

Best-Practice-Porträt

Weltenbummlerin, strategischer Kopf und Mutter

Ein Gespräch mit Katja Schommartz-Koerdt, Inhaberin von „All About Family“ und „All About Brands“, Rodheim v. d. Höhe.

Über die Herausforderungen einer Kosmopolitin, eine innovative Gründung für mehr Lebensqualität und den Blick fürs Wesentliche.



Katja Schommartz-Koerdt ist eine Weltbürgerin: Ihre drei Kinder wurden in der Schweiz, in Brasilien und in Deutschland geboren. Da muss ‚frau‘ doch bestens organisiert sein! Dieser Rhythmus sowie Beobachtungen und Marktanalysen haben schließlich zum heutigen neuen Konzept der Unternehmerin geführt: Gerade wird der Prototyp der Internetplattform „All About Family“ fertiggestellt und das Team von Designern, Programmierern und Beratern besteht bereits. Ziel ist es,

Familien mit Kindern bei der Organisation ihres Alltags mit einer Plattform und ihren Tools zu unterstützen. Dabei werden unterschiedliche Aspekte wie Terminplanung, Kinder und Gesundheit berücksichtigt.

„Das sollten Sie sich wie ein ‚Online-Cockpit‘ für Familien vorstellen oder wie eine umfassende Leitstelle für Familien-Management. An diesem virtuellen Ort laufen alle Informationen zusammen, wer holt wen wo ab, wann ist der Musikunterricht, wo findet heute das Punktspiel statt... Alle – Eltern, Kinder und Betreuungspersonen – haben Zugriff. Wir wollen die Komplexität des Alltags reduzieren und Interaktion fördern: für mehr Lebensqualität!“, erläutert die 42-Jährige ihre innovative Idee. Dies ist umso wichtiger, als heute die Abläufe jeden Tag anders sind: Nun spielen Teilzeit, Telearbeit oder die verschiedenen Betreuungszeiten der Schulen eine große Rolle - und alles will koordiniert sein. Hinzu kommt, dass heute oft zwei oder drei Personen für die Kinderbetreuung verantwortlich sind und nicht mehr nur eine wie früher...

Heute suchen die Unternehmerin und ihr Geschäftspartner Investoren, um das Produkt zur Marktreife zu führen. „Der erste Ansatz dieses Vorhabens ist ursprünglich für ein Kundenprojekt entstanden. Dieses wurde zwar damals nicht umgesetzt, aber die Idee hat mich nicht losgelassen. Aber erst als ich mich mit einem befreundeten Vater über die Herausforderungen des Familien-Managements unterhielt, ist mir das Potenzial des Themas bewusst geworden. In weiteren Gesprächen mit Eltern hat sich dieser Gedanke bestätigt, die Idee fand sofort großen Anklang“, erzählt Katja Schommartz-Koerdt. Auch ihre Kinder – im Alter von drei, sieben und zehn Jahren - finden das Konzept „super cool“. Schließlich werden sie als Zielgruppe zukünftig auch stärker mit einbezogen. „Prinzipiell involviere ich meinen Nachwuchs soweit wie möglich in mein berufliches Leben. Ich lasse sie daran teilhaben und suche ihre Meinung. Kinder haben einen hervorragenden Blick fürs Wesentliche. Das ist sehr hilfreich – gerade für mein neues Portal!“, schmunzelt die kreative Mutter.

Netzwerke der Kinderbetreuung vielseitig gestalten

Dieses neue Unternehmen entwickelt sie zusätzlich zu ihrer bestehenden selbständigen Tätigkeit als strategische Markenberaterin mit „All About Brand“. „Irgendwann dachte ich einfach: ‚Das kann doch nicht alles gewesen sein.‘ Ich hatte Lust, etwas zu gestalten, das für mich und andere Menschen einen sichtbaren Mehrwert bringt und konkrete Ergebnisse zeigt“. Die Markenberatung gründete sie bereits in 2003, als sie wieder nach Deutschland kam, nach Umwegen über Polen, die Schweiz und Brasilien. „Ich merkte, dass ich für die Selbständigkeit geschaffen bin. Ich war sowohl auf Unternehmensseite als auch als Beraterin in einer großen Werbeagentur tätig. Personalverantwortung war jedoch nie meine Priorität. Ich arbeite am liebsten inhaltlich und strategisch“, resümiert sie ihren Schritt als Unternehmerin. Da sie viele Jahre im Ausland war, war der Start „von Null an“ schwierig. Aber durch motivierte und gezielte Akquise konnte sie sich innerhalb eines Jahres einen Kundenstamm aufbauen.

Nicht genug der Aufgaben: Katja Schommartz-Koerdts engagiert sich seit einem Jahr in der Initiative „Marketingfrauen des Marketing Clubs Frankfurt“. Ziel ist es, das Veranstaltungsprogramm des Clubs durch weibliche Impulse, spannende Inhalte und neue Formate zu bereichern. Somit soll das brach liegende Potenzial der weiblichen Mitgliedschaft aktiviert und Frauen für den Marketing Club begeistert werden. Als aktive Frau und Unternehmerin ist sie natürlich auf eine verlässliche Kinderbetreuung angewiesen. Die Marketingfrau holt zwar meistens ihre Kids von der Schule ab, aber die Familie hat trotzdem ein Au-Pair-Mädchen. „Ich habe gelernt, meine Netzwerke vielfältig zu gestalten: Für den Fall der Fälle greifen mir auch eine Tagesomi, eine Person im Ort oder andere Schulkinder-Eltern unter die Arme. Unser Nachwuchs ist flexibel und mit KiTas und Tagesmüttern groß geworden. Alle drei haben sogar viel Spaß daran, mit einem Au-Pair aus Peru oder Kenya zu leben. Schließlich sind sie so weltoffen wie ihre Eltern!“

www.allaboutfamily.de
www.allaboutbrands.de