

| OKP-Prämienattraktivität                                                            |                                                | Sanitas | KPT | ÖKK | Concordia | Assura | Helsana | Atupri | Groupe Mutuel | Agrisano | Visana | SWICA | CSS  | Sympany |
|-------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------|---------|-----|-----|-----------|--------|---------|--------|---------------|----------|--------|-------|------|---------|
| Gesamtrang                                                                          |                                                | 1       | 2   | 3   | 4         | 5      | 6       | 7      | 8             | 9        | 10     | 11    | 12   | 13      |
|    | Durchschnittl. Prämienrang <sup>1)</sup>       | 4,5     | 5,7 | 7,6 | 7,1       | 6,0    | 8,3     | 8,0    | 9,1           | 9,7      | 9,1    | 9,7   | 10,1 | 12,5    |
|    | # Regionen mit Rang in den Top-3 <sup>1)</sup> | 21      | 20  | 14  | 6         | 15     | 5       | 9      | 4             | 12       | 3      | 2     | 1    | 2       |
|    | # Regionen mit <20 CHF Rückstand <sup>2)</sup> | 35      | 34  | 32  | 28        | 28     | 32      | 24     | 19            | 23       | 20     | 24    | 16   | 15      |
|   | # Regionen mit verbessertem Rang <sup>1)</sup> | 25      | 28  | 21  | 28        | 21     | 20      | 18     | 20            | 9        | 5      | 15    | 4    | 6       |
|  | # Regionen mit gesunkenem Rang <sup>1)</sup>   | 10      | 5   | 10  | 6         | 13     | 21      | 18     | 12            | 21       | 30     | 23    | 35   | 32      |

## Erkenntnisse

- 2027 sind mit Sanitas, KPT, ÖKK, Concordia und Assura fünf **mittelgrosse Player an der Spitze**, was die Prämienpositionierung anbelangt.
- Die Schwergewichte **Helsana und CSS** haben gegenüber dem Vorjahr **Positionen eingebüsst**. Bei der Helsana ist der Prämienabstand in CHF zu den vordersten Rängen jedoch gering.
- Zu beachten ist, dass die Prämienränge teilweise mit **stark einschränkenden Versicherungsmodellen** erreicht werden, welche nicht für alle Kundinnen und Kunden in Frage kommen. Dies relativiert die Prämienpositionierung v.a. bei der KPT, Assura und Agrisano.

Quelle: Bundesamt für Gesundheit, 2026; Deloitte Analyse, 2026  
 1) Rang basiert auf der Erwachsenenprämie, 2'500er Franchise, ohne Unfall, alle Modelle, gewichtet nach Wohnbevölkerung  
 2) Rückstand auf die günstigste Prämie im Markt (2'500er Franchise, ohne Unfall, alle Modelle)

# A1 OKP-Prämienattraktivität der grössten Versicherer 1/2

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

| KV        | Prämienposition 2027 <sup>1)</sup> |                                                                                                                                                                                                                                       | Veränderung ggü. 2026 <sup>2)</sup> |                                                                                                                                                                        |
|-----------|------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Sanitas   | 4,5                                | Hat ihre <b>starke Position</b> noch <b>weiter ausgebaut</b> . Belegt in <b>13 Prämienregionen</b> den <b>1. Rang</b> , darunter viele bevölkerungsreiche Regionen wie ZH-1, BE-1 und LU-1. <b>21 Regionen</b> mit <b>Top-3</b> Rang. | +1,1                                | <b>Verbesserung in 25 Prämienregionen</b> gegenüber der bereits sehr starken Ausgangslage des Vorjahres.                                                               |
| KPT       | 5,7                                | Sehr attraktive, breit abgestützte Positionierung. Belegt in <b>7 Prämienregionen</b> den <b>1. Rang</b> und in <b>20 Regionen</b> einen <b>Top-3</b> Rang.                                                                           | +2,5                                | <b>Grösste Rangverbesserung</b> der 13 analysierten Krankenversicherer. 28 Regionen mit Ranggewinnen.                                                                  |
| Assura    | 6,0                                | Sehr <b>fokussierte Positionierung</b> mit attraktiven Prämien in Stammgebieten wie Genf, Waadt und Zürich. <b>15 Regionen</b> in den <b>Top-3</b> Prämienrängen.                                                                     | +1,6                                | <b>Rangverbesserungen in 21 Prämienregionen</b> und <b>unveränderte Ränge in 8 Regionen</b> .                                                                          |
| Concordia | 7,1                                | Erreicht trotz <b>gutem Durchschnittsrang</b> nur in <b>6 Prämienregionen</b> einen <b>Top-3</b> Rang. Dafür zusätzliche <b>20 Regionen</b> mit Positionierungen im vorderen Mittelfeld mit <b>Rängen 4-7</b> .                       | +2,4                                | Breite <b>Verbesserung in 28 Prämienregionen</b> , darunter Bern, Freiburg, Luzern, St. Gallen und Zürich.                                                             |
| ÖKK       | 7,6                                | Insbesondere in <b>ländlichen Gebieten sehr stark</b> positioniert. 14 Regionen mit Top-3 Plätzen, darunter der Stammkanton Graubünden. Schwächere Positionierung in den Städten Zürich, Bern und Genf.                               | +1,1                                | <b>Verbesserung in 21 Prämienregionen</b> mit <b>Fokus auf die Zentral- und Ostschweiz</b> (u.a. St. Gallen, Thurgau, Nidwalden, Obwalden).                            |
| Atupri    | 8,0                                | Positionierung im <b>Mittelfeld</b> mit <b>9 Top-3 Prämienrängen</b> ohne einheitliches Muster. Sowohl Städte wie Zürich, Luzern und Freiburg als auch ländliche Regionen sind unter den Spitzenplätzen.                              | -0,5                                | Insgesamt <b>leichte Verschlechterung</b> . Je 18 Prämienregionen mit Rangverbesserungen und -verschlechterungen.                                                      |
| Helsana   | 8,3                                | Positionierung im <b>Mittelfeld</b> . Nur <b>5 Regionen</b> in den <b>Top-3</b> , dafür 23 Regionen auf den Rängen 4-7. <b>In 32 Regionen</b> ist Helsana <b>weniger als CHF 20 teurer als die günstigste Prämie</b> .                | -2,1                                | <b>Verschlechterung</b> ggü. der attraktiven Vorjahresposition <b>auf breiter Front</b> , doch nur in wenigen Regionen wird keine Top-10 Positionierung mehr erreicht. |

**Reihenfolge:** Die Darstellung ist nach absteigendem Ergebnis in der «Prämienposition 2027» sortiert

Quelle: Bundesamt für Gesundheit, 2026; Deloitte Analyse, 2026.

1) Durchschnittlicher Prämienrang über alle Regionen, gewichtet nach Wohnbevölkerung (Erwachsene, alle Modelle, 2'500er Franchise, ohne Unfall) 2) Rangveränderung pro Region gegenüber dem Vorjahr 2026

# A1 OKP-Prämienattraktivität der grössten Versicherer 2/2

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

| KV            | Prämienposition 2027 <sup>1)</sup> |                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Veränderung ggü. 2026 <sup>2)</sup> |                                                                                                                                                                                               |
|---------------|------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Groupe Mutuel | 9,1                                | In <b>einigen Prämienregionen</b> wie AG, BS, NE und VD-2 <b>hervorragende Positionierungen</b> . 8 Regionen in den Top-5 Prämienrängen.                                                                                                                                                      | +1,5                                | Rang in <b>20 Regionen verbessert</b> , auch in den <b>Stammregionen in der Westschweiz</b> . Gleichzeitig sind <b>12 Regionen gesunken</b> , insb. in Zentral- und Ostschweiz.               |
| Visana        | 9,1                                | In der Stammregion <b>Bern sehr attraktive Prämienränge</b> , zudem in weiteren Regionen attraktive Ränge erreicht. Belegt in <b>8 Prämienregionen</b> einen <b>Top-5 Rang</b> .                                                                                                              | -2,1                                | Rang in <b>30 Regionen gesunken</b> (insb. Basel-Stadt, Freiburg, Tessin, Thurgau). <b>Einzelne Regionen leicht verbessert</b> (z.B. LU-2, NW-0, VD-1, ZH-2, ZH-3).                           |
| SWICA         | 9,7                                | <b>Rang 1-5</b> wird in <b>rund 12% der Prämienregionen</b> erreicht. <b>Innerhalb der Stammregionen differenziertes Bild</b> – einige Regionen mit guten Positionierungen (z. B. Rang 4 in SG-1), andere nur im Mittelfeld (z.B. Rang 11-12 in ZH).                                          | -0,6                                | <b>Leichte Verschlechterungen auf breiter Front</b> , Rang in 23 Prämienregionen gesunken. <b>Punktueller Verbesserungen</b> , oft <b>ausserhalb der Kerngebiete</b> , z.B. GE-0, TI-1, VS-2. |
| Agrisano      | 9,7                                | <b>Sehr attraktive Positionierung in ländlichen Gebieten</b> mit <b>12 Top-3 Rängen</b> u.a. im Aargau, Graubünden, Nidwalden, Wallis, etc. Jedoch schwächste Positionierung der Top-13 in den Städten wie Zürich und Bern. Auffallend <b>attraktive Positionierung bei 300er-Franchise</b> . | -1,3                                | <b>Rangverluste in 21 Prämienregionen</b> und unveränderte Positionierung in 12 Regionen. Nur in 9 Regionen konnten einige Ränge gewonnen werden.                                             |
| CSS           | 10,1                               | In nur rund <b>12% der Prämienregionen</b> wird <b>Rang 1-5</b> erreicht. Eine sehr tiefe Positionierung zeigt sich insb. in FR, GL, NW, SH, SO, VS.                                                                                                                                          | -3,8                                | Rang in <b>35 Prämienregionen gesunken</b> . <b>Verbesserung in vier Prämienregionen</b> (AR-0, BE-1, TI-2, ZH-3)                                                                             |
| Sympany       | 12,5                               | Trotz tiefer Prämienposition, <b>sieben Prämienregionen in den Top-5</b> . In den <b>Stammregionen BL und BS</b> mittelmässige Platzierung ( <b>Ränge 9 – 15</b> ).                                                                                                                           | -2,6                                | <b>Rang in 32 Prämienregionen gesunken</b> . <b>Verbesserung in einigen Gebieten in der Westschweiz</b> (FR-2, VD-1, VD-2, VS-1).                                                             |

**Reihenfolge:** Die Darstellung ist nach absteigendem Ergebnis in der «Prämienposition 2027» sortiert

**Lesehilfe:** Sympany hat einen durchschnittlichen Prämienrang über alle Regionen in der Schweiz (gewichtet nach Wohnbevölkerung) von 12,5 erreicht.

**Lesehilfe:** Sympanys Rang hat sich im Durchschnitt über alle Prämienregionen in der Schweiz um 2,6 Plätze verschlechtert.

Quelle: Bundesamt für Gesundheit, 2026; Deloitte Analyse, 2026.

1) Durchschnittlicher Prämienrang über alle Regionen, gewichtet nach Wohnbevölkerung (Erwachsene, alle Modelle, 2'500er Franchise, ohne Unfall) 2) Rangveränderung pro Region gegenüber dem Vorjahr 2026

## A2 Regionale Marktanteile der Top-13 Krankenversicherer

Einige Krankenversicherer fokussieren sich auf bestimmte Regionen, andere sind schweizweit präsent

### Regionale Positionierung (Marktanteil)

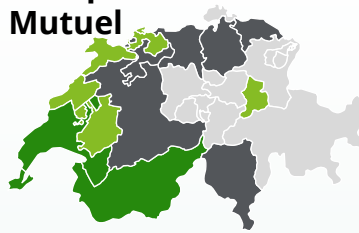
CSS



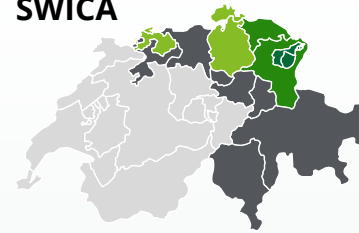
Helsana



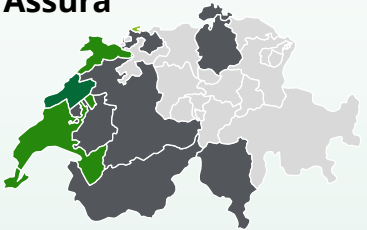
Groupe  
Mutuel



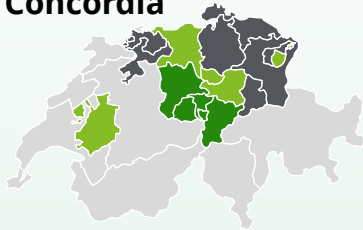
SWICA



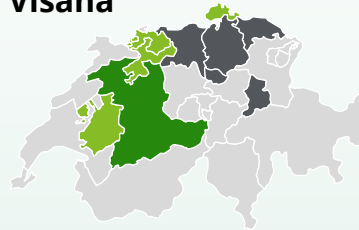
Assura



Concordia



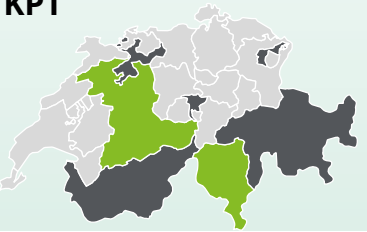
Visana



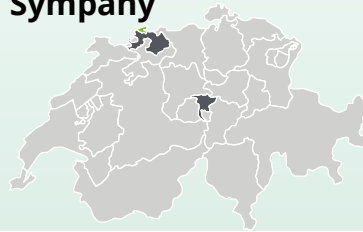
Sanitas



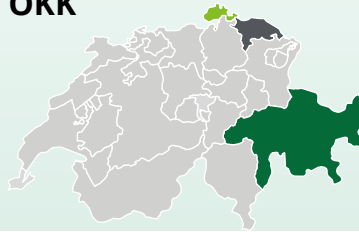
KPT



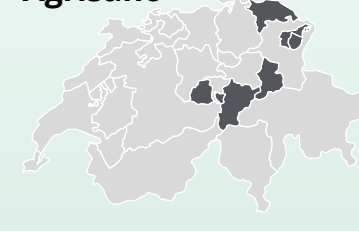
Sympany



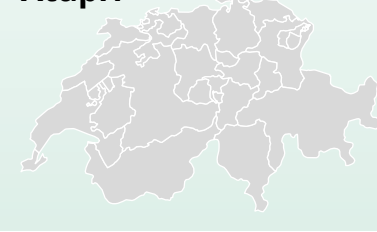
ÖKK



Agrisano



Atupri



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

### Erkenntnisse

- Die **Marktführer CSS und Helsana** weisen in **allen Kantonen** einen **Marktanteil von 6,2% - 32,4%** auf.
- Die **übrigen Versicherer konzentrieren** sich meistens **auf ihr angestammtes geografisches Gebiet**, **einige** Krankenversicherer weisen **auch in entfernteren Marktgebieten signifikante Marktanteile** auf (z. B. Groupe Mutuel in Glarus oder Concordia in Freiburg).
- Hinweis: Die neusten verfügbaren Daten beziehen sich auf das Jahr 2025. Quelle: Bundesamt für Gesundheit, 2026; Deloitte Analyse, 2026. (Marktanteil wird basierend auf der Anzahl OKP-Kunden gemessen).*

# 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 35 – 37)

**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 14 & 35 – 36)

**Finanzielle Stabilität** – Solvenzquote per 01.01.2026 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                                           |
|---------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|
| Sanitas       |  Hoch        |  Hoch     |
| Helsana       |  Hoch        |  Hoch     |
| SWICA         |  Hoch        |  Hoch     |
| Visana        |  Hoch        |  Hoch     |
| Concordia     |  Mittel-Hoch |  Hoch     |
| Atupri        |  Mittel      |  Hoch     |
| Groupe Mutuel |  Mittel      |  Hoch     |
| KPT           |  Mittel      |  Hoch     |
| Sympany       |  Mittel      |  Hoch     |
| ÖKK           |  Mittel    |  Hoch   |
| CSS           |  Mittel    |  Mittel |
| Assura        |  Mittel    |  Mittel |
| Agrisano      |  Mittel    |  Tief   |

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

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

|                                                                                                               | Sanitas       | Helsana              | SWICA        | Visana        | Concordia     | Atupri        |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|----------------------|--------------|---------------|---------------|---------------|
| Fähigkeit, neue Kunden zu gewinnen oder bestehende Kunden zu halten                                           |               |                      |              |               |               |               |
| Einschätzung                                                                                                  |               |                      |              |               |               |               |
| Deloitte Attraktivitäts- und Bindungsindex (DABI) <sup>1)</sup>                                               | Hoch          | Hoch                 | Hoch         | Mittel        | Mittel        | Mittel        |
| Vertriebsstärke                                                                                               | Hoch          | Hoch                 | Hoch         | Hoch          | Hoch          | Mittel        |
| Kundenzufriedenheit<br>(Ø Comparis, Bonus, Ktipp, Moneyland)                                                  | Hoch          | Hoch                 | Hoch         | Hoch          | Mittel        | Mittel        |
| Fähigkeit, mit einem wachsenden Kundenstamm aus Sicht der betrieblichen und finanziellen Stabilität umzugehen |               |                      |              |               |               |               |
| Einschätzung                                                                                                  |               |                      |              |               |               |               |
| Solvenzquote (ggü Vorjahr)                                                                                    | 164% (+23 pp) | 138% (-12 pp)        | 130% (-9 pp) | 202% (-22 pp) | 210% (+44 pp) | 139% (+15 pp) |
| Operative Veränderungen <sup>2)</sup>                                                                         | Wenige        | Wenige <sup>3)</sup> | Mittel       | Mittel        | Wenige        | Wenige        |
| GL / VR Wechsel <sup>2)</sup>                                                                                 | Mittel        | Wenige               | Wenige       | Wenige        | Wenige        | Wenige        |

Reihenfolge: Die Darstellung ist nach absteigendem Gesamtergebnis sortiert

Quelle: Bundesamt für Gesundheit, 2026; Deloitte Analyse, 2026; Comparis, 2026; K-Tipp, 2026; bonus.ch, 2026; moneyland, 2026.

1) Deloitte Analyse basierend auf BAG-Daten (siehe Methodik auf Seite 37).

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 2026. 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

|                                                                                                               | Groupe Mutuel | KPT           | Sympany       | ÖKK           | CSS          | Assura       | Agrisano      |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|--------------|--------------|---------------|
| Fähigkeit, neue Kunden zu gewinnen oder bestehende Kunden zu halten                                           |               |               |               |               |              |              |               |
| Einschätzung                                                                                                  |               |               |               |               |              |              |               |
| Deloitte Attraktivitäts- und Bindungsindex (DABI) <sup>1)</sup>                                               | Gering        | Gering        | Hoch          | Mittel        | Mittel       | Gering       | Mittel        |
| Vertriebsstärke                                                                                               | Hoch          | Mittel        | Gering        | Mittel        | Hoch         | Mittel       | Gering        |
| Kundenzufriedenheit<br>(Ø Comparis, Bonus, Ktipp, Moneyland)                                                  | Gering        | Mittel        | Gering        | Hoch          | Mittel       | Gering       | Mittel        |
| Fähigkeit, mit einem wachsenden Kundenstamm aus Sicht der betrieblichen und finanziellen Stabilität umzugehen |               |               |               |               |              |              |               |
| Einschätzung                                                                                                  |               |               |               |               |              |              | <sup>3)</sup> |
| Solvenzquote (ggü Vorjahr)                                                                                    | 129% (+13 pp) | 134% (+26 pp) | 151% (-12 pp) | 124% (-15 pp) | 126% (-5 pp) | 106% (+3 pp) | 166% (+26 pp) |
| Operative Veränderungen <sup>2)</sup>                                                                         | Wenige        | Wenige        | Wenige        | Wenige        | Mittel       | Wenige       | Wenige        |
| GL / VR Wechsel <sup>2)</sup>                                                                                 | Mittel        | Wenige        | Mittel        | Wenige        | Hoch         | Mittel       | Wenige        |

Reihenfolge: Die Darstellung ist nach absteigendem Gesamtergebnis sortiert

Quelle: Bundesamt für Gesundheit, 2026; Deloitte Analyse, 2026; Comparis, 2026; K-Tipp, 2026; bonus.ch, 2026; moneyland, 2026.

1) Deloitte Analyse basierend auf BAG-Daten (siehe Methodik auf Seite 37).

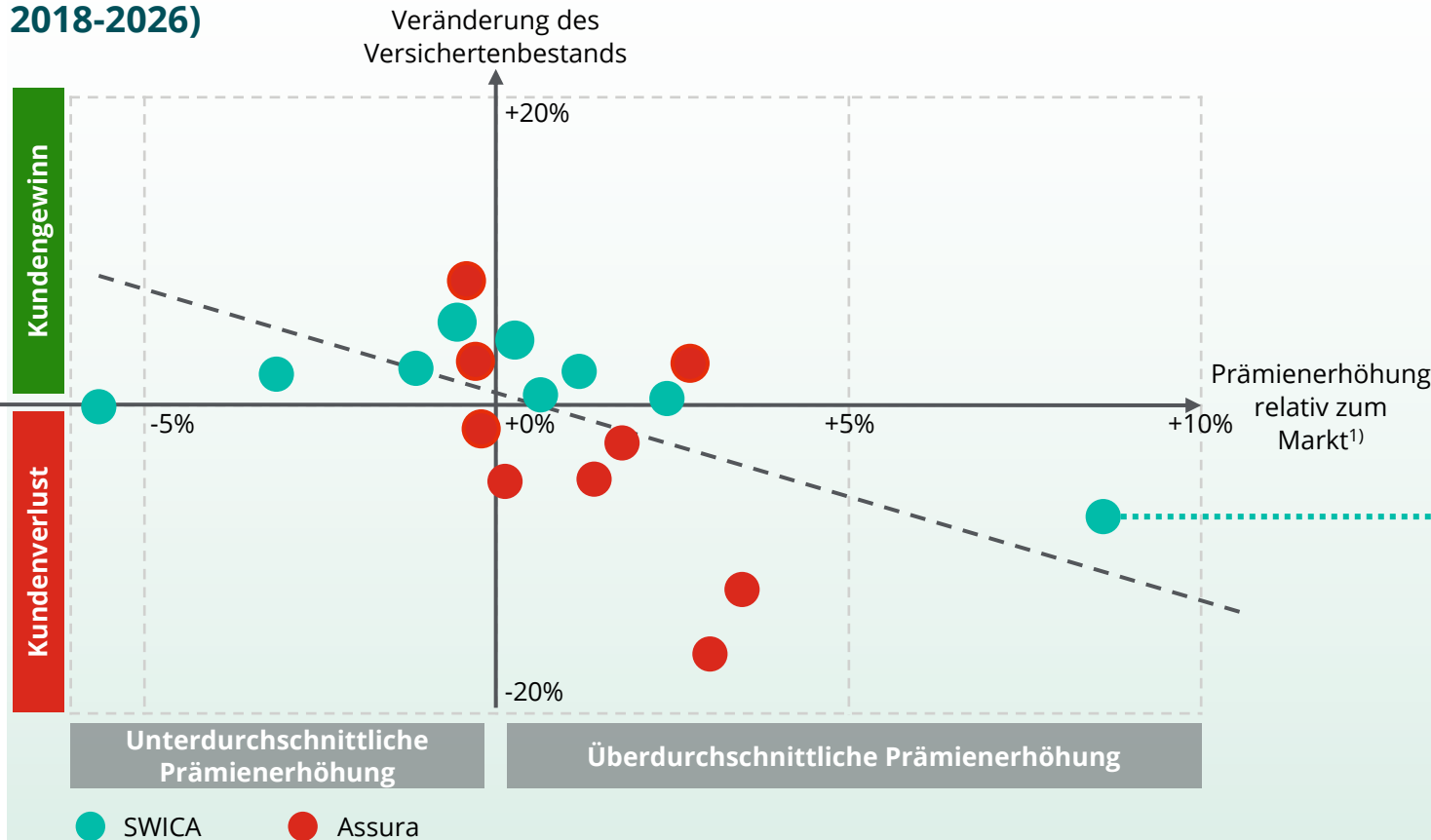
2) Deloitte Einschätzung (operative Veränderungen: interne Transformationen, grosse IT-Implementierungen, etc.).

3) Trotz tiefer operativen Veränderungen sowie C-Level Wechsel wird die Fähigkeit mit einem wachsenden Kundenstamm umzugehen basierend auf unserer Erfahrung als gering eingestuft.

## B1 Deloitte Attraktivitäts- und Bindungsindex (DABI) für Krankenversicherer

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

### DABI: Illustration anhand der Beispiele Assura und SWICA (Prämienjahre 2018-2026)



Quelle: Bundesamt für Gesundheit, 2026; Deloitte Analyse, 2026

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

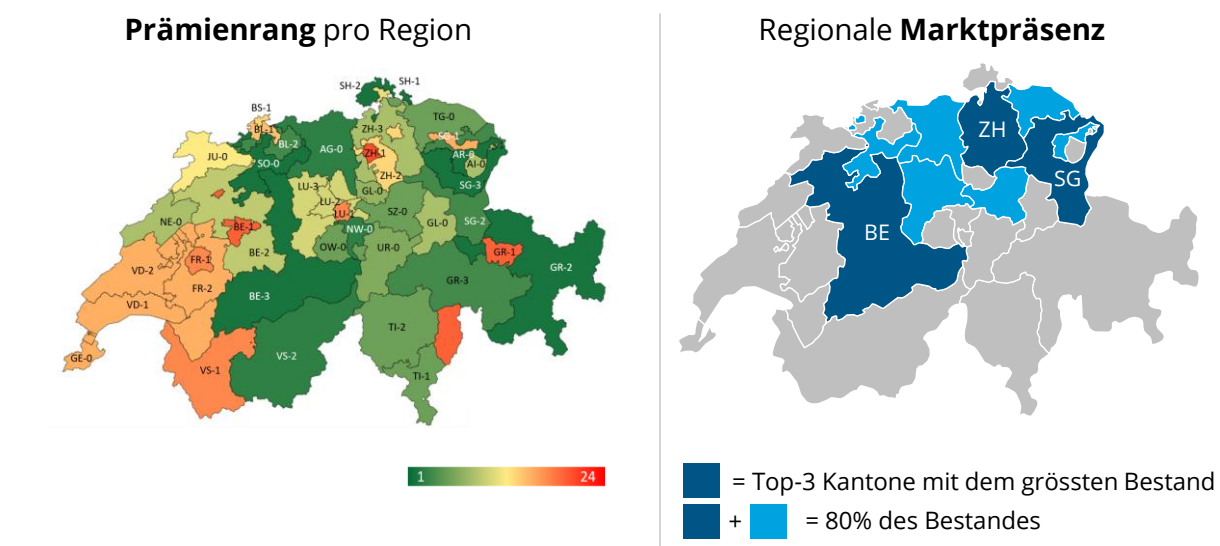
#### Lesebeispiel:

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.

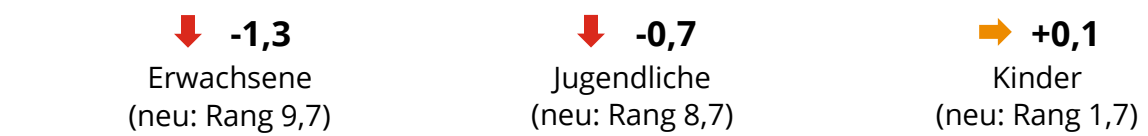
# Agrisano erzielt insb. in der Deutschschweiz und ausserhalb der Städte gute Prämienränge

## Agrisano | Marktposition und Factsheet

### OKP-Prämienrang und Marktpresenz



### Prämienrang pro Altersgruppe (durchschnittlich<sup>1)</sup>)



Quelle: Webseiten Krankenversicherer, 2025 – 26; opendata.swiss, 2026; FINMA, 2026; Bundesamt für Gesundheit, 2026; Comparis, 2026; K-Tipp, 2026; bonus.ch, 2026; moneyland, 2026;  
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 Agrisano Krankenkasse AG erzielt 2025 einen Verlust von CHF 27,8 Mio., die Agrisano Versicherungen AG erzielt einen Gewinn von CHF 5,7 Mio.

Martin Becker übernimmt per Oktober 2026 die Geschäftsführung von Agrisano.

Dominic Dinkel übernimmt per September 2026 den Geschäftsbereich Produkt- und Vertriebsmanagement.

Agrisano konnte die Verwaltungskosten pro versicherter Person weiter senken – mit CHF 154 liegen diese deutlich unter dem Schweizer Durchschnitt.

### Andere „Facts und Figures“

|              |                    |              |                    |
|--------------|--------------------|--------------|--------------------|
| CHF 687 Mio. | OKP-Prämienvolumen | CHF 40 Mio.  | VVG-Prämienvolumen |
| 166%         | Solvenzquote       | CHF 101 Mio. | Risikoaussgleich   |
| 197k         | OKP-Kunden         | 11 - 30      | Standorte          |

### Kundenzufriedenheits-Umfragen

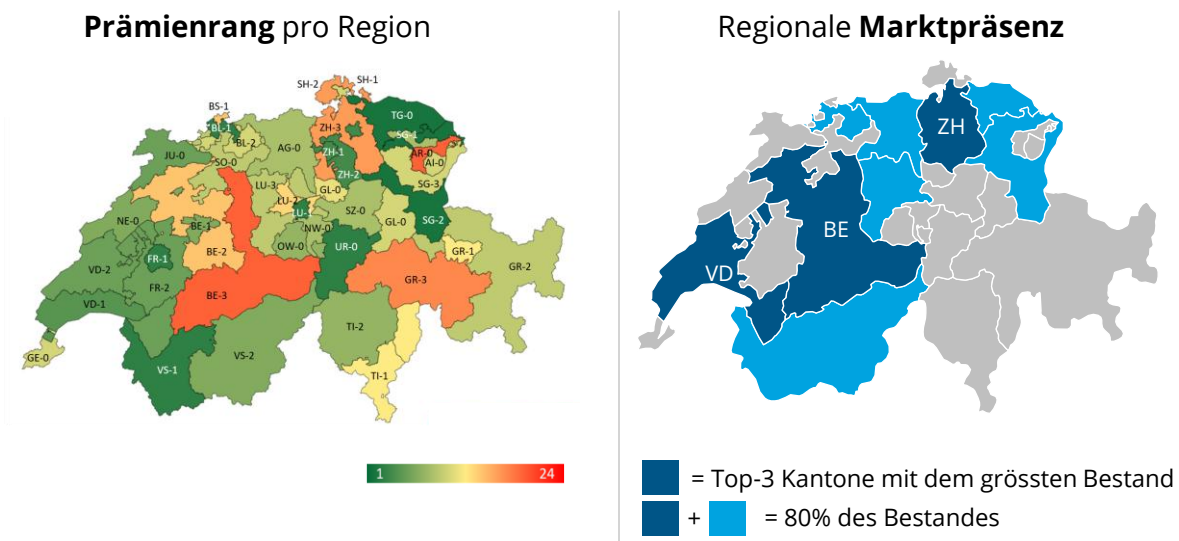
|               | Comparis | K-Tipp | Bonus.ch | Moneyland.ch |
|---------------|----------|--------|----------|--------------|
| Rang (Gesamt) | 13 / 15  | 6 / 13 | 5 / 16   | n/a          |

**Legende «Facts und Figures»:** OKP-Prämienvolumen (CH) = Verdiente Prämien 2025, VVG-Prämienvolumen = 2025, Solvenzquote = Solvenzttest 2026, Risikoaussgleich = 2025, OKP-Kunden = CH per 01.01.26 + EU-Durchschnitt 2025 (197k + 0.2k), Standorte = mit Kundenberatung  
**Farblegende:** grün = vorderstes Drittel, gelb = mittleres Drittel, rot = hinteres Drittel

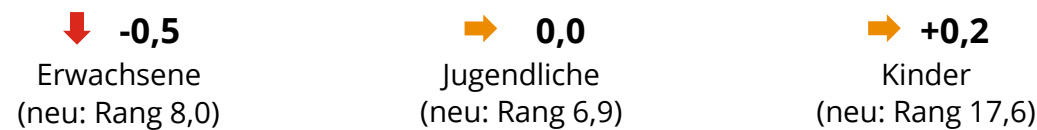
# Atupri weist eine stabile Prämienposition und gestärkte Solvenzquote auf

## Atupri | Marktposition und Factsheet

### OKP-Prämienrang und Marktpresenz



### Prämienrang pro Altersgruppe (durchschnittlich<sup>1)</sup>)



Quelle: Webseiten Krankenversicherer, 2025 – 26; opendata.swiss, 2026; FINMA, 2026; Bundesamt für Gesundheit, 2026; Comparis, 2026; K-Tipp, 2026; bonus.ch, 2026; moneyland, 2026;  
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

Atupri weist für 2025 einen Jahresgewinn von CHF 18,5 Mio. aus, rund CHF 10 Mio. niedriger als 2024.

Der digitale Medikamenten-Assistent Medi+ wird allen OKP-Kunden zur Verfügung gestellt.

Im Kanton Bern finanziert Atupri die Notfall-Finder-App gemeinsam mit dem Kanton und anderen Krankenversicherungen zur besseren Orientierung von Personen in medizinischen Notfällen.

Atupri veröffentlicht Kundenmagazine zu Gesundheitsthemen wie Energie-Balance und Longevity und positioniert sich damit als Gesundheitspartner.

### Andere „Facts und Figures“

|                     |                         |                    |                         |
|---------------------|-------------------------|--------------------|-------------------------|
| <b>CHF 813 Mio.</b> | OKP-Prämien-<br>volumen | <b>CHF 87 Mio.</b> | VVG-Prämien-<br>volumen |
| <b>139%</b>         | Solvenzquote            | <b>CHF 22 Mio.</b> | Risikoaussgleich        |
| <b>184k</b>         | OKP-Kunden              | <b>0 - 10</b>      | Standorte               |

### Kundenzufriedenheits-Umfragen

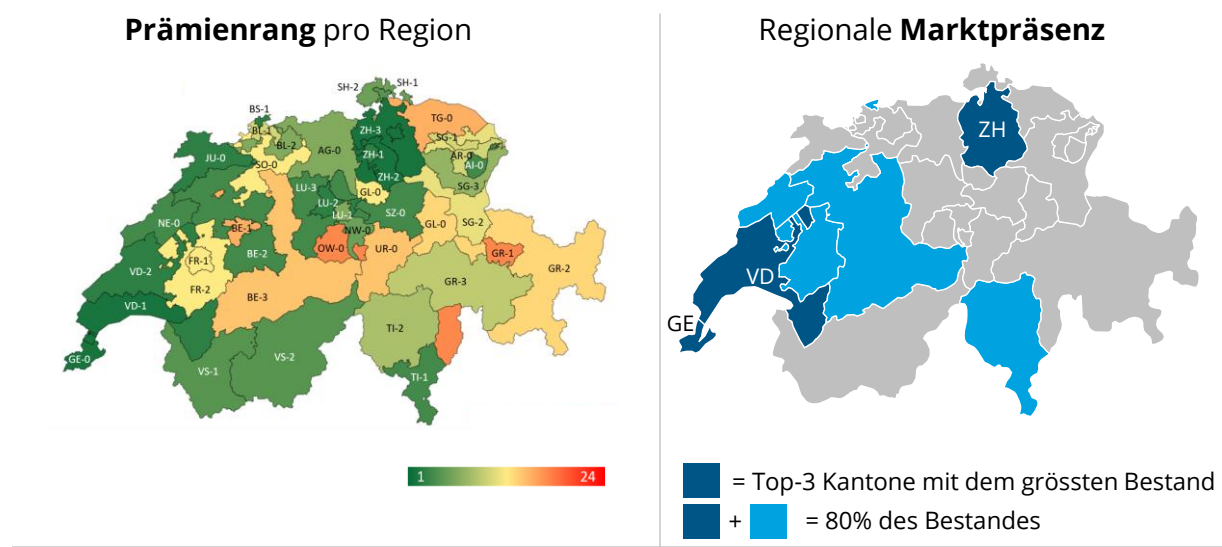
|                      | Comparis       | K-Tipp        | Bonus.ch      | Moneyland.ch  |
|----------------------|----------------|---------------|---------------|---------------|
| <b>Rang (Gesamt)</b> | <b>10 / 15</b> | <b>6 / 13</b> | <b>5 / 16</b> | <b>5 / 12</b> |

**Legende «Facts und Figures»:** OKP-Prämienvolumen (CH) = Verdiente Prämien 2025, VVG-Prämienvolumen = 2025, Solvenzquote = Solvenzttest 2026, Risikoaussgleich = 2025, OKP-Kunden = CH per 01.01.26 + EU-Durchschnitt 2025 (184k + 0k), Standorte = mit Kundenberatung  
**Farblegende:** grün = vorderstes Drittel, gelb = mittleres Drittel, rot = hinteres Drittel

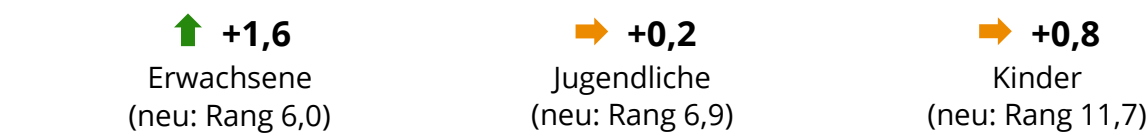
# Assura konnte Positionierung weiter verbessern, Solvenzquote nur knapp über 100%

## Assura | Marktposition und Factsheet

### OKP-Prämienrang und Marktpresenz



### Prämienrang pro Altersgruppe (durchschnittlich<sup>1)</sup>)



Quelle: Webseiten Krankenversicherer, 2025 – 26; opendata.swiss, 2026; FINMA, 2026; Bundesamt für Gesundheit, 2026; Comparis, 2026; K-Tipp, 2026; bonus.ch, 2026; moneyland, 2026;  
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

Assura schreibt 2025 einen Nettogewinn von CHF 58 Mio.  
Christophe Guillemot wird im Mai 2026 zum VRP ernannt.  
Nicole Blöchliger übernimmt per Mai 2026 den Geschäftsbereich Allgemeine Dienste.  
Mario Bernasconi übernimmt per September 2026 den Geschäftsbereich Entwicklung und Marketing.  
Ab 2027 lancieren Assura und das Ensemble hospitalier de la Côte das neue Versicherungsmodell «Hôpital de confiance» mit 10-15% Prämienrabatt, das Spitalbehandlungen über ein zentrales Netzwerk koordiniert.

### Andere „Facts und Figures“

|                |                    |              |                    |
|----------------|--------------------|--------------|--------------------|
| CHF 3'464 Mio. | OKP-Prämienvolumen | CHF 294 Mio. | VVG-Prämienvolumen |
| 106%           | Solvenzquote       | CHF 531 Mio. | Risikoausgleich    |
| 723k           | OKP-Kunden         | 11 - 30      | Standorte          |

### Kundenzufriedenheits-Umfragen

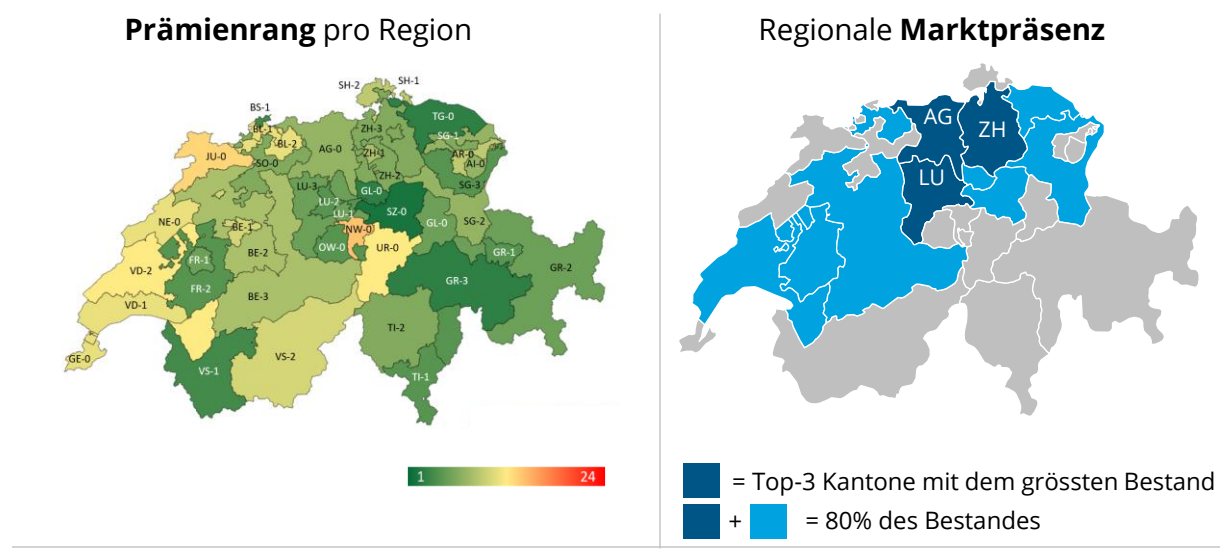
|               | Comparis | K-Tipp  | Bonus.ch | Moneyland.ch |
|---------------|----------|---------|----------|--------------|
| Rang (Gesamt) | 15 / 15  | 13 / 13 | 16 / 16  | 12 / 12      |

**Legende «Facts und Figures»:** OKP-Prämienvolumen (CH) = Verdiente Prämien 2025, VVG-Prämienvolumen = 2025, Solvenzquote = Solvenzttest 2026, Risikoausgleich = 2025, OKP-Kunden = CH per 01.01.26 + EU-Durchschnitt 2025 (722k + 1.5k), Standorte = mit Kundenberatung  
**Farblegende:** grün = vorderstes Drittel, gelb = mittleres Drittel, rot = hinteres Drittel

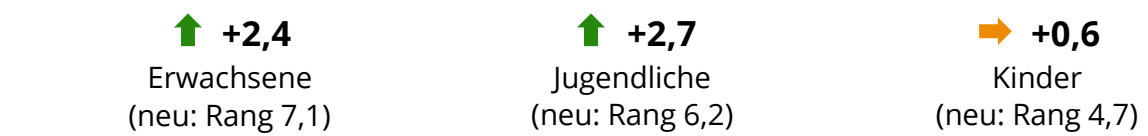
# Concordia konnte Prämienränge in verschiedenen Landesteilen weiter ausbauen

## Concordia | Marktposition und Factsheet

### OKP-Prämienrang und Marktpresenz



### Prämienrang pro Altersgruppe (durchschnittlich<sup>1)</sup>)



Quelle: Webseiten Krankenversicherer, 2025 – 26; opendata.swiss, 2026; FINMA, 2026; Bundesamt für Gesundheit, 2026; Comparis, 2026; K-Tipp, 2026; bonus.ch, 2026; moneyland, 2026;  
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

Concordia erzielte 2025 ein Ergebnis von CHF 84 Mio.

Gianina Viglino-Caviezel und Felix Weber werden im Juni 2026 in den Verwaltungsrat gewählt.

Daniel Burkhard übernimmt per April 2026 die Geschäftseinheit Markt.

Concordia lanciert im Herbst 2026 zusammen mit ihrer Tochter Monvia sogenannte «Carepoints» in Regionen mit Hausarztmangel: speziell ausgebildete Pflegefachleute führen dort Routineuntersuchungen und erste Kontrollen durch.

### Andere „Facts und Figures“

|                |                    |              |                    |
|----------------|--------------------|--------------|--------------------|
| CHF 2'879 Mio. | OKP-Prämienvolumen | CHF 527 Mio. | VVG-Prämienvolumen |
| 210%           | Solvenzquote       | CHF -25 Mio. | Risikoaussgleich   |
| 676k           | OKP-Kunden         | >100         | Standorte          |

### Kundenzufriedenheits-Umfragen

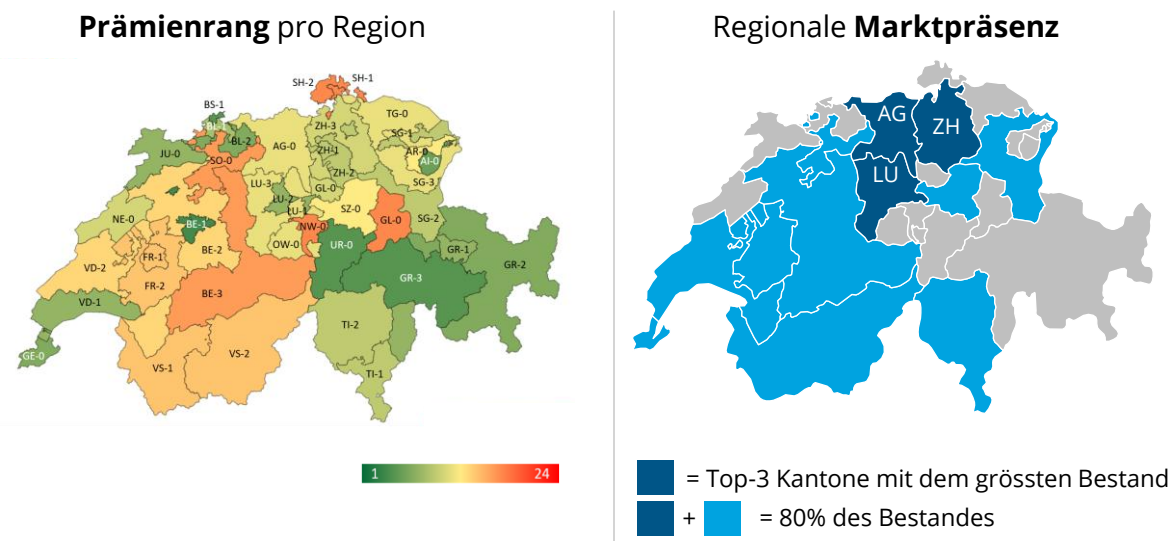
|               | Comparis | K-Tipp | Bonus.ch | Moneyland.ch |
|---------------|----------|--------|----------|--------------|
| Rang (Gesamt) | 4 / 15   | 9 / 13 | 5 / 16   | 5 / 12       |

**Legende «Facts und Figures»:** OKP-Prämienvolumen (CH) = Verdiente Prämien 2025, VVG-Prämienvolumen = 2025, Solvenzquote = Solvenzttest 2026, Risikoaussgleich = 2025, OKP-Kunden = CH per 01.01.26 + EU-Durchschnitt 2025 (675k + 1.5k), Standorte = mit Kundenberatung  
**Farblegende:** grün = vorderstes Drittel, gelb = mittleres Drittel, rot = hinteres Drittel

# CSS hat eine herausfordernde Prämienlage und erneuerte Geschäftsleitung

## CSS | Marktposition und Factsheet

### OKP-Prämienrang und Marktpresenz



### Prämienrang pro Altersgruppe (durchschnittlich<sup>1)</sup>)



Quelle: Webseiten Krankenversicherer, 2025 – 26; opendata.swiss, 2026; FINMA, 2026; Bundesamt für Gesundheit, 2026; Comparis, 2026; K-Tipp, 2026; bonus.ch, 2026; moneyland, 2026;  
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

Pascal Perritaz übernimmt per Okt. 2026 den Geschäftsbereich Finanzen.  
Elias Frühauf übernimmt per Sep. 2026 den Geschäftsbereich Kunde & Markt.  
Florian Maurer übernimmt per Nov. 2026 den Geschäftsbereich ICT & Data.  
CSS Lebensversicherung AG erhält die FINMA-Betriebsbewilligung und startet ab Januar 2026 als eigenständiger Lebensversicherer im Markt.  
CSS lanciert in BE, LU und NE integrierte Versorgungsnetzwerke zur Verbesserung der Betreuung von Chronikern und der Nachsorge nach Spitalaufenthalten.  
In Zusammenarbeit mit dem EPFL Innovation Park lanciert die CSS die «Pilot Factory» als Förderangebot für digitale Gesundheitsinnovationen.

### Andere „Facts und Figures“

|                |                     |                |                     |
|----------------|---------------------|----------------|---------------------|
| CHF 6'442 Mio. | OKP-Prämien-volumen | CHF 1'280 Mio. | VVG-Prämien-volumen |
| 126%           | Solvenzquote        | CHF -311 Mio.  | Risikoaussgleich    |
| 1'560k         | OKP-Kunden          | >100           | Standorte           |

### Kundenzufriedenheits-Umfragen

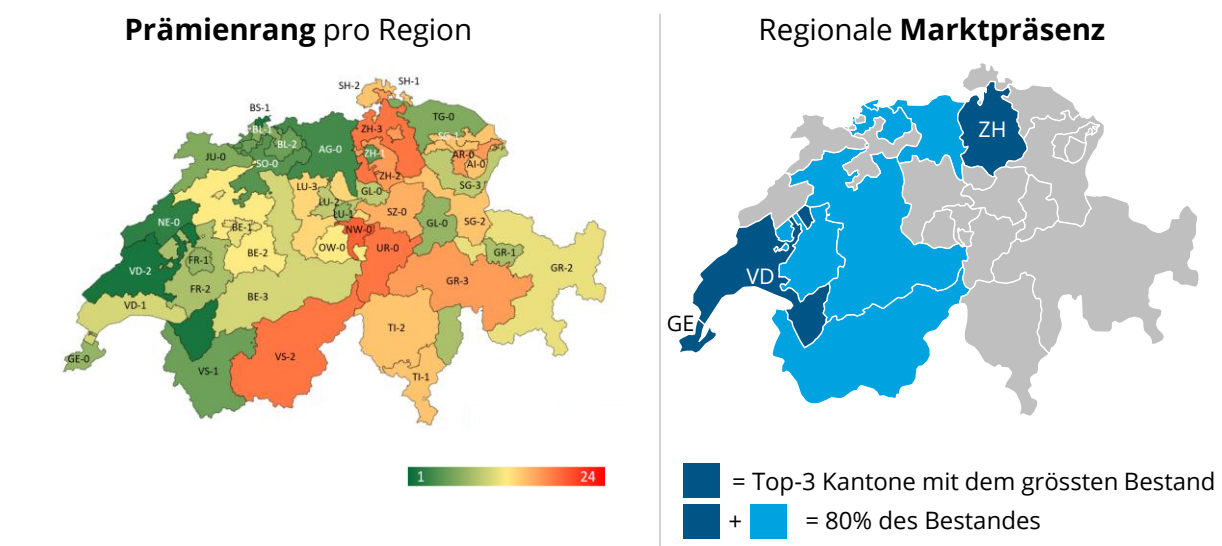
|               | Comparis | K-Tipp | Bonus.ch | Moneyland.ch |
|---------------|----------|--------|----------|--------------|
| Rang (Gesamt) | 10 / 15  | 5 / 13 | 5 / 16   | 8 / 12       |

**Legende «Facts und Figures»:** OKP-Prämienvolumen (CH) = Verdiente Prämien 2025, VVG-Prämienvolumen = 2025, Solvenzquote = Solvenzttest 2026, Risikoaussgleich = 2025, OKP-Kunden = CH per 01.01.26 + EU-Durchschnitt 2025 (1'556k + 5k), Standorte = mit Kundenberatung  
**Farblegende:** grün = vorderstes Drittel, gelb = mittleres Drittel, rot = hinteres Drittel

# Groupe Mutuel verbessert Prämienlage leicht, Solvenzquote steigt auf knapp 130%

## Groupe Mutuel | Marktposition und Factsheet

### OKP-Prämienrang und Marktpresenz



### Prämienrang pro Altersgruppe (durchschnittlich<sup>1)</sup>)



Quelle: Webseiten Krankenversicherer, 2025 – 26; opendata.swiss, 2026; FINMA, 2026; Bundesamt für Gesundheit, 2026; Comparis, 2026; K-Tipp, 2026; bonus.ch, 2026; moneyland, 2026;  
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

Marcel Napierala wird im Juni 2026 in den Verwaltungsrat berufen.

Groupe Mutuel und Mistral sind eine Partnerschaft zur Entwicklung von KI-Tools eingegangen. Ziel ist die Stärkung der internen KI-Kultur sowie die Verschlinkung von Prozessen mittels KI.

Dank einer Partnerschaft mit Neho kann Groupe Mutuel ihr Produktangebot im Immobilienbereich erweitern und Kunden von der Finanzierung bis hin zum Kauf oder Verkauf betreuen.

Groupe Mutuel lanciert ProtectLife als innovative Lösung rund um eine mögliche «4. Säule» als Vorsorgeprodukt, das auch Gesundheitsthemen abdeckt.

### Andere „Facts und Figures“

|                       |                    |                      |                    |
|-----------------------|--------------------|----------------------|--------------------|
| <b>CHF 4'794 Mio.</b> | OKP-Prämienvolumen | <b>CHF 766 Mio.</b>  | VVG-Prämienvolumen |
| <b>129%</b>           | Solvenzquote       | <b>CHF -282 Mio.</b> | Risikoausgleich    |
| <b>935k</b>           | OKP-Kunden         | <b>31 - 50</b>       | Standorte          |

### Kundenzufriedenheits-Umfragen

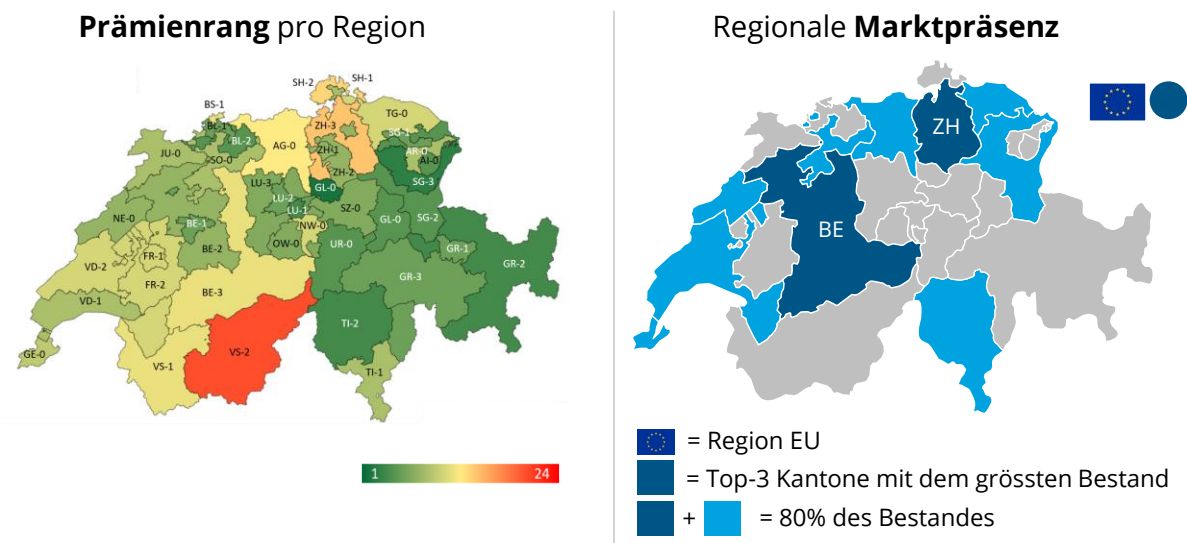
|               | Comparis       | K-Tipp         | Bonus.ch      | Moneyland.ch   |
|---------------|----------------|----------------|---------------|----------------|
| Rang (Gesamt) | <b>13 / 15</b> | <b>12 / 13</b> | <b>5 / 16</b> | <b>11 / 12</b> |

**Legende «Facts und Figures»:** OKP-Prämienvolumen (CH) = Verdiente Prämien 2025, VVG-Prämienvolumen = 2025, Solvenzquote = Solvenzttest 2026, Risikoausgleich = 2025, OKP-Kunden = CH per 01.01.26 + EU-Durchschnitt 2025 (924k + 11k), Standorte = mit Kundenberatung  
**Farblegende:** grün = vorderstes Drittel, gelb = mittleres Drittel, rot = hinteres Drittel

# Helsana mit leicht reduzierter Prämienattraktivität, starker Solvenz & Kundenzufriedenheit

## Helsana | Marktposition und Factsheet

### OKP-Prämienrang und Marktpräsenz



### Prämienrang pro Altersgruppe (durchschnittlich<sup>1)</sup>)

↓ **-2,1**  
Erwachsene  
(neu: Rang 8,3)

↓ **-0,8**  
Jugendliche  
(neu: Rang 14,7)

→ **+0,2**  
Kinder  
(neu: Rang 13,7)

Quelle: Webseiten Krankenversicherer, 2025 – 26; opendata.swiss, 2026; FINMA, 2026; Bundesamt für Gesundheit, 2026; Comparis, 2026; K-Tipp, 2026; bonus.ch, 2026; moneyland, 2026;  
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 erzielt 2025 ein Jahresergebnis von CHF 357 Mio.

Daniel Liedtke übernimmt per Januar 2026 das Präsidium des Verwaltungsrats.

Frank Juliano wird in den Verwaltungsrat gewählt; mit dem Rücktritt von Michèle Sutter-Rüdisser, Joachim Masur und Yves Cuendet wird der Verwaltungsrat von 9 auf 7 Personen verkleinert.

In Zusammenarbeit mit der Privatklinik Hohenegg bietet Helsana für Unternehmen ein Resilienz-Paket an, um die mentale Gesundheit ihrer Mitarbeitenden zu stärken.

Die SBB übernehmen 49% der Helsana-Tochter HMS (Health & Medical Service), die medizinische Dienstleistungen für Unternehmen (insb. SBB) erbringt.

### Andere „Facts und Figures“

|                       |                     |                       |                     |
|-----------------------|---------------------|-----------------------|---------------------|
| <b>CHF 6'376 Mio.</b> | OKP-Prämien-volumen | <b>CHF 1'355 Mio.</b> | VVG-Prämien-volumen |
| <b>138%</b>           | Solvenzquote        | <b>CHF -190 Mio.</b>  | Risikoaussgleich    |
| <b>1'590k</b>         | OKP-Kunden          | <b>31 - 50</b>        | Standorte           |

### Kundenzufriedenheits-Umfragen

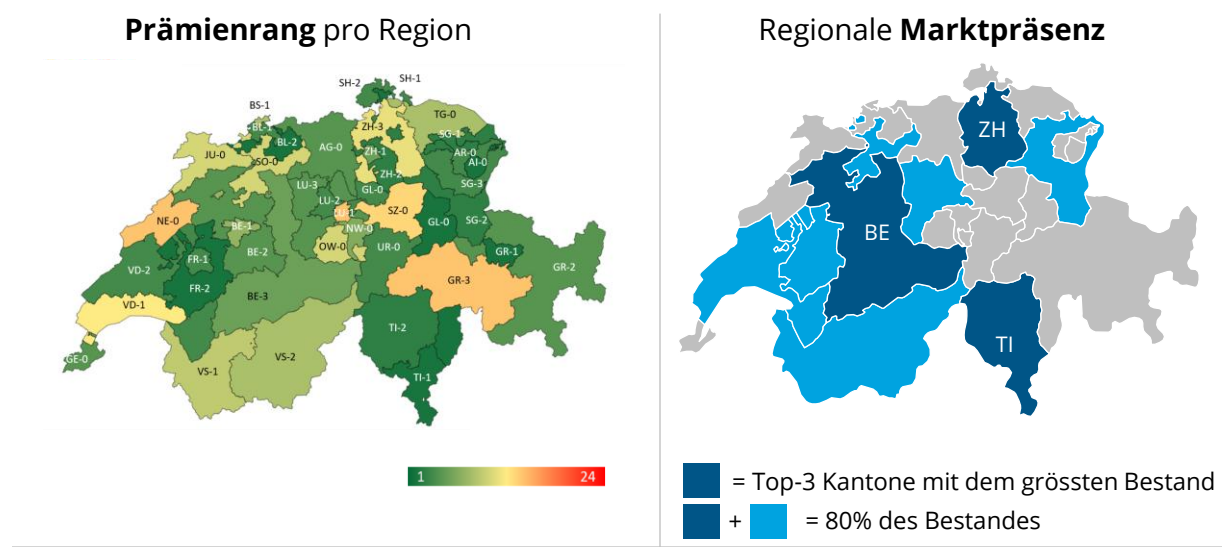
|               | Comparis      | K-Tipp        | Bonus.ch      | Moneyland.ch  |
|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Rang (Gesamt) | <b>1 / 15</b> | <b>2 / 13</b> | <b>5 / 16</b> | <b>1 / 12</b> |

**Legende «Facts und Figures»:** OKP-Prämienvolumen (CH) = Verdiente Prämien 2025, VVG-Prämienvolumen = 2025, Solvenzquote = Solvenzttest 2026, Risikoaussgleich = 2025, OKP-Kunden = CH per 01.01.26 + EU-Durchschnitt 2025 (1'438k + 152k), Standorte = mit Kundenberatung  
**Farblegende:** grün = vorderstes Drittel, gelb = mittleres Drittel, rot = hinteres Drittel

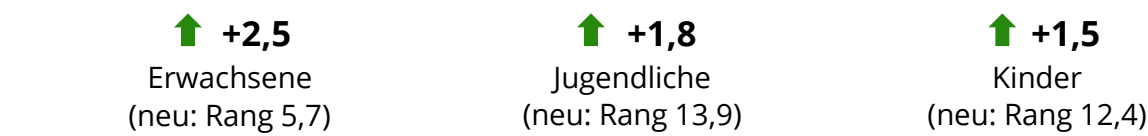
# KPT verbessert die Prämienränge stark, Solvenzquote wieder deutlich > 100%

## KPT | Marktposition und Factsheet

### OKP-Prämienrang und Marktpresenz



### Prämienrang pro Altersgruppe (durchschnittlich<sup>1)</sup>)



### News: Selektiver Auszug der vergangenen 12 Monate

Franziska König wurde im April 2026 in den Verwaltungsrat gewählt.

Peter Hug wird ab Juni 2027 CEO der KPT. Er folgt auf Thomas Harnischberg, der vorerst den Verwaltungsrat beraten wird und anschliessend per 2028 zur Wahl in den Verwaltungsrat vorgeschlagen wird.

Maurizio Gitto übernimmt per April 2026 den Geschäftsbereich IT.

KPT und die Krebsliga Schweiz geben anlässlich des Weltkrebstags eine strategische Partnerschaft für Sensibilisierung und Prävention bekannt.

### Andere „Facts und Figures“

|                |                    |              |                    |
|----------------|--------------------|--------------|--------------------|
| CHF 2'176 Mio. | OKP-Prämienvolumen | CHF 273 Mio. | VVG-Prämienvolumen |
| 134%           | Solvenzquote       | CHF -74 Mio. | Risikoaussgleich   |
| 438k           | OKP-Kunden         | 0 - 10       | Standorte          |

### Kundenzufriedenheits-Umfragen

|               | Comparis | K-Tipp | Bonus.ch | Moneyland.ch |
|---------------|----------|--------|----------|--------------|
| Rang (Gesamt) | 4 / 15   | 4 / 13 | 15 / 16  | 8 / 12       |

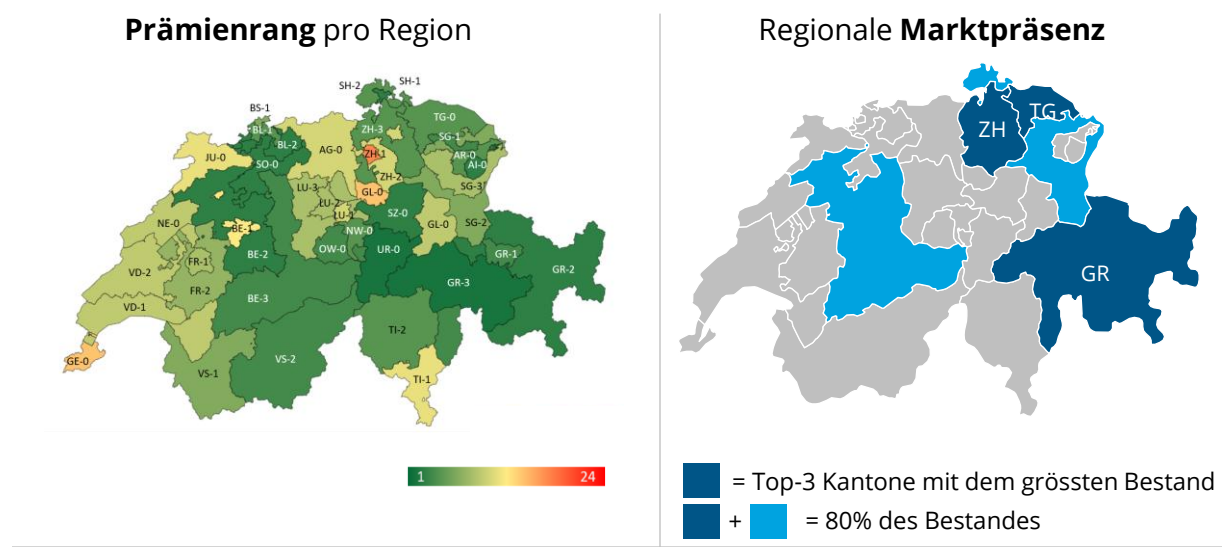
**Legende «Facts und Figures»:** OKP-Prämienvolumen (CH) = Verdiente Prämien 2025, VVG-Prämienvolumen = 2025, Solvenzquote = Solvenzttest 2026, Risikoaussgleich = 2025, OKP-Kunden = CH per 01.01.26 + EU-Durchschnitt 2025 (434k + 3k), Standorte = mit Kundenberatung

**Farblegende:** grün = vorderstes Drittel, gelb = mittleres Drittel, rot = hinteres Drittel

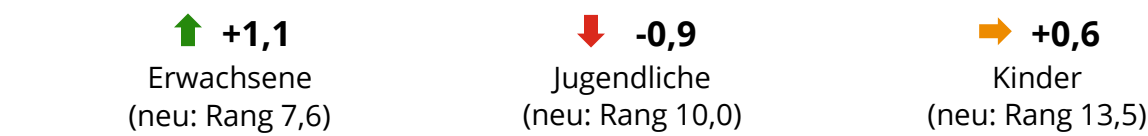
# ÖKK mit sehr guten Prämienrängen auch ausserhalb der Stammgebiete

## ÖKK | Marktposition und Factsheet

### OKP-Prämienrang und Marktpresenz



### Prämienrang pro Altersgruppe (durchschnittlich<sup>1)</sup>)



Quelle: Webseiten Krankenversicherer, 2025 – 26; opendata.swiss, 2026; FINMA, 2026; Bundesamt für Gesundheit, 2026; Comparis, 2026; K-Tipp, 2026; bonus.ch, 2026; moneyland, 2026;  
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

ÖKK erweitert im Juni 2026 den Stiftungsrat auf 25 Mitglieder und wählt Clara Caminada in den Verwaltungsrat.

Verena Muth übernimmt per Januar 2026 den Geschäftsbereich Informatik.

Stefanie Bernet übernimmt per August 2026 den Geschäftsbereich Finanzen.

ÖKK schärft ihren Markenauftritt mit der Leitidee «Bündnerisch gut versichert».

In Zusammenarbeit mit dem Kantonsspital Graubünden startet ÖKK das Pilotprojekt hospital@home, mit welchem die stationäre Spitalbehandlung ausserhalb der Spitalmauern pilotiert werden soll.

### Andere „Facts und Figures“

|              |                         |              |                         |
|--------------|-------------------------|--------------|-------------------------|
| CHF 812 Mio. | OKP-Prämien-<br>volumen | CHF 114 Mio. | VVG-Prämien-<br>volumen |
| 124%         | Solvenzquote            | CHF 90 Mio.  | Risikoaussgleich        |
| 224k         | OKP-Kunden              | 11 - 30      | Standorte               |

### Kundenzufriedenheits-Umfragen

|               | Comparis | K-Tipp  | Bonus.ch | Moneyland.ch |
|---------------|----------|---------|----------|--------------|
| Rang (Gesamt) | 1 / 15   | 11 / 13 | 3 / 16   | 1 / 12       |

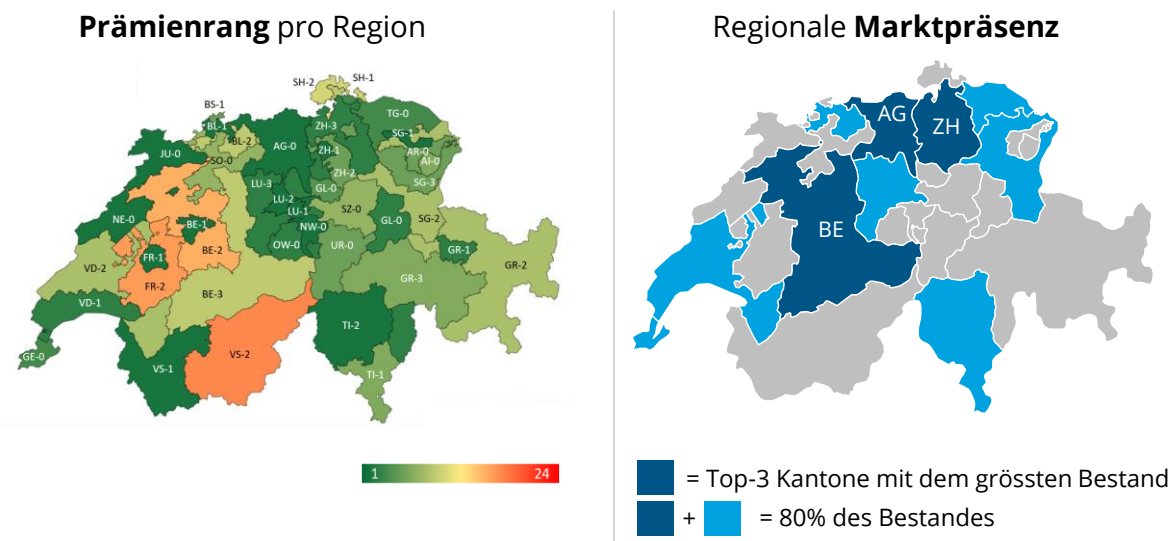
**Legende «Facts und Figures»:** OKP-Prämienvolumen (CH) = Verdiente Prämien 2025, VVG-Prämienvolumen = 2025, Solvenzquote = Solvenzttest 2026, Risikoaussgleich = 2025, OKP-Kunden = CH per 01.01.26 + EU-Durchschnitt 2025 (223k + 0.3k), Standorte = mit Kundenberatung

**Farblegende:** grün = vorderstes Drittel, gelb = mittleres Drittel, rot = hinteres Drittel

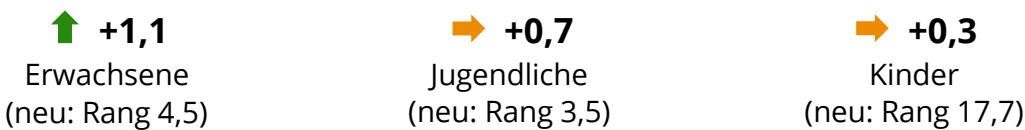
# Sanitas landesweit mit guten Prämienrängen und starker Solvenz

## Sanitas | Marktposition und Factsheet

### OKP-Prämienrang und Marktpresenz



### Prämienrang pro Altersgruppe (durchschnittlich<sup>1)</sup>)



Quelle: Webseiten Krankenversicherer, 2025 – 26; opendata.swiss, 2026; FINMA, 2026; Bundesamt für Gesundheit, 2026; Comparis, 2026; K-Tipp, 2026; bonus.ch, 2026; moneyland, 2026;  
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

Das konsolidierte Ergebnis für 2025 beträgt CHF 125,7 Mio.  
Thomas Belohlavek übernimmt per April 2026 den Geschäftsbereich Vertrieb.  
Mohammad Najm-Araghi übernimmt per September 2026 den Geschäftsbereich IT.  
Alexander Kremer übernimmt per September 2026 den Geschäftsbereich Operations.  
Sanitas lanciert als erste Schweizer Krankenversicherung eine eigene Haustierversicherung für Hunde und Katzen.

### Andere „Facts und Figures“

|                |                     |              |                     |
|----------------|---------------------|--------------|---------------------|
| CHF 2'972 Mio. | OKP-Prämien-volumen | CHF 738 Mio. | VVG-Prämien-volumen |
| 164%           | Solvenzquote        | CHF -18 Mio. | Risikoausgleich     |
| 660k           | OKP-Kunden          | 0 - 10       | Standorte           |

### Kundenzufriedenheits-Umfragen

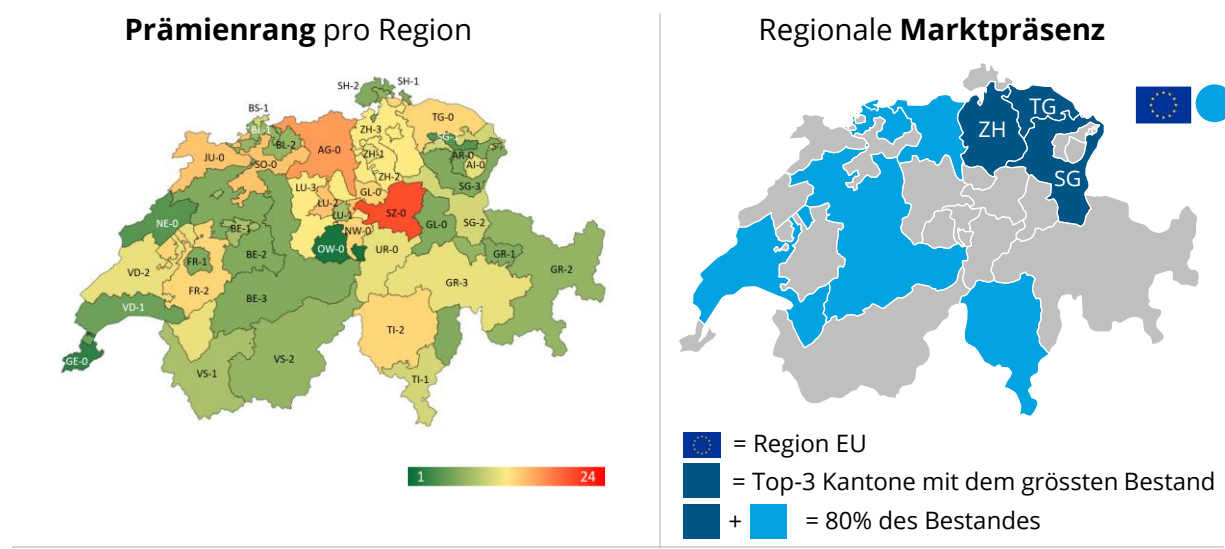
|               | Comparis | K-Tipp | Bonus.ch | Moneyland.ch |
|---------------|----------|--------|----------|--------------|
| Rang (Gesamt) | 4 / 15   | 6 / 13 | 5 / 16   | 1 / 12       |

**Legende «Facts und Figures»:** OKP-Prämienvolumen (CH) = Verdiente Prämien 2025, VVG-Prämienvolumen = 2025, Solvenzquote = Solvenzttest 2026, Risikoausgleich = 2025, OKP-Kunden = CH per 01.01.26 + EU-Durchschnitt 2025 (658k + 2k), Standorte = mit Kundenberatung  
**Farblegende:** grün = vorderstes Drittel, gelb = mittleres Drittel, rot = hinteres Drittel

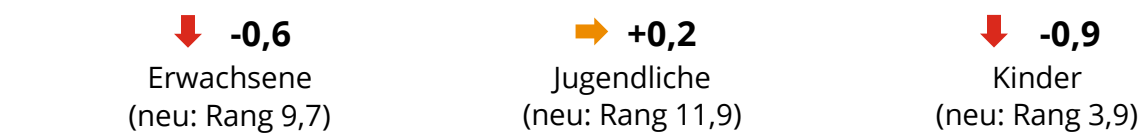
# SWICA mit stabilem Ø-Prämienrang, weiterhin ausgezeichnete Kundenzufriedenheit

## SWICA | Marktposition und Factsheet

### OKP-Prämienrang und Marktpräsenz



### Prämienrang pro Altersgruppe (durchschnittlich<sup>1)</sup>)



Quelle: Webseiten Krankenversicherer, 2025 – 26; opendata.swiss, 2026; FINMA, 2026; Bundesamt für Gesundheit, 2026; Comparis, 2026; K-Tipp, 2026; bonus.ch, 2026; moneyland, 2026;  
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

Mit einem Gewinn von CHF 122,8 Mio. erzielt SWICA 2025 das beste Ergebnis in fünf Jahren.

Achim Baumstark und Michael Willer werden im Juni 2026 in den VR gewählt. Rudolf Bruder wird per November 2026 Nachfolger von CEO Reto Dahinden.

SWICA unterstützte ein Pilotprojekt zur Reduktion von Antibiotikaeinsatz im ambulanten Bereich und senkte die Verschreibungsrate um 12%.

SWICA und das Menopausenzentrum des Inselspitals Bern lancierten MyMeno Insel, ein ganzheitliches Versorgungsprogramm für Frauen in den Wechseljahren, das die fragmentierte medizinische Versorgung in diesem Bereich verbessert.

### Andere „Facts und Figures“

|                |                    |              |                    |
|----------------|--------------------|--------------|--------------------|
| CHF 3'627 Mio. | OKP-Prämienvolumen | CHF 804 Mio. | VVG-Prämienvolumen |
| 130%           | Solvenzquote       | CHF 134 Mio. | Risikoaussgleich   |
| 854k           | OKP-Kunden         | 31 - 50      | Standorte          |

### Kundenzufriedenheits-Umfragen

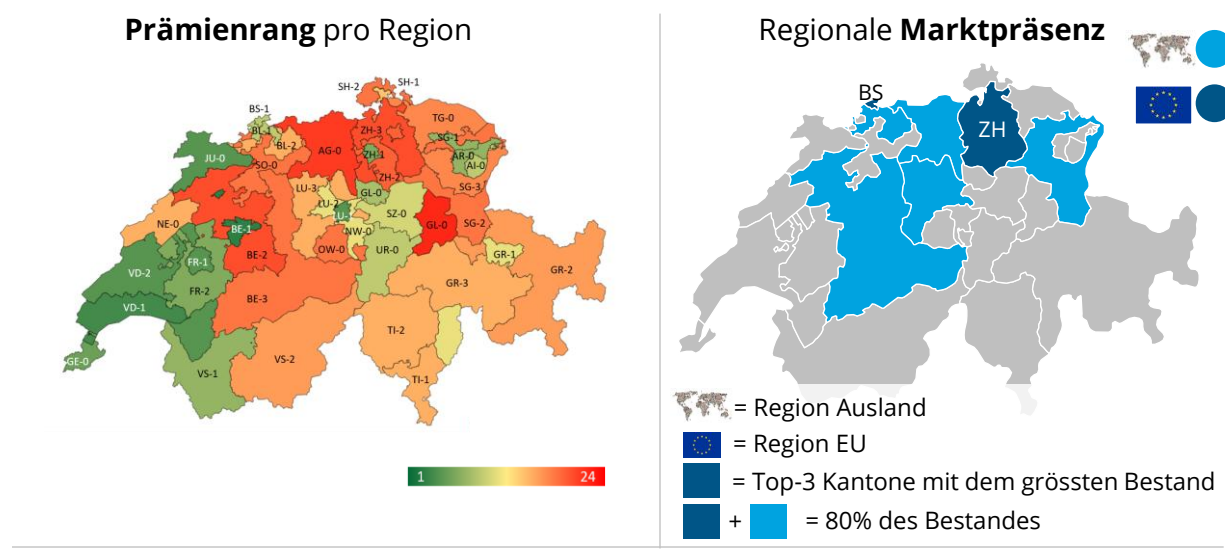
|               | Comparis | K-Tipp | Bonus.ch | Moneyland.ch |
|---------------|----------|--------|----------|--------------|
| Rang (Gesamt) | 1 / 15   | 1 / 13 | 1 / 16   | 1 / 12       |

**Legende «Facts und Figures»:** OKP-Prämienvolumen (CH) = Verdiente Prämien 2025, VVG-Prämienvolumen = 2025, Solvenzquote = Solvenzttest 2026, Risikoaussgleich = 2025, OKP-Kunden = CH per 01.01.26 + EU-Durchschnitt 2025 (826k + 28k), Standorte = mit Kundenberatung  
**Farblegende:** grün = vorderstes Drittel, gelb = mittleres Drittel, rot = hinteres Drittel

# Sympany mit verschlechtertem Ø-Prämienrang und niedriger Kundenzufriedenheit

## Sympany | Marktposition und Factsheet

### OKP-Prämienrang und Marktpräsenz



### Prämienrang pro Altersgruppe (durchschnittlich<sup>1)</sup>)



Quelle: Webseiten Krankenversicherer, 2025 – 26; opendata.swiss, 2026; FINMA, 2026; Bundesamt für Gesundheit, 2026; Comparis, 2026; K-Tipp, 2026; bonus.ch, 2026; moneyland, 2026;  
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

Sympany bleibt in der Gewinnzone und verbessert seinen Gewinn um fast CHF 8 Mio. auf CHF 30 Mio.

Birgit Rutishauser und Andreas Akeret werden per Januar 2027 in den Verwaltungsrat gewählt.

Marco Häfliger übernimmt per März 2026 den Geschäftsbereich Bestandskunden.

Fitim Arifi übernimmt per September 2026 den Geschäftsbereich Markt.

Florian Grunholzer übernimmt per November 2026 den Geschäftsbereich Finanzen, Versicherungstechnik & Unternehmenskundengeschäft.

### Andere „Facts und Figures“

|                       |                    |                     |                    |
|-----------------------|--------------------|---------------------|--------------------|
| <b>CHF 1'068 Mio.</b> | OKP-Prämienvolumen | <b>CHF 169 Mio.</b> | VVG-Prämienvolumen |
| <b>151%</b>           | Solvenzquote       | <b>CHF 100 Mio.</b> | Risikoaussgleich   |
| <b>264k</b>           | OKP-Kunden         | <b>0 - 10</b>       | Standorte          |

### Kundenzufriedenheits-Umfragen

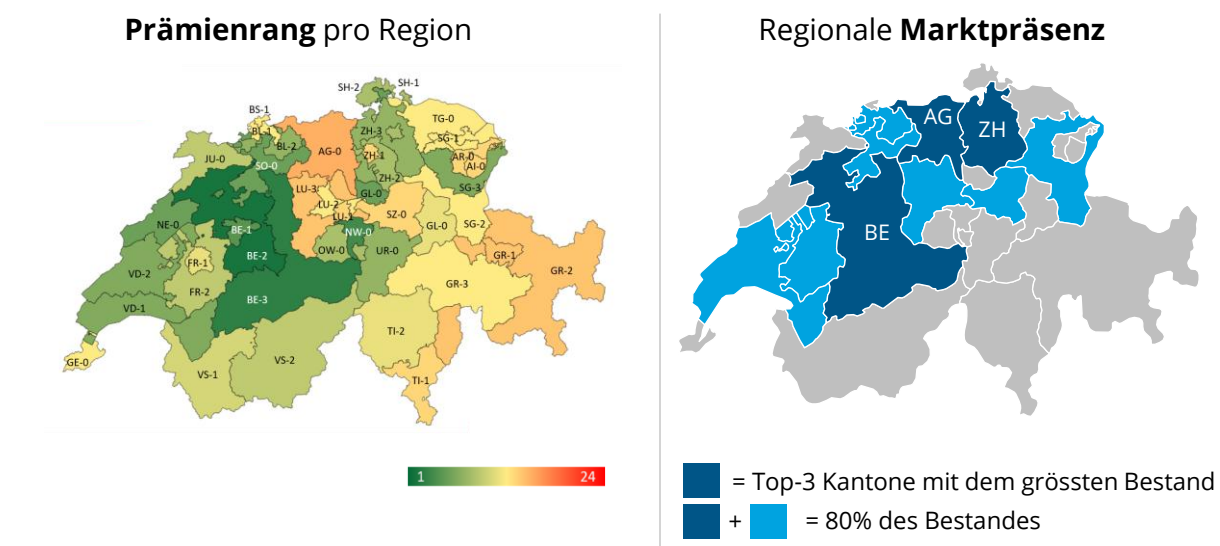
|               | Comparis       | K-Tipp         | Bonus.ch      | Moneyland.ch   |
|---------------|----------------|----------------|---------------|----------------|
| Rang (Gesamt) | <b>10 / 15</b> | <b>10 / 13</b> | <b>5 / 16</b> | <b>10 / 12</b> |

**Legende «Facts und Figures»:** OKP-Prämienvolumen (CH) = Verdiente Prämien 2025, VVG-Prämienvolumen = 2025, Solvenzquote = Solvenzttest 2026, Risikoaussgleich = 2025, OKP-Kunden = CH per 01.01.26 + EU-Durchschnitt 2025 (222k + 43k), Standorte = mit Kundenberatung  
**Farblegende:** grün = vorderstes Drittel, gelb = mittleres Drittel, rot = hinteres Drittel

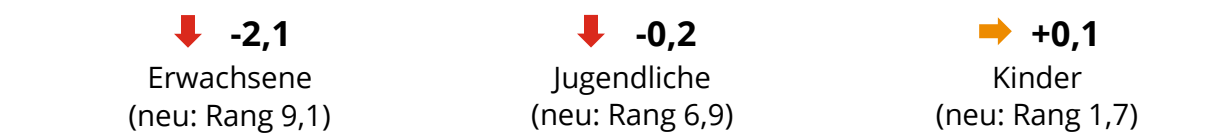
# Visana mit sehr guter Prämienlage in Hauptmärkten, ausserhalb davon leicht reduziert

## Visana | Marktposition und Factsheet

### OKP-Prämienrang und Marktpresenz



### Prämienrang pro Altersgruppe (durchschnittlich<sup>1)</sup>)



### News: Selektiver Auszug der vergangenen 12 Monate

Stefan Zumthor wird per Oktober 2026 neuer CFO der Visana.

Visana erweitert das VIVA-Versorgungsmodell im Raum Bern auf das Aare-Netz.

Der Versicherungsträger vivacare AG wird per 1. Januar 2026 mit Galenos AG fusioniert; Galenos AG übernimmt alle Rechte und Pflichten.

Im Juni 2025 hat Visana das Stadion des FC Thun übernommen; im Mai 2026 wurde das Stadion in VISANA STADION umbenannt.

Visana übernimmt für CHF 115 Mio. die DC Bank von der Burgergemeinde Bern.

Visana übernimmt im August 2026 simpego und stärkt damit die Entwicklung Richtung Allbranchenversicherer.

### Andere „Facts und Figures“

|                       |                    |                      |                    |
|-----------------------|--------------------|----------------------|--------------------|
| <b>CHF 2'873 Mio.</b> | OKP-Prämienvolumen | <b>CHF 666 Mio.</b>  | VVG-Prämienvolumen |
| <b>202%</b>           | Solvenzquote       | <b>CHF -101 Mio.</b> | Risikoausgleich    |
| <b>737k</b>           | OKP-Kunden         | <b>31 - 50</b>       | Standorte          |

### Kundenzufriedenheits-Umfragen

|               | Comparis      | K-Tipp        | Bonus.ch      | Moneyland.ch  |
|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Rang (Gesamt) | <b>4 / 15</b> | <b>2 / 13</b> | <b>5 / 16</b> | <b>5 / 12</b> |

**Legende «Facts und Figures»:** OKP-Prämienvolumen (CH) = Verdiente Prämien 2025, VVG-Prämienvolumen = 2025, Solvenzquote = Solvenzttest 2026, Risikoausgleich = 2025, OKP-Kunden = CH per 01.01.26 + EU-Durchschnitt 2025 (737k + 0.6k), Standorte = mit Kundenberatung

**Farblegende:** grün = vorderstes Drittel, gelb = mittleres Drittel, rot = hinteres Drittel

Quelle: Webseiten Krankenversicherer, 2025 – 26; opendata.swiss, 2026; FINMA, 2026; Bundesamt für Gesundheit, 2026; Comparis, 2026; K-Tipp, 2026; bonus.ch, 2026; moneyland, 2026;  
1) Durchschnittlich im Vergleich zur Bevölkerung pro Prämienregion  
Anmerkung: Für Erwachsene und Jugendliche wurde die 2500 Franchise verwendet, für Kinder die 0 Franchise  
© Deloitte Consulting AG 2026. Alle Rechte vorbehalten.

# Finanzielle Performance und Kosteneffizienz der Krankenversicherer im Vergleich

Kennzahlen zu Bestand, Volumen, Ergebnis und Verwaltungskosten 2025 in der OKP

|                      | OKP-Bestand (Tsd.) | OKP-Prämienvolumen (CHF Mio.) | Versicherungstechnisches Ergebnis CH ohne EU (CHF Mio.) | Ergebnis KVG CH ohne EU (CHF Mio.) | Verwaltungsaufwand (CHF Mio.) | Verwaltungsaufwand pro Person (CHF) | Verwaltungsaufwand in % der verdienten Prämien |
|----------------------|--------------------|-------------------------------|---------------------------------------------------------|------------------------------------|-------------------------------|-------------------------------------|------------------------------------------------|
| <i>Agrisano</i>      | 197                | 687                           | -48                                                     | -30                                | 29                            | 154                                 | 4,3                                            |
| <i>Atupri</i>        | 184                | 813                           | 7                                                       | 19                                 | 45                            | 259                                 | 5,5                                            |
| <i>Assura</i>        | 723                | 3'464                         | 26                                                      | 35                                 | 165                           | 231                                 | 4,8                                            |
| <i>Concordia</i>     | 676                | 2'879                         | -4                                                      | 44                                 | 119                           | 167                                 | 4,1                                            |
| <i>CSS</i>           | 1'560              | 6'442                         | 174                                                     | 241                                | 237                           | 161                                 | 3,7                                            |
| <i>Groupe Mutuel</i> | 935                | 4'794                         | 122                                                     | 160                                | 196                           | 204                                 | 4,1                                            |
| <i>Helsana</i>       | 1'590              | 6'376                         | -162                                                    | -35                                | 228                           | 162                                 | 3,6                                            |
| <i>KPT</i>           | 438                | 2'176                         | 27                                                      | 45                                 | 110                           | 237                                 | 5,1                                            |
| <i>ÖKK</i>           | 224                | 812                           | -28                                                     | -16                                | 38                            | 176                                 | 4,6                                            |
| <i>Sanitas</i>       | 660                | 2'972                         | 67                                                      | 97                                 | 142                           | 221                                 | 4,8                                            |
| <i>SWICA</i>         | 854                | 3'627                         | -47                                                     | -21                                | 169                           | 206                                 | 4,6                                            |
| <i>Sympany</i>       | 264                | 1'068                         | -17                                                     | -3                                 | 48                            | 202                                 | 4,4                                            |
| <i>Visana Gruppe</i> | 737                | 2'873                         | -49                                                     | 14                                 | 141                           | 201                                 | 4,9                                            |

Quelle: Bundesamt für Gesundheit, 2026.

**Hinweis:** OKP-Bestand = CH per 01.01.26 + EU-Durchschnitt 2025. OKP-Prämienvolumen (CH) = Verdiente Prämien 2025.

# Bei Fragen und Anliegen freuen wir uns auf Ihre Kontaktaufnahme

## Das Team hinter der Publikation



**Marcel Thom**  
mthom@deloitte.ch



**Loris Eichenberger**  
loeichenberger@deloitte.ch



**Nadia Stucki**  
nstucki@deloitte.ch



**Nicolas Himmelpach**  
nhimmelpach@deloitte.ch



**Finn Wagner**  
fwagner@deloitte.ch



**Cendrine Wagner**  
cendrinewagner@deloitte.ch



**Stephanie Gross**  
stephaniegross@deloitte.ch

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



# Vielen Dank!

**Dr. Marcel THOM**

Verantwortlicher Partner Deloitte  
Leiter Versicherungen

Deloitte AG  
Pfingstweidstrasse 11  
CH-8005 Zürich  
Schweiz

[mthom@deloitte.ch](mailto:mthom@deloitte.ch)  
[linkedin.com/in/marcel-thom/](https://www.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 selbstständige 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](http://www.deloitte.com/ch/about).