

Heute ist schon Zukunft!

Innovative Unternehmen sollten sich in regelmässigen Abständen einem umfassenden Strategiecheck unterziehen. Dieser soll die eigene Tätigkeit in einer sich wandelnden Welt kritisch hinterfragen, wichtige Trends und Innovationen erkennbar machen sowie den Fokus aller Mitarbeitenden auf die zukünftigen Herausforderungen lenken. Adrian Krüsi zeigt auf, wie er die IBG bei ihrem Strategiecheck während der letzten Monate aktiv begleitete.



«Die zahlreichen Inputs und Denkanstösse hatten mich damals sehr gefreut. Sie zeigten, dass IBG zwar stark technisch denkt, aber menschlich arbeitet, wirkt und voranschreitet.»

Interview mit Adrian Krüsi, dipl. Bauing. FH / EMBA FH, Gründer und Mitinhaber der DIVID Unternehmensagentur, divid.ch / adriankrusi.ch

Herr Krüsi, Sie begleiteten während der letzten Monate den Verwaltungsrat und die Geschäftsleitung der IBG bei ihrem Strategieprozess. Wie gingen Sie dabei vor?

Der erste Schritt eines erfolgreichen Strategieprozesses ist die unvoreingenommene Analyse der Ausgangslage. Die darin gewonnenen Erkenntnisse sind in der Regel wegleitend für die weiteren Schritte. Erste Erkenntnisse gewann ich bereits während der Angebotsphase. Es war damals meine Aufgabe, der IBG anstelle eines angelegten Marketingkonzepts einen umfassenderen Strategieprozess zu empfehlen.

Wie haben Sie das Vertrauen der IBG gewonnen?

Indem ich den Entscheidungsgremien offen, ehrlich und transparent meine subjektiven Wahrnehmungen zum Unternehmen darlegte und mögliche Wege eines bestimmten «Wandels» aufzeigte.

Sie sprechen von «Wandel». Welchen Wandel haben Sie initiiert?

Es waren die Führungsverantwortlichen wie auch die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, welche die Analyse der Ist-Situation an verschiedenen Workshops kritisch vornahm, neue Pfade aufzeigten und spezielle Massnahmen vorschlugen. Ich habe diesen Analyse- und Innovationsprozess vor allem moderiert, strukturiert und konstruktiv gefördert.

Und was ist ausser einem neuen Logo dabei herausgekommen?

Vieles, sehr vieles! Das neue Logo mit dem Claim «IBG verbindet Mensch und Technik» bildet nur ein Teilergebnis des Analyse- und Innovationsprozesses ab. Dennoch sind die Entwicklungen des Logos und des Claims von grösster Bedeutung. Der IBG-Loop, wie wir die orangefarbene Linie ohne Anfang und Ende nennen, drückt dreidimensionale Dynamik, Flexibilität, Kreativität und Individualität aus. So, wie die IBG und ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter denken und wahrgenommen werden wollen. Der neue Claim stellt auch klar, worauf es IBG ankommt.

Es geht darum, in einer immer komplexer und digitaler werdenden Welt eine vielversprechende Verbindung von Mensch und Technik (MuT) zu ermöglichen.

Mensch und Technik? Das klingt sehr philosophisch, gleichzeitig aber auch einfach.

Richtig, unser aller Anliegen ist es, die technischen und digitalen Möglichkeiten von morgen nutzbringend und funktional zur Verbesserung unseres täglichen Lebens mit Mut und Demut zur Entfaltung zu bringen.

Wurden auch organisatorische Änderungen diskutiert?

Ein erfolgreicher Strategieprozess fordert nicht nur eine kritische Analyse der Ist-Situation, sondern selbstverständlich auch eine an die Herausforderungen der Zukunft angepasste Unternehmensorganisation. Die heutige Grösse der Unternehmensgruppe, die zahlreichen «Aussen»-Standorte sowie das spezialisierte Wissen an verschiedenen Orten erforderten organisatorische Optimierungen.

Und welche sind das?

IBG bespielt fortan drei klar definierte Geschäftsfelder. Das sind namentlich die Bereiche «Gebäude», «Energie» und «Inspektion».

Über allem steht das strategisch bedeutende vierte Themenfeld «Mensch und Technik (MuT)».

Dieses wird vom Vorsitzenden der Geschäftsleitung persönlich geführt, sodass wissenschaftliche Erkenntnisse und Marktinnovationen zeitgerecht gesichtet, erkannt und allseits genutzt werden können. Das Heute wird so zur Zukunft!

Sind alle IBG-Standorte gleich organisiert?

Was die verschiedenen Dienstleistungen und die Qualität betrifft, ja. Experten-Wissen ist aber bekanntlich ein knappes Gut. Es verteilt sich auf viele der rund 250 IBG-Mitarbeitenden. In den Filialen arbeiten top motivierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die viel wissen und viel können. Sie liefern ihren Kunden noch bessere Planungen und Beratungen, wenn sie mit den IBG-Experten der Gruppe intensiv, offen und eng zusammenarbeiten. Diesen schnellen, direkten und im digitalen Zeitalter jederzeit möglichen Austausch können wir mit einer kräftigen Hauptschlagader am Hauptsitz überall in der Schweiz bieten. Insofern kann IBG an jedem Ort beste Ingenieurs- und Beratungsqualität leisten.

Und wie sieht es mit dem Bereich «Inspektion» aus?

Dieser Bereich ist tatsächlich ein kleiner Sonderfall. Die Kolleginnen und Kollegen der IBG Inspektion AG sind und bleiben Mitarbeitende einer eigenen, rechtlich unabhängigen Unternehmung. Ihre behördlich akkreditierte Tätigkeit gebietet es so. Dennoch sind sie Teil der IBG-Gruppe. Als solches profitieren sie von allen Erkenntnissen, Entwicklungen sowie vom gegenseitigen Austausch. Auch für sie gilt die mutige Vision, «Mensch und Technik zu verbinden». Und zwar zum Schutz und zum Wohl aller!

Wie würden sie die neue unternehmerische Ausrichtung beschreiben?

Der Claim zeigt, was IBG anstrebt, nämlich Menschen und Technik zu verbinden. IBG ist heute schon das führende Deutschschweizer Beratungsunternehmen für Gebäude, Energie und Inspektion. Diese Marktstellung soll gefestigt und ausgebaut werden. Der gemeinsam geführte und erlebte Strategieprozess ist hierfür die Grundlage und das Mittel.

Strategien sind oftmals nur für Verwaltungsräte und die Geschäftsleitungsmitglieder ein Thema. Wie spüren die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter die Strategie 2020–2025?

Sie spüren sie nicht nur, sie haben sie an verschiedenen Workshops auch massgeblich beeinflusst, mitentwickelt und mitgestaltet. Die zahlreichen Inputs und Denkanstösse hatten mich damals sehr gefreut. Sie zeigten, dass IBG zwar stark technisch denkt, aber menschlich arbeitet, wirkt und voranschreitet. Die Mitarbeitenden sehen die MuT-Strategie als gemeinsames Ziel und gemeinsame Aufgabe. Dies hilft, sie zielkonform und kundenorientiert umzusetzen.

Wann ist der Strategieprozess abgeschlossen?

Dann, wenn der nächste Strategieprozess sich aufgrund veränderter Umstände aufdrängt. In der Regel dauert dies mehrere Jahre. Jetzt gilt es, die neue Vision, die verabschiedete Strategie 2020–2025 und die angepasste Organisation bestmöglich umzusetzen sowie die spezielle Firmenkultur weiter zu stärken. IBG will als Marke und Unternehmen das innovativste Haus der Schweiz für Infrastrukturen werden. Alle sind auf Kurs und peilen das sichtbare Ziel an. Bis dahin gibt es allerdings noch einiges zu tun. Weg und Richtung stimmen. Ich bin überzeugt, dass sie es schaffen werden!