



Bilder: Linda Pollari

«Als Unternehmen hat man nicht nur die Aufgabe, unternehmerisch erfolgreich zu sein – wir müssen auch für die Region etwas tun. Wir machen uns für den Sport stark.»

Jan Schibli über das Engagement seines Unternehmens abseits des normalen Tagesgeschäfts.

«Wir reden nicht nur, wir wagen auch»

Die Schibli-Gruppe gewann am 18. Januar den diesjährigen Prix SVC Wirtschaftsraum Zürich. Jan Schibli führt das Unternehmen heute in dritter Generation. Ein wichtiges Anliegen ist ihm die Sicherstellung des beruflichen Nachwuchses. Da geht sein Unternehmen auch mal unkonventionelle Wege.

VON ANCILLA SCHMIDHAUSER UND THOMAS BERNER*

Die Schibli-Gruppe ist im Grossraum Zürich ein Begriff. Wenn es um umfassende Dienstleistungen in den Bereichen Elektrotechnik, Gebäudetechnik, Informatik, Kommunikation oder Automatik geht, kommt man kaum am 1937 gegründeten Familienunternehmen vorbei. Seit 2003 leitet Jan Schibli die Unternehmensgruppe, die seit der Gründung fast nur gewachsen ist und auf viele Meilensteine zurückblicken kann. Ein selbst für Jan Schibli «elektrisierendes Moment» war am 18. Januar 2018 der Gewinn des Prix SVC Wirtschaftsraum Zürich.

Jan Schibli, herzliche Gratulation zum Prix SVC! Nach der Preisübergabe sagten Sie: «Ich hätte nie gedacht, dass wir mit einer so langweiligen Dienstleistung gewinnen.» Warum sind Elektroinstallationen langweilig?

Jan Schibli (lacht): Wir sind «Stromer», was nicht unbedingt als «sexy» wahrgenommen wird. Das stellen wir in der Berufssensibilisierung fest: Obschon die Entwicklung des Marktes hochinteressant ist und wir nach den KV-Lernenden die meisten Jungen ausbilden, müssen wir viel Arbeit leisten, um die Attraktivität und das Potenzial des Berufes aufzuzeigen. Doch am Ende haben wir weniger wegen der Dienstleistung an sich gewonnen als vielmehr wegen der Menschen, die hinter der Schibli-Gruppe stecken, und aufgrund unseres regionalen Engagements.

Was bedeutet Ihnen der Preis?

Wenn ich mir die Videos der Preisübergabe anschau, «grüht» es mich noch immer. Der Preis ist eine Genugtuung für die Arbeit, die wir geleistet haben und noch immer leisten: angefangen bei meinem Vater und Grossonkel, die das Fundament für das Unternehmen gelegt haben, bis hin zu allen Mitarbeitenden, die für unsere Unternehmung täglich grossartige Arbeit leisten.

Wie geht es nach der Preisverleihung weiter?

Die Überwältigung ist noch immer gross, weil wir nicht damit gerechnet haben, zu gewinnen. Wir bekamen und bekommen immer noch viele Glückwünsche von überall her. Das berührt mich sehr. Wir werden den Preis auf jeden Fall noch mit unseren Mitarbeitenden feiern, das steht fest.

Was bewegt aktuell die Elektrobranche?

Die Branche beschäftigt sich im Moment – wie die meisten – mit der Digitalisierung. Die Elektrobranche muss sich aus dem bisherigen Trott rausbewegen und sich vom klassischen

«Stromer-Sein» verabschieden. Die Energiewende oder auch smarte Gebäudeinfrastrukturen sind riesige Chancen, unsere Dienstleistungen zu erweitern.

Was sind die Herausforderungen für Ihre Unternehmung?

Die grösste Herausforderung ist es, den gleichen Markt nicht zu lange mit den gleichen Dienstleistungen zu bearbeiten. Sonst verpassen wir die Chance, uns als Unternehmung und Dienstleister zu entwickeln. Früher war zum Beispiel der ganze Telefoniebereich Aufgabe des Elektrikers. Mit der Entwicklung der ersten PCs wurden IT-Unternehmen gegründet, die neben Informations- auch Kommunikationslösungen realisierten und damit die Telefonie übernahmen. Wir haben diesen Trend frühzeitig erkannt und bieten seit 2003 mit unserer Tochterunternehmung, der entec – efficient new technology ag, ICT-Komplettlösungen an. Ich glaube, darin liegt die Herausforderung. Eine Entwicklung zu erkennen und den Mut zu haben, aus seinem gewohnten Umfeld auszubrechen und etwas Neues zu versuchen. Klar, das kann auch schiefgehen. Aber auch daraus lässt sich lernen.

Was tun Sie als CEO, um diese Herausforderungen zu packen?

Ich kommuniziere (lacht). Das klingt einfach und ist es eigentlich auch. Ich unterhalte mich regelmässig mit unserem Kader, aber vor allem auch mit unseren Leuten auf der Baustelle und im Service. Sie sind an vorderster Front tätig und bekommen direktes Feedback, was unsere Kunden für Bedürfnisse haben, was wir gut machen und vor allem auch, wo wir uns verbessern oder entwickeln können. Zusammen mit unserer Geschäftsleitung erarbeiten wir dann entsprechende neue Lösungsansätze. Und ich motiviere mein Team, solche neuen Wege zu gehen. Denn darüber reden können wir alle. Aber «es» zu tun und vor allem durchzuhalten, wenn es am Anfang schwierig ist, das ist die eigentliche Herausforderung.

Die Jury war von der Schibli-Kultur beeindruckt.

Was zeichnet einen «Schiblianer» aus?

Der Slogan der Schibli-Gruppe ist ja «rundum verbindlich». Das gilt nicht nur für unsere Dienstleistungen, sondern auch für alle «Schiblianer». Wir zeichnen uns durch Kompetenz, Zuverlässigkeit und ein sympathisches Auftreten aus. Mir ist es wichtig, dass sich unsere Mitarbeitenden als Teil der Schibli-Gruppe sehen. Denn wenn sie sich wohl fühlen und wissen, wie wichtig sie für unseren Erfolg sind, dann verhalten sie sich automatisch rundum verbindlich und freundlich und

erbringen gute Dienstleistungen. Wir «Schiblianer» sind einzigartig, weil wir sind, wie wir sind und was wir tun. Wir reden nicht nur, wir wagen auch. Das sage übrigens nicht ich, sondern unsere Mitarbeitenden selber sagen das. Das macht mich stolz.

Elektroinstallationen sind nicht unbedingt «sexy».

Warum soll ein junger Mensch eine Lehre im Elektrobereich machen, und was muss sie/er mitbringen?

Man sollte gut rechnen können und sich gerne mit Physik auseinandersetzen. Aber noch viel wichtiger sind Wille, Leidenschaft und dass man mit Menschen arbeiten möchte. Man muss lernen, richtig zuzuhören und entsprechend zu handeln und zu reagieren. Als ich 1987 die Lehre absolvierte, war ich stolz: Ohne uns würde auf der Baustelle alles stehenbleiben, ohne Strom geht nichts. Deshalb wird es immer Elektriker brauchen. Wenn ich jeweils Anfang August vor unsere neuen Lernenden trete, kann ich mit gutem Gewissen sagen, dass drei von vier auch nach der Lehre einen Job haben. Denn gute Leute sind in unserer Branche gefragt. Viele Eltern wünschen sich für ihre Kinder, dass sie nach der Lehre selbstständig sind, eine gute Arbeit leisten, sich weiterentwickeln können und eine sichere Stelle haben. Das alles bietet die Elektrotechnik. Mit unseren Berufen können sich Menschen weiterentwickeln und es, wie man sieht, bis zum CEO eines Unternehmens bringen.

Was tun Sie für den Nachwuchs?

Wir bilden junge Menschen in neun verschiedenen Berufen aus, damit wir auch künftig gut ausgebildete Fachleute haben. Letztes Jahr haben wir die «Wissenswerkstatt» ins Leben gerufen. Ein Ort, an dem sich die Lernenden auf die praktische Lehrabschlussprüfung vorbereiten können und wo wir interne Schulungen abhalten. Wir unterstützen auch angehende Spitzensportler bei der Ausbildung. Zusammen mit der United School of Sports ermöglichen wir ihnen eine Ausbildung, bei der sie Beruf und Sport unter einen Hut bringen können. Seit 1975 organisieren wir zudem jedes Jahr ein Lehrlingslager und unterstützen dabei ein karitatives Projekt. Die Lernenden können während einer Woche zeigen, was sie gelernt haben, helfen mit beim Umbau und kümmern sich um die elektrischen Arbeiten. Das zeigt ihnen nicht nur eine andere Welt, sondern fördert auch den Zusammenhalt.

Die Schibli-Gruppe unterstützt auch Sportvereine in der Region. Was steckt dahinter?

Als Unternehmen hat man nicht nur die Aufgabe, unternehmerisch erfolgreich zu sein – wir müssen auch für die Region etwas tun. Wir machen uns für den Sport stark. Das liegt sicher auch daran, dass ich schon immer selber in Vereinen war und mich mit Teamsport identifizieren kann. Wir unterstützen regionale Vereine finanziell. Was aber noch viel wichtiger ist, sind unsere Mitarbeitenden, die sich selbst engagieren, indem sie in verschiedenen Vereinen mithelfen und zum Beispiel den Nachwuchs trainieren.

Wo sehen Sie Wachstumspotenzial für Ihr Unternehmen in der Schweiz?

Erstens sind wir durch das dichte Filialnetz immer nahe beim Kunden; das wollen wir beibehalten und erweitern – regional erhalten wir immer wieder Anfragen, um kleine oder mittelgrosse Unternehmen aufzukaufen. Zweitens bietet die Mess- und Regeltechnik grosses Potenzial. Diese ermöglicht es, die Energie innerhalb eines Gebäudes komplett zu steuern (Heizung, Lüftung, Klima, Kälte, Sanitär und Elektro). Drittens in allen Energiefragen! Wir alle haben den Auftrag, weniger Energie zu verbrauchen, und die Schibli-Gruppe unterstützt schon heute ihre Kunden bei der Umsetzung.

Was sind Ihre nächsten Ziele – für die Schibli-Gruppe und für Sie persönlich?

Wir wollen Regionen erschliessen, in denen wir noch nicht tätig sind, und damit kontinuierlich wachsen. So können wir Arbeitsplätze schaffen und auch sichern. Persönlich möchte ich gerne Juniorensportlerinnen und -sportler unterstützen und coachen. Ich bin Juniorenfußballtrainer, und es macht riesig Spass, zuzusehen, wie die Jungen sich verbessern und lernen, als Team zusammenzuspielen. Und natürlich ist mir – neben Beruf und Hobby – die Familie extrem wichtig. Letzten Sommer verbrachten wir zusammen viereinhalb Wochen in den USA. Wir haben die Zeit sehr genossen, und ich kam topmotiviert mit vielen Ideen wieder zurück ins Unternehmen.



Das Interview entstand in enger Zusammenarbeit mit Ancilla Schmidhauser, Expertin für Business Storytelling und narrative Managementmethoden.



JAN SCHIBLI UND DIE SCHIBLI-GRUPPE

Die Schibli-Gruppe vereint Unternehmen aus den Bereichen Elektrotechnik, Gebäudetechnik, Automatik, Kommunikation und Informatik unter einem Dach. Gegründet wurde das Unternehmen 1937 durch Hans K. Schibli. Aus der Einzelfirma, die in ihren Anfängen vier Elektromonteure und einen Lehrling beschäftigte, ist im Laufe der Jahre eine Gesamtanbieterin entstanden. Das traditionsreiche Unternehmen befindet sich zu 100 Prozent in Familienbesitz und wird heute in dritter Generation durch Jan Schibli geführt. Die Schibli-Gruppe zählt 500 Mitarbeitende, davon 90 Lernende. Der Umsatz wird für 2017 mit CHF 80 Mio. beziffert.

Ausserhalb seines Unternehmens ist Jan Schibli als begeisterter Sportfan bekannt. Nicht nur ist er – wie im Interview erwähnt – Juniorenfußballtrainer, sondern er unterstützt auch diverse Sportvereine, etwa den EHC Kloten oder den Unihockey-Verein seines Wohnorts Uster als Sponsor.