

TESTO DELL'INTERROGAZIONE

La filosofia creativa degli acquisti del gruppo Genolier

Nella sua edizione del 21 giugno 2015 il domenicale Sonntagszeitung dedica due pagine alla gestione degli acquisti da parte del gruppo Genolier. Secondo il domenicale vi sono situazioni nelle quali si è potuto constatare che il gruppo Genolier esige dai propri fornitori il versamento d'importanti contributi quali sponsoring.

Il sistema è relativamente semplice. Il gruppo Genolier contratta con i fornitori un forte sconto sul costo iniziale. Una volta definito questo sconto viene chiesto al fornitore di emettere una fattura con il prezzo iniziale esigendo però il riversamento dello sconto concordato sotto forma di sponsoring. Nell'articolo si rammenta l'obbligo legale (fatto proprio anche dall'associazione svizzera degli ospedali H+) di dividere nettamente lo sponsoring dagli acquisti e che esso è possibile solo su base volontaria.

Nell'articolo si possono leggere due esempi significativi:

- su una commessa di 1'200'000 franchi (tavoli operatori e blocco d'anestesia) il fornitore ha dovuto sottoscrivere il suo impegno a versare al gruppo Genolier la bellezza di 633'000 franchi quale sponsoring;
- su una commessa di 280'000 franchi (strumenti per la radiografia) il fornitore ha dovuto ritornare ben 45'000 franchi, sempre quale sponsoring.

Quest'arte contabile creativa servirebbe a due scopi: da una parte permettere al gruppo Genolier d'avere a disposizione ingenti somme di denaro da utilizzare senza giustificazione; dall'altra consentirebbe un'ottimizzazione delle imposte pagate, potendo dedurre dalla propria contabilità degli ammortamenti superiori ai reali costi d'investimento.

Non bisogna inoltre dimenticare che in base alla LAmal i costi d'investimento degli istituti ospedalieri possono venir computati nella determinazione delle tariffe mediche. Sembrerebbe inoltre che questo meccanismo permetterebbe di abbellire i dati contabili e rendere più attrattivo per il mercato borsistico e per gli istituti di credito il gruppo Genolier-Holding Aegis.

Nell'articolo si riportano delle categoriche affermazioni da parte di autorevoli esperti del settore ospedaliero:

Anche nel caso in cui gli importi sarebbero stati utilizzati per la formazione del personale esiste una enorme sproporzione tra prezzo degli strumenti e sponsorizzazione, Heinz Locher economista sanitario.

Se la riduzione dei costi d'acquisto viene contabilizzata quale ricavo vi è violazione del principio "true and fair view", Marco Passardi professore Sup Lucerna.

La situazione deve essere chiarita, la politica è estremamente sensibile a questa problematica, Bernhard Wegmüller direttore dell'associazione H+ (Gli Ospedali Svizzeri).

Il gruppo Genolier è ben presente in Ticino con due importanti cliniche l'Ars Medica di Gravesano e la Sant'Anna di Sorengo. Tra gli altri nel consiglio d'amministrazione di queste due cliniche sono rappresentati personalità politiche con importanti cariche pubbliche: **il liberale radicale Fulvio Pelli, il ppdino Luigi Pedrazzini e il socialista Erto Paglia**. Inoltre fino a pochi anni fa il direttore di una delle due cliniche era **l'attuale direttore dell'EOC Giorgio Pellanda**.

Non da ultimo bisogna ricordare che il Consiglio di Stato ha trasmesso al Gran Consiglio un messaggio nel quale propone la costituzione di una società mista EOC-Genolier.

Alla luce di queste considerazioni chiedo al Consiglio di Stato:

1. È a conoscenza di questa filosofia degli acquisti da parte del gruppo Genolier?
2. Anche presso le due cliniche ticinesi si procede nello stesso modo?
3. Si è attivato per verificare se questa filosofia degli acquisti contravvenga disposizioni di legge?
4. Quali controlli sono previsti nell'ambito sanitario da parte dell'amministrazione pubblica?
5. Nell'ambito della procedura di definizione delle tariffe ospedaliere le casse malati non hanno mai segnalato all'amministrazione pubblica queste situazioni?
6. A quanto ammontano annualmente gli acquisti – investimenti fatti dal gruppo Genolier?
7. A quanto ammonta la parte di finanziamento pubblico per tali investimenti?
8. È a conoscenza a quanto ammontano i versamenti per sponsoring presso le due cliniche ticinesi del gruppo Genolier?
9. Come vengono utilizzati dalle due cliniche ticinesi del gruppo Genolier i versamenti di sponsoring?
10. Non ritiene che, anche alla luce di queste rivelazioni, debba dare mandato ai rappresentanti del Cantone in seno al consiglio di amministrazione dell'EOC affinché quest'ultimo, che ha stipulato di recente un accordo di collaborazione con il gruppo Genolier, chieda chiarimenti su queste pratiche?

Matteo Pronzini

Wie aus Lieferanten Spitalsponsoren werden

Die Genolier-Kliniken fordern von Medizinalfirmen Sponsoringgelder. Leidtragende sind die Patienten und Steuerzahler

Bern Den grössten Erfolg kann Lukas K.* am Freitag, dem 7. Dezember verbuchen. Es ist das Jahr 2012. An diesem Tag bringt er für seinen Arbeitgeber – die schweizweite Spitalgruppe Genolier – ein Bombengeschäft unter Dach und Fach. Soeben haben alle Beteiligten, der CEO der Spitalgruppe, er als Einkäufer und der Verantwortliche eines Lieferanten von Medizingeräten, den Vertrag unterschrieben, an dem K. in den letzten Wochen so hart gearbeitet hatte. Die Abmachung: Der Lieferant erhält 1,2 Millionen Franken für Medizinprodukte, muss aber 633 000 Franken auf anderem Weg an Genolier zurückzahlen.

Operationstische, Anästhesiegeräte oder Überwachungsmaschinen: Das Schweizer Gesundheitswesen – es kostet jedes Jahr 70 Milliarden Franken – ist auch deshalb so teuer, weil in den Spitälern und Kliniken kostspielige Hightech-apparate stehen. Dafür werden millionenschwere Aufträge an Lieferanten vergeben, um die lukrativen Verträge buhlen Zulieferer aus aller Welt. Ein korruptionsanfälliges Geschäft.

Denn es besteht die Gefahr, dass überhöhte Preise bezahlt werden, Gelder in schwarze Kassen fliessen oder diejenigen Anbieter den Zuschlag erhalten, die am meisten verdeckte Provisionen bezahlen. Leidtragende sind unter anderem die Patienten und die Steuer- und Prämienzahler.

Deshalb gilt die eiserne Regel: Die Einkäufer dürfen von Lieferanten keine Kickbacks verlangen, keine Sponsoringversprechen oder andere Zuwendungen fordern. Oder anders gesagt: Sponsoring ist nur dann erlaubt, wenn es vom Einkauf getrennt und damit auf freiwilliger Basis erfolgt. So schreibt es das Gesetz vor, und so verlangt es auch klipp und klar das Reglement, der sogenannte Code of Conduct des Schweizer Spitalverbands H+. Wörtlich steht da: «Der Einkauf ist von Sponsoringbeiträgen der Heilmittelindustrie strikte zu trennen.» Doch der SonntagsZeitung liegt ein ganzes Paket von Dokumenten vor, das zeigt, wie Genolier Swiss Medical Network (GSMN) gezielt Einkauf und Sponsoringverpflichtungen verknüpft.

Genolier ist im Gesundheitssektor ein Imperium – sie ist die zweitgrösste Spitalkette neben der Hirslanden-Gruppe. Zu ihr gehören 15 Kliniken in der ganzen Schweiz. Acht Genolier-Spitäler stehen auf den Spitallisten in sieben Kantonen – werden vom Staat also mitfinanziert. An der Spitze des Unternehmens steht Gründer Antoine Hubert, 49. Der Walliser ist vom kleinen Geschäftsmann im Immobiliensektor innert weniger Jahre aufgestiegen zum Besitzer eines Spitalkonzerns. Immer braun gebrannt, gilt er als charismatisch und herrisch zugleich – ganz der Patron im alten Stil. Auffällig bei Genolier: In praktisch allen Verwaltungsräten der Kliniken sitzen Spitzenpolitiker aus CVP und FDP. Unter ihnen der ehemalige CVP-Bundesrat Joseph Deiss oder Ex-FDP-Chef Fulvio Pelli.

Hochkarätige Namen müssten für hohe ethische Standards und die strikte Einhaltung von Compliance-Regeln stehen. Stattdessen zeigen Dokumente und Aussagen von Insidern ein «System Genolier», das frappiert. Der Vertrag, über den sich Lukas K. im Dezember 2012 freuen durfte, zeigt, wie es funktioniert. Darin verpflichtet sich Genolier, dem Lieferanten U. für vier Operationstische und 19 Anästhesiegeräte 1,2 Millionen Franken zu überweisen – zahlbar in Raten bis 2014. Fünf Abschnitte weiter unten dann die erstaunliche Klausel: Der Lieferant musste seinerseits 633 000 Franken an Genolier bezahlen – unter dem Titel «Sponsoring». Das sind über 50 Prozent des vereinbarten Preises für die Medizingeräte. Im Vertrag wird das «Sponsoring» nicht konkretisiert.

Ein weiteres Beispiel: Lieferant H. sollte gegen Ende 2012 zwei Röntgenbildverstärker für zwei Genolier-Spitäler liefern. Im Oktober verhandelte Genolier-Einkäufer K. mit ihm den Preis, drückte ihn vom Katalogpreis von 144 000 Franken pro Stück herunter auf 120 000 Franken pro Apparat – was ein schöner Rabatt gewesen wäre. Bis dahin alles normal. Doch die Verhandlungen laufen weiter. Im Haus Genolier gehen die E-Mails dazu hin und her. Am 3. Oktober schreibt K. an seinen direkten Vorgesetzten: «Ich denke, jetzt sollte BR die Szene betreten, um einen Sponsoringvertrag zu verhandeln bis zum Betrag des ursprünglichen Preises.» Und in einer weiteren E-Mail fügt er hinzu: «Soll ich ihm (dem Lieferanten; Anm. d. Red.) vorschlagen, den Preis wieder zu erhöhen?» BR steht für Beat Röhthlisberger, CEO von Genolier. Im Klartext: Nach der Reduktion des Preises wird er jetzt wieder erhöht. Offenbar hat der Chef gut verhandelt. Wenige Tage später bezahlt Genolier nicht zweimal 120 000 Franken, wie ursprünglich verhandelt, sondern insgesamt 280 000 Franken. Dafür stellt GSMN am 9. Oktober dem Lieferanten Rechnung über 45 000 Franken, zahlbar auf ein Konto der Credit Suisse. Leistungsbeschreibung: «Sponsoring».

Die Dokumente zeigen: Genolier will für grosse Einkäufe zum Teil happige Sponsorengelder. Neben der Verletzung von rudimentären Regeln stellt sich die Frage: Erhielten die Lieferanten für die grossen Summen (bis zu 50 Prozent des Preises) eine entsprechende Leistung? Insider berichten, Lieferanten hätten zuweilen nicht gewusst, wie das Geld eingesetzt wurde.

Genolier-CEO Beat Röhliberger reagiert auf die Vorwürfe: Die Anschuldigungen seien falsch und stützten sich auf ungenaue Informationen ab. Das Aushandeln von Rabatten sei eine in der Branche übliche Praxis, von der die Patienten und das gesamte Gesundheitssystem profitierten, was im Sinne des Gesetzgebers sei. Die Verträge erlaubten, auf effiziente Weise die tiefsten Preise zu erzielen. Zudem würden die von Genolier beschafften Sponsorengelder für öffentliche Medizinkonferenzen und interne Schulungszwecke verwendet. Die Sponsoren seien dabei klar gekennzeichnet. GSMN organisiere jedes Jahr mehr als 150 Anlässe.

Genolier sagt nichts zum Vorwurf, das Unternehmen verknüpfe Einkauf und Sponsoring. Es erläutert auch nicht, warum die Sponsoringbeträge so hoch sind. Der renommierte Gesundheitsökonom Heinz Locher sagt: «Selbst wenn das Geld für Personalschulung an den eingekauften Geräten verwendet wurde, existiert ein krasses Missverhältnis zwischen dem Preis der Geräte und dem Sponsoring.»

Es bleibt die zentrale Frage, was Antoine Hubert und seine Crew mit diesem System bezwecken. Experten sehen zwei Effekte. Erstens: Das Spital, für das die Apparate bestellt wurden, verbucht eine hohe Rechnung und weist damit hohe Kosten aus. Damit lassen sich Steuern optimieren, es kann aber auch Versicherungen und Patienten belasten. Fachleute sagen, bei der Aushandlung der Tarife brächten die Spitäler ihre Kosten als Argument ins Spiel. Genolier will dies nicht gelten lassen: Im Rahmen der Grundversicherung basierten die Tarife nicht auf den Kosten der Spitäler.

Jedenfalls täuscht das Vorgehen der Spitalkette etwas vor. Urs Saxer, Rechtsanwalt und Titularprofessor an der Universität Zürich, meint: «Unter der sozialen Krankenversicherung müssen der Kanton und die Versicherungen darauf vertrauen können, dass eine Rechnung dem effektiven Betrag für einen Einkauf entspricht. Sonst präsentiert sich ein falsches Bild von der Wirtschaftlichkeit, und es fehlt die finanzielle Transparenz.»

Laut Finanzspezialisten stellen sich zweitens auch heikle bilanztechnische Fragen. Heinz Locher hat einen gravierenden Verdacht: Eine solche Konstruktion mache nur, wer etwas zu verbergen habe. «Das einzig vorstellbare Motiv kann darin liegen, Geldflüsse zu kaschieren und die finanzielle Lage der Holding zu beschönigen.» Möglich ist dies so: Indem ein Genolier-Spital, das ein teures Gerät einkauft, in seiner Bilanz höhere Anschaffungskosten ausweist, kann der Konzern in der Folge höhere Abschreibungen vornehmen. Gleichzeitig verbucht Genolier die «Sponsoring»-Zahlung durch den Lieferanten als Umsatzerlös. Damit erhöht sich im ersten Jahr des Gerätekaufs das Betriebsergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen, im Fachjargon Ebitda genannt. Dies ist die wichtigste Kennzahl zur Beurteilung der Profitabilität eines Unternehmens. Antoine Hubert, der starke Mann bei Genolier, legt deshalb besonderen Wert darauf. Die Genolier-Holding Aevis «konzentriert sich auf die Verbesserung des Ebitda ihrer Einheiten um 1,5 bis 3 Prozent pro Jahr», hält er im Geschäftsbericht 2014 fest. Mittelfristig erwarte Aevis einen Ebitda-Wert von über 20 Prozent des Umsatzes. Davon ist das Unternehmen noch weit entfernt. Mit 12,1 Prozent schafft Aevis nur gut die Hälfte des direkten Konkurrenten: Die Hirslanden-Gruppe erzielt eine Ebitda-Marge von 22,3 Prozent.

«Wenn die Minderung von Anschaffungskosten als Erlöse bilanziert werden, verstösst das gegen den Grundsatz der «true and fair view», sagt Marco Passardi, Professor für Accounting an der Hochschule Luzern, «das wäre dann Bilanzkosmetik.» Denn «true and fair view» bedeutet, dass die Zahlen ein reales Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Unternehmens vermitteln. Das ist wichtig, um von Banken und Investoren Geld zu erhalten.

Aevis hat von 2012 bis 2014 mit mehreren Anleiheemissionen 325 Millionen Franken Kapital aufgenommen. Die Holding ist daran, die Hotelgruppe Victoria-Jungfrau (VJC) ganz zu übernehmen, an der sie derzeit 71,2 Prozent hält. Das soll an der Generalversammlung vom 29. Juni genehmigt werden.

Genolier wehrt sich gegen den Vorwurf der Bilanzkosmetik. Die GSMN werde im Einklang mit den kantonalen und eidgenössischen Gesetzen geführt. Die Finanzen von Aevis würden kontrolliert und publiziert.

Klar ist: Die unorthodoxen Methoden bei Genolier sind auch für die Lieferanten heikel. Wenn sie sich derart dreist zu Sponsoringzahlungen verpflichten lassen, ist das für sie ein Risiko. Einzelne Zulieferer erzählen, solche Methoden gäbe es in der Schweiz sonst nirgends. Gesundheitsökonom Locher, der auch im Beirat von Transparency International Schweiz sitzt, warnt: «Für die Lieferanten, vor allem, wenn es solche sind mit grossen Namen, besteht ein erhebliches Reputationsrisiko, wenn sie da mitmachen.»

Von der Sonntagszeitung auf den Fall aufmerksam gemacht, will H+, der Verband der Schweizer Spitäler, der Sache nachgehen. Bernhard Wegmüller, Direktor von H+, sagt, einen ähnlich gelagerten Fall hätten sie noch nie gehabt. «Die Situation muss geklärt werden.»

Für Genolier-Einkäufer K. jedenfalls sind die Sponsorenverträge ein Highlight seiner Karriere. Er äussert sich im Jahresgespräch am 17. Mai 2013 zufrieden und wünscht vom Arbeitgeber 10000 Franken mehr Lohn. Auf die Frage, ob er Erfolge zu verbuchen habe, antwortet er verhalten: Noch nicht wirklich, mit Ausnahme von den über 600000 Franken Sponsoring von Lieferant U