

clo>le>si>o>at

Kundenportrait

Traditionsreicher Raumgestalter: Teo Jakob AG

Betriebliches Gesundheitsmanagement (BGM)

Zucker – der Bösewicht unter den Nährstoffen?

Kostenlose Unfallprävention

«Stop Risk Day Bergsport» im Wallis

INHALT

Wohnräume gestalten
und wecken **3**

BGM-Spezial:
Böser Zucker? **6**

Visana-Mitarbeiter
im Fokus **8**

Cyber-Angriffe bedrohen
Unternehmen **10**

Unfallfreier Spass
in den Bergen **11**

Unser Visana-Blog
Wettbewerb **12**

EDITORIAL



LIEBE LESERIN, LIEBER LESER

Bereits steht der Sommer in den Startlöchern, und viele fragen sich, ob es wieder so heiss und trocken wird wie im vergangenen Jahr. Apropos vergangenes Jahr: Lassen Sie mich einen kurzen Blick zurück auf unser Geschäftsjahr 2018 werfen. Sowohl im Firmen- als auch im Privatkundenbereich war das Marktumfeld weiterhin herausfordernd. Trotzdem konnte die Visana-Gruppe erneut einen erfolgreichen Abschluss präsentieren. Im Firmenkundengeschäft konnten wir die Anzahl bei uns versicherter Firmen, Behörden und Organisationen um rund 3000 auf 16 000 steigern. Alles Weitere dazu finden Sie wie gewohnt auf unserer Website: www.visana.ch/geschaeftsbericht.

Es ist eine Binsenweisheit, dass grösser nicht zwangsläufig besser heisst. Wenn es jedoch um Cyber-Sicherheit geht, dann sind grosse Unternehmen in der Regel besser aufgestellt als die kleineren. Mindestens jede zweite Firma war bereits einmal Ziel einer Cyber-Attacke. Wie sich auch KMUs dagegen wappnen können, lesen Sie auf Seite 10 im Interview mit Thomas Bögli, dem Leiter Cyber Defence der Schweizer Armee.

Wandern und Klettern in den Bergen liegen wieder voll im Trend. Leider sind diese Bergvergnügen nicht gänzlich frei von Gefahren. Wer unvorsichtig und unvorbereitet in den Bergen unterwegs ist, geht ein unnötiges Unfallrisiko ein. Eine gute Tourenplanung ist das A und O. Dies ist die Kernaussage am «Stop Risk Day Bergsport» vom 6. September 2019 im Wallis. Für Mitarbeitende von Visana-Firmenkunden ist die Teilnahme an diesem lehrreichen Event wie immer kostenlos. Mehr dazu auf Seite 11.

Ich wünsche Ihnen einen guten Start in den Sommer und ein erfolgreiches und hoffentlich unfallfreies 2019.

Patrizio Bühlmann
Mitglied der Direktion, Leiter Ressort Firmenkunden



Impressum

«Visana business News» ist eine Publikation der Visana Services AG für ihre Firmenkunden. • Redaktion: Stephan Fischer, Karin Roggli • Adresse: Visana business News, Weltpoststrasse 19, 3000 Bern 15 • Fax: 031 357 96 22 • E-Mail: business@visana.ch
Gestaltung: Natalie Fomasi, Elgg • Titelbild: Mauro Mellone • Druck: Appenzeller Druckerei
Internet: www.visana.ch/firmenkunden
www.facebook.com/visana.versicherung



Folgen Sie uns auf Facebook!
www.facebook.com/visana.versicherung



Berner Traditionsunternehmen Teo Jakob AG

GEMEINSAM

RÄUME

WECKEN

Wohnräume und Arbeitsplätze einfach «nur» einrichten mag für Laien simpel erscheinen. Sie jedoch zum Leben zu erwecken, erfordert viel Fachwissen und Erfahrung. Die Teo Jakob AG gehört seit Mitte des letzten Jahrhunderts zu den renommiertesten und traditionsreichsten Raumgestaltern der Schweiz. Mit einer sanften Modernisierung will das Unternehmen vermehrt auch Jüngere ansprechen.

Text: Stephan Fischer | Bilder: Mauro Mellone

«teo jakob» ist eine starke Marke. «Speziell im Raum Bern profitieren wir von unserem guten Namen und einem hohen Bekanntheitsgrad», sagt Simon Flückiger, CEO des Unternehmens. Der gute Name schafft Vertrauen und ist wichtig bei der Vergabe neuer Projekte. «Die Markenbekanntheit kann gleichzeitig aber auch ein Nachteil sein», relativiert der CEO. Nämlich dann, wenn einem Unternehmen ein dezent verstaubtes Image anhafte und sich dieses in den Köpfen der Kundschaft festgesetzt habe. Mit einer Neupositionierung sind Simon Flückiger und sein Team daran, das Image der Teo Jakob AG sanft zu modernisieren und in die Zukunft zu überführen.

Anbieter im Highend-Bereich

Die typischen Kundinnen und Kunden von Teo Jakob gehören tendenziell einer älteren und finanziell gut betuchten Genera-

tion an. Das Unternehmen ist führender Anbieter im Highend-Preissegment. Marken wie USM, Vitra, Bocci, B&B oder Cassina lassen das Designer-Herz höherschlagen. Das niederpreisige Massengeschäft mit Möbeln und Einrichtungsaccessoires läuft andernorts ab. Wer sich in einer der sechs Teo-Jakob-Filialen in Bern, Genf, Zürich oder Winterthur ein Sofa oder einen Ledersessel ersteht, tut dies sehr oft aus Freude am Design oder weil er es als lohnenswerte Investition erachtet.

Um auch für ein jüngeres Kundensegment interessant zu sein – schliesslich sind das die Käufer und Entscheidungsträger von morgen – baut «teo jakob» auf modern gestaltete Newsletter und Kundenmagazine sowie auf soziale Medien. Während Facebook vor allem dazu dient, Jobangebote bekannter zu machen, setzt das Unternehmen eigene Kunst-Events und Ausstellungen



«Wir leben den Geist des Gründers weiter, gleichzeitig möchten wir das Unternehmen modernisieren und in die Zukunft überführen», sagen Nina Wach (Leiterin Branding und Kommunikation) und Simon Flückiger (CEO).

auf der bei Jungen angesagten Foto-App Instagram in Szene und versucht, sie über diesen Kanal dem jüngeren Publikum näherzubringen.

Auch der Online-Kanal bedient ein eher jüngeres Kundensegment. Allerdings eignet er sich nicht für die ganze Produktpalette: «Ein Sofa will man sehen und spüren, bevor man es

kauft. Dieses Erlebnis kann der Online-Handel nicht ersetzen», ist Simon Flückiger überzeugt. Hingegen für Accessoires sei die Online-Plattform Galaxus, mit der die Teo Jakob AG seit einem Jahr zusammenarbeitet, eine sinnvolle Ergänzung. Rund 1900 Artikel können dort bestellt und bequem nach Hause geliefert werden. Wem das als Inspiration und Auswahl noch nicht genügt, findet in der Produktdatenbank auf www.teojakob.ch über 30 000 Objekte.

Theodor Jakob: Gründer und Kunstfreund

Nach einer Lehre als Tapezierermeister-Dekorateur übernahm der 1923 in Bern geborene Theodor Jakob das seit 1914 bestehende und eher traditionell ausgerichtete Polster- und Tapezierergeschäft seines Vaters in der Berner Altstadt. Er verlieh dem Geschäft mit modernen, funktionalen Möbeln und avantgardistischem Design aus Skandinavien und Italien einen neuen Charakter. Ein bei ihm beschäftigter Fotograf und Gestalter kreierte 1955 die noch heute gültige Marke «teo jakob». Gleichzeitig begann er, sich selbst «Teo» zu nennen. Er arbeitete eng mit den Kunstgewerbeschulen und jungen Schweizer Designern zusammen. 1972 eröffnete Teo Jakob die Spezialabteilung für USM Haller-Möbelbausysteme. Als grosser Förderer von Künstlern und Innenarchitekten modernen Stils trug er eine bedeutende Kunstsammlung zusammen. Einige dieser Werke befinden sich in den Showrooms der Filialen. Im Jahr 2000 verstarb Teo Jakob.

Arbeits- und Wohnbedürfnisse ändern sich

Das Einrichten moderner Büroräume gehört zu den Kernkompetenzen der Teo Jakob AG. Der Trend weg vom fixen Arbeitsplatz, die Vermischung von Büro- und Wohnraum und der Wunsch nach offeneren Räumen, die noch lebendiger genutzt werden können – dies alles hat entscheidenden Einfluss auf die Raumgestaltung. «Wir legen viel Wert auf eine detaillierte Planung – von der Raumeinteilung über das Lichtkonzept bis zur Wahl der Textilien und Accessoires», sagt Simon Flückiger. Der Grossteil der 115 Mitarbeitenden der Teo Jakob AG ist entsprechend in der Beratung und Planung tätig.

«Der Fokus in der Beratung liegt beim Menschen, nicht auf den Produkten», sagt Nina Wach, Leiterin Branding und Kommunikation. Folgende Fragen stellen sich: «Was tun die Menschen in den neu eingerichteten Räumen, wie leben sie, wie arbeiten sie? Wollen sie rasch zwischen Wohnen und Arbeiten wechseln oder die Räume einfach und schnell wieder umgestalten können? Antworten auf diese Fragen liefere ein enger Dialog mit den Kunden, Architekten und Lieferanten. «Wir wollen die Räume gemeinsam wecken», ergänzt der CEO.

Keine fixen Arbeitsplätze

«teo jakob» ist ein Raumgestalter der «Büroräume der Zukunft», und diesen Anspruch lebt das Unternehmen vor. Der CEO hat keinen festen Arbeitsplatz mehr. Stattdessen pendelt er zwischen den Firmenstandorten. «Es ist wichtig, dass wir diese Philosophie selbst leben. Alles andere wäre nicht glaubwürdig», sagt er bestimmt. Auch Nina Wach wechselt regelmässig zwischen Zürich und Bern ab. «Zudem bin ich mindestens einmal monatlich in Genf und unterstütze die regionalen Aktivitäten, die jeweils lokal koordiniert werden», erklärt die Kommunikationsleiterin.

Das Unternehmen gewährt den einzelnen Standorten bewusst viele Freiheiten. Die Showrooms sind nicht nach einem starr vorgegebenen Markenauftritt eingerichtet. Das sei auch gar nicht das Ziel, denn die Marke «teo jakob» sei für sich sehr vielseitig. «Wir verfolgen natürlich eine Dachmarkenstrategie, berücksichtigen jedoch die lokalen Gegebenheiten und die jeweilige Klientel stark», sagt Nina Wach. Bern ticke einfach nicht wie Zürich, und in Genf sei es nochmals ganz anders. «Ein Beispiel dafür: Wenn wir in Genf einen Anlass für 50 Leute organisieren, kommen 100 Leute. In Bern sind es hingegen genau 50, während in Zürich rund 30 Leute erscheinen», sagt sie schmunzelnd. «Wichtig für uns ist, dass wir stets in engem Kontakt mit unseren Filialen stehen und wissen, was wo läuft und was wie umgesetzt wird.»

Kunst statt Bier

Es überrascht nicht, dass auch die Mitarbeitenden der Teo Jakob AG ihre Individualität pflegen. Das Unternehmen bietet dafür den entsprechenden Gestaltungsraum. Jede Region hat die Freiheit, sich auf die lokale Kundschaft abzustimmen. «Was unsere Mitarbeitenden hingegen verbindet, sind der gemeinsame Sinn und die Vorliebe für Design und Kunst», führt Simon Flückiger aus. Da gehe man anstatt zum Feierabendbier eher einmal zusammen an eine Ausstellung. Daran merke man auch, dass der Geist des Gründers weiterlebe. Dieser war selbst ein grosser Kunstfreund gewesen und hat zu Lebzeiten eine eindrucksvolle Sammlung zusammengetragen.

«Diese Leidenschaft für Kunst und Innenarchitektur verbindet uns. Die Mitarbeitenden identifizieren sich stark mit «teo jakob» und unseren Produkten. Viele sind stolz, hier zu arbeiten, auch die Jüngeren», so der CEO weiter. Diese Leidenschaft zu leben, sei wichtig für das Unternehmen, denn nur so könne sie während des Beratungsprozesses auch auf die Kunden übertragen werden.



Teo Jakob AG

Das Berner Traditionsunternehmen Teo Jakob AG gehört seit bald 70 Jahren zu den renommiertesten Raumeinrichtern und Raumgestaltern der Schweiz. Das Mutterhaus befindet sich seit der Gründung an der Gerechtigkeitsgasse in Bern. Filialen mit Showrooms stehen in Bern, Genf und Zürich. Zum Unternehmen gehört ausserdem ein Innenarchitekturzentrum in Winterthur. Die Teo Jakob AG beschäftigt schweizweit 115 Mitarbeitende, davon vier Lernende. Der Gründer und Namensgeber der Marke, Theodor Jakob, leitete das Unternehmen während 42 Jahren. 1992 verkaufte er sein Lebenswerk an langjährige Kadermitarbeitende, welche die Teo Jakob Holding AG gründeten. www.teojakob.ch, www.instagram.com/teojakobinterior, www.facebook.com/teojakobinterior

teo jakob

Einrichtung & Innenarchitektur



BGM-Spezial: Zucker

**BÖSER ZUCKER:
WAS**

**STIMMT
DENN NUN?**

Was ist gut, und was schadet? Wie viel Zucker ist zu viel? Nicht immer ist sich die Wissenschaft einig. Der vorliegende Beitrag versucht, das Thema Zucker etwas genauer zu beleuchten.

Text: Adrian Gilgen | Bilder: Alfonso Smith

Zucker ist derzeit der «Schurke» unter den Nährstoffen, so wie es vor 20 Jahren das Fett war. Den Anstoss gab der Artikel «The toxic truth about sugar» im Jahr 2012. In den letzten 50 Jahren hat sich der Zuckerverbrauch weltweit verdreifacht. Natürlicher Fruchtzucker, wie er etwa in Früchten vorkommt, ist unbedenklich. Problematisch ist die sogenannte Fruktose – insbesondere in Form von zugesetztem Zucker wie fruktosereichem Maissirup und Haushaltszucker (Saccharose). Sie ist (fast) überall drin – von der Brezel bis zum Ketchup.

Die Weltgesundheitsorganisation WHO sagt dem Zucker seit 2014 den Kampf an. Wer gesund leben möchte, sollte nicht mehr als sechs Teelöffel Zucker pro Tag aus verarbeiteten Lebensmitteln essen. Zum Vergleich: Wir Schweizer assen 2017 28 Teelöffel zugesetzten Zucker pro Tag.

Natürliche Kohlenhydrate

Kohlenhydrate sind in der Natur weit verbreitet und kommen vor allem in pflanzlichen Lebensmitteln und nur in geringen Mengen in tierischen Produkten vor. Bei Mensch, Tier und Pflanze erfüllen sie lebenswichtige Funktionen. Enthalten sind sie zum Beispiel in:

- Getreideprodukten, Kartoffeln
- Gemüse
- Zucker in Form von Süssigkeiten, gezuckerten Milchprodukten, Müesli, Süssgetränken, Gebäck, Honig, Konfitüre
- Früchten, Fruchtsäften, Dörrfrüchten (Fruchtzucker = Fruktose)
- Joghurt nature, Milch (Milchzucker = Laktose)

Oder sie werden bei der Herstellung von verarbeiteten Lebensmitteln für bestimmte Zwecke (zur Süßung, als Verdickungsmittel oder Bindemittel) zugesetzt. Eben dieser zugesetzte Zucker, wie er in Lebensmitteln wie Desserts, Gebäck, Fertigprodukten, gezuckerten Milchprodukten, Honig oder Süssgetränken vorkommt, wird für Übergewicht, Adipositas sowie Diabetes verantwortlich gemacht. Besonders gesund erscheinende Produkte strotzen vor Zucker. Diverse Joghurts enthalten heute zwar weniger Fett als früher, dafür aber umso mehr Zucker. Auch viele Müsliriegel sind heute weniger fetthaltig, dafür umso reicher an Zucker. Das grosse Problem dahinter: Zucker ist billig, Zucker schmeckt gut und Zucker verkauft sich.

Zucker als Risikofaktor

Zucker ist ein alleinstehender Risikofaktor für Übergewicht. Der Mechanismus dahinter ist folgender: Zucker bringt die Regelkreise des Energiehaushalts durcheinander. Der im Haushaltszucker enthaltene Traubenzucker (Glukose) treibt den Insulinspiegel kurzfristig stark in die Höhe. Als Folge davon fällt der Glukosewert im Blut steil ab, was bereits kurz nach einer Mahlzeit Hungergefühle signalisiert. Wer eine Naschkatze ist, nimmt dadurch automatisch zu viele Kalorien zu sich.

Andererseits beeinflusst Zucker das Belohnungssystem im Gehirn. Genauer: Süßes führt – ähnlich wie bei Zigaretten- oder Drogenkonsum – zur Ausschüttung von Dopamin. Zucker vermittelt darum kurzfristig eine Befriedigung, doch bald danach verlangt der Körper mehr. Wegen seiner Eigenschaft als Seelentröster wird derzeit heftig diskutiert, ob Zucker womöglich sogar wie eine Droge wirkt, also süchtig macht.

Zucker hat keine «leeren» Kalorien. Wer zu viele Kalorien über Zucker zu sich nimmt und gleichzeitig zu wenig Kalorien verbraucht, fördert das metabolische Syndrom: das Zusammenreffen mehrerer Risikofaktoren (Übergewicht, Bluthochdruck, schlechte Fettwerte im Blut und hoher Blutzucker) für Herz-Kreislauf-Erkrankungen und Diabetes.

Worauf Sie achten können

Bei hauptsächlich sitzender Tätigkeit mit wenig körperlicher Aktivität oder bei Übergewicht können folgende Punkte beachtet werden:

- Kleinere Mengen (ein Viertel des Tellers) an Stärkeprodukten (Pasta, Kartoffeln etc.) zu den Hauptmahlzeiten in Kombination mit Eiweiss und viel Gemüse/Salat
- Nature-Joghurt oder Quark mit frischen Früchten mixen
- Süßes und Alkohol in kleinen Mengen geniessen



Unser Angebot

Das BGM-Team von Visana entwickelt für Sie massgeschneiderte Angebote zum Thema gesunde Ernährung am Arbeitsplatz. Teilen Sie uns Ihre Ideen mit – wir freuen uns über neue Herausforderungen und sind schnell und unkompliziert in der Umsetzung. Kontaktieren Sie uns unverbindlich per E-Mail an bgm@visana.ch oder per Telefon: 031 357 94 74.

Und wenn Sie die Finger nicht von der Schokolade lassen können, bedenken Sie:

Sechs Täfel Milchschokolade (= 100 kcal) brauchen

- 6 Minuten Treppensteigen oder
 - 26 Minuten Pingpong spielen oder
 - 45 Minuten gehen,
- um wieder verbrannt zu werden.



Visana-Mitarbeitende im Fokus

«MAN MUSS

MENSCHEN

MÖGEN»

Thomas Irminger betreut Firmenkunden und Broker in der Ostschweiz. Sein Büro hat der Unternehmensberater vor einem Jahr in Zürich Altstetten bezogen. Allzu viel Zeit verbringt er dort allerdings nicht, denn er muss und will den Puls der Kunden sowie des Marktes spüren. Entsprechend oft ist er ausser Haus unterwegs.

Text: Stephan Fischer | Bilder: Alfonso Smith

«Rund 20 000 Autokilometer pro Jahr» – so hoch schätzt Thomas Irminger seine geschäftliche Fahrleistung. Und es wären wohl noch bedeutend mehr, wenn er seine Aussendienstaktivitäten nicht genau durchplanen würde. «Es macht wenig Sinn, am gleichen Tag kreuz und quer durch die Ostschweiz zu fahren. Darum versuche ich, meine Termine geografisch möglichst optimal aufeinander abzustimmen», erklärt er.

Start knapp vor der «schönsten Zeit»

Der Zürcher berät seit einem Jahr die Visana-Kunden in den Kantonen Appenzell, Schaffhausen, St. Gallen und Thurgau. Anspruchsvoll sei sein Einstieg gewesen, erinnert sich Thomas Irminger zurück, denn für eine Einarbeitung durch seinen Vorgänger reichte es zeitlich nicht mehr. Dafür stand mit dem Herbst just die «heisse Verkaufsphase» vor der Türe. «Ich habe also

gerade zur schönsten Zeit begonnen», meint Thomas Irminger schmunzelnd. Trotzdem habe er die Einarbeitungsphase als sehr spannend empfunden und schnell viel Neues gelernt.

Einen grossen Anteil am geglückten Start bei Visana gebühre dem Team, mit dem er zusammenarbeite und das Büro teile. «Es ist wichtig, dass man einen guten Zusammenhalt untereinander pflegt und auch mal nach der Arbeit etwas zusammen trinken geht. Jeder im Team bringt seine eigenen Stärken und Schwächen mit, so kann man sich gegenseitig unterstützen», ist Thomas Irminger überzeugt.

Nicht alles ist neu

Thomas Irminger bringt viel Erfahrung im Firmenkundengeschäft mit. Nach zuletzt 15 Jahren bei Innova wagte er im vergangenen Sommer den Wechsel zu Visana. «Ich suchte nochmals eine neue Herausforderung und habe den Wechsel bis heute nicht bereut. Er verlieh mir vielmehr einen zusätzlichen inneren Kick», sagt er.

Ein grosses Plus für seinen Start bei Visana war, dass er bei seinem vorherigen Arbeitgeber das gleiche Gebiet betreut hatte und darum fast drei Viertel der Broker bereits kannte. Dies ist von grossem Nutzen, weil das persönliche Netzwerk ein mitentscheidender Faktor im täglichen Business eines Unternehmensberaters ist.

Hilfestellungen und Lösungen aufzeigen

Nebst der guten Vernetzung im Markt zählen für Thomas Irminger Zuverlässigkeit, Nachhaltigkeit und Erfahrung zu den wichtigsten Voraussetzungen, um erfolgreich in dieser Branche zu agieren. «Man muss sicher auch Freude daran haben, Dienstleistungen zu erbringen, den Kunden in der komplexen Versicherungswelt zu helfen und ihnen Lösungen aufzuzeigen.»

Man müsse aber auch mit Niederlagen, sprich verlorenen Ausschreibungen, umgehen können, ergänzt er. Die Erfahrungen seiner früheren Eishockeykarriere hätten ihm viel dabei geholfen. Aber auch seine stets positive Einstellung kommt ihm bei seiner Tätigkeit zugute. Thomas Irmingers Motto «Man muss Menschen mögen» beziehe sich nicht nur auf den Berufsalltag, sondern aufs ganze Leben.

Nicht alles hat sich verändert

Auch nach über 25 Jahren als Versicherungsberater hat Thomas Irminger viel Spass an seiner Arbeit. Natürlich habe sich

Ein Familienmensch

Thomas Irminger (52) wohnt mit seiner Familie in Pfungen bei Winterthur. «Meine Tochter ist achtjährig und hält mich ständig auf Trab», sagt er lachend. Familienausflüge stehen regelmässig auf seinem Freizeitprogramm. Im Sommer ist Thomas Irminger oft mit dem Velo unterwegs, im Winter regelmässig auf den Ski. Kochen – für sich und natürlich für seine Familie – gehört zu seinen Hobbys. Die Schlittschuhe hat er nach einer über 20-jährigen Eishockeykarriere (bis 1. Liga in Effretikon) an den Nagel gehängt: «Das war eine sehr gute Lebensschule. Unter anderem habe ich gelernt, nach Niederlagen wieder aufzustehen.»



mit der Digitalisierung enorm viel verändert. «Der grösste Unterschied zu früher ist, dass die Kunden heute dank Internet viel besser informiert sind. Berater müssen darum noch besser Bescheid wissen», erklärt er. Trotz Digitalisierung seien der persönliche Kontakt, das Gespräch und die Beratungskompetenz die entscheidenden Erfolgsfaktoren geblieben – selbstverständlich nebst der Prämienhöhe und der Qualität der Dienstleistungen. Und auch da sei Visana bestens aufgestellt, weiss Thomas Irminger.



Mindestens jedes zweite Schweizer Unternehmen hat bereits eine Cyber-Attacke erlebt. Die Dunkelziffer dürfte noch höher liegen, denn die Statistik erfasst nur die gemeldeten Fälle. Firmen sollten die individuelle Risikobeurteilung durch Spezialisten und den Abschluss einer Cyber-Versicherung prüfen.

Interview: Stephan Fischer | Bilder: Mauro Mellone, zVg

Die Lage im Cyber-Raum verfolgen, Cyber-Bedrohungen analysieren und Abwehrmassnahmen planen – so lauten einige Aufträge der Abteilung «Cyber Defence» der Schweizer Armee. Mit der Einführung einer Cyber-Rekrutenschule bildet die Armee in der Miliz seit kurzem auch eigene Spezialisten aus. Thomas Bögli leitet die Abteilung und spricht über die Bedrohungslage für Schweizer Unternehmen.



Thomas Bögli ist Chef des Bereiches Cyber Defence in der Armee. www.cyberdefence.ch

Cyber-Bedrohung ist eine Tatsache. Welche Frage stellt man Ihnen am häufigsten?

Thomas Bögli: «Sind wir sicher?» Und meine Antwort lautet: Nein, absolute Sicherheit gibt es nicht. Man kann sich gegen viele Akteure und Risiken schützen, aber einen Vollschutz gibt es nicht.

Wie sieht es in der Schweizer Wirtschaft aus?

Ich bin der Auffassung, dass beispielsweise der Bankensektor gut aufgestellt ist. Bei den KMU sieht es oft anders aus, vor allem bei den kleineren. Dort fehlt es an Ressourcen. Das Problem ist: Ihnen fehlen die Möglichkeiten, geeignete präventive Massnahmen umzusetzen, um einen Angriff zu erkennen oder diesen abzuwehren. Sie merken oft erst die Auswirkungen.

Was müssten diese KMU tun?

Sich zuerst mit der Frage auseinandersetzen, welches die eigenen Kronjuwelen sind, also die wichtigsten Informationen des Unternehmens. Diese gilt es besonders gut zu schützen, zum Bei-

spiel auf einem vom Internet getrennten Computer beziehungsweise stark abgeschotteten internen Netzwerk. Patente, Entwicklungsunterlagen und dergleichen gehören nicht auf Rechner, die mit der ganzen Welt vernetzt sind.

Welche Methode ist momentan gerade in bei Cyber-Kriminellen?

Ransomware. Das sind Programme, die Daten verschlüsseln. Erst gegen Bezahlung werden diese wieder freigegeben. Gerade für Kleinunternehmen, die keinen Zugriff mehr auf ihre Daten haben, auch nicht auf einem Backup-System, kann dies verheerende Folgen haben. Mehr dazu finden Sie bei «Melani», der Melde- und Analysestelle Informationssicherung des Bundes (www.melani.admin.ch).

Was halten Sie von Cloud-Lösungen für Unternehmen?

Die sind nicht per se schlecht. Die entscheidende Frage ist, wo die Server der Cloud stationiert sind und wer sie betreibt. Im Ausland gelten bekanntlich andere Datenschutzbestimmungen als in der Schweiz. Vertrauen in den Anbieter ist ebenfalls wichtig. Trotzdem würde ich die Daten in der Cloud zusätzlich verschlüsseln.

Macht eine Cyber-Versicherung Sinn?

Je nach Wert der zu schützenden Kronjuwelen kann es durchaus Sinn machen, diese auch gegen Cyber-Ereignisse zu versichern. Damit Versicherungen im Ereignisfall zahlen, muss man als Unternehmen je nach Versicherung zuerst gewisse IT-Schutzmassnahmen umsetzen. Dies fördert schlussendlich die Cyber-Sicherheit im ganzen Land.

www.visana.ch/cyberedge



Wandern und Klettern in den Schweizer Bergen liegen im Trend, doch das Freizeitvergnügen ist nicht gefahrlos. Tausende Berggänger verletzen sich jährlich. Am praxisorientierten Unfallpräventionsevent «Stop Risk Day Bergsport» vom 6. September 2019 im Wallis werden die Teilnehmenden für Risiken bei Bergtouren sensibilisiert.

Text: Sandra Bittel | **Bild:** Aline Kiener

Der Startpunkt jeder Bergwanderung und Klettertour ist eine realistische Planung bezüglich Routenwahl, benötigter Zeit und möglicher Alternativen – kein Wunder, legten die Experten am «Stop Risk Day Bergsport» ein Augenmerk darauf. Die richtige Ausrüstung und das Wissen, was bei einem Notfall zu tun ist, sind weitere zentrale Themen. Profitieren Sie als Teilnehmende von den Erfahrungen der professionellen Bergführer. Für Mitarbeitende von Visana-Firmenkunden stehen 100 Gratisteilnahmen zur Verfügung.

20 000 Verletzte am Berg

Beim Wandern, Bergsteigen und Klettern besteht reichlich Präventionspotenzial. Die Beratungsstelle für Unfallverhütung (bfu) rechnet mit mehr als 20 000 Verletzten pro Jahr. Dabei betrifft der grösste Teil der Unfälle die Altersgruppe von 46 bis 64 Jahren. Am häufigsten sind Stürze mit Verletzungsfolgen an Sprunggelenk, Knie, Handgelenk und Fingern. Jährlich enden rund 80 Abstürze tödlich.

Am «Stop Risk Day Bergsport» lernen die Teilnehmenden, potenzielle Risiken zu analysieren und einzuordnen, frischen vorhandenen Wissen auf und bauen die persönliche Bergkompetenz aus. Erfahrene Bergführer begleiten und instruieren die Teilnehmenden in kleinen Gruppen im Gelände (Bergwanderung oder Klettersteig).

«Stop Risk Days»: praxisorientierte Unfallprävention
Über 500 000 Freizeitunfälle ereignen sich jährlich. Sportaktivitäten in den Bergen – Sommer und Winter – machen einen erheblichen Teil davon aus. Deshalb engagiert sich Visana intensiv in der Unfallprävention. Zum Beispiel, indem sie zusammen mit Fachleuten die praxisorientierten «Stop Risk Days» in den Bereichen Winter-, Lauf- und Bergsport durchführt. Diese sensibilisieren für die Risiken und machen Prävention hautnah erlebbar. Für Mitarbeitende von Visana-Firmenkunden ist die Teilnahme an den «Stop Risk Days» kostenlos. Mehr dazu auf www.visana.ch/seminare

100 Gratisplätze für Visana-Kunden

Dieses Jahr ist Visp im Wallis Ausgangspunkt des «Stop Risk Day Bergsport» am 6. September 2019. Die Wanderer machen sich von dort auf den Weg ins Saastal, die Klettersteigler bringt ein Bus nach Nax/Saillon im Unterwallis. Für Mitarbeitende von Firmenkunden offeriert Visana 100 Gratisteilnahmen. Darin inbegriffen sind ein Begrüssungskaffee mit Brötli, eine kleine Zwischenverpflegung sowie die Betreuung durch erfahrene Bergführer. An- und Rückreise müssen selbst organisiert werden, die Mittagsverpflegung im Gelände erfolgt aus dem eigenen Rucksack. Anmeldungen auf www.visana.ch/firmenkunden sind ab sofort möglich und werden nach ihrem Eingang berücksichtigt.



Kennen Sie den Visana-Blog bereits? Falls nicht, dann klicken Sie einfach beim nächsten Abstecher auf unsere Website den Menüpunkt «Blog» an, und zwar oben in der Hauptnavigation. Sie finden dort spannende Beiträge und viel Wissenswertes rund um die Themen Gesundheit, Ernährung, Bewegung und Inside.

Text: Georges Althaus | **Bild:** Visana

Ein Blog ist ein Web-Tagebuch, für das verschiedene Autorinnen und Autoren, die sogenannten Blogger, regelmässig Beiträge publizieren. Unter www.visana.ch/blog finden Sie in der Regel jede Woche mindestens einen neuen Artikel. Von besonderem Interesse für Sie dürften die Artikel zu versicherungsspezifischen Themen sowie News von Visana sein.

Gesundheit – ein wichtiges Thema für Unternehmen

Die anderen Beiträge sind natürlich nicht minder lesenswert. Gesundheit, Ernährung und Bewegung sind Themen, die Arbeitgeber oder Mitarbeitende gleichermaßen betreffen (Stichwort:

Betriebliches Gesundheitsmanagement). Wer einen gesunden und einigermaßen aktiven Lebensstil pflegt, wird weniger krank und beschert dem Unternehmen nachweislich tiefere Absenkkosten. Wir freuen uns, wenn Sie sich bei nächster Gelegenheit durch den Visana-Blog klicken. Und wenn Ihnen ein Artikel gefällt, dürfen Sie dem Gelesenen gerne ein Like schenken.

www.visana.ch/blog

GEWINNEN SIE EINEN «SPORTGURT MOBILE»

Das Smartphone ist für viele zum unverzichtbaren Begleiter geworden – auch beim Sporttreiben. Schützen Sie es im «Sportgurt Mobile» aus hochwertigem, wasserabweisendem Lycra-Material. Sie können das Smartphone sogar durch das transparente Fenster bedienen, ohne dass Sie es herausnehmen müssen. Machen Sie an unserer Verlosung mit, und gewinnen Sie einen «Sportgurt Mobile». Wir verschenken drei Stück dieses praktischen Begleiters. Beantworten Sie dazu die folgende Frage:

Wie wird der weisse Haushaltszucker auch noch genannt? Skoliose, Saccharose oder Kolchose?

Auf www.visana.ch/verlosung können Sie an der Verlosung teilnehmen. Scannen Sie den QR-Code, um direkt auf das Wettbewerbsformular zu gelangen. Teilnahmeschluss ist der 21. Juni 2019.

