SCHADEN.NEWS















05.10.2022

COLORMOTION: NETZWERK DISKUTIERT AKTUELLE THEMEN UNTER NEUER LEITUNG

Digitalisierung, Fachkräftemangel, Nachhaltigkeit: Diese Kernthemen bestimmten das ColorMotion Unternehmerevent vergangene Woche im österreichischen Saalfelden maßgeblich. Zudem wollte die neue Netzwerkleitung für die Region DACH die Gelegenheit nutzen, um sich vor rund 200 Teilnehmern aus Deutschland, Österreich und der Schweiz persönlich vorstellen: Zu Beginn dieses Jahres haben Dennis Friedag, zuvor Leiter Key Account Management ECR bei BASF, und Antje Strohmeier, verantwortlich für das Marketing bei ECR Deutschland, das Netzwerkmanagement bei ColorMotion übernommen. Eine Corona-Erkrankung im Umfeld von Dennis Friedag verhinderte jedoch den gemeinsamen Auftritt des Führungs-Duos, weshalb Antje Strohmeier kurzfristig vom ehemaligen ColorMotion-Verantwortlichen Jürgen Book unterstützt wurde.

„MESSBAR MEHR PRODUKTIVITÄT DURCH DIGITALE TOOLS“

Der erste Veranstaltungstag stand ganz im Zeichen der Themen Digitalisierung und Fachkräftegewinnung. Mit einem starken Impulsvortrag läutete Speaker Christian Spancken in das Thema ein. Tenor des Online-Strategen: Digitaliserung ist mehr, als Papier in ein PDF umzuwandeln. Aber: Digitalisierung beginnt im Kopf und erfordert von Unternehmern Risikobereitschaft. Wie genau der Einsatz digitaler Tools im K&L-Betrieb zu messbar höherer Produktivität, besserer Kundenkommunikation und dadurch auch höherer Kundenzufriedenheit beitragen kann, erläuterte Josua Bücher im Anschluss. Der Inhaber von PDR.cloud zeigte am Beispiel des Unternehmens Ostermeier in München, dass die Gesamtproduktivität in der Werkstatt allein durch den Einsatz der Softwarelösung um 12 Prozent gesteigert werden konnte.

FACHKRÄFTEGEWINNUNG: „WIR MÜSSEN DIE SCHÜLER SCHON VIEL EHER ABHOLEN"

Eine lebhafte Podiumsdiskussion unter dem Motto „Fachkräfte gewinnen, binden und weiterentwickeln", moderiert von Bettina Klummp (Diagnose-it – Beratung und Coaching) gab es ebenfalls am ersten Veranstaltungstag. Mit dabei: Hubert Romer (CEO der WorldSkills Germany e.V.), Yannick Nehling (Inhaber Pajoo), Christian Uth (Coach und Trainer). Stellvertretend für die Erfahrungen in den Betrieben standen Fabian Mattes (Betriebsinhaber Albers Lackierzentrum Papenburg), Jennifer Almarales Guerra (Geschäftsführerin M-Color Berlin) und Esmé Rockmann (CFO und Inhaberin Autocenter Baschnagel AG Wettingen/ CH) auf dem Podium. Für eineinhalb Stunden Diskussionszeit war das Motto möglicherweise etwas zu weit gefasst – hätte man zu jedem der drei im Titel genannten Stichworte allein schon stundenlang diskutieren können. Nichtsdestotrotz schnitten die Diskussionsteilnehmer wichtige Eckpunkte an. Sei es, dass die Branche und das Handwerk ein bessere Image verdienten und die Entscheidung für oder gegen einen Handwerksberuf oftmals schon von der Einstellung der Eltern abhänge, wie WorldSkills-CEO Hubert Romer betonte. Trainer Christian Uth gab zudem zu bedenken, dass der Zeitpunkt, Jugendliche für das Handwerk zu begeistern, möglicherweise etwas zu spät gewählt ist: „Wir müssen die Schüler schon viel eher abholen, beispielsweise schon im Grundschulalter, und ihnen zeigen, wie toll es ist, wenn sie ihre Fahrräder lackieren."

WIE KÖNNEN BETRIEBE MITARBEITER LANGFRISTIG AN SICH BINDEN?

Mit welchen Strategien Betriebe Mitarbeiter langfristig an sich binden können, wurde im Laufe der Diskussion umfangreich erörtet. „Fördern und fordern, lautet mein Credo", verriet Betriebsinhaber Fabian Mattes während des Talks. Eine ehrliche Kommunikation mit seinem Team und auch schon mit den Azubis sind seiner Meinung nach das A und O, um Fachkräfte an das eigene Unternehmen zu binden. „Man muss bereits den jungen Leuten die Möglichkeit geben, Leistung zu zeigen. Das motiviert sie nachhaltig", berichtete der Jungunternehmer von seinen Erfahrungen. Dass Mitarbeitergewinnung und ebenso Mitarbeiterbindung ein Thema für die Führungsetage in einem Betrieb ist, steht für Betriebsinhaberin Esmé Rockmann außer Frage: „Eine transparente und ehrliche Führung spricht sich herum und zeigt auch, wie der Spirit der Belegschaft ist." Dies wiederum habe einen entscheidenden Einfluss darauf, ob sich Bewerber dafür entscheiden, im Betrieb anzufangen – und letztendlich dann auch dort zu bleiben.

Jennifer Almarales Guerra geht noch einen Schritt weiter: Wer Mitarbeiter langfristig an sich binden möchte, muss sie in ihren Bedürfnissen abholen. In Mitarbeitergesprächen und -umfragen setzt die Geschäftsführerin im Berliner Betrieb diesen Schritt um. Sie weiß: Flexibilität steht bei den Mitarbeitern meist ganz oben. Hierbei sei es für Betriebsinhaber notwendig, neue Wege zu beschreiten und beispielweise auch vor einer niedrigeren Stundenzahl auf Wunsch des Mitarbeiters nicht per se zurückschrecken. Trainer Christian Uth berichtete während der Talkrunde von einem Betrieb, der trotz Zwei-Schicht-System auf eine Vier-Tage-Woche umgestellt hat. Fazit: Die Produktivität sei davon unbeeinflusst geblieben.

NACHHALTIGKEIT ALS CHANCE BEGREIFEN

Am zweiten Tag diskutierten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer des ColorMotion Treffens das Thema Nachhaltigkeit. Moderator und Unternehmensberater Stefan Höslinger stellte in seiner Talkrunde vor allem die Chancen in den Mittelpunkt. „Unsere Branche muss das Thema

Nachhaltigkeit viel stärker besetzen“, erklärte er am Anfang der Diskussion. Die Unfallschadenreparatur sei grundsätzlich nachhaltig, es komme jetzt aber darauf an, den Gedanken viel stärker im Handeln der Unternehmen zu verankern – und darüber offensiv gegenüber Mitarbeitern und Kunden zu sprechen. Ökologie, Effizienz und soziales Handeln – diese drei Bereiche seien vor dem Hintergrund der dramatischen Energiekrise, einer hohen Inflation und des Fachkräftemangels wichtiger denn je. BASF-Manager Markus Piepenbrink zeigte sich überzeugt, dass es vor allem auf den „inneren Kompass“ ankomme, um die Unternehmensführung daran neu auszurichten. „Nur wenn die Unternehmer mit ihrer Betriebsführung Nachhaltigkeit vorleben, werden die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mitziehen und Kunden das unternehmerische Handeln authentisch finden.“

WAS KÖNNEN K&L-BETRIEBE JETZT KONKRET UNTERNEHMEN?

Das es zahlreiche Ansätze für Nachhaltigkeitsstrategien in K&L-Betrieben gibt, zeigten Unternehmer Peter Vogel und Marco Böge während der Diskussionsrunde auf. „Wir haben in unserem Betrieb auf eine Hackschnitzelheizung umgestellt“, erklärte Peter Vogel aus den sauerländischen Brilon, der auch Mitglied im BVdP-Vorstand ist. „Diese Art der Energieerzeugung aus nachhaltigem Rohstoff ist ökologischer und kostengünstiger, da das Holz direkt aus unserer Region kommt.“ Nachhaltigkeit müsse eben nicht immer teurer sein. Auch im Reparaturprozess lasse sich umsteuern. Das Prinzip Instandsetzen vor Erneuern sei in der Karosserieaußenhautreparatur keine neue Reparaturmethode, gewinne vor dem Hintergrund von Kosten und Nachhaltigkeit aber immer stärker an Bedeutung. Das erkennen auch immer mehr Kfz-Versicherer und Fuhrparkmanager. So hatte Peter Vogel Flotten und Kfz-Versicherer in seinen Betrieb eingeladen, um diese Reparaturmethode vorzustellen. Jetzt fragen die Versicherungsagenturen und Flotten ganz bewusst nach „I statt E“. „Auch weil sie merken, dass Autohäuser und Vertragswerkstätten eher Ersatzteile verbauen als instand setzen.“

DAS TEAM MITNEHMEN UND MODERNE LACKTECHNIK NUTZEN

Auch Marco Böge aus der Region Leipzig sieht in der Nachhaltigkeit für seinen Betrieb eine echte Chance. Installation eines Blockheizkraftwerkes, neue Lackierkabine mit Nutzung der Abwärme und VOC Reduzierung – der Betriebsinhaber aus Sachsen setzt auf Kosteneffizienz die gleichzeitig den Ausstoß von CO2 verringert. „Wir müssen als Unternehmer bei unserem Handeln aber auch die Beschäftigten mitnehmen“, erklärte Marco Böge bei der Diskussion in Saalfelden. „Wenn wir erklären, warum wir Prozesse im Betrieb ändern, dann nehmen wir das gesamte Team mit und können die Veränderungen auch im Betriebsalltag umsetzen.“ Wertschätzung gegenüber den Mitarbeitern, lautet sein Prinzip. „Dann lässt sich Nachhaltigkeit wirklich leben und die Kosten sowie den CO2-Ausstoß spürbar reduzieren.“ Die Voraussetzung dafür seien aber natürlich auch produkttechnische Lösungen. Marco Böge hat deshalb vor einigen Monaten auf die neue Decklackreihe 100 von Glasurit umgestellt. Hendrik Franke, Technischer Leiter bei Glasurit, betonte in Saalfelden, dass „diese Lackiertechnik viel Potenzial“ bieten würde. Mit der Reihe 100 ließen sich Prozessschritte deutlich verkürzen, Kosten und der VOC-Verbrauch senken und gleichzeitig ausgezeichnete Lackierergebnisse erzielen. „Es kommt allerdings immer auf individuelle Lösungen an“, erklärte Hendrik Franke. „Dazu zählen auch die moderne UV-Trocknungstechnik und entsprechende Produkte, mit denen die Betriebe kosteneffizienter und umweltgerechter arbeiten können.“

„MARKTPLÄTZE“ BOTEN GELEGENHEIT ZUM NETZWERKEN

Nach Angaben von Netzwerkleiterin Antje Strohmeier war den Veranstaltern des ColorMotion Unternehmerevents in Saalfelden ein Punkt besonders wichtig: Den Teilnehmern genügend Raum zu geben, um zu netzwerken. Und so hatten die Betriebe im Rahmen sogenannter Marktplätze in einer Fachausstellung die Möglichkeit, sich zu verschiedenen Lösungen für die eigene Betriebspositionierung zu informieren und mit anderen Betrieben ins Gespräch zu kommen. Unter anderem präsentierte das ColorMotion-Team mit ColorMotion Fleet, der Lösung für Flottenmanagement, sowie ColorMotion Classic und dem neuen Glasurit Caravan-Netzwerk mobi-van Möglichkeiten, um sich als Betrieb mit seinem Leistungsportfolio noch breiter aufzustellen. Für mehr Effizienz in der Werkstatt stellte das Glasurit-Team das neue Kennzahlen-Dashboard Bodyshop Boost vor. Ebenfalls für mehr Effizienz präsentierten Marko Brüssow und Mario Mengel das

ganzheitliche Werkstattmodulkonzept. Einen Einblick in die digitale Schadenannahme mithilfe der Weblösung motum lieferten Dr. Moritz Weltgen und Raphael Hake von RepairFix.

Ina Otto