21.04.2021

GLASURIT: „JETZT GILT ES, EINEN KÜHLEN KOPF ZU BEHALTEN“

Vor gut acht Monaten ging Glasurit mit der Reihe 100 an den Start – mitten in der Corona-Krise. Die Pandemie erschwerte nicht nur die Einführung des neuen Lacksystems, sondern stellte den Lackhersteller auch vor andere Herausforderungen. Wie es aktuell bei der Reparaturlackmarke des Herstellers BASF läuft, wie die neue Basislackreihe im Markt ankommt und welche Auswirkungen Verknappungen auf dem Rohstoffmarkt haben, darüber sprach schaden.news mit Regional Business Manager Tobias Brefeld im Exklusiv-Interview.

Herr Brefeld, wie stellt sich aus Ihrer Sicht die momentane Lage im Unfallschadenmarkt dar? __Tobias Brefeld: __Aus unserer Sicht extrem schwierig und herausfordernd. Der zweite Lockdown hat alle Marktteilnehmer sehr hart und umfangreich getroffen. Jetzt gilt es weiterhin, einen kühlen Kopf zu behalten, pragmatische Lösungen zu finden, zusammenzuhalten und sich fit zu machen für die Zukunft.

Was bedeutet das konkret für Glasurit? __Tobias Brefeld: __Wir halten weiter an unseren strategischen Ausrichtungen fest und sind nach wie vor unter der Überschrift „Gemeinsam nach vorne“ unterwegs. Relevante Säulen auf diesem Weg sind für uns die Themen Digitalisierung, Nachhaltigkeit, Prozessoptimierung und natürlich das Motto „Menschen machen den Unterschied“.

Sie haben im September 2020 die Reihe 100 eingeführt – mitten in der Corona-Krise. Wie kommt die neue Basislackreihe im Markt an? Tobias Brefeld: Sehr gut. Wir bekommen positive Feedbacks in

Bezug auf die Aspekte Nachhaltigkeit, Prozessgeschwindigkeit und Einfachheit der Applikation. Im Nachhinein betrachtet, passierte der Launch sicherlich zu einem ungewöhnlichen Zeitpunkt, aber wir haben uns ganz bewusst dafür entschieden, antizyklisch zu handeln und einen anderen Weg zu gehen.

Konnten Sie auch neue Betriebe mit der Reihe 100 gewinnen? **Tobias Brefeld:** Ja, wir konnten Wettbewerbskunden von der Reihe 100 überzeugen und für uns gewinnen. Und das ist und war natürlich übergeordnet auch das Ziel.

Ein wichtiger Aspekt bei der Reihe 100 ist die Nachhaltigkeit. Glauben Sie, dass ein K&L-Betrieb, der aktuell um Aufträge kämpft, überhaupt den Kopf dafür frei hat, sich um das Thema Nachhaltigkeit zu kümmern? __Tobias Brefeld: __Ich glaube, dass das eine sehr schwierige Aufgabe ist und selbstverständlich stehen die Betriebe gerade vor einer Vielzahl von Herausforderungen und Problemen. Auf der anderen Seite ist jetzt auch aus unserer Sicht genau das Momentum, den Blick in die Zukunft zu werfen und zu schauen, wie man sich bei einem solch zukunftsträchtigen Thema vernünftig positioniert.

Tatsächlich haben wir von Kunden das Feedback bekommen, dass genau dieser Nachhaltigkeitsaspekt der Reihe 100 ihnen dabei geholfen hat, sich besser zu vermarkten – sowohl bei Privatkunden als auch bei Flotten oder Schadensteuerern.

___Die Auswirkungen der Corona-Krise auf den globalen Rohstoffmarkt hat auch unmittelbare Folgen für den Unfallreparaturmarkt. Wie schätzen Sie die aktuelle ___ ***Lage ein? Wird es zu Lieferengpässen oder Produktionsproblemen kommen?*** __Tobias Brefeld: __Persönlich glaube ich, dass uns die Herausforderungen in den nächsten Wochen und Monaten weiter begleiten werden. Die Wertschöpfungskette einer solch komplexen Lösung, wie wir sie in Reparaturlacken finden, aufrechtzuerhalten ist gerade jetzt in der Pandemie natürlich eine Herausforderung. Es gab und gibt Angebotsverknappungen, es gab und gibt extrem schwankende Nachfragen aus unterschiedlichen Regionen, es gibt gerade extreme Preiserhöhungen. Aber nichtsdestotrotz glauben wir an die Stärke der BASF, den Verbund! Engpässe oder wesentliche Produktionsprobleme wird es aus heutiger Sicht und bei all den Herausforderungen nicht geben!

Zum Abschluss: Wo sehen Sie aktuell die größten Herausforderungen für K&L-Betriebe? **Tobias Brefeld:** Übergeordnet steht aktuell die Frage, wie man als Betrieb gestärkt aus der Krise hervorgehen kann und da gilt es, auch in der jetzigen Situation nicht den Fokus zu verlieren. Zuvorderst – und das geht in dieser schnelllebigen Zeit fast ein bisschen verloren – steht das Achtgeben auf sich und auf Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Ein zweiter wichtiger Punkt ist die Digitalisierung, die bereits vor der Pandemie in aller Munde war und durch Corona noch mehr Fahrt aufgenommen hat. Und nicht zuletzt sollten sich Betriebe jetzt schnellstmöglich – sofern noch nicht geschehen – mit zukunftsträchtigen Themen wie Nachhaltigkeit, E-Mobilität etc. auseinandersetzen.

Vielen Dank für das Gespräch!

Carina Hedderich