

Hilfe für den bedrängten Chef

Niemand muss allein eine Geschäftsidee oder einen Kredit suchen. „Unternehmercoaches“ bieten sachkundige Hilfe an

Die Grundprobleme unserer kleinen und mittleren Unternehmer lassen sich im Wesentlichen in drei Gruppen einteilen: 1. Wo bleiben die Kunden? 2. Wo ist das Geld hin? und 3. Warum nehmen mich meine Leute nicht ernst? Tritt eines dieser Probleme auf, kann es Zeit sein, einen Coach um Rat zu fragen. Das ist ein Experte, der sich mit diesen Problemen auskennt und der im Unterschied zu den großmächtig auftretenden Unternehmensberatern eher den klassischen Chef berät als Geschäftsführer und Vorstandsmitglieder großer Unternehmen.

Die Branche ist entstanden, als im Existenzgründerfieber der „New Economy“ jeder nach einer eigenen Geschäftsidee suchte – und nach Rat, wie man aus einer Idee ein Geschäft formt. Die Situation ist wieder aktuell: „In Krisenzeiten flüchten alle in die Selbstständigkeit“, sagt Sonia Flöckemeier, die sich 2003 als Coach etabliert und zunächst vielen kleinen Unternehmen vor allem aus der Gastronomie auf die Beine geholfen hat. Die Diplomkauffrau zählt zu den vier Experten, die mit dem Internetblog „unternehmercoaches.de“ aus ihrer Arbeit berichten – und daraus auch den Impuls bezogen haben, ihre Kräfte zu bündeln.

Die Beraterarbeit kreist immer wieder um typische Probleme. Wer ein Geschäft eröffnet, der muss nach der speziellen Idee suchen, die in der Beratersprache „Alleinstellungsmerkmal“ heißt: Was habe ich, was andere nicht haben? Ferner muss er in der Lage sein, das hereinkommende Geld zusammenzuhalten, und darf nicht Umsatz mit Gewinn verwechseln – das ist die Basis. Wächst das Unternehmen, kommen andere Probleme hinzu: Was passiert, wenn die Bank den Kredit kündigt? Und häufig passiert es auch, dass ein Chef, der allein klein angefangen hat, von den Problemen der Personalführung des wachsenden Betriebs überfordert ist und jemanden sucht, der sein Verhalten analysiert und korrigiert, um sich überhaupt als Leitungspersönlichkeit behaupten zu können.

Dies ist die Basisarbeit der „Unternehmercoaches“. Sonia Flöckemeier (Bild rechts) ist zuständig für Zahlen, Banken und Controlling, Inke Schulze-Seeger hat sich auf Personalentwicklung spezialisiert, Michael Häfelingers (Bild links) Thema ist die

Entwicklung der Unternehmensstrategie und ihre Umsetzung ins Marketing und Harald von Trotha konzentriert sich vor allem auf Steigerung der unternehmerischen Leistungsfähigkeit und die Suche nach Marktnischen.

Sie sitzen nicht in einem gemeinsamen Büro, sondern treffen sich turnusmäßig und entscheiden dann, wie die Arbeit aufgeteilt werden kann und wer was tut. „Als Coach begleite ich immer Veränderungen“, schreibt Inke Schulze-Seeger in ihrem Blog, „deswegen werde ich auch bei jedem Coachingfall mit mehr oder weniger großen Ängsten und Einwänden konfrontiert.“ Potenziale erkennen, Blockaden aufheben – das sind die zentralen Elemente eines gelungenen Coachings.

Alle vier arbeiten bislang den größten Teil ihrer Zeit allein, wollen aber zunehmend kooperieren. Sonja Flöckemeier ist von der Gastronomie mehr in die Modebranche gewandert, hilft vielen kreativen Köpfen, finanziell nicht den Boden unter den Füßen zu verlieren. Sie sieht auch in der gegenwärtigen Krise wieder die Regel bestätigt, dass viele Jungunternehmer den Weg in die Selbstständigkeit suchen, etwa mit Mode- oder Handarbeitsgeschäften oder Kneipen und Restaurants.

www.unternehmercoaches.de

Als Coach begleite ich immer Veränderungen. Deswegen werde ich auch bei jedem Coachingfall mit mehr oder

weniger großen Ängsten und Einwänden konfrontiert.“

Inke Schulze-Seeger, Unternehmercoach