

# Wirtschaftszeitung

HANDEL, HANDWERK, INDUSTRIE UND GEWERBE IN OSTBAYERN

WWW.DIE-WIRTSCHAFTSZEITUNG.DE

NR. 12 • DEZEMBER 2014 • 2,90 €

## Am Bau fehlen Ingenieure

Mangel bedroht Standort

**MÜNCHEN.** Die am Bau tätigen Ingenieure haben zunehmend Probleme, offene Stellen in ihren Büros adäquat zu besetzen. Seit Juli führt die Bayerische Ingenieurekammer-Bau monatlich eine Umfrage zu aktuellen Themen durch. Im Oktober wollte die Kammer von den Ingenieurbüros wissen: „Haben Sie Probleme, qualifizierte Mitarbeiter zu finden?“ Mit 81 Prozent der 201 Befragten sagte die Mehrheit „Ja“. Im Mai 2014 gaben noch 73,2 Prozent der Befragten an, Probleme mit der adäquaten Besetzung offener Stellen zu haben. Trotz langsam steigender Studierendenzahlen im Bauingenieurwesen herrscht akuter Mangel an Fachkräften. „Wenn das so weiter geht, können immer weniger Bauprojekte verwirklicht werden, müssen Ingenieurbüros schließen und große Aufträge können kaum noch umgesetzt werden. Darunter wird auch der Wirtschaftsstandort Bayern leiden“, sagt Dr.-Ing. Heinrich Schroeter, Präsident der Bayerischen Ingenieurekammer-Bau. (wz)



## Gold, Geld oder Grund?

Großes Spezial: Welche Strategien zur Vermögensbildung in Zeiten niedriger Zinsen erfolversprechend sind. **Seiten 11-19**

## Führungskräfte von morgen: Das Ende der Alpha-Tiere?

Um im „War for Talents“ zu gewinnen, müssen Manager ihren Führungsstil ändern

VON OXANA BYTSCHENKO

**OSTBAYERN.** Globalisierung, Fachkräftemangel und Digitalisierung stellen für Unternehmen die Herausforderungen der kommenden Jahre dar. Gleichzeitig fordern Kunden und Geschäftspartner individuelle Produkte, die eine hoch flexibilisierte Herstellung erfordern. Hier sind einflussreiche Unternehmen im Vorteil: Kreativität und innovative Prozesse sind gefragt. Vor diesem Hintergrund muss sich auch das Management der Unternehmen, das den Unternehmenserfolg mitbestimmt, ändern.

Als Erstes sollte man die Hierarchie des Industriezeitalters abschaffen, sagt Franz Kühmayer, Strategieberater und Autor des Zukunftsinstutits in seinem „Leadership Report 2015“. Die heutige digitale Zeit komme ohne Partizipation nicht mehr aus. Vorgeschriebene Arbeitsabläufe, die schrittweise und nach Zeitangaben abgearbeitet werden, seien überholt. Früher wurde die

Arbeitskraft anhand der Stechuhr und der produzierten Menge bewertet, der Mitarbeiter erhielt einen Bonus. Heute und in Zukunft brauche die Wirtschaft jedoch, so Kühmayer, sogenannte Knowledge Worker.

Deshalb verändert sich auch die Rolle der Führungskraft: Waren sie bisher Manager zwischen verschiedenen Schnittstellen, sollten sie nun zu Beziehungsmanagern werden. Sie müssen die Unternehmenskultur und die Bedürfnisse der Mitarbeiter erspüren. Aber hierbei geht es um mehr als ein Fitnesscenter, Firmenauto oder gemütliche Lounges im Unternehmen. Im „War for Talents“, so Kühmayer, müssen Firmen durch vielfältige Maßnahmen zu einem „Magnetfeld“ auf dem Arbeitsmarkt werden. Einige Unternehmen in Ostbayern haben die Zeichen der Zeit verstanden und ihren Führungsstil bereits angepasst. Sie wissen, dass die begehrten Wissensarbeiter sich im Job wohlfühlen müssen, dass sie eine kreative und innovations-

freundliche Umgebung brauchen – Freiheit statt starre Strukturen. Die leistungsfähigen Teamplayer brauchen Aufgaben, die Spaß machen, aber auch herausfordern. Sie wollen ihre Arbeitszeit flexibel gestalten, nicht nur wegen der Work-Life-Balance, sondern weil Kreativität sich nicht in einen Zeitrahmen pressen lässt. „Der gut gemeinte Ratschlag, man möge doch bitte ‚out of the box‘ denken, greift in Wahrheit zu kurz“, sagt Kühmayer. Hier müsse stattdessen das Prinzip des Kinofilms „Matrix“ gelten: „There is no box.“ Geld spielt für die Wissensarbeiter eine untergeordnete Rolle, deshalb kann man sie mit Boni nicht anlocken. Die Führungskräfte von morgen müssen sich auf diese Art der Mitarbeiter einstellen. Aber wenn die Unternehmen dies verinnerlicht haben, könnten sie profitieren, so Kühmayer: Denn Kreativität sei eine „erneuerbare Energieform“, die Unternehmen immer wieder anzapfen können. **Seiten 4/5**

KOMMENTAR

### Basisausstattung



VON OXANA BYTSCHENKO

Die Anforderungen an Führungskräfte von morgen steigen: Es werden em-

pathische, flexible und offene Teamplayer gesucht, die komplizierte Netzwerke in Unternehmen zusammenhalten und stärken. Das dürfte Frauen doch sehr bekannt vorkommen. Während Männer sich diese Eigenschaften teilweise aneignen müssen, bringen Frauen die Tugenden bereits mit. Nur verhindert die gläserne Decke in vielen Firmen, dass Frauen auch in der oberen Liga mitspielen. Männer suchen sich nunmal Gleichgesinnte als Mitspieler aus, sei es bewusst oder unbewusst – oder aus Gewohnheit. Die Zeit ist reif für eine Veränderung. Traurig genug, dass im 21. Jahrhundert eine Quote die weiblichen Anteile im Unternehmen künstlich erhöhen soll und in einigen Branchen erst ein Fachkräftemangel entstehen musste, damit Firmen das weibliche Potenzial entdecken. Aber manchmal sieht man eben vor lauter Wald die schönen Birken nicht.

### NACHRICHTEN

#### KREATIVES POTENZIAL

Die Kultur- und Kreativwirtschaft in der Region setzt pro Jahr etwa 1,6 Milliarden Euro um. Potenzial, das Politik, Verbände und Verwaltung mit der richtigen Unterstützung weiter steigern möchten. **Seite 3**

### UNTERNEHMEN

#### NETZWERKEN IN MARIENBAD

Die Wirtschaftszeitung begleitete Vertreter von Verbänden und Unternehmen nach Tschechien, wo im Rahmen der Marienbader Gespräche über das Wirtschaften im Grenzraum gesprochen wurde. **Seite 20**

### MAGAZIN

#### NEUE EINBLICKE

Die PCO AG in Kelheim, Gewinner des Innovationspreises der Wirtschaftszeitung, entwickelt ultraschnelle und hochempfindliche Kameras für Forschung, Medizin und Industrie. **Seiten 26/27**

### STANDORTPORTRÄT

In dieser Ausgabe stellen wir den Standort Wackersdorf vor.



### KONTAKT

#### Mittelbayerischer Verlag

Kumpfmühler Straße 15, 93047 Regensburg  
Telefon 0800-207 0006 (gebührenfrei, nur aus den Festnetzen)  
Mail service@die-wirtschaftszeitung.de  
Online www.die-wirtschaftszeitung.de

## Eine dynamische Branche

Kultur- und Kreativwirtschaft in Bayern besonders stark

**NÜRNBERG.** Das Bayerische Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie siedelt das Bayerische Zentrum für Kultur- und Kreativwirtschaft bei der Bayern Innovativ in Nürnberg an. Als zentraler Ansprechpartner wird das neue Zentrum unter der Leitung von Dirk Kiefer ab 1. Januar 2015 unternehmerische Impulse und die Vernetzung der Kultur- und Kreativwirtschaft in allen Regierungsbezirken Bayerns fördern.

Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist mit einer Bruttowertschöpfung von rund 63 Milliarden Euro (2012), über 1,6 Millionen Erwerbstätigen und rund 247.000 Unternehmen ein äußerst dynamischer Wirtschaftszweig in Deutschland. Sie liegt im Branchenvergleich zwar hinter dem Maschinenbau und der Automobilindustrie, aber

deutlich vor der chemischen Industrie oder der Energieversorgung. Die erst seit 2009 in Deutschland statistisch erfasste Branche Kultur- und Kreativwirtschaft setzt sich aus den elf Teilmärkten Architektur, Kunstmarkt, Buchmarkt, Markt für die darstellenden Künste, Designwirtschaft, Filmwirtschaft, Musikwirtschaft, Pressemarkt, die private Rundfunk- und Fernsehmarkt, Software und Games sowie die Werbewirtschaft zusammen.

Hier nehmen die bayerischen Kultur- und Kreativunternehmen bundesweit einen herausragenden Platz ein: Etwa ein Fünftel der Selbstständigen und Unternehmen der deutschen Kultur- und Kreativwirtschaft sind in Bayern ansässig. (wz) **Seite 3**

DAS MEHR FÜR IHRE MITARBEITER.

WISSEN ENTSCHIEDEN FÜHREN



Management Kolleg in Ostbayern

### Inhouse-Schulung

Sämtliche Seminare des Management Kollegs in Ostbayern können als Inhouse-Schulung gebucht werden. Die Inhalte werden dabei individuell auf Sie und Ihre Mitarbeiter zugeschnitten.

Gerne erstellen wir Ihnen ein individuelles Angebot. Ihre Ansprechpartnerin: Christine Schaffner, Telefon: 0941 630767-174, schaffner@mkolleg.de

Weitere Informationen unter [www.mkolleg.de](http://www.mkolleg.de)



4 191951 902904



5 0 1 1 2



Gerade Unternehmer sollten sich genau überlegen, welche Versicherungen unbedingt notwendig sind und auf welche verzichtet werden kann.

Fotos: Pyrosky/Nicodape-istock-thinkstock

# Versicherungen, die Unternehmer haben sollten

Auch im Schadensfall gut aufgestellt: wertvolle Expertentipps rund um das Thema Versicherungen



VERSICHERUNG

VON STEFANIE STRASSBURGER

**CHAM.** Ob Existenzgründer, mittelständischer Betrieb oder Großkonzern: Jedes Unternehmen lebt mit allgemeinen und spezifischen Betriebsrisiken. Bei der Wahl der passenden Versicherungen stehen Unternehmer in der Pflicht abzuwägen, welche Versicherung tatsächlich gebraucht wird, und das kann von Branche zu Branche ganz verschieden sein. Versicherungsmakler Karl Wutz aus Cham betreut viele Kunden aus dem gewerblichen Bereich und ist als Dozent für die Gründeragentur Cham tätig. Er hat die wichtigsten Versicherungen für Unternehmer herausgesucht.

Basisschutz Haftpflichtversiche-

rung: Für einige Branchen ist sie gesetzlich vorgeschrieben, sollte aber für alle Pflicht sein. Denn laut BGB §823 muss jeder, der einem anderen Schaden zufügt, dafür mit seinem eigenen Vermögen haften, und zwar in unbegrenzter Höhe.

Basisschutz für produzierende Unternehmen oder (erweiterte) Produkthaftpflichtversicherung: Wer etwas produziert, sei es nun für den Endverbraucher oder als Zulieferer, sichert seinen Kunden bestimmte Produkteigenschaften zu. Sobald diese nicht eingehalten werden, gibt es Probleme. Wenn ein fehlerhaftes Teil bei der Weiterverarbeitung dafür sorgt, dass die ganze Produktion stillsteht, kommt die erweiterte Produkthaftpflicht dafür auf.

Erweiterungsschutz Umweltschadenversicherung: Mit dem Umweltschadengesetz haften Verursacher von Umweltschäden nicht nur für Schäden an Einzelpersonen, sondern grundsätzlich für Schäden an Flora, Fauna, Gewässern und Böden und sind zur Sanierung verpflichtet.

Ein Tipp zum Thema Kfz-Haftpflicht: Die hat im Normalfall jeder, aber die wenigsten überprüfen, ob sie

auch betrieblich geltend ist. Wer sein Auto (auch) geschäftlich nutzt, sollte einen Blick in die Vertragsbedingungen werfen und sie gegebenenfalls anpassen.

Basisschutz Betriebsinhaltsversicherung: Nimmt man – ganz grob gesagt – vom Unternehmen das Dach ab, stellt alles auf den Kopf und schüttelt es kräftig durch, dann fällt eine Menge heraus. Das alles ist in einer Betriebsinhaltsversicherung enthalten, ganz ähnlich wie im privaten Bereich in der Hausratversicherung. Allerdings sind nicht automatisch alle Gefahren beinhaltet; das muss von Betrieb zu Betrieb abgewogen werden.

Erweiterungsschutz Betriebsunterbrechungsversicherung: Sie kann auf Wunsch in die Betriebsinhaltsversicherung mit aufgenommen werden und ersetzt auch laufende Fixkosten wie Gehälter, wenn der Betrieb wegen eines Schadensfalls unterbrochen werden muss.

Basisschutz Rechtsschutzversicherung: Sie schließt das gesamte Umfeld eines Betriebes ein – ob Mitarbeiter, Flotte, Einkauf oder Immobilien. Für größere Unternehmen empfiehlt sich zusätzlich eine Spezialstrafrecht-

schutzversicherung für all die Fälle, in denen der Staatsanwalt vor der Tür stehen kann.

Basisschutz Krankenversicherung: Die Erfahrung zeigt, dass bei zehn Beratungen für sieben bis acht Unternehmer die gesetzliche Krankenkasse die bessere Empfehlung ist. Tipp: Krankengeld beziehungsweise Krankentagegeld sollte unbedingt beinhaltet sein. Gegebenenfalls sollte man bereits laufende Versicherungen daraufhin überprüfen.

Basisschutz Berufsunfähigkeitsversicherung (BU): Fällt eine Arbeitskraft aus, muss dieses entstandene Loch aufgefüllt werden. Daher sollte diese Versicherung für jeden Pflicht sein, der von seiner Arbeit lebt. Wer sich aufgrund unerschwinglicher Prämien keine BU leisten kann (zum Beispiel Handwerker), für den gibt es die Basis-Berufsunfähigkeitsversicherung. Sie schließt zum Beispiel psychische Erkrankungen aus und ist deshalb günstiger zu haben.

Basisschutz Risikolebensversicherung: Pflicht für jeden, der eine Investition mit Fremdkapital getätigt hat und seine Hinterbliebenen im Todesfall nicht mit Schulden belasten möch-

te. Tipp: Der Vertrag kann so gestaltet werden, dass die Summe im Todesfall ausbezahlt werden kann, ohne dass Erbschaftsteuer anfällt.

Basisschutz Altersvorsorge: Sie wird gerade bei jungen Betrieben oft vernachlässigt, weil das vorhandene Geld lieber ins Unternehmen gesteckt wird. Die Erfahrung aber zeigt: lieber gleich zu Beginn kleine Summen investieren als gar nichts.

Erweiterungsschutz Unfallversicherung: Je nach Gewerbe ist diese Versicherung für den Unternehmer selbst über die jeweilige Berufsgenossenschaft sinnvoll. Eventuell ist auch mit einer privaten Unfallversicherung bereits ausreichend Schutz vorhanden.

Ein Tipp zum Schluss: Alles aus einer Hand: Weil im Schadensfall oft verschiedene Versicherungen ineinandergreifen, ist es besser, alle Versicherungen in eine Hand zu geben. So vermeidet man unter anderem auch mögliche Über- und Unterversicherungen. Statt auf drei Jahre sollten Verträge besser nur für ein Jahr vereinbart werden. So kann man flexibler reagieren und sich neue informieren, wenn sich im Unternehmen etwas ändert.

MIETEN

BAUEN

KAUFEN

FINANZIERUNG

ENERGIE

WOHNEN

## IMMOZEIT

Das Magazin rund um die Immobilie

Sichern Sie sich jetzt Ihren Eintrag im hochklassigen Magazin!

Stellen Sie in der 2. Ausgabe IMMOZEIT unseren Lesern Ihr Unternehmen vor und machen Sie auf Ihre Produkte und Dienstleistungen rund um den Themenkomplex Immobilien aufmerksam.

Präsentieren Sie sich mit einer PR- oder mit einer klassischen Image-Anzeige im Magazin.



Hier gehts zur Online-Ausgabe 2014  
www.mittelbayerische-medienfabrik.de/epaper/immozeit-2014

**Buchen Sie JETZT!**

Ihr Medienberater:  
Christoph Beck  
Telefon: 0941 207 381  
christoph.beck@mittelbayerische.de

Anzeigenschluss:  
09.01.2015  
Erscheinungstermin:  
06.03.2015



Titel Ausgabe 2014

Ein Produkt der **m medienfabrik**  
www.mittelbayerische-medienfabrik.de