

HarbourClub

Digital unter Strom

Mit modernsten digitalen Tools rockt Martin Schweikert die Kommunikationsabteilung der BKW Energie AG. Der Geist der alten Berner Strombarone hat sich seither stark verflüchtigt.

Text: **Brigitta Willmann** Bild: **zVg**



Martin Schweikert.

Die Noblesse der einstigen Herrscher ist immer noch greifbar. Dort, wo die Strombarone zu Beginn des 20. Jahrhunderts am Berner Viktoriaplatz residierten, ist das Ambiente

«Seit 2013, als er bei der BKW begonnen hat, ist kein Stein auf dem anderen geblieben.»

höchherrschafftlich. Daran kann auch das moderne, schicke Büointerieur nichts än-

dern. Schwungvoll öffnet Martin Schweikert die grossen, hohen Türen seines Büros zum Balkon und zeigt Richtung Stadt: «Ist das nicht einfach schön?» Ein angemessener Ort für den Kommunikationschef der BKW Energie AG, wie die Bernischen Kraftwerke seit 2013 heissen.

Mit dem Ende des alten Namens zog auch ein neuer Geist in das Unternehmen ein. «Die Digitalisierung hat unser Business von Grund auf verändert», sagt er. «Die BKW von heute ist nicht mehr die, die sie vor zehn Jahren war.» Die Neuausrichtung brachte Turbulenzen mit sich, plötzlich war das Unternehmen im Fokus der Öffentlichkeit. Nur

Martin Schweikert

Geboren 1967 als jüngstes von drei Kindern in Aarau, studierte Martin Schweikert zunächst an den Universitäten Wien und Zürich Jura mit den Schwerpunkten Europa- und Völkerrecht. 1994, nach Abschluss des Studiums in Zürich mit dem Master of Law, arbeitete er in diversen Start-ups als Berater und Kommunikationschef, bevor er 2005 zunächst Kommunikationschef und ab 2008 Head of Communication & Marketing der Swisscom-Tochter Swisscom IT-Services wurde. Seit 2013 ist er Leiter Kommunikation und Marketing der BKW Energie AG. Schweikert ist verheiratet und lebt mit seiner Familie in Aarau.

eines blieb beim Alten: Das ehrwürdige Gebäude am Viktoriaplatz mit den von Wasserfabelwesen bevölkerten Steinfriesen an der Fassade ist noch immer die Zentrale. Und das, «obwohl sich das alte Haus energetisch nicht so optimal bewirtschaften lässt, wie wir das gerne hätten», sagt Schweikert, ganz Energiespezialist. Spricht der 53-Jährige in astreinem Aargauer Dialekt von seiner Arbeit, geht es immer um Effizienz: beim Stromverbrauch, bei den Arbeitsabläufen, in der Kommunikation. Seit er 2013 seinen Job bei der BKW angetreten hat, ist «kein Stein auf dem anderen geblieben». In kurzer Zeit ist die Anzahl der Mitarbeitenden von 3000 auf 10 000 angeschwollen. Dies, weil sich das Unternehmen unter dem umtriebigen Management um CEO Suzanne Thoma auf Shoppingtour befindet und in schöner Regelmäs-

«Sein Mentor und wohl mehr als nur Chef war der damalige Swisscom-Chef Carsten Schloter.»

sigkeit Unternehmen vor allem im Bereich Gebäudetechnologie aufkauft. «Wir glauben, dass im Dienstleistungsgeschäft grosses Potenzial liegt.» Was politisch nicht immer gut ankommt: Einige werfen der BKW vor, durch die starke Marktposition KMU zum Verschwinden zu bringen – alle Hände voll zu tun für den Kommunikationschef.

Zu seinem Job gehört es deswegen, Neupositionierung und Wachstumsstrategie des Unternehmens transparent zu kommunizieren. «Wir sind heute nicht mehr ein reiner Energieversorger, und als börsenkotiertes Unternehmen müssen wir aufzeigen, wohin der Weg führt.» Es sprudelt nur so aus ihm heraus, wenn er sein berufliches Umfeld skizziert. Die Zeiten, in denen sich nur mit Strom viel Geld verdienen liess, seien längst vorbei, und das Umfeld mit all seinen Regulierungen und der Liberalisierung des Strommarktes sei enorm schwierig und ein politisches Minenfeld. Die BKW muss also grösser werden und diversifizieren, will sie sich am Markt behaupten. Mit wir meint er die BKW, auch ein Stück weit CEO Suzanne Thoma.

Sein Büro ist nur durch das Sekretariat von dem seiner Chefin getrennt, das Verhältnis zu

ihr bezeichnet er als ausgesprochen partnerschaftlich: «Wir besprechen, was wir tun wollen, und dann ziehen wir das durch.» Auch lasse sie ihm freie Hand bei dem Weg, wie er ein Ziel erreichen wolle. Schweikert war Thomas Wunschkandidat für den Job. Der Jurist beriet nach seinem Studium unter anderem ausländische Firmen, die im IT-Bereich in der Schweiz Fuss fassen wollten, und rutschte mehr und mehr in die Kommunikation hinein. Letzte Station vor der BKW war der Job als Kommunikationschef der Swisscom-IT. Mentor und wohl auch mehr als nur Chef war der damalige Swisscom-CEO Carsten Schloter.

Sich eine Strategie überlegen und argumentieren, das hat Martin Schweikert nicht nur in seiner Zeit als Gerichtsschreiber gelernt, sondern früher, als jüngstes von drei Kindern, am Familientisch in Aarau. Dort lieferten sich sein Vater, ein Anwalt, und seine Schwester, die heutige Schriftstellerin Ruth Schweikert, heftige verbale Schlachten. Er schmunzelt und meint dann: «Ich sass zwar still daneben, saugte aber alle Phrasen auf wie ein Schwamm und lernte, dass argumentieren heisst, über ein stabiles Wissensfundament zu verfügen.»

Heute ist sein juristisches Wissen für ihn «Ausgangslage und Voraussetzung für wirtschaftliches Handeln» und damit eine sichere Basis – gutes Rüstzeug in Kombination mit den Erfahrungen, die er mit dem IT-Business und der Ansiedelung von New Business gemacht hat. Vor allem in einem Umfeld, in dem es um Staatsmonopole, neue Technologien und Etablierungen geht. Antizipieren, vorbereiten, den eingeschlagenen Weg zielstrebig verfolgen, das brauche eine entsprechende Kommunikation, sagt er. Und Sachverständnis für eine Branche im Wandel.

Mit Anfang fünfzig zählt Schweikert definitiv nicht zu den Digital Natives. Aber die Jahre in der IT-Branche haben Spuren hinterlassen, hinzu kommt eine Affinität zu technischen Gadgets. Nur logisch, dass er heute auch in seinem Bereich digitale Tools benutzt, seit zwei Jahren ist der von ihm initiierte «Communication-Hub» der BKW in Betrieb. Eine zentrale Stelle, von der aus alle Informationskanäle gespeist werden, analog zum Newsroom in einem Medienhaus. Wenn Schweikert davon erzählt, kommt er ins Schwärmen. «Wir überlegten, wie wir es schaffen, auch die neu dazugekauften Berei-

HarbourClub-Symposium 2020

Die BKW Energie AG ist Partner des HarbourClub Symposium vom 5. November 2020 zum Thema «Transformation: im fundamentalen Wandel» in der Bananenreiferei in Zürich. Es referieren Prof. Dr. Alfred Mettler, University of Miami, Susanne Wille, Abteilungsleiterin Kultur, SRF, Prof. Dr. Tilo Hühn, ZHAW Life Sciences und Facility Management, und Dr. Suzanne Thoma, CEO BKW AG. Dazu Praxis-Cases von Amag, BAG, Schweiz Tourismus und Swiss. Martin Schweikert präsentiert das Kommunikationsmanagement der BKW. #harboursymposium20

Vollständiges Programm und Anmeldung unter www.harboursymposium.ch

che und die dortigen Mitarbeitenden erreichen zu können.»

Seine Abteilung hat er parallel dazu nicht etwa aufgerüstet, sondern um fast die Hälfte auf vierzig Angestellte verkleinert und komplett neu aufgestellt. Dafür holte er «sehr junge, hungrige Leute», die er aus seiner früheren Zeit bei Swisscom kannte, ins Haus, darunter PR-Spezialisten, Eventmanager und Redakteure. «Die wollten mit mir die Energieszene reissen.» Er hält inne, schaut durch die hohen Fenster nach draussen, um dann eine Konklusion zu ziehen. Das Thema Energie sei nun mal global gesehen eines der wichtigsten und sein Job hier «der spannendste meiner Laufbahn».