

INTERSTANDOX

DEUTSCHLAND 02 2022

Das Fachmagazin für den
professionellen Fahrzeuglackierer

Wer verhandelt, gewinnt

Mit steigenden Kosten umgehen

> Seite 13

Endlich wieder Messe-Feeling!

Rückkehr der Automechanika

> Seite 22



In der Spur bleiben

Eine Zeit voller Herausforderungen:
Worauf es in der K&L-Branche jetzt ankommt > Seite 4



Editorial: Drei Fliegen mit einer Klappe	03
Titelthema: Darauf kommt es jetzt an	04
Titelthema: Ein Beruf mit Zukunft	07
Titelthema: „Werden Sie zum Leuchtturm-Betrieb“	08
Praxis: Die Kraft der Wertschätzung	10
Standox: Neue Azubis?	12
Titelthema: Wer verhandelt, gewinnt	13
Partner: Weniger ist mehr	14
Repanet	15
Titelthema: Volle Power fürs Netzwerk	16
Repanet Pinnwand	18
Person: Moin Meister	19
Partner: Umdenken ist angesagt	21
Standox: Endlich wieder Messe-Feeling!	22
Partner: Ein Team, ein Ziel, zwei Jubiläen	24
Neukunde: Ein Herz für Oldtimer	26
Titelthema: Vorhandenes Potenzial nutzen	27
Titelthema: Mischen auf hohem Niveau	28
Partner: Keine Angst vor digitalen Tools	29
Praxis: Die Werkstatt von morgen aktiv gestalten	30



Interstandox Deutschland
Aktuelle Information für das Fahrzeuglackierhandwerk. Nachdruck wird auf Anfrage gestattet.

Verantwortlich: Yasmin Armbruster, Standox GmbH, Christbusch 45, D-42285 Wuppertal

Christian Bügel, Veronika Dohmen, Friederike Duvenbeck, Amelie Friedmann, Nicolai Jacobs, Marie Stelzer, Isabelle Weber, Luna Wilke

Grafik-Design: Del Din Design, Siegburg, Susanne Del Din

Fotos: stock.adobe.com (lassedesignen, dusanpetkovic1, kasto, momius, by-studio, Carola Vahldiek, Bro Vector, rashadashurov, pressmaster), Shutterstock (Alexander Supertramp), Messe Frankfurt GmbH, Pietro Sutera, alle übrigen: Standox.



ALLES AUS EINER HAND

Die Zubehörprodukte von Audurra sind die perfekte Ergänzung zu Axalta Lacken und bieten die gleiche Garantie für Spitzenqualität. Ob Schleifmittel oder Abdeckprodukte und Co. – über den Web-Shop können Zubehör und Lack nun bei einem Händler gekauft werden.

Unter unseren Leserinnen und Lesern verlosen wir 5 x je einen Audurra Lackieranzug! Voraussetzung, um im Lostopf zu landen, ist die Teilnahme an der Leserumfrage. Zur Umfrage geht es über den QR-Code. Also einscannen und gewinnen!





Drei Fliegen mit einer Klappe

Zugegeben: Aktuell fühlt es sich so an, als jage eine Krise die nächste. Doch nützt es nichts, den Kopf in den Sand zu stecken. Denn Aufgeben ist keine Option! Ganz im Gegenteil: Jetzt ist die Zeit gekommen, Stärke, Mut und Durchhaltevermögen zu beweisen und sich den aktuellen Herausforderungen zu stellen. Und zwar gemeinsam als ein Team.

Haben Sie also Vertrauen, wenn wir Ihnen sagen: Wir möchten Sie als starker Partner an Ihrer Seite unterstützen und Ihnen Wege aus der Krise aufzeigen – oder eher gesagt: den Krisen. Denn uns ist bewusst, dass Sie derzeit diverse Herausforderungen meistern. Deshalb konzentrieren wir uns in dieser Ausgabe auch nicht nur auf ein Thema.

Das Heft unterteilt sich vielmehr in drei Kapitel – angefangen mit dem Schwerpunktthema Fachkräftemangel. Denn was nützen die innovativste Technik und die besten Produkte, wenn qualifiziertes Personal fehlt? Erfahren Sie deshalb hier, wie Sie talentierten Nachwuchs finden und langfristig halten können.

Ein weiteres Thema, das vielen Werkstattinhabern derzeit sehr große Sorgen bereitet, ist die Entwicklung der Energiekosten. Wir möchten Ihnen zeigen, wie Sie mit den richtigen Produkten sparen können und welche Unterstützungsangebote es gibt. Hierzu direkt ein kleiner Hinweis: Auch mit effizienteren Prozessen lassen sich Kosten einsparen. Deshalb dreht sich ein Kapitel nur um das Thema Prozessoptimierung.

Wir hoffen, Ihnen mit dieser Ausgabe einige nützliche Tipps an die Hand geben zu können. Lassen Sie es uns also gemeinsam angehen!

Herzlichst Ihre

Jasmin Ambruster

Marketing Communication Specialist
Standex Deutschland

Quelle: Statista

7.499
2008

Anzahl der Auszubildenden weiter rückläufig:
Im Jahr 2021 gab es rund 4.350 Auszubildende zum Fahrzeuglackierer in Deutschland

6.216
2012

4.975
2016

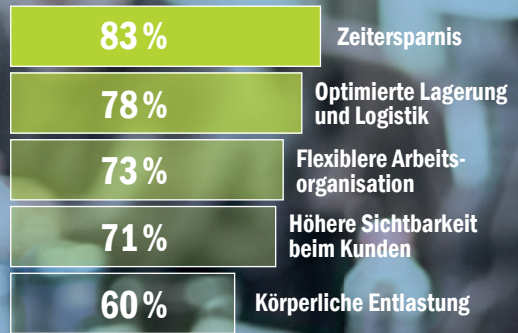
4.886
2019

4.347
2021

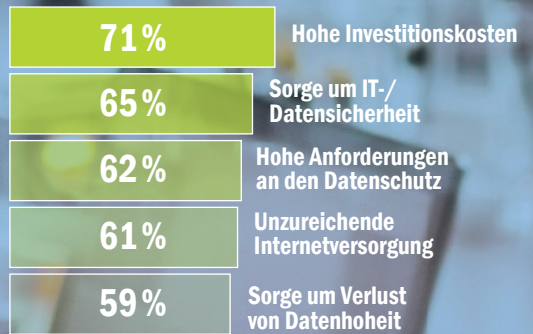
Darauf kommt es jetzt an

Sei es der Mangel an guten Mitarbeitern, die zunehmende Digitalisierung oder die steigenden Kosten: Die K&L-Branche steht vor großen Herausforderungen. Diese Zahlen sprechen Bände.

Die Top-5-Vorteile, die Betriebe im Zusammenhang mit dem digitalen Workflow benennen



Die Top-5-Bedenken und Hindernisse



Quelle: ZDIH

Stichwort: Fachkräftemangel

In Deutschland waren im zweiten Quartal dieses Jahres **1,934 Millionen offene Stellen** zu besetzen – so viele wie nie zuvor.

Nach aktuellen Zahlen des Instituts für Wirtschaftsforschung (ifo) sind im ersten Quartal 2022 **rund 23,5 Prozent der Kfz-Unternehmen unzufrieden mit der Personalsituation** – das ist knapp ein Viertel aller in der Studie befragten Unternehmen.

Beruf mit Zukunft: Die Anzahl der in der Bundesrepublik gemeldeten Pkw erreichte am 1. Januar des Jahres 2022 mit rund 48,54 Millionen Fahrzeugen den höchsten Wert aller Zeiten.

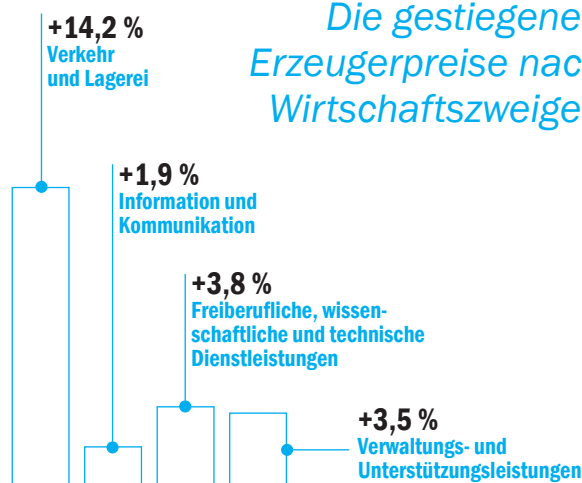
Stichwort: Prozessoptimierung

Rund zwei Drittel (**68 %**) aller Handwerksbetriebe in Deutschland greifen im **Jahr 2022** regelmäßig auf digitale Technologien zurück. Das bedeutet einen Zuwachs von **15 Prozent** im Vergleich zur Situation von **vor zwei Jahren**, wie eine Umfrage des Digitalverbandes Bitkom und des Zentralverbandes des

Deutschen Handwerks (ZDH) unter **503 Betrieben** belegt. Verantwortlich für diesen enormen Zuwachs machen die Experten vor allem die Corona-Pandemie.

Die befragten Betriebe formulieren auch den Wunsch nach mehr Unterstützung und geben an, dass sie zum Teil überfordert sind mit den Möglichkeiten digitaler Technologien und deren Anwendung.

Die gestiegenen Erzeugerpreise nach Wirtschaftszweigen



Stichwort: Kostensteigerung

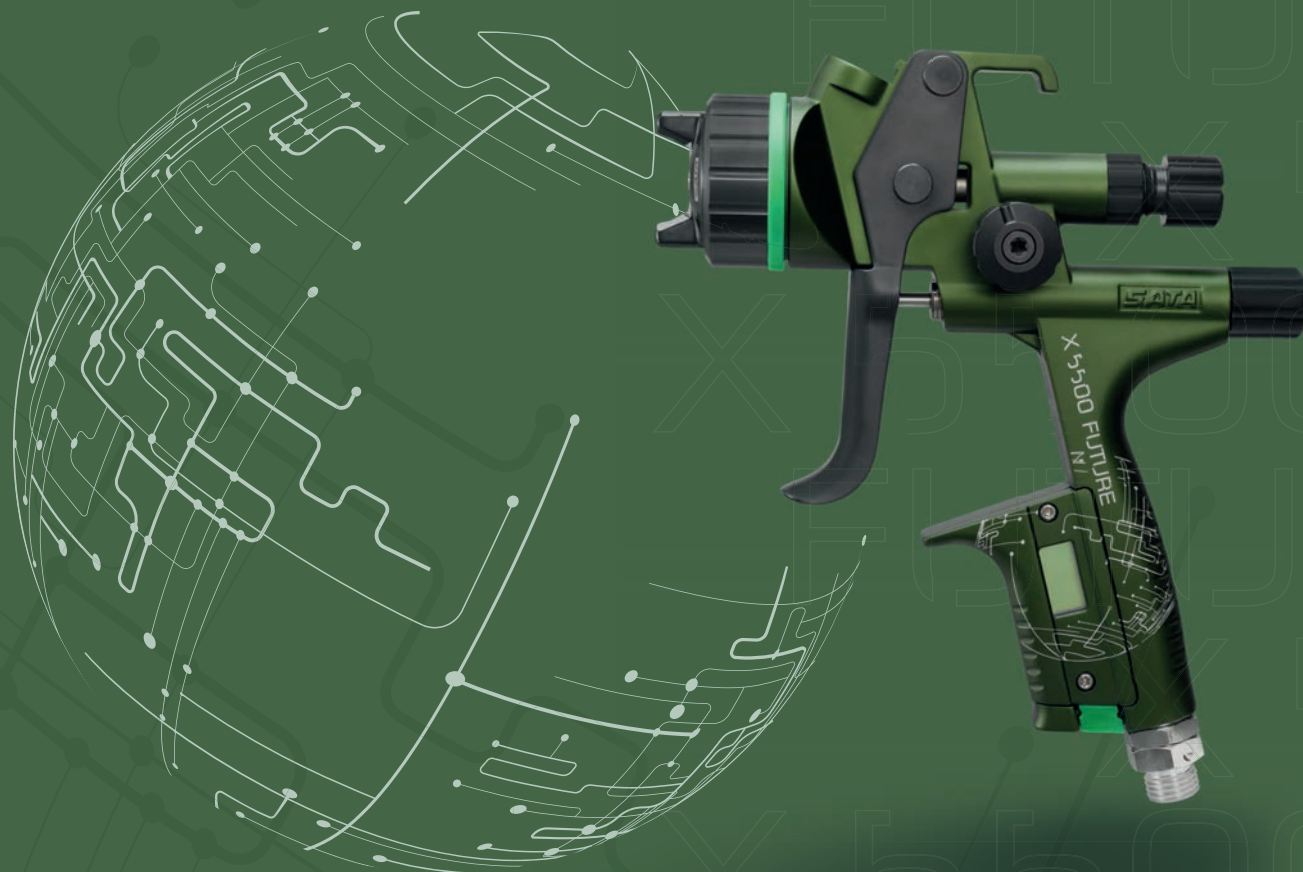
Um **7,3 Prozent** sind die Erzeugerpreise für Dienstleistungen nach Angaben des Statistischen Bundesamtes (Destatis) im **zweiten Quartal 2022** im Vergleich zum **zweiten Quartal 2021** gestiegen. Gegenüber dem Vorquartal beträgt der Anstieg **1,6 Prozent**. Der Erzeugerpreis misst die durchschnittliche Preisentwicklung von Produkten oder eben Dienstleistungen und wird zur Inflationsmessung genutzt.

Am höchsten stiegen die Erzeugerpreise im Wirtschaftsabschnitt Verkehr und Lagerei mit einem Plus von **14,2 Prozent** im Vergleich zum zweiten Quartal des Vorjahres. Die Ursachen hierfür liegen vor allem in einem erheblichen Mangel an Lkw-Fahrern, Corona-Lockdowns in China, gestiegenen Treibstoffkosten, der Sperrung des russischen Luftraums sowie fehlenden Containern bzw. einem Rückstau leerer Container in Nordamerika infolge gestörter Lieferketten.

X 5500 FUTURE

SATA

German Engineering



Grün ist mehr als eine Farbe

Die grüne SATAjet X 5500 FUTURE ist nicht nur eine Reminiszenz an die Natur, sie steht sinnbildlich für Harmonie und Hoffnung und insbesondere für die Zukunft! Eine nachhaltige und vernetzte Zukunft, welche die Potenziale der digitalen Transformation zu nutzen weiß.

Die erdkugelförmige Platine symbolisiert die voranschreitende Vernetzung einer globalisierten Welt der Zukunft. Die grüne Farbe mit den schwarzen Anbauteilen sieht nicht nur harmonisch aus, sie steht für nachhaltiges, naturverbundenes Handeln.

Als produzierendes Unternehmen ist nachhaltiges Wachstum für uns von großer Bedeutung und ein fester Bestandteil unseres täglichen Handelns. Dies umfasst für uns die konsequente Schonung von Ressourcen und Vermeidung von Verschwendung. So produzieren wir beispielsweise einen Teil unseres Stroms mit eigenen PV-Anlagen und haben unsere Abfallmenge in den letzten 5 Jahren um rund 20% reduziert.



Die **SATAjet X 5500 FUTURE** ist einzigartig und limitiert. Erhältlich ist diese bei Ihrem teilnehmenden SATA-Fachhändler ab dem **13.09.2022** – nur solange der Vorrat reicht.



INFO

www.sata.com/x5500future

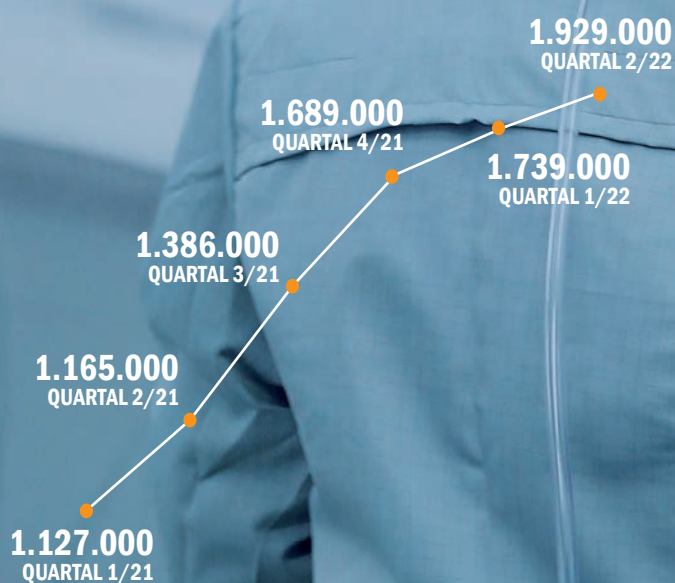
Ein Beruf mit Zukunft

Fachkräfte finden und binden

Über den Fachkräftemangel klagt nicht nur die Kfz-Branche – es ist ein Thema, das alle Unternehmen betrifft. Doch woran liegt das? Einfach lässt sich diese Frage nicht beantworten, denn die Ursachen sind vielfältig. Als größte Herausforderung gilt die Alterung unserer Gesellschaft. Einer niedrigen Geburtenrate stehen immer mehr Renteneintritte gegenüber. Hinzu kommt, dass es beispielsweise in Handwerksberufen generell immer weniger qualifizierte Mitarbeiter gibt.

Das macht sich auch in der Automobilbranche bemerkbar. Dabei könnten Werkstattinhaber das Problem einfach selbst in die Hand nehmen und neue Fachkräfte ausbilden. Doch sieht die Realität leider anders aus: Immer weniger Betriebe beschäftigen Azubis, weil sie ihre Ausbildungsplätze mangels Bewerbern nicht besetzen können. Dabei ist dieser Beruf nicht nur kreativ und abwechslungsreich, er hat auch Zukunft – schließlich sind fast 50 Millionen Fahrzeuge auf Deutschlands Straßen unterwegs.

Dieser Schwerpunktteil der aktuellen Ausgabe widmet sich deshalb dem Thema „Fachkräftemangel“. Auf den nächsten Seiten erhalten Sie nicht nur nützliche Tipps und wertvolle Informationen darüber, wie Sie gute Mitarbeiter halten und neue finden können. Wir verraten Ihnen auch, warum es so wichtig ist, sich als attraktiven, modernen Arbeitgeber im Markt zu präsentieren. ■



Laut dem Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB) sprang die Zahl der offenen Stellen im zweiten Quartal 2022 auf einen neuen Rekord und liegt nun bei fast zwei Millionen. Tendenz steigend.

„Werden Sie zum Leuchtturm-Betrieb“

Der Weg zum attraktiven Arbeitgeber

Gute Mitarbeiter und Auszubildende sind im Handwerk heute rar und stark umworben. Darum reicht es nicht mehr aus, sich nur gegenüber Kunden attraktiv zu präsentieren. Auch Fachkräfte entscheiden sich lieber für ein Unternehmen mit einem anziehenden und prägnanten Profil. Wir sprachen mit den Experten Andreas Keller und Andrea Eigel über die Dringlichkeit dieses Themas.

Herr Keller, Sie stehen im engen Austausch mit den Betrieben. Wie sieht die derzeitige Personallage aus? Es ist alarmierend. Ungefähr zwei Drittel aller mir bekannten Betriebe haben Probleme, Personal zu finden – egal ob Auszubildende oder Fachkräfte.

Das klingt ernst. Woran liegt das Ihrer Meinung nach? Auf der einen Seite fehlt dem Handwerk einfach eine vernünftige Lobby. Das heißt, dass weder die Politik noch die Handwerkskammer ausreichend die Werbetrommel für eine Ausbildung in diesem Bereich rühren. Dabei hat die Handwerksbranche spannende Berufe mit tollen Karrierechancen zu bieten – nur werden diese nicht ausreichend nach außen kommuniziert. Auf der anderen Seite muss man aber auch sagen, dass auch die Betriebe mehr tun könnten. Ich kenne beispielsweise nur wenige Werkstätten, die aktiv auf die Suche nach Nachwuchs gehen. Doch die, die es tun, beklagen sich auch nicht über Personalmangel.

Was sollten Betriebe also tun? Ganz einfach: Nehmt an Ausbildungsmessen teil, geht in die Schulen, schließt euch mit eurer regionalen Handwerkskammer zusammen, bringt eure Web-



ZUR PERSON
ANDREAS
KELLER

Repanet
Vorstandsmitglied



ZUR PERSON
ANDREA
EIGEL

Marketing-Expertin
für das Handwerk

site auf Vordermann und seid auf sozialen Medien aktiv. Ein weiterer sehr wichtiger Tipp: Sorgt dafür, dass eure Angestellten gerne bei euch arbeiten und werdet so zum Leuchtturm-Betrieb in eurem Ort. Denn ein gutes Arbeitsklima spricht sich herum und die Leute kommen von ganz allein.

Hat man dann erst mal neue Mitarbeiter gefunden, liegt die nächste Hürde darin, diese zu halten. Wo hakt es hier Ihrer Erfahrung nach? Viele Inhaberinnen und Inhaber wurden jahrelang darauf getrimmt, ihre Produktivität und Effizienz zu erhöhen. Dabei sollte der Fokus vielmehr auf den Angestellten liegen. Denn zufriedene Mitarbeiter sind nachgewiesenermaßen auch produktiver – und loyaler. Heißt: Sie bleiben. Und genau hier schließt sich der Kreis.

Und was braucht es für eine hohe Mitarbeiterzufriedenheit? In den vielen Gesprächen und Umfragen, die ich schon mit Angestellten durchgeführt habe, wurde immer wieder deutlich, dass sich diese eine offene und transparente Kommunikation sowie eine wertschätzende Führung wünschen. Sie wollen gehört, über aktuelle Entwicklungen im Unternehmen informiert und bei Entscheidungen mit einbezogen werden. Natürlich zählen auch grundsätzliche Dinge wie ein sauberes und sicheres Arbeitsumfeld sowie die Möglichkeit zur Weiterbildung.

Frau Eigel, das Thema „Employer Branding“ ist eines Ihrer Spezialgebiete. Wie schätzen Sie in diesem Zusammenhang das Thema Mitarbeiterzufriedenheit ein? Sehr hoch! Denn um als Arbeitgeber zu punkten, spielen neben arbeitsbezogenen Themen vor allem auch emotionale

Sorgen Sie für
einen attraktiven
Website-Auftritt.

Seien Sie auf
sozialen Netzwerken
wie Instagram und
TikTok präsent.



Um qualifizierte Fachkräfte zu
behalten, legen Sie den Fokus
auf Ihre Mitarbeiter, nicht nur
auf die Produktivität.

bzw. soziale Faktoren eine wichtige Rolle. Denn diese sind es, die eine Werkstatt von anderen unterscheidet und das eigene Profil schärfen.

Und dieses Profil bildet dann die Arbeitgebermarke? Ja, genau! Die Marke ist im Endeffekt das, was Kundinnen und Kunden sowie Mitarbeitenden einfallen, wenn sie an ein bestimmtes Unternehmen denken. Also im besten Falle: eine klare Botschaft, eine gute Story, eine positive Assoziation.

Und wie findet man das heraus? Beispielsweise durch eine Mitarbeiterbefragung. Immerhin wissen die eigenen Angestellten am besten, was den Betrieb von anderen unterscheidet und wo die Stärken liegen. Sei es die Art, wie sie ihre Arbeit organisieren, wie sie miteinander umgehen, welche Rituale und Traditionen sie pflegen, welche Werte sie verbinden. Prinzipiell gilt: Man sollte die kleinen Besonderheiten nicht unterschätzen! Hat man diese herausgefiltert, gilt es, diese Eigenschaften nach außen zu tragen und damit ein positives Image aufzubauen.

Und wie trägt man diese nach außen? Wie Andreas Keller es schon gesagt hat, sind die Website und sozialen Medien ganz wichtige Instrumente, um die Arbeitgebermarke zu vermarkten und auf

Werden Sie in Sachen Azubisuche selbst aktiv. Heißt: Besuchen Sie Ausbildungsmessen und Schulen.

Hören Sie Mitarbeitern zu und binden Sie diese in Entscheidungen mit ein.

diese Weise potenzielle Bewerber auf sich aufmerksam zu machen. Denn junge Menschen informieren sich heute hauptsächlich im Internet. Hier präsent zu sein und sich von anderen Firmen abzuheben, ist daher essenziell für die Personalsuche.

Und noch etwas: Wenn sich Handwerksunternehmen als hervorragende Arbeitgeber auf dem Arbeitsmarkt profilieren, profitiert die Branche insgesamt. Denn diese Betriebe zeigen, was Handwerksberufe zu bieten haben, verändern das Image des Handwerks und tragen dazu bei, dass sich mehr Menschen für einen Handwerksberuf entscheiden. ■

WEITERE INFORMATIONEN

Sie wollen sich in Sachen „Arbeitgebermarke“ beraten lassen?





„Meine Mitarbeiter wissen, dass die Tür bei mir immer offensteht.“

Martin Sauer, Betriebsstellenleiter im Lackierzentrum Siegerland

Die Kraft der Wertschätzung

So funktioniert's

Zuverlässige Mitarbeiter, die von der Ausbildung bis zur Rente dem gleichen Unternehmen treu bleiben, gibt es immer seltener. Dafür ist der Wechsel in die Industrie einfach zu lukrativ. Denn oftmals ist das Einkommen in großen Unternehmen höher. Doch überwiegen finanzielle Vorteile am Ende wirklich?

Natürlich ist das Gehalt ein wichtiger Faktor. Nichtsdestotrotz muss es doch auch möglich sein, qualifizierte Fachkräfte mit anderen Mitteln an sein Unternehmen zu binden. Beispielsweise mit einer wertschätzenden Führung auf Augenhöhe. Das Lackierzentrum im Siegerland fährt jedenfalls sehr gut damit. Denn elf der insgesamt 40 Angestellten sind teilweise schon seit über 20 Jahren dabei.

Ein respektvoller und offener Umgang ist das A und O

Auch von den Auszubildenden sind die meisten im Anschluss an die Lehre geblieben oder nach einer kurzen Unterbrechung zurückgekehrt. „Ich habe ihnen damals gesagt, dass die Tür bei mir immer offensteht“, erzählt Martin Sauer. Und so war es auch. „Der eine ist beispielsweise nach eineinhalb Jahren zurückgekommen, der andere bereits nach drei Tagen.“ Dass

die Mitarbeiter so gerne dort arbeiten, erklärt sich der Betriebsstellenleiter des Lackierzentrums vor allem mit dem respektvollen und offenen Umgang, den er mit seinen Angestellten im Lackierzentrum Siegerland pflegt.

„Ich weiß aus eigener Erfahrung, dass das nicht unbedingt die Regel ist, und habe mir deshalb vorgenommen, Mitarbeiter immer so zu behandeln, wie ich selbst gerne behandelt werden möchte.“ Dazu gehört zum Beispiel, dass Angestellte zu jeder Zeit mit Problemen zu ihm kommen können, so dass sie gemeinsam nach einer Lösung suchen können. Aber auch eine transparente Kommunikation ist ein wichtiger Schlüssel, um Mitarbeitern Wertschätzung entgegenzubringen. „Ich rufe einmal im Monat das gesamte Team zusammen und gebe ihnen einen Überblick über die aktuellen Umsatzzahlen. Ich finde es wichtig, alle darüber zu informieren, was im Monat gut und was weniger gut lief“, so Sauer.

Es ist ein Geben und Nehmen

Auch als bei der Wahl-Group im Jahr 2020 das Thema Kurzarbeit im Raum stand, hat sich der Betriebsstellenleiter für seine Angestellten im Lackierzentrum Siegerland starkge-

macht und nach einer Lösung gesucht, um diese Maßnahme zu umgehen – mit Erfolg. „Darauf bin ich bis heute noch sehr stolz.“ So ist es Sauer wichtig, auf die Bedürfnisse seiner Mitarbeiter einzugehen und ihnen Sicherheit zu bieten. Im Gegenzug verspricht er sich von seinem Team, dass es loyal gegenüber dem Unternehmen ist und seiner Arbeit gewissenhaft nachgeht. „Und außerdem erwarte ich von meinen Leuten, dass sie sich gegenseitig helfen.“ Und das tun sie gerne – denn das Verhältnis unter den Angestellten ist sehr kollegial. Dabei helfen auch gemeinsame Grillabende oder die jährlich stattfindende Weihnachtsfeier.

Diese tolle Arbeitsatmosphäre spricht sich natürlich rum – so hat der langjährige Repanet Betrieb kaum Probleme, geeigneten Nachwuchs zu finden. Neben Anzeigen auf Jobportalen und

der Website funktioniert die Azubisuche auch über Mundpropaganda. „Ich biete Bewerberinnen und Bewerbern in der Regel erst einmal ein Praktikum an. Beispielsweise habe ich auch sehr gute Erfahrungen damit gemacht, Auszubildene über Langzeitpraktika zu finden, die über private Träger vermittelt werden“, erzählt Martin Sauer. Sein Tipp: Nicht immer nur aufs Zeugnis schauen, sondern jungen Menschen auch einfach mal die Chance geben, sich zu entwickeln. „Es reicht oftmals schon aus, Menschen mit Respekt zu begegnen. Denn nur wer Respekt gibt, erntet auch welchen.“ ■

Im Gegenzug verspricht sich Sauer von seinem Team, dass es loyal gegenüber dem Unternehmen ist, seiner Arbeit gewissenhaft nachgeht und auf ihn zukommt, wenn es ein Problem gibt.



Neue Azubis?

Wie Sie von sich überzeugen



6 Tipps, wie Sie Azubis im Betrieb eingliedern

- Bestimmen Sie jemanden aus dem Team, der eine Paten-Funktion für neue Azubis übernimmt. Zeigen Sie dem Nachwuchs zudem, dass er dazugehört.
- Geben Sie neuen Azubis eine Werkstatteinführung und vermitteln Sie von Beginn an die Grundregeln, die in Ihrem Betrieb gelten.
- Vereinbaren Sie mit den Lehrlingen regelmäßige Termine für ein gegenseitiges Feedback.
- Geben Sie den Azubis das Gefühl, jederzeit Fragen stellen zu können. Nur so können die angehenden Fahrzeuglackierer dazulernen.
- Erklären Sie den Nachwuchskräften den Werkstattalltag. Welche Aufgaben werden täglich erledigt, welche Routinen gibt es in Ihrem Betrieb?
- Geben Sie ihnen eine Struktur. Sprechen Sie mit den Azubis darüber, was Sie von ihnen erwarten, und vereinbaren Sie gemeinsame Ziele, die während der Ausbildung erreicht werden sollen.

28.542 neue Ausbildungsverträge sind laut Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB) zum Stichtag am 30. September 2021 in deutschen Kraftfahrzeugbetrieben abgeschlossen worden. Nach der Pandemie ein Plus von 2,8 Prozent, das jedoch von den Berufen Kfz-Mechatroniker und Automobilkaufmann getragen wird.

Im Beruf der Fahrzeuglackierer wurden hingegen nur 1.896 neue Ausbildungsverträge abgeschlossen – das entspricht einem Minus von 5,1 Prozent im Vergleich zu 2020. „Dass wir uns heute schwertun, angehende Fachkräfte zu finden, hat einen Grund. Wir haben den Zeitpunkt schon damals verpasst, an dem wir etwas für die Ansprache potenzieller Azubis hätten tun müssen“, macht Frank Forst, Vertriebsleiter Direktvertrieb Axalta Deutschland, deutlich. „Das sollte ein Weckruf sein. Wir müssen heute etwas verändern, um nicht auch die nächste Generation zu verlieren.“

Was das konkret bedeutet? Die jungen Menschen dort abholen, wo sie die meiste Zeit verbringen: in den sozialen Medien. Neben üblichen Stellenanzeigen im Lokalblatt sollten Betriebe die Neugier der Jugendlichen heute über digitale Formate wecken. Instagram, Facebook und TikTok sind nicht nur die meistgenutzten Plattformen der jungen Generation. Sie können auch die ideale Ergänzung zur Unternehmenswebsite sein. Eine Möglichkeit für Betriebe, auch hier ihre eigene Geschichte spannend und authentisch zu erzählen.

Hat man die Ausbildungsplätze erst mal besetzt, gilt es, die Azubis langfristig an den Betrieb zu binden – und das bereits mit Beginn der Ausbildung. Ein erfolgreiches Onboarding im Betrieb schafft bei den angehenden Fahrzeuglackierern ein Zugehörigkeitsgefühl, das sie langfristig mit ihrem Arbeitsplatz verbindet. Um Sie in Ihrem Betrieb dabei zu unterstützen, haben wir sechs Tipps zusammengestellt, wie Sie Azubis in Ihrem Betrieb erfolgreich eingliedern können.

Außerdem wichtig: eine Aussicht auf Weiterbildung. So können junge Azubis beispielsweise im Standox Camp bereits mit Beginn ihrer Ausbildungszeit Neues aus Theorie und Praxis erfahren. Die perfekte Unterstützung, um sich auf die Zwischen- und Abschlussprüfungen vorzubereiten. „Mit unserem Camp möchten wir den Azubis die Chance geben, sich auch in der Praxis auszuprobieren. Diese Möglichkeit geht im Werkstattalltag leider oftmals verloren“, erklärt Erik Faßbender, Trainer bei Standox. ■

WEITERE INFORMATIONEN

[Ausführlichere Tipps zu diesem Thema finden Sie hier](#)



Wer verhandelt, gewinnt

Mit steigenden Kosten umgehen

Die Kosten steigen branchenübergreifend, die Sorgenfallen bei Inhabern von K&L-Betrieben werden größer. Strom, Gas, Lack und Ersatzteile verteuern sich, weshalb die Preise geradezu explodieren. Insgesamt misst das Statistische Bundesamt im aktuellen Quartal einen Anstieg der Erzeugerpreise von über 7 Prozent im Vergleich zum Vorjahresquartal – je nach Wirtschaftszweig fällt dieser allerdings noch deutlich höher aus.

Vor allem mittelgroße Betriebe gefährdet

Vor allem mittelgroße Betriebe, die zu groß sind, um nur von Autohäusern oder Privatkunden zu leben, aber zu klein sind, um größere Investments zu tätigen, sind von der Entwicklung gefährdet. Umso mehr gilt es, einen verstärkten Fokus auf die betriebswirtschaftlichen Aspekte zu legen.

Gespräche können helfen

Ein wichtiger Faktor hierbei ist die Bereitschaft, mit Versicherern und Flottensteuerern unterjährig zu verhandeln. Diese zeigen oftmals Verständnis und bezahlen mehr, wenn man ihnen die Gründe erläutert. Bei den derzeitigen Entwicklungen sollte man auch gut und gerne alle zwei bis drei Monate nachverhandeln.

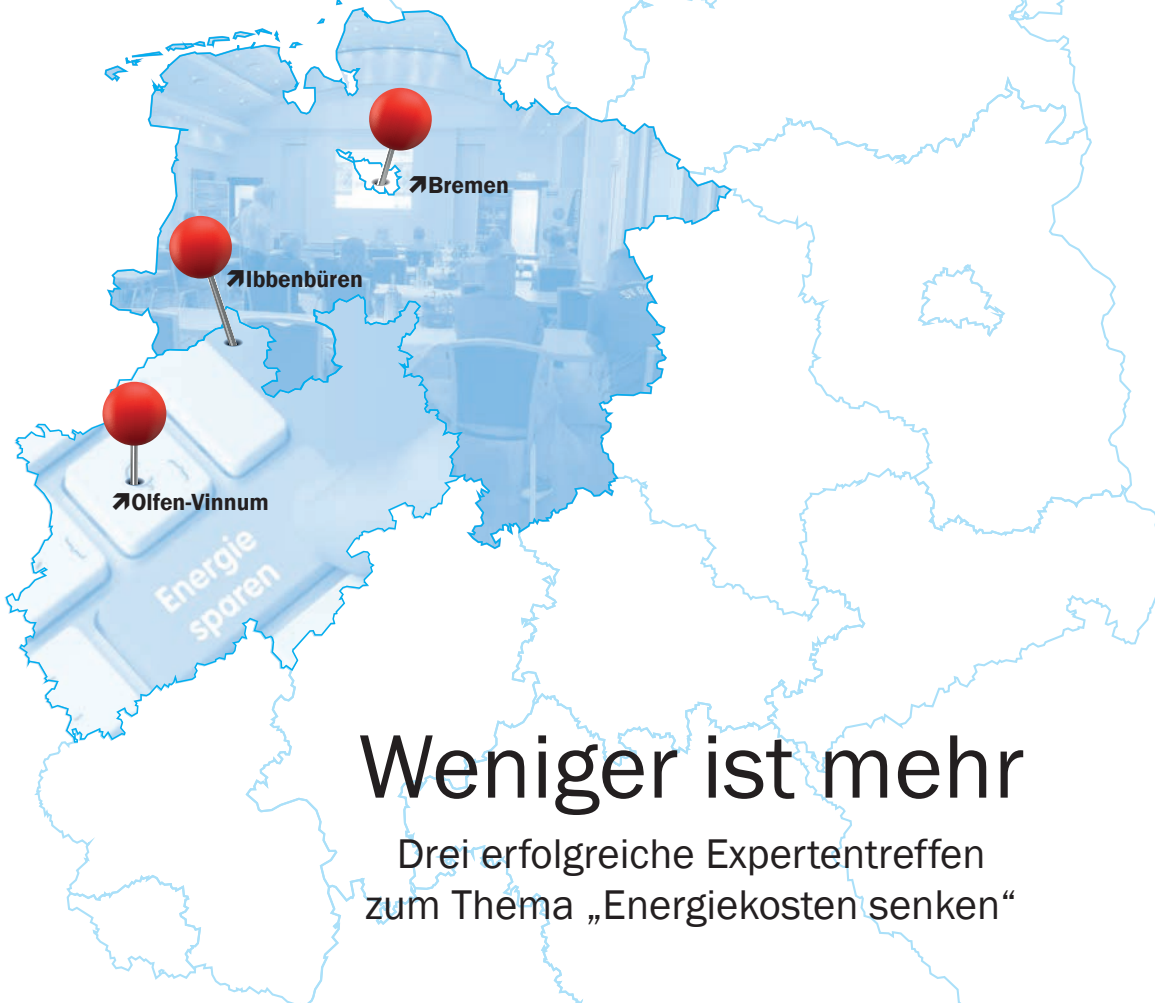
Verhandeln sollte man auch mit seinen Mitarbeitern. Denn diese leiden ebenso unter der Belastung durch die Inflation. Statt irreversiblen Lohnerhöhungen sollte man diesen aber eine lohnsteuerfreie Inflationsausgleichsprämie anbieten. Diese kann bis zu 3.000 Euro hoch sein und auch in mehreren Teilbeträgen gezahlt werden. Außerdem möglich ist die Vereinbarung von Performance-Zuschlägen und Prämien, die sich nach der Leistung des jeweiligen Mitarbeiters richten. ■



+10%

Nach Angaben des Statistischen Bundesamtes (Destatis) stieg die Inflationsrate im September 2022 auf den höchsten Wert seit 1951.

Standex Expertentreffen



Weniger ist mehr

Drei erfolgreiche Expertentreffen
zum Thema „Energiekosten senken“

„You'll never walk alone“ – das Versprechen der Fußballhymne von Liverpool und Celtic Glasgow trifft auch auf die gegenseitige Hilfsbereitschaft in der Lackierbranche zu. So hat der Standex Leitgroßhändler Wulff im Sommer drei Expertentreffen in Bremen, Ibbenbüren und Olfen-Vinum zum Thema „Energiekosten senken“ veranstaltet. Damit hat Wulff Karosseriebau- und Lackierbetrieben wichtige Tipps und Tricks an die Hand gegeben, mit denen sie die Kostensteigerungen in den Griff bekommen können. „Gerade in diesen herausfordernden Zeiten sollte man solidarisch handeln und sich gegenseitig unterstützen. Daher kam uns die Idee zu den Expertentreffen“, erzählt Geschäftsführer Jan-Steffen Entrup.

Erfahrene Fachleute vor Ort

Als Fachleute eingeladen waren Thomas Koch, Geschäftsführer der Energieberatungsfirma cervis, sowie Dirk Sauer, Technischer Service Manager bei Axalta. Koch verfügt über langjährige Erfahrung in Sachen Fördermittelbeschaffung – von der Entwicklung der optimalen Strategie, der beihilferechtlichen Optimierung bis zur Auszahlung der Fördermittel. Er hat den Besuchern des Fachtreffens eine Übersicht über Fördermöglichkeiten gegeben, die in der derzeitigen Situation helfen können.

Dirk Sauer wiederum ist seit über 40 Jahren in der Lackierbranche tätig – davon 26 Jahre in wechselnden Positionen bei Axalta. Der erfahrene Fachmann hat den Gästen das besonders energiesparende Lackiersystem Xtreme von Standex vorgestellt. Die Xtreme Produkte lassen sich nicht nur einfacher anwenden und verarbeiten, sondern trocknen auch schneller und reduzieren so den Energieverbrauch in der Lackierkabine. Diese fachmännischen Tipps sind gerade jetzt extrem wichtig für Werkstattinhaber. Schließlich kommt es aktuell mehr denn je darauf an, nicht nur „im“, sondern vor allem auch „am“ Betrieb zu arbeiten. ■

WEITERE INFORMATIONEN

Gibt Karosserie- und Lackierbetrieben wichtige Tipps:
Standex Leitgroßhändler Wulff



WEITERE INFORMATIONEN

Hier finden Sie die genauen Einsparpotenziale mit dem Xtreme System



02
2022

Repanet



Mein Verein!

**NO
RISK,
MORE
FUN.**



Volle Power fürs Netzwerk

So unterstützt Repanet seine Mitgliedsbetriebe in der Energiekrise

Kaum etwas macht momentan so viele Sorgen wie die Entwicklung der Energiekosten. Unternehmer bangen ganz besonders – das gilt vor allem für energieintensive Handwerksbranchen wie die Kfz-Reparaturlackierung.

„Die Situation der Karosserie- und Lackierbetriebe ist ernst, aber es nützt nichts, den Kopf in den Sand zu stecken“, sagt Margarita Debos, Vorstand Repanet e.V. Schon im Sommer hat sie eine umfassende Umfrage zu den Preissteigerungen unter den Mitgliedsbetrieben durchgeführt, die im Detail zeigt, wie hoch die Belastung der K&L-Betriebe ist. Die Umfrageergebnisse nutzt der Verein jetzt, um den Anliegen seiner Mitgliedsbetriebe gegenüber politischen Vertretern Nachdruck zu verleihen: In einer gemeinsamen Aktion mit anderen Werkstattnetzwerken versendet Repanet derzeit Briefe an Wahlkreisabgeordnete – zusammen mit den teilnehmenden Betrieben.

Mit Lobbyarbeit mehr erreichen

„Wir hoffen, dass der ein oder andere Politiker unsere Einladung annimmt, einen Repanet Betrieb in seinem Wahlkreis zu besuchen, damit wir die Dringlichkeit unserer Forderungen dort persönlich diskutieren können“, sagt Margarita Debos. Die Bundesregierung hat inzwischen zwar

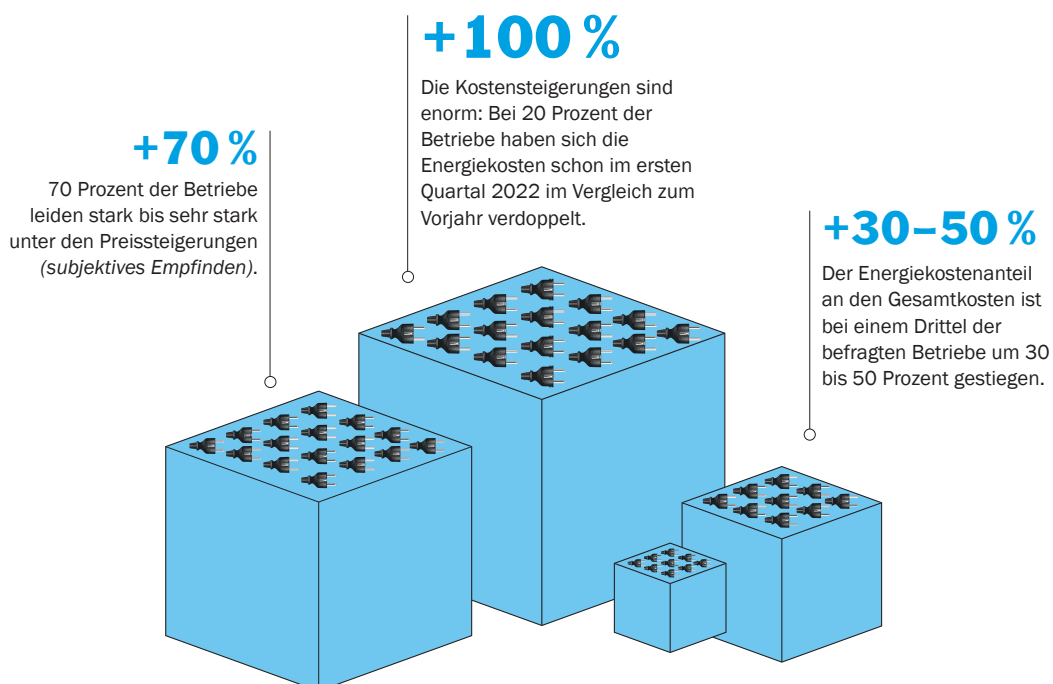
Alle Repanet Betriebe können den vollständigen Technik-Newsletter jederzeit erneut beim Service-Center anfragen.

ein drittes Entlastungspaket geschnürt und angekündigt, dass auch kleine und mittelständische Unternehmen unterstützt werden sollen. „Leider sind die Ankündigungen aber viel zu unkonkret, und wir befürchten außerdem, dass es zu lange dauert, bis sich die geplanten Entlastungen auswirken“, so Debos. „Deshalb wollen wir erreichen, dass sich die Abgeordneten für eine schnellere finanzielle Unterstützung und mehr Planungssicherheit für unsere Mitglieder und alle K&L-Betriebe in ihrem Wahlkreis einsetzen.“

Jetzt schon an später denken

Am Gas- und Geld-Hahn sitzen zwar andere, aber auf den eigenen Verbrauch und die Bezugsquellen können die Unternehmer Einfluss nehmen. „Auch mit Blick auf die Zeit nach diesem Winter werden Energieeffizienz und eine bezahlbare Energieversorgung Thema bleiben – insofern müssen sich die K&L-Betriebe hier langfristig zukunftsfähig aufstellen“, sagt das Vorstandsmitglied. Neben den Aktivitäten in der Lobbyarbeit stellt Repanet seinen Partnerbetrieben deshalb umfassende Informationen zum Einsparen von Energie und zur Umstellung auf alternative Energieversorgungsmöglichkeiten zur Verfügung – zum Beispiel im neuesten Technik-Newsletter, in dem Tiemo Sehon (SEHON) und Jürgen Sterzik

Entwicklung der Energiekosten



(WOLF) über Optimierungen im Bereich Lackierkabinen und Trocknungsanlagen informieren – die größten Energiefresser in K&L-Betrieben.

Die Ansätze, in Kfz-Werkstätten effizienter mit Energie umzugehen, sind vielfältig – von schnell-trocknenden „Low Energy“-Lackprodukten bis zur Umstellung auf LED-Beleuchtung. „Langfristig müssen die Betriebe das Thema von allen Seiten angehen“, sagt Margarita Debos. „Dazu gehört auch die sorgfältige Durchleuchtung der Abläufe im Betrieb. Manchmal sind es Kleinigkeiten, die sich am Ende doch auf der Rechnung bemerkbar machen.“ Repanet Betriebe können dazu die Unterstützung von Thomas Koch von der Unternehmensberatung cenvis in Anspruch nehmen. Auch der Kennzahlen-Kompass, ein Angebot des Repanet Beraters Michael Zülch, kann beim Ermitteln von Einsparpotenzialen helfen.

Da ist noch viel drin

„Im Vergleich zeigt sich, dass die Spreizung bei den Energiekosten enorm ist: Die am wenigsten sparsamen Betriebe zahlten schon vergangenes Jahr über fünf Euro pro verkaufte Stunde für Energie, die effizientesten nur 1,80 Euro“, so Zülch. „Da ist für die meisten Werkstätten noch viel drin“. Auf Wunsch unterstützt Michael Zülch

Weitere Informationen zum Vergleich Ihres Energiekostenanteils und anderer Kennzahlen mit denen Ihrer Wettbewerber finden Sie unter kennzahlen-kompass.de.

beim Entwickeln passender Optimierungsmaßnahmen. Für Repanet Mitgliedsbetriebe ist die Teilnahme am Kennzahlen-Kompass kostenfrei.

Margarita Debos und der Repanet Vorstand arbeiten außerdem an weiteren Unterstützungsangeboten – darunter auch Kooperationen mit regionalen und überregionalen Einkaufsgemeinschaften, denen sich mittlere und kleine Unternehmen für dauerhaft bessere Energiepreise anschließen können. Außerdem soll es eine Reihe von kostenfreien Kurz-Online-Seminaren geben, die über unterschiedliche Aspekte des Energiesparens speziell für K&L-Betriebe informieren. „Wir alle werden kurz- und auch langfristig größte Anstrengungen unternehmen müssen, um im Umgang mit Energie effizienter zu werden – davon sind K&L-Betriebe nicht ausgenommen“, betont Debos. „Um die Unternehmen aber jetzt gut durch die Wintermonate zu bringen und ihre Zukunft zu sichern, brauchen wir schnell unbürokratische Finanzhilfen. Da ist die Politik in der Verantwortung, dafür setzen wir uns ein.“

WEITERE INFORMATIONEN

Lackierung bei 20 °C trocknen?
Energieeffiziente Lacksysteme
machen's möglich





Meine Werkstatt

Frauen sind in Handwerksbetrieben immer noch in der Unterzahl und müssen sich deshalb häufiger behaupten als Männer. Das jährlich stattfindende Repanet Seminar „Meine Werkstatt“ soll sie bei den damit verbundenen Herausforderungen gezielt unterstützen. Erst im September konnten die Teilnehmerinnen wieder jede Menge über erfolgreiches Kommunizieren im beruflichen Kontext lernen. Die Veranstaltung in Korntal bei Ludwigsburg punktete dabei besonders durch die hohe Praxisnähe. So konnten die Teilnehmerinnen unter anderem schwierige Gesprächssituationen aus der Vergangenheit analysieren und nachbesprechen. „Meine Werkstatt“ findet das nächste Mal im Herbst 2023 statt. Weitere Infos werden rechtzeitig bekanntgegeben.



„Delle weg für den guten Zweck“

Gutes tun kann so einfach sein: Im Rahmen des Aktionstages „Delle weg für den guten Zweck“ haben teilnehmende Repanet Betriebe im September ihre Kunden dazu aufgerufen, sich die kleinen Beulen und Kratzer am Auto entfernen zu lassen – für die gute Sache. Denn der gesamte Erlös der Aktion wurde eins zu eins an die jeweiligen Ortsverbände des Kinderschutzbundes gespendet.



Sie möchten teilnehmen?
Melden Sie sich beim
Repamet Service-Center
unter 0800/2 737 263.

Die Arbeit in K&L-Werkstätten ist gesundheitsschädlich und gefährlich ... könnte man jedenfalls denken. Doch was ist wirklich dran an diesem Klischee? „Gar nichts, wenn man's richtig macht“, sagt Repanet und möchte deshalb mit diesem Vorurteil aufräumen.

Aus diesem Grund hat das Netzwerk die Kampagne „No Risk, More Fun“ ins Leben gerufen. Sie rückt das Thema Arbeitsplatzsicherheit in den Fokus und gibt Mitgliedsbetrieben die Möglichkeit, sich als verantwortungsvolle Arbeitgeber zu positionieren. Die Kampagne richtet sich dabei vor allem an Fachkräfte und potenzielle Azubis und enthält unter anderem Flyer und Plakate sowie Social-Media-Posts für Instagram und Facebook.



Deutscher Lackierertag 2022

Volles Haus beim „Familientreffen“ der Fahrzeuglackierer: Unter dem Motto „Themen von heute – für den Erfolg von morgen“ fand Anfang Oktober der Deutsche Lackierertag im thüringischen Petersberg bei der Firma Gehrt Innovation GmbH statt – mit rund 400 Teilnehmenden. Repanet Vorstand Andreas Keller führte als Moderator durch das interessante Programm mit Fachvorträgen zu Themen wie Digitalisierung, Kalkulation, Elektromobilität und Sonderlackierung. Außerdem repräsentierte Repanet Vorstand Margarita Debos den Verein an einem Stand auf der begleitenden Fachausstellung. Andreas Kellers Resümee: „Ich bin immer noch begeistert von der Veranstaltung.“

Auf Instagram
gibt's Bilder
und Videos



2021

„Ich durfte meine Meisterprüfung im letzten Jahr absolvieren. Wir müssen dafür sorgen, dass auch andere Personen in unserer Branche die Möglichkeit bekommen, sich weiterzubilden. Nur wer mit der Zeit geht, kann auch in Zukunft auf dem Markt bestehen.“

*Benjamin Zey,
Karosseriebaumeister Lothar Sauer*

Moin Meister

Dürfen wir vorstellen: Benjamin Zey, 41 Jahre alt und seit Oktober 2021 Karosseriebaumeister. Seine Motivation? Eines Tages die Firma Lothar Sauer aus Garbsen zu übernehmen. „Mein Ziel ist es, den Familienbetrieb in dritter Generation weiterzuführen. Dafür ist ein Meisterbrief zwingend notwendig“, so Zey. Doch nicht nur das bestärkte ihn bei seinem Entschluss: „Nach zehn Jahren Gesellendasein hatte ich den Wunsch, über den Tellerrand zu schauen. Das heißt: sich bilden, neue Erfahrungen sammeln und dabei nicht den Blick auf das verlieren, was ich ursprünglich gelernt habe.“

Für ihn ist aber auch klar: ohne die Unterstützung aus seinem beruflichen und privaten Umfeld wäre das nicht möglich gewesen. „Viele Personen aus unserer Branche trauen es sich oftmals nicht zu, den Job, das Privatleben und die berufliche Weiterbildung unter einen Hut zu bekommen. Umso dankbarer bin ich, dass mir sowohl der Betrieb als auch meine Familie den Rücken freigehalten und gestärkt hat.“



CARBON europe®

**„I statt E“ –
Wenn nicht jetzt,
wann dann?**



CARBON CBR-SYSTEM

DER NEUE STANDARD FÜR „I STATT E“



*Besser. Leichter. Schneller.
Das CBR-Reparatursystem.
Jetzt testen!*



*Die Zukunft beginnt jetzt.
Wie lange wollen Sie noch warten?*



www.carbon.ag

Carbon GmbH | 78253 Eigeltingen | +49 7465 466

Umdenken ist angesagt

I statt E in der Unfallschadenreparatur



CBR-REPARATURSYSTEM

Dank durchdachter Konstruktion, intelligenter Entwicklung und dem Einsatz modernster Materialien ist es der Carbon GmbH gelungen, ein weltweit einzigartiges Reparatursystem zu erschaffen. Die innovative Wabenstruktur der Hebel- und Stützelemente aus kohlefaserverstärktem Kunststoff resultiert im Zusammenspiel mit kraftübertragenden Teilen aus 100 Prozent Carbon in einer bislang unerreichten Kombination aus Ergonomie und Festigkeit. In der Reparaturpraxis sind die Vorteile des CBR klar messbar: höhere Prozesssicherheit, mehr Effizienz und daher kürzere Reparaturdauer sowie geringere körperliche Belastung und Ermüdung.



Natürlich ist es immer einfacher, zu sagen: Früher war alles besser. Hohe Margen bei den Ersatzteilen, eine problemlose Logistik, zahllose Neuwagen auf Halde und ein funktionierender Gebrauchtwagenmarkt. Doch wenn es nach Siegbert Müller, Gründer und Vertriebsleiter der Carbon GmbH, geht, habe das Geschäftsmodell „Teiletausch“ nicht erst seit der Corona-Pandemie an Attraktivität verloren. So setzen er und sein Team schon lange auf die Devise „Instandsetzen statt Erneuern“.

Die Grundlage wurde längst geschaffen

Die Grenzen der technischen und wirtschaftlichen Machbarkeit habe die Carbon GmbH bereits vor ein paar Jahren mit der Entwicklung der CBR-Klebertechnik und jetzt mit dem CBR-Reparatursystem massiv nach oben verschoben. Selbst großflächige Deformationen an

Seitenwand und Schwellern können mit dem CBR wesentlich schneller und mit besserem Finish repariert werden.

Dass es neue Lösungen wie das CBR braucht, begründet Siegbert Müller schon aufgrund der veränderten Bauweise von modernen Karosserien und den heute sehr dünnen Blechen. Ohne Vorrichtungen mit der CBR-Klebertechnik, so Müller, sei ein Richten wirklich schwierig. Dabei entscheiden häufig bereits die ersten Schritte bei der Reparatur über Erfolg oder Misserfolg bei der Instandsetzung. Es hängt also viel vom Know-how des Betriebes ab. Ein wichtiger Punkt ist deshalb die Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter. Doch müssten die Versicherer, Schadensteuerer und Werkstätten genügend Zeit einräumen, „I statt E“ im betrieblichen Alltag umzusetzen. Dann sei dies eine Riesenchance für alle am Unfallgeschäft Beteiligten.

Ein Markt mit Zukunft

Angesichts der aktuellen Situation, versichert Siegbert Müller, hätten die mehr als 400 Betriebe, die bereits mit dem CBR-System arbeiten, massive Wettbewerbsvorteile und Ertragspotenziale. Bei der möglichen Instandsetzungsquote liege man erst im Mittelfeld, der Nachholbedarf am Markt und auch für die Betriebe sei immer noch gewaltig. Viele hätten wenig Ahnung von den Möglichkeiten der Klebertechnik und Aluminiumreparatur. Das müsse sich schnell ändern, denn nur mit modernstem Werkzeug, dem technischen Know-how eines Spezialanbieters und dem entsprechenden Wissen von Reparaturannahme bis zur Kalkulation sei man langfristig erfolgreich. Ein x-beliebiges Brückenwerkzeug vom Hauslieferanten allein reiche leider nicht mehr. ■



„Die aktuellen Herausforderungen des Marktes sind nicht gering. Wir sollten uns aber auf die Möglichkeiten konzentrieren, die sie uns bieten. So werden wir eine bessere und effizientere Industrie.“

*James Muse, Axalta Vice President des Geschäftsbereichs
Autoreparaturlacke, Europa, Mittlerer Osten, Afrika*

Endlich wieder Messe-Feeling!

Rückkehr der Automechanika

2020 eine coronabedingte Zwangspause, 2021 nur hybrid und 2022 schließlich wieder in gewohnter Form: Die Automechanika kehrte vom 13. bis zum 17. September wieder als internationale Leitmesse der Automobilindustrie nach Frankfurt zurück – und das sehr erfolgreich mit rund 78.000 Besucherinnen und Besuchern aus 175 Ländern. Frank Forst, Vertriebsleiter Direktvertrieb Deutschland von Axalta, zieht ein positives Fazit: „Die Automechanika war für uns ein hervorragender Anlass, um uns in der Branche face-to-face auszutauschen, neue Kontakte zu knüpfen und alte zu pflegen.“

Event der Superlative

Bei den 2.800 Ausstellern auf rund 200.000 Quadratmetern lag der inhaltliche Schwerpunkt dieses Jahr auf Digitalisierung, alternativen Antrieben, Elektromobilität und Remanufacturing. Passend zu diesem Fokus präsentierte Axalta unter anderem Live-Vorfürungen der Daisy Wheel 3.0 und zur Caravan-Reparatur, aktuelle Informationen über die Fast-Cure-Low-Energy-Technologie, Drivus Unternehmensdienstleistungen sowie einen spannenden Vortrag von Michael Schäfer über die Caravan- und Wohnmobilinstandsetzung in K&L-Betrieben.

Ein weiteres Highlight der Automechanika war der internationale Lackierer-Wettbewerb Body & Paint. Hier durften fünf Fahrzeuglackierer eine Motorhaube unter dem Motto „Mobilität im Wandel“ gestalten. Axalta schickte Peter Litger vom Karosserie- und Lackcenter Rhein-Sieg GmbH ins Rennen.

Kreativität vom Feinsten

Für sein Kunstwerk ließ sich der Kreativkopf von der Automobilentwicklung in Film und Fernsehen seiner Kindheit inspirieren: „Ich weiß nicht, wohin es in Zukunft geht. Aber was ich in meiner Jugend gesehen habe, ist, dass es immer eine Vision gibt.“ Auch wenn Litger nicht gewonnen hat, ist er für die Networking-Möglichkeiten und den Spaß des Wettbewerbes dankbar. Die Jury kürte Sebastian Schunder vom Betrieb Haas & Söhne aus Eckental zum diesjährigen Body & Paint Sieger. Platz 2 und 3 belegten René Werle von ALJO Lackierungen und Lackierermeister Holger Schmidt aus Hattingen. Herzlichen Glückwunsch an die Gewinner und alle Teilnehmer für ihre fantasievollen Ideen! ■

Auch Axaltas breit gefächertes Programm war ein großer Erfolg: „Unser Angebot auf der Automechanik war vielseitig. Mit den Live-Demos zur Daisy Wheel 3.0 und der Reparatur von strukturierten Caravanwänden konnten wir unsere Expertise auf der Messe beweisen“, resümiert Dirk Sauer, Technischer Service Manager von Axalta.



Ein Team, ein Ziel, zwei Jubiläen

Händlertreffen bei Gevelhoff



„Die aktuelle Energiekrise ist eine große Herausforderung für uns alle. Umso ziel-führender ist es, gemeinsam Lösungen zu finden.“

Sascha Bodtke,
Key Account Manager Distribution
Refinish Systems Axalta

Mehr als 10 Händler, ein Ort und eine Mission: Vom 27. bis 28. Oktober kamen die Standox Händler bei Leitgroßhändler Artur Gevelhoff Autolacke GmbH und Team in Bibertal nach drei Jahren erstmals wieder zusammen. „In der aktuellen Zeit ist es besonders wichtig, dass wir uns in großer Runde austauschen. Wir freuen uns, dass wir das erstmalig bei einem unserer Händler machen durften“, so Yasmin Armbruster (Marketing Communication Specialist). Im Fokus der Gespräche standen gemeinsame Projekte, die aktuellen Entwicklungen in der Branche und ganz besonders die Energiekrise.

Auf ein neues Level

Nach kurzer Begrüßung durch Sascha Bodtke (Key Account Manager Distribution Refinish Systems Axalta) und Stephan Ortmann (Indirect Business Manager Germany) ging es direkt mit

Zahlen, Daten und Fakten des aktuellen Geschäftsjahres los. Bart De Groof (Marketing & Strategy Director Refinish EMEA Axalta) gab den Händlern ein Update zur aktuellen Situation. „Wir haben eine klare und ehrgeizige Wachstumsstrategie in 2020 entwickelt und unsere Organisation und Prozesse angepasst, um unsere Ziele zu realisieren. Im Jahr 2021 haben wir unser Top-Ziel erreicht. Wir arbeiten weiter fleißig in dieselbe Richtung, um unsere Kunden zu halten und neue Kunden zu gewinnen“, sagte De Groof. „Das können wir nur schaffen, wenn wir als Team zusammenarbeiten.“ Und genau das war auch die Hauptbotschaft der markenübergreifenden Veranstaltung: One Team, One Goal!

Zusammenarbeit – ein Begriff, der sich wie ein roter Faden durch die Veranstaltung zog. „Dass nach der Pandemie mit Lieferengpässen, Preissteigerungen und Energiekrise bereits die nächsten Her-



ausforderungen auf Händler und Betriebe warten, ist uns allen bewusst“, gab Stephan Ortmann zu verstehen. „Dennoch sollten wir beachten, dass vereinzelt schon gute Lösungen vorhanden sind.“ Mit Fast Cure Low Energy hat Axalta zum Beispiel bereits ein Produktsystem auf dem Markt, das die Betriebe dabei unterstützt, ihre Energiekosten zu reduzieren. „Es gibt viele Themen, die uns alle gemeinsam beschäftigen. Und genau dafür sind wir heute hier“, fügte Bodtke hinzu.

Jubiläum im Hause Jakob Schwinn & Wulff

Am Abend gab es trotzdem Grund zu feiern: Die beiden Leitgroßhändler Jakob Schwinn und Wulff arbeiten seit mehr als 60 Jahren mit Standox zusammen. Jürgen Wiederhold (Geschäftsführer Jakob Schwinn GmbH) schätzt die jahrelange Partnerschaft: „Seit Beginn ist

das ein Austausch auf Augenhöhe. Wir sind froh über die Unterstützung, die wir seit Jahren von Standox erfahren.“ Für Wulff ist es nach dem 130-jährigen Firmenjubiläum vor zwei Jahren ein weiterer Anlass zur Freude. Geschäftsführer Jan-Steffen Entrup verriet das Erfolgsgeheimnis: „Wir sind über all die Jahre immer nah am Markt gewesen und immer mit innovativen Produkten dabei. Wir haben Mitarbeiter, die schon seit über 30 Jahren unsere Kunden betreuen, aber auch junge Kollegen, die besonders die digitalen Neuerungen vorantreiben. Das zahlt sich aus.“ Dass mit der Pandemie und der Energiekrise seit einiger Zeit vermehrt Krisenthemen im Vordergrund stehen, ändert Entrups Einstellung nicht: „Als Freunde des Handwerks stehen wir auch in schwierigen Zeiten zu unserem Handeln. Das hat sich während der Pandemie bewährt und das wird es auch in der Zukunft – davon sind wir überzeugt.“ ■

„Das Event dient nicht nur der Information unserer Händler, sondern in erster Linie dem gegenseitigen Austausch.“

*Stephan Ortmann,
Indirect Business Manager Germany*

Ein Herz für Oldtimer

Neuer Partner: exmotors

In dem im oberfränkischen Altenkunstadt ansässigen Betrieb exmotors dreht sich alles um eins: Oldtimer. Inhaber Benjamin Küttner ist gelernter Kfz-Mechaniker und hat ein Studium im Bereich Fahrzeugtechnik abgeschlossen. „Ich war schon immer von Oldtimern fasziniert. Als Classic-Car-Besitzer bin ich sehr froh, meiner Leidenschaft nachzugehen und mich jeden Tag mit alten Schätzen beschäftigen zu dürfen.“ Mit seinen drei Mitarbeitern bietet Küttner Services rund um die Welt der Klassiker an – von der Karosserieinstandsetzung über die Neufertigung seltener Blechteile bis zur Komplettrestaurierung. Das Herz des jungen Betriebs schlägt nach dem Motto „Zukunft braucht Herkunft“.

Seit diesem Jahr widmet sich die Werkstatt auch der Lackierung von alten Autos. Bei der Wahl eines



ZUR PERSON BENJAMIN KÜTTNER

fokussiert sich in seinem Betrieb exmotors auf die Restaurierung von Oldtimern.

Lackherstellers war es Küttner wichtig, einen Partner mit ausgeprägter Expertise in der Lackierung von Classic Cars zu finden. „Bei Standox hatte ich mit Abstand das beste Gefühl“, erklärt Küttner.

Mehrwert ab dem ersten Kontakt

Was ihm am meisten gefällt? „Die Unterstützung auf Betriebs- und Anwendungsseite ist außergewöhnlich. Als junger Lackierbetrieb sind wir sehr froh über das umfangreiche Wissen von Standox. Wir bekommen immer wertvollen Input – vom ersten Kontakt bis heute.“ Vor allem Standox Produktsystemberater Florian Plank und Anwendungstechniker Milan Mardar sind eine große Hilfe für die Werkstatt: „Egal bei welcher Angelegenheit, sie stehen uns mit Rat und Tat zur Seite.“

1950 siaspeed

Mit Vollgas zur perfekten Oberfläche

- Hochleistungsschleifmittel mit hoher Abtragsleistung
- Hohe Standzeiten durch geringes Verstopfen
- Feine Oberflächen für sichere Überlackierbarkeit
- Durchgängiges System mit Streifen, Scheiben und Soft-Unterlage
- Effiziente Schleifprozesse mit weniger Arbeitsschritten

Mehr Informationen



www.sika.de/automotive-repair



AUTOMOTIVE REPAIR WORKS WITH SIKAROSSERIE LACK AUTOGLAS

BUILDING TRUST



Vorhandenes Potenzial nutzen

Prozessoptimierung im Handwerk

Handwerksbetriebe sehen sich derzeit mehr denn je mit äußeren Einflüssen konfrontiert, die sie nicht verändern können. Im Gegenzug gibt es aber auch großes Potenzial innerhalb der Betriebe, das sich die Verantwortlichen zunutze machen können, um Effizienz und Wirtschaftlichkeit zu steigern. Eine bewährte Methode stellt die Prozessoptimierung dar, deren Ziel es ist, Abläufe zu beschleunigen, zu verschlanken oder einfach neu zu denken. Um also konkret Kosten einzusparen und Fehlerquellen zu reduzieren, lohnt sich die Analyse der eigenen Abläufe für jeden Betrieb.

Den Blick von außen zulassen

Viele Prozesse sind über die Jahre gewachsen, scheinen auf den ersten Blick zu funktionieren und werden deshalb gar nicht erst hinterfragt. Lässt man Expertinnen oder Experten einen Blick von außen darauf werfen, eröffnen sich häufig ungeahnte Potenziale, die es zu nutzen gilt. Das kann die Verknüpfung verschiedener Schnittstellen sein oder die Umstellung von einem analogen auf einen digitalen Prozess. Egal, an welcher Stelle Betriebe mit der Prozessoptimierung ansetzen – es zahlt sich immer aus. Manchmal durch bessere Erträge, manchmal durch zufriedeneren Kunden oder auch durch ein motivierteres Team. ■



**50.000
Euro**

Das ist der maximale Förderbetrag, den das Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK) kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) innerhalb des Programms „Digital Jetzt – Investitionsförderung für KMU“ auszahlt.



INTERVIEW

TV Moderator Sidney Hoffmann & Axalta Technikleiter Dirk Sauer im Interview zu Daisy Wheel 3.0



Mischen auf hohem Niveau

peenelack setzt auf Daisy Wheel 3.0

Im Mai 2022 war es so weit: Die peene-lack GmbH & Co. KG in Demmin in Mecklenburg-Vorpommern ist von der manuellen Farbtonausmischung auf die digitale Farbtondosierung umgestiegen. „Heute muss sich jeder Gedanken machen, wie er auf dem Markt vorne mitmischen kann. Unsere Lösung war die Daisy Wheel 3.0“, erklärt Inhaber Alexander Wilke. „Ich habe den Betrieb vor vier Jahren in einem innovationsbedürftigen Zustand übernommen. Für mich war es wichtig, dass wir im Wettbewerb mit unserer Farbgenauigkeit herausstechen.“

Ziel: der perfekte Farbton

Während bei der manuellen Farbtonausmischung eine Menge von 250 Gramm für den genauen Farbton benötigt wird, kann die Daisy Wheel 3.0 bereits kleine

Mengen ab 50 Gramm dosieren. Ein Merkmal, das auch die Nachhaltigkeit im Betrieb steigert und die Materialkosten senkt. „Bei der Lackierung einer Spiegelkappe benötige ich in etwa 40 Gramm Lack. Mische ich den Farbton mit der Waage aus, so verschwende ich mehr als drei Viertel der ausgemischten Lackmenge“, so Wilke. „Langfristig ist die Daisy der einfachste Weg, um Kosten zu sparen und die Umwelt zu schonen.“

Ein weiterer Grund für den Kauf war die effiziente Arbeitsweise: „Während die Daisy Wheel 3.0 den Farbton dosiert, können sich meine Mitarbeiter in der Zeit anderen Aufgaben widmen.“ Ein Vorteil, der seinem Team auch im Mischraum zugutekommt. Wo vorher Lackflecken und Farbspritzer zu sehen waren, ist nun eine saubere Daisy Wheel zu finden.

Ein wichtiger Aspekt, denn bei peene-lack ist das vollautomatische Dosiersystem für Kunden deutlich sichtbar – aus einem guten Grund.

Vor Kunden strahlen

„Wir möchten den Kunden zeigen, dass wir die Möglichkeit haben, den perfekten Farbton immer wieder zu reproduzieren. Die Fragen nach der Maschine und die positive Resonanz zeigen uns, dass unsere Entscheidung goldrichtig war“, sagt Wilke. ■

WEITERE INFORMATIONEN

Hier finden Sie weitere Infos zur Daisy Wheel 3.0





Keine Angst vor digitalen Tools

Automatisierte Prozesse einführen

Als Coach für Prozessoptimierung im Mittelstand-Digital Zentrum Handwerk des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz ist Christoph Krause viel unterwegs. Branchenübergreifend unterstützt er kleine und mittelständische Handwerksbetriebe bei der Analyse und Abbildung von Prozessen, bei der Suche nach passenden digitalen Tools und der Beantragung von Fördergeldern.

Innerhalb der Beratung tauscht er sich vor allem mit den Mitarbeitenden in den Betrieben aus. Denn sie sind seiner Meinung nach diejenigen, die die Prozesse umsetzen und meist viel besser als der Chef wissen, wo der Schuh im Detail drückt. Ein Problem, das besonders oft in der K&L-Branche auftritt, liegt in der Verknüpfung verschiedener Schnittstellen: „Kfz-Hersteller, Schadensteuerer und auch Zulieferer verpflichten die Werkstätten zur Anwendung ihrer eigenen digitalen Tools, die sich aber nicht ohne Weiteres miteinander verbinden lassen“, erzählt Krause. Das hemmt die Umstellung auf vollautomatisierte Prozesse, weil die Mitarbeitenden ständig zwischen den verschiedenen Systemen wechseln müssen.

Keep it simple

In der Prozessoptimierung geht es darum, Abläufe so zu verändern, dass die Mitarbeitenden davon profitieren. Einfach, schnell und unkompliziert. Fahrzeuglackierer müssen also keineswegs zu IT-Experten werden, um erfolgreich im digitalen Workflow zu arbeiten. Das Thema Usability, also die Benutzerfreundlichkeit von digitalen Anwendungen, spielt hierbei eine zentrale Rolle. „Die meisten Beschäftigten wünschen sich Oberflächen wie bei WhatsApp, die jeder schnell versteht und täglich nutzt“, weiß Krause. Das sei zwar technisch möglich, doch in der Praxis nicht die Regel.

„Ein nichtdigitales Handwerk gibt es nicht mehr. Denn heute wird in fast allen Branchen mit digitalen Tools gearbeitet. In der Prozessoptimierung geht es darum, alle Bereiche eines Betriebs sinnvoll miteinander zu vernetzen, um am Ende einen vollständig automatisierten Prozess darzustellen, der das Team entlasten soll.“

**CHRISTOPH
KRAUSE**

Experte beim
Mittelstand-Digital
Zentrum Handwerk

Maßgeschneiderte Lösungen fürs Handwerk

Das Angebot von Softwarelösungen am Markt ist riesig, viele kleine und große Unternehmen werben mit maßgeschneiderten Lösungen für das Handwerk. Für Betriebe ist das eine sehr unübersichtliche Situation. Das Mittelstand-Digital Zentrum Handwerk hat diese Problematik erkannt und arbeitet bereits an einer kostenlosen Vermittlungsplattform, die in Kürze online starten wird. Die Handwerksbetriebe sollen hierüber passende Software-Anbieter finden, die ihnen wirklich weiterhelfen. „Wir sind derzeit im engen Austausch mit vielen Herstellern und erklären ihnen detailliert die Situation der Betriebe“, erklärt Krause. Je besser das gegenseitige Verständnis desto passender können Tools entwickelt werden.

Der Weg zum optimierten Prozess

In vielen Betrieben sind automatisierte Abläufe bereits fest etabliert, haben aber noch jede Menge Potenzial. Beispiel Zeiterfassung. „Oft werden die Angaben aus einer Zeiterfassungs-App manuell in ein anderes System übertragen, was fehleranfällig und zeitintensiv ist“, weiß Krause. Sinnvoll wäre stattdessen eine Schnittstellenverknüpfung, die es ermöglicht, die Arbeitszeiten so differenziert zu erfassen, dass sie direkt in die Rechnungsstellung einfließen können. Die Umsetzbarkeit solcher Prozesse einschätzen zu können ist für Betriebe nicht immer ganz leicht. Daher lohnt sich der Austausch mit externen Fachleuten, beispielsweise vom Mittelstand-Digital Zentrum Handwerk, das Betriebe in ganz Deutschland neutral und kostenfrei begleitet. ■

Die Werkstatt von morgen aktiv gestalten

Schlanke Prozesse statt Prozessoptimierung



Josef Kiebler führt gemeinsam mit seinem Bruder Hubert den langjährigen Repanet Familienbetrieb Kiebler GmbH Autolackier- und Karosseriefachbetrieb im bayerischen Immenstadt. Mit schlanken Prozessen möchte er der nächsten Generation den Weg ebnen.

Was tut sich aktuell in Ihrem Betrieb?

Wir haben im Juli damit begonnen, unsere Verwaltung auf ein prozessoptimiertes System umzustellen. Alle anderen Bereiche sollen bis zum Jahreswechsel folgen, sozusagen im laufenden Betrieb.

Was bedeutet das konkret?

Unser 21-köpfiges Team arbeitet zukünftig völlig papierlos. Alle erhalten ein eigenes Tablet, auf dem sie den kompletten Werkstattprozess von der Auftragsannahme bis hin zur Reparatur einsehen und begleiten können. Unsere Auftragsmappen, die bisher von Hand zu Hand wanderten, werden ausgemustert.

Was hat Sie zu der Umstellung bewogen?

Wer zukünftig am Markt bestehen möchte, kann es sich nicht leisten, ohne automatisierte Prozesse auszukommen. Deshalb bin ich fest davon überzeugt, dass eine Software, die auf

unsere Bedürfnisse zugeschnitten ist, unsere Arbeit in Sachen Effizienz auf ein neues Level hebt.

Geben Sie uns ein Beispiel?

Aktuell kommt es mehr denn je dazu, dass Reparaturen wegen fehlender Ersatzteile drei bis vier Tage oder länger unterbrochen werden müssen. In der Vergangenheit entstanden in solchen Situationen schnell unproduktive Fehlzeiten. Im digitalen Workflow gibt es die Möglichkeit, solchen Situationen vorzubeugen bzw. aktiv gegenzusteuern.

Wie kann man sich das praktisch vorstellen?

Wird die Arbeit wegen eines fehlenden Ersatzteils eingestellt, erhält unser Werkstattleiter sofort eine Info. Er kann dann die betreffenden Mitarbeitenden anders einplanen oder sie auffordern, eigentlich nachgelagerte Tätigkeiten wie beispielsweise eine Achsvermessung vorzuziehen. Auch bei der



Eingangskontrolle gelieferter Ersatzteile ist das System eine echte Unterstützung, da das manuelle Suchen und Erfassen entfallen.

Was erhoffen Sie sich für die Zukunft?

Wenn wir Ende des Jahres den Schalter umlegen, dann gibt es kein Zurück mehr zu den alten Strukturen. Ich wünsche mir, dass wir durch unser internes Schulungsangebot alle Mitarbeitenden dazu befähigen, den digitalen Prozess gerne und mit Überzeugung mitzugehen. Wenn wir eine Auslastung von 100 Prozent erreichen, was mit einer guten Planung möglich ist, dann sollen davon letztlich alle Beteiligten profitieren. Hierbei denken wir beispielsweise an Bonus-systeme.

Welchen Einfluss hat die Umstellung auf die Kunden? Die Kunden stehen schon heute im Mittelpunkt unserer Bemühungen. Da wir zurzeit überwiegend

mit Schadensteuerern zusammenarbeiten, ermöglichen wir schon jetzt viele digitale Angebote wie beispielsweise die Online-Schadenmeldung. Langfristig möchten wir aber wieder mehr Fuß fassen im Privatkundengeschäft.

Wieso das? Mit meinem Sohn und meiner Nichte steht die dritte Generation in unserem Betrieb in den Startlöchern. Das Schadengeschäft ist über die Jahre immer weniger lukrativ geworden, so dass wir langfristig auch mithilfe der Umstellung auf digitale Prozesse mehr Privatkunden auf uns aufmerksam machen möchten.

Ändert sich dadurch auch Ihr Arbeitsschwerpunkt? Nein, wir wollen weiterhin breit aufgestellt bleiben und reparieren vom Oldtimer bis zum E-Fahrzeug alles mit viel Herzblut und Begeisterung. ■



**Autolackier- und
Karosseriefachbetrieb
Kiebler GmbH**

Blaichacher Str. 15
87509 Immenstadt

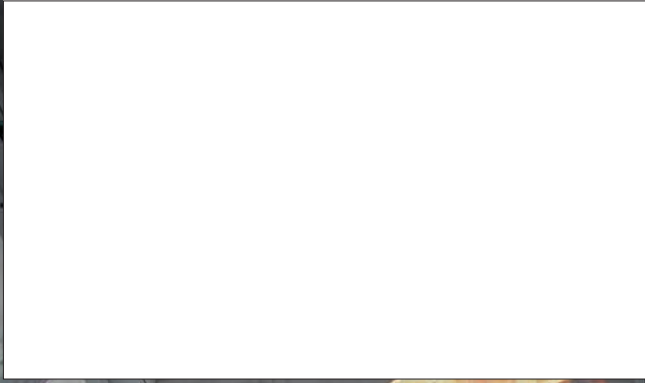


0 83 23 999 77-0
info@kiebler-gmbh.de
www.kiebler-karosserie-lack.de





Warum beim Trocknen Geld verbrennen?



© 2022 Axalta Coating Systems. All rights reserved.

Nutzen Sie das nachweislich energiesparende Lacksystem von Axalta

Axaltas patentierte Fast-Cure-Low-Energy-Technologie senkt die Energiekosten in der Spritzkabine um bis zu 70 Prozent, ohne dass Sie dabei Kompromisse bei der Qualität eingehen müssen. Außerdem benötigen Sie keine spezielle Ausrüstung, um von ihr profitieren zu können. Die Technologie bietet in Zeiten von rasant steigenden Energiekosten eine unkomplizierte Möglichkeit, diese Kosten zu senken - und das ohne Abstriche bei der Qualität. Lassen Sie Ihre Gewinne nicht verpuffen. Erfahren Sie, wie die Fast-Cure-Low-Energy-Technologie Ihnen jetzt helfen kann.

Weitere Informationen finden Sie unter refinish.axalta.de

