

CEO im FOKUS

Prof. Max W. Twerenbold fragt nach...

Das Management-Interview mit
Direktorin Andrea Ming
Campus Sursee

In Sursee wird ein grosser Markstein gesetzt

Der Campus Sursee feiert 2022 sein 50-jähriges Bestehen - ein Jubiläum, das stolz auf Erreichtes macht. Und geeignet ist, Bewährtes zu festigen, Zielsetzungen zu überprüfen und der künftigen Ausrichtung anzupassen. Genau dieser Aufgabe widmen sich der Stiftungsrat und die Geschäftsleitung des Campus' Sursee. Definiert wird die Strategie für die Zukunft.

Der Rahmen für diese Zukunftsschau ist ideal. Im selben Jahr kann nämlich auch die Gründungsorganisation des Campus' - der Schweizerische Baumeisterverband SBV - auf sein 125-jähriges Bestehen zurückblicken. Und der Campus selber schafft mit der Eröffnung einer grossen Halle zusätzliche Optionen im Markt für Bildung und Events. Nicht zuletzt: Die neue Direktorin Andrea Ming bringt im Findungsprozess ihre breite Führungserfahrung, ihre Aussensicht und ihre sportliche Ausdauer ein.

Bei unserem Besuch in Sursee gab sie bereitwillig Einblick in die anstehenden Überlegungen in den Gremien. Details hat sie verständlicherweise noch keine verateten...

Frau Ming, Ihr Einstand in Sursee: Wie war das mitten in der Pandemie?

Klar, vor einem Jahr, im März 2021, lief der Campus Sursee noch nicht im Vollbetrieb. Mir persönlich ermöglichte es einen «kontrollierten» Einstieg in die Materie, denn da kam in kurzer Zeit viel Neues auf mich zu. Ich machte mich mit den Tätigkeitsfeldern des Campus vertraut, führte viele Gespräche mit den Teams und mit Interessengruppen im Umfeld. Ich stellte fest, dass ich einen Campus übernehmen konnte, der auf einem festen, erfolgreich aufgebauten Fundament steht. Schon im

Herbst durfte ich dann erleben wie sich der Campus präsentiert, wenn er mit wirklich guter Belegung im Vollbetrieb läuft. Das war ein echt tolles Gefühl! Auf die Gegebenheiten der Pandemie konnten wir uns auf dem Campus übrigens organisatorisch gut einstellen.

■ Die neue Eventhalle mit Platz für bis zu 1000 Gäste.



Aus welchen Sparten besteht das Geschäftsmodell Campus Sursee?

Wir haben drei Geschäftsbereiche: Bildung, Seminar und Sport

Die «Bildung» ist der eigentliche Stiftungszweck, nämlich die Förderung der Aus- und Weiterbildung von Berufsleuten aus der Bauwirtschaft und aus bauverwandten Berufen. Diese Zwecksetzung steht im Zentrum, insbesondere für den Stifter, den Schweizerischen Baumeisterverband. Die Zielvorgabe lautet: Der Campus Sursee ist das Kompetenzzentrum im Bauhauptgewerbe. Wir wollen dabei als Leuchtturm wahrgenommen werden. Diesem Anspruch werden wir inzwischen auf gutem Niveau gerecht. Aktuelles Beispiel unserer Innovationskraft ist das neue, schweizweit modernste BIM-Labor. Wir können

CAMPUS SURSEE

Der 1972 gegründete Campus Sursee feiert in diesem Jahr sein 50-jähriges Bestehen. Er gilt in der Baubranche als Leuchtturm und Kompetenzzentrum. Zudem ist der Campus ein beliebter Ort für Seminare, Events und Sport. Die Stiftung Campus Sursee ist Eignerin der Bildungszentrum Bau AG und der Seminarzentrum AG. Unter der Dachmarke Campus Sursee werden alle Aktivitäten des Bildungszentrums Bau, des Seminarzentrums und der Stiftung gebündelt. Mit der 2019 eröffneten Sportarena setzte der Campus Sursee einen weiteren Meilenstein. Er etabliert sich sowohl im professionellen Sportbereich als Trainings- und Wettkampfstandort und im Breitensport als öffentliche Sportstätte für Vereine, Schulen und die Region. Der Campus Sursee gewann 2019 den «Esprit Swiss Award for Excellence» und wurde im selben Jahr vom Bundesamt für Energie (BFE) als «2000-Watt-Areal» ausgezeichnet.

und wollen aber auf hohem Niveau noch besser werden.

Im Bereich «Seminar» sind wir jetzt gefordert, den Bekanntheitsgrad auf die ganze Schweiz auszudehnen. Mit der brandneuen Eventhalle, welche wir vom 5. bis 10. Mai 2022 eröffnen, schaffen wir dafür beste Voraussetzungen. Wir wollen die Chance nutzen, den Campus Sursee als attraktiven Ort zu positionieren für ein- oder mehrtägige Seminare, Tagungen, Kongresse, Sitzungen und Events. Die geografische Lage im Herzen der Schweiz prädestiniert dazu.

Im Bereich «Sport» profitieren Sportverbände und -vereine von unserer grossen Erfahrung in der Durchführung mehrtägiger Wettkämpfe und Trainingslager. Mit dem Gesamtpaket «Verpflegung, Übernachtung, gute Erreichbarkeit aus einer Hand» arbeiten wir intensiv daran, unsere Auslastung weiter zu erhöhen und den Ruf eines begehrten Austragsortes zu stärken.

Wie hat sich Covid auf den Campus bisher ausgewirkt?

Vor allem das erste Geschäftsjahr unter Covid 2019/20 war ausserordentlich schwierig. Zwar konnten wir in der Bildung fast alle Angebote online durchführen, der Seminar- und Sportbereich war aber praktisch geschlossen. Mental war das für die Mitarbeitenden u.a. infolge Kurzarbeit eine grosse Belastung. Und der Campus wurde finanziell hart getroffen. Im Geschäftsjahr 2020/21 hatten wir dank frühzeitiger Reaktion unsere Kosten deutlich besser im Griff. Für die Mitarbeitenden blieb die Situation aber weiterhin höchst anspruchsvoll, da wir mit starken Belastungsschwankungen umgehen mussten. **Der Start ins Geschäftsjahr 2021/22 gelang dann hervorragend, und wir blicken jetzt wieder sehr optimistisch in die Zukunft.**

Mit welcher Strategie wollen Sie die Zukunft des Campus' gestalten?

Basis für den Richtungsentscheid ist der heutige Status des Campus'. Denn in den



■ CEO Andrea Ming.

CEO Andrea Ming

Andrea Ming ist seit März 2021 Direktorin des CAMPUS SURSEE. Sie war von 2012 bis 2020 beim Migros-Genossenschafts-Bund (MGB) als Leiterin der Direktion Klubschulen und Freizeitanlagen tätig. Sie absolvierte ein Studium als Eidg. Diplomierte Sportlehrerin an der ETH Zürich sowie einen Executive MBA an der HSG. Die gebürtige Obwaldnerin lebt mit ihrem Partner in Edlibach (ZG). In ihrer Freizeit steht der Sport im Mittelpunkt. Mit ausgedehnten Bike- und Skitouren hält sie sich fit, ohne auch ab und zu ein gutes Essen und ein Glas Wein zu verschmähen.



■ «Ich bin stolz auf das Team», sagt die Campus-Direktorin.

letzten Jahren wurde unser Areal massiv erweitert. Die vor drei Jahren eröffnete Sportarena und die neue Eventhalle sind gewichtige Eckpfeiler unserer Anlage. Das schafft top Voraussetzungen, um in eine Konsolidierungsphase zu gehen. Einerseits gilt es nun, die durch Investitionen erweiterte Infrastruktur mit den nun stark zugenommenen unterschiedlichsten Bedürfnissen unserer Kundinnen und Kunden optimal aufeinander abzustimmen. Und andererseits wollen wir das Schwere-

wicht wieder verstärkt auf unsere Wurzeln – Bildung im Bau als Stiftungszweck – legen.

Die Reputation des Campus als Fundament dafür?

Dazu machten wir schon bisher laufend Befragungen bei unterschiedlichsten Zielgruppen, insbesondere bei unseren Kursteilnehmenden und Kundinnen und Kunden. Wir planen aber, in der ersten Jahreshälfte 2022 wieder eine externe Imagebefragung



■ Ausbildungscoach Baumaschinen.

durchzuführen, um die Wahrnehmung von aussen in einer Gesamtsicht vertieft reflektieren zu können. Daraus wird eine solide Grundlage resultieren, um uns weiterentwickeln und verbessern zu können.

Ja, unser Campus braucht ein umsichtiges Reputationsmanagement. Schon jetzt pflegen wir unsere Stakeholder aktiv. In unserem Stakeholdermanagement ist festgelegt, wer für welches Netzwerk verantwortlich ist. Basierend auf den Befra-

■ 50 m Olympic Pool – Austragungsort für nationale und internationale Wettkämpfe.





■ Im Campus befindet sich das zurzeit modernste BIM-Labor der Schweiz.

gungen werden wir das Vorgehen aber in den nächsten Monaten anpassen und prüfen, wo wir noch Potenzial haben.

Mit Marketing, Networking und persönlichen Kontakten vorwärts

Für die Umsetzung von Strategien braucht es den geeigneten Werkzeugkasten. Im Zentrum steht die Frage: Wie kommen potenzielle Kunden in Kontakt mit dem Campus? Aus diesem Grund begleiten wir die Kundschaft sozusagen auf ihrer «Customer Journey» und bedienen uns an den «Touchpoints» der klassischen Werbe- und Marketingmassnahmen. Offline bieten sich da etwa an: Inserate, Plakat-Kampagnen, Bus-Werbung, Mailings, Messen, Merchandising-Produkte, Medienarbeit, Publireportagen u.a.m. Auch Radio- und TV-Werbung sind auf unserem Prüfstand. Online legen wir speziell Wert auf den Web-Auftritt, den wir mit Suchmaschinen-Marketing und Optimierungsmassnahmen stetig verbessern. Ueberdies verschicken wir monatlich einen elektronischen Newsletter und sind auf den gängigen Social-Media-Kanälen unterwegs. Auf Facebook, Instagram, Youtube und LinkedIn stehen wir im aktiven Austausch

mit unserer Community, die stetig wächst. Das Campus-Netzwerk setzt sich zusammen aus Kundinnen und Kunden, aber auch aus Partnern, Bekannten, Teilnehmenden der Aus- und Weiterbildung, Privatgästen, Exponenten aus der Politik und den Behörden, Vertretern von Bildungsinstituten usw. Ziel ist es, weitere Kundinnen und Kunden als «Fans» zu gewinnen. Auch die Gäste vor Ort wollen wir verblüffen und spontan überraschen.

Kardinal wichtig bei allen unseren Aktivitäten ist die Frage, welchen Support die involvierten Berufsverbände bei der Umsetzung der Campus-Mission leisten. Unser Stifter, der Schweizerische Baumeisterverband SBV, hat uns in den letzten Jahren in der Tat massiv unterstützt. Im Grossen entscheidend ist, dass sich das Bauhauptgewerbe mit den Aktivitäten «seines» Campus Sursee identifiziert und das Angebotspektrum aktiv nutzt. Diesem Aspekt werden wir in den nächsten Jahren besondere Aufmerksamkeit schenken.

Kann der Campus in der Bauwirtschaft Akzente setzen?

Unbedingt, das ist ein stetes Ziel. Wir setzen alles daran, dass der Campus Sursee als

Kompetenzzentrum des Bauhauptgewerbes die Praxis wirkungsvoll unterstützen kann. Es ist uns zudem ein grosses Anliegen, Fachkräften, Quereinsteigern oder Menschen mit Migrationshintergrund im Campus berufliche Perspektiven aufzeigen können.

In den Ausbildungsprogrammen stellen wir sicher, dass die Teilnehmenden mittels ganzheitlicher Kompetenzentwicklung bestens auf den Berufsalltag vorbereitet sind und sich weiterentwickeln können. Dazu tragen wir bei mit fachtechnischer Förderung der Kernfähigkeiten im Bauhandwerk, mit dem Aufgreifen aktueller Methoden und Techniken (zum Beispiel im BIM-Labor für digitales Bauen) oder mit der Bewusstseinsbildung in Nachhaltigkeitsthemen (zum Beispiel Verstehen von Lifecycle-Betrachtungen). ■

*Zum Interviewer

Prof. Max W. Twerenbold, lic.oec.HSG, berichtet regelmässig über unternehmerische Best Practice. Damit unterstützt der St. Galler Betriebswirtschaftler und PR-Berater die CEOs innovativer Unternehmen in ihrem Reputationsmanagement und ihrer Öffentlichkeitsarbeit (maxw.twerenbold@bluewin.ch).

■ Campus Sursee in Zahlen.

250 Mitarbeitende 550 Hotelzimmer 5 Restaurants 66 Seminar- und Gruppenräume 860 Betten

250 verschiedene Weiterbildungsangebote 450 Ausbildungscoachs 15 000 Aus- und Weiterbildungsteilnehmende jährlich

50 m Olympic Pool 1372 m² Dreifachsporthalle 6000 m² Photovoltaikanlage auf der neuen Sportarena