



Feierabend-Austausch von Visana business

WENN DER ARBEITSPLATZ

KRANK
MACHT

Am 10. November 2011 findet am Hauptsitz der Visana-Gruppe in Bern der nächste Feierabend-Austausch Betriebliches Gesundheitsmanagement statt. Die Schwerpunkte dieses Anlasses von Visana business bilden die «arbeitsplatzbezogene Arbeitsunfähigkeit» und welche Möglichkeiten Arbeitgeber diesbezüglich haben.

Der Feierabend-Austausch ist ein kostenloser Event für Visana-Firmenkunden. Er bietet den Teilnehmenden in regelmässigen Abständen die Möglichkeit für einen Gedankenaustausch – über die Branchengrenzen hinaus – zu aktuellen Fragen rund um Betriebliches Gesundheitsmanagement. Prävention, Absenzen und Mitarbeitendengesundheit beschäftigen die Unternehmen. Sie gehen aktiv an diese Themen heran, weil sie realisieren, dass sich jeder investierte Franken mehrfach auszahlt.

Gedankenaustausch für Arbeitgeber

Immer häufiger kommt es vor, dass Arbeitgeber mit einer arbeitsplatzbezogenen Krankmeldung eines Angestellten konfrontiert sind. Dies geschieht als Folge von Konflikten am Arbeitsplatz, hohen Belastungen oder im Anschluss an eine Kündigung. Kurt Mettler, Geschäftsführer der SIZ Care AG, gibt einen Einblick, wie Arbeitgeber in solchen Fällen adäquat reagieren.

Ein zweiter Referatsblock behandelt das Thema rauchfreie Arbeitsplätze und positive Effekte auf die Anzahl Absenzen. Claudio Paulin (Lungenliga beider Basel) und Nicole Zbinden (Swisscom AG) zeigen die Zusammenhänge auf.

Nehmen Sie am Feierabend-Austausch vom 10. November 2011 von 16.00 bis 17.30 Uhr, mit anschliessendem Apéro, in Bern teil? Wir freuen uns auf Ihr Kommen. Sie finden das Anmeldeformular im Internet unter www.visana-business.ch > Feierabend-Austausch. Anmeldeschluss ist der 1. November 2011. Weitere Informationen erhalten Sie unter Telefon 031 357 94 76 oder per E-Mail: business@visana.ch. Beachten Sie, dass die Referate in deutscher Sprache gehalten werden.

Rita Buchli

Spezialistin Betriebliches Gesundheitsmanagement

visana

business

Firmenkundenmagazin 3/2011

Mehr als nur ein Werbeträger

Aufbruchstimmung beim FC Thun

Betriebliches Gesundheitsmanagement

Erfolgreiche Pilotkurse in ungewohnter Umgebung

Unfallprävention

Gratis an die «Stop Risk»-Wintersporttage

NEWS





INHALT

Neues Stadion verleiht
zusätzlichen Schwung 3

Betriebliches
Gesundheitsmanagement:
neue Kurse 6

Im Fokus:
Visana-Mitarbeiterin 8

Unfallprävention
im Schneesport 10

Feierabend-Austausch
von Visana business 12

LIEBE LESERIN, LIEBER LESER

Weltweit sind die Konjunkturaussichten momentan nicht sehr rosig. Die Indikatoren zeigen auch für die Schweiz nach unten. Konsumenten geben weniger Geld aus und Unternehmen stellen Investitionen zurück. Die verschuldeten Länder brauchen Wachstum, um ihre Schulden abzubauen. Möglicherweise steht der Schweiz eine Phase mit schwachem oder gar negativem Wachstum bevor.

Die Konsequenzen dieser Entwicklung tangieren auch Visana als Personenversicherer. Was letztlich die Folgen sein werden, wird die Entwicklung in den kommenden Monaten zeigen. Allerdings gibt es zurzeit keinen Grund für kurzfristig angelegte Schnellschüsse. Wir sind auch in diesen unruhigen Zeiten ein sicherer Partner für unsere Kunden – für Sie.

Die Gefahr von Kurzarbeit oder Entlassungen kann im derzeit angespannten wirtschaftlichen Umfeld nicht ausgeschlossen werden. Visana business verfolgt deshalb die Entwicklung aufmerksam, um bei Bedarf schnell zu reagieren und ihren Kunden mit Rat und Tat zur Seite zu stehen. Sollte es tatsächlich soweit kommen, ist es wichtig, sich auf seinen Versicherungspartner verlassen zu können. Wir sind für Sie da.

Visana business bietet Firmenkunden, die vor wirtschaftlichen Herausforderungen stehen, welche auch ihre Mitarbeitenden betreffen, ein kostenloses Dienstleistungspaket an, mit dem sie bei der Bewältigung der Probleme kompetent unterstützt werden. Nehmen Sie unverbindlich mit Ihrem Unternehmensberater Kontakt auf. Er und weitere Spezialisten von Visana business stehen Ihnen zur Verfügung, um Sie bezüglich Absenzen, Lohnfortzahlungen sowie der rechtlichen Aspekte bei Kurzarbeit zu beraten.

Und noch eine erfreuliche Botschaft: Für Visana-Versicherte wird es in den meisten Kantonen auf das kommende Jahr hin in der Grund- und bei den meisten Zusatzversicherungen keine Prämienhöhung geben. Ein Grund mehr, bei Visana als Privatperson oder Familie versichert zu sein oder zu Visana zu wechseln.

Roland Lüthi
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, Volketswil • Konzept und Fotos: Meinrad Fischer, Atelier für Gestaltung, Zürich • Druck: Druckerei Appenzeller Volksfreund, Appenzell • Internet: www.visana-business.ch



FC Thun – Aufbruchstimmung im Berner Oberland

«MEHR ALS NUR EIN WERBETRÄGER»

Wirtschaftlich kann der FC Thun noch nicht ganz mit den Schwergewichten des Schweizer Fussballs mithalten. Das neue Stadion und die breite Unterstützung aus der Region haben den Berner Oberländern jedoch frischen Elan auf allen Ebenen verliehen – auf und neben dem (Kunst-)Rasen.

Erfolgsdruck gehört zum Fussballgeschäft. Nicht nur für die Akteure auf dem Rasen, sondern auch für die Verantwortlichen im Hintergrund. Alain Kappeler ist CEO der Arena Thun AG, die sich um die Vermarktung des Stadions und die kommerziellen Bereiche des FC Thun kümmert. Zusammen mit rund 20 Mitarbeitenden auf der FC-Thun-Geschäftsstelle schafft Kappeler die Rahmenbedingungen, um erneute Thuner Höhenflüge zu ermöglichen.

Zusätzlicher Schwung dank «Arena Thun»

Die Erinnerungen an den Vizemeistertitel und die sensationelle Qualifikation für die Champions League in der Saison 2004/2005 sind noch präsent. Seither hat sich einiges getan. Nach

dem zwischenzeitlichen Abstieg in die Challenge League hat der FC Thun sportlich wieder an Fahrt gewonnen und in der vergangenen Saison mit Rang 5 überrascht. Das im Juli eingeweihte moderne Heimstadion «Arena Thun» sowie die verstärkte Professionalisierung sind zwei wichtige Bausteine im Erfolgspuzzle der Berner Oberländer.

«Der FC Thun ist in einer Aufbruchstimmung», sagt Alain Kappeler. Der gesamte Marketing- und Kommunikationsauftritt wurde frisch lanciert, inklusive des Vereinslogos. Ein neues Merchandising, ein neues Trikot, dies alles wirke nach aussen natürlich wie ein Aufbruch, erklärt der 40-jährige Seeländer, der zuvor als Marketingverantwortlicher beim Schweizerischen Eishockeyverband



gearbeitet hatte. «Mit dem neuen Stadion war dies der ideale Zeitpunkt, um der Marke FC Thun eine modernere und innovativere Identität zu geben, ohne jedoch die Bodenständigkeit und Regionenverbundenheit zu verlieren.»

Erwartungen sind gestiegen

Mit dem topmodernen Stadion ist nicht nur die sportliche Erwartungshaltung einer ganzen Region gestiegen, auch das Medieninteresse und die Unterstützung aus der lokalen Wirtschaft haben markant zugenommen. «Momentan besitzen wir die wirtschaft-

lichen Möglichkeiten, um in der Super League zu spielen. Aber es gibt keine Sicherheit, dass dies so bleiben wird, denn die Konkurrenz ist gross. Sportlich wird es für Thun ein stetiger Kampf bleiben», so Kappeler's Einschätzung.

Je erfolgreicher der FC Thun spielt, desto positiver wirkt sich dies auf die Vermarktung der Arena Thun aus. Gewinne, die mit dem Stadion erwirtschaftet werden – dies ist natürlich das erklärte Ziel –, würden direkt in die Sportabteilung investiert, insbesondere in die Nachwuchsförderung, sagt Alain Kappeler.

Neben dem Sport baut die Arena Thun AG auf zwei weitere wichtige Standbeine: zum einen auf den Eventbereich (Konzerte, Sportanlässe etc.), zum anderen auf das Business Center im Stadion, das Kappeler dank dessen idealer Anbindung an die Autobahn als Kongress- und Tagungcenter etablieren möchte. «Andere Kongresshotels verfügen vielleicht über einen See, wir hingegen haben das Fussballstadion und die damit verbundenen Emotionen als besonderes Verkaufsargument», so Kappeler. Der Start sei vielversprechend verlaufen, es habe ein starkes Interesse am Business-Bereich gegeben, ohne dass man gross die Werbetrommel dafür gerührt habe.

Langfristiges Denken

Auch auf der Sponsoreseite reitet der FC Thun auf der Aufbruchsstimmungswelle. Die Bandenflächen sind fast ausverkauft, für die Business Lounge hat es nur noch Plätze auf der Warteliste. Obwohl das Fussballgeschäft oft sehr kurzlebig ist, sucht Alain Kappeler langfristige Partnerschaften. «Kurzfristiges Denken bringt beide Partner nicht zum Ziel. Für einen nachhaltigen Erfolg braucht es langfristiges Denken», ist er überzeugt. «Wir sind nicht nur ein Werbeträger, sondern wir möchten zusammen Produkte und neue Plattformen entwickeln.» Dabei sei es wichtig, den FC Thun nicht nur über die erste Mannschaft wahrzunehmen, sondern auch über die mehr als 200 Spielerinnen und Spieler im Nachwuchs- und Frauenbereich.

Über Vertragsinhalt hinaus

Die vertraglich definierten Leistungen zwischen Partnern stellen die Basis der Zusammenarbeit dar. Eine starke Partnerschaft lebe aber auch neben dem Vertrag, sagt der CEO der Arena Thun AG. Dabei gehe es um die Frage, wie sich zwei Unternehmen nebst den klassischen Werbeleistungen optimal ergänzen können – dies wiederum aus dem Blickwinkel einer auf Langfristigkeit ausgerichteten Kooperation. So auch mit Visana als Partner des FC Thun.

Die Profispieler und Mitarbeitenden des FC Thun und der Arena Thun AG sind bei Visana unfall- und krankenversichert. Da Verletzungen zum Fussball gehören wie das Bier zur Meisterfeier, ist ein leistungsstarker und zuverlässiger Versicherer ein wichtiger Partner. «Die Zusammenarbeit mit Visana klappt hervorragend, die ganze administrative Abwicklung funktioniert sehr gut», lobt Alain Kappeler. Die Voraussetzungen für weitere Thuner Erfolgsmeldungen stimmen – die Tore aber müssen die Spieler schiessen.

Stephan Fischer
Unternehmenskommunikation



Peter Fischer (CEO Visana-Gruppe) und Alain Kappeler (CEO Arena Thun AG).

Fussballclub Thun 1898

Gegründet wird der FC Thun am 1. Mai 1898. Die ersten sportlichen Höhepunkte gehen auf die Fünfzigerjahre zurück: 1954 steigt der FC Thun erstmals in die NLA auf. Ein Jahr später erreichen die Berner Oberländer den Schweizer Cupfinal, verlieren diesen jedoch mit 1:3 gegen La Chaux-de-Fonds. Den ganz grossen Coup landen die Thuner im Jahr 2005, als sie sich in der Qualifikation zur Champions League gegen Dynamo Kiew und Malmö durchsetzen. In der Gruppenphase spielt der FC Thun gegen Arsenal, Ajax Amsterdam und Sparta Prag und erreicht den dritten Rang.



Anfang Juli 2011 wurde die «Arena Thun», welche das altehrwürdige Stadion Lachen nach 59 Jahren ablöste, mit dem Spiel gegen den 1. FC Köln eingeweiht. Sie bietet Platz für 10 000 Zuschauer und ist der würdige Rahmen für die Thuner Heimspiele in der Super League. Das neue Stadion wird durch die Arena Thun AG betrieben, die auch die Bereiche Administration, Finanzen, Marketing und Ticketing für den FC Thun betreut.

www.fcthun.ch,
www.arenathun.ch



Neue BGM-Kurse von Visana business

UNGEWÖHNLICHE KURSUMGEBUNGEN,
DIE IN ERINNERUNG

BLEIBEN

Was haben ein Zug in Balsthal und ein Psychiatriezentrum in Münsingen mit Betrieblichem Gesundheitsmanagement (BGM) zu tun? Die Teilnehmenden an den Pilotkursen der beiden neuen Angebote von Visana business – «Gesundheitsmanager» und «Herz-Haft» – erlebten es aus erster Hand.

Heraus aus dem sterilen Seminarraum, hinein in die reale Welt. So könnte man den Rahmen der beiden neuen Kurse von Visana business umreissen. Wissen, Tipps und Arbeitshilfen zu vermitteln, ist Handwerk. Dies aber gleichzeitig mit Emotionen und Erlebnissen zu verbinden, erzeugt bei den Kursteilnehmenden einen Mehrwert, der haften bleibt.

«Herz-Haft» vor Ort

Manch einen mag ein leicht mulmiges Gefühl beschleichen, wenn er die Pforten eines Psychiatriezentrums durchschreitet. Nicht viele sind den Umgang mit psychisch kranken Menschen gewohnt. Erst recht nicht im Berufsalltag. Dabei hat die Zahl psychischer Erkrankungen in den letzten Jahren stark zugenommen. Führungspersonen stehen vor der Herausforderung, typische Anzeichen bei Mitarbeitenden richtig zu deuten und passend darauf zu reagieren. Ein frühes Erkennen und Ansprechen kann die Leidensdauer und somit die Absenz bei den Betroffenen verkürzen.

Für den Kurs «Herz-Haft» (Umgang mit psychisch kranken Mitarbeitenden) hat Rita Buchli, Spezialistin Betriebliches Gesundheitsmanagement bei Visana business, das Psychiatriezentrum in Münsingen bei Bern ausgewählt: «Dies war äusserst eindrücklich, da uns nebst Ärzten auch ein Patient Einblick in seine Welt gab. Diese unmittelbare Betroffenheit verleiht den Teilnehmenden den Impuls, um sich frühzeitig um psychisch Erkrankte im Betrieb zu kümmern», ist Rita Buchli überzeugt.

BGM nimmt Fahrt auf

Im Kurs «Gesundheitsmanager» erhielten die Teilnehmenden Hilfestellungen und Tipps, um als Projektleiter ein BGM in einem kleinen oder mittleren Unternehmen einzuführen. Diese Aufgabe wurde mittels einer realen Zugreise mit der Oensingen-Balsthal-Bahn visualisiert, welche viele Parallelen mit einer Einführung eines BGM aufweist. «Der Kurs war ein unvergessliches Erlebnis und förderte das Verständnis dafür, wie ein BGM-Projekt erfolgreich angegangen werden kann», erklärt Rita Buchli.

Stephan Fischer
Unternehmenskommunikation

Kursangebot von Visana business

Visana business bietet eine breite Palette von Kursen im Bereich Betriebliches Gesundheitsmanagement an. Diese richten sich vor allem an Führungspersonen. Neu zum Kursprogramm gehören nach den erfolgreichen Pilotkursen der «Gesundheitsmanager» (nächster Kurs am 30. November 2011 in Balsthal) sowie der Kurs «Herz-Haft» (nächste Teilnahmemöglichkeit am 16. November in Münsingen). Das komplette Kursangebot von Visana business ist im Internet zu finden: www.visana-business.ch > Gesundheitsmanagement.

Was Teilnehmende zu den Kursen sagten

«Der Kurs zwingt mich als Führungskraft genauer hinzuschauen, wie es in meinem Betrieb läuft, und zu eruieren, wo Stärken, Schwächen, Risiken und Chancen vorhanden sind.»

Alexandra Kämpfer (Alters- und Pflegeheim Schärme, Melchnau)

«Dieses Seminar bietet einen sehr guten Einstieg in das Thema Gesundheitsmanagement. Es hat mir verschiedene Denkanstösse für die Umsetzung in die Praxis geliefert.»

Phillipp Ganz (Stiftung Kinderheime Solothurn)

«Ich habe etliche Tools mitnehmen können und auch ein paar Ideen, wie man diese bei uns aufgleisen könnte. Und natürlich: neue Motivation, um das Thema anzugehen.»

Katja Aufdenblatten (Alters- und Pflegeheim Nussbaumallee, Gümligen)

«Am Abend konnte ich für mich sagen, dass ich die meisten im Kurs Gesundheitsmanager besprochenen Aspekte bereits so anwende. Diese Bestätigung ist für mich sehr wertvoll.»

Christine Wittwer (Aebersold AG, Burgdorf)

«Der Kurs (Herz-Haft) war sehr spannend, das Thema hat mich richtig gepackt! Arbeitgeber sollten viel besser hinschauen und die Fühler ausstrecken, um Arbeitnehmer zu unterstützen.»

Sandra Brand (Gschützi Wächstatt Frutigland, Frutigen)

«DIE INVESTITIONEN IN DAS BGM LOHNEN SICH»

Rita Buchli ist Arbeits- und Organisationspsychologin und bei Visana business für den Bereich Betriebliches Gesundheitsmanagement (BGM) zuständig. Sie gab «Visana business news» Auskunft zu diesem Thema, das bei den Firmenkunden auf immer grösseres Interesse stösst.



«Visana business news»: Wieso lohnt sich ein BGM?

Rita Buchli: Unternehmen drücken damit ihre Wertschätzung gegenüber den Mitarbeitenden aus. Ausserdem können sie sich im Wettbewerb gegenüber anderen Betrieben positiv positionieren. Mitarbeitende sind dank eines BGM leistungsfähiger, motivierter und zumeist weniger krank. Dies spart direkte und indirekte Kosten, und zwar rund 750 Franken pro Tag.

Wie argumentieren die Kritiker?

Oft heisst es, der Erfolg sei nicht messbar, man habe keine Zeit respektive andere Prioritäten oder ein BGM sei zu teuer.

Was entgegnen Sie ihnen?

Unbekannte Themen lösen oftmals Angst und Widerstände aus, dafür habe ich Verständnis. Ich versuche den zuweilen schwer fassbaren Begriff BGM mit greifbaren Inhalten zu füllen und Beispiele mit konkreten Erfolgen zu liefern. Die Kosten, also Zeit und Geld, erscheinen zu Beginn der Lancierung des BGM hoch. Aber wenn man sie mit den Einsparungen vergleicht, lohnen sich die Investitionen. Es dürfte unbestritten sein, dass Mitarbeitende in einem konstruktiven, wertschätzenden Umfeld besser und effizienter arbeiten. Aus rein betriebswirtschaftlichen Gründen ist ein BGM ein Muss für jedes Unternehmen.

Der neue Kurs «Herz-Haft» thematisiert den Umgang mit psychisch erkrankten Mitarbeitenden. Mit welchem Ziel?

Hier können die Unternehmen mit einer frühen, mutigen Intervention viel Leid bei den Betroffenen und ihrem Umfeld verhindern. Mit diesem Kurs sensibilisieren wir unsere versicherten Unternehmen für das Thema und geben ihnen Sicherheit im Umgang mit psychisch kranken Mitarbeitenden.

www.visana-business.ch



Visana-Mitarbeiterin im Fokus

EIN NEUES KAPITEL IN DER UNTERNEHMENSBERATUNG

Seit April ist Ursula Rothen als Unternehmensberaterin für Visana business tätig. Von der Geschäftsstelle Solothurn aus betreut sie Broker und Firmenkunden im ganzen Kanton Solothurn und im Berner Seeland. Sie nimmt als Unternehmensberaterin eine Pionierrolle bei Visana business ein.

Bei der Visana-Gruppe sind die Mitarbeiterinnen mit 67 Prozent gegenüber ihren männlichen Kollegen in der Überzahl. Die Gilde der Unternehmensberater war jedoch bis vor wenigen Monaten fest in Männerhand. Das ist nun Geschichte. Ursula Rothen ist die erste Unternehmensberaterin bei Visana business.

«Endlich eine Frau!»

Ursula Rothen schmunzelt, als sie auf ihre Rolle als erste Unternehmensberaterin angesprochen wird: «Ich war erstaunt und ha-

be mir gar nicht überlegt, dass ich die einzige Frau sein könnte.» Am Vorstellungsgespräch habe sie vernommen, dass sie die Pionierin in dieser Funktion sei. Und als sie dann nach Bern an den Visana-Hauptsitz gekommen sei, habe der Tenor gelautet: «Toll, endlich einmal eine Frau!»

Für Ursula Rothen ist die Tatsache, dass sie momentan die einzige Unternehmensberaterin bei Visana business ist, kein Problem. Von den Kollegen sei sie sehr herzlich aufgenommen

worden und habe das erste Halbjahr bei Visana als spannend und interessant empfunden. Sie fühle sich nicht als Exotin, sagt die selbstbewusste Solothurnerin, sondern gewinne diesem Umstand durchwegs positive Seiten ab.

Kunden und ihre Bedürfnisse ernst nehmen

Wichtig in der Verkaufsbranche sei nicht das Geschlecht eines Beraters. «Was zählt, sind der Service und die Beratung, die man bietet, dass der Kunde stets im Zentrum steht und dass seine Anliegen und Bedürfnisse ernst genommen werden», bringt es Ursula Rothen auf den Punkt. Selbstverständlich müsse man vom Typ her eine Persönlichkeit sein, die von Kundenseite ernst genommen werde. Erfahrung, eine gewisse Reife sowie Sachkompetenz seien weitere nützliche Voraussetzungen für erfolgreiche Gespräche am Verhandlungstisch.

Gute Kundenbeziehungen müssen aktiv gepflegt werden. Der persönliche Kontakt ist ein entscheidendes Puzzleteil im Verkaufsmetier, das ist ein offenes Geheimnis. Ursula Rothen konnte die ersten beiden Monate auf die Unterstützung ihres mittlerweile pensionierten Vorgängers zählen und dadurch viele wichtige Kontakte knüpfen. Unterdessen hat sie das Zepter übernommen und eine Vielzahl von Kunden persönlich getroffen. Je nach Saison nimmt der Aussendienstesatz einen Grossteil ihrer Arbeitszeit ein. «Die Verkaufstätigkeit ist ein wichtiger Bestandteil meines Jobs, das gefällt mir», sagt sie.

Zurück im Team

Bevor Ursula Rothen zu Visana business stiess, war sie zehn Jahre als selbständige Finanzplanerin tätig. Von dort her kennt sie die Visana-Produkte bestens und weiss, dass sie mit Überzeugung dahinter stehen kann. Im Verkauf sind Service und Qualität langfristige Erfolgsfaktoren. «Aber das Wichtigste ist, dass ich den Kunden erklären kann, wieso unsere Produkte für sie die beste Lösung darstellen. Für Selbstständige ist dies existentiell, deshalb war es für mich stets eine Selbstverständlichkeit», so Ursula Rothen.

Neu ist für Ursula Rothen hingegen, dass sie nun wieder in einem Team arbeitet. «Bis im März war ich eine Einzelkämpferin. Jetzt bin ich wieder in Strukturen eingebunden und in ein Team integriert, dies schätze ich sehr», sagt sie. Nach einem Jahrzehnt in der Selbstständigkeit habe sie bewusst diesen Weg gewählt und freue sich auf eine weitere, erfolgreiche Zusammenarbeit mit Arbeitskollegen und Geschäftspartnern.

Stephan Fischer

Unternehmenskommunikation

Soziales Netz wieder stärker pflegen

Aufgewachsen ist Ursula Rothen im Raum Solothurn. Nach einem mehrjährigen Abstecher in die Nähe von Biel hat es die Mutter von drei erwachsenen Söhnen aber wieder zurück in die Heimat nach Solothurn gezogen. Im Anschluss an ihre Lehre im Detailhandel war Ursula Rothen immer in den Bereichen Verkauf und Beratung tätig, während sie sich laufend weitergebildet hat, zuletzt zur Finanzplanerin mit eidgenössischem Fachausweis.

Ihren Ausgleich zur Arbeit findet sie bei Familie und Freunden und zwischendurch auch bei einigen leichten Sparteinheiten im Fitnessstudio oder gelegentlichen Velotouren. Nachdem sie die sozialen Kontakte infolge ihrer beruflichen Selbstständigkeit nicht immer wie gewünscht hat pflegen können, geniesst sie es nun, diese wieder zu intensivieren.



Ursula Rothen: «Was zählt, sind Service und Beratung.»



Visana business führt am 12. und 13. Januar 2012 in Engelberg sowie am 19. und 20. Januar 2012 in Grindelwald vier «Stop Risk Days» – Unfallprävention für Ski und Snowboard – durch. 400 Gratistagespässe warten auf Visana-business-Firmenkunden und ihre Mitarbeitenden.

Die Zahl der Schneesportunfälle nimmt Jahr für Jahr zu. Zum einen verleitet die Carvingtechnik teilweise zu deutlich schnellerem und risikoreicherem Fahren, zum anderen sind viele Pisten insbesondere bei Kaiserwetter überfüllt, was das Risiko von Zusammenstößen drastisch erhöht. Wer die Geschwindigkeit seinen Fähigkeiten anpasst und seine Schwünge mit der richtigen Ausrüstung in den Schnee zieht, reduziert das Unfallrisiko erheblich.

Unfallprävention mit Ski und Snowboard

Visana business offeriert 400 Gratisteilnahmen für Mitarbeitende von Firmenkunden. Sie erhalten an den «Stop Risk»-Wintersporttagen die Gelegenheit, ihre persönliche Fahrkompetenz auf der Skipiste im Rahmen dieses eintägigen Präventionsanlasses

zu verbessern, um so Unfällen und Verletzungen auf den Ski oder dem Snowboard vorzubeugen. Die «Stop Risk»-Wintersporttage werden in Zusammenarbeit mit einem ausgewiesenen Partner durchgeführt und sind von der Beratungsstelle für Unfallverhütung (bfu) anerkannt.

Ausgebildete Schneesport-Coaches geben am halbtägigen Workshop wertvolle Tipps für ein sicheres Ski- oder Snowboardfahren. Zum einen wird die Technik auf den neusten Stand gebracht, zum anderen das korrekte Verhalten auf der Piste rekapituliert. Wer das beste Gefühl für das eigene Tempo entwickelt hat, zeigt sich beim Abstecher auf die Geschwindigkeitsstrecke mit Tempomessung. Der zweite Halbtage steht den Teilnehmenden zur freien Verfügung.

Tagesprogramm

- 8.00–10.00 Uhr Check-in, Eintreffen der Teilnehmenden
- 9.00–12.00 Uhr Workshop auf der Piste (Ski-, Helm- und Protektorentest, Tipps der Schneesport-Coaches, Inputs im Info-Center)
- 12.15–13.30 Uhr Mittagessen
- Bis 15.30 Uhr Zur freien Verfügung. Anschliessend Abschluss der Veranstaltung und individuelle Heimreise

400 Gratisteilnahmen liegen bereit

Für die vier «Stop Risk»-Wintersporttage für Wintersportlerinnen und Wintersportler vom 12. und 13. Januar 2012 in Engelberg respektive 19. und 20. Januar 2012 in Grindelwald offeriert Visana business je 100 Gratisteilnahmen. Einzig die An- und Rückreise müssen individuell organisiert werden, ansonsten ist alles inbegriffen: Willkommensgetränk, Tagesskipass, Verpflegung, Instruktion durch Schneesport-Coaches (Ski und Snowboard), persönliche Beratung, Testausrüstung (Ski, Helme, Protektoren, Brillen).

Ihr Unternehmen ist bei Visana business versichert, und Sie sowie Ihre Mitarbeitenden möchten gratis an einem der vier «Stop Risk»-Wintersporttage teilnehmen? Sie finden das Anmeldeformular unter www.visana-business.ch > Unfallprävention. Die Anmeldungen werden nach dem Motto «Es hat so lange, wie es hat» entsprechend ihrem Eingang berücksichtigt.

Rita Buchli

Spezialistin Betriebliches Gesundheitsmanagement



Sneesportunfälle nahmen erneut zu

Für einmal konnten die 35 Schweizer Unfallversicherer keinen neuen Rekord bei den Freizeitunfällen vermelden: 2010 blieb die Anzahl derer, die sich abseits des Arbeitsplatzes verletzen, bei knapp einer halben Million. Nicht so der Wintersportsektor. Dort nahm die Anzahl registrierter Unfälle erneut um 2000 auf 51000 (2009) zu. Damit liegt der Schneesport hinter den Ballsportarten weiterhin auf Rang 2 der unfallträchtigsten Sportarten. Insgesamt verursachten die Schneesportunfälle Kosten in der Höhe von 336 Millionen Franken. Ein Unfall auf der Skipiste schlägt mit durchschnittlich 6500 Franken zu Buche, während sich die Kosten bei einem Unglück auf einer Skitour gar auf das Dreifache belaufen. www.unfallstatistik.ch

Der Helm ist auf dem Vormarsch

Wer einen Helm trägt, kann bei einem Unfall den Schweregrad einer Kopfverletzung reduzieren. Rund 15 Prozent aller Verletzungen auf Schweizer Skipisten betreffen den Kopf. Immer mehr Schneesportlerinnen und Schneesportler sind mit einem Helm unterwegs. Gemäss Erhebungen der Beratungsstelle für Unfallverhütung (bfu) ist die Helmtragquote zwischen 2006 und 2010 von 42 auf 76 Prozent angestiegen. Mit 81 Prozent sind die Deutschschweizer eindeutig helmtragfreudiger als die Romands (56 Prozent). Bei den Geschlechtern übertreffen die Frauen mit 78 Prozent die Männer (74 Prozent) knapp. Überraschend schneiden die unter 17-Jährigen mit einer Helmtragquote von 95 Prozent ab. www.bfu.ch