

SEREINA SCHMIDT – Der Kommunikationswissenschaftlerin liegt als Beraterin, Sparringpartnerin und Rednerin die Reputation ihrer Kunden am Herzen. Sprachgewandt und bestens vernetzt, kristallisiert sich in ihrer Arbeit heraus, was ihre entscheidende Stärke ist: die direkte, transparente und ehrliche Beratung und Unterstützung von Geschäftsführern und Unternehmern.

Charmant und krisenerprobt

«Die Sereina Schmidt AG im luzernischen Neudorf ist ein Familienunternehmen. Klein, jung, in zweiter Generation seit bald 35 Jahren tätig und doch so absolut typisch ein Familienunternehmen mit allen Eigenschaften und Kuriositäten. Denn wir vereinen, was alle Familienunternehmen charakterisiert: eine starke eigene Werthaltung, eine eigene Kultur, eine verinnerlichte soziale Haltung, eine grosse Sinnorientierung und den absoluten Willen, unternehmerisch nachhaltig erfolgreich tätig zu sein.» So beschreibt **Sereina Schmidt** ihr Kommunikationsunternehmen, das sie vor zehn Jahren von ihrem Vater **Hugo Schmidt** übernommen hat.

«ICH LIEBE ES, EINEN ROTEN FADEN UND KLARHEIT IN EINE SCHWIERIGE SITUATION ZU BRINGEN.»

Der Wunsch, selbst entscheiden und agieren zu können, hätte sie – die einst Kommunikationsbeauftragte von alt Bundesrätin **Doris Leuthard** war – dazu veranlasst, das väterliche Unternehmen zu übernehmen und ein KMU daraus zu machen. Das Erfolgsrezept der versierten Kommunikatorin: viel Fingerspitzengefühl für Beratung und Kommunikation, unternehmerisches Denken und

Handeln, eine grosse Portion Risikofreudigkeit sowie Bereitschaft, sich zu positionieren und zu vermarkten. Strategisch und taktisch denken sowie eine schnelle Auffassungsgabe gehören zu den unabdingbaren Stärken der 43-Jährigen: «Kommunikation ist vielschichtig und immer wieder anders. Ich liebe es, einen roten Faden und Klarheit in eine schwierige Situation zu bringen. Ebenso faszinieren mich komplexe Sachverhalte, Taktik und ein strategischer Überblick.» Gern arbeitet die Luzer-

nerin mit anspruchsvollen und eigenständigen Gesprächspartnern zusammen.»

Netzwerke sind zeitintensiv und müssen gepflegt werden

In erster Linie gehe es immer um gute Kommunikation, egal ob beim Ghostwriting, beim Coaching für Reden, bei Auftritten zur CEO-Reputation (vgl. Artikel unten) oder in der Krisenkommunikation. «Ich gebe meinen Kunden Sicherheit in der Kommunikation und Sorge dafür,

dass der gute Ruf meiner Kunden weiter gefestigt wird oder nicht Schaden nimmt.» Dabei greift die Powerfrau auf ein effizientes Netzwerk zurück, das sie sich jahrelang aufgebaut hat: «Man muss sich in seinem Netzwerk wohlfühlen. Ein gutes Netzwerk verfügt über spannende Persönlichkeiten, welche weiterdenken und Personen miteinander verknüpfen können.» Und die clevere Netzwerkerin rät, Netzwerke regelmässig zu hinterfragen und allenfalls auch zu verlassen. «Netzwerke funktionieren nur, wenn man bereit ist, sich Zeit für sein Gegenüber zu nehmen, und den Dialog pflegt.» Als erfahrener Kommunikationsprofi stellt sie fest, dass die Geschlechter unterschiedlich kommunizieren. Männer sind Meister der Inszenierung. «Sie kommunizieren lauter, taktieren und gewichten alles in Vor- und Nachteile.» Frauen hingegen sind viel direkter und offener, machen weniger Show, stellt sie fest. «Sie sind aber oft zu leise und bringen ihre Botschaften nicht auf den Punkt. Dafür filtern sie Zwischentöne heraus und reagieren stärker auf nonverbale Kommunikation.»

Taktisch und gut organisiert, bringt die Mutter von zwei Kindern Beruf und Familie unter einen Hut. Dabei teilt sie sich die Kinderbetreuung mit ihrem Mann und wird zusätzlich von ihrem Umfeld unterstützt. «Beides wird geplant und organisiert und ist eine Einheit, die zusammengehört. Vorteil ist zudem,

dass ich als Selbstständige meinen Tag selbst gestalten kann und mich weigere, diesen einer 08/15-Struktur oder einem Standardschema unterzuordnen.»

Dieselben Pflichten und Rechten für alle

Die engagierte KMU-Frau sieht bezüglich der wirtschaftlichen und wirtschaftspolitischen Integration der Frauen noch viel Potenzial. Sie wünscht sich eine Arbeitswelt, in der das Geschlecht keine Rolle spielt. «Gesteht Männern und Frauen dieselben Rechte und Pflichten zu. Lasst uns aufhören in Männerstrukturen und -bedürfnissen zu denken. Und hört auf mit Plattitüden, dass Kinder die Mutter zu Hause brauchen oder dass Frauen die Führungsfunktion ja sowieso nicht wollen oder zu wenig führungsstark sind», fordert Schmidt. «Hört endlich auf Frauen zu verniedlichen und sie mit Diminutiven zu schmücken. Das mindert von Anfang an die Position der betreffenden Person.» Und an ihre Geschlechtsgenossinnen appelliert die erfolgreiche Kommunikationswissenschaftlerin: «Werdet lauter und nutzt jede Gelegenheit und jedes Angebot, um öffentlich aufzutreten oder eure Meinung kundzutun. Männer überlegen nicht zweimal, sie machen es einfach. Nur wenn wir uns zeigen, werden wir auch wahrgenommen – das gilt für beide Geschlechter.»

Corinne Remund

REPUTATION IM UNTERNEHMEN – Grundsätzlich haben unsere KMU einen guten Ruf, allerdings gibt es noch Luft nach ob – vor allem online.

Sicherheit in der Kommunikation

Ein wirkungsvoller Auftritt, eine gute Reputation im Unternehmen ist gerade aufgrund der Pandemie wichtiger denn je. «Die Pandemie hat uns die gewohnten Kommunikationsplattformen und Handlungsspielräume genommen. Gleichzeitig hat sie uns unter anderem für Themen wie Solidarität, Unterstützung, Zusammenhalt, Ungerechtigkeit, Macht, Demut und Glaubwürdigkeit sensibilisiert und hellhöriger gemacht», sagt **Sereina Schmidt**. Die Unternehmerin gibt ihren Kunden Sicherheit in der Kommunikation und kann aus dem Vollen schöpfen, wenn es darum geht, den guten Ruf eines Unternehmens zu stärken und eine vertrauensstarke Reputation aufzubauen. «Wer nun nicht aktiv und kontinuierlich kommuniziert, gerät in Vergessenheit oder verliert die Glaubwürdigkeit, da Informatio-

nen fehlen. Kommunizieren allein genügt jedoch nicht», so die Fachfrau. Aktuell sei es sehr wichtig, dass Unternehmen die nötige Sensibilität mitbringen und wissen, wie sie die Klaviatur der Kommunikation spielen müssen. «Kunden und Bevölkerung wollen aktuell Vorbildrollen, Grosszügigkeit, Solidarität und Handlungen erkennen und erleben.»

Gemäss Schmidt hat sich der Stellenwert der Reputation verschoben: «Früher war der gute Ruf für Unternehmer und Privatpersonen eine Grundhaltung und Frage der Ehre. Heute sind sich allerdings viele nicht bewusst, welche Auswirkungen das eigene Verhalten auf die Wahrnehmung von Dritten haben kann.» Radikal verändert hat sich die Schnelligkeit, mit welcher heute die Reputation Schaden nehmen kann.

Besonders Social Media und digitale Mittel bringen den Ruf gestandener Persönlichkeiten schnell ins Wanken.

«WER SEINE REPUTATION NICHT MANAGT, LÄUFT GEFahr ABZUSTÜRZEN.»

«Wir sind eine Mitsprache-gesellschaft geworden und verlangen heutzutage wieder vermehrt nach sozialer, ökologischer und wirtschaftlicher Verantwortung und Vorbildfunktion. Das bekommen vor allem auch grössere Unternehmen und Konzerne vermehrt zu spüren. Wer seine Reputation nicht managt und sich dieser nicht bewusst ist, läuft heute Gefahr, schnell in den Abgrund zu stürzen», weiss Schmidt aus Erfahrung.

Die renommierte Kommunikationsexpertin stellt den KMU grundsätzlich ein gutes Reputationszeugnis aus. Dabei hebt sie den sogenannten Familyness Factor und den Stellenwert von KMU als tragende Pfeiler in unserer Schweizer Gesellschaft hervor. Familyness Factor bedeutet, dass familiengeführten Unternehmen automatisch ein grosses Grundvertrauen entgegengebracht wird und diese viel Glaubwürdigkeit besitzen. «Das heisst, es braucht mehr, dieses Vertrauen zu beschädigen. Allerdings wird dieser Bonus oft nicht aktiv genutzt. Hier liegt ein sehr grosses Potenzial brach», so Schmidt.

Reputationspotenzial in Unternehmen sieht Schmidt bei öffentlichen wie auch Onlineauftritten der obersten Führung. «Die Pandemie hat zwar vielen klargemacht, dass die

jahrelang angekündigte Digitalisierung wohl doch ernst zu nehmen ist und es dringend ist, in Onlinekommunikation zu investieren, dennoch staune ich, wie miserabel viele Unternehmen nach wie vor online kommunizieren. Sei dies auf der eigenen Website, in Onlinenetzwerken und -plattformen oder bei Zoom-Meetings.» Minuspunkte gibt es auch bei öffentlichen Auftritten von VR- und GL-Mitgliedern. So hält sich hartnäckig die Meinung, dass nur König ist, wer Reden, Präsentationen, Sitzungsführung, Netzwerkauftritte etc. aus dem Stegreif hält, da ja Terminplan und Status nichts anderes zulassen. «Das ist Blödsinn und führt zu katastrophalen Ergebnissen und falschen Botschaften, von Wirkung ganz zu schweigen», so die Expertin. CR

www.schmidt.ch

ZUR PERSON

Sereina Schmidt, MSc.com, hat ihren Master in Kommunikationswissenschaften in Lugano absolviert. Kompetenz und Erfahrung in der Kommunikationsberatung auf Unternehmensebene bis auf höchste Bundesebene zeichnen sie aus. Sie war unter anderem als Kommunikationsbeauftragte im Eidgenössischen Volkswirtschaftsdepartement EVD unter alt Bundesrätin **Doris Leuthard** oder als Krisenkommunikatorin einer Grossunternehmung tätig. Parallel hat sie

sich zum Thema Change Management und Organisationsentwicklung an der Fachhochschule Nordwestschweiz weitergebildet.

Sereina Schmidt hat das Unternehmen ihres Vater Hugo Schmidt 2011 übernommen und führt die Sereina Schmidt AG nun als Familienunternehmen in der zweiten Generation. Die 43-Jährige lebt mit ihren beiden Töchtern und ihrem Mann im luzernischen Neudorf.

CR

ANZEIGE

SCHALTEN SIE NICHT?

Nutzen Sie Zeitschaltuhren, steuern Sie richtig und sparen Sie Energie und Kosten in Ihrem Unternehmen.

ENERGIE-AGENTUR
IBER WIRTSCHAFT EnAW

Von der Wirtschaft. Für die Wirtschaft.
www.enaw.ch