

Glossiert

VON ERICH PAWLU
zur Rollenverteilung



»redaktion@donau-zeitung.de

Moderne Jäger

„Jedes Glück will Ewigkeit“, meinte Hermann Hesse. Offenbar sind auch die Strukturen familiären Glücks auf Ewigkeit angelegt. Die Studie „Monitor Familienleben“ des demoskopischen Instituts Allensbach hat nachgewiesen, dass sich an der Rollenverteilung von Mann und Frau seit Ewigkeiten nichts geändert hat.

Demnach sind moderne Väter nicht bereit, ihren Kindern aus Büchern vorzulesen. 49 Prozent der Mütter, aber nur 10 Prozent der Väter fühlen sich für diese Aufgabe zuständig. Selbst jene Männer, die grundsätzlich die geistige Führung innerhalb der Familie beanspruchen, schrecken im trauten Heim vor geistigen Verpflichtungen zurück. Mütter helfen den Kindern bei der Erledigung schulischer Hausarbeiten, beim Geigen- und beim Flötenspiel. Die Väter sind allenfalls bereit, Ausflüge zu organisieren. Sie überlassen den Gattinnen die Aufgabe, den kulturellen Fortschritt der Menschheit voranzutreiben.

Seit Urzeiten bevorzugt der Mann Aktivitäten außerhalb der Wohnhöhle. Büro oder Werkhalle dienen ihm heute als Jagdgebiete. Dort geht er nach Art des Steinzeitmannes auf Hetzjagd. Seine Beute: Der Tariflohn.

Zu beneiden ist er nicht. Der Germanist Georg Witkowski hat in seinem Buch „Von Menschen und Büchern“ den modernen Mann mit einem Spürhund verglichen: „Nicht selten ist alles Mühen vergebens und es bleibt als Lohn nur die Lust des Spürens.“



Günzburger Steigtechnik knackt 30-Millionen-Marke

Das Geschäftsjahr 2011 wird beim bayerischen Qualitätshersteller Günzburger Steigtechnik GmbH als besonders erfolgreich in die Geschichte eingehen: Erstmals knackte das Unternehmen laut einer aktuellen Pressemitteilung beim Jahresumsatz die 30-Millionen-Euro-Marke.

Insgesamt setzte das Unternehmen mit seinen rund 230 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern laut Pressemitteilung 30,8 Millionen Euro um. Damit präsentierte es das beste Umsatzergebnis in der 112-jährigen Firmengeschichte. Im Vergleich zum Vorjahr erreichte die Günzburger Steigtechnik damit eine Umsatzsteigerung von rund 17 Prozent. Auch die Belegschaft ist deutlich angewachsen. „Ich bin stolz auf meine Mannschaft, denn wir haben die 30-Millionen-Marke schneller erreicht als gedacht“, sagt Geschäftsführer Ferdinand Munk. (pm)

Mitarbeiter geehrt

Langjährige Mitarbeiter wurden kürzlich bei der Kanzlei Demharter, Rieger & Partner ausgezeichnet. Geehrt wurden Margot Gutekunst für 35 Jahre, Sabine Kainbacher für 30 Jahre und Doris Witt für 25 Jahre Betriebszugehörigkeit. Die Geehrten wurden mit einem Blumenstrauß, einem Geschenk und einer Urkunde der Steuerberaterkammer München bedacht.

Von der Kanzleileitung wurde Steuerberaterin Anja Demharter zur Wahl als Leiterin der Zweigstelle Nordschwaben des Landesverbandes der Steuerberater und Wirtschaftsprüfer beglückwünscht. Sie wird sich darum bemühen, dass verstärkt Seminare fachlicher Art oder zur Anwendung von Programmen für die Berufsangehörigen und für die Mandanten und deren Mitarbeiter in der Region angeboten werden. (pm)



Spatenstich für das neue Entwicklungszentrum von BSH in Dillingen

Der 50-millionste Geschirrspüler lief am vergangenen Freitag bei BSH in Dillingen vom Band. Damit im Werk in der Donaustadt auch weiterhin Neuheiten entwickelt werden können, erfolgte am gleichen Tag auch der Spatenstich für das neue Entwicklungszentrum. Auf rund 8100 Quadratmetern soll auf dem Werksgelände bis Ende 2013 ein vierstöckiges Gebäude mit Labor- und Büroflächen entstehen, das beste Voraussetzungen

für weitere Entwicklungen schafft. „Der Neubau mit einem Investitionsvolumen von rund 15 Millionen Euro ist eine deutliche Aufwertung des Standortes. Bis 2015 werden wir weitere Stellen für hoch qualifizierte Ingenieure und Naturwissenschaftler schaffen“, sagte Standortleiter Peter Kaltenstadler. Er hoffe, dass der erste Bauabschnitt im Herbst bereits bezugsfertig sei. (gau)

Foto: Koenen

10 000 Frauen haben Minijobs

Bilanz Agentur für Arbeit sieht hier angesichts des Fachkräftemangels noch Potenzial

VON KATHARINA GAUGENRIEDER

Landkreis „Die Arbeitslosigkeit ist bei uns so niedrig wie seit Jahren nicht mehr“, sagt Claudia Wolfinger, Chefin der Agentur für Arbeit in Donauwörth. 2010 sei schon ein gutes Jahr gewesen und 2011 habe man die Quote noch einmal senken können – auf 2,5 Prozent im Jahreschnitt. Berücksichtige man diejenigen, die etwa aufgrund von Krankheit oder einer laufenden Maßnahme nicht verfügbar seien, käme man laut Wolfinger auf eine Quote von 3,75 Prozent. Da komme manchmal schon die Frage auf: „Was macht ihr denn eigentlich noch“, erzählt Wolfinger beim Pressegespräch lachend.

Doch Arbeitslosigkeit, das sei keine feste Block. Insgesamt seien im Agenturbezirk im vergangenen Jahr 13000 Menschen arbeitslos geworden, 14000 Menschen hätten wieder Arbeit aufgenommen. Sehr unterschiedlich sei dabei die Dauer der Arbeitslosigkeit in den unterschiedlichen Altersgruppen. „Jüngere Menschen sind im Schnitt etwa neun Wochen ohne Arbeit, ältere weit über 55 Wochen.“ Vor

dem Hintergrund der Rente mit 67 sei zwar einerseits festzustellen, dass die Arbeitnehmer, wenn sie könnten, länger im Erwerbsleben bleiben. „Wer aber mit 55 arbeitslos wird, hat sehr schlechte Chancen, noch etwas zu finden.“ Denn wenn Unternehmen die Wahl hätten, würden sie jüngere Bewerber be-

„Wer aber mit 55 arbeitslos wird, hat sehr schlechte Chancen, noch etwas zu finden.“

Claudia Wolfinger

vorzuziehen. „Unser Appell an die Firmen ist, sich auch angesichts des drohenden Fachkräftemangels hier stärker zu bewegen.“ Denn schon jetzt zeige sich, dass oft keine perfekt passenden Bewerber verfügbar seien. 2010 wurde eine offene Stelle noch nach 45 Tagen vermittelt, 2011 waren es schon 60 Tage. „Da müssen Firmen flexibler werden.“ Daneben präsentiert Wolfinger auch Zahlen, die die Entwicklung bei Voll- und Teilzeitstellen beleuchten. Von den 80000 sozialver-

sicherungspflichtig Beschäftigten im Agenturbezirk arbeiteten 2010 fast 65 000 in Vollzeit und etwa 14 000 in Teilzeit. Auffällig sei hier, dass der Anteil bei der Teilzeit insbesondere bei den Frauen hoch sei und in den vergangenen zehn Jahren noch um 40 Prozent angestiegen sei. Daneben sei man bei der Auswertung der Zahlen aber noch von einem anderen Wert überrascht worden.

Denn gestiegen ist auch die Zahl der Frauen, die einer geringfügigen und damit nicht sozialversicherungspflichtigen Beschäftigung nachgehen. Sie liegt bei knapp 10 000. Im Vergleich zu den 80 000 sozialversichert Beschäftigten im gesamten Agenturbezirk sei das schon eine Hausnummer. „Alle sprechen immer über die Zeitarbeit. Dabei ist es sehr viel schwerer, aus diesem Niedriglohnssektor an eine feste Stelle zu kommen als über die Zeitarbeit“, sagt Edelbert von der Arbeitsagentur in Dillingen. Hier und bei den Teilzeitbeschäftigten Frauen sieht Wolfinger noch Ressourcen für den Arbeitsmarkt. „Wenn die Rahmenbedingungen, etwa bei der Kinderbetreuung,

stimmen, könnte hier Potenzial für die Unternehmen stecken.“

Ebenso wie bei den Pendlern. Denn vor allem im Kreis Dillingen wird deutlich: Viele Arbeitnehmer zieht es nach draußen. Zwar kommen etwa 6800 Bürger von außerhalb zur Arbeit in den Kreis, dafür pendeln aber 8700 auch nach drau-

„Wenn die Rahmenbedingungen (...) stimmen, könnte hier Potenzial für die Unternehmen stecken.“

Claudia Wolfinger

ßen – nach Augsburg, Günzburg oder in den Raum Heidenheim. Dies, so Wolfinger, spreche auf den ersten Blick für die Attraktivität des Wohnumfeldes.

Gleichzeitig, so Reile, sei es aber auch ein Beleg dafür, dass anderswo teils höhere Löhne gezahlt werden können. „Unser Umfeld ist eher mittelständisch geprägt und große Unternehmen sind da im Vorteil.“ Im Wettbewerb um rare Fachkräfte sei das Gehalt aber ein immer wichtigerer Faktor.

Grünbeck: Neue Hauptabteilung
Bauermann-Roos nun Gesamtvertriebsleiter

Höchstädt Noch mehr Kundenorientierung und stärkere Synergien bei Vermarktungsaktivitäten erwartet die Grünbeck Wasseraufbereitung GmbH laut Pressemitteilung von einer Neustrukturierung des Vertriebes für Serienprodukte und Objektanlagen zum Jahresanfang 2012. Zukünftig verantwortet Edwin Bauermann-Roos als Gesamtvertriebsleiter die Produktbereiche Serie und Objekt im In- und Ausland.

„Die Produktgruppen und Vertriebskanäle liegen hier so nah beieinander, dass es sich um einen logischen Schritt handelt. Wir haben somit noch bessere Möglichkeiten für kombinierte Verkaufsaktivitäten unserer Anlagen“, so Dr. Günter Stoll, Geschäftsführer der Grünbeck Wasseraufbereitung. Durch die stärkere Konzentration der Verantwortung im Vertrieb sei zudem eine schnellere Reaktion auf Marktentwicklungen möglich. Als Hauptabteilungsleiter Vertrieb übernimmt Edwin Bauermann-Roos zukünftig auch die Verantwortung für den Exportbereich. Hier liegen die Schwerpunkte



Edwin Bauermann-Roos

der Grünbeck Wasseraufbereitung bei den Anrainerstaaten Deutschlands sowie ausgewählten Staaten in Osteuropa. „Wir exportieren zum großen Teil Anlagen aus dem Serien- und Objektbereich. Damit sollte die Vertriebsverantwortung auch in einer Hand liegen, um eine gute Abstimmung zu ermöglichen“, so Stoll weiter. Die Aktivitäten im Auslandsgeschäft – insbesondere in Europa – werden in der Zukunft weiter verstärkt, um die Abhängigkeit vom deutschen Markt zu reduzieren. Mit der neuen Struktur seien dafür gute Voraussetzungen geschaffen. (pm)

Deutz-Fahr steigert erneut Marktanteil
Traktorenmarkt hat kräftig angezogen

Lauingen Der Traktorenmarkt hat im Jahr 2011 kräftig angezogen. Sowohl, wenn man den Gesamtmarkt inklusive der Kleintraktoren bis 50 PS betrachtet, als auch den Markt für landwirtschaftliche Traktoren ab 51 PS. In beiden Fällen hat die Marke Deutz-Fahr laut Pressemitteilung überproportional am Marktanstieg partizipiert. Mit insgesamt 3550 Traktoren ab 51 PS konnte die Firma mit einem Marktanteil von 12,5 Prozent das Vorjahresergebnis erneut nach oben ausbauen. In drei PS-Klassen stellen die bayerischen Traktorenbauer aus Lauingen den Marktführer.

„Uns freut ganz besonders die bemerkenswerte Entwicklung der Marktanteilszahlen unserer stufenlosen Traktoren. Mit acht Modellen von 90 bis 224 PS, sowohl mit 4- als auch 6-Zylinder-Motoren, können wir unseren Kunden mittlerweile ein lückenloses Programm an stufenlosen Traktoren anbieten“, kommentiert Alexander Leopold, Vertriebs- und Marketingdirektor bei Same Deutz-Fahr Deutschland, das Ergebnis.

„Für uns ist entscheidend, dass wir wieder ein gutes Stück zugelegt haben. Dass wir mit dem Agrottron M 620 und M 625 quasi die Leistungsträger in vielen Betrieben der Landwirtschaft stellen, stimmt uns natürlich höchst zufrieden.“ Und wenn man sich die Ergebnisse genau anschaut, habe man in vielen Klassen die Position ausbauen können. Darauf sei man sehr stolz. Auch für das Jahr 2012 sieht Deutz-Fahr eine hervorragende Chance, die Marktpräsenz zu steigern. (pm)

In 30 Sekunden überzeugen

Selbstvermarktung Experte erklärte, wie man sein Unternehmen ideal vorstellt

VON MATTHIAS MOLL

Dillingen „Ich werde nicht jeden in 30 Sekunden für mich gewinnen, dafür manche schon nach 20.“ So eröffnete Joachim Skambraks alias Mr. Elevator Pitch seinen Vortrag beim Bund der Selbständigen. Dann ließ er jedem seiner Zuhörer erst einmal die Chance, sich und sein Unternehmen in 30 Sekunden vorzustellen. Der perfekte Elevator Pitch, also eine emotionale Kurzpräsentation der eigenen Idee oder des eigenen Unternehmens, gelang zu diesem Zeitpunkt noch keinem.

Um sich bei dieser Präsentation optimal darzustellen, sei es besonders wichtig, zielorientiert zu sein. Die erste Frage, die man sich also stellen müsse, sei, was genau man verkaufen wolle. „Alles für alle ist nicht spannend“, so Skambraks. Zweitens müsse die Zielgruppe klar definiert sein, denn nur dann sei sie auch erreichbar. Und seine Ziele müsse man immer vor Augen haben.

Jeder Elevator Pitch solle mit einem Interessen-Katalysator beginnen. „Geben Sie dem Zuhörer einen Grund, dass er sich an Sie erinnert. Ich habe immer die Erfolgsfaktoren von Columbo aufgezählt. So blieb ich jedem als Mr. Columbo in Erin-



Wie man in 30 Sekunden überzeugen kann, darüber referierte Mr. Elevator Pitch, Joachim Skambraks (links), beim Bund der Selbständigen, rechts im Bild Vorsitzender Manuel Schuster.

Foto: Moll

nerung“, erklärte Skambraks seine Strategie. Anstatt technische Details über sein Produkt oder seine Dienstleistung zu erzählen, solle man lieber erklären, wie das Alltagsleben dadurch erleichtert werde. „Nutzen Sie den Pinsel der Sprache und malen Sie ein Bild in den Kopf

des Kunden, an das er sich gerne wieder erinnern wird.“ Doch das Visuelle allein reiche nicht. „Wecken Sie die Sinne Sehen, Hören und Fühlen, dann ist die Geschichte perfekt. Aber spielen Sie nicht mit der Angst Ihrer Kunden, denn unser Gehirn kennt kein Nein“, so Skam-

braks. „Das beste Beispiel ist, wenn ich sage, dass Sie nicht an einen rosa Elefanten denken dürfen.“

Deshalb sollen positive Bilder erzeugt werden, dann bleibe man auch in guter Erinnerung. Es sei aber in

„Nutzen Sie den Pinsel der Sprache und malen Sie ein Bild in den Kopf des Kunden, an das er sich gerne wieder erinnern wird.“

Joachim Skambraks

Ordnung, eine spannende Situation aufzubauen, die dann durch das eigene Produkt gelöst werden könne. Zum Schluss sei es wichtig, den Kunden zur Tat aufzufordern. Einfache Fragen wie „Wie verbleiben wir jetzt?“ würden oft den Kontaktaustausch fördern. Ein weiterer Erfolgstitel sei es, den Herzschlag des Gesprächspartners zu erhöhen. Mit einer Geschichte von Dr. Eckhard von Hirschhausen rundete Skambraks das Programm ab: „Setzen Sie im Stau eine Clownsnase auf. Amateure schauen rüber, Profis immer nach vorne. Machen Sie es wie die Profis und ziehen Sie Ihr Ding durch.“