



sich zum Beispiel Netzwerke aufzubauen, diese zu pflegen und professionell zu nutzen. Ebenso dazu gehöre aber auch ein Blick auf die Risiken einer ungebremsten Kommunikation – ein Shitstorm im Netz habe

schon manche Karriere beendet oder Marken erhebliche Einbußen beschert. Offensiv ging Wehnert auch das Thema „Preisdebatte“ an. Hier könne man nicht einfach zurückziehen, wenn ein Kunde einen Preis als zu hoch empfindet: „Natürlich sagt keiner, dass er gerne zehn Euro mehr zahlt. Aber das sind Situationen, die man als Verkäufer einfach trainieren muss und für die es erprobte Lösungen gibt.“ Nicht zuletzt die tägliche Selbstmotivation ist für Wehnert ein Schlüssel zum Erfolg. „Nur, wer morgens Bock hat, kann abends den Tag mit einem positiven Erlebnis

abschließen“, meint der Vertriebsprofi, der mit seiner offenen Sprache und direkten Art überzeugt. Und der mit vielen abwechslungsreichen Geschichten aus der Branche zeigt, dass er kein Theoretiker ist, sondern seinen Beruf lebt. „Das war ein echtes Feuerwerk der Motivation“, beschreibt Geschäftsführer **Frank Schneider** die Veranstaltung. „Hier konnte jeder etwas für seine künftige Arbeit mitnehmen und ich bin mir sicher, dass wir alle langfristig davon profitieren werden. Ich kann diese sehr spezielle Art der Schulung wärmstens empfehlen.“

Foto: Nozar

Krebs Consulting verkauft erste Anteile

Das erst im Herbst 2017 gegründete Unternehmen Krebs Consulting hat in der Werkzeugbranche eingeschlagen, so zumindest die eigene Einschätzung.

Binnen kurzer Zeit hat sich die auf die Werkzeugbranche spezialisierte Unternehmens- und Personalberatung zu einer „festen Größe in der Branche“ entwickelt. Daher ist es nicht verwunderlich, dass schon jetzt größere Unternehmen auf das junge Unternehmen aufmerksam geworden sind und Anteile erwerben wollten.

EZ: Krebs Consulting bekommt viel positive Aufmerksamkeit – in der Werkzeugbranche und in den Medien. Was ist das Besondere an Krebs Consulting?

Matthias Krebs: Unser Alleinstellungsmerkmal unter den Beratungsunternehmen ist, dass wir echte Brancheninsider sind und unsere Vielfalt an Dienstleistungen. Ich persönlich war zehn Jahre lang in Fach- und Führungspositionen in der Werkzeugbranche aktiv, kenne sie also in- und auswendig und bin bestens vernetzt. So können wir ein Gesamtpaket an Dienstleistungen anbieten: Wir vermitteln nicht nur Fach- und Führungskräfte auf vakante Positionen, sondern bieten zudem ein Rund-um-Consulting-Paket, abgestimmt auf die Bedürfnisse der Werkzeugbranche. Als Insider wissen wir genau, worauf Unternehmen achten müssen, wo sie optimieren können und wie sie geeignetes Per-

sonal finden. Wir sind in allen Bereichen der Werkzeugbranche tätig, sowohl in der Herstellung, als auch in Fachhandel, Industrie, Direktvertrieb und bei den Einkaufsverbänden.

EZ: Ihr Unternehmen steht – so sagen Sie – hervorragend da. Sie selbst und Krebs Consulting waren schon öfter Thema in den Medien, auch in Magazinen wie Focus, Capital und Stern wurde berichtet. Wieso holen Sie sich nun einen ersten Gesellschafter ins Boot?

Die Werkzeugbranche hat unser Unternehmen extrem gut angenommen. Durch den rasanten Start in den Markt mussten wir bereits Aufträge ablehnen, da uns Ressourcen und Kapazitäten fehlen. Nun steigt ein Personaldienstleister bei Krebs Consulting ein. Mit ihm können wir die Strukturen für ein gesundes Wachstum schaffen. Außerdem profitieren wir von seiner langjährigen Erfahrung, mit der er uns im Hintergrund unterstützt. Er bietet uns eine Anbindung an eine Wirtschaftskanzlei, so dass wir für unsere nächsten Schritte am Markt bestmöglich aufgestellt sind, was Steuerberatung und Anwälte angeht. Da der neue Gesellschafter keine



Mehrheitsanteile haben wird, bleibt Krebs Consulting auch weiterhin eigenständig. Unsere Fokussierung auf die Werkzeugbranche bleibt damit sicher erhalten.

EZ: Das schnelle Wachstum zieht weitere Herausforderungen nach sich. Wie geht es weiter mit Krebs Consulting?

„Unsere Prognose ist hervorragend, wir haben großen Zulauf, bekommen Aufträge und Anfragen von Großunternehmen und Marktführern aller Branchenbereiche. Zu unseren Kunden gehören Hersteller, Fachhändler und E-Commerce-Unternehmen, sowie die Einkaufsverbände. Unser oberstes Ziel für die kommenden Jahre ist gesundes Wachstum. Dabei steht der Mehrwert für unsere Kunden und Klienten absolut im Vordergrund. Wir wollen der Branche etwas zurückgeben. Alles in allem sind wir sehr glücklich, dass wir offensichtlich eine Lücke in der Branche schließen konnten und so zum Gesamterfolg der Werkzeugbranche beitragen können.“

Foto: Krebs Consulting