

# Der Unternehmer

WERTE – POTENZIALE – UMSETZUNG – ERFOLG

## Inhalt

### Kienbaum- Vergütungsstudie

Führungs- und  
Fachkräfte in Marketing  
und Vertrieb 2009

### Coaching

Ein Fall von  
Stressreduktion  
Coaching gegen eine  
berufliche Abwärtsspirale

### Unternehmensführung

Zielgruppe Individuum  
Konsumentenverhalten  
und Erwartungen

### Betriebliches Eingliederungs- management (BEM)

Gewusst wie!

### Buchbesprechung

### Impressum

### Kennziffer

*Sehr geehrte Leserinnen und Leser,*

*die aktuelle Krise erweist sich als ein ernster Belastungstest der Wirtschaft. Die aktuellen politischen Maßnahmen puffern zwar manche Probleme etwas ab, aber sie lösen sie nicht, sondern verschieben sie in die Zukunft. Der einzige Vorteil, der dabei zu erkennen ist, scheint der Zeitgewinn zum Nachdenken zu sein.*

*Welche Branche trifft es am stärksten und warum? Liegt es wirklich alles an der Krise oder zeigt sich nicht auch manche schleichend entstandene Verfehlung von Kundenbedürfnissen, die jetzt abrupt offenkundig wird?*

*Es ginge in einem solchen Fall nicht nur um Liquiditäts- und Ergebnissicherung, sondern auch um die Aktualisierung und Verbesserung der Innovationsposition.*

*Mit wem soll man darüber reden? Am besten mit Unternehmerkollegen. Wo? Z.B. auf dem Mittelstandkongress in Freiburg am 30. September 2009. Was ist anschließend mit der Umsetzung der Maßnahmen? Dazu können Sie uns BDU-Berater fragen, z.B. indem Sie uns schreiben, wo sie der Schuh drückt.*

## Kontakt

Dr. Dieter Coy



## Kienbaum-Vergütungsstudie

### Führungs- und Fachkräfte in Marketing und Vertrieb 2009

■ Die Grundgehälter der Mitarbeiter in Marketing und Vertrieb steigen von 2008 auf 2009 geringer als ein Jahr zuvor, nämlich um 3,4 Prozent. Im Zeitraum 2007 bis 2008 legten die Grundgehälter noch um durchschnittlich 3,9 Prozent zu.

*Moderate  
Entwicklung der  
Gehälter*

Die Gesamtgehälter betragen im Durchschnitt für einen Produktmanager 70.000 €, für einen Key Account Manager 88.000 €, für einen Marketingleiter 120.000 € und für einen Vertriebsleiter 140.000 €.

*Steigendes  
Grundgehalt vs.  
sinkende variable  
Bezüge*

Für das laufende Jahr prognostizierte die Managementberatung Kienbaum zwar weiterhin leicht steigende Grundgehälter, aber insgesamt sogar sinkende Gesamtbezüge.

*Grund: Wirtschaftliche  
Situation?*

Gründe sind die wirtschaftlich schwierige Situation und die große Bedeutung leistungsbezogener variabler Vergütungsbestandteile in Marketing und Vertrieb.



Die kostenlose Vollversion direkt beim Autor,  
→ **Gerhard Wiesler**, Kienbaum Executive Consultants  
GmbH, bestellen.

→ **mehr Informationen zum Autor.**

**oder über Kennziffer 1**

**Inhalt**

**Kienbaum-  
Vergütungsstudie**

Führungs- und  
Fachkräfte in Marketing  
und Vertrieb 2009

**Coaching**

Ein Fall von  
Stressreduktion  
Coaching gegen eine  
berufliche Abwärtsspirale

**Unternehmensführung**

Zielgruppe Individuum  
Konsumentenverhalten  
und Erwartungen

**Betriebliches  
Eingliederungs-  
management (BEM)**

Gewusst wie!

**Buchbesprechung**

**Impressum**

**Kennziffer**

**Coaching**

**Ein Fall von Stressreduktion**

**Coaching gegen eine berufliche Abwärtsspirale**

■ Massiver Stress hatte bei einer Führungskraft dazu geführt, dass ihre Leistungen nicht mehr gewürdigt wurden, ihr Selbstbewusstsein einen Knacks bekam und sie die Schuld für die Misere mehr und mehr in ihrem Umfeld sah. Mit der Hilfe eines Coachings gelang es der Führungskraft, in weniger als 8 Treffen die eigene Selbstüberforderung einzusehen, ein Trainingsprogramm für sich anzunehmen und umzusetzen, ihren Stress maßgeblich zu reduzieren und damit ihr Arbeitsleben wesentlich zu verbessern.

*Ein Coaching-Fall*

*Ziel: Verbesserung von  
Kommunikation und  
Verhalten*

■ Im Coaching ging es speziell um die Verbesserung von Kommunikation und Verhalten zu den Schwerpunkten: Kommunikation, Feedback, Konflikte, Führung und Selbstführung. Die Führungskraft konnte aus dem festgefahrenen Beziehungsschema aussteigen, das sie in den widrigsten Situationen wie eine Verfolgungsjagd empfunden hatte. Sie handelt jetzt pro-aktiv und nicht reaktiv wie zuvor und ist eine Ressource für ihren Chef.

*Ergebnis:  
Führungskraft als  
produktive Ressource*



Die kostenlose Vollversion direkt beim Autor,  
→ **Dr. Dieter Coy**, Gesellschaft für Innovation und  
Beratung, bestellen.  
→ **mehr Informationen zum Autor.**

**oder über Kennziffer 2**

**Unternehmensführung**

**Zielgruppe Individuum**

**Konsumentenverhalten und Erwartungen**

- Die Individualisierung der Gesellschaft ist so weit vorangeschritten, dass wir von Zielgruppen fast nicht mehr reden können, sondern eher von Millionen von Individuen.
- Schwer fassbar für die Werbung, noch schwieriger für Verkäufer und Hersteller von Konsumgütern.
- Soziodemografische Merkmale taugen nicht mehr für die Zielgruppenbestimmung.
- Bildung, Haarfarbe, Religion oder Sinus-Milieus lassen keinen Rückschluss mehr zu auf Konsumgewohnheiten und Konsumentenverhalten.
- Die Verunsicherung durch die Finanzkrise hinterlässt ebenfalls Spuren bei den Verbrauchern.
- Trotzdem gibt es Strömungen und Verhaltenstrends, die einer Vielzahl von Individuen gemeinsam sind und die das Konsumverhalten für die nächsten Jahre stark prägen werden.
- Einige wichtige Trends möchte ich Ihnen aufzeigen.

*Was bewegt  
Konsumenten?*

*Wie reagieren sie?*

*Welche Erwartungen  
haben Individuen als  
Konsumenten?*

*Welche Trends lassen  
sich erkennen?*

*Wie verhalten Sie sich  
selber als Konsument?*

*Wie kann die Industrie  
darauf reagieren?*

*Was sollten Handel  
und Verkäufer  
beachten?*

*Hinweise – Tipps –  
Empfehlungen!*



Die kostenlose Vollversion direkt beim Autor,  
→ **Heinz-Peter Lakner**, Lakner Unternehmens-  
beratungs AG, bestellen.  
→ **mehr Informationen zum Autor.**

**oder über Kennziffer 3**

## Inhalt

**Kienbaum-  
Vergütungsstudie**

Führungs- und  
Fachkräfte in Marketing  
und Vertrieb 2009

**Coaching**

Ein Fall von  
Stressreduktion  
Coaching gegen eine  
berufliche Abwärtsspirale

**Unternehmensführung**

Zielgruppe Individuum  
Konsumentenverhalten  
und Erwartungen

**Betriebliches  
Eingliederungs-  
management (BEM)**

Gewusst wie!

**Buchbesprechung**
**Impressum**
**Kennziffer**

## Betriebliches Eingliederungsmanagement (BEM)

### Gewusst wie!

■ Vor dem Hintergrund der demographischen Entwicklung wird sich der Anteil älterer Erwerbstätiger in den kommenden Jahren erhöhen und die Wirtschaft und die Betriebe vor neue Herausforderungen stellen. Es lassen sich zwar keine wissenschaftlich erwiesenen Beeinträchtigungen der beruflichen Leistungsfähigkeit in Bezug auf das Alter nachweisen, hingegen zeigen die statistischen Daten einen deutlichen Verlauf: Ältere Mitarbeiter erkranken in der Regel seltener als jüngere, **im Falle einer Erkrankung sind sie jedoch wesentlich länger arbeitsunfähig**. Kommt es nun zu einer Überschreitung der Arbeitsunfähigkeit von 42 Tagen muss laut § 84 Abs. 2 SGB IX der Prozess des Eingliederungsmanagements in Kraft treten.

*Herausforderung  
„demographische  
Entwicklung“*

Somit liegt der **Eingliederungsbedarf bei einer älteren Belegschaft höher als bei einer jüngeren**. Außerdem hinterlässt die Wirtschaftskrise und insbesondere die angespannte Situation am Arbeitsmarkt und in den Unternehmen Spuren in der Psyche und Physis. Die **Zahl der Eingliederungsfälle steigt** – unsere Ansprechpartner in den Betrieben wie auch die Ergebnisse unserer Fehlzeitenstrukturanalysen sprechen eine deutliche Sprache.

*Zahl der Fälle steigt!*

**Immer mehr Menschen sind im Verlauf von 12 Monaten länger als 42 Tage ununterbrochen oder wiederholt arbeitsunfähig erkrankt. Die Menschen in den Betrieben scheinen angeschlagen, dünnhäutig und anfällig für Erkrankungen.**

*Der Entwicklung  
gegensteuern!*

Damit ist es höchste Zeit, dass Arbeitgeber ihren Pflichten nachkommen und ein **Betriebliches Eingliederungsmanagement (BEM)** anbieten. Ein CEO brachte es kürzlich auf den Punkt: „Dieser Entwicklung müssen wir begegnen – es kann und darf nicht sein, dass Arbeit bei uns krank macht!“



Die kostenlose Vollversion direkt bei den Autoren ,  
→ **Stephan Teuber** und **Daniela Himmelreich**,  
Loquenz Unternehmensberatung GmbH, bestellen.  
→ **mehr Informationen zum Autor.**

**oder über Kennziffer 4**

**Inhalt**

**Kienbaum-  
Vergütungsstudie**

Führungs- und  
Fachkräfte in Marketing  
und Vertrieb 2009

**Coaching**

Ein Fall von  
Stressreduktion  
Coaching gegen eine  
berufliche Abwärtsspirale

**Unternehmensführung**

Zielgruppe Individuum  
Konsumentenverhalten  
und Erwartungen

**Betriebliches  
Eingliederungs-  
management (BEM)**

Gewusst wie!

**Buchbesprechung**

**Impressum**

**Kennziffer**

**Buchbesprechung**

**Günter F. Müller, Walter Braun: Selbstführung. Wege zu einem  
erfolgreichen und erfüllten Berufs- und Arbeitsleben,**  
1. Auflage Bern 2009.

**Walter Braun, Günther F. Müller: Praxisfeld Selbstführung,  
Der Werk- und Denkzeugkasten für den Einsatz persönlicher  
Ressourcen,** 1. Auflage Bern 2009.

■ Auf den ersten Blick hört sich der Untertitel: „Wege zu einem  
erfolgreichen und erfüllten Berufs- und Arbeitsleben“ an wie viele  
Tippgeber und kochrezeptartigen Veröffentlichungen, die dann doch bei  
Allgemeinplätzen stehen bleiben. Von diesem Titel „Selbstführung“ wird  
der Leser jedoch positiv überrascht. Selbstführung – ein etwas sperriger  
aber exakt treffender Titel für ein Thema, das mir im Executive-Coaching  
zurzeit sehr häufig begegnet. Es ist die Fragestellung: wie bleibe ich oder  
besser gesagt führe ich mich selbst, trotz all den unterschiedlichen und  
z.T. auch widersprüchlichen Anforderungen an mich als Manager, in  
meiner Mitte. I.d.R. finden wir Tipps zu dieser Fragestellung unter den  
Stichwörtern Selbstmanagement oder auch Zeitmanagement und  
Arbeitstechniken. Was hebt diesen Titel aber von den vielen anderen ab?

Auf wissenschaftlich fundiertem Niveau (Prof. Müller ist Psychologe an  
der Universität Landau) geben die Autoren einen Überblick über  
Konzepte zur Selbstführung und vor allem über Strategien und  
Anwendungsmöglichkeiten. Beeindruckt hat mich hier insbesondere,  
dass nicht nur die Anwendungsmöglichkeiten im Sinne von  
Selbstmanagement Thema sind, sondern auch auf die Konsequenzen im  
Bereich der Organisation, Führungskultur und Unternehmensstruktur  
eingegangen wird. Hier kommt die langjährige Praxis von Walter Braun in  
der Unternehmensberatung zur Geltung. Eine To do – Liste für mehr  
Selbstführung rundet diesen lesenswerten Band ab.

*Überblick über Konzepte*

Die vollständige Buchbesprechung direkt beim Autor



➔ **Stephan Teuber**, Loquenz Unternehmensberatung  
GmbH, bestellen.

➔ **mehr Informationen zum Autor.**

**oder über Kennziffer 5**

**Impressum**

**Der Unternehmer** erscheint mit sechs Ausgaben pro Jahr.

Erscheinungsweise

**Herausgeber:** Regionalarbeitskreis Baden-Württemberg (RAK-BW)  
im Bundesverband Deutscher Unternehmensberater BDU e.V.

Herausgeber

**Vorstand:** Günter Monjau, Dr. Dieter Coy, Johannes Schlichter

Zitelmannstr. 22, 53113 Bonn, Tel.:02 28/91 61-0, Fax: 02 28/91 61-26  
info@bdu.de, www.bdu.de

Bestellung/  
Abbestellung

**Redaktion:** Dr. Dieter Coy, Stephan Teuber

Wenn Sie den Informationsdienst nicht mehr erhalten möchten, schicken Sie  
bitte eine eMail an [ha@bdu.de](mailto:ha@bdu.de).

Alle in **Der Unternehmer** und auf [www.bdu.de](http://www.bdu.de) erschienenen Beiträge sind  
urheberrechtlich geschützt.

Copyright

Wir haben weder Einfluss auf die Gestaltung noch auf die Inhalte von  
Internetseiten, auf die wir von diesem Informationsdienst oder von den BDU-  
Internet-Seiten durch Links verweisen. Deshalb distanzieren wir uns hiermit  
ausdrücklich von allen Inhalten verlinkter Seiten und machen uns ihre Inhalte  
nicht zu eigen.

Erklärung

**Inhalt**

**Kienbaum-  
Vergütungsstudie**

Führungs- und  
Fachkräfte in Marketing  
und Vertrieb 2009

**Coaching**

Ein Fall von  
Stressreduktion  
Coaching gegen eine  
berufliche Abwärtsspirale

**Unternehmensführung**

Zielgruppe Individuum  
Konsumentenverhalten  
und Erwartungen

**Betriebliches  
Eingliederungs-  
management (BEM)**

Gewusst wie!

**Buchbesprechung**

**Impressum**

**Kennziffer**

**Kennziffern**

**Der kurze Weg zu mehr Informationen**

Zu jedem Artikel der Unternehmensberater können Sie weitergehende Informationen erhalten. Das Kennziffern-Verfahren soll Ihnen die Kontaktaufnahme zu den Mitgliedern erleichtern.

Bitte kreuzen Sie mit den Kennziffern die Themengebiete an, zu denen Sie gerne mehr erfahren würden. Faxen Sie uns das Blatt zurück, wir geben es dann den entsprechenden Mitgliedern weiter.

**BDU e.V., Regionalarbeitskreis Baden-Württemberg**

Bitte senden Sie mir die ausführliche Fassung der angekreuzten Fachartikel von:

Kennziffer 1 **Gerhard Wiesler**,  
Kienbaum Executive Consultants GmbH

Kennziffer 2 **Dr. Dieter Coy**,  
Gesellschaft für Innovation und Beratung bR

Kennziffer 3 **Heinz-Peter Lakner**,  
Lakner Unternehmensberatungs AG

Kennziffer 4 **Stephan Teuber**,  
Loquenz Unternehmensberatung GmbH

Kennziffer 5 **Stephan Teuber**,  
Loquenz Unternehmensberatung GmbH

per Fax:  
0228/91 61-26

---

Firma

---

Ansprechpartner

---

Adresse

---

Telefon, Telefax, eMail