

## «Unternehmer wollen Mitunternehmer»

**Consulting** Die Coronapandemie hat viele Unternehmen vor grosse Herausforderungen gestellt - ein Patentrezept gab es keines, aber oft musste schnell reagiert werden. Wir haben mit der Schüßler-Consulting über die Beratungsbranche gesprochen und nachgefragt, was es eigentlich mit dem Mitunternehmer auf sich hat.

**Herr Dr. Schüßler, wie haben Sie als Unternehmensberater die vergangenen Monate erlebt?**

Da wir in unserer Arbeit mit vielen Branchen in Kontakt stehen, haben wir sehr unterschiedliche Eindrücke miterlebt: während manche Industriezweige durch den Lockdown plötzlich wie gelähmt waren, konnte in Bereichen wie z. B. der Herstellung von Lebensmitteln und Schutz-ausrüstung die Auftragslage fast nicht bewältigt werden.

**Inwieweit war Ihre Branche selbst vom Lockdown betroffen?**

Wir fühlen uns eigentlich keiner bestimmten Branche zugehörig, zumindest einmal nicht der klassischen Unternehmensberatung, daher tue ich mich mit einer Einschätzung hierzu etwas schwer. Ich kann in erster Linie nur für unseren Betrieb sprechen: auch wir waren zu Beginn mit einigen Projektstopps konfrontiert - aus verständlichen Gründen, da niemand abschätzen konnte, was uns da ins Haus steht. Auf der anderen Seite erreichten uns Anfragen, in denen wir um akute Krisenunterstützung gebeten wurden oder weil dringend zusätzliche Ressourcen gefragt waren.

**Was unterscheidet dabei Ihre Arbeit vom «klassischen Unternehmensberater»?**

Wir haben für uns den Begriff des Mitunternehmers entwickelt, da er viel treffender unsere Herangehensweise beschreibt: in der Regel arbeiten wir direkt mit Inhabern und dem Topmanagement zusammen und befassen uns mit dem gesamten Blumenstrauß an Herausforderungen, mit denen sich Unternehmer in ihrer täglichen Arbeit beschäftigen. Das reicht von der Entwicklung neu-

er Produkte, dem Aufbau neuer Märkte, bis hin zur temporären Führung einzelner Geschäftsbereiche. Dabei beraten wir weniger, sondern bringen die Themen zusammen mit den Kundenteams tatsächlich auf die Strasse und setzen sie um.

**Das tönt sehr pragmatisch.**

Wir sind Praktiker, auch wenn wir uns über den akademischen Weg viel theoretisches Rüstzeug angeeignet haben. Eine Erfahrung, die wir mit unseren Kunden teilen: man kann vieles konzeptionell analysieren und planen, in der Umsetzung zeigt sich aber sehr schnell, dass man seine Strategie ständig anpassen und weiterentwickeln muss. Gerade die aktuelle Pandemie macht deutlich, wie radikal sich unsere Umwelt verändern kann und da braucht es Macher, die mit anpacken!

**Wie kommen Sie zu diesen Aufträgen und was kostet so ein «Mitunternehmer»?**

Bei uns passiert vieles über das Netzwerk, das wir über Jahre aufgebaut haben. Mit vielen Auftraggebern arbeiten wir schon sehr lange zusam-



Dr. Felix Schüßler ist Partner der Schüßler-Consulting, die seit 10 Jahren Firmen aus zahlreichen Branchen bei der Umsetzung unternehmerischer Projekte unterstützt. (Foto: ZVG)

men, da besteht Vertrauen und man kennt unsere Arbeitsweise. Projekte kalkulieren wir immer gemeinsam und sehr individuell, daher gibt es bei uns kein Standardhonorar. Wir denken auch hier sehr unternehmerisch und bewerten zu Anfang den Mehrwert, den wir für den Kunden generieren und daran bemessen wir unser Budget, das in der Regel aus fi-

nen und erfolgsabhängigen Komponenten besteht. Ziel ist immer, dass wir dem Auftraggeber mehr einbringen, als wir kosten. (pr)

ANZEIGE

**Schüßler**  
consulting