

Transparenz – ein Zeichen der Zeit

Transparenz ... Transparency – das Wort steht für offene Kommunikation und Durchlässigkeit, sie lässt uns «durchblicken», macht Informationen sichtbar oder lässt uns Zusammenhänge in der Verwaltung öffentlicher oder privater Körperschaften zwar nicht restlos, aber immerhin besser verstehen. Deshalb avancierte Transparenz im Zeitalter des Öffentlichkeitsprinzips zum gesellschaftspolitischen Schlüsselwert.



Atupri News 2012: Mit den vier Gesundheitsschwerpunkten Wirbelsäule, Entschleunigung, Ängste und Angststörungen, Hauterkrankungen. Die Serie «Aspekte im Gesundheitswesen» widmete sich der Servicequalität, Swissmedic, den kommunikativen Herausforderungen der Santésuisse und der Hausarztmedizin.

Mehr als ein kurzzeitiger Trend

Der Wunsch, frei hinter die Kulissen zu blicken und an verborgenes Wissen zu gelangen, ist so alt wie die Menschheit. In der heute zelebrierten Form ist Transparenz allerdings ein gesellschaftspolitisches Phänomen jüngeren Datums, welches die Kultur der Wirtschaft, Politik, Medien und der Non Profit Organisationen jedoch nachhaltig verändert hat und in Zukunft noch stärker beeinflussen wird. Denn es geht um die spannende – und bei manchen Betroffenen Alarm auslösende – Frage, wo die Intimsphäre von Körperschaften gegenüber der Öffentlichkeit, den Shareholders oder anderen interessierten Gruppen ihre Grenzen hat.

In seinem Kern ist der Ruf nach Transparenz ein Instrument zum Schutz vor Machtmissbrauch durch den Staat und seine Vertretungen. Mit dieser Zielsetzung arbeiten beispielsweise die 1993 ins Leben gerufene Nichtregierungsorganisation Transparency International (www.transparency.org) und ihre 1995 gegründete Schweizer Sektion (www.transparency.ch). Ihre Vision: Mittels Offenlegung von Daten, Verbindungen und Verbindlichkeiten sowie Geldströmen sollten – zumindest in den Anfängen – Korruption, Privilegien und Vetternwirtschaft innerhalb des Staatswesens und der Politik eingedämmt werden.

Ein sowohl berechtigtes als auch erfolgreiches Anliegen, wie wir aus den Medien beinahe täglich erfahren – seien dies millionen- und milliardenschwere Affären politischer Persönlichkeiten auf dem internationalen, dem nationalen oder regionalen Parkett.

Die identischen Forderungen erreichten auch die Wirtschaft und Verwaltung, und zwar gleich dreifach. Immer lauter wurden Stimmen aus den Reihen von Aktionärsgruppen (Shareholder), als auch weiterer direkter Interessengruppen wie Mitarbeitenden, Lieferanten, Bildungsstätten oder anderer vom Unternehmensgelingen betroffenen sozialen Institutionen (Stakeholder) nach mehr Klarheit – etwa wenns um die (Selbst-) Bezüge der höchsten Kader geht.

Und schliesslich wurde es auch «amtlich», denn im Juli 2006 trat das Bundesgesetz über das Öffentlichkeitsprinzip der Verwaltung (BGÖ) in Kraft, welches alle Personen berechtigt, Dokumente der Bundesverwaltung einzusehen. Alle, die Öffentlichkeit, Share- und Stakeholder, dürfen dabei auf den uneingeschränkten Support der Medien zählen, denn das Verschaffen von Transparenz – Neugier, Recherche und Analyse – sind die Triebfeder und Uraufgabe des investigativen Journalismus.

Das Ende der Diskretion?

Transparenz ruft weitgehend nach gläsernen Strukturen. Und streng genommen sind diese begrüssenswert, denn, so der Volksmund: Wo alles mit rechten Dingen zu und her geht, gibts auch nichts zu verstecken. Aber stimmt das auch wirklich?

Körperschaften haben – seien es öffentliche, soziale oder wirtschaftliche – sehr wohl auch Anspruch auf den Schutz ihres Wissens. Wie dieser Schutz begründet ist, füllt unzählige Gesetze und Verordnungen. Staatliche Institutionen sind unter anderem dann zu Verschwiegenheit verpflichtet, wenn eine Offenlegung von Daten Bürgerinnen und Bürger und deren «schützenswerte Interessen» gefährdet, ob als Gruppe oder als einzelne. Denn der Pranger ist definitiv kein Instrument staatlicher Institutionen des 21. Jahrhunderts.

Das Geheimnis. Oder: Ausnahmen der Transparenz

Wir kennen die Situation aus unzähligen Kriminalromanen – es gibt quasi sakrosankte Geheimbereiche. Die Verschwiegenheitspflicht von Ärzten (auch die Berufsgeheimnispflicht der Mitarbeitenden von Krankenversicherungen ist Teil davon!), Anwälten oder das Beichtgeheimnis in der katholischen Kirche sind drei Beispiele. Selbstverständlich besteht auch in der Verwaltung trotz des BGÖ weiterhin eine Amtsgeheimnispflicht ... doch das Gesetz ist neu und wird deshalb wohl noch unzählige Male zum Spielball der Rechtsprechung. Die Frage lautet in allen Fällen jeweils: Was überwiegt – das individuelle Recht von Einzelnen oder Körperschaften, oder das Recht der Öffentlichkeit oder Justiz?

Besonders interessant wirds, wenn Nichtregierungsorganisationen und der Staat in einen Transparenz-Konflikt geraten. Das Beispiel des berühmtesten aller Whistleblower sei herausgegriffen: Wikileaks. Mit der Veröffentlichung von Akten und Dokumenten brachte Wikileaks Licht in geheimdienstliche Aktivitäten der US-Regierung und damit Informationsnetze zum Einsturz.



Die bereits langjährige und sehr erfolgreiche Aktion «Bravissima» (sie wächst durch Inputs und Ideen der Atupri Versicherten) widmete sich 2012 u.a. ...

Doch zurück zur Wirtschaft. Diese lebt vom Wettbewerb, und dieser wiederum von der Vergleichbarkeit der Produkte. Es ist naheliegend, dass Unternehmen deshalb die «Rezepturen» ihrer Erzeugnisse bestmöglich vor den Blicken der Konkurrenz hüten. Schon legendär und durch Werbung zusätzlich befeuert ist das Geheimnis um die Zusammensetzung von Coca Cola oder des Appenzellerkäses.

Oder – ein Exempel aus der Atupri Produktpalette – die Formel des Erfolgsmodells **Mivita**. Das Geheimnis unserer selbst entwickelten Zusatzversicherung «für jede Lebensphase» ist deren Zusammensetzung. Also die nach Bedürfnissen von Mann oder Frau in den unterschiedlichsten Generationen festgelegten unzähligen Leistungen und vor allem deren Bewertung.

Die neuen Transparenzpflichten für Versicherer

Die Verordnung über die Obligatorische Krankenpflegeversicherung (KVV) beauftragt das Bundesamt für Gesundheit (BAG) mit der Aufsicht über die Krankenkassen. Zweck ist der Schutz der Versicherten vor Insolvenzrisiken der Versicherer und vor Missbräuchen – etwa im Umgang mit Reserven oder in der Prämienfestlegung. Die Verordnung verpflichtet die Kassen ferner, die Obligatorische Krankenpflegeversicherung und das Zusatzversicherungsgeschäft in der Rechnungsprüfung getrennt zu führen. Was hier auf wenigen Zeilen beschrieben einleuchtet, führt allerdings auch zu einer sehr umfassenden, minutiösen und äusserst aufwändigen Transparenzpflicht nahezu in allen erdenklichen Details – der vorliegende Geschäftsbericht ist ein Zeugnis der neuen Pflichten.

Transparenz in der Gesundheitspolitik bleibt auch in naher und ferner Zukunft Gegenstand des eidgenössischen Parlamentes. In Planung ist ein Aufsichtsgesetz mit neuen Auswirkungen auf die Rechnungslegung und Berichterstattung. Sie werden, dies die Absicht, noch mehr Transparenz ins Krankenversicherungsgeschäft bringen. Und – die Prognose sei erlaubt – auch administrative Mehrbelastungen.



... der Raucherentwöhnung, den ehrenamtlichen Engagements der Senioren, der Bewegungsmotivation für Kids und der nachhaltigen Ernährungsberatung.



Sie brachten 2012 die Information zum Gesundheitswesen in Bewegung – die Atupri Micro Movies. Zehn kurzweilige, humor- und gehaltvolle Trickfilme.

Transparente Atupri Kommunikation

Atupri hat sich in der Kommunikation einer attraktiven Sachlichkeit verschrieben. Das zwingt zu Klarheit, Innovation und Motivation. Anschauliches Beispiel ist die Website www.atupri.ch. Die klare Navigation führt zu den Unternehmensbereichen «Private» oder «Firmen», wo die Versicherungsangebote schlank und umfassend vorgestellt werden. Auch das Unternehmen wird in seiner Struktur, Organisation und Unternehmenskultur vorgestellt, ebenso wie die verschiedenen Publikationen oder Mitmach-Angebote zur Gesundheitsförderung. Die Download Center auf den Bereichsseiten enthalten eine Fülle von wichtigen Informationen und Hilfsmittel, wie Formulare oder Listen – die Handhabung ist übersichtlich und kundendienlich.

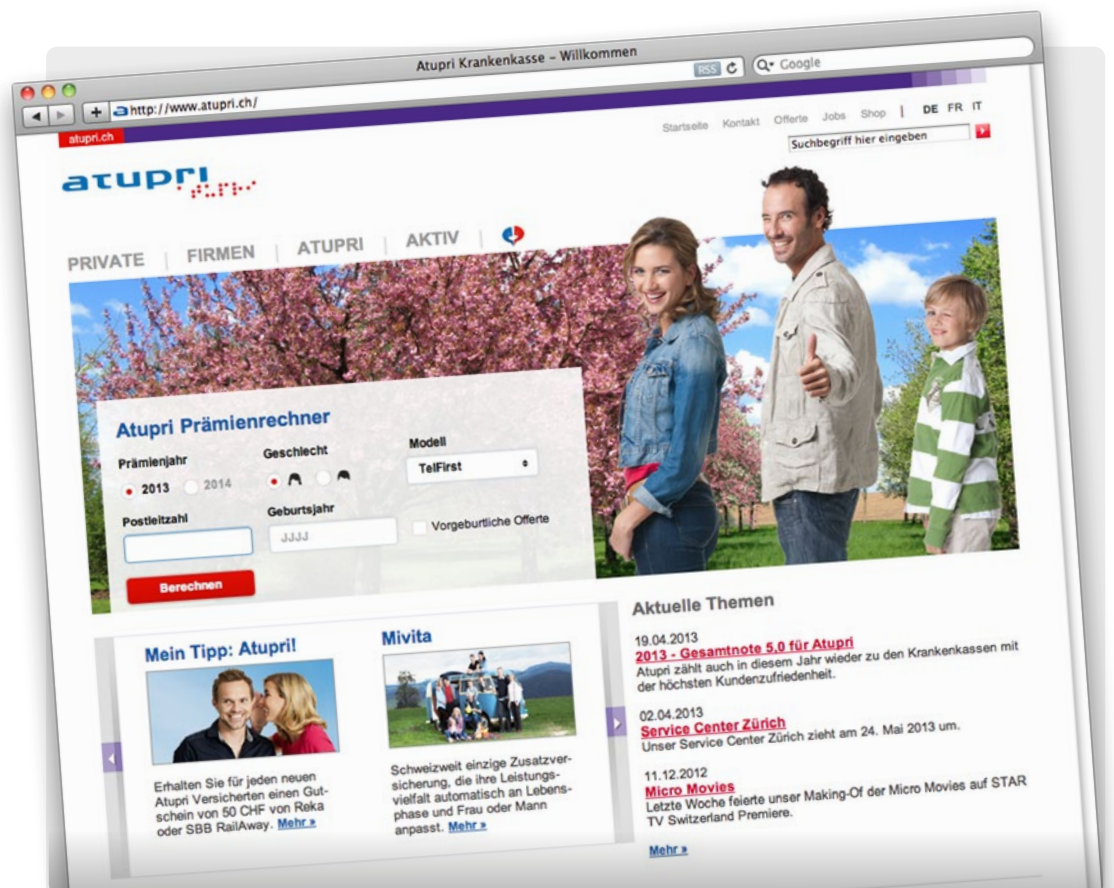
2012 trat Atupri mit zehn Erklärfilmen – so genannten **Micro Movies** – einen weiteren Beweis ihrer Kreativität und transparenten Wissensvermittlung an.

Diese Web-Filme dauern plus/minus eine Minute und vermitteln das Schweizer Krankenversicherungssystem, das Unternehmen Atupri, die Atupri Versicherungslösungen und die Gesundheitsaktion Atupri Active. Die kurzen digital hergestellten Trickfilme haben eine eigene visuelle und sprachliche Ästhetik – entstanden durch eine Reduktion aufs Wesentliche, einen sparsamen Umgang mit Form und Farbe, aber mit viel feinem Humor in überraschenden Details. Das Anschauen und die Wissensaufnahme werden so zum Vergnügen.

Die klassische Form der Information und Transparenz basiert auf der Kundenzeitung **Atupri News**. Sie erscheint bisher 4x jährlich, ist sowohl **online** als auch **gedruckt** verfügbar und erfüllt mehrere Aufgaben. Atupri News greift Wissenswertes aus der Welt der Gesundheit auf, lässt externe Experten zu Wort kommen, informiert über Sparmöglichkeiten und administrative Abläufe, vermittelt medizinisches Allgemeinwissen, motiviert mit Atupri Active zu einer gesunden Freizeitgestaltung und lässt hinter die Kulissen der Arbeitgeberin Atupri blicken.

Zur Kommunikation gehört auch die Wissensvermittlung zum Gesundheitswesen. Nur wer die Zusammenhänge im Netzwerk aller Leistungsträger kennt, kann die Gesamtheit beurteilen. Seit drei Jahren beleuchtet Atupri in der Atupri News Serie **Aspekte aus dem Gesundheitswesen** die Hintergründe des Systems. Wo kommen die Kosten her und welche therapeutischen oder politischen Entwicklungen beeinflussen sie, wer formuliert den Leistungskatalog, wie funktioniert Qualitätskontrolle der Heilmittel oder der Spitalbehandlung, wie werden die Interessen der Krankenkassen und ihrer Versicherten wahrgenommen, wie betreiben Krankenkassen Kostenmanagement und was sparen sie damit ein, was sind Fallpauschalen? ... diese und andere Fragen werden aus objektiver Sicht von internen und externen Fachleuten beantwortet.

All diese Informationsaktivitäten dienen, nicht weniger als die wirtschaftliche Berichterstattung, der Klarheit und Meinungsbildung. Transparenz ist deshalb durchaus mit einem weit offenen Fenster vergleichbar – sie gibt den Blick von aussen bis weit nach innen frei. Und zwingt die Anbieter zu Ordnung, Authentizität und Konkurrenzfähigkeit.



Das ist die virtuelle Atupri – www.atupri.ch: Alle Produkte, alle Informationen zum Unternehmen, alle Services ... Ihre Krankenkasse rund um die Uhr, laufend aktualisiert.