

INSIDER



visana



WIR SIND... VERBUNDEN

Angelo Eggli und Marc Lüthi demonstrieren die enge Partnerschaft zwischen Visana und dem SCB. Der Krankenkassenversicherer wird weitere zwei Jahre Goldsponsor sein.

Seite 11

DER SCB AN DER UNI BERN

Der SCB und die UNI Bern arbeiten gemeinsam an einer Studie.

Seite 18

BRNCOS SECURITY

Seit über 20 Jahren top-verlässlicher Sicherheitspartner des SCB.

Seite 34

VISANA IST «NACH BI DE LÜT»!

Beim Sponsoring verbinden Unternehmen ihre Werthaltungen und ihr gesellschaftliches Engagement mit Öffentlichkeitsarbeit – sie zeigen auf, was ihnen wichtig ist und steigern auch Bekanntheitsgrad und Beliebtheit. Der grosse Berner Krankenversicherer Visana tut dies seit Jahren als einer der SCB-Goldsponsoren. Warum? «Weil der SCB und wir «nach bi de Lüt» sind», sagt David Müller, Leiter Sponsoring der Visana.

DAS UNTENREHMEN



Visana zählt mit etwa 850 000 Privatversicherten und 16 000 Firmenkunden zu den grössten und qualitativ führenden Krankenversicherern der Schweiz. Ihre Tradition geht 150 Jahre zurück, auf die Gründung der ehemaligen KKB 1870. Diese sowie die Grütli (1872) bilden die Wurzeln der 1996 gegründeten Visana. Sie beschäftigt am Hauptsitz in Bern und in 60 Geschäftsstellen 1390 Mitarbeitende, 67 Prozent davon sind Frauen. Mit «my-points.ch» hat Visana ein besonderes Bonusprogramm für Zusatzversicherte realisiert – wer sich mehr bewegt, sammelt Punkte und wird mit bis zu 120 Franken jährlich belohnt.

Visana Kranken- und Unfallversicherung

Weltpoststrasse 19-21, 3015 Bern

Telefon 031 357 91 11

www.visana.ch

«Wir verstehen uns»

Visana bleibt weiterhin enge Partnerin des SCB. Das zu den führenden Krankenversicherern der Schweiz gehörende Unternehmen ist seit 2008 beim SCB an Bord, seit 2016 als Goldpartnerin. Nun wurde der Vertrag bis 2022 verlängert. Wie gestaltet sich die Zusammenarbeit der zwei Berner Leader, welches sind ihre Gemeinsamkeiten? Klar, beide, Visana und der SCB, sind auf ihrem Gebiet Berner Leuchttürme, beide sind erfolgsorientiert und beide geben alles, um ihren Fans beziehungsweise Kundinnen und Kunden das Maximum zu bieten. Das passt bestens zusammen, oder wie es David Müller, Leiter Sponsoring und Kommunikation von Visana, mit dem Firmen-Slogan ausdrückt: «Wir verstehen uns!».

Und Visana ist sehr präsent: Auf dem Dress der 1. Mannschaft, bei Durchsagen und mit Inseraten. Daneben unterstützt sie den Nachwuchsbereich «SCB Future», sichtbar mit der Logo-Präsenz auf den Team-Bussen, den Leibchen der Hockey-Schule oder auf den Helmen der Nachwuchstrainer.

«Der SCB und die Visana leben die gleichen Werte und sind dadurch seit langer Zeit stark miteinander verbunden.»

David Müller, Leiter Sponsoring





«Kopf hoch»: Mark Streit trägt im Training den Visana-Helm der seitwärts noch mit dem Slogan gebrandet ist und bei der ersten Mannschaft und in der Hockeyschule ist das Logo auf dem Dress ebenfalls gut sichtbar präsent.

David Müller: «Bei den Trainerhelmen geht es uns um den Schutzgedanken, die Unfallverhütung und Sicherheit auf dem Eis. Trainer haben auf den Nachwuchs einen grossen Vorbildeffekt.»
 Natürlich entstehen mit der Partnerschaft auch kommerzielle Nutzen, überzeugende Werbewerte, nämlich die Marken-Präsenz. Schweizweit auf Spielszenenfotos in den Zeitungen und bei Fernsehübertragungen. In der Regel bis und mit Finalspiel. Und vor bis zu 17 000 Fans in der Post-Finance-Arena, dem grössten Eishockeystadion der Schweiz – sprichwörtlich «nach bi de Lüt».

Im Einsatz für Sport und Gesundheit

Nicht nur beim SCB, sondern auch anderweitig ist Visana eine geschätzte Partnerin. So ist sie einer der Premiumpartner des BSC Young Boys, mit Schwerpunkt auf Nachwuchsförderung und als Hauptsponsorin des Frauenteam.

2006 war es Visana, die entscheidend zur Verwirklichung der «Herzroute» – perfekt ausgeschilderte Radwanderrouten – beitrug, und deren Hauptsponsorin sie heute noch ist. In der Romandie ist der Krankenversicherer Presenting Partner des jährlich stattfindenden sehr vielfältigen Sport- und Bewegungsevents für Frau-





Leichtathletin Mujinga Kambundji und Schwingerkönig Christian Stucki sind die sympathischen Botschafter der Visana.

en, der «Women Sport Evasion», und schliesslich unterstützt Visana als Hauptpartnerin die Schweizerische Lebensrettungs-Gesellschaft SLRG bei der Verhütung von Badeunfällen. Dazu David Müller: «Diesen Engagements ist gemeinsam, dass es ums gesundheitliche Wohl geht. Bewegung und Unfallprävention sind wichtige Gesundheitsprophylaxen, Sport fördert die körperliche Leistungsfähigkeit, den Geist und das Wohlbefinden».

Ihre Überzeugung und Werte lebt die Krankenkasse auch hausintern. Sie ist ein Swiss Olympic «Approved Leistungssportfördernder Lehrbetrieb», d.h. sie bietet Sporttalenten die sogenannte «Sportlerlehre» an. Aktuell profitieren vier Lernende – je zwei junge Frauen und Männer – in der Ausbildung zu Kaufmann/-frau EFZ, Branche Dienstleistung und Administration, von diesem Angebot.



Approved
2019/2020
Leistungssportfreundlicher
Lehrbetrieb

Sportliche Berner Markenbotschafter

Auch in der direkten Kundenkommunikation dreht sich beim Krankenversicherer vieles um Bewegung und Sport. Bestes Beispiel sind seit diesem Jahr die beiden Publikumsliebhaber und Markenbotschafter, die Schweizer Sprint-Rekordhalterin

Mujinga Kambundji und Schwingerkönig Christian «Chrigo» Stucki. «Beide überzeugen mit ihrer Bodenständigkeit, Natürlichkeit und Leidenschaft, sie sind echte Sympathieträger und – wie wir – «nach bi de Lüt», unterstreicht David Müller. Stucki und Kambundji produzieren für die Visana zum Beispiel die Videoblogs-Reihe «Gesund unterwegs», und für 2021 sind mit ihnen Jugendcamps für Schwingen und Leichtathletik in Planung.

Ja, nach bi de Lüt

Was sich wie ein Slogan anhört, ist bei der Visana gelebter Alltag. Nichts macht das deutlicher, als die regelmässig hervorragenden Umfragewerte zur Kundenzufriedenheit des Vergleichsdienstes comparis. Aktuell belegt die Visana innerhalb der über 50 Schweizer Krankenversicherer den 2. Rang. Und mit einem besonders tiefen Verwaltungskostenanteil von lediglich drei Prozent – 97 von 100 Prämienfranken fliessen an die 850 000 Versicherten zurück! – fällt der Visana der Nachweis nicht schwer, sie ist effektiv «bi de Lüt». (jak)

comparis.ch

Nationale Krankenkasse mit
effizienter Verwaltung

2. Platz | 2020



VISANA BIS 2022 GOLDSPONSOR



Die SCB Eishockey AG freut sich den Vertrag mit dem Kranken- und Unfallversicherer Visana bis zum Ende der Saison 2021/22 verlängert zu haben. Visana ist bereits seit der Saison 2016/17 als Goldsponsor beim SCB engagiert.

Den SCB und Visana verbinden ihre Berner Wurzeln und eine langjährige Partnerschaft. Seit 2008 unterstützt Visana den SC Bern, zuerst als Partner, seit der Saison 2016/17 als einer der 5 Goldsponsoren. Besonders prominent ist Visana seit 4 Jahren auf dem Dress der SCB-Cracks präsent. Der SCB trägt die Marke Visana damit in die ganze Schweiz heraus.

Zusammen fördern Visana und der SCB aber auch den Nachwuchs und engagieren sich für eine gesunde künftige Generation. «Gerade dieses Engagement liegt mir sehr am Herzen», sagt

Visana-CEO Angelo Eggli. So rüstet Visana die Nachwuchstrainer von SCB Future mit Helmen aus und sensibilisiert auf diese Weise für mehr Sicherheit auf dem Eis.

«Wir sind stolz, dass Visana auf der Stufe Goldsponsor sowohl die 1. Mannschaft als auch den Nachwuchs unterstützt. Visana setzt damit ein starkes Zeichen für die Gesamtorganisation SCB und unterstreicht, dass es in unserem Sport alle braucht, um erfolgreich sein zu können», sagt Rolf Bachmann, COO der SCB Eishockey AG



Zeigen Verbundeheit: Rolf Bachmann, Angelo Eggli (CEO Visana Services AG), Marc Lüthi, David Müller (Leiter Kommunikation Visana Services AG) und Ricardo Krenger (IMS Sport AG).

SCB NEU AUF LINKEDIN



Die SCB Eishockey AG erweitert seine B2B Kommunikation mit einem Account auf der Business-Social-Media Plattform LinkedIn. Damit kann künftig noch direkter und aktueller mit der B2B-Community kommuniziert werden. Folgen Sie dem SCB auf LinkedIn um keine SCB-Business News zu verpassen.

Link: www.linkedin.com/company/scbern-eishockey-ag

Über LinkedIn

LinkedIn ist eine Social Networking Plattform für geschäftliche Kontakte. Das Unternehmen wurde 2002 in den USA gegründet und erwirtschaftete im Jahr 2019 einen Umsatz in Höhe von rund 6,75 Milliarden US-Dollar. Seit Dezember 2016 gehört LinkedIn zu Microsoft. Weltweit hat LinkedIn über 660 Millionen Nutzer. Fast drei Millionen davon in der Schweiz.

(Quelle: statista.com)



STETS INFORMIERT MIT DEM SCB BUSINESSNEWSLETTER

Der SCB Business Newsletter versorgt Sie regelmässig mit aktuellen Themen rund um die Business-Plattform SCB. Die Bekanntgabe neuer Sponsoren oder Verlängerungen mit Business-Partnern, Event-Hinweise oder attraktive Werbe- und Hospitality-Angebote gehören zu den Hauptthemen. Ebenso werden personelle Rochaden aus dem SCB-Umfeld kommuniziert. Für spannende, Business relevante Themen rund um den SCB sind wir immer Abnehmer. Zögern Sie nicht, uns zu kontaktieren unter scb-media@ims-sport.ch. Ebenso freuen wir uns über neue Abonnenten des SCB Business-Newsletters: Melden Sie sich an unter: www.scb.ch

IMPRESSUM

Insider Nr. 2, November 2020

Erscheint 6 x jährlich

Herausgeber

SCB Eishockey AG

Verlag

IMS Sport AG, 3098 Köniz
Tel. 031 978 20 20

Produktionsleitung / Layout

Reto Fiechter

Verlagsleitung

Nicolas Hausammann (nh)

Redaktionsschluss

29. Oktober 2020

Verkauf

Bruno Zimmermann, Michael Steiner,
Ricardo Krenger

Redaktion

Christian Dick (dk), Pierre Benoit (be)
Sina Wymann (sw), Lahor Jakrlin (jak)

Fotos

Reto Fiechter, Thomas Hiller,
Pius Koller, Alexandra Schürch, zvg

Druck

FUNKE LETTERSHOP AG
Bernstrasse 217, 3052 Zollikofen



Schindler

IM SCHINDLER-LIFT MIT...

... Ludwig Nehls

Direktor
Grand Casino Bern AG



Sind Sie auch schon einmal in einem Lift steckengeblieben?

Richtig ruppige Notstopps habe ich mehrmals schon erlebt in der Umbauphase einer Liegenschaft. Steckengeblieben bin ich zum Glück noch nie.

Und mit wem möchten Sie gerne im Lift steckenbleiben?

Wenn schon, dann mit jemanden, den ich nie in meinem Leben treffen werde, der mich aber fasziniert. Mein Favorit wäre der Dalai Lama – mit ihm würde ich gerne über sozialpolitische und religiöse Themen philosophieren.

Seit September verfügt das Grand Casino Bern über das Online-Casino «7 Melons». Wie ist Ihre digitale Präsenz angelaufen?

Wir sind jetzt seit wenigen Wochen online und dabei, uns in dieser digitalen Welt unseren Platz zu sichern. Die Zahlen sind vielversprechend, dürfen aber nicht darüber hinwegtäuschen, dass noch viel Aufbauarbeit vor uns liegt.

Wie sieht das Schutzkonzept für einen physischen Besuch im Grand Casino Bern aus?

Gemäss Beschluss des Regierungsrats ist das Grand Casino Bern momentan trotz umfassendem Schutzkonzept, wie einer generellen Maskenpflicht, Hand-Desinfektionsstationen und Glasscheiben zwischen den Spielautomaten, geschlossen. Stattdessen haben unsere Gäste jetzt eine spannende Online-Alternative mit unserem Online-Casino «7 Melons».

Jetzt registrieren und spielen unter www.7melons.ch.

Was erwarten Sie vom SCB in dieser Saison?

Meine Erwartungen an den SCB sind immer sportlicher Natur! In dieser Saison wird aber sicher auch viel Eigenmotivation gefordert sein, weil die Stimmung mit den ganzen – leider notwendigen – Schutzmassnahmen immer ein wenig bedrückend sein wird. (nh)

