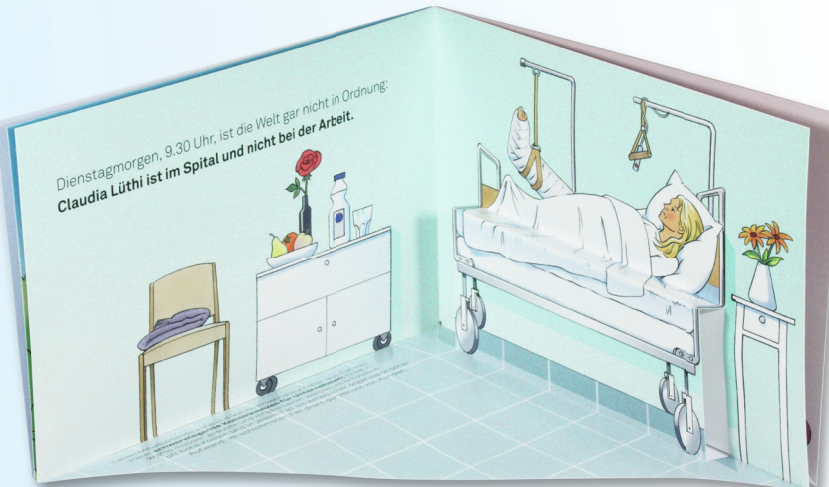
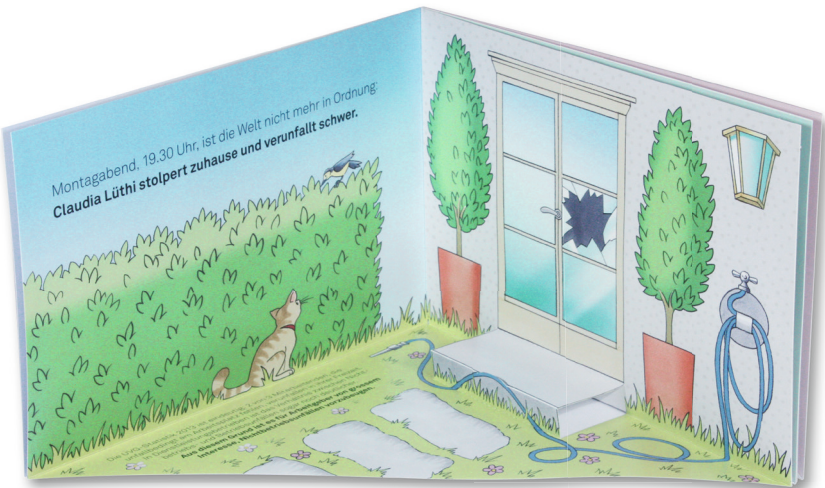
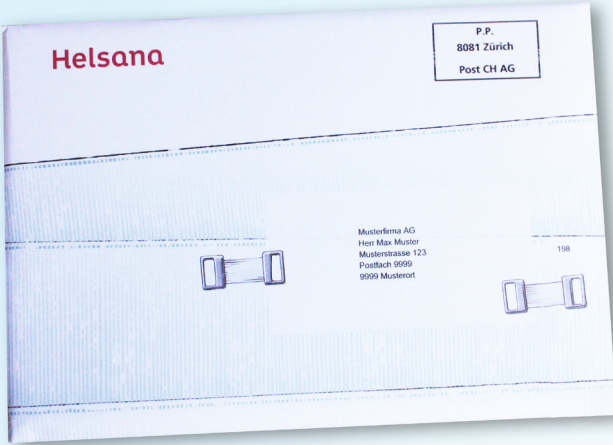


Helsana: Bitte nicht stolpern!



Pop-Up-Rondell mit Storytelling

Aufgabenstellung

Stolper- und Sturzunfälle in der Freizeit sind ein massgeblicher Grund, weshalb Mitarbeitende am Arbeitsplatz fehlen. Jeder dritte Unfall in der Schweiz fällt in diese Kategorie. Viele Arbeitgeber denken jedoch, dass die Prävention von Freizeitunfällen Privatsache ist. Fallen verunfallte Mitarbeitende für eine gewisse Zeit aus, so hat dies jedoch auch für das Unternehmen Konsequenzen: Etwa die Suche und Einarbeitung eines Ersatzmitarbeiters oder Terminschwierigkeiten mit hohen Kostenfolgen. Unternehmenskunden der Helsana Versicherung sollten für das Thema sensibilisiert werden.

Lösung

Angeboten wird die Unterstützung und die Möglichkeit Informationsmaterial (z.B. Aufklärungs-Plakate, Broschüren etc. rund um das Thema anzufordern. Die Unternehmen sollen sich aufgefordert fühlen, sich mit dem Thema Nichtbetriebsunfälle zu beschäftigen. Zusätzlich hat der Kunde die Möglichkeit, sich für den Präventionskurs anzumelden. Mittels eines auffälligen und emotionalen Mailings wurde die Zielgruppe angeschrieben. Darin wurde die Geschichte eines Stolperunfalls anhand eines illustrierten Pop-Up-Rondells erzählt. Mit dem persönlichen Login-Code konnten die Unternehmen anschliessend auf der personalisierten Landingpage Informations-Material bestellen oder sich für den Kurs anmelden.

Ergebnis

Es wurden insgesamt 788 Unternehmenskunden angeschrieben. Davon haben zahlreiche Unternehmen den Dialog aufgenommen und informations-Material bestellt. Die Responsequote war doppelt so hoch wie erwartet. Ebenso konnte ein erfreuliches Resultat der Reagierer, welche sich für den Kurs angemeldet haben, verzeichnet werden. Exakte Zahlen liegen der Jury zur Bewertung vor.