

sind, zusammenzuarbeiten. Wir haben ein dreiviertel Jahr gebraucht, bis daraus ein Team geworden ist, das wirklich gemeinsam an diesem Projekt arbeitet“, erläutert Silhanek.

Reiche Erfahrung

Kosa leitet die Geschicke von &Us gemeinsam mit seinem Managing Partner Silhanek, der vor allem in den Bereichen Vertriebssteuerung und -optimierungen Erfahrungen gesammelt hat, unter anderem bei Sony in München, London und Lund.

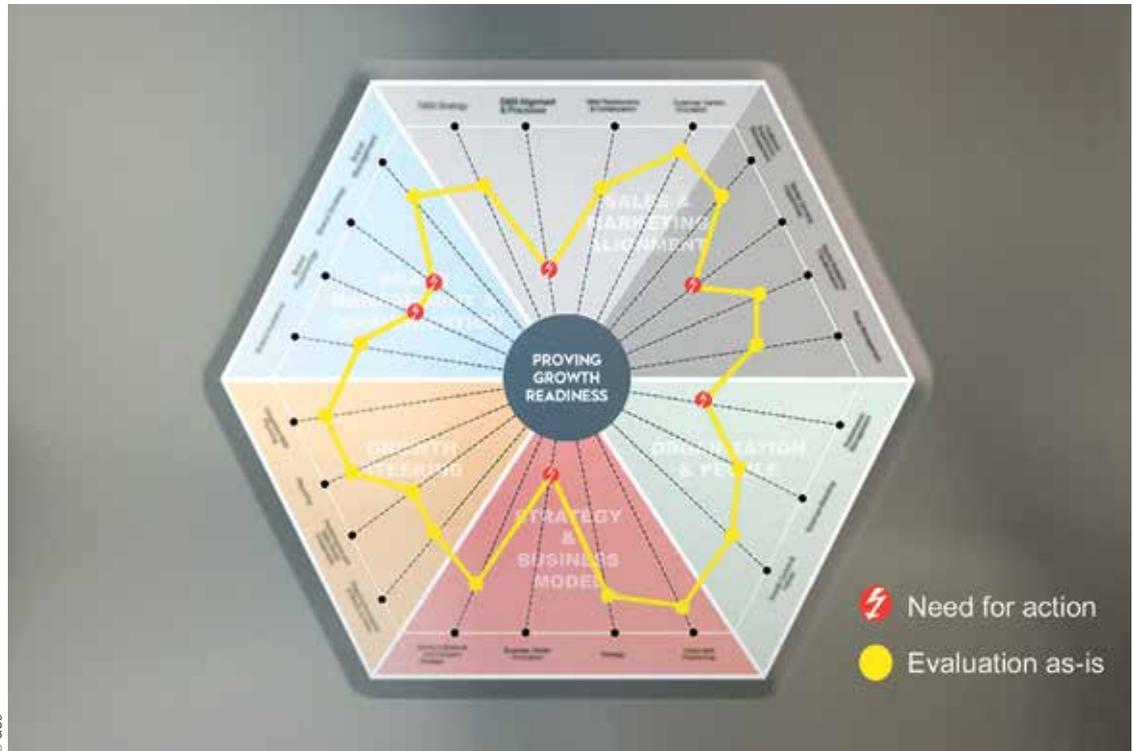
Besonders ist, dass es sich bei &Us nicht um eine klassische Werbeagentur oder ein Beratungsunternehmen handelt. „Wir sind ein Wachstumsberater. Wir haben das Beste aus der Unternehmensberatung mit dem Besten aus dem Agenturbusiness verbunden“, so Kosa. Den entscheidenden Vorteil gegenüber den großen Beratungsunternehmen sieht er im *ganzheitlichen* Ansatz von &Us. „Der große Unterschied, etwa zu anderen Beratern, ist, dass bei uns ein Kreativer mit einem Unternehmensstrategen, einem Vertriebsoptimierer und einem, der sich mit Performance Marketing auseinandersetzt, gemeinsam an einem Tisch sitzen und ein Konzept entwickeln“, erläutert Kosa. Bei anderen würden diese Leistungen nicht angeboten

”

Der Growth-Check zeigt auf, wo es Potenziale gibt und das Unternehmen besser werden kann.

Helmut Kosa
Managing Partner
&Us

“



Das Growth Readiness Model hilft Unternehmen dabei, Potenziale für Wachstum zu erkennen.

oder extern zugekauft, bei &Us habe man das alles inhouse.

Neue Kunden und Produkte

Dass dieser Ansatz greift, erkennt man mit einem Blick auf die Kundenliste. Mondelez in Deutschland, Österreich und der Schweiz, die Donau Versicherung, die Kreditversicherung Acredia oder die Neuroth Gruppe sind dort vertreten. Ob B2B- oder B2C-Geschäft macht für Silhanek dabei keinen Unterschied: „Unser Ansatz funktioniert für beide Bereiche vollkommen gleich. In der Umsetzung gibt es natürlich unterschiedliche Herausforderungen, aber von der grundsätzlichen Herangehensweise ist es ähnlich.“

Erst im Oktober hat &Us außerdem ein neues Beratungsprodukt – den „&Us Growth-Check“ – gelauncht. Dabei geht es um Ist-Analysen für Unternehmen, die Wachstumspotenziale aufzeigen soll. „Wir analysieren

anhand von 24 Subkriterien, wo sich das Unternehmen befindet – einerseits im Vergleich zur Branche, andererseits auch branchenunabhängig im Vergleich zu Besten –, und zeigen auf, wo es Potenziale gibt und das Unternehmen besser werden kann“, beschreibt Silhanek die Herangehensweise. Um die entsprechende Marktübersicht zu haben, hat sich &Us für den Growth-Check die GroupM ins Boot geholt.

Wachstum in der Krise

Gerade wirtschaftlich schwierige Zeiten werden von Unternehmen oft genutzt, um Positionierungen grundlegend zu überdenken und Anpassungen vorzunehmen. Das ist auch jetzt, in der Covid-19-Krise, nicht anders. „Durch diese Krisenzeit ist das Interesse an unserem Angebot besonders groß, weil es einfach darum geht, dass sich Unternehmen optimieren und sich für die Zu-

kunft richtig aufstellen müssen“, beschreibt Kosa. Gerade hier sei es wichtig, fügt er hinzu, zu fragen, wie Wachstum – zumindest gegenüber dem Wettbewerb – möglichst schnell möglich ist. „Wenn ich mich so aufstelle, dass ich dann schnellstmöglich wieder die Möglichkeit habe, gut zu performen. Dann kann ein Unternehmen die Krise auch als Chance nützen, um im Vergleich zu einem Mitbewerber erfolgreicher zu sein“, so Kosa weiter.

Die bisherigen zwei Jahre liefen für &Us sehr gut, auch das bisher für alle schwierige Jahr 2020 konnten die Wachstumsberater gut für Wachstum nutzen – auch dank der durchdachten Positionierung und des neuen Beratungsansatzes. „So herausfordernd das Thema Corona natürlich für die gesamte Wirtschaft ist und mittelfristig sein wird – nachhaltiges Wachstum ist und bleibt relevant“, erzählt Silhanek.