

---

# Nachhaltigkeitsbericht der CSS 2016

gemäss den GRI G4-Richtlinien

---

3	<b>1 Vorwort</b>
4	<b>2 Wirtschaftliche Leistung</b>
4	2.1 Massnahmen zur Senkung der Gesundheitskosten
6	2.2 Angebote der CSS
7	2.3 Innovation
8	<b>3 Kunden</b>
10	<b>4 Mitarbeitende</b>
12	4.1 Gesundheitsvorsorge
13	4.2 Löhne und Sozialleistungen
14	4.3 Mitarbeiterentwicklung
16	<b>5 Ethik und Integrität</b>
16	5.1 Compliance
18	5.2 Politisches Engagement und Mitgliedschaften
18	5.3 Betrugsbekämpfung
18	5.4 Zusammenarbeit mit Vermittlern
19	5.5 Leistungseinkauf
20	<b>6 Gesellschaftliches Engagement</b>
20	6.1 CSS Stiftung
20	6.2 Die CSS als Arbeitgeberin
20	6.3 CSS Institut für empirische Gesundheitsökonomie
20	6.4 CSS Health Lab
21	6.5 Theatergala
21	6.6 Gesundheitspartnerin des SAC
22	<b>7 Umwelt</b>
23	<b>8 Über diesen Bericht</b>
24	<b>9 GRI Inhaltsindex</b>

**Kontakt für weitere Fragen bezüglich Nachhaltigkeit**

Roland Hügi

Chefredaktor

CSS Versicherung

Tribschenstrasse 21/Postfach 2568

CH-6002 Luzern

Telefon: +41 (0)58 277 17 77

[roland.huegi@css.ch](mailto:roland.huegi@css.ch)

Beratung Umsetzung GRI-G4-Richtlinien: Sustainserv, Zürich und Boston

# Vorwort

Den Menschen ein gesundes Leben zu ermöglichen: Das ist eines der Ziele und das Kerngeschäft der CSS als Krankenversicherung. Deshalb setzt sich die CSS dafür ein, dass Gesundheit und Wohlergehen für die Schweizer Bevölkerung bezahlbar bleiben. Die jährlich in Milliardenritten nach oben schnellenden Kosten in der Gesundheitsbranche stellen nicht bloss die Anbieter von Gesundheitsdienstleistungen vor grosse Herausforderungen, sondern letztlich vor allem die Bevölkerung. Denn sie ist es, welche die Kosten zu bezahlen hat, sei es indirekt über die Krankenversicherungsprämien oder direkt aus dem eigenen Portemonnaie.

In diesem Spannungsfeld versucht die CSS seit Jahren, ihren Beitrag zu leisten, um das Gesundheitswesen nachhaltig beeinflussen zu können. Beispiele dafür sind die von der CSS immer wieder geforderte Verfeinerung des Risikoausgleichs, die nun nach und nach erfolgt, oder der TARMED (siehe unten). Auch intern unternimmt sie viel, um die Kostenspirale bremsen zu können; etwa mit der strikten Kontrolle aller in Rechnung gestellten Leistungen. Dies erlaubt es, die alljährlichen Prämienanstiege etwas abzdämpfen. Sie tut dies einerseits als Vertreterin ihrer zentralen Anspruchsgruppe, der rund 1,7 Millionen Versicherten. Andererseits geht es darum, das eigene Unternehmen so auszugestalten und zu positionieren, dass es auch in Zukunft einen Platz innerhalb des schweizerischen Gesundheitssystems haben und darin eine zentrale Rolle spielen kann. Angesichts der sich immer häufiger manifestierenden Dissonanzen im «Ökosystem Gesundheitswesen» – beispielsweise beim ambulanten Ärztetarif TARMED – wird jedoch klar: Es wird schwierig, diesem Anspruch gerecht werden zu können. Der TARMED ist vermutlich das Paradebeispiel dafür, wie der Anspruch der Allgemeinheit auf ein faires Tarifwerk zwischen diversen Mühlsteinen zerrieben wird, die da heissen: Partikularinteressen, Politik, Macht und, ja, vermutlich auch Ignoranz. Da sich die Tarifpartner bislang nicht auf eine neue Tarifstruktur einigen konnten, will der Bundesrat von seiner subsidiären Kompetenz Gebrauch machen. Er forderte die Tarifpartner auf, ihm entsprechende Vorschläge zu unterbreiten. Die CSS hat gemeinsam mit dem Krankenversicherungsverband curafutura einen Bericht mit fundierten Vorschlägen zur sachgerechten Korrektur des bisherigen TARMED verfasst und dem Bundesrat fristgerecht per Ende Oktober 2016 eingereicht. Die im Bericht vorgeschlagenen Massnahmen erlauben eine ausgewogene Korrektur der aktuellen Tarifstruktur und haben ein Sparpotenzial von 600 Millionen Franken.

Umso wichtiger wird es auch in Zukunft sein, alles zu unternehmen, um das System so zu beeinflussen, dass es für kommende Generationen noch bezahlbar bleiben wird. Möglich ist dies aber nur, wenn die CSS aus einer Position der Stärke heraus agieren kann. Das Jahr 2016 hat dazu beigetragen, diese Position weiter zu festigen. Die CSS hat mit einem Überschuss von 98 Millionen Franken nicht bloss ein solides Finanzergebnis erzielen können. Mit rund 34500 neuen Versicherten hat sie erneut auch Kunden hinzugewonnen und bleibt damit der grösste Grundversicherer in der Schweiz. In dieser Rolle ist sich die CSS ihrer Verantwortung bewusst, die sie einerseits gegenüber ihren Versicherten, andererseits gegenüber Politik und Leistungserbringern wahrzunehmen hat. Verantwortung wahrnehmen heisst neben dem Engagement für ein bezahlbares Gesundheitssystem vor allem auch, sich abzeichnende Tendenzen im Gesundheitswesen zu erkennen und darauf zu reagieren. Eine dieser Tendenzen ist die Digitalisierung, die sich im vergangenen Jahr weiter akzentuiert hat. Die Affinität der CSS-Versicherten zur digitalisierten Welt wird von Jahr zu Jahr grösser, und damit steigen auch die Erwartungen an die Ausgestaltung von Produkten und Dienstleistungen. Zudem versuchen immer mehr auch branchenfremde Anbieter, sich ein Stück vom – digitalen – Gesundheitsmarkt abzuschneiden. Derzeit ist die CSS im Bereich der Digitalisierung sehr gut aufgestellt. Sie hat 2016 mit der Schrittbelohnung «myStep» und dem Spitalfinder Qualitätscheck zwei weitere digitale Vorhaben umgesetzt. Zudem wurde das elektronische Kundenportal «myCSS» um eine App erweitert, die den Austausch zwischen Versicherten und CSS noch einfacher macht, indem zum Beispiel Rechnungen fotografiert und direkt übermittelt werden können. Den Erfolgen zum Trotz muss das Tempo auch künftig hochgehalten werden. Denn nur schon das Stehenbleiben ist gleichbedeutend mit einem Rückschritt.

Nicht nur bei der Digitalisierung ist letztlich nachhaltiges Denken und Handeln gefragt. Unsere Mitarbeitenden arbeiten in vielen Bereichen mit viel Kompetenz an innovativen Lösungen. Wo, das widerspiegelt sich in diesem Nachhaltigkeitsbericht. Darin legt die CSS Rechenschaft darüber ab, wie sie Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit sinnvoll unter einen Hut bringt.

**Philomena Colatrella**  
Vorsitzende der Konzernleitung

## 2 Wirtschaftliche Leistung

Die CSS hat sich 2016 in einem schwierigen Umfeld erneut gut behauptet und ihre finanzielle Basis weiter gestärkt. Diese wirtschaftliche Leistungsfähigkeit ist eine wichtige Voraussetzung, um das Unternehmen und damit die rund 2700 Arbeitsplätze langfristig sichern zu können. Als grösster Schweizer Grundversicherer ist sich die CSS dieser Verantwortung gegenüber ihren Mitarbeitenden, aber auch gegenüber den Versicherten, bewusst. Die Zukunftsfähigkeit ist auch in der vom Verwaltungsrat definierten Strategie festgehalten. Dabei setzt die CSS massgeblich auf den Aspekt der Kundenzufriedenheit. Mittel- und langfristig gesehen wird diese einen zentralen Wettbewerbsfaktor darstellen in einem Umfeld, in dem sich die Prämien dank eines verfeinerten Risikoausgleichs mehr und mehr nähern dürften. Die CSS setzt sich auch ein für politisch vernünftige Rahmenbedingungen, die den wirtschaftlichen Rahmen für die Schweizer Krankenversicherer nicht noch mehr einengen und zu einer Dämpfung des Prämienanstiegs beitragen können.

Auch intern setzt die CSS auf ein striktes Kostenmanagement, um Einsparungen erzielen und so den finanziellen Druck auf die Versicherungsprämien verringern zu können. So werden beispielsweise sämtliche rund 15,6 Millionen Rechnungen einer elektronischen und – wo nötig – manuellen Kontrolle unterzogen. Damit wird verhindert, dass ungerechtfertigte Rechnungen zulasten der Versicherten beglichen werden. Zudem wurden im Leistungsbereich zahlreiche weitere Massnahmen in die Wege geleitet, die zu Kosteneinsparungen führen. Unter anderem wurde die Missbrauchs- und Betrugsbekämpfung intensiviert.

Auf der Ebene der Verwaltungskosten werden Abläufe und Prozesse laufend optimiert und die Potenziale der Automatisierung und Digitalisierung nach und nach erschlossen. Letztlich kann so die Effizienz im ganzen Unternehmen gesteigert werden. Die Optimierung der gesamten Verwaltungskosten (Personal- und Sachkosten) ist seit längerem im Fokus der CSS Gruppe. Trotz steigender Versichertenzahlen sind die Verwaltungskosten auf Vergleichsbasis nur unterdurchschnittlich gewachsen. Davon profitieren letztlich auch sämtliche CSS-Versicherten, die dadurch von etwas moderateren Prämienanpassungen profitieren können. 2016 lagen die Verwaltungskosten bei 4,2 Prozent (Vorjahr: 4,5 Prozent). Die Anstrengungen der CSS gehen jedoch über rein monetäre Aspekte hinaus, was sich in der Unternehmensstrategie widerspiegelt. Diese umfasst nicht bloss Einsparungen dank effizienter Prozesse und strikter Kontrollmechanismen, sondern auch Anstrengungen, um

die Versicherten langfristig an das Unternehmen zu binden und so die wirtschaftliche Basis zu stärken.

Die Einsparungen bei den Leistungskosten wie auch bei den Verwaltungskosten werden laufend überprüft und es werden jährlich neue Einsparziele definiert. Dadurch wird gewährleistet, dass der Druck auf der Kostenseite nicht nachlässt und die zur Verfügung stehenden Mittel (Budget für die Leistungskosten, Budget für die Verwaltungskosten) optimal eingesetzt werden. Gleichzeitig wird mit diesem Vorgehen gewährleistet, dass die im Managementansatz gewählten Zielsetzungen über einen längeren Zeitraum fokussiert werden und die Ziele im operativen Tagesgeschäft nachhaltig verfolgt werden. Falls die gesetzten Einsparziele eines Jahres nicht erreicht werden, können gegebenenfalls die Ziele für das nächste Geschäftsjahr verschärft definiert werden. Der Managementansatz per se wird nicht angepasst, aber er unterliegt einer jährlichen Überprüfung.

Im Berichtsjahr erzielte die CSS einen Prämienertag von 5,855 Milliarden Franken. Trotz weiterhin steigender Leistungskosten resultierte ein Gewinn von 98,1 Millionen Franken. Die Details zur Jahresrechnung finden sich im Geschäftsbericht 2016 ab Seite 35.

### 2.1 Massnahmen zur Senkung der Gesundheitskosten

Die Kosten im Schweizer Gesundheitswesen steigen seit Jahrzehnten. Mittlerweile beträgt die Steigerung jährlich weit mehr als eine Milliarde Franken. Diese Kostenentwicklung stellt für die gesamte Krankenversicherungsbranche ein latentes Risiko dar. Deshalb engagiert sich die CSS bereits seit Jahren mit verschiedenen Massnahmen, um den Kosten- und damit den Prämienanstieg wenn schon nicht verhindern, so zumindest dämpfen zu können. Doch dies allein wird nicht dazu führen, dass die Prämien mittel- und vor allem langfristig auf einem tragbaren Niveau gehalten werden können. Es braucht auch immer wieder neue Ansätze, um das Gesundheitssystem weiterzubringen und mögliche Kosteneinsparungen zu erzielen.

Deshalb hat die CSS unter anderem in enger Zusammenarbeit mit der ETH Zürich und der Universität St. Gallen 2015 das Health Lab gegründet. Dieses soll mithelfen, innovative digitale Therapieformen für chronisch kranke Menschen zu

entwickeln (siehe auch Seite 20). Allerdings braucht es angesichts kontinuierlich steigender Prämien nicht bloss das Engagement der einzelnen Krankenversicherer, sondern sämtlicher Stakeholder im Schweizer Gesundheitswesen, inklusive der Politik. Nur wenn sich alle Beteiligten auf Augenhöhe begegnen können, wird überhaupt ein Dialog möglich, um das Gesundheitssystem gemeinsam vorwärtsbringen und zugunsten der Versicherten stabilisieren zu können.

### **Wirksamer Risikoausgleich**

Die CSS macht sich seit Jahren für einen volkswirtschaftlich sinnvollen Wettbewerb im Gesundheitswesen stark. Ein solcher kann dazu beitragen, das Mengen- und Kostenwachstum in den Griff zu kriegen, ohne die Qualität der medizinischen Versorgung zu gefährden. Eine zentrale Voraussetzung für einen solchen Wettbewerb ist ein Risikoausgleich, der die Jagd nach attraktiven Risiken (gesunde Versicherte) eindämmt. Letztlich garantieren die Ausgleichszahlungen zwischen den Krankenversicherungen, dass jene Versicherer, die über viele kranke und teure Versicherte verfügen, nicht benachteiligt werden. Die CSS gehört zu den treibenden Kräften bei der Ausgestaltung und Weiterentwicklung des Risikoausgleichs. So gründete sie 2007 mit dem CSS Institut für empirische Gesundheitsökonomie eine eigene Forschungsabteilung, welche die wesentlichen Vorschläge erarbeitete, wie sie auch 2012 mit dem verfeinerten Risikoausgleich zum Tragen gekommen sind. 2014 hat das Parlament den Risikoausgleich ohne Befristung im Krankenversicherungsgesetz (KVG) verankert. Er soll in den kommenden Jahren kontinuierlich verfeinert werden.

### **Leistungskosten senken**

Das Engagement der CSS für tiefere Leistungskosten stiftet auch einen volkswirtschaftlichen Nutzen. Alleine mit den Kontrollen der Rechnungen erzielte die CSS im vergangenen Jahr Einsparungen von 665 Millionen Franken. Darin enthalten sind auch hypothetische Einsparungen – Einsparungen also, die nicht direkt finanzwirksam sind. Die Massnahmen zur Leistungskostenoptimierung erlauben es, das jährliche Kostenwachstum zu dämpfen. 2016 stiegen die Ausgaben pro versicherte Person um 2,4 Prozent auf 3774 Franken an.

### **Alternative Versicherungsmodelle**

Die CSS fördert aktiv alternative Versicherungsmodelle (AVM). So entwickelte das CSS Institut für empirische Ge-

sundheitsökonomie eine neue Methode zur Budgetierung der Zusammenarbeit zwischen Ärzten und Versicherern. Diese neue Methode machte Ärztenetzwerke profitabel und verhalf ihnen so zum Durchbruch. Ende 2016 waren 63,9 Prozent aller Versicherten – 3,4 Prozent mehr als im Vorjahr – der CSS in einem der drei AVM-Modelle versichert (Hausarztmodell, Gesundheitspraxisversicherung, telemedizinisches Modell Callmed). Dank tieferer Behandlungskosten kann die CSS ihren Versicherten in diesen Modellen Prämienrabatte anbieten.

### **Einsparungen bei Medikamenten**

Die CSS erzielt dank der Einzelfallprüfung von Kostengut-sprache gesuchten für Medikamente in der Fallsteuerung (Pharmagruppe) hohe Einsparungen. Bei komplexen, meist chronischen Krankheiten sind oft medikamentöse Behandlungen nötig, die in der Schweiz noch nicht registriert sind oder wo die Zulassung für die betreffende Indikation fehlt. In diesen Fällen gibt es keine Fixpreise, und die Kosten müssen gemäss der Verordnung über die Krankenversicherung (KVV) in einem angemessenen Verhältnis zum therapeutischen Nutzen stehen. Die CSS nutzt hier mit der Fallsteuerung Pharma den Verhandlungsspielraum aus und handelt bei den Herstellern bessere Preise zum Nutzen der Versicherten aus.

### **Gefragtes Case Management**

Im Rahmen ihres Unternehmensgeschäfts bietet die CSS ein eigenes Case Management an. Ein wirksames Case Management ist auch im Sinne der CSS, da hohe Folgekosten vermieden werden können, wenn erkrankte Arbeitnehmende so früh wie möglich wieder in den Arbeitsprozess integriert werden. Die sieben Case Manager bei der CSS bilden eine wichtige Schnittstelle zwischen Arbeitgeber, Mitarbeiter und Arzt. 2016 haben sie insgesamt 1379 Fälle beurteilt und 360 Kundenbesuche durchgeführt.

### **Zweitmeinung vor Operation**

Die CSS setzt alles daran, dass ihre Versicherten vor einer Operation vermehrt eine ärztliche Zweitmeinung einholen, damit sie auf diese Weise besser über die möglichen Risiken und Nebenwirkungen informiert sind und allenfalls auf Alternativen stossen, die eine höhere Lebensqualität und tiefere Folgekosten nach sich ziehen. Die CSS hat seit 2015 eine Kooperation mit dem Portal «meinezweitmeinung.ch», und bietet inzwischen drei unterschiedliche Möglichkeiten an, um eine Zweitmeinung einzuholen. Derzeit umfasst das Zweitmeinungsangebot alle Fachbereiche, ausser Onko-

logie. Die Zweitmeinung erfolgt durch renommierte Schweizer Fachärzte, unter anderem der Universitätsklinik Basel sowie des Inselspitals Bern. Falls nötig, findet im Rahmen der Zweitmeinung auch eine direkte Konsultation vor Ort statt.

## 2.2 Angebote der CSS

Die CSS bietet sowohl für Privatpersonen als auch für Firmen eine breite Palette von Versicherungsprodukten und Dienstleistungen an. Im Kerngeschäft – der obligatorischen Krankenpflegeversicherung – wartet die CSS nebst der normalen Grundversicherung mit drei so genannten alternativen Versicherungsmodellen auf. Nebst dem Hausarztmodell sind dies die Gesundheitspraxisversicherung sowie das telemedizinische Modell. In diesen drei Versicherungsmodellen profitieren die Versicherten von erheblichen Prämienrabatten. Im Gegenzug müssen sie sich an gewisse Regeln halten. Darüber hinaus bietet die CSS zahlreiche Zusatzversicherungen an, um welche die Grundversicherung modular erweitert werden kann. So kann sich jede und jeder Versicherte ein individuelles Versicherungsangebot zusammenstellen. Abgerundet wird das Versicherungsangebot für Privatpersonen durch Ferien- und Sachversicherungen, so zum Beispiel mit der Hausrat- und Haftpflichtversicherung.

Auch Firmen profitieren von den Versicherungslösungen der CSS. Gefragt sind hier in erster Linie Kollektiv-Krankentaggeldversicherungen für Kleinunternehmen sowie die Unfallversicherung. Ergänzt werden diese Angebote durch verschiedene Dienstleistungen von vivit, dem Kompetenzzentrum für Gesundheit und Prävention der CSS. Die Fachpersonen von vivit beraten und unterstützen die Unternehmen in allen Fragen rund um das betriebliche Gesundheitsmanagement und in der Umsetzung konkreter Massnahmen.

### Betreuung und Prävention

Die Dienstleistungen und Produkte der CSS sind per se darauf ausgelegt, die Gesundheit der Kundinnen und Kunden zu erhalten und wenn immer möglich zu verbessern. Dabei gehen die Angebote der CSS weit über das eigentliche Versicherungsgeschäft hinaus. Zahlreiche Versicherte der CSS leiden beispielsweise unter einer chronischen Krankheit. Für sie wartet die CSS mit einem umfangreichen Präventions- und Betreuungsprogramm auf. Ziele sind letztlich die Verbesserung der Lebensqualität der Betroffenen sowie die Einsparung von Kosten zuhanden des Versicherten-

kollektivs. Die Betreuungsprogramme sind Bestandteil des Engagements der CSS, die Leistungskosten möglichst tief zu halten. Dank der verschiedenen Massnahmen werden die Betroffenen befähigt, besser mit ihrer Krankheit und deren Risiken umzugehen. Ziel ist, den gesundheitlichen Zustand zu stabilisieren und weitere Folgekrankheiten und somit auch Folgekosten zu vermeiden. Um massgeschneiderte und qualitativ hochstehende Behandlungen zu gewährleisten, arbeitet die CSS mit renommierten Partnern zusammen. 2016 wurden neue Betreuungsprogramme zu den Themen Hypertonie (Bluthochdruck) und depressive Verstimmungen lanciert.

### «myStep»

Die CSS nimmt mit dem digitalen Präventionsangebot «myStep» schweizweit eine Pionierrolle ein – das Pilotprojekt hierfür wurde 2015 lanciert und 2016 in den Regelbetrieb überführt. Sie ergreift damit die einmalige Chance, im Zuge der fortschreitenden Digitalisierung den direkten Austausch mit den Kundinnen und Kunden zu intensivieren und sie zu mehr Bewegung zu animieren. Im Schweizer Gesundheitswesen werden gegenwärtig rund 50 Milliarden Franken in die Behandlung von bereits bestehenden Krankheiten investiert. Nur ein Bruchteil dieser Summe hingegen fliesst in vorbeugende Massnahmen. Mit «myStep» verleiht die CSS der Prävention mehr Gewicht. Damit will die CSS nicht nur die Lebensqualität der Betroffenen erhöhen, sondern auch einen gewichtigen Beitrag zur Kostendämpfung im Gesundheitswesen leisten. «myStep» wird im Rahmen der Zusatzversicherung angeboten. Versicherte, die sich nicht daran beteiligen, erleiden keinerlei Nachteile. Das Prinzip der Solidarität ist mit «myStep» also in keiner Art und Weise in Frage gestellt. Ende 2016 waren 8500 Versicherte bei «myStep» registriert.

### Wirkungsprüfung

Die Betreuungsprogramme der CSS werden regelmässig überprüft. Unter anderem liefern die externen Programmanbieter einmal pro Jahr eine medizinische Outcome-Messung in anonymisierter Form. Auf deren Basis kann die CSS die Wirkung der Dienstleistungen überprüfen. Zudem stützt sich die CSS auf Wirtschaftlichkeitskonzepte ab. Diese basieren meist auf Studien, welche die Wirkungen (und somit die möglichen Leistungskostenoptimierungen) herleiten. Diese Konzepte werden – inklusive der neusten medizinischen Studien – periodisch überprüft und überarbeitet. Je nach Betreuungsprogramm kann diese Periode zwischen einem und mehreren Jahren dauern.

Auch die übrigen Produkte respektive Dienst- und Mehrleistungen werden regelmässig – mindestens einmal pro Jahr – auf ihre Wirkung und ihre Ergebnisse überprüft. Zudem unterliegen sie einem unterschiedlich intensiven, laufenden Monitoring. Die Überprüfung orientiert sich an der Kundenwirkung (Nutzen, Attraktivität, Bedürfnisorientierung etc.), der Unternehmenswirkung (Rentabilität, Absatz etc.) sowie an der Wirkung auf das Umfeld (Gesundheitskosten, Verhalten der Gesellschaft etc.). Speziell werden diese Aspekte auch bei Produkten und Dienstleistungen im Rahmen der Gesundheitsförderung geprüft (z.B. Fitness, «myStep», Impfung etc.). Einschränkend gilt es zu berücksichtigen, dass eine isolierte, direkte Wirkung in der Regel kaum nachzuweisen ist. Grund dafür sind die Vielzahl der Einflussfaktoren und deren Komplexität bezüglich Wirkungszusammenhängen/Abhängigkeiten.

## 2.3 Innovation

Um den Kundinnen und Kunden nachhaltige Lösungen zu bieten, beobachtet und analysiert die CSS laufend die Veränderungen am Markt. Die CSS muss einerseits den regulatorischen Anforderungen der Aufsichtsbehörden gerecht werden und andererseits mit ihren Produkten den Bedürfnissen der Kunden entsprechen. Dabei muss die Rentabilität des Unternehmens sichergestellt werden. Nur so kann sie investieren und Innovationen vorantreiben, von denen die Kundinnen und Kunden profitieren. «myStep» und «myCSS» sind hierfür aktuelle Beispiele.

Beide Dienstleistungen sind auf Nachhaltigkeit angelegt: So animiert «myStep» die Kundinnen und Kunden dazu, sich mehr zu bewegen. Das beeinflusst den Lebensstil positiv und trägt somit dazu bei, dass dank gesünderer Lebensweise weniger krankheitsbedingte Folgekosten entstehen. Das Onlineportal «myCSS» ist ein weiterer Schritt dazu, den Kunden mit nützlichen Zusatzdiensten den Umgang mit der CSS zu erleichtern. Mit «myCSS» können die Nutzerinnen und Nutzer sämtliche Versicherungsangelegenheiten mit der CSS zeit- und ortsunabhängig abwickeln. Da zudem Dokumente wie Police oder Leistungsabrechnung online zu finden sind, reduziert sich der Papierverbrauch beträchtlich. 2016 wurde «myCSS» um eine App erweitert, die den Versicherten den Kontakt mit ihrer Versicherung noch mehr erleichtert. Unter anderem können Rechnungen fotografiert und direkt an die CSS geschickt werden.

Um sicherzustellen, dass die Produkte der CSS mit den Veränderungen am Markt Schritt halten und den Bedürfnissen der Kundinnen und Kunden entsprechen, hat die CSS drei Prozesse implementiert:

- Der Supportprozess stellt sicher, dass sämtliche Dokumente über Produkte immer aktuell sind. Auch wird darauf geachtet, dass die Kundenberatenden mittels Schulungen fachlich auf dem neusten Stand und durch Verkaufshilfen optimal unterstützt sind, um eine optimale Beratungsqualität bieten zu können.
- Die Produktentwicklung erschliesst neue Geschäftsfelder, holt mittels Marktforschung die Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden ab und gestaltet die neuen Produkte entsprechend.
- Das Produkt- und Portfolio-Management analysiert, ob bestehende Produkte angepasst werden müssen. Dabei geht es nicht nur um eine nachhaltige Prämiengestaltung, sondern auch darum, dass die angebotenen Produkte jederzeit optimal auf die Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden abgestimmt sind.

Bei sämtlichen Produkten arbeiten die verschiedenen Abteilungen intensiv zusammen und stellen sicher, dass sich die CSS mit ihren Produkten gesetzeskonform verhält und diese den Anforderungen der Finanzmarktaufsicht entsprechen.

# 3 Kunden

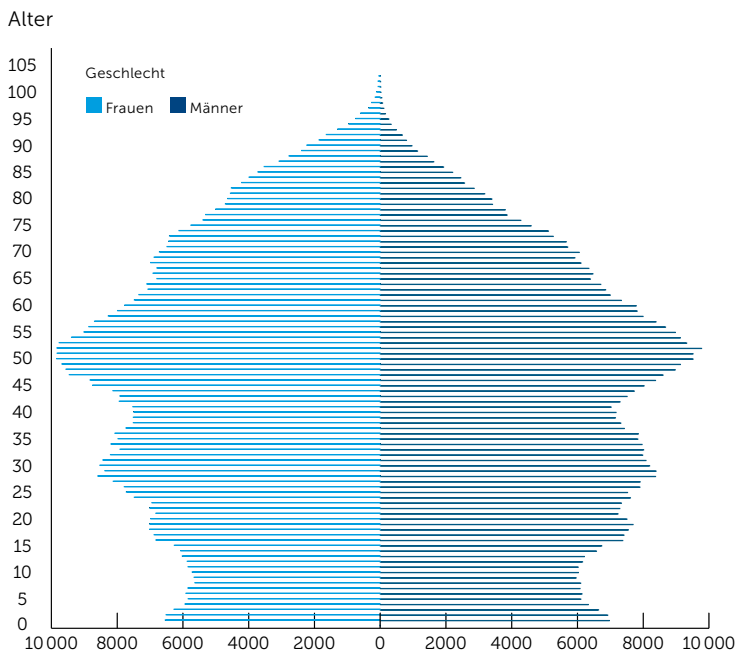
Seit einigen Jahren setzt die CSS auf eine ganz persönliche Kundenansprache. Dafür steht das Markenversprechen «CSS. Ganz persönlich». Um dieses jeden Tag von neuem einlösen zu können, bietet das Unternehmen seinen Versicherten verschiedene Kontaktmöglichkeiten. Im Zentrum steht die Serviceline der CSS mit verschiedenen Standorten in der Schweiz. An jedem Arbeitstag wenden sich rund 6000 Versicherte mit ihren Fragen und Anliegen an die Fachpersonen der Serviceline. Seit 2015 steht auch das Kundenportal «myCSS» zur Verfügung, auf dem aktuell knapp eine viertel Million Versicherte registriert sind. Wer es persönlicher wünscht, kann sich an eine der 115 Agenturen der CSS wenden. Sie verfügt über ein enges Agenturnetz in der ganzen Schweiz. Hier stehen zahlreiche Kundenberaterinnen und -berater den Versicherten Rede und Antwort. Das Markenversprechen löst die CSS auch mit ihrem Kundenmagazin ein. Hier werden die Kundeninteressen in den Mittelpunkt gestellt: In jeder Ausgabe geht die CSS im Magazin auf Fragen aus den Bereichen Gesundheit, Ernährung, Bewegung und Politik ein, welche für ihre Versicherten von Interesse sind.

Ende 2016 versicherte die CSS 1,655 Millionen Menschen, davon 1,327 Millionen in der obligatorischen Krankenpflegeversicherung. Gut 63 Prozent (848000) davon sind in einem der drei alternativen Versicherungsmodelle versichert.

Am beliebtesten ist nach wie vor das Hausarztmodell (rund 416000 Versicherte), gefolgt von der Gesundheitspraxisversicherung (228000) und dem telemedizinischen Modell (204000).

Das Durchschnittsalter der CSS-Kunden in der Grundversicherung betrug 2016 rund 43,35 Jahre. Das liegt leicht über dem Durchschnittsalter der Schweizer Bevölkerung; dieses liegt bei 42 Jahren. Im Zuge des demografischen Wandels ist absehbar, dass sich der Altersdurchschnitt der Versicherten in den kommenden Jahren kontinuierlich erhöhen wird.

Die demografische Entwicklung bietet für eine Krankenversicherung auch Chancen, etwa im Bereich der chronischen Krankheiten. Diese dürften in den kommenden Jahren und Jahrzehnten kontinuierlich zunehmen und nach geeigneten, kostengünstigen Pflegemassnahmen rufen. Deshalb befasst sich die CSS intensiv mit dieser Thematik. Im Rahmen des Health Lab werden schon jetzt digitale Therapieformen für die Zukunft entwickelt, die bei chronischen Krankheiten zur Anwendung kommen werden. Auch mit dem neuen Angebot «myStep» begegnet die CSS den Folgen der immer älter werdenden Gesellschaft. «myStep» soll mithelfen, die Versicherten zu mehr Bewegung zu animieren, was sich auch bei älteren Menschen positiv auf die



Die Altersstruktur der CSS-Versicherten. Das Durchschnittsalter entspricht praktisch demjenigen der Schweizer Gesamtbevölkerung.



Gesundheit auswirken kann. Mit beiden Projekten nimmt die CSS in der Krankenversicherungsbranche eine Vorreiterrolle ein.

In der Unternehmensversicherung versicherte die CSS Ende 2016 insgesamt 23967 Firmen und Institutionen. Diese profitieren einerseits von massgeschneiderten Lösungen im Bereich der Personenversicherung, zum Beispiel bei der Unfallversicherung. Andererseits wartet die CSS mit einem ganzheitlichen Präventionsangebot auf.

Die CSS hat sich zum Ziel gesetzt, im Bereich der Kundenzufriedenheit mittelfristig zu den besten drei Versicherungen der Branche zu gehören. Insbesondere legt sie grossen Wert darauf, bei jedem Kundenkontakt das Markenversprechen «CSS. Ganz persönlich.» einzulösen. Kundenbefragungen sind ein gängiges und bewährtes Instrument, die Kundenzufriedenheit und die Erfüllung des Markenversprechens zu messen. Die CSS setzte 2016 auf folgende Instrumente:

- **Befragungen nach einem Kundenkontakt:** 2016 hat die CSS bei Kunden nach einem Kontakt rund 45000 Kundenfeedbacks eingeholt. Beispielsweise wurde die Zufriedenheit mit der Bearbeitung von Kundenanliegen oder mit dem Leistungsabwicklungsprozess erhoben, um aktuelle Stärken und Schwächen im Kundenkontakt zu identifizieren. Sämtliche Feedbacks werden den Fachbereichen in Führungs-Cockpits zur Verfügung gestellt. Im Sinne eines kontinuierlichen Verbesserungsprozesses fliessen jene direkt in die Optimierung von Prozessen ein und führen so zu einem noch positiveren Kundenerlebnis. Beispielsweise bestehen je Kanal unterschiedliche Kundenerwartungen an die Zeitdauer zur Lösung von Anliegen, was entsprechend berücksichtigt werden muss. Die aktuelle Zufriedenheit wird auf der Website [www.css.ch/kundenzufriedenheit](http://www.css.ch/kundenzufriedenheit) transparent ausgewiesen. Im Unterschied zu klassischen Kundenbefragungen werden diejenigen Kunden, welche die CSS an der Umfrage schlecht bewertet haben, durch spezialisierte Fachpersonen kontaktiert. Im Jahr 2016 wurde erneut auch die Zufriedenheit der Kunden als Patienten in Spitälern nach einem Spitalaufenthalt erhoben. Diese Ergebnisse dienen der CSS als Grundlage für die Weiterentwicklung der Zusammenarbeit mit Spitälern und externen Partnern. Zudem wird die Zufriedenheit mit Dienstleistungen erhoben, so zum Beispiel im Rahmen der CSS-Betreuungsprogramme.

- **Einbezug von Kunden:** Die CSS ist bestrebt, sowohl Verbesserungen von bestehenden Prozessen wie auch Innovationen gemeinsam mit den Kunden zu entwickeln und sie auf Kundenbedürfnisse auszurichten. Insbesondere liegt der Fokus darauf, den Aufwand für Kunden, beispielsweise bei Kundenanfragen, zu reduzieren und Antworten einfacher und verständlicher zu formulieren. Entsprechend wurden 2016 zahlreiche Einzelinterviews mit Kunden durchgeführt. Zudem fanden Gespräche in Fokusgruppen statt. Schliesslich wurden Kunden in Prototypentests, Usability-Optimierungen, beispielsweise bei «myCSS», miteinbezogen.

- **Vergleich mit Mitbewerbern:** Wie im Vorjahr führte die CSS selbständig oder zusammen mit anderen Krankenversicherungen Image- und Zufriedenheitsstudien durch. Die Ergebnisse erlauben den Vergleich mit der Branche und dienen gleichzeitig dazu, strategische Handlungsschwerpunkte neu zu definieren. Beispielsweise werden aufgrund dieses Vergleichs Prioritäten gesetzt, an welchen Kontaktpunkten die CSS die Kundenerwartungen noch besser erfüllen möchte.

Die Kundenbefragungen haben der CSS verschiedene Hinweise auf aktuelle Kundenbedürfnisse gebracht. Unter anderem wünschen sich die Versicherten der CSS eine Reduktion ihres Aufwandes im Zusammenhang mit Krankenversicherungsangelegenheiten sowie einfachere, verständlichere Formulierungen. Zudem zeigte sich, dass unterschiedliche Erwartungen an die Zeitdauer bestehen, innert der ein Kundenanliegen gelöst wird. Wo immer möglich nimmt die CSS die Wünsche ihrer Kundinnen und Kunden auf. So wurden zum Beispiel 2016 verschiedene Prozesse verbessert und die «myCSS»-App wurde lanciert. Diese ermöglicht es, dass Versicherte ihre Versicherungsgeschäfte – zum Beispiel das Einreichen einer Rechnung – noch rascher und einfacher abwickeln können.

# 4 Mitarbeitende

Die Mitarbeitenden sind das wichtigste Kapital der CSS. Fundiert ausgebildete Mitarbeitende, die in der Lage sind, Entwicklungen im schweizerischen Gesundheitswesen frühzeitig zu erkennen und darauf zu reagieren, sind Voraussetzung für den Erfolg der CSS. Deshalb investiert diese viel in die Ausbildung ihres Personals sowie in gute Anstellungsbedingungen, die mithilfe, Fachpersonen im Unternehmen zu halten. Die Personalpolitik wird durch die Konzernleitung festgelegt und bildet das Fundament für die unternehmensweite Personalarbeit (Human Resources Management) mit verbindlichen Rahmenbedingungen für das Linienmanagement und den Konzernbereich Human Resources.

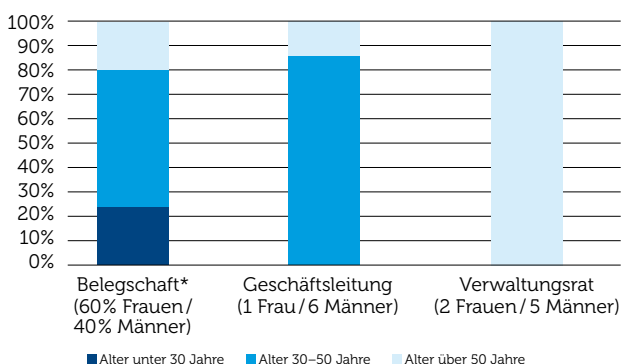
Grundsätzlich basiert die Personalpolitik der CSS auf den Unternehmensgrundsätzen sowie der Unternehmensvision und -strategie. Sie bringt die Wertvorstellungen in personalpolitischen Belangen zum Ausdruck und richtet sich am Ziel aus, die Fähigkeiten der Mitarbeitenden im Interesse des Unternehmens zukunfts- und erfolgsorien-

tiert einzusetzen und zu fördern. Dabei richtet sich die CSS nach der Mission «Wir verfügen über die Mitarbeitenden für die Herausforderungen der Zukunft». Durch gezieltes und antizipierendes Gewinnen, Entwickeln, Beurteilen, Entlohnen und Erhalten der Mitarbeitenden werden über das Human Resources Management (HRM) jene Kompetenzen sichergestellt, die zur Erreichung der Unternehmensstrategien und -ziele benötigt werden.

Die CSS führt alljährlich eine Mitarbeitendenbefragung durch. Diese erlaubt es, allfällige Diskrepanzen zwischen der definierten Personalpolitik und dem tatsächlichen Ist-Zustand zu erkennen und entsprechende Massnahmen zu ergreifen. Auch die parallel dazu durchgeführte Vorgesetztenbeurteilung ermöglicht es, Schwachstellen zu eruieren und anzugehen.

Ende 2016 beschäftigte die CSS 2703 Frauen und Männer an zahlreichen Standorten in der ganzen Schweiz. Das sind 37 Personen weniger als ein Jahr zuvor. Die CSS ist bestrebt, die Arbeitsmarktfähigkeit ihrer Mitarbeitenden so lange wie möglich aufrechterhalten zu können. Dazu bietet sie eine breite Palette von Weiterbildungsmöglichkeiten an. Sie begegnet damit bereits heute dem Umstand, dass künftig mit einem Rückgang der erwerbsfähigen Bevölkerung gerechnet werden muss. Weitere Punkte, welche die Personalpolitik der CSS auszeichnen, sind die zertifizierte Lohngerechtigkeit, das betriebliche Gesundheitsmanagement sowie die flexible Handhabung der Pensionierung.

## Vielfalt in Aufsichtsgremien und Belegschaft



## Zusammensetzung der Belegschaft

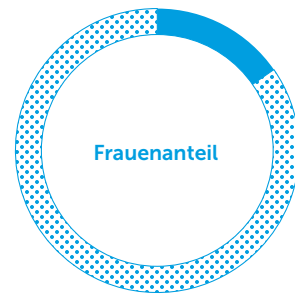
Belegschaft nach Arbeitsvertrag	Total	Männer	Frauen
Unbefristet	2 592	1 044	1 548
Befristet*	123	37	86
<b>Unbefristete Angestellte</b>			
Vollzeit	1 809	922	887
Teilzeit	906	159	747
<b>Andere Arbeitnehmende</b>			
Lernende, Trainees, Praktikanten, Leiharbeiter	101	39	62

\* Ohne Lernende, Trainees, Praktikanten und Leiharbeiter.



**Aufteilung nach Geschlecht in %**

60,2% Frauen  
39,8% Männer



**Frauenanteil im Management in %**

18% Frauen  
82% Männer

8445

**Weiterbildung**

Weiterbildung genießt bei der CSS einen hohen Stellenwert. 2016 wurden 8445 Kurstage absolviert.

9,61%

**Nettofluktuationsrate**

2016 betrug die Nettofluktuationsrate bei der CSS 9,61 Prozent.

## 4.1 Gesundheitsvorsorge

Unfälle und Krankheiten von Mitarbeitenden sind für die betroffenen Personen und deren Umfeld mit Leid und Schmerz verbunden. Aber auch die finanziellen Folgen wiegen oft schwer. Das gilt insbesondere für die indirekten Kosten, die ein Unternehmen zu tragen hat. Aus diesen Gründen räumt die CSS den Bereichen Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz hohe Priorität ein, um die Mitarbeitenden der CSS vor gesundheitlichen Schäden am Arbeitsplatz zu schützen. Gerade als Krankenversicherung hat die CSS diesbezüglich eine Vorbildrolle gegenüber der Gesellschaft und vor allem gegenüber ihren Versicherten einzunehmen. Nur wenn die CSS gegen innen das lebt, was sie auch von ihrer Kundschaft erwartet, kann sie glaubwürdig auftreten.

Die CSS verfügt über ein eigenes betriebliches Gesundheitsmanagement (BGM). Durch präventive Angebote will sie die Gesundheit, Zufriedenheit und Leistungsfähigkeit der Mitarbeitenden fördern. Im Rahmen des BGM werden jährlich unter dem Titel «CSS well being» verschiedene Aktivitäten lanciert, wie zum Beispiel die offerierte Grippeimpfung im Herbst und gesunde Mahlzeiten in den Personalrestaurants in Luzern und Vennes. Zudem können die Mitarbeitenden regelmässig bei Bedarf überprüfen, ob die Arbeitsplätze ergonomisch korrekt eingestellt sind. Sämtliche neuen Standorte werden von vornherein mit Stehpulten ausgestattet.

Wichtige Pfeiler in der Präventionsarbeit im Rahmen des BGM sind zudem Kurse zur Arbeitstechnik, zum Zeitmanagement, aber auch Führungsschulungen oder Kurse, welche auf die Pensionierung vorbereiten. Ein weiterer Schwerpunkt des BGM liegt auf dem systematischen Präsenzmanagement und dem Case Management. Es wird den Ursachen gehäufte Absenzen auf den Grund gegangen, um entsprechende betriebliche Gegenmassnahmen in die Wege zu leiten oder um den betroffenen Mitarbeitenden Support bei persönlichen Problemen zu bieten, zum

Beispiel über die externe Sozialberatungsstelle Movis. Erkrankte Mitarbeitende werden von der CSS professionell betreut, und sie erleichtert die Rückkehr in den beruflichen Alltag.

Die einzelnen Aktivitäten des BGM sind in die Unternehmenskultur eingebettet und erfolgen koordiniert. Bei der CSS hat sich eine Steuerungsgruppe des BGM angenommen. Sie trifft sich viermal pro Jahr, plant und überwacht die BGM-Massnahmen, wertet sie aus und gewährleistet deren Nachhaltigkeit. Der regelmässige Austausch stellt sicher, dass das Thema der Gesundheit der Mitarbeitenden ganzheitlich angegangen wird. Die vivit, das Kompetenzzentrum für Gesundheit und Prävention der CSS Versicherung, steht den Bereichsverantwortlichen beratend zur Seite und übernimmt bei Bedarf Projektleitungsaufgaben.

Auch bezüglich der Arbeitssicherheit verfügt die CSS über professionelle Strukturen. Die Integrale Sicherheit ist für die Umsetzung der Arbeitssicherheit und des Gesundheitsschutzes im ganzen Konzern verantwortlich. Sie hat insbesondere dafür zu sorgen, dass die durch die Konzernleitung erlassenen Regularien eingehalten und umgesetzt werden. Der Leiter Integrale Sicherheit ist befugt, für einzelne Organisationseinheiten oder einzelne Personen, eigenständig zu intervenieren, Massnahmen anzuordnen sowie Arbeitsanweisungen zu erteilen. Die im Unternehmen auftretenden Gefahren werden durch den Bereich Integrale Sicherheit regelmässig ermittelt. Die entsprechenden Schutzmassnahmen werden verhältnismässig und nach anerkannten Regeln der Technik getroffen.

Die CSS betreibt ein Präsenzmanagement, das einen starken präventiven Charakter aufweist. So legt die CSS bereits bei der Rekrutierung ein Augenmerk darauf, ob die persönliche Belastungsfähigkeit mit den Belastungen, die aufgrund der Funktion zu erwarten sind, kompatibel ist. Während des Arbeitsverhältnisses unterstützt die CSS die Erhaltung der Gesundheit präventiv. Bei gesundheitlichen Problemen wird sofort und wertschätzend agiert, um eine

### Arbeitssicherheit und Gesundheit

Ausfallstunden und Anwesenheitsrate	Total	Männer	Frauen
Ausfallstunden durch Arbeitsunfälle / Berufskrankheiten	720	83	637
Ausfallstunden durch Freizeitunfälle / Krankheit	186 966	58 271	128 695
Anwesenheitsrate in Prozent	96,00	97,30	95,50

schnelle Wiedereingliederung zu begünstigen. Die Vorgesetzten sind angehalten, gehäufte Absenzen vorwurfsfrei anzusprechen und den Ursachen auf den Grund zu gehen. Die betroffenen Mitarbeitenden sollen sich angstfrei äussern dürfen und danach die notwendige Unterstützung erhalten – zum Beispiel, indem die Arbeit anders verteilt wird oder indem eine Weiterbildung gewährt wird, die den Mitarbeitenden besser auf die Anforderungen am Arbeitsplatz vorbereitet.

Im Berichtsjahr verzeichnete die CSS Gruppe 720 Ausfallstunden (Frauen: 637 Stunden, Männer: 83 Stunden) durch Arbeitsunfälle oder eine Berufskrankheit (Vorjahr: 374 Stunden) sowie 186'966 Ausfallstunden (Frauen: 128'695 Stunden, Männer: 58'271 Stunden) durch nicht arbeitsbedingte Verletzungen oder Krankheit (Vorjahr: 167'281 Stunden). Die Anwesenheitsrate lag bei 96 Prozent (Vorjahr: 96,96 Prozent)

## 4.2 Löhne und Sozialleistungen

### Faire Löhne

Die Krankenversicherungsbranche unterliegt keinen Kollektivvereinbarungen. Eine faire Entlohnung ist für die CSS jedoch eine zentrale Voraussetzung für gute Arbeitsleistungen auf allen Ebenen. Deshalb hat das Unternehmen im Jahr 2014 sein Lohngefüge und -system nach anerkannten Kriterien prüfen und allfällige Differenzen klären lassen. Dabei wurde die gesamte Gruppe einbezogen. Die Überprüfung erfolgte durch die Schweizerische Vereinigung für Qualitäts- und Management-Systeme (SQS). Die Untersuchung der SQS zeigte, dass bei der CSS Gruppe innerhalb derselben Funktionsstufe eine Abweichung von lediglich 1,9 Prozent besteht, wobei bis zu 5 Prozent Lohn Differenz als normal, beziehungsweise als sich innerhalb des Toleranzbereichs bewegend, gelten. 2016 erfolgte eine Rezertifizierung. Diese bestätigt die Lohngerechtigkeit zwischen Männern und Frauen.

### Betriebliche Sozialberatung

Die heutigen Leistungsanforderungen verlangen von den Mitarbeitenden der CSS täglich Höchstleistungen. Betriebliche oder private Probleme können jedoch die Leistungsfähigkeit vermindern oder gar zu Absenzen führen. Ungleichbehandlungen jeglicher Art widersprechen nicht bloss den personalpolitischen Grundsätzen der CSS. Sie würden auch zu einem leistungsmindernden Klima der Unruhe und letztlich zu einem Reputationsschaden für das Unternehmen führen. Darum ist es wichtig, dass sich die Mitarbei-

tenden rechtzeitig Hilfe holen können. Hier setzt die betriebliche Sozialberatung an, welche die CSS ihren Mitarbeitenden unentgeltlich anbietet. Dazu arbeitet die CSS mit einer neutralen, externen Sozialberatungsfirma zusammen. Der Zugang zur Sozialberatung erfolgt entweder direkt durch die ratsuchenden Mitarbeitenden oder über den zuständigen HR-Berater. Die Beratung ist vertraulich. Ohne Einverständnis der ratsuchenden Mitarbeitenden erfolgt keine Weitergabe der persönlichen Daten oder Gesprächsinhalte an die CSS. Diese erhält lediglich einen anonymisierten Jahresbericht, der keinerlei Rückschlüsse zulässt. Gemäss diesem Bericht wurden im vergangenen Jahr keine Fälle von Diskriminierung festgestellt. 2016 haben 28 Mitarbeitende das Angebot in Anspruch genommen, davon waren 23 Neuanmeldungen. Die regelmässige anonyme Auswertung der Sozialberatungsdaten sowie das ebenfalls anonyme Hinweisgebersystem werden jeweils durch die Abteilung Human Resources analysiert. Sie ermöglichen es, allfällige Schwachpunkte, die dem Gleichbehandlungsprinzip zuwiderlaufen, zu erkennen und gegebenenfalls Massnahmen zu ergreifen.

### Mutterschaftsurlaub/Vaterschaftsurlaub

Der Mutterschaftsurlaub geht bei der CSS über die gesetzlichen Rahmenbedingungen hinaus – alle Frauen haben Anspruch auf 16 bezahlte Wochen. Auch beim Vaterschaftsurlaub bietet die CSS eine grosszügige Lösung an: Jeder Mitarbeiter hat nach der Geburt des Kindes Anspruch auf zwei bezahlte Tage sowie fünf weitere Tage innerhalb der nächsten fünf Wochen. Schliesslich bietet die CSS ihren Mitarbeitenden auch einen Familienservice an. Er ist Anlaufstelle für Fragen und Anliegen zu Kinderbetreuung (Childcare) und Unterstützung von Familienangehörigen (Eldercare). Der Familienservice gibt Informationen weiter, berät die Mitarbeitenden und vermittelt bei Bedarf Personen und Angebote am Wohn- oder Arbeitsort.

### Berufliche Vorsorge

Die CSS führt für ihre Mitarbeitenden in der Schweiz bereits seit 1963 eine eigene Vorsorgeeinrichtung. Die Arbeitnehmenden sowie deren Angehörige und Hinterlassene sind in der Personalvorsorgestiftung gegen die wirtschaftlichen Folgen von Alter, Tod und Invalidität versichert. Die privatrechtliche Vorsorgeeinrichtung wird nach dem Beitragsprimat geführt und erbringt als umhüllende Kasse auch überobligatorische Leistungen. Versicherte profitieren neben den überobligatorischen Leistungen von zusätzlichen Sparmöglichkeiten (Vorsorgeplan mit zusätzlichen Spar-

beitragen und Einkaufsmöglichkeiten) und einem umfassenden Beratungsangebot. Um den heutigen Lebensumständen vieler Personen Rechnung zu tragen, können in der Personalvorsorgestiftung unter bestimmten Voraussetzungen Lebenspartner einem Ehegatten gleichgestellt werden. Auch der Wunsch nach einer flexiblen Pensionierung wächst in unserer Gesellschaft. Die Personalvorsorgestiftung bietet deshalb den Versicherten flexible und gleitende Formen des Altersrücktritts an. Die CSS ermöglicht zudem den Mitarbeitenden ab Alter 55 die Teilnahme am internen Seminar für die Pensionierungsvorbereitung.

Per 31. Dezember 2016 waren in der Personalvorsorgestiftung der CSS Versicherung 2613 Mitarbeitende und 615 Rentner versichert. Der Deckungsgrad per 31. Dezember 2016 betrug 113,8 Prozent. Die gesamten Altersguthaben der aktiven Versicherten wurden 2016 mit 2,25 Prozent (BVG: 1,25 Prozent) verzinst. Um tiefere Einkommen zu begünstigen, wird bei Einkommen unter 84600 Franken nur ein anteilmässiger Koordinationsabzug vorgenommen. Der versicherte Lohn beträgt mindestens 5217 Franken (BVG: 3525 Franken). In der Personalvorsorgestiftung werden auch Einkommen über 84600 Franken versichert. Die separate Kadervorsorgestiftung ist eine überobligatorische Pensionskasse mit dem Zweck, das CSS-Kader mit einem Jahreslohn von über 123375 Franken vor den wirtschaftlichen Folgen des Erwerbsausfalles im Alter, bei Invalidität und Tod zu schützen. Per 31. Dezember 2016 waren in der CSS-Kadervorsorgestiftung 322 Mitarbeitende und 1 Rentner versichert. Der Deckungsgrad per 31. Dezember 2016 betrug 117,5 Prozent.

Beide Vorsorgestiftungen stehen für eine sichere und transparente Anlage- und Verwaltungstätigkeit und führen diese effizient und kostengünstig durch. Bei der Anlagetätigkeit werden möglichst ökonomische, nachhaltige und ethische Grundsätze berücksichtigt. Wenn möglich werden Investitionen in Unternehmen, welche die Menschenrechte systematisch verletzen oder der Umwelt schwerwiegenden Schaden zufügen, vermieden. Bei Immobilienanlagen wird angestrebt, in preiswerte Wohn- und Geschäftsräume mit ökologisch und energetisch vertretbarer Bauweise zu investieren. Dabei wird der langfristigen Wertsteigerung und dem marktkonformen Ertrag Rechnung getragen. Kriterien wie Minergiestandard, Anschluss an den öffentlichen Verkehr, marktgerechte Mieten, tiefe Leerstandsquoten, wirtschaftliche Grundrisse sowie Standortanforderungen bezüglich Arbeit, Bildung, Sport und Versorgung werden berücksichtigt.

### **Besondere Versicherungskonditionen**

Die Mitarbeitenden der CSS profitieren von besonderen Versicherungskonditionen. Unter anderem erhalten sie für die Prämien der Grundversicherung einen Arbeitgeberbeitrag sowie einen Rabatt auf Zusatzversicherungsprodukte. Dieser richtet sich nach den Vorgaben der eidgenössischen Finanzmarktaufsicht und beträgt maximal 10 Prozent.

## **4.3 Mitarbeiterentwicklung**

Vielfalt und Chancengleichheit sind bei der CSS keine leeren Worte. So ist bereits in den Grundsätzen der Personalpolitik explizit festgehalten, dass alle Mitarbeitenden und Bewerbenden bei der CSS die gleichen Chancen haben – unabhängig von Geschlecht, Alter und Herkunft. Ein Grundsatz, der in den Regeln des CSS-Verhaltenskodex sowie in den allgemeinen Anstellungsbedingungen weiter ausgeführt wird. Gemäss diesen achtet und schützt die CSS die persönliche Integrität sämtlicher Mitarbeitenden. Diskriminierungen oder Belästigungen im Arbeitsumfeld werden nicht geduldet. Chancengleichheit herrscht auch bei den Löhnen der CSS. Sie ist mit dem Label «Fair Compensation» ausgezeichnet.

### **Mitarbeiterbeurteilung**

Für eine systematische Mitarbeiterbeurteilung setzt die CSS Gruppe ein Instrument (PERFORM) ein, das sich an der Vision und am Top-down-Ansatz des CSS-Unternehmensführungsprozesses orientiert. PERFORM besteht aus einer Zielvereinbarung und der Festlegung von Verhaltensschwerpunkten, der Beurteilung der Zielerreichung und der Besprechung der Entwicklungsperspektiven und -massnahmen. Die einmal jährlich durchgeführten Gespräche mit allen Mitarbeitenden beinhalten eine prospektive und eine retrospektive Betrachtungsweise. Beurteilt werden das gesamte Arbeitsverhalten der Mitarbeitenden sowie ihre tägliche Arbeit. Mit PERFORM wird ausserdem sichergestellt, dass die Aufgaben der Mitarbeitenden zur Erreichung der Unternehmensziele beitragen. Das Element «Mitarbeiterentwicklung» stellt einen aufgaben- und ressourcenorientierten Einsatz der Mitarbeitenden im Sinne der Strategie sicher. In diesem Zusammenhang überarbeitet die CSS ihr Kompetenzmodell. Damit soll eine konsequente Ausrichtung an den CSS-Werten sichergestellt werden. Zudem wird geprüft, wie die IT-Unterstützung von PERFORM verbessert werden kann.

## Wissensmanagement

Fundiert ausgebildete und motivierte Mitarbeitende bilden letztlich das Rückgrat der CSS. Sie erlauben es, das Unternehmen weiterzuentwickeln und so wettbewerbsfähig zu erhalten. Die CSS ist grundsätzlich bestrebt, die Arbeitsmarktfähigkeit ihrer Mitarbeitenden so lange wie möglich aufrechterhalten zu können. In einem von der Konzernleitung verabschiedeten Reglement bekennt sie sich zur Entwicklung der fachlichen und persönlichen Kompetenzen ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Die Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen sind sowohl auf die Unternehmensstrategie als auch auf die Befähigung der Mitarbeitenden im operativen Geschäft ausgerichtet. Die Koordination erfolgt über die Abteilung Human Resources. Damit möchte man vor allem auch für den künftigen Rückgang der erwerbsfähigen Bevölkerung gewappnet sein. Dieser dürfte dazu führen, dass es immer schwieriger werden wird, genügend Fachpersonal zu finden. Mit einer breiten Angebotspalette von fachspezifischen Lehrgängen, Führungs- und Fachseminaren, Workshops sowie Beratung und Coaching von Führungskräften stellt die CSS sicher, dass ihre Mitarbeitenden Wissen und Können aufbauen und sich weiterentwickeln. Zudem unterstützt die CSS individuelle, funktionsrelevante Aus- und Weiterbildungsbedürfnisse.

2016 wurden insgesamt 205 interne Aus- und Weiterbildungskurse angeboten, und durchschnittlich profitierte jeder Mitarbeiter und jede Mitarbeiterin von 4,3 Ausbildungstagen. Bei den Weiterbildungen stehen Vertiefungskurse zur Grundausbildung sowie beispielsweise Kurse zu den Themen Korrespondenz und Telefonie, Verhandlungs- und Präsentationstechnik im Angebot. Führungskader profitieren von einem dreistufigen Ausbildungsangebot. Dabei werden die Grundlagen der Personalführung vermittelt, und die Teilnehmenden werden befähigt, ihre Führungsfunktion wahrzunehmen. Darüber hinaus beteiligt sich die CSS finanziell an externen Sprach- und Weiterbildungsangeboten. Die finanzielle Beteiligung der CSS an einer externen Weiterbildung richtet sich nach der Frage, ob die Weiterbildung funktionsunabhängig, funktionsbegleitend oder funktionsrelevant ist. Ist Letzteres der Fall, werden die Kosten vollumfänglich übernommen.

Ein besonderes Augenmerk legt die CSS auf Mitarbeitende, die älter als 50 Jahre sind. Schon bis anhin konnten ältere Mitarbeitende ein Seminar besuchen, das sie auf den neuen Lebensabschnitt «Pensionierung» vorbereitet. Neu steht ihnen auch ein Seminar zur Verfügung, in dem sie ihre Arbeits- und Lebenssituation reflektieren und sich mit

anderen Mitarbeitenden austauschen können. Mit solchen Massnahmen geht es der CSS zum einen darum, die Gesundheit und Leistungsfähigkeit der älteren Mitarbeitenden zu fördern. Zum anderen will sie deren Situation am Arbeitsplatz möglichst attraktiv gestalten. Zudem besteht die Möglichkeit, über das offizielle Pensionsalter hinaus zu arbeiten. Mitarbeitenden wiederum, welche das Pensum reduzieren möchten, wird das erleichtert, indem die versicherten Leistungen gleich bleiben und sich nicht reduzieren. Alljährlich wird die Anzahl der angebotenen Kurse sowie der teilnehmenden Mitarbeitenden erhoben und ausgewertet. Der Weiterbildungsbedarf wird grundsätzlich im Rahmen der HR-Entwicklungsinstrumente und Bedarfsanalysen ermittelt und geplant und wo nötig neuen Gegebenheiten angepasst.

## Lernende

Die CSS hat in den vergangenen Jahren sukzessive die Zahl der Lernenden erhöht. Sie bildet gegenwärtig 101 Lernende und Praktikanten WMS/HMS (Wirtschafts- und Handelsmittelschule) aus, das sind rund 4,2 Prozent der gesamten Belegschaft. 2011 betrug der Anteil der Lernenden noch 1 Prozent. Folgende Berufe lassen sich bei der CSS erlernen: Kauffrau/Kaufmann in Krankenversicherungen, Informatiker/Informatikerin, Fachfrau/Fachmann Kundendialog sowie Polygraf/Polygrafin. Rund 50 Prozent aller Lernenden werden direkt nach ihrer Ausbildung bei der CSS weiterbeschäftigt. Der CSS ist eine adäquate Betreuung ein grosses Anliegen. So sind alle Lernenden jeweils einem Berufsbildner zugewiesen, und am jeweiligen Arbeitsplatz können sie sich an Praxisbildner wenden. Der CSS geht es letztlich darum, die Lernenden auf die künftigen Anforderungen in der Berufswelt vorzubereiten. In ihrer Ausbildung sollen sie deshalb vor allem in ihrer Autonomie, Selbstverantwortung und Selbstinitiative gestärkt werden. Die Qualität der Ausbildung, welche die jungen Frauen und Männer bei der CSS absolvieren, schlägt sich auch in der Erfolgsquote bei den Qualifikationsverfahren (ehemalige Lehrabschlussprüfung) nieder. Wie bereits im Vorjahr wurde 2016 eine Erfolgsquote von 100 Prozent erzielt.

# 5 Ethik und Integrität

Die CSS als eine der grössten Krankenversicherungen sieht sich stark in der Verantwortung, die Werte von Solidarität und Gerechtigkeit in unserem Gesundheitssystem zu verankern und zu fördern. Sie bekennt sich zu einer auf Freiwilligkeit und Subsidiarität aufgebauten Solidarität. Als Grundlage dieser Solidarität, die in der Grundversicherung unter anderem in der Einheitsprämie zum Ausdruck kommt, erachtet sie eigenverantwortliches Handeln. Die CSS Gruppe tritt darum allen Tendenzen entgegen, die das System der Krankenversicherung oder gar der Grundversorgung verstaatlichen wollen, und setzt sich für unternehmerischen Handlungsspielraum ein. Die CSS Gruppe handelt nach dem Grundsatz, dass Wettbewerb die Qualität fördert und zu Angebotsvielfalt und Wahlfreiheit führt; Wettbewerb ist die Basis für einen effektiven und effizienten Einsatz der Mittel.

Die CSS Gruppe setzt sich nicht nur für kostendämpfende Massnahmen ein, sondern auch für eine optimale medizinische Versorgung der Versicherten. Basierend auf dem Prinzip der Solidarität bedeutet dies, dass alle Versicherten Zugang zu medizinischen Leistungen haben. Vor diesem Hintergrund fördert sie die Schaffung von Rahmenbedingungen, damit jeder Einzelne in eigener Verantwortung für die Erhaltung oder Wiederherstellung seiner Gesundheit sorgt.

Um all diesen Anforderungen gerecht zu werden, sorgt die CSS Gruppe für leistungsfähige, kompetente und aufgeschlossene Mitarbeitende und Führungskräfte. Sie stellt eine hohe Fach- und Sozialkompetenz der Mitarbeitenden sicher und gewährleistet ein gutes Arbeitsklima. Die Führungskräfte orientieren sich an den Grundsätzen «kundenorientiert, leistungsorientiert und offen für Neues» und haben mit ihrer Unterschrift unter diese Führungsgrundsätze ein entsprechendes Bekenntnis abgegeben.

## 5.1 Compliance

Als Krankenversicherung bewegt sich die CSS in einem stark regulierten Markt und unterliegt diversen aufsichtsrechtlichen und internen Vorschriften. Ein gesetzeskonformes Verhalten sämtlicher Personen auf allen Hierarchiestufen innerhalb der CSS und in sämtlichen Geschäftsbereichen ist nicht nur entscheidend für einen nachhaltigen Geschäftserfolg. Es stellt auch sicher, dass die CSS keine Reputationschäden erleidet. Die allgemeinen Compliance-Grundsätze innerhalb der CSS sind in einem Reglement

festgehalten. Dieses liegt im Zuständigkeitsbereich der Abteilung Recht und Compliance und trat im Januar 2016 in Kraft. Die Gesamtverantwortung für den Unterhalt, die Kontrolle und Überwachung der Compliance trägt der Verwaltungsrat. Zudem wachen die Aufsichtsbehörden – Bundesamt für Gesundheit (BAG) und eidgenössische Finanzmarktaufsicht (FINMA) – über das regelkonforme Verhalten der Krankenversicherer in der Schweiz und greifen wo nötig ein.

Korruption kann in jedem Grossunternehmen vorkommen, das Aufträge vergibt sowie Lieferungen und Leistungen in grösserem Umfang bezieht. Da macht auch die CSS keine Ausnahme. Korruption läge etwa vor, wenn nicht das für die CSS Gruppe günstigste Angebot den Zuschlag erhielte, sondern dasjenige, das für den zuständigen Entscheidungsträger persönlich von Vorteil ist. Eine legale Pflege der Geschäftsbeziehung liegt deshalb im ureigenen Interesse der CSS, könnten doch sonst erhebliche Reputationsrisiken und strafrechtliche Konsequenzen die Folge sein. Ein korruptes Verhalten würde zudem die Glaubwürdigkeit des Unternehmens und letztlich auch das Vertrauen der Bevölkerung ins Gesundheitssystem erschüttern. Deshalb geniesst das Thema bei der CSS höchste Priorität und es gilt eine Nulltoleranz bei Korruption.

Bereits bei der Rekrutierung neuer Mitarbeitender legt die CSS diesbezüglich die Latte hoch. So sind zum Beispiel ein Betriebs- sowie ein Strafregisterauszug zwingende Dokumente, die vor einer Anstellung eingereicht werden müssen. Im Rahmen von «myPerform» – dem Führungsinstrument für Mitarbeitergespräche – stellt zudem das Verhalten einen integrierenden Bestandteil dar, der auch gemessen wird. Schliesslich erlaubt das anonyme Hinweisgebersystem, allfälligen Fällen von Korruption auf den Grund zu gehen und wo nötig Konsequenzen zu ziehen. Derzeit drängen sich keine Änderungen bei diesen Ansätzen auf.

Zudem verfügt die CSS Gruppe über einen verbindlichen Verhaltenskodex. Die klar definierten Verhaltensregeln beschreiben die leistungsbezogenen und ethischen Grundwerte, die für den CSS-Konzern Geltung haben. Der Verhaltenskodex listet allgemeine Verhaltensregeln auf, welche die Mitarbeitenden zum Beispiel bei der Arbeit sowie gegenüber Kunden, Kollegen, Geschäftspartnern oder Behörden einzuhalten haben. Diese Verhaltensregeln machen sich insbesondere Aussagen zu den Themen Geschenke und Korruption. Sämtliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter werden regelmässig zur Einhaltung der im Verhaltenskodex formulierten Regeln geschult.



Wie im Verhaltenskodex festgehalten, duldet die CSS keinerlei korrupte Handlungen, wie beispielsweise Bestechung, Betrug oder Geldwäscherei. Im Berichtsjahr hat der Bereich Recht und Compliance einen Fall von möglicher Korruption geprüft. Allerdings zeigten die Nachforschungen letztlich, dass weder interne Regeln noch Gesetze verletzt worden sind. Bezüglich fairen Wettbewerbs und des Kartellrechts hat die CSS 2016 gegen keine Rechtsvorschriften verstossen.

Die CSS ist im Besitz zahlreicher Versichertendaten. Diese sind das höchste Gut der CSS, und die Kundinnen und Kunden vertrauen, darauf, dass die CSS sorgsam mit ihnen umgeht. Öffentlichkeit und Medien reagieren äusserst sensibel auf Verletzungen der Privatsphäre und Verstösse gegen Datenschutzbestimmungen. Nur wenn sichergestellt ist, dass die Kundeninformationen stets datenschutzkonform behandelt werden, ist auch gewährleistet, dass diese nicht in falsche Kanäle fliessen und dadurch massive Reputationsschäden entstehen. Die einzelnen Aspekte des Datenschutzes sind in verschiedenen Reglementen und Weisungen festgehalten. Der Datenschutzbeauftragte der CSS Gruppe sorgt konzernweit dafür, dass die Mitarbeitenden korrekt mit den Versichertendaten und den Daten der CSS umgehen. 2016 wurden keine begründeten Beschwerden über Datenverluste oder allfällige Beeinträchtigungen der Privatsphäre verzeichnet.

Inwiefern die Massnahmen zum Schutz der Privatsphäre der Kunden sichergestellt sind, wird laufend durch Audits, interne Überprüfungen und im Rahmen von Zertifizierungen überprüft. So betreibt zum Beispiel der vertrauensärztliche Dienst (VAD) seit 2007 ein zertifiziertes Datenschutzmanagement, welches das Zertifikat «Good Priv@cy» trägt und seit 2010 zusätzlich die VDZ-Zertifizierung (Verordnung über die Datenschutzzertifizierung). 2015 konnten in der jährlichen externen Überprüfung durch die unabhängige Zertifizierungsorganisation Schweizerische Vereinigung für Qualitäts- und Managementsysteme (SQS) beide Zertifikate erneut für drei Jahre erteilt werden. Damit sind in allen datenschutzrelevanten Prozessen innerhalb des VAD sämtliche Anforderungen des Datenschutzes systematisch integriert. Zertifiziert ist auch die IT-Sicherheit. Sie erhielt 2015 durch die Firma SQS die Zertifizierung gemäss ISO-Norm 27001:2013. Diese internationale Norm spezifiziert, wie ein Informationssicherheits-Managementsystem hergestellt, eingeführt, betrieben, überwacht, gewartet und verbessert wird. Versicherte in der Schweiz haben zudem die Möglichkeit, an die neutrale Ombudsstelle der Schweizer Krankenversicherer zu gelangen.

Die CSS musste im Berichtsjahr keine Bussgelder oder Strafen entrichten wegen Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften. Die CSS Gruppe verzeichnete im Berichtsjahr bei rund 15,6 Millionen verarbeiteten Rechnungen 263 Einsprachen (Vorjahr: 385). Ein Grossteil der Dossiers entfiel auf Einsprachen im Bereich Inkasso (177). 2016 wurden sodann 217 kantonale Verfahren (Vorjahr: 264) respektive 39 Bundesgerichtsverfahren (Vorjahr: 28) eröffnet. Dabei trat die CSS Gruppe im Bereich der kantonalen und der bundesgerichtlichen Verfahren sowohl als Klägerin wie auch Beklagte auf. Im Vergleich zum Vorjahr nahm die Anzahl Bundesgerichtsverfahren infolge vermehrter Tarifstreitigkeiten deutlich zu, jene betreffend kantonale Verfahren unterlag den üblichen Schwankungen. Darüber hinaus befasste sich auch die unabhängige Ombudsstelle der Krankenversicherer mit diversen Anfragen. Insgesamt gingen 56 Anfragen (Vorjahr: 60) ein, welche die CSS Gruppe betrafen. Im Vergleich zum Marktanteil ist die CSS Gruppe damit deutlich unterdurchschnittlich tangiert. Rund 80 Prozent der Fälle konnten zugunsten der CSS Gruppe respektive 20 Prozent zugunsten der Versicherten entschieden werden. Insgesamt wurde lediglich in wenigen Fällen aus Kulanzgründen vom ursprünglichen Entscheid zugunsten des Versicherten abgewichen. Im Bereich der Privatversicherung bedurfte es wie bereits im Vorjahr keiner Intervention durch die Ombudsstelle. Sämtliche Dossiers konnten von der Ombudsstelle direkt, das heisst ohne Intervention bei der CSS Gruppe, erledigt werden.

Transparenz bezüglich ihrer Produkte ist der CSS ein zentrales Anliegen. Sämtliche Vertragsbedingungen bezüglich einzelner Produkte sind ebenso öffentlich einsehbar wie die Leistungen im Rahmen des jeweiligen Produkts. Bei Verkaufsberatungen wird aufgrund einer internen Richtlinie ein Verkaufsprotokoll erstellt, das vom Kunden und Berater unterzeichnet wird. Aus dem Dokument ist ersichtlich, welche Pflichten der Kunde aufgrund seiner Produktwahl hat. Das soll mithelfen, die Beratungsqualität sicherzustellen. Zudem können auf diese Weise Missverständnisse und spätere Reklamationen verhindert werden. Diese Richtlinie gilt auch für Vermittler, die nicht bei der CSS angestellt sind.

In der Berichtsperiode waren keine Fälle zu verzeichnen, in denen die CSS gegen Gesetzesvorschriften oder freiwillige Verhaltensregeln zu Produktkennzeichnungspflichten oder Produkthaftungsvorschriften verstossen hätte. Auch wurden keine Verstösse gegen Kundengesundheits- und -sicherheitsvorschriften registriert.

Der Tätigkeitsbereich der Krankenversicherer ist durch eine Vielzahl von Gesetzen und Verordnungen reguliert. Deren Einhaltung wird von verschiedenen Instanzen kontrolliert. So unterliegt die CSS unter anderem – wie alle Krankenversicherungen – einer engen Kontrolle durch das Bundesamt für Gesundheit (BAG; in der Grundversicherung) sowie die eidgenössische Finanzmarktaufsicht (FINMA; Bereich Zusatzversicherungen). Diese Aufsicht, gekoppelt mit den internen Instrumenten, die für eine gute Unternehmensführung stehen, garantiert in sämtlichen Belangen das gute und vor allem gesetzekonforme Handeln der CSS.

## 5.2 Politisches Engagement und Mitgliedschaften

Die CSS setzt sich für politisch vernünftige Bedingungen ein, die den wirtschaftlichen Rahmen für die Schweizer Krankenversicherer nicht noch mehr einengen und zu einer Dämpfung des Prämienanstiegs sowie zu einer Erweiterung der Wahlfreiheit und der Eigenverantwortung der Versicherten beitragen können. Die entsprechende Grundlagenarbeit obliegt der Abteilung Gesundheitspolitik. Diese unterstützt die CEO und die Linienfunktionen in ihren Aufgaben im Bereich Politik und gewährleistet das Monitoring zu sämtlichen gesundheitspolitischen Dossiers.

Die Gesundheitspolitik der CSS verfolgt keinen Selbstzweck, sondern steht ganz im Dienste der Vision der CSS, welche die Kundenzufriedenheit und das gesunde Wachstum ins Zentrum stellt, und trägt zur Erreichung der Unternehmensstrategie bei. Die Gesundheitspolitik tut dies, indem sie auf dem politischen und tarifpartnerschaftlichen Parkett versucht, günstige Rahmenbedingungen für die Geschäfte der CSS zu schaffen. Die Gesundheitspolitik der CSS orientiert sich am gesundheitspolitischen Leitbild, das im Jahr 2011 von der Konzernleitung verabschiedet und 2016 leicht revidiert wurde. Das gesundheitspolitische Leitbild setzt den Rahmen, wonach sich die Positionierung der CSS bei politischen Geschäften richtet.

2016 hat die CSS Parteien und Einzelpolitiker, die sich für ein nachhaltiges Schweizer Gesundheitssystem einsetzen, mit insgesamt 36000 Franken unterstützt. Allerdings ist die CSS selber weder an eine politische Partei gebunden, noch hat sie sich finanziell an Abstimmungskampagnen in der Schweiz beteiligt. Hingegen hat sie aktiv an Vernehmlassungsverfahren zu wichtigen gesundheitspolitischen Geschäften teilgenommen, zum Beispiel an demjenigen

zur Änderung der Prämienregionen. Zudem ist sie Mitglied beim Krankenversicherungsverband curafutura. Dieser beteiligt sich ebenfalls aktiv am gesundheitspolitischen Geschehen in der Schweiz und bezieht dezidiert Stellung im Sinne seiner vier Mitglieder und somit im Sinne der Versicherten. Die Finanzierung von curafutura wird – auf der Basis der Versichertenzahlen – anteilmässig von den Mitgliedern sichergestellt.

Die politischen Rahmenbedingungen im Gesundheitswesen ändern sich laufend. Deshalb müssen die Ziele und Handlungsfelder des Bereichs Gesundheitspolitik laufend überprüft und angepasst werden. Auch die eingesetzten Public-Affairs-Instrumente sollten in Zukunft periodisch auf ihre Wirksamkeit und Zweckmässigkeit geprüft werden. Dazu soll eine Public-Affairs-Strategie erstellt werden.

## 5.3 Betrugsbekämpfung

Die CSS hat eine eigene Abteilung zur Bekämpfung von Versicherungsmissbrauch. Sie ist seit rund vier Jahren aktiv und konnte in dieser Zeit Beiträge in Millionenhöhe einsparen. Für die CSS geht es mit der Betrugsbekämpfung nicht nur um die Optimierung der Leistungskosten und um den ökonomischen Nutzen. Sie will damit auch eine gesellschaftliche und moralische Verantwortung wahrnehmen. Missbrauchsbekämpfung hat deshalb auch viel mit Kundenorientierung zu tun: Wer unrechtmässig Leistungen bezieht, schadet letztlich dem Kollektiv. Mit ihrem Einsatz gegen Missbrauchsversuche stellt die CSS einen sorgsamem Umgang mit den Prämiegeldern sicher. Das Team zur Betrugsbekämpfung handelt erst auf einen konkreten Verdacht hin und ist nicht etwa von grundsätzlichem Misstrauen geleitet. Intern arbeitet die CSS darauf hin, Prozesse und Produkte in dem Sinne zu verbessern, Missbräuche schwieriger bis unmöglich zu machen. Jährlich deckt die CSS zwischen 300 und 400 Verdachtsfälle auf.

## 5.4 Zusammenarbeit mit Vermittlern

Die CSS Versicherung setzt hohe Qualitätsstandards an Vermittler, mit denen sie zusammenarbeitet. Diese müssen bei der Finanzmarktaufsicht (FINMA) registriert und nachweislich auf Eignung und Integrität überprüft worden sein. Vor der Zusammenarbeit mit einem Vermittler überprüft sie dessen Eignung und Integrität und stellt mittels Schulung sicher, dass dieser die Produkte der CSS kennt und

eine kompetente Beratung anbieten kann. Die CSS akzeptiert nur Versicherungsanträge mit einem Beratungsprotokoll, das sowohl von den Kunden als auch dem Vermittler unterschrieben wurde. Überdies verbietet die CSS ihren Vermittlern vertraglich die telefonische Kaltakquise. Die CSS überprüft laufend die Zusammenarbeit mit den bestehenden Vermittlern und kündigt bei Vertragsverstössen die Zusammenarbeit. Vermittler, die für die CSS tätig sind, haben sich zudem an die vom Krankenversicherungsverband curafutura erlassenen Standards zu halten. Unter anderem ist für jeden Kunden ein Beratungsprotokoll zu unterzeichnen. Die Standards sowie deren Einhaltung wurden 2016 einer internen Revision unterzogen. Punkte aus den Standards, die noch nicht vollständig umgesetzt sind, wurden mit den Vermittlern sowie mit den Generalagenten der CSS thematisiert, um die korrekte Umsetzung sicherzustellen. Eine entsprechende Nachkontrolle zeigte bereits positive Resultate. Die Inhalte der Qualitätsstandards sind öffentlich zugänglich. Jeder Krankenversicherer ist dazu aufgerufen, die Standards umzusetzen – auch die Nichtmitglieder von curafutura. Unseriöse, unerbetene Werbeanrufe können nur verbannt werden, wenn die Branche zusammenspannt. Eine Begleitgruppe überprüft regelmässig die Wirkung der Standards, identifiziert weiteren Handlungsbedarf und gibt Empfehlungen ab, wie die Qualitätsstandards weiterentwickelt werden können.

Auch die Qualität der Versicherungsanträge (inklusive Beratungsprotokolle), die von den Verkaufsberaterinnen und -beratern der CSS erstellt werden, unterliegen einer strikten jährlichen Qualitätskontrolle. Diese erfolgt durch ein internes Team der Abteilung Leistungsgrundlagen & Expertenwissen. Wo nötig, werden die Generalagenturen kontaktiert und entsprechende Massnahmen vereinbart. Eine wichtige Rolle, um die Beratungsqualität kontinuierlich zu verbessern, hat das Customer Experience Management (CEM). Im Rahmen des CEM bewerten bis zu 4000 zufällig ausgewählte Kundinnen und Kunden die erlebten Kontakte mit der CSS. Wo tiefe Werte registriert werden, erfolgen so genannte Retention-Calls, um die genauen Ursachen eines tiefen Werts zu erheben und daraus Massnahmen ableiten zu können. Es ist das erklärte Ziel der CSS, die Nummer eins im Markt (Grundversicherung) zu bleiben und bis 2018 bezüglich der Kundenzufriedenheit einen Spitzenplatz einzunehmen. Vor diesem Hintergrund besteht keinerlei Anlass, diese Qualitätsansprüche zu lockern, sondern höchstens noch zu verstärken.

Einen positiven Effekt auf die Zusammenarbeit mit den Vermittlern erhofft sich die CSS vom Risikoausgleich, der kontinuierlich verfeinert wird. Denn der Risikoausgleich macht die Risikoselektion unattraktiv und ist damit eine wichtige Voraussetzung für einen volkswirtschaftlich sinnvollen Wettbewerb und die Entwicklung von Managed Care. Durch die künftige Verfeinerung wird es für Versicherer zunehmend lohnenswert, in alternative Modelle zu investieren und ihre Kunden besser zu steuern, um eine qualitativ hochstehende Behandlung zu erreichen. Die CSS geht deshalb davon aus, dass die Wechselbereitschaft der Kundinnen und Kunden tendenziell abnehmen wird, was entsprechende Auswirkungen auf den Vermittlermarkt zur Folge haben dürfte.

## 5.5 Leistungseinkauf

Per Ende 2015 hat die CSS den Vertrag mit der Einkaufsgemeinschaft Tarifsuisse gekündigt. Durch den Alleingang im Leistungseinkauf kann die CSS bessere oder mindestens gleiche Preise für Leistungen wie die Konkurrenz aushandeln. Von diesem Wettbewerb beim Leistungseinkauf werden auch die Versicherten profitieren, denn im Zentrum der Verhandlungen steht Qualität zu fairen Preisen. Gleichzeitig kann der Leistungseinkauf der CSS dadurch vermehrt auf die Bedürfnisse der Kunden reagieren und gemeinsam mit den Partnern aus der Leistungserbringung transparente Mehrwerte schaffen und umfassende Kooperationen mit bestehenden wie auch mit neuen Anbietern aufbauen.

# 6 Gesellschaftliches Engagement

Gesellschaftliches und soziales Engagement wird bei der CSS seit vielen Jahren grossgeschrieben. Dies basiert nicht zuletzt auf den Wurzeln des Unternehmens, das 1899 als Selbsthilfeorganisation gegründet worden ist. Einen neuen Schub erhielt dieses Engagement im Jahr 1987. Damals rief die CSS eine Stiftung ins Leben, die seither jährlich soziale Institutionen unterstützt. Aus Anlass des millionsten Versicherten wurde die Stiftung mit einem Kapital von einer Million Franken geäufnet.

## 6.1 CSS Stiftung

Die CSS Stiftung greift jedes Jahr Institutionen finanziell unter die Arme, die im Gesundheitswesen grosses soziales Engagement an den Tag legen. 2016 erhielt die Freiburger Vereinigung «frauenraum» einen Check in Höhe von 25000 Franken. Der 1998 gegründete Verein hat zum Ziel, die Rolle der Frau in der Gesellschaft zu fördern und ihre Integration anzukurbeln.

## 6.2 CSS als Arbeitgeberin

Auch als Arbeitgeberin hat die CSS einen hohen gesellschaftlichen Stellenwert. Sie ist mit ihren 115 Agenturen in der ganzen Schweiz vertreten. Um ihr Markenversprechen «CSS. Ganz persönlich.» einzuhalten, ist die CSS auch in abgelegenen Regionen präsent. So ist sie zum Beispiel die einzige Krankenversicherung, die im Kanton Jura drei Agenturen betreibt. Damit garantiert sie der Bevölkerung eine optimale Betreuung vor Ort und trägt dazu bei, dass eine strukturschwache Region sowohl als Wohn- wie auch als Arbeitsort attraktiv bleibt. Heute ermöglicht die CSS 2703 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in sämtlichen Landesteilen ein Einkommen.

In der Stadt Luzern, wo die CSS ihren Hauptsitz hat, gehört sie zu den grössten Arbeitgeberinnen überhaupt. Sie trägt dazu massgeblich zum Ruf von Luzern als attraktivem Wirtschaftsstandort bei. So gehört das Unternehmen zum Beispiel zu den grössten Arbeitgebern für IT-Fachleute in der Zentralschweiz. Durch die gut 1600 Arbeitsplätze, über welche die CSS alleine in der ganzen Innerschweiz verfügt, wird ein erhebliches Steuersubstrat generiert, wohnt doch ein Grossteil der Mitarbeitenden auch in der Region. Auch was ihren Ruf als Lehrlingsbetrieb angeht, steht die CSS sehr gut da. 2016 absolvierten 91 junge Frauen und Männer ihre Lehre bei der CSS.

## 6.3 CSS Institut für empirische Gesundheitsökonomie

Die CSS verfügt mit dem Institut für empirische Gesundheitsökonomie über ein eigenes Forschungsinstitut. Dieser wissenschaftliche Think-Tank dient sowohl der wissenschaftlichen Forschung als auch der Lehre. Das Institut wird einerseits durch Mittel der CSS Versicherung AG, andererseits – und je nach Art des Forschungsprojekts – durch Dritte finanziert, beispielsweise durch den Schweizerischen Nationalfonds. Die wissenschaftliche Objektivität und Unabhängigkeit der Forschungstätigkeit misst sich an der Qualität und der Art der Publikationen in von Experten begutachteten Zeitschriften («peer reviewed»). Das Institut soll empirisch belegbare Antworten auf Fragen der effizienten Finanzierung und der gerechten Lastenverteilung von Gesundheitsdienstleistungen liefern. Jüngstes Beispiel ist die Reform des Krankenversicherungsgesetzes (KVG), bei der basierend auf den Arbeiten des CSS Instituts ein fairer Rabatt für junge Erwachsene etabliert wurde. Auch sonst hilft es mit seinen Forschungsarbeiten bei der laufenden Weiterentwicklung des Risikoausgleichs, der Voraussetzung für fairen Wettbewerb, mit. Die CSS setzt alles daran, dass Solidarität auch im regulierten Wettbewerb der Krankenversicherung durchgesetzt wird. Daneben hat das Institut seinen Lehrauftrag an der jungen wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Universität Luzern aufgenommen und arbeitet am Aufbau der gesundheitsökonomischen Fachrichtung mit.

## 6.4 CSS Health Lab

Die CSS finanziert über vier Jahre hinweg Forschungsprojekte an der ETH Zürich und der Universität St.Gallen, in deren Rahmen ein fünfköpfiges Team digitale Therapieformen, unter anderem für Asthmatiker und Diabetiker, entwickelt. Dadurch soll insbesondere die Lebensqualität der Betroffenen erhöht werden. Da sie gezielter behandelt werden können und besser auf ihre chronische Krankheit eingestellt sind, werden sich die Ausgaben reduzieren. Das kommt letztlich allen Prämienzahlerinnen und -zahlern zugute. Für die Zusammenarbeit mit der ETH Zürich und der Universität St.Gallen wurde im September 2015 das CSS Health Lab gegründet.

## 6.5 Theatergala

Mit der Theatergala organisiert die CSS jedes Jahr eine Benefizveranstaltung zugunsten Not leidender Familien im Kanton Luzern. 2016 kamen 55180 Franken zusammen. Seit die CSS die Theatergala als Partnerin und Sponsorin unterstützt, sind weit über eine Million Franken aus Billett-einnahmen und Spenden der Besucherinnen und Besucher zusammengekommen. Der Erlös geht jeweils vollumfänglich an die Caritas Luzern, die das Geld Familien und Alleinerziehenden in finanzieller Not zukommen lässt. Die CSS nimmt damit nicht nur soziale Verantwortung wahr, sondern engagiert sich auch kulturell: Die Theatergala ist für ein breites Publikum zu einem festen Programmpunkt im Spielplan des Luzerner Theaters geworden.

## 6.6 Gesundheitspartnerin des SAC

Seit bald 15 Jahren besteht zwischen der CSS und dem Schweizer Alpen-Club (SAC) eine Partnerschaft. Seit 2016 ist die CSS einer von drei Hauptpartnern und offizielle Gesundheitspartnerin des SAC. Unter anderem unterstützt die CSS SAC-Projekte in den Bereichen Hütten und Jugendförderung. Geplant sind zudem weitere Aktivitäten, die zum Wandern in Kombination mit Hüttenerlebnissen einladen. Das Engagement der CSS soll Menschen für Ausflüge in die Berge begeistern und sensibilisiert für einen achtsamen Umgang mit dem eigenen Körper und der Natur.

# 7 Umwelt

Der sorgfältige Umgang mit Ressourcen ist für die CSS selbstverständlich. Als Dienstleistungsunternehmen im Gesundheitsbereich liegt der Fokus der Nachhaltigkeitsberichterstattung jedoch nicht in erster Linie auf Umweltaspekten. Allerdings können diese mittel- und vor allem längerfristig indirekte Auswirkungen auf die Krankenversicherungsbranche haben. Stichworte dazu sind die Klimaerwärmung und die sich daraus ergebenden gesundheitlichen Konsequenzen auf die Bevölkerung (vor allem die Belastung der älteren Menschen durch extreme Wetterereignisse oder steigende Hitzewellen). Die CSS ist bestrebt, sich in den Bereichen Energie, Wasser und Abfall kontinuierlich zu verbessern. 2016 konnten sowohl der Gesamtenergieverbrauch als auch die damit verbundenen CO<sub>2</sub>-Emissionen gegenüber den Vorjahren leicht gesenkt werden. Zudem ist die Abfallmenge gesamthaft über die letzten Jahre in etwa konstant geblieben, wohingegen der Wasserverbrauch angestiegen ist.

Wenn immer möglich fahren die Mitarbeitenden der CSS für ihre Dienstreisen mit den öffentlichen Verkehrsmitteln. Sie benutzen dazu das Tool «SBB Businesstravel». Mit diesem können die Billette direkt im Büro gelöst werden. Zudem ermöglicht «SBB Businesstravel» verschiedene Auswertungen, unter anderem zu den CO<sub>2</sub>-Einsparungen, die dank konsequenter ÖV-Nutzung im Vergleich zu Fahrten mit dem Auto erzielt werden konnten. Gemäss dem Emissionsbericht, den die SBB jährlich erstellt, konnten 2016 dank konsequenter ÖV-Nutzung 258 Tonnen CO<sub>2</sub> eingespart werden.

Im Jahr 2013 hat das Personalrestaurant Time Out in Luzern das Nachhaltigkeitsprogramm ONE TWO WE eingeführt. Mit dem Angebot feiner Alternativen zu Fleischgerichten, einem attraktiven Salatbuffet und saisonalen Zutaten konnten die CO<sub>2</sub>-Emissionen pro Menü seit 2012 um 2,2 Prozent reduziert werden. Diese betragen im Jahr 2016 2,4 kg CO<sub>2</sub>-Äquivalente pro Menü.

## Umweltkennzahlen für den Hauptsitz, inklusive Rechencenter

### Energieverbrauch

	Einheit	2016	2015	2014
Erdgas <sup>1,2</sup>	MWh	1 028	1082	1030
Elektrizität	MWh	5 413	5729	6045
Fernwärme	MWh	748	829	776

### CO<sub>2</sub>-Emissionen<sup>1,3</sup>

Scope 1 (Erdgas/Heizöl)	tCO <sub>2</sub>	189	199	190
Scope 2 (Strom <sup>4</sup> /Fernwärme)	tCO <sub>2</sub>	907	965	1006

### Wasserverbrauch

Öffentliche Abwasserversorgung	m <sup>3</sup>	14 372	12 862	13 571
--------------------------------	----------------	--------	--------	--------

### Wasserverbrauch

Kehricht/KVA	t	58	74	86
Altpapier (Akten & Altpapier)	t	177	195	209
Altholz	t	3,3	5,0	4,1
Karton	t	20,5	16,8	17,5
Alteisen	t	1,1	1,0	0,8
Elektronikschrott	t	0,2	0,2	1
PET	t	2,2	2,0	1,5

1 Umrechnungs- und Emissionsfaktoren wurden rückwirkend aktualisiert. Quellen: Defra (2016), Frischknecht et. al. (2017).

2 Der Verbrauch an Erdgas ist ausschliesslich für den Wärmebedarf. Die CSS Gruppe verfügt über keine eigene Fahrzeugflotte.

3 Scope 1 deckt direkte CO<sub>2</sub>-Emissionen von zum Beispiel Heizungsboilern ab. Scope-2-Emissionen entstehen aus der Produktion von konsumiertem Strom und Fernwärme.

4 Die mit dem Stromverbrauch assoziierten CO<sub>2</sub>-Emissionen werden gemäss «location-based approach» nach Greenhouse Gas Protocol Scope 2 Guidance ausgewiesen und gelten näherungsweise auch für den «market-based approach».

# 8 Über diesen Bericht

Die CSS berichtet jährlich ausführlich über Nachhaltigkeitsthemen. Dies sowohl im Geschäftsbericht als auch in diesem Nachhaltigkeitsbericht. Der letzte Nachhaltigkeitsbericht wurde im Juni 2016 publiziert. Für die Nachhaltigkeitsberichterstattung wird das Rahmenwerk der Global Reporting Initiative (GRI) zur Nachhaltigkeitsberichterstattung angewendet. Für das Berichtsjahr 2016 wurden wiederum die GRI-G4-Richtlinien – Berichtsoption «Kern» – umgesetzt. Der Nachhaltigkeitsbericht der CSS wurde dem GRI Materiality Disclosures Service unterzogen und GRI hat die korrekte Umsetzung der Angaben (G4-17 bis G4-27) zur Wesentlichkeit bestätigt (siehe GRI Icon, S. 24).

Grundlage für die Nachhaltigkeitsberichterstattung ist die bereits für den Nachhaltigkeitsbericht zum Geschäftsjahr 2015 durchgeführte Bestimmung wesentlicher Themen. Um die wesentlichen Themen und Aspekte aus Sicht des Unternehmens und der Stakeholder zu bestimmen, wendete die CSS den von GRI vorgeschlagenen Prozess an und liess sich von externen Spezialisten begleiten. Zu den Stakeholdern, die den Geschäftserfolg der CSS massgeblich beeinflussen oder davon beeinflusst werden, gehören primär die Kunden, die Mitarbeitenden, die regionalen Behörden, die Medien und die Öffentlichkeit. Von diesen Stakeholdern wird je länger, je mehr erwartet, dass sich die CSS zu ihren Aktivitäten bezüglich der unternehmerischen Verantwortung äussert (G4-24, G4-25, G4-26, G4-27). Die CSS führte einen strukturierten Prozess zur Bestimmung der wesentlichen Themen durch: Dazu gehörten insbesondere interne Workshops mit Vertretern der relevanten Abteilungen unter Miteinbezug der bekannten Stakeholder-Ansichten, um die wesentlichen Themen und Aspekte gemeinsam zu identifizieren. Die Resultate wurden durch die Geschäftsleitung bestätigt (G4-18).

Alle als wesentlich erachteten Aspekte haben direkte oder indirekte Auswirkungen auf den Geschäftsverlauf der CSS und sind dabei entweder innerhalb oder ausserhalb der Organisation relevant. So sind alle Mitarbeiterthemen innerhalb des Unternehmens von grösster Bedeutung. Für die Kunden wesentlich sind Sicherheits- und Gesundheitsaspekte, die Kennzeichnung der Produkte und Dienstleistungen sowie der Schutz der Privatsphäre und die Produkt-Compliance. Allgemeine Compliance, Korruptionsbekämpfung sowie fairer Wettbewerb und Zuwendungen an die Politik haben für die CSS, ihre Geschäftspartner und die Gesellschaft eine grosse Bedeutung (G4-20, G4-21).

Die so systematisch bestimmten, für die CSS und die Stakeholder wesentlichen Themen bilden die Grundlage für die Nachhaltigkeitsberichterstattung. Die Berichterstattung bezieht sich – mit Ausnahme des Kapitels Umwelt – auf alle Standorte der CSS (G4-17). Damit sind alle Mitarbeitenden der CSS abgedeckt, was dem Umfang der Berichterstattung aus den Vorjahren entspricht (G4-23). Ansonsten wurden keine Neudarstellungen vorgenommen (G4-22).

## Folgende Aspekte wurden als wesentlich definiert (G4-19)

Wirtschaft	Mitarbeitende	Menschenrechte	Gesellschaft	Produkte und Kunden
Wirtschaftliche Leistung	Beschäftigung	Gleichbehandlung	Korruptionsbekämpfung	Kundengesundheit und -sicherheit
Indirekte wirtschaftliche Auswirkungen	Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz		Politik	Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen
	Vielfalt und Chancengleichheit		Wettbewerbswidriges Verhalten	Schutz der Privatsphäre der Kunden
	Gleicher Lohn für Frauen und Männer		Compliance	Compliance

# 9 GRI-Inhaltsindex



Materiality  
Disclosures  
CSS Gruppe



## Allgemeine Standardangaben

	<b>Strategie and Analyse</b>	<b>Seite/Angabe</b>
G4-1	Erklärung der CEO	3
<b>Organisationsprofil</b>		
G4-3	Name der Organisation	2
G4-4	Marken, Produkte, Dienstleistungen	6–7
G4-5	Hauptsitz der Organisation	Luzern
G4-6	Anzahl Länder, in denen das Unternehmen aktiv ist	Schweiz
G4-7	Eigentümerstruktur und Rechtsform	30 <sup>1</sup>
G4-8	Absatzmärkte	Schweiz
G4-9	Grösse der Organisation	4, 5 <sup>1</sup>
G4-10	Anzahl Mitarbeitende	10
G4-11	Mitarbeitende mit Kollektivvereinbarungen	13
G4-12	Lieferkette der Organisation	18–19
G4-13	Wesentliche Veränderungen während der Berichtsperiode	26 <sup>1</sup>
G4-14	Anwendung des Vorsorgeprinzips	32 <sup>1</sup>
G4-15	Unterstützung externer Initiativen	keine
G4-16	Mitgliedschaften	18
<b>Ermittelte wesentliche Aspekte und Grenzen</b>		
G4-17	Konsolidierungskreis gemäss Jahresabschluss	23, 43 <sup>1</sup>
G4-18	Bestimmung des Berichtsinhalts	23
G4-19	Wesentliche Aspekte	23
G4-20	Wesentliche Aspekte und Berichtsgrenzen innerhalb der Organisation	23
G4-21	Wesentliche Aspekte und Berichtsgrenzen ausserhalb der Organisation	23
G4-22	Unternehmensveränderungen gegenüber Vorjahr	23
G4-23	Signifikante Veränderungen bezüglich Umfang und Berichtsgrenzen gegenüber dem Vorjahr	23
<b>Einbindung von Stakeholdern</b>		
G4-24	Relevante Stakeholdergruppen	23
G4-25	Identifikation und Auswahl der Stakeholder	23
G4-26	Engagement mit Stakeholdergruppen	23
G4-27	Durch Stakeholder vorgebrachte Anliegen	23
<b>Berichtsprofil</b>		
G4-28	Berichtszeitraum	23
G4-29	Datum des letzten Berichts	23
G4-30	Berichtszyklus	23
G4-31	Ansprechpartner für Fragen zum Bericht	2
G4-32	Gewählte Berichtsoption	23
G4-33	Externe Prüfung	keine



**Unternehmensführung**

G4-34	Führungsstruktur	27 <sup>1</sup>
-------	------------------	-----------------

**Ethik und Integrität**

G4-56	Werte, Prinzipien, Standards und Normen der Organisation	16
-------	--	----

**Spezifische Standardangaben****Wirtschaft**

<b>Aspekt:</b>	<b>Wirtschaftliche Leistung (DMA)</b>	<b>4</b>
G4-EC1	Direkter erwirtschafteter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert	36–41 <sup>1</sup>
G4-EC3	Pensionskassenverpflichtungen	13–14
<b>Aspekt:</b>	<b>Indirekte wirtschaftliche Auswirkungen (DMA)</b>	<b>4–5</b>
G4-EC7	Investitionen in Infrastruktur und unterstützte Dienstleistungen	20–21
G4-EC8	Art und Umfang erheblicher indirekter wirtschaftlicher Auswirkungen	4–5

**Umwelt<sup>2</sup>**

<b>Aspekt:</b>	<b>Energie</b>	
G4-EN3	Energieverbrauch	22
<b>Aspekt:</b>	<b>Wasser</b>	
G4-EN8	Wasserverbrauch	22
<b>Aspekt:</b>	<b>Abwasser und Abfall</b>	
G4-EN23	Abfälle	22

**Arbeitspraktiken und menschenwürdige Beschäftigung**

<b>Aspekt:</b>	<b>Beschäftigung (DMA)</b>	<b>10</b>
G4-LA1	Anzahl neu eingestellter Mitarbeitender und Mitarbeiterfluktuation	11
G4-LA2	Zugang zu betrieblichen Leistungen	13
G4-LA3	Rückkehr und Verbleib nach Elternzeit	13
<b>Aspekt:</b>	<b>Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz (DMA)</b>	<b>12</b>
G4-L6	Unfälle, Krankheiten und Ausfalltage	12
<b>Aspekt:</b>	<b>Aus- und Weiterbildung (DMA)</b>	<b>14</b>
G4-LA9	Aus- und Weiterbildung	15
G4-LA10	Programme für Wissensmanagement	15
G4-LA11	Leistungsbeurteilung und Entwicklungsplanung für Mitarbeitende	14
<b>Aspekt:</b>	<b>Vielfalt und Chancengleichheit (DMA)</b>	<b>10</b>
G4-LA12	Vielfalt in Aufsichtsgremien und Belegschaft	10, 11
<b>Aspekt:</b>	<b>Gleicher Lohn für Frauen und Männer (DMA)</b>	<b>13</b>
G4-LA13	Lohnleichheit	13

### Menschenrechte

<b>Aspekt:</b>	<b>Gleichbehandlung (DMA)</b>	<b>16</b>
G4-HR3	Gesamtzahl Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Massnahmen	13

### Gesellschaft

<b>Aspekt:</b>	<b>Korruptionsbekämpfung (DMA)</b>	<b>16–17</b>
G4-SO4	Schulungen und Massnahmen zur Korruptionsbekämpfung	16
G4-SO5	Korruptionsvorfälle und ergriffene Massnahmen	17
<b>Aspekt:</b>	<b>Politik (DMA)</b>	<b>18</b>
G4-SO6	Zuwendungen an Politik	18
<b>Aspekt:</b>	<b>Wettbewerbswidriges Verhalten (DMA)</b>	<b>16–17</b>
G4-SO7	Klagen wegen wettbewerbswidrigen Verhaltens	17
<b>Aspekt:</b>	<b>Compliance (DMA)</b>	<b>16–17</b>
G4-SO8	Geldwert wesentlicher Bussgelder	17

### Produkteverantwortung

<b>Aspekt:</b>	<b>Kundengesundheit und -sicherheit (DMA)</b>	<b>6</b>
G4-PR1	Produkt- und Dienstleistungskategorien, die auf Sicherheit und Auswirkungen auf die Gesundheit geprüft werden	6–7
G4-PR2	Verstösse gegen Gesundheits- und Sicherheitsvorschriften	17
<b>Aspekt:</b>	<b>Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen (DMA)</b>	<b>17</b>
G4-PR3	Informationen über Produkte und Dienstleistungen	17
G4-PR4	Verstösse oder Vorfälle gegen Produktkennzeichnungspflichten	17
G4-PR5	Umfragen zur Kundenzufriedenheit	9
<b>Aspekt:</b>	<b>Schutz der Privatsphäre der Kunden (DMA)</b>	<b>17</b>
G4-PR8	Beschwerden wegen Datenschutzverletzungen	17
<b>Aspekt:</b>	<b>Produkt-Compliance (DMA)</b>	<b>17</b>
G4-PR9	Bussen wegen Nichteinhaltung von Vorschriften in Bezug auf die Bereitstellung von Produkten und Dienstleistungen	17

<sup>1</sup> Seiten im Geschäftsbericht 2016.

<sup>2</sup> Die genannten Umweltaspekte wurden als nicht wesentlich eingestuft, werden aber dennoch ausgewiesen.



