

Interview mit Sereina Schmidt, Inhaberin und Geschäftsführerin Hugo Schmidt AG

«Die Zukunft ist auf Augenhöhe»

Sereina Schmidt, Tochter des Unternehmensberaters für Kommunikation, Hugo Schmidt, hat Anfang 2011 die Leitung der Agentur Hugo Schmidt AG übernommen. 2011 feierte Hugo Schmidt AG ihr 25-jähriges Jubiläum. 2010 wählte die Bilanz Hugo Schmidt zu den Top 15 PR-Beratern der Schweiz. Wir haben mit der neuen Inhaberin Sereina Schmidt gesprochen und wollten von ihr wissen, wie Sie Ihre berufliche Zukunft sieht.

Sereina Schmidt, war es immer klar, dass Sie beruflich in der Kommunikationsbranche tätig sein wollen?

Als Kind konnte ich es mir überhaupt nicht vorstellen, in die Fussstapfen meines Vaters zu treten. Mit den Jahren aber und vor allem während meines Studiums an der Università della Svizzera italiana in Lugano habe ich erkannt, wie enorm kreativ und spannend die Unternehmenskommunikation sein kann. Diese Faszination hat mich nicht mehr losgelassen und heute bin ich froh, dass ich mich für diesen Weg entschieden habe.

Was hat Sie dazu bewogen, in die Agentur Ihres Vaters zurückzukehren, nachdem Sie noch vor zwei Jahren als Fachverantwortliche in der Unternehmenskommunikation der CKW Centralsschweizerischen Kraftwerke AG tätig waren?

Ich habe während meiner beruflichen Tätigkeit in diversen Branchen von Finanzwesen, über Gesundheit, zu Energie und Bundespolitik in relativ kurzer Zeit viele Erfahrungen sammeln dürfen. Dabei ist bei mir der Wunsch gereift, in einem kleinen Team selbstständig arbeiten zu können und gleichzeitig mein Wissen auf beratender Basis weiterzugeben. Es erfüllt mich jedes Mal mit Zufriedenheit, wenn ich für unsere Kunden optimale Lösungen finden kann. Ich bin ein liberal denkender, frei handelnder Mensch. Die Selbstständigkeit in der Beratung – mit allen Konsequenzen – bietet mir dies.

Was zeichnet eine gute Führungspersönlichkeit aus?

Eine gute Frage. Ich würde sagen, dass eine klare Vorgabe für die gemeinsame Marschrichtung und die Sicherstellung für eine gute Zusammenarbeit innerhalb eines Teams ganz wichtig sind. Eine gute Führungspersönlichkeit muss Zusammenhänge und Bedürfnisse erkennen, und sie bei der Entscheidungsfindung auch berücksichtigen.

Ihr Vater Hugo Schmidt ist eine Koryphäe auf seinem Gebiet. Lief der Wechsel an der Unternehmensspitze ohne Komplikationen ab?

Wir sind noch mitten im Prozess der Umwandlung. Mein Vater ist nach wie vor als Senior-Berater in meiner Agentur tätig. Ich profitiere tagtäglich von seiner langjährigen Erfahrung auf diesem Gebiet und kann meinerseits meine Vielsprachigkeit und mein Wissen über die neuesten Technologien in die Waagschale werfen. Da wir familiär verbandelt sind, müssen wir zudem lernen, mit unseren neuen Rollen im Alltag umzugehen, in denen wir sowohl Vater und Tochter, wie auch neue Geschäftsführerin und ehemaliger Inhaber sind. Unsere Zusammenarbeit ist ein Geben und Nehmen.

Natürlich komme ich immer wieder in Situationen, wo ich mich frage: Bin ich jetzt Tochter oder bin ich Geschäftsführerin? Da Vieles über die emotionale Schiene läuft, begegnen wir uns auf einer anderen Ebene, als wenn jemand Fremdes in die Agentur gekommen wäre. Wir haben jedoch in den letzten Monaten viel voneinander und übereinander gelernt und haben dadurch auch eine neue Ebene der Zusammenarbeit und des gegenseitigen Respekts gefunden. Ich verfüge mittlerweile über genügend Power und Wissen, um das mir anvertraute Schiff in erfolgreiche Gewässer zu führen und bin, was die Zukunft betrifft, sehr zuversichtlich gestimmt.

Wo liegen die Stärken Ihrer Agentur?

Wir sind neugierig, sowohl auf den Kunden als auch auf den Menschen, der sich dahinter verbirgt. Wir wollen schnell und gezielt herausfinden, was seine Wünsche sind und dieses Wissen danach in einen Gesamtzusammenhang bringen. Wir führen nicht nur aus, wir stehen unseren Kunden auch bei der Entscheidungsfindung beratend

zur Seite. Diese Strategie verlangt von uns eine übergeordnete Denkweise.

Müssen Frauen wie Männer denken, um erfolgreich zu sein?

Nein, überhaupt nicht. Es ist genau umgekehrt. Es ist wichtig, dass Frauen ihre Weiblichkeit leben; sei es in der Wirtschaft oder Politik. Wenn Frauen versuchen wie Männer zu handeln, werden sie unglaublich unwürdig. Es braucht beide, denn die Zukunft ist auf Augenhöhe.

Wie nehmen Sie den Kanton Luzern werbetechnisch wahr?

Ich nehme ihn sehr vielfältig wahr und habe auch das Gefühl, dass er sich aufgrund der neuen Technologien in einem Wandel befindet. Da es mittlerweile sehr viele Einzelanbieter gibt, wie beispielsweise Grafiker, die auch texten und auf einzelne Bereiche spezialisierte Unternehmen, wird es für den Kunden immer schwieriger zu entscheiden, wen er bei welchem Zeitpunkt in Anspruch nehmen soll.

Die Konkurrenz wird immer grösser, und obwohl wir immer wieder betonen, dass wir unseren Wirkungskreis in der Zentralschweiz haben, dehnen wir ihn vermehrt auch auf die umliegenden Kantone aus, wo sowohl Kunden wie auch Mitbewerber sind. Das Metropolitandreieck Bern, Basel, Zürich wird in unsere Überlegungen miteinbezogen.

Sie haben die Leitung des Swiss German Clubs Zentralschweiz übernommen. Was hat Sie daran gereizt?

Etwas weiter zu entwickeln und voran zu treiben, was Sinn macht. In der Zentralschweiz leben 30 000 Deutsche. Ihnen bieten wir Inhalte und Plattformen an und unterstützen sie bei der Kontaktnahme und beim Aufbauen von Netzwerken mit der einheimischen Bevölkerung. Ich habe übrigens selber deutsche Wurzeln, wenn diese auch vier Generationen zurückreichen.

Welche Aufgaben nehmen Sie beim Swiss German Club Zentralschweiz wahr?

Wir haben im Januar die Regionalleitung Zentralschweiz übernommen. Das Konzept sieht vor, dass pro Region jemand präsent ist, der die Region kennt und über lokales Wissen

verfügt. Wir arbeiten über Plattformen mit entsprechenden Inhalten und sprechen dabei Geschäftsleute und Unternehmer an. Ihnen bieten wir beispielsweise Vorträge, Firmenbesichtigungen oder auch kulturelle Events an, die einen Zusammenhang mit der Zentralschweiz haben und geben ihnen so die Möglichkeit an ihren Netzwerken zu arbeiten. Zudem sind wir als Ansprechpartner, eine Art Türöffner für Mitglieder, die jemand Bestimmtes aus der Region kennenlernen möchten.

Interview
Jeannette Voltz

Sereina Schmidt

Ist mit 33 Jahren Inhaberin und Geschäftsführerin der Hugo Schmidt AG, einer Unternehmensberatung für Kommunikation in Luzern. Seit 25 Jahren hält Hugo Schmidt AG Unternehmen, Personen, Gemeinden und Non-Profit-Organisationen auf Kurs.

Sereina Schmidt hat von 1999 bis 2004 Kommunikationswissenschaften an der Università della Svizzera italiana in Lugano studiert und mit dem Master of science communications abgeschlossen.

Von 2010 bis 2011 studierte sie an der Fachhochschule Nordwestschweiz Organisationsentwicklung (OE) und schloss mit dem (CAS) Certificate of Advanced Studies OE ab.

Sie ist seit 10 Monaten Regionalleiterin vom Swiss German Club Zentralschweiz und seit zwei Monaten Inhaberin der Hugo Schmidt AG. Neben weiteren Tätigkeiten ist sie in folgenden Frauennetzwerken aktiv: Verband Schweizer Unternehmerinnen (vchu), Business Professional Women (BPW) und Wirtschaftsforum für Frauen (WIF).

Sereina Schmidt spricht Deutsch, Italienisch Englisch und Französisch. Ihre Interessen sind: Menschen und Welten kennenlernen, strategisch und konzeptionell beraten, Ideen entwickeln und gemeinsam weiterkommen.

