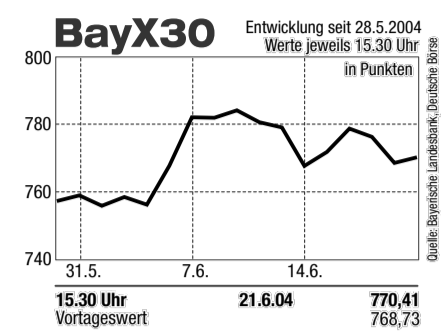


Aus der Wirtschaft

BayX30



Diese Firmen sind im BayX30 (WKN 599 825) vertreten:
Siemens, Allianz, Münchener Rück, HypoVereinsbank, BMW, Infineon, Adisio-Salomon, Epox, MAN, Singula, ProSiebenSat.1, Internormed, Rhizo-Klinikum, Nürnberger Bet., DAB Bank, Puma, Kortron, GPC, GIK, Zopf Creation, Koenig&Bauer, DKS Software, EM.TV, Kronos, BayWa, Leoni, F.H-AG, Escada, Sixt, CE Consumer Electronic, Süss Microtec

Börsenbericht

Erleichterung

Mit spürbarer Erleichterung haben die deutschen Aktienmärkte am Montag auf die Tatsache reagiert, dass die Post den Börsengang ihrer Tochter Postbank zwar verschoben, aber nicht abgesagt hat. Die freundliche Stimmung drückte sich bei einem insgesamt ruhigen Geschäftsgang in moderaten Aufschlägen der Indizes aus. Auch im bayerischen Index BayX30 ging es um 0,49 Prozent auf 776,4 Punkte nach oben.

Gut zwei Drittel aller im Index vertretenen Titel konnten Zugewinne verbuchen. Süss Microtec verteuerte sich um 2,1 Prozent auf 7,28 Euro. Händler der Börse München begründeten das Plus mit optimistischen Aussagen von Intel zum Speichergeschäft, aber auch mit den positiven Vorgaben für Technologiewerte aus Japan. Davon profitierten auch Aktien von Singulus, die sich mit einem Sprung von 4,88 Prozent auf 15,47 Euro an die Spitze der Gewinnerliste setzten. ProSiebenSat.1 Media legte um 0,7 Prozent auf 14,35 Euro zu. Hintergrund waren Presseberichte, der US-Investor Haim Saban wolle ein zweites Aktienpaket von 12,7 Prozent an dem Medienkonzern erwerben. Das Paket wird durch die Abwicklung der insolventen Kirch-Tochter Taurus TV frei. Für die Kleinanleger hat die Kaufabsicht also keine direkten Auswirkungen. Nach den Aufschlägen der Vorwoche im Vorfeld der Dax-Neugewichtung gab es bei den Titeln der HypoVereinsbank ein Minus von 0,96 Prozent auf 14,50 Euro. Hier dürften erste Gewinne realisiert worden sein. GPC Biotech gab dem Branchentrend folgend um 1,17 Prozent auf 12,72 Euro nach.

Christine Bortenlänger, Börse München

Immer mehr Unternehmer engagieren einen Imageberater für ihre Mitarbeiter

Starker Auftritt

Sensibler Umgang mit den Kunden ist den Unternehmen wichtiger als ein perfekt gestyltes Äußeres

Von Gerda Frey

Die kurzen blonden Haare sehen ein bisschen nach Urlaub am Meer aus. Einzelne Strähnen fallen frech in die Stirn der quirligen Frau, die sich gerne jung und bunt kleidet. Barbara Bischof fällt auf in dem eher konservativ wirkenden Einrichtungsgeschäft im Almeida-Palais an der Brienner Straße. Besonders neben Uwe Kirschenmann, ihrem Chef im dunkelblauen Nadelstreifenanzug, wirkt sie wie der bunte Vogel des Hauses.

Damit seine Mitarbeiter dem Kunden gegenüber überzeugend auftreten, hat Kirschenmann, Geschäftsführer von Dross & Schaffer, Barbara Bischof und ihren Kollegen für einen Tag einen Imageberater zur Seite gestellt. Der hat Barbara Bischof die Farbenfreude nicht genommen. Im Gegenteil: Berater Georg Stiels fand ebenso wie ihr Chef, dass genau das Bunte und Quirlige gut ankommt. An diesem Sonntag, an dem er sich jedem der fünf Mitarbeiter in Einzelgesprächen widmet, rät ihr Stiels, ihr fröhliches Wesen sogar noch mit blonden Strähnen zu unterstreichen.

Benimmregeln aufgefrischt

„Wir haben hier sehr unterschiedliche Mitarbeiter, die aber alle Geschmack haben“, sagt Kirschenmann. Das Ziel der Imageberatung sei deshalb nie gewesen, alle vereinheitlichen zu wollen. Vielmehr will Kirschenmann, dass seine Leute sich mit ihrem Stil wohl fühlen und dem Kunden vertrauenswürdig gegenüberstehen. Auch so manche in Vergessenheit geratene Benimm-Regel findet Kirschenmann wieder auffrischenswert: „Wer gibt wem die Hand, oder wie begleite ich den Kunden durch das Geschäft?“, seien Fragen, bei denen schon mal Unsicherheiten aufkommen können, glaubt er.

Ein Imageberater sollte Dross & Schaffer im harten Kampf um den gut zahlenden Kunden helfen: „Was wir verkaufen ist Luxus, das braucht man nicht unbedingt“, sagt Kirschenmann. Das bekam das Unternehmen 2003 mit Umsatzeinbrüchen zu spüren. Da Dross & Schaffer nun aber nicht billigere Ware anbieten will, soll es dem Kunden mehr Spaß machen, sein Geld in dem Einrichtungshaus auszugeben. Wer es sich derzeit leisten, sein Haus luxuriös auszustatten, habe nicht nur fachlich, sondern auch persönlich sehr hohe Ansprüche, ist Kirschenmann überzeugt.



„Ein gutes Image besteht aus mehr als dem passenden Krawattenmuster“: Georg Stiels berät Firmen über das richtige Auftreten der Mitarbeiter. Dabei kommt es ihm nicht auf Gleichmacherei an.

Foto: Andreas Heddergott

So wie Dross & Schaffer versuchen immer mehr Unternehmen, den Ansprüchen an ihr Auftreten mit Hilfe eines Imageberaters gerecht zu werden. „Sehr viele Firmen wollen in exklusive Marktsegmente vordringen“, hat die Imageberaterin Sabine Schwind von Egelstein beobachtet. Zu ihren Kunden zählen Banken, Pharma-Unternehmen und Versicherungen genauso wie IT-Firmen. Das Bild, das Unternehmen von sich nach außen vermitteln, werde immer wichtiger, weil die Produkte sich immer mehr ähneln. „Image hat sehr viel mit Klischee zu tun“, ist sie überzeugt: Der Mensch sei auf Schublade angelegt, damit er sich sicherer orientieren könne. „Deshalb muss man schauen, dass man in die Schublade kommt, in die man gerne möchte.“

Imageberatung ist für die gelernte Hotelfachfrau mehr, als das richtige Krawattenmuster zu suchen und den Farbtyp zu bestimmen. Um einen kompetenten Berater zu finden, sollte sich der Arbeitgeber deshalb genau umhören. Bisherige Kunden seien beispielsweise eine gute Informationsquelle und ersparten Enttäuschungen. „Es geht um Kleidung, Benehmen, Stimme, Körpersprache und Lebensstil“, definiert Schwind von Egelstein umfangreiche Beratung. Will eine Firma ein Gesamtkonzept, betrachtet die Beraterin zudem die Korrespondenz oder den Messeauftritt der Mitarbeiter.

Auch wenn viele Betriebe gerne ein einheitliches Bild nach außen abgeben möchten – als Gleichmacherei der Mitarbeiter sieht die Beraterin ihre Arbeit nicht. „Ich orientiere mich am Interesse des Auftraggebers wie auch an jeder einzelnen Person“, erklärt sie ihr Vorgehen. Dabei gehe es nicht darum, die Menschen

in Schablonen zu pressen. „Wenn ich Einzelpersonen berate, kann es auch mal vorkommen, dass ich meinen Kunden frage, ob er wirklich in der richtigen Firma ist“, erklärt sie.

Bei Barbara Bischof hat die Imageberatung gezeigt, dass sie in ihrer Firma so sein darf, wie sie ist. „Mir hat der Beratungstag total geholfen“, findet sie rückblickend. „Ich habe mich nicht verstellt, es ist eher ein Kick, den ich bekommen habe.“ Auch in ihrem Auftreten dem Kunden gegenüber fühlt sie sich sicherer. „Wir haben darüber gesprochen, wie man einen guten Umgang finden kann, ohne aufdringlich zu sein“, erzählt sie. Für sich selbst hat sie daraus den Schluss gezogen, sich anfangs mehr zurück zu nehmen, um zu sehen, wie die Person ist, die ihr gegenübersteht. Und irgendwie ist sie mit ihrer neuen Sensibilität auch privat ganz zufrieden: „Ich bin anderen gegenüber aufmerksamer geworden.“

Seminar macht fit für die Selbstständigkeit

An alle Frauen, die sich nach der Elternzeit selbstständig machen wollen, wendet sich ein Seminar der Agentur für Arbeit und der Münchner Universität. Die Veranstaltung eignet sich speziell für Berufsrückkehrerinnen mit Hochschulabschluss, die auf die Gründung und professionelle Führung des eigenen Unternehmens vorbereitet werden wollen. Bei dem Seminar werden folgende Fragen behandelt: Wie gründe ich ein Unternehmen als Teilzeit-Selbstständige oder Freiberuflerin? Wie stelle ich ein Geschäftskonzept überzeugend dar? Welche Marketing-Maßnahmen eignen sich für eine Existenzgründerin? Seminartermine sind am Dienstag, 13. Juli, 9 bis 12 Uhr, und am Dienstag, 20. Juli, 9 bis 12 Uhr, jeweils im BIZ Berufsinformationszentrum der Agentur für Arbeit, Kapuzinerstraße 30. Die Veranstaltungen sind kostenlos. Anmeldung und Infos unter der Telefonnummer 3076-2504 und im Internet unter www.effekt-online.de. *daz*

Hochschul-Gründertag gibt Tipps für Start-ups

Welchen Preis kann ich am Markt verlangen? Welche öffentlichen Finanzierungshilfen gibt es? Diese und weitere Fragen von Jungunternehmern und Start-ups beantworten Experten auf dem Bayerischen Hochschul-Gründertag am Mittwoch, 7. Juli, im Nymphenburger Schloss. Die jährlich stattfindende Konferenz wird in diesem Jahr bereits zum dritten Mal veranstaltet und bietet jungen Gründern die Möglichkeit, sich kostenlos zu informieren und über strategische und aktuelle Fragen rund um hochschulnahe Unternehmensgründungen zu diskutieren. Referenten aus dem In- und Ausland behandeln in Fachvorträgen und Workshops Themen wie Gründungspläne, hochschulnahe Gründungsnetzwerke, Seed-Finanzierung und virtuelle Gründungsnetzwerke. Beginn der Veranstaltung ist um 9 Uhr, Ende gegen 22 Uhr. Anmelden kann man sich bis zum 2. Juli im Internet unter www.hochsprung.de. *daz*

Arbeitsämter bleiben am Mittwoch geschlossen

Aus betrieblichen Gründen bleiben am Mittwoch, 23. Juni, alle Dienststellen der Agentur für Arbeit München für den allgemeinen Publikumsverkehr geschlossen. Davon betroffen sind auch die Geschäftsstellen in Pasing, Dachau, Ebersberg, Starnberg und Fürstenfeldbruck. In dringenden Fällen können jedoch Termine für persönliche Gespräche vereinbart werden. *daz*

München erleben.

Am 23. Juni. Mit Ihrer Süddeutschen Zeitung.

Kräftig eingheizt

Erfolgsgeschichte von Schaltbau begann mit Komponenten für Bahnwaggons

Mit dem Bau von Heizkörpern für die Reichsbahn fing alles an, inzwischen blickt die Münchner Schaltbau GmbH auf eine 75-jährige Firmengeschichte zurück. Es war das Jahr der Weltwirtschaftskrise, als das Verkehrstechnik-Unternehmen 1929 gegründet wurde. Eine unwirtliche Zeit für eine junge Firma. Ins Leben gerufen wurde sie von der Widerstand AG Hannover, die für einen Großauftrag der Reichsbahn alle Reisewagen mit einem Heizkörpermodell ausrüsten sollte und die damit verbundenen Aufgaben zur Entwicklung von Hochspannungsschaltern in die Hände einer darauf spezialisierten Firma legen wollte.

Die Schaltbau GmbH wurde geboren. Sie begann mit einem Startkapital von 20 000 Reichsmark und zog mit lediglich zwölf Mitarbeitern in Räume an der Dreimühlenstraße in die Isarvorstadt. München wurde als Firmensitz gewählt, da die Münchner Reichsbahnverwaltung an der Entwicklung von elektrischen Zugheizungen arbeitete und die entsprechenden Aufträge vergab.

Das Unternehmen etablierte sich schnell am Markt. Schon 1934 war das Auftragsvolumen derart gestiegen, dass die Firma in ein größeres Gebäude an der Thalkirchner Straße 47 umziehen musste. Die Mitarbeiterzahl verdoppelte sich auf 24 und ein Abteilschalter mit Vielfachunterbrechung wurde zur ersten bedeutenden technischen Innovation des Unternehmens. Dank dieser Erfindung stieg die Zahl der Mitarbeiter 1938 auf 354, der Umsatz lag bei vier Millionen Reichsmark. Die Firma erwarb daraufhin an der Hohenwaldeckstraße im Osten Münchens wiederum ein neues, größeres Areal.

Der Reichsbahn lieferte Schaltbau alle für die elektrische Zugheizung und Beleuchtung nötigen Geräte. Dazu kompletten Gerätekästen, Notschalter sowie ölbeheizte Luftheizungsanlagen die Produktpalette.

In den Kriegsjahren bestimmte die Produktion von Heeresgeräten den Betrieb, danach stellte das Unternehmen auf die Herstellung von Kochtöpfen, Schöpflöffeln, Pfannen und elektrischen Kochern um. Einen neuen Aufschwung brachte 1948 der Wiederaufbau der deutschen Bahn sowie die Erfindung des Troforstabs, einem neuartigen Heizelement. Ein 1956 beschlossener Einstieg ins Industriegebiet mit Steckvorrichtungen und Relais steigerte bis 1970 die Zahl der Mitarbeiter auf 769. Der Umsatz stieg auf 28,3 Millionen Mark.

Nach einer Restrukturierungsphase in den achtziger Jahren wurde die Firma 1992 von der Berliner Elektro Holding übernommen und in eine Aktiengesellschaft umgewandelt. Das Unternehmen beschäftigt heute 365 Mitarbeiter am Hauptsitz in München sowie an den Fertigungsstätten in Aldersbach im Landkreis Passau und Velden in der Nähe von Landshut. Hinzu kommen Tochterunternehmen in Frankreich, den USA und China.

Zum Jubiläum gibt es Grund zum Feiern: Trotz der schlechten Marktlage war das vergangene Jahr mit einem Umsatz von 39,5 Millionen Euro eines der erfolgreichsten der Firmengeschichte. Neben Siemens, Bombardier und der Deutschen Bahn gehört auch die indische Eisenbahn zu den großen Umsatzbringern. *Daniela Zinsler*



Maschinen in Reih' und Glied: So sah es 1954 in den Fertigungshallen der Münchner Schaltbau aus, die heuer ihr 75-jähriges Bestehen feiert. Foto: oh

Münchner Gelbe Seiten gewinnen Preis

Die Stadtteilbücher der Gelben Seiten München sind vom Verband deutscher Auskunfts- und Verzeichnismedien mit dem „Verzeichnismedienpreis 2004“ in Silber ausgezeichnet worden. Dem Preis ging eine komplette Überarbeitung der neun Stadtteilbücher voraus. So vergrößerte der Josef Keller Verlag, der die Gelben Seiten entworfen hat, das Buchformat und verbesserte mit einem Farbleitersystem die Handhabung der Bücher. Sondereile wie die „Gastfreundlichen Seiten“ sowie ein detailliertes Straßenverzeichnis fanden Gefallen bei der Jury. 2003 war der Keller Verlag für die oberbayerische Ausgabe von „Das Örtliche“ ausgezeichnet worden. *daz*

Direkte Auskünfte über Rentenversicherung

Die Auskunfts- und Beratungsstelle der Bundesversicherungsanstalt für Angestellte (BfA) lädt am Donnerstag, 24. Juni, von 8 bis 18 Uhr zum elften „Tag der kurzen Wege“ ein. In dem Rahmen der BfA am Viktualienmarkt 8 können sich Interessierte über die gesetzliche Rentenversicherung informieren und auch Auskünfte von Experten einholen. Als Gesprächspartner stehen Vertreter des Amtes für Versorgung und Familienförderung, der Verbraucherzentrale, der Agentur für Arbeit sowie verschiedener Krankenkassen zur Verfügung. Um 10 Uhr und 15 Uhr gibt es zudem einen medizinischen Vortrag über Herz-Risikofaktoren. *daz*

Kurz gemeldet

Handelsverband. Detlef Wulfes, Geschäftsführer von Karstadt Neupollinger in München, wurde zum neuen Mitglied im Präsidium des Handelsverbands BAG Bayern berufen.

Niederlassung. Thomas International, nach eigenen Angaben führender Anbieter von Managementsystemen und Personalentwicklungstools, hat eine neue Niederlassung in München eröffnet. Von dort aus werden Unternehmen im gesamten süddeutschen Raum betreut. *SZ*

Redaktion Münchner Wirtschaft
Otto Fritscher
Telefon 21 83-8384 / Fax - 8337
muenchner.wirtschaft@sueddeutsche.de