

Mut zum Wandel



LUKAS GALLI QUBE CREATIVES

Das Konsumentenverhalten und damit die gesamte Wirtschaft sind einem ständigen Wandel unterworfen. Die Pandemie hat Veränderungen zusätzlich beschleunigt und vielen Firmen plötzlich vor Augen geführt, wie zentral eine sorgfältige Positionierung und Markenführung, aber auch ein gutes Employer Branding sind. Worauf kommt es an, wenn der Wandel erfolgreich sein soll?



in Gang setzen, bei dem vieles neu gedacht werden muss. Dazu muss man sich zentrale Fragen stellen: Was wollen wir? Wie erreichen wir es? Wofür tun wir es? So einfach diese Fragen klingen, so komplex sind sie. Erst wenn man sich aus der Komfortzone heraus begibt, wenn man sich von etwas lösen kann, was nicht mehr zeitgemäss ist, kann man mit dem Wandel mithalten. Dann kann man die Welle erfolgreich reiten (dies ist die letzte Analogie aus dem Pandemie-Vokabular, versprochen). Wie das an einem konkreten Beispiel gelingt, zeigt die Geschichte der Stiftung entero (siehe Kasten).

Von der Stiftung für Sozialtherapie zu entero: der Wandel als Erfolgsstory

Die Stiftung für Sozialtherapie startete einen Veränderungsprozess mit dem Ziel, ein ganzheitliches Angebot zu schaffen, das den Bedürfnissen der Klientinnen und Klienten entspricht. In diesem Prozess wurden sie von Qube Creatives tatkräftig unterstützt. Angefangen mit einem geleiteten Markenworkshop, an dem mehrere Mitarbeitende der Stiftung für Sozialtherapie teilnahmen. Das ist sehr wichtig, weil ein Wandel nur gelingt, wenn die Mitarbeitenden alle auch mit im Boot sind. Das veraltete Markenbild der Stiftung wurde der neuen Unternehmensvision nicht mehr gerecht. Deswegen entschied man sich für einen radikalen Neuanfang. Mit einem neuen Namen und einem neuen Logo als Einstieg in die Zukunft: entero. Im Namen ist das zentrale Anliegen der Ganzheitlichkeit bereits enthalten. Menschen mit Abhängigkeitserkrankungen finden bei entero eine

Schon vor 2500 Jahren erkannte der griechische Philosoph Heraklit, dass der Wandel wohl die einzige Konstante ist. Mittlerweile ist das Zitat schon ziemlich abgedroschen. Und dennoch wurde uns diese Tatsache durch die Pandemie unmissverständlich bewusst gemacht. Die Pandemie – auch diesen Ausdruck können wir eigentlich nicht mehr hören – hat viele ohnehin anstehende Veränderungen drastisch beschleunigt. So hat beispielsweise der Onlinehandel stark zugelegt, der Wettbewerb und der Kampf um Kundschaft sind zunehmend rauer geworden. Gleichzeitig sind

Homeoffice und neue Arbeitsmodelle plötzlich allgemein Realität geworden und haben die Beziehung von Mitarbeitenden zu ihren Arbeitgebern verändert und Begehrlichkeiten geweckt. Mit dem Resultat, dass ein professionelles Branding ebenso wie ein gutes Employer Branding an Bedeutung gewonnen haben.

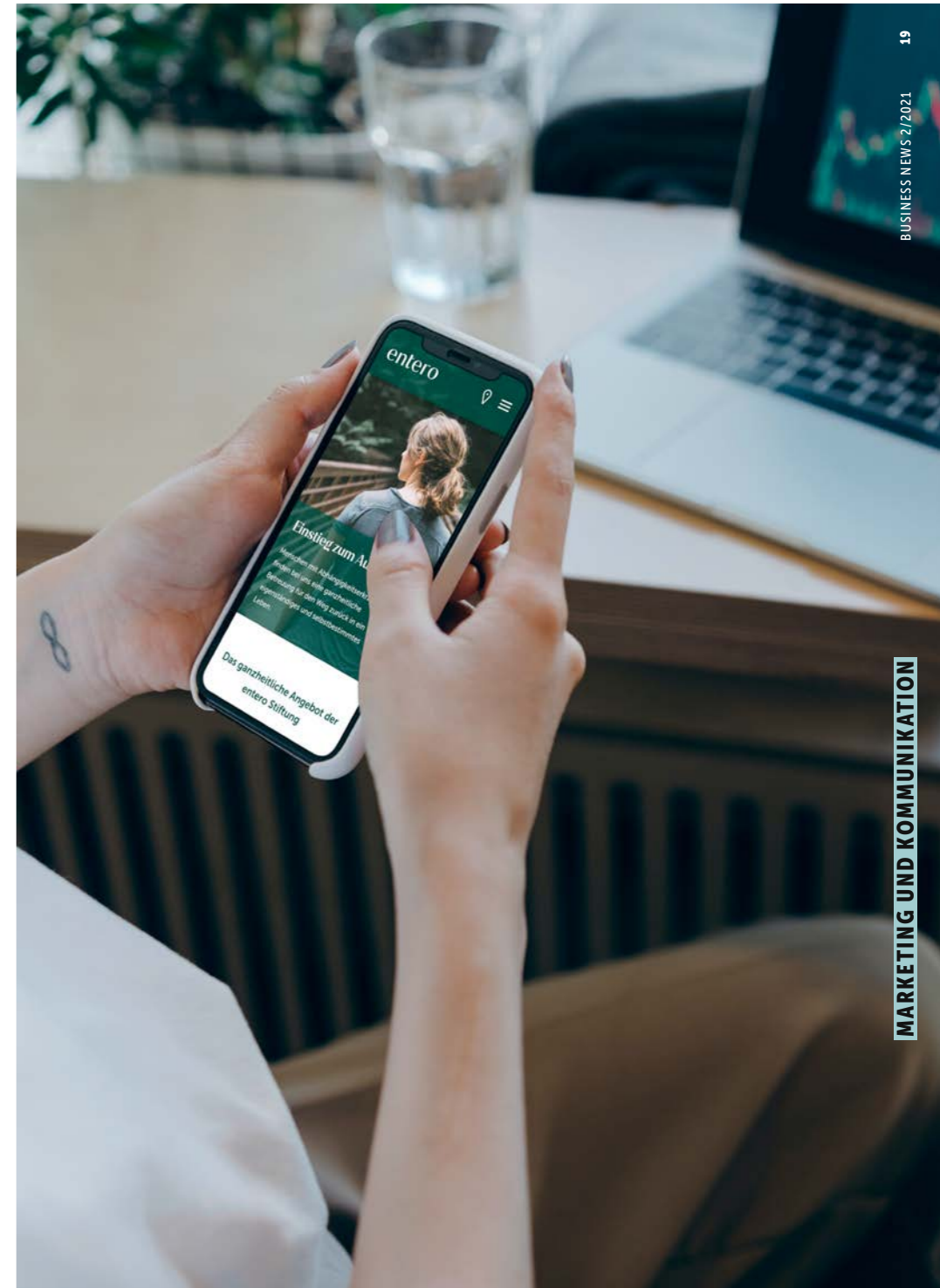
Wie man den Wandel meistern kann

Soll eine Firma oder eine Marke neuen Gegebenheiten angepasst werden, genügt es nicht, einfach den Namen und das Logo zu ändern. Man muss vielmehr einen Prozess

ganzheitliche Betreuung für den Weg zurück in ein eigenständiges und selbstbestimmtes Leben. Als Sinnbild für die innere Ruhe, die dabei gefragt ist, fanden wir von Qube Creatives die natürliche Bild- und Farbwelt der Wälder. Und ein Markenversprechen: der Einstieg zum Ausstieg. Eine derart umfassende Veränderung muss nicht nur nach aussen, sondern auch nach innen kommuniziert werden – womit wir beim Employer Branding sind. Wir von Qube Creatives haben entero mit unterschiedlichen Kommunikationsmassnahmen nach innen und nach aussen unterstützt, mit Unternehmenskommunikation, Onlinemarketing und Brand Management. Damit die neue Marke nicht nur wahrgenommen, sondern auch verstanden und gelebt wird.

Wir wissen aus eigener Erfahrung, wie Wandel gelingt

Die Qube Creatives wissen nicht nur die eigenen Kunden beim Wandel zu unterstützen, sondern haben derzeit auch selbst einen Wandel hinter sich. Qube Creatives ist entstanden durch den Zusammenschluss der vorher in einer Holding verbundenen Baldinger & Baldinger in Aarau und der IT & Design Solutions in Rubigen. Aus zwei Unternehmen wurde eine Marke: ein Team, ein Angebot, ein Mindset. Wir suchen das Wofür unserer Kunden: die Identität – den Kern und Antrieb eines Unternehmens. Von dort erkunden wir gemeinsam das Wie und entwickeln einen Plan, um die gesetzten Ziele zu erreichen. Schlussendlich realisieren wir das Was und setzen sämtliche Massnahmen unserer Strategie um. So eröffnet sich für unsere Kunden eine neue Dimension. Das ganze Unternehmen ist von innen nach aussen fokussiert – für einen ganzheitlichen Erfolg. Mehr Erfolgsstories sind zu finden unter qube.ag



«Erst wenn man sich aus der Komfortzone heraus begibt, wenn man sich von etwas lösen kann, was nicht mehr zeitgemäss ist, kann man mit dem Wandel mithalten.»

