

INSIDER



«SPITZENLEISTUNGEN HABEN IN BERN TRADITION»

Der Lindengruppe-CEO Guido Speck gewährt vertiefte Einblicke in das Wirken und die Kultur der Lindenhofgruppe. Und er betont – auch mit Puck und Stock in der Hand – neben der Leistungskultur weitere Parallelen zum SCB.

Seite 24

SCB GOLF INVITATIONAL 2022

Das SCB-Jubiläumsturnier in Crans-Montana war ein voller Erfolg.

Seite 6

«SPIELEN IST LEIDENSCHAFT»

Grand Casino Bern-CEO Ludwig Nehls spricht über digitale und klassische Spielmöglichkeiten.

Seite 44

VON TUGENDEN, WERTEN UND PARALLELEN

In der PostFinance Arena gewähren Guido Speck – CEO Lindenhofgruppe – und Mirjam Huber, Bereichsleiterin Unternehmenskommunikation & Marketing, vertiefte Einblicke in das Wirken und die Kultur der über 2500 Mitarbeitende zählenden Berner Spitalgruppe und Medical Partnerin des SCB.

Text: Dominik Rothenbühler
Fotos: Reto Fiechter, Ueli Hiltbold

Sie stehen mitten in der PostFinance Arena und haben auch ohne Schlittschuhe guten Stand: Guido Speck und Mirjam Huber. Dort wo sich im Winterhalbjahr, auf dem vielleicht besten Kunsteis der Schweiz, die Mutzen mit ihren Gegnern messen, sind im Sommer auf purem Beton Fitnessgeräte und Hanteln aufgestellt. Die PostFinance Arena ist deshalb zur Zeit der vielleicht grösste Krafraum der Schweiz. Zu Beginn des Sponsoreninterviews sprechen wir über die im Eishockey neben der schiereren Muskelkraft ebenso unerlässlichen Tugenden Mut und Ausdauer. Dies aus gutem Grund: In der Geschäftsberichts-Trilogie der Lindenhofgruppe bilden beide ein Kernthema.

Beginnen wir mit Mut: Inwiefern prägt er die Lindenhofgruppe und deren Mitarbeitende? Immerhin ist er das erste Kernthema Ihrer Geschäftsberichts-Trilogie.

Guido Speck: Über alle drei Teile der Trilogie hinweg haben wir ein verbindendes Thema: unser kulturelles Fundament – das starke Miteinander. Jeder Geschäftsbericht widmet sich dazu einem eigenen Thema, unter dem wir verschiedene Fachbereiche der Lindenhofgruppe beleuchten. Mut ist ein wichtiger Teil dessen, was uns prägt, denn ohne Mut gibt es keine Innovation, keine neuen Wege und

keinen funktionierenden Spitalalltag. Denken Sie schon nur an die Operations-Teams oder die Pflege. Da benötigen viele unserer Mitarbeitenden täglich Mut. Es gilt heikle Situationen zu meistern. Einen besonderen Wert hat Mut bei uns durch die Corona-Pandemie erhalten: Als eines der beiden Covid-A-Spitäler des Kantons Bern waren wir während Pandemie stark gefordert.

Mirjam Huber: Mut steht auch für die innovativen Kampagnen, mit denen wir Patientinnen und Patienten, zuweisende Ärztinnen und Ärzte, potentielle Mitarbeitende und die Berner Bevölkerung ansprechen. So auch mit unserem Lindenhofgruppen-Tram, das auf den Linien 8 und 9 durch Bern fährt und die Tramreisenden mit künstlerisch-ästhetischen Darstellungen und Erläuterungen zum menschlichen Körper begeistert. Erst nach der Lancierung einer Massnahme weiss man wirklich, ob sie funktioniert. Nicht alltägliche Lösungen brauchen deshalb auch in der Kommunikation Mut.

Wann benötigen Sie in Ihrer Arbeit Mut?

Guido Speck: Als CEO muss ich zeitweise auf Basis einer relativ «dünnen» Faktenlage entscheiden. Nur so kann ich die Lindenhofgruppe mit einer gewissen Dynamik führen und weiterentwickeln. Entscheide mit grosser Tragweite, also mit mittel-

oder langfristig erheblichen Auswirkungen, brauchen Mut.

Mirjam Huber: Auch im alltäglichen Spital-Marketing brauchen wir Mut, wenn wir uns von unseren Mitbewerbern abheben und eine eigene Identität aufbauen wollen. Wir sind selten «me too», wir gehen lieber eigene Wege. Ein gutes Beispiel ist unser Engagement beim diesjährigen Zermatt Unplugged. Hier haben wir unsere «Power-Kampagne» zur Gewinnung hochqualifizierter Fachpersonen lanciert. Wir waren mit einem prägnanten Auftritt vor Ort. Zudem haben wir Interessierte nach Zermatt eingeladen. Sie nutzten die Gesprächsmöglichkeiten mit denjenigen Mitarbeitenden, die wir als besonders glaubwürdige Botschafter:innen bei der gesamten Kampagne einsetzen sowie mit unseren HR-Spezialist:innen. Alle Gäste genossen mit uns die Konzerte der hochklassigen Musiker:innen. Die Kampagnen-Website miteinanderstark.ch bildet das Scharnier der vor allem auch online wirksamen Kampagne.

Kommen wir zum zweiten Kernthema der Trilogie: Ausdauer. Sie bildet das Fokusthema des Geschäftsberichts 2021.

Guido Speck: Ausdauer ist ein weiterer wichtiger Aspekt, wenn man erfolgreich sein will und die Zukunft aktiv gestalten möchte. Strategische Entscheide und die daraus wachsen-



Hier arbeitet an den Heimspielen das Medical Team PostFinance Arena der Lindenhofgruppe. Der CEO Guido Speck gönnte sich mit dem *insider* einen Augenschein vor Ort.



«Wir von der Lindenhofgruppe teilen mit dem SCB die Leidenschaft, stets Spitzenleistungen erbringen zu wollen und zu den Besten unserer Branche zu gehören»: Mirjam Huber, Bereichsleiterin Unternehmenskommunikation & Marketing, und Guido Speck, CEO.

der wichtigsten Privatspitalgruppen im Kanton Bern sieht die Lindenhofgruppe ihren Einsatz als Ausdruck ihrer Verbundenheit und Verantwortung mit und für die Region. Sowohl als Anbieterin von qualitativ hochwertigen medizinischen und pflegerischen Leistungen, aber auch als Arbeitgeberin und Ausbilderin. Dies betonen wir mit unserem Engagement beim SCB.

Zudem passen der Anspruch und das Selbstverständnis des SCB perfekt zu uns. Wir teilen die Leidenschaft, stets Spitzenleistungen erbringen zu wollen und zu den Besten unserer Branche zu gehören. Der Imagetransfer in unserer Partnerschaft passt also perfekt. Wir sind stolz darauf, mit unserem Medical Team PostFinance Arena während der Heimspiele des SCB vor Ort zu sein und die medizinische Sicherheit der Spieler und der Zuschauenden zu gewährleisten.

den Früchte kann man nicht nach zwei, drei kleineren Erfolgen beurteilen. Man muss die eingeschlagenen Wege beharrlich weiterschreiten, mit Schwierigkeiten unterwegs umgehen können und dennoch am Ziel festhalten. Wir sind überzeugt: Ausdauer ist ebenfalls ein Fundament unserer Arbeit und unserer Zukunft.

Mirjam Huber: Genau, ohne Widerstände geht es nicht. Da ist meist Beharrlichkeit gefragt. Die Jahre der Pandemie haben innerhalb der Lindenhofgruppe den Ausdauer-Aspekt neu definiert. Alle Mitarbeitenden, Ärztinnen und Ärzte haben über einen langen Zeitraum Ausserge-

wöhnliches geleistet. Das ist beeindruckend.

Auch die SCB-Spieler benötigen viel Mut und Ausdauer. Die Zweikämpfe sind hart. Und das Risiko, vor 16 000 Zuschauern und laufenden TV-Kameras Fehler zu begehen, ist stets vorhanden. Zudem dauert eine Saison je nach Verlauf und Playoff-Beteiligung fast 80 Spiele. Wäre dies auch etwas für Sie?

Mirjam Huber: Ich würde das Rampenlicht und die Herausforderung mögen. Natürlich im Fraueneishockey. Ich mag Adrenalin-Kicks.

Guido Speck: Als CEO der Lindenhofgruppe bin ich eine Person von öffentlichem Interesse und entsprechend exponiert. Wäre ich tatsäch-

lich so gut wie ein SCB-Profi und ein paar Jährchen jünger, würde ich mir diese Herausforderung zutrauen. Mir gefällt aber natürlich meine jetzige Aufgabe sehr. Und in der Freizeit spiele ich Seniorenhockey. Immerhin ... (lacht)

Nach dem ersten Gesprächsteil werden die Fotos gemacht. Hierfür hat Mirjam Huber einen Lindenhof-Puck und einen lindenhofgrünen Eishockeystock mitgebracht. Letzterer spielte 2017 beim Miteinander-stark-Tram der Lindenhofgruppe eine wichtige Rolle. Die auf dem Tram abgebildeten Akteurinnen und Akteure liessen sich alle mit ebendiesem Stock fotografieren. Nun posieren

Guido Speck und Mirjam Huber vor einem SCB-Tor und einer Werbeanzeige der Lindenhofgruppe. Nach einer halben Stunde sind die Bilder im Kasten. Das Gespräch geht ins zweite Drittel.

Welche Rolle spielt der SCB für die Lindenhofgruppe? Weshalb engagiert sich die Lindenhofgruppe als Silbersponsorin und als Medical Partnerin bei den Mutzen?

Guido Speck: Medizinische und sportliche Spitzenleistungen haben in Bern grosse Tradition. Die Lindenhofgruppe ist mit ihren Spitälern Engeried, Lindenhof und Sonnenhof seit Generationen mit der Region und der Stadt Bern stark verbunden. Als eine



Mirjam Huber und Guido Speck sind auch mit dem Lindenhofgruppe-Tram kommunikativ im Vorwärtsgang.



seit
1863

**SPAHNI METZGEREI
AG**

**Bestes Fleisch
entsteht aus Leidenschaft**

metzgerei-spahni.ch

vom
FRITZ

LEBENSMITTEL – VOMFRITZ.CH



www.vomFRITZ.ch

**ONLINE
EINKAUFEN!**



Mirjam Huber: Wir zeigen die Stärken und Kernbotschaften der Lindenhofgruppe auf und setzen sie in den Kontext des Eishockeys. Das ist prägnant. Und auch dieses Interview zeigt es: Die Parallelen zum SCB sind zahlreich. Unsere primäre Zielgruppe sind Bernerinnen und Berner, darunter natürlich auch die SCB-Fans. Der SCB bietet verschiedene Medien und Kanäle, was uns die Möglichkeit gibt, Botschaften zielgruppengerecht aufzubereiten und zu kommunizieren. Unser Engagement beim SCB pushen wir zudem auch ausführlich in unseren Kommunikationskanälen. Uns geht es vor allen Dingen darum, die Lindenhofgruppe als authentisch und fachkompetent darzustellen – den Fächer etwas aufzumachen und auch als sympathische Berner Spitalgruppe wahrgenommen zu werden.

Wie wichtig ist Ihnen das Networking innerhalb der Business-Familie des SCB?

Mirjam Huber: Wir sind regelmässig an den Spielen, durch alle Hierarchien hinweg. Wir vertiefen dabei interne Kontakte und knüpfen neue externe. Die Mitarbeitenden schätzen die Möglichkeit sehr, SCB-Spiele zu

besuchen. Dies übrigens unabhängig vom sportlichen Erfolg des SCB. Sie sehen – auch unsere Mitarbeitenden stehen zum SCB. In guten wie in weniger guten Zeiten.

Welchen Nutzen bringt das SCB-Engagement der Lindenhofgruppe? Wurden die Erwartungen erfüllt?

Guido Speck: Ja, wir haben dies mit Umfragen empirisch testen lassen. Die positive Wahrnehmung der Lindenhofgruppe in und um Bern hat sich seit der Zusammenarbeit mit dem SCB nochmals signifikant verbessert. Der Dialog mit den Zielgruppen, die wir via SCB erreichen, funktioniert. Umso mehr kommunizieren wir via SCB-Kanäle auch unsere medizinisch-pflegerischen Besonderheiten und die erwähnte Präsenz mit unserem Medical Team PostFinance Arena.

Welche Pläne haben Sie mit dem SCB?

Mirjam Huber: Wir wollen die Partnerschaft festigen, die Massnahmen und Botschaften vor Ort weiter schärfen und künftig eventuell ähnlich gelagerte Anliegen mit dem SCB gemeinsam als Team angehen. Mehr kann ich an dieser Stelle nicht sagen,

die Verhandlungen mit dem SCB sind im Gange.

Das dritte Drittel unseres Gesprächs findet im Aussenbereich des SCB-Restaurants statt. Nach dem Shooting sitzt es sich in den Lounges umso gemütlicher. Der inhaltliche Fokus richtet sich nun auf den medizinischen Bereich der Lindenhofgruppe.

«Wohlergehen als Verpflichtung» und «Verantwortungsvolle Medizin und Pflege» sind zwei Kernbotschaften der Lindenhofgruppe. Können Sie diese ausführen?

Guido Speck: Trotz aller Neuausrichtungen und Weiterentwicklungen dürfen wir nicht vergessen, wo wir herkommen und wer wir sind. Die Lindenhofgruppe blickt auf eine über 100-jährige Erfolgsgeschichte zurück – medizinisch wie pflegerisch. Die Erfolge haben sich unter anderem eingestellt, weil der Mensch – Mitarbeitende wie Patientinnen und Patienten – im Zentrum steht. Das soll auch künftig so sein.

Mirjam Huber: Genau, dies sind gewachsene Werte, die über Jahrzehnte



Meine neue, smarte Wärmepumpe von Meier Tobler

Erneuern Sie Ihre Heizung einfach und sicher mit den Profis von Meier Tobler. Die haben Top-Produkte und übernehmen Ihr Sanierungsprojekt vom Anpfiff bis zur Schluss sirene. Von der kompetenten Beratung über die Begleitung bei der Umsetzung bis hin zum perfekten Service. Und nur mit Heizungen von Meier Tobler profitieren Sie vom praktischen Online-Diagnose-Tool smart-guard, das Ihre Wärmepumpe automatisch fit hält.

meiertobler.ch/
sanierung
0800 846 800

meier
tobler

Einfach Haustechnik

gepflegt wurden und uns noch heute ausmachen. Die aktuelle Kampagne der Lindenhofgruppe, Verantwortungsvolle Medizin und Pflege, setzt hier an und soll der Berner Bevölkerung mehr Einblicke in unsere Kernkompetenzen geben. Eine Reise mit unserem Tram ist einerseits eine Wissensreise durch den menschlichen Körper, andererseits eine Reise durch die Wertewelten und besonderen Leistungsschwerpunkte der Lindenhofgruppe.

Sie arbeiten mit auffallend vielen medizinischen Kompetenzzentren wie beispielsweise dem Brustkrebszentrum Bern oder dem Prostatazentrum Bern. Weshalb?

Guido Speck: Unsere medizinischen Leistungszentren, die wir in den letzten Jahren aufgebaut und nach den strengen Richtlinien der Deutschen Krebsgesellschaft zertifiziert haben, sind unsere medizinisch-pflegerischen Alleinstellungsmerkmale. Also jene Fachgebiete, in denen wir uns von unseren Mitbewerbern auf dem Platz Bern und zum Teil auch national abheben und besonders kompetent sind. Diese Kompetenz umfasst

einerseits die bestmögliche Behandlung und Betreuung unserer Patientinnen und Patienten, andererseits aber auch ärztliche Weiterbildung sowie Lehre und Forschung.

Ist der Nachwuchs- und Fachkräftemangel auch für die Lindenhofgruppe ein Problem?

Guido Speck: Der Fachkräftemangel ist, forciert durch die zusätzlichen Belastungen während der Corona-Pandemie, deutlich stärker zu spüren. Allerdings begrenzt sich dieser Mangel nicht auf die Gesundheitsbranche. Letztlich dürfen wir froh sein, dass die Schweiz noch immer hervorragende Rahmenbedingungen liefert: politische Stabilität, einen starken Schweizer Franken und einen hohen Freizeitwert. Das sind Faktoren, die weitere Fachpersonen aus dem Ausland in die Schweiz führen werden. Wir haben im nationalen Vergleich mit anderen Spitalgruppen übrigens eine sehr hohe Quote an Fachpersonen aus der Schweiz und der Region. Aber auch wir setzen sehr gerne auf qualifizierte Fachpersonen aus dem Ausland – eine weitere Parallele zum SCB.

Wie ist die Lindenhofgruppe durch die Pandemie gekommen?

Guido Speck: 2020, im ersten Jahr der Corona-Pandemie, waren wir als eines der beiden Covid-A-Spitäler des Kantons sehr stark gefordert. Dank unseres starken Miteinanders und viel Flexibilität haben wir die zahlreichen Herausforderungen sehr gut gemeistert und einen Jahresgewinn von knapp einer Million Franken erwirtschaftet. 2021 waren die Marktbedingungen noch schwieriger: Wir erhielten keine finanzielle Unterstützung mehr durch den Kanton, hatten mehr personelle Ausfälle und es entstanden auch wegen der Impfkampagnen hohe Aufwendungen. Trotz allem konnten wir reüssieren und das Jahresergebnis auf über 5,6 Millionen Franken steigern. Diese erfreuliche Tatsache durften wir vor wenigen Wochen kommunizieren. Ein weiterer wichtiger Aspekt ist, dass wir trotz aller Zusatzbelastungen an unseren strategischen Zielsetzungen festgehalten haben und entsprechende Projektfortschritte erzielen konnten. In anderen Worten: Unser Mut und unsere Ausdauer zahlen sich aus.



Guido Speck und Mirjam Huber freuen sich, wenn in der PostFinance Arena bald wieder «on ice» gespielt wird. «Denn klar ist auch: Der Dialog mit den Zielgruppen, die wir via SCB erreichen, funktioniert.»

DIE TECHNOLOGIE IM GRIFF - DER MENSCH IM MITTELPUNKT



Was macht die inova aus?

Die inova:solutions AG entwickelt seit über 25 Jahren leistungsstarke Software-Lösungen für öffentliche Organisationen und Dienstleistungsunternehmen. Das Unternehmen ist inhabergeführt und beschäftigt 53 Mitarbeitende an unserem Standort in Ostermundigen. Frische Ideen, langjährige Branchenerfahrung, aktuelle Technologien, solide Fachkompetenz sowie Passion und Begeisterung für das, was wir tun, sind die gemeinsamen Nenner.

Der Kunde mit seiner Wunschlösung sowie unsere Mitarbeitenden mit ihrem Fachwissen sind unser Herzstück. In enger Zusammenarbeit mit unseren Kunden identifizieren wir das individuelle Potenzial, um effektive Lösungen für ihre Herausforderungen von heute und morgen zu schaffen. Eine einfache Bedienbarkeit, der individuelle Kundennutzen sowie ein hoher Qualitätsanspruch stehen bei der Entwicklung stets im Zentrum. Vertrauensvolle, langjährige Kunden-

beziehungen sind die Basis unseres Seins.

Unser Angebot

Aus standardisierten Software-Modulen schnüren wir für unsere Kunden flexibel massgeschneiderte Lösungspakete. Spezifisch auf die Bedürfnisse unserer Kunden ausgerichtet, individuell nach Bedarf kombiniert. Von der dezentralen Budget- und Finanzplanung mit **inova:plan**, über die Personaleinsatzplanung und Arbeitszeiterfassung mit **inova:time**,

bis hin zur Kosten- und Erlösrechnung mit **inova:finance** liefern wir ihnen passende Lösungen. Ihre Strategieentwicklung und ihr Monitoring sowie die zugehörige Massnahmensteuerung unterstützen wir mit **inova:score**.

Unsere Kunden haben für ihre Lösung und darüber hinaus stets einen kompetenten Ansprechpartner an ihrer Seite. Wir sind erst zufrieden, wenn unsere Kunden es sind.

inova

inova:solutions AG

Bernstrasse 5, 3072 Ostermundigen
Telefon +41 31 930 66 66
info@inova.ch

www.inova.ch

