

INTERSTANDOX

DEUTSCHLAND 02 2023

Das Fachmagazin für den
professionellen Fahrzeuglackierer

Worauf legen jüngere
Mitarbeiter Wert?

Interview mit Andrea Eigel
> Seite 4

Unbezahlbare
Momente

Axalta Iru Mix
> Seite 20



Bunte Berufswelt

Von wegen dreckig und eintönig. Wir zeigen,
wie vielfältig die K&L-Branche ist. > Seite 24



Editorial: Kraftvoll gegen den Fachkräftemangel	3
Titelthema: Worauf legen jüngere Mitarbeiter Wert?	4
Titelthema: Zahlen, Daten, Fakten	7
Praxis: Geld ist nicht alles	8
Praxis: Das nützliche Helferlein	10
Person: Luca Meyer	13
Partner: The future is now	14
Repanet	15
Auf Augenhöhe verhandeln	16
Dos and Don'ts bei der Stellenausschreibung	18
Produkt: Individuelle Lacke im Handumdrehen	19
Produkt: Unbezahlbare Momente	20
Partner: Eine Investition in die Zukunft	22
Praxis: Die bunte Berufswelt der K&L-Branche	24
Neukunde: Tradition trifft Innovation	27
Standex: Die Generation Z überzeugen	28
Praxis: Eine Frage des Charakters	30
Praxis: Das Unternehmen macht den Unterschied	31



In dieser Ausgabe werden alle Geschlechter angesprochen. Die Verwendung einer bestimmten Formulierung, eines bestimmten Pronomens oder Substantives ist nicht als Ausgrenzung oder Diskriminierung einer bestimmten Gruppe zu verstehen, sondern dient lediglich der Vereinfachung des Textes. Wir respektieren und unterstützen die Vielfalt und Inklusivität aller Geschlechter.

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

Verantwortlich: Margarita Debos und Kevin Saadawy, Standox GmbH, Christbusch 45, D-42285 Wuppertal

Redaktion: K1 Gesellschaft für Kommunikation mbH, Köln
Nicolai Jacobs, Lara Schulte, Marie Stelzer, Isabelle Weber

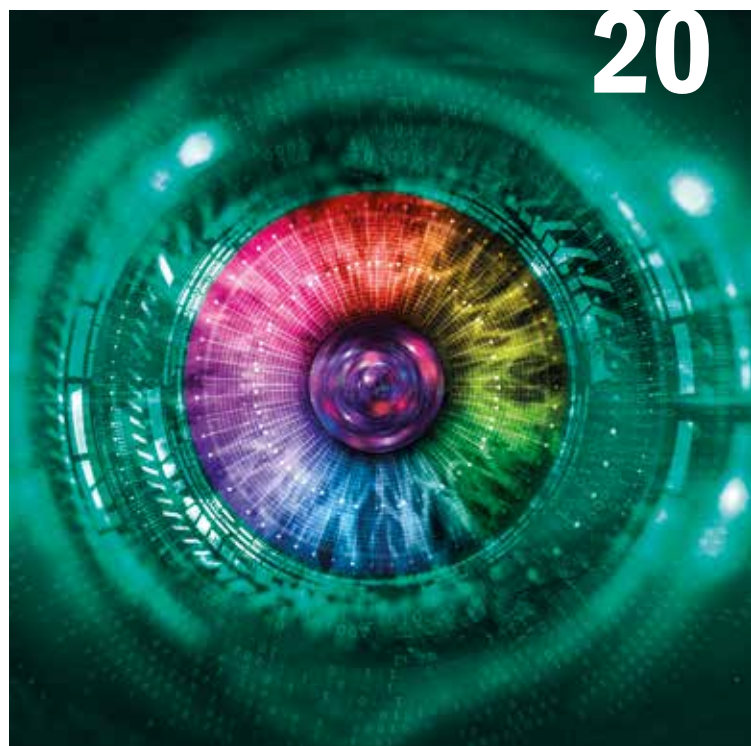
Grafik-Design: Del Din Design, Siegburg, Susanne Del Din

Fotos: Adobe-Stock.com (SFIO CRACHO, BGStock72, Rymden, KOTO, Maria Vitkovska, LineSolution, Ysclips), itscroma, graphictimes, Freitag/Pascal Fassbender, Udo Geisler, alle übrigen: Standox.



TITELTHEMA

Gute Mitarbeiter zu finden ist das eine. Diese auch zu halten, steht noch einmal auf einem ganzen anderen Blatt Papier. Gerade jüngere Menschen haben heute andere Erwartungen und Vorstellungen, was die Arbeitswelt betrifft. Das kann schnell zu Konflikten und falschen Vorurteilen führen. Hier ist es also besonders wichtig, eine Unternehmenskultur zu schaffen, die sowohl die jüngere als auch die ältere Generation abholt.





Kraftvoll gegen den Fachkräftemangel

Auch die K&L-Branche bleibt nicht vom allgemeinen Wandel der Arbeitswelt unberührt. Gute Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu finden und zu halten wird nämlich immer anspruchsvoller. Wer einen Betrieb erfolgreich führen will, muss also kreative Lösungen finden. Und so viel sei an dieser Stelle schon einmal verraten: Rein monetäre Anreize reichen heutzutage nicht mehr aus. Die jüngeren Generationen haben höhere Ansprüche an ihren Arbeits- beziehungsweise Ausbildungsplatz, als „nur“ gutes Geld zu verdienen.

In dieser Ausgabe der Interstandox wollen wir Ihnen daher aufzeigen, wie sich diese Herausforderungen bewältigen lassen. Dazu haben wir nicht nur mit Experten gesprochen, sondern uns auch bei Betrieben umgehört, die eine besonders hohe Mitarbeitertreue vorweisen können. Außerdem widmen wir uns dem Thema Ausbildung und zeigen Ihnen, wie Standox gezielt Nachwuchskräfte fördert. Ebenfalls im Heft enthalten: praktische Tipps, mit denen Sie Ihre Personalgewinnung verbessern können – Stichwort Künstliche Intelligenz. Also, nehmen Sie sich gerne die Zeit und lassen sich auf das Thema ein – es lohnt sich!

Viel Spaß beim Lesen.


Herzlichst Ihr

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Saadawy'.

Kevin Saadawy,
Marketing Communications Specialist Germany

So gelingt Mitarbeiterbindung

Worauf legen jüngere Mitarbeiter Wert?



Die Diplom-Ökonomin Andrea Eigel ist Geschäftsführerin der Kaleidoskop Marketing-Service GmbH in Bietigheim-Bissingen. Eigel und ihr Team machen Marketing für Handwerksunternehmen und beraten diese in Sachen Mitarbeiterbindung und -gewinnung.

Frau Eigel, wie steht es um den Fachkräftemangel im Handwerk? Ich persönlich habe in letzter Zeit vermehrt von Betrieben gehört, die aufgrund von Rezessionsangst aktuell etwas vorsichtig sind und daher nicht nach neuen Mitarbeitenden suchen. Ob sich dieser Trend verstetigt, bleibt abzuwarten. Selbst wenn dies zu einer leichten Entspannung beitragen sollte, fehlen Handwerker gesamtwirtschaftlich betrachtet weiterhin an allen Ecken und Enden.

Was ist die derzeit größte Herausforderung, der sich K&L-Betriebe in Sachen Mitarbeiterbindung stellen müssen? Ganz klar der Generationen-Clash zwischen älteren und jüngeren Mitarbeitern. Gerade was das Thema Kommunikation angeht, gibt es hier erhebliche Unterschiede: Die Generation Z hat andere Erwartungen an den Umfang der Kommunikation. Sie will miteinbezogen und auf Augenhöhe behandelt werden, interessiert sich allerdings auch sehr für Feedback. Ein weiterer konflikträchtiger Punkt ist der Feierabend: Während ältere Mitarbeiter oft noch Aufträge finalisieren wollen, ist jüngeren eher daran gelegen, pünktlich nach Hause zu kommen. Das führt dann schnell zu der Annahme, dass die jüngeren unmotiviert seien.



WEITERE INFORMATIONEN

Hier finden Sie das
Leistungsportfolio der
Kaleidoskop Marketing-
Service GmbH:



Was können Inhaber oder Geschäftsführer tun, um solche Konflikte zu vermeiden? Wie müssen sie umdenken?

Wer einen Betrieb führt, sollte seinen Mitarbeitern diese Unterschiede zwischen den Generationen erklären. Er sollte mit Vorurteilen wie dem, dass die Generation Z grundsätzlich arbeitsunwillig sei, aufräumen. Diese Altersgruppe ist nämlich genauso heterogen wie alle früheren Generationen. Außerdem ist es hilfreich, Unternehmenswerte und gemeinsame Regeln zu definieren und diese auch in die Praxis zu übersetzen. Beispiel Feierabend: Wird da zu Ende gearbeitet oder nicht? Oder wie sieht es mit der Handynutzung am Arbeitsplatz aus? Wie werden Aufträge besprochen? Welcher Ton herrscht in der Kommunikation? All das sind neuralgische Punkte.

Gute Mitarbeiterführung ist eine ungemein wichtige Sache – und das nicht nur für Chefinnen und Chefs. Auch Werkstattleiter beispielsweise sollten ent-

sprechend sensibilisiert werden. Denn gerade junge Menschen denken schneller über einen Jobwechsel nach, wenn ihnen die Stimmung nicht behagt.

Was ist jungen Leuten bei der Wahl ihres Arbeitsplatzes wichtig? Das ist höchst unterschiedlich und hängt immer davon ab, welchen Hintergrund sie haben. Es gibt sehr wohl noch junge Menschen, denen vor allem lukrative Verdienstmöglichkeiten wichtig sind. Andere hingegen legen eher Wert auf gute Kommunikation und Entwicklungsmöglichkeiten. Ebenso verschieden sind die Geschmäcker bei den Themen flexible Arbeitszeit und verbindlicher Feierabend. Übrigens gibt es durchaus auch ältere Arbeitnehmer, die sich für solche Angebote interessieren. Wichtig ist also, mit den Leuten ins Gespräch zu kommen.

Welche Rolle spielen Team-Events dabei? Es ist sehr wichtig, dass es zwischen den Kollegen auch zwischen-

menschlich passt. Hier kann schon das regelmäßige Zusammensitzen in der Mittagspause wahre Wunder wirken. Aber auch ein wöchentliches Team-Meeting ist eine gute Gelegenheit, um miteinander in den Austausch zu kommen. Mir hat vor Kurzem ein Betrieb berichtet, dass es bei ihm früher ein regelmäßiges Betriebsfrühstück gab, das dann wegen der Pandemie abgeschafft wurde. Das wird nun wieder eingeführt, da der Teamgeist im Unternehmen seither sehr gelitten hat.

WEITERE INFORMATIONEN

Mehr zu Andrea Eigel
erfahren Sie auf ihrer
Website:



Zahlen, Daten, Fakten

Seit Jahren nimmt der Lehrlingsbestand im Handwerk ab: So blieben Anfang **2023 rund 40.000 Ausbildungsstellen im Handwerk unbesetzt**. Dabei gibt es Jahr für Jahr zahlreiche junge Menschen, die ihre Leidenschaft in handwerklichen Berufen finden und hier ihre Zukunft sehen. Außerdem: Auch ausgebildete Fachkräfte fehlen zunehmend an allen Ecken und Kanten.

Von der Ausbildung zum Meister

- 2022 wurden **129.034** **Ausbildungsverträge** neu geschlossen
- **90.332** **Menschen** bestanden im selben Jahr ihre Gesellen- oder Abschlussprüfungen im Handwerk
- Darüber hinaus wurden rund **20.500** **Meisterprüfungen** im Handwerk bestanden



Money, money, money

Das verdient man in deutschen Handwerksberufen:

- In der Ausbildung zum Karosserie- und Fahrzeugbaumechaniker kann im 1. Lehrjahr bereits zwischen **766–1.154 Euro brutto** verdient werden
- Später im Beruf bekommt ein Karosserie- und Fahrzeugbaumechaniker schon rund **3.250 Euro brutto**
- Fahrzeuglackierer können im ersten Ausbildungsjahr mit **620–740 Euro brutto** rechnen
- Ausgelernte Fahrzeuglackierer verdienen im Durchschnitt **1.900–3.000 Euro** im Monat



Fachkräftemangel im Handwerk

1.032.374

Handwerksbetriebe in Deutschland

- Besonders ausgebildete Fachkräfte werden gesucht: Dem Handwerk fehlten 2022 **75.452 Gesellen** und **7.239 Meister**
- Insgesamt gab es 2022 **236.818 offene Stellen in Handwerksberufen**



„Wir sind wie eine große Familie.“

Harald Böttcher, Geschäftsführer des autoZentrums Stevens & Hülsdonk

Geld ist nicht alles

Praxistipps zur Mitarbeiterbindung

Wenn ein Betrieb über einen treuen Mitarbeiterstamm verfügt, ist das eigentlich immer ein gutes Zeichen. So wird nicht nur viel Know-how über interne Abläufe erhalten; auch viele zeitaufwendige Einarbeitungen entfallen, wenn die Fluktuation gering ist. Doch was sind – neben einem guten Gehalt – Faktoren für erfolgreiche Mitarbeiterbindung? Wir haben mit drei Betrieben gesprochen, die eine besonders hohe Mitarbeitertreue vorweisen können – und zwar nicht nur unter älteren Angestellten: dem autoZentrum Stevens & Hülsdonk aus Voerde, Morale Karosserie & Lack aus Mössingen und der Autolackiererei Vögeli aus Alzey.

Ein familiärer Umgang

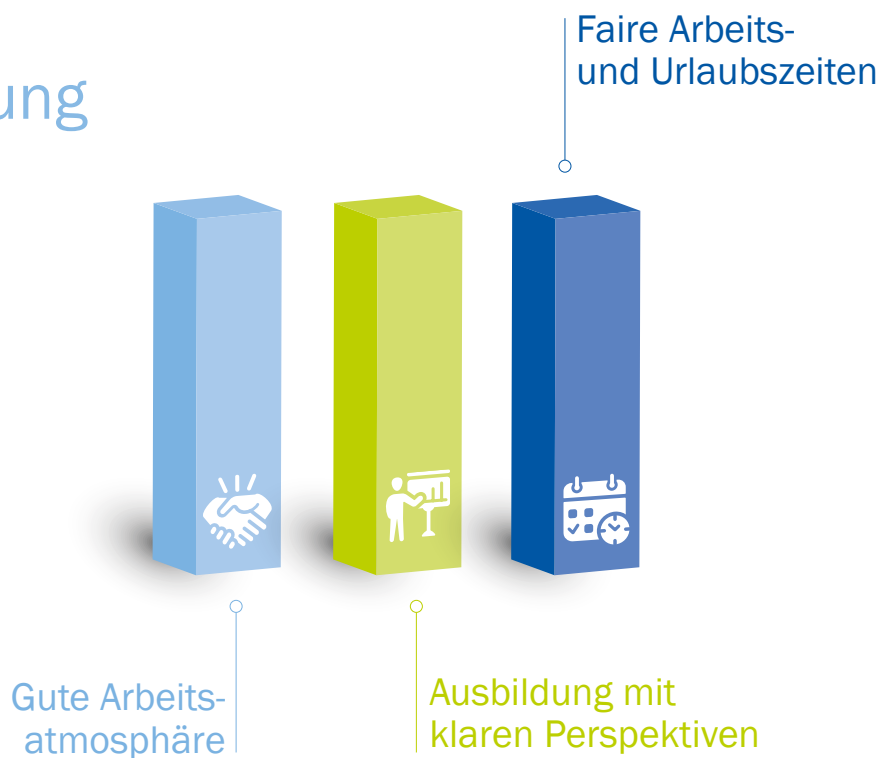
Am allerwichtigsten ist die Arbeitsatmosphäre. „Wir sind wie eine große Familie“, erzählt Harald Böttcher, Geschäftsführer des autoZentrums Stevens & Hülsdonk. „Unsere Mitarbeiter wissen, dass sie jederzeit zu uns kommen können, wenn sie Sorgen haben.“

Diese zwischenmenschliche Komponente ist auch bei der Autolackiererei Vögeli der wichtigste Faktor. „In unserem Betrieb wissen alle, dass der Chef jederzeit für sie da ist, wenn

sie jemanden zum Reden brauchen – egal, ob es um berufliche oder private Angelegenheiten geht. Außerdem vertraut er seinem Team und lässt seine Mitarbeiter frei arbeiten, ohne ständig alles zu kontrollieren“, erzählt Agnieszka Liminowicz von der Vögeli GmbH über ihren Chef Walter Vögeli. Klar, dass Geschäftsführer Walter Vögeli auch über die Pandemie seine Mitarbeiter nicht im Stich gelassen hat; betrieblich bedingte Entlassungen gab es während dieser gesamtwirtschaftlich schwierigen Phase keine.

Einen besonders erfolgsversprechenden Ansatz zur Steigerung des Zusammenhalts hat sich Adrian Morale, Inhaber von Morale Karosserie & Lack, ausgedacht: „Dreimal in der Woche nehmen wir alle gemeinsam eine kleine Zwischenmahlzeit zu uns. Außerdem gehen wir regelmäßig zusammen Mittagessen und in den Biergarten. Die Rechnung übernehme ich.“ Ähnlich großzügig zeigt sich Morale, was die Nutzung von Arbeitsutensilien für private Angelegenheiten angeht. Seine Mitarbeiter können sich diese einfach ausleihen. Dass jeder Mitarbeiter zu seinem Geburtstag mit einem Restaurant-Gutschein beschenkt wird, ist bei einem derart entgegenkommenden Chef ja fast schon eine Randnotiz.

Drei Säulen der Mitarbeiterbindung



Logisch, dass es sich bereits herumgesprochen hat, dass die Arbeit bei Morale Spaß macht. Einen Teil dazu trägt Adrian Morales Instagram-Account mit fast 1.000 Followern. Dort bekommen Neugierige Einblicke in die Arbeit von ihm und seinem Team.

Gute Rahmenbedingungen

Auch in Sachen Urlaubszeiten ist der Geschäftsführer innovativ. So sind Brückentage in seiner Firma – nach Möglichkeit – frei, um lange Wochenenden zu ermöglichen. Zudem setzt Morale auf das Konzept Betriebsferien: im Sommer drei Wochen und im Winter zwei Wochen. „Ansonsten ist es ja immer so, dass in den Hauptferienzeiten viel Stress entsteht, weil weniger Leute die gleiche Menge an Arbeit erledigen müssen. Das umgehen wir durch die Schließung unserer Firma in diesen Zeiträumen“, erklärt der Schwabe die zugrunde liegende Idee.

Angemessene Arbeitszeiten

Ebenso wichtig wie gute Urlaubsregelungen sind angemessene Arbeitszeiten. „Ich glaube, dass unsere Mitarbeiter auch deshalb so gerne bei uns sind, weil unsere Arbeitszeiten ganz attraktiv sind: montags bis donnerstags von 7 Uhr bis



ZUR PERSON
ADRIAN MORALE
Geschäftsführer
Morale
Karosserie & Lack



ZUR PERSON
WALTER VÖGELI
Geschäftsführer
Autolackiererei
Vögeli

16.15 Uhr; freitags machen unsere Mitarbeiter dafür schon um 12.15 Uhr Schluss, so dass wir bei einer 39-Stunden-Woche rauskommen“, erzählt Walter Vögeli.

Ausbildung ist Trumpf

Auch das Thema Ausbildung spielt eine entscheidende Rolle bei der Mitarbeiterbindung. Denn wenn Auszubildende eine gute Perspektive aufgezeigt bekommen, bleiben sie auch als Ausgelernte ihren Betrieben treu. „Wir sind besonders darum bemüht, dass sich unsere Azubis wertgeschätzt und integriert fühlen“, erzählt Böttcher. Diesen strategischen Ansatz verfolgt das auto-Zentrum Stevens & Hülsdonk bereits seit über 40 Jahren. Der Geschäftsführer ist überzeugt, dass gute Ausbildungsbedingungen ein Erfolgsrezept gegen den Fachkräftemangel sind: „Denn die Auszubildenden von heute sind die Fachkräfte von morgen.“

WEITERE INFORMATIONEN

Mehr Tipps zur
Mitarbeiterbindung
lesen Sie hier:



Default (GPT-3.5)

Denke wie ein Recruiter. Erstelle eine ansprechende und überzeugende Stellenanzeige für den Job als Lackierer bei Mustermann Karosserie und Lack mit Schwerpunkt Oldtimerrestaurierung. Verweise dabei auf unsere Vorteile für Mitarbeiter: Betriebsferien, Weihnachtsgeld, regelmäßige Firmenevents. Nutze für die Bereiche „Anforderungen“ und „Was wir bieten“ Bullet Points.



Stellenanzeige: Lackierer (m/w/d) für Oldtimerrestaurierung bei Mustermann Karosserie und Lack

Leidenschaft für Oldtimer und Lackieren? Willkommen in unserem Team!

Bei Mustermann Karosserie und Lack dreht sich alles um die Wiederherstellung und Pflege klassischer Fahrzeuge. Wenn Sie Ihr handwerkliches Talent und Ihre Begeisterung für Oldtimer in einem dynamischen Unternehmen einbringen möchten, dann sind Sie bei uns genau richtig. Wir suchen einen motivierten Lackierer (m/w/d) mit Schwerpunkt auf Oldtimerrestaurierung.

Ihre Aufgaben:

- Professionelle Lackierung von Oldtimern und klassischen Fahrzeugen
- Vorbereitung der Fahrzeuge für die Lackierung, einschließlich Schleifen, Spachteln und Grundieren
- Präzises Mischen und Anpassen von Lacken, um den ursprünglichen Farbton wiederherzustellen
- Zusammenarbeit mit unserem Restaurierungsteam, um die historische Pracht der Fahrzeuge zu bewahren
- Qualitätskontrolle und Endabnahme der lackierten Teile

Anforderungen:

- Abgeschlossene Ausbildung als Fahrzeuglackierer oder vergleichbare Qualifikation
- Idealerweise Erfahrung in der Lackierung von Oldtimern oder klassischen Fahrzeugen
- Präzise und gewissenhafte Arbeitsweise
- Leidenschaft für Oldtimer und klassische Fahrzeuge
- Teamgeist und Einsatzbereitschaft

Was wir bieten:

- Betriebsferien zwischen Weihnachten und Neujahr
- Weihnachtsgeld als Bonus
- Regelmäßige Firmenevents zur Stärkung des Teamgefühls
- Spannende Projekte im Bereich der Oldtimerrestaurierung

Send a message

Regenerate

So oder so ähnlich sieht das Resultat aus, wenn man einen der oberen Prompts bei ChatGPT eingibt. Den Text können Sie dann einfach per Copy & Paste in Word einfügen und überarbeiten. Beachten Sie, dass sich das Ergebnis bei jeder Abfrage etwas ändert – selbst wenn sie denselben Prompt nutzen.

Das nützliche Helferlein

ChatGPT als K&L-Betrieb nutzen

Alle Welt redet von Künstlicher Intelligenz (KI), als wäre sie das Wundermittel gegen den Fachkräftemangel. Doch gerade, wer im Handwerk arbeitet, verfolgt diese Debatte oft mit einiger Verwunderung. Denn eine Lackierpistole können bisher weder die textgenerierenden KI-Chatbots ChatGPT noch Googles Bard in der Hand halten. Das müssen sie allerdings auch gar nicht, um K&L-Betrieben helfen zu können.

Bessere Stellenausschreibungen

So kann bereits das kostenlose ChatGPT eine große Entlastung im Büro sein. Lassen Sie sich zum Beispiel Ihre Stellenausschreibungen von der KI aufpeppen, um aus der Masse herauszustecken. Dazu können Sie einfach Ihr bisher genutztes Stellenausschreibungs-Muster in das Textfeld des Chatbots mit einer vorangestellten entsprechenden Anweisung (einem sogenannten Prompt) kopieren. Ein geeigneter Prompt hierfür wäre: *„Formuliere die folgende Stellenanzeige so um, dass sie attraktiver wirkt und noch mehr potenzielle Bewerber anspricht; denke dabei wie ein Recruiter: [...]“*.

Wenn Sie eine komplett neue Stellenausschreibung haben wollen, können Sie sich diese natürlich auch von ChatGPT schreiben lassen. Ein Prompt hierfür kann in etwa so aussehen: *„Denke wie ein Recruiter. Erstelle eine ansprechende und überzeugende Stellenanzeige für den Job als [JOBTITEL] bei [UNTERNEHMENSNAME] mit Schwerpunkt [optional: Präzisierung der Job-Rolle]. Verweise dabei auf unsere Vorteile für Mitarbeiter: [Vorteil 1], [Vorteil 2] und [Vorteil 3]. Nutze für die Bereiche „Anforderungen“ und „Was wir bieten“ Bullet Points. [optional: Verwende ‚Du‘ in der Ansprache.]“*

*Textupgrade gefällig?
Mit nur wenigen
Klicks verleiht
ChatGPT Ihren Inhalten
mehr Leben und
bringt frischen Wind
auf Ihre Website.*

Bessere Website-Texte

Ein weiterer geeigneter Anwendungsfall sind Website-Texte. Denn ein informativer Webauftritt erfüllt gleich einen dreifachen Nutzen: er wird besser bei Google und Co. gefunden, er wirkt vertrauensbildend auf Kunden und zeigt potenziellen Bewerbern, dass Sie eine moderne Firma sind. Ein Beispiel-prompt hierfür ist: *„Denke wie ein Onlinemarketing-Experte: Schreibe einen ansprechenden und suchmaschinenoptimierten Text für die Übersichtsseite der Website meines Karosseriebau- und Lackierbetriebs [UNTERNEHMENSNAME] aus [ORT]. Folgende Infos soll er beinhalten: [...]“*

Natürlich müssen Sie alle Texte nochmal auf Stil und Fakten überprüfen. Sollten Sie mit einem Ergebnis nicht zufrieden sein, können Sie ChatGPT anweisen, den Text auf die von Ihnen beanstandeten Aspekte hin zu überarbeiten. ■

WEITERE INFORMATIONEN

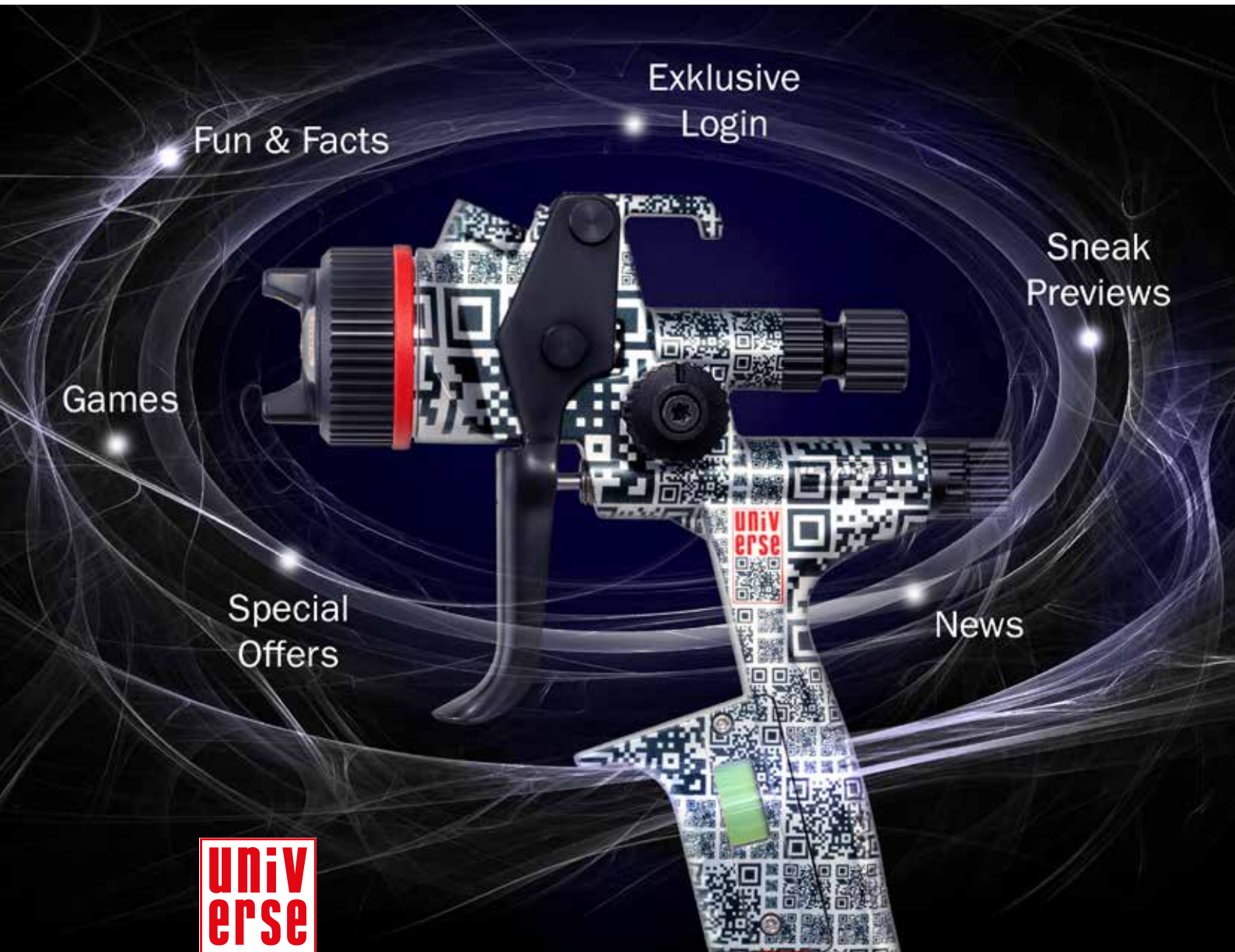
Probieren Sie
ChatGPT gleich
selbst aus:



Your spray gun,
your SATA universe.



German Engineering



Fun & Facts

Exklusive
Login

Sneak
Previews

Games

Special
Offers

News



← Scan me!

limited
edition

Die SATAjet X 5500 universe – Dein Zutritt in eine exklusive SATA Welt

Die SATAjet X 5500 **universe** ist die Premium-Lackierpistole von SATA. Und auch Dein Schlüssel zum **SATA universe** – einer Welt aus exklusiven Inhalten, Vorteilen und Aktionen. Im **SATA universe** kannst Du an besonderen Gewinnspielen teilnehmen. Du erfährst als einer der Ersten, wenn neue Produkte von SATA anstehen. Und sofort nach Deiner Registrierung hast Du Zugang zu exklusiven Details.

Hol Dir Deine SATAjet X 5500 universe. Scan den QR-Code auf Deiner SATA universe. Registriere Dich. Und werde Teil von etwas Großem.



INFO

www.sata.com/jetx-universe

Zwei

„Ich freue mich auf die Betriebsübernahme und hoffe, über die nächsten zwei Jahre mehr Aufgaben übernehmen und weitere Fortbildungen absolvieren zu können. So hat man immer etwas, auf das man hinarbeiten kann.“

*Luca Meyer, angehender Junior-Chef
beim Lackierzentrum Nord*

Vom Azubi zum Unternehmer

Für Luca Meyer aus Bremen wird der Traum zur Realität: Bereits ein halbes Jahr nach Abschluss seiner Ausbildung zum Fahrzeuglackierermeister stehen die Vorbereitungen für die Betriebsübernahme des elterlichen Lackierzentrums Nord an. „Als Unternehmerkind wird man schon von klein auf für diesen Moment vorbereitet“, erzählt der 24-Jährige. Unterstützt wird die Übernahme durch die Teilnahme am Repanet Nachfolgeprogramm „Next Generation“, bei dem über zwei Jahre verteilt sieben Trainingsmodule anstehen. „Ich bin sehr gespannt“, erzählt Luca, „vor allem, da nicht nur ich, sondern auch mein Vater die Seminare besuchen werden“.

Besonders interessieren Luca Meyer die Themen, die über den „eigentlichen“ Beruf hinausgehen – beispielsweise Betriebswirtschafts-, Arbeits- und Personalrecht oder Führungsstrategie. Denn auch wenn es für die endgültige Übernahme noch keinen festen Termin gibt, brennt der angehende Junior-Chef dafür, sein Wissen auszubauen: „Ich brauche immer konkrete Ziele vor Augen und muss irgendetwas haben, wonach ich streben kann.“

The future is now

Das FM-Lackierzentrum macht's jetzt digital



Der Begriff „digitale Werkstatt“ mag für viele Unternehmen noch wie Zukunftsmusik klingen. Doch die FM-Lackierzentrum GmbH aus Cremlingen hat in diesem Jahr ernsthaft Nägel mit Köpfen gemacht und sämtliche Werkstattabläufe digitalisiert. Jeder der elf Mitarbeiter verfügt nun über einen eigenen mobilen Arbeitsplatz und erledigt viele Aufgaben virtuell. Das bedeutet, dass bestimmte Prozesse wie die Rechnungserstellung, Zeiterfassung und Buchhaltung ausschließlich über Computer erfolgen. Selbst Aufgaben wie die Farbtonfindung oder Diagnoseerstellung werden dank der intelligenten Standwin iQ Software und dem cleveren Genius iQ Farbtonmessgerät von Standox deutlich einfacher und digitaler.

Und auch die Arbeitsabläufe innerhalb der Werkstatt werden im Lackierzentrum optimiert: Mit dem neuen, innovativen Autel MAXISYS IA900WA-System

werden Vorgänge wie Achsvermessung, ADAS-Kalibrierung und Diagnose kombiniert und ihre Anwendung damit besonders kosten- und zeiteffizient.

Ein wahrer Imagegewinn

Die Vorteile der Umstellung von analog auf digital sind offensichtlich: Durch die Vernetzung der Prozesse entfallen beispielsweise lange Laufwege, was sich positiv auf Zeit und Effizienz auswirkt. Darüber hinaus nimmt das IDENTICA Lackierzentrum eine Vorreiterrolle in der Region ein. Das Unternehmen hat sich bereits einen Ruf als moderne, digitale Werkstatt erarbeitet.

Falk Pannier erklärt: „Die manuelle Kalibrierung von ADAS-Systemen kann zeitaufwendig sein und erfordert viel Fachwissen. Deshalb kommen viele Autohäuser auf uns zu, damit wir ihre Fahrzeuge kalibrieren, weil sie selbst

technisch dazu nicht in der Lage sind. Das ist nicht nur förderlich für unser Image – auch gegenüber Kunden und Bewerbern – sondern steigert auch unseren Umsatz“, so der Geschäftsführer.

Die Anpassung an die neuen digitalen Abläufe sollte anfangs nicht unterschätzt werden. Auch das Team von Falk Pannier musste sich erst an die neuen digitalen Prozesse gewöhnen. „Mittlerweile läuft jedoch alles reibungslos“, freut sich der Niedersachse. Darüber hinaus sind seine Mitarbeiter nun ideal für die Zukunft gerüstet und bestens ausgebildet. Denn eines ist sicher: Die Digitalisierung ist kein vorübergehender Trend, sondern eine Entwicklung, die bleibt. In diesem Sinne: The future is now. ■

02
2023

Repanet

Mein Verein!



6 TIPPS
ZUR STELLEN-
AUS-
SCHREIBUNG

Auf Augenhöhe verhandeln

Kompetentes Auftreten
gegenüber Großkunden

> Seite 16

Dos and Don'ts bei der Stellenausschreibung

Warum die richtige Struktur den
Unterschied macht

> Seite 18



Margarita Debos, Repanet Vorstandin, weiß um die aktuelle Lage in Betrieben und kann ihnen das Seminar deshalb nur ans Herz legen.

Auf Augenhöhe verhandeln

Kompetentes Auftreten gegenüber Großkunden

Die Zusammenarbeit mit großen Kunden wie Schadensteuern, Versicherungen und Autohäusern hat bei vielen freien Werkstätten in den letzten Jahren verstärkt zugenommen. Natürlich ist das auf der einen Seite eine gute Entwicklung, denn dadurch ist eine stetige Auftragslage quasi gesichert. Auf der anderen Seite stehen viele K&L-Betriebe dadurch auch unter einem hohen Wettbewerbsdruck und werden nicht selten von „den großen Haien“ im Preis gedrückt. Hier also ein gewisses Verhandlungsgeschick an den Tag zu legen, ist von großem Vorteil. Und genau diese Fähigkeit erlernen Betriebsinhaber in dem kaufmännischen Seminar „Mit großen Kunden verhandeln“.

Ende August zuletzt in Fulda stattgefunden, lernen Teilnehmer auf dieser zweitägigen Veranstaltung, mit der entsprechenden Klarheit über die eigenen Kennzahlen, Strategien und Fähigkeiten in entsprechende Preisverhandlungen zu gehen. Und genau hierfür bedarf es im ersten Schritt einer Topkunden-Analyse. Für Referent Michael Zülch eine kluge Methode, um wertvolle Kunden zu identifizieren. „Ausgangspunkt hierbei ist die Bewertung der bestehenden und potenziellen Kunden. Um homogene Gruppen zu erhalten, wird eine Segmentierung vor-

genommen, die verschiedene Grade an Rentabilität, Preissensibilität und Langfristigkeit herausstellt“, erklärt der betriebswirtschaftliche Berater.

Kunden-Ranking liefert Übersicht

Konkret bedeutet das: Man bewertet die Kunden nach qualitativen und quantitativen Gesichtspunkten. Also: Läuft die Zusammenarbeit beispielsweise glatt oder eher kompliziert? Ist sie mit einem hohen logistischen Aufwand verbunden? Wie ist die Zahlungsmoral? Wie hoch ist der Stundenverrechnungssatz und gibt es zusätzliche Leistungen, die bislang nicht abgerechnet wurden? Auch simple Fragen wie „Wie abhängig bin ich von diesem Kunden eigentlich?“ werden hierbei erörtert. „Auf Basis dieser Auswertung können Betriebe dann ein Ranking erstellen und prüfen, auf welche Kunden man sich stärker konzentrieren sollte und wo es sich lohnt, die Zusammenarbeit noch weiter zu intensivieren, und welche Kooperationen sich schlichtweg nicht rentieren“, so Zülch. „Außerdem bildet diese Analyse die ideale Grundlage für Gespräche über Konditionen und Preise“, ergänzt der Diplom-Betriebswirt.

Doch muss man natürlich auch wissen, wie man diese Kennzahlen und Fakten argumentativ klug rüberbringt, um an sein Ziel zu kommen. Und genau hier kommt Peter Opitz ins Spiel. Der Trainer, Ausbilder und Coach für das Thema „verkäufliche Kompetenz und erfolgreiche Preis- und Rabattgespräche führen“ erklärt im zweiten Teil des Seminars, wie Betriebsinhaber selbstbewusst in solche Gespräche gehen und auf Augenhöhe verhandeln. Denn der entscheidende Punkt ist es, den Wert des Produktes in den Fokus zu stellen und sein Gegenüber durch eine gute Vorbereitung von sich zu überzeugen.

Gestiegene Preise, neue Konditionen

Eleonore Blank von der Lackierzentrum Aue GmbH hat an dem Seminar Ende August teilgenommen und ist froh, dass sie sich dort mit Gleichgesinnten austauschen konnte. „Auch bei uns hat die

Zusammenarbeit mit Großkunden zugenommen. Von daher war es für mich besonders wertvoll, sich von den Experten und Kollegen Tipps zu holen und so den Betrieb weiter optimieren zu können. Jetzt heißt es nur noch, das Erlernte umzusetzen.“ Und auch Isabell Deusing von der Deusing GmbH hat einen Nutzen für ihre Arbeit gezogen: „Mir war es wichtig, meinen persönlichen Auftritt gegenüber Verhandlungspartnern zu stärken – und was kann ich sagen: Ich bin wie immer nicht enttäuscht worden.“ Margarita Debos kann Repanet Betrieben das Seminar deshalb nur ans Herz legen. „Gerade in Hinblick auf die vielen Veränderungen in der Branche ist es wichtig, auch die Preise entsprechend anzupassen. Denn Mitarbeiter, Miete und Strom kosten nun mal Geld. Und das sollte sich eben auch in den Angeboten widerspiegeln“, so die Repanet Vorständin. ■

„Die Analyse bildet die ideale Grundlage für Gespräche über Konditionen und Preise.“

*Michael Zülch,
betriebswirtschaftlicher Berater*

*Michael Zülch und
Peter Opitz bieten
gemeinsam das Seminar
„Mit großen Kunden
verhandeln“ für
Repanet Betriebe an.*



6 Tipps zur Stellenausschreibung

Do: Erstellen Sie ein klares Anforderungsprofil, in dem schnell deutlich wird, wen Sie für Ihren Betrieb suchen.

Don't: Vermeiden Sie Fachjargon. Erklären Sie stattdessen einfach und verständlich, worum es geht.

Do: Nennen Sie Ihre betrieblichen Vorzüge: Sportangebote, finanzielle Vorteile oder andere Benefits kommen bei Job-suchenden gut an.



Don't: Gehen Sie Rechtschreibfehlern und wilden Formulierungen aus dem Weg – diese wirken unprofessionell auf die Bewerber.

Do: Zeigen Sie sich offen: Machen Sie deutlich, dass bei Ihnen Menschen aller Art willkommen sind.

Don't: Vergessen Sie nicht, die eigenen Kontaktinformationen anzugeben! Nur so können die Bewerbungen bei Ihnen eingehen.

Dos and Don'ts bei der Stellenausschreibung

Warum die richtige Struktur den Unterschied macht

Neue und qualifizierte Mitarbeiter für den eigenen Betrieb zu finden, ist leichter gesagt als getan: Oft lassen sich die Knackpunkte schon in der Jobbeschreibung ausfindig machen, denn hier kann so einiges schiefgehen.

Kurz, knackig und kreativ

Damit eine Stellenausschreibung die richtigen Kandidaten anlockt, sind einige Aspekte zu berücksichtigen – angefangen beim Jobtitel. Dieser sollte nämlich unbedingt klar formuliert sein, so dass nicht nur der Bewerber sofort ein genaues Bild von der Position hat, sondern auch Suchmaschinen die Anzeige besser einordnen können.

Und dann gilt es, Farbe zu bekennen: Was zeichnet den Betrieb aus? Mit welchem Alleinstellungsmerkmal unterscheidet sich Ihr Unternehmen von anderen? Was können Sie potenziellen Mitarbeitern bieten? Zeigen Sie den Bewerbern in

Und dann gilt es, Farbe zu bekennen: Was zeichnet den Betrieb aus?

Ihrer Anzeige also kurz und knapp, warum gerade Ihr Betrieb die richtige Wahl ist.

Denn damit Sie unter der Vielzahl von Jobangeboten positiv auffallen, sollte die Stellenanzeige so übersichtlich und aussagekräftig wie möglich gestaltet werden. Dazu ist es hilfreich, wenn die zentralen Informationen wie Jobtitel, Unternehmensname und Bewerbungsstart direkt auf den ersten Blick erkannt werden können. Hat man die Aufmerksamkeit einmal, gilt es dann, diese aufrechtzuerhalten: Auch inhaltlich sollte die Jobbeschreibung glänzen. ■

WEITERE INFORMATIONEN

Ist der passende Mitarbeiter gefunden, geht es an die Einarbeitung:





Anmischen leicht gemacht

Warum lange warten, wenn es auch schneller gehen kann? Mit dem neuen Audurra Farbbecher-System gestaltet sich das Anmischen von Lacken und Farben ab sofort noch flexibler und praktischer. Erhältlich in den Bechergößen 170 ml, 400 ml, 650 ml und 850 ml, setzt sich das Audurra Farbbecher-System aus den Deckel- und Innenbecher-Kits sowie den separaten Außenbechern und Verschlussringen zusammen. Jeder Deckel verfügt über einen fest integrierten Filter, der für eine optimale Filtrierung des Lacks während der Anwendung sorgt. Zur Auswahl stehen Deckel mit 125-µm-Filtern, die häufig für wasserverdünnbare Lacke empfohlen werden, oder mit 200-µm-Filtern für konventionelle Grundierungen oder Füller.

Einfache Anwendung, gewohnte Qualität

Zur Anwendung einfach den Einweg-Innenbecher in den wiederverwendbaren Außenbecher einsetzen, den Lack im Audurra Innenbecher anmischen und vorsichtig den Deckel mit eingebautem Filter aufsetzen, runterdrücken und einrasten lassen.



Dann kann auch schon der Verschlussring am Außenbecher befestigt und der passende Lackierpistolen-Adapter aufgesetzt werden. Unternehmen können sich bei den Audurra Produkten auf Qualität und Nachhaltigkeit verlassen: „Die einzelnen Produkte werden sowohl von den Axalta Anwendungstechnikern als auch in unseren Laboren ausgiebig getestet und entsprechen den gleichen hohen Qualitätsansprüchen, die Axalta auch bei seinen Lackprodukten in den Vordergrund stellt“, erklärt Joachim Hinz, Non-Paint Sales Manager DACH & Italy. ■



Reparieren leicht gemacht

Betriebe erzielen Vorteile nicht allein durch qualifizierte Mitarbeiter, sondern auch durch Produkte, die den Arbeitsalltag dieser erleichtern. Ein Anliegen, das sich die Axalta Marke Audurra zu Herzen genommen hat: Denn hier gibt es ganz nach dem Prinzip „Alles aus einer Hand“ nicht nur den Lack, sondern auch das passende Zubehör. Schließlich werden mit der richtigen Ausstattung die einzelnen Schritte von der Instandsetzung bis hin zur Lackierung zum Kinderspiel.

Die Reparatur kleinerer Schäden wird beispielsweise durch das neue Audurra 2K-PU-Kunststoff-Reparatursystem noch schneller und flexibler. Ausgestattet mit fünf verschiedenen Kartuschen, Verstärkungsnetz und -folie, Kunststoff-Reparatur-Primer und -Reiniger, einem 10er-Set Mischdüsen sowie einer Audurra Anwendungs-Pistole kann die Reparatur direkt beginnen. Der 2K-Polyurethan-Klebstoff härtet zudem rasch aus, so dass das Material bereits kurz nach der Anwendung geschliffen und überlackiert werden kann.

Sind die Fehler behoben, kann das Fahrzeug direkt für die Lackierung vorbereitet werden: Die neue Audurra Lackierfolie mit Recyclinganteil lässt sich leicht und individuell zuschneiden. Dank ihrer elektrostatischen Eigenschaften haftet sie extrem gut am Fahrzeug, ermöglicht ein sicheres Abdecken der Fahrzeugteile und garantiert ein präzises Lackierergebnis.

Axalta launcht die erste vollautomatische Farbmischmaschine

Unbezahlbare Momente

Mit der **Axalta Irus Mix** gibt es nun erstmals ein hochmodernes Mischsystem, das vollkommen autonom arbeitet – und zwar ohne dass Hand angelegt werden muss. Und das Beste daran: Der komplett digitale, cloudbasierte und durchgängige Prozess besteht aus lediglich drei sehr einfachen Schritten.

Zuerst wird der Farbton gescannt. Anschließend startet der Benutzer von seinem PC aus den Dosierprozess und setzt den leeren Mischbecher in die Axalta Irus Mix ein. Die Mischformel wird nun vom Farbtonmessgerät an die Software gesendet. Jetzt nur noch den Startknopf drücken und los geht's. Nach ungefähr sechs Minuten kann der Mischbecher wieder entnommen und an der Spritzpistole befestigt werden. Klingt einfach? Ist auch so! Wir haben die schönsten Aha-Momente für Sie festgehalten.

FÜR WENIGER ÄRGERLICHE MOMENTE
Fehler gehören der Vergangenheit an: Das mit der Axalta Irus Mix verbundene, cloudbasierte Überwachungssystem überprüft kontinuierlich den Systemstatus und erstellt etwaige Fehlercodes sowie relevante Lösungen. Sollten Nutzer weitere Unterstützung benötigen, können sie außerdem jederzeit auf Fachleute zugreifen.

FÜR MEHR UMWELT-FREUNDLICHE MOMENTE

Bei der Axalta Irus Mix wird Nachhaltigkeit großgeschrieben. Die innovativen Flaschen aus zum Teil recyceltem Kunststoff verhindern Materialverschwendung und können bis zum letzten Tropfen aufgebraucht werden. Die unterschiedlichen Flaschengrößen passen sich der Menge des Mischlackkonzentrats an und reduzieren ungenutzte Materialbestände.

FÜR PERFEKTE FARBMOMENTE

Die Axalta Irus Mix bietet höchste Farbtongenaugigkeit sowie eine nahtlose Integration in Axaltas digitales Farbtonmanagement. Das Axalta Irus System, bestehend aus Farbtonmessgeräten und cloudbasierter Farbtonfindung, sorgt für eine lückenlose Verbindung zwischen Farberfassung und Farbmischprozess.

FÜR SCHNELLE ERFOLGSMOMENTE

Hochtechnologisch und doch benutzerfreundlich: Die Bedienung der Axalta Irus Mix erfordert keine speziellen Kenntnisse. Heißt, selbst Einsteiger können das vollautomatische Mischsystem nach einer kurzen Einweisung sicher bedienen. Einfach den gewünschten Farbton scannen, finden und mischen.

MOMENT MAL! IHR WOLLT NOCH MEHR?

Dann besucht uns auf Instagram und sucht dort nach dem Hashtag **#irusmoment**



FÜR MEHR ANDERE MOMENTE

Als schnellste vollautomatische Mischmaschine auf dem Markt maximiert Axalta Irus Mix den Durchsatz und verbessert die Produktivität. Engpässe werden vermieden und Mitarbeiter entlastet, so dass sich diese anderen Aufgaben widmen können. Ergo: Die Kapazität der Lackierwerkstatt wird erhöht.

Eine Investition in die Zukunft

Fachbetrieb Poppe setzt auf Axalta Irus Mix



„Wir verkörpern damit, dass wir ein fortschrittlicher Betrieb sind, der auf einem Topniveau arbeitet und schon heute an morgen denkt.“

Dieter Poppe, Geschäftsführer

Die Poppe GmbH, ein Fachbetrieb für Maler- und Lackierarbeiten aus Bremerförde, war der erste Standox Kunde, der sich die neue Axalta Irus Mix in die Werkstatt liefern ließ. Dieter Poppe wollte das vollautomatische Mischsystem möglichst schnell im eigenen Unternehmen einsetzen. „Ich war von der neuesten Innovation aus dem Hause Axalta direkt überzeugt“, so der Geschäftsführer. Warum? Weil es genau die Eigenschaften erfüllt, auf die auch er viel Wert legt: Das Mischsystem ist effizient, umweltfreundlich und innovativ.

Nachhaltigkeit und Effizienz im Fokus

Der Familienbetrieb besteht aus 50 Mitarbeitern und ist spezialisiert auf Lackierarbeiten in den Bereichen Pkw, Lkw und Industrie sowie auf klassische Malerarbeiten. Dieter Poppe führt das Unternehmen in dritter Generation und hat in den letzten Jahren erheblich in

bauliche Modernisierungen, innovative Technik und ein eigenes Blockheizkraftwerk investiert. Auch die Installation einer Photovoltaikanlage auf dem Dach ist geplant, um den ökologischen Fußabdruck weiter zu verkleinern.

Die Anschaffung der Axalta Irus Mix sieht Poppe ebenfalls als Investition in das Unternehmen. „Es ist mir wichtig, dass meine Mitarbeiter mit den neuesten Tools und Maschinen arbeiten. Wir verkörpern damit, dass wir ein fortschrittlicher Betrieb sind, der auf einem Topniveau agiert und schon heute an morgen denkt.“ Der Inhaber versteht das innovative Mischsystem auch als eine Art Antwort auf den Fachkräftemangel. „Die Mitarbeiter haben bislang sehr viel Zeit mit dem manuellen Anmischen von Farben verbracht. Dank des neuen vollautomatischen Mischvorgangs haben die Kollegen nun mehr Kapazitäten zur Verfügung.“ Dem kann Markus Häring, Lackierermeister, nur

FÜR TOPMOMENTE

Axalta Irus Mix ist effizient, nachhaltig und innovativ. Drei Eigenschaften, auf die auch Dieter Poppe von der Poppe GmbH in Bremer-vörde großen Wert legt. Mit der Anschaffung der vollautomatischen Mischmaschine signalisiert der Geschäftsführer seinen Mitarbeitern, dass er schon heute an morgen denkt.



zustimmen: „Ich verbringe normalerweise zwei bis drei Stunden am Tag im Mischraum. Diese Zeit kann ich jetzt für wichtigere Aufgaben nutzen. Und genau das habe ich mir von der Maschine auch erhofft.“

Ein Garant für Innovationen

Das sind nicht die einzigen Vorteile, die die Axalta Irus Mix mit sich bringt: Das Mischsystem kann genauer und geringere Mengen mischen. Dadurch wird weniger Abfall produziert, was einen positiven Effekt auf die Umwelt hat. Der Mischraum und die Werkstatt wirken außerdem noch geordneter und aufgeräumter. „Das macht natürlich Eindruck, sowohl bei Mitarbeitern als auch bei potenziellen Nachwuchskräften und Kunden“, so Dieter Poppe. Wie viel Zeit und Reststoffe das System im Detail einspart, müsse man natürlich noch abwarten, denn für genaue Angaben sei es jetzt noch zu früh. Doch hat der Ge-

schäftsführer großes Vertrauen in die Produkte von Standox. „Standox ist einfach am Puls der Zeit und denkt immer einen Schritt weiter. Die Axalta Irus Mix ist ein weiterer Beweis dafür.“

Die Zusammenarbeit mit der Firma Wulff als Leitgroßhändler ist für den Betrieb aus Bremervörde ebenfalls von hohem Vertrauen geprägt. „Als die Axalta Irus Mix zum ersten Mal in Amsterdam vorgestellt wurde, hat sich mein Berater Frank Stegitz direkt bei mir gemeldet, weil er wusste, dass das Produkt für uns interessant ist. Und auch ich wusste direkt, dass es etwas ganz Besonderes sein muss. Das zeigt, wie gut man sich kennt und schätzt. Auf die Firma Wulff kann man sich einfach immer verlassen“, betont Dieter Poppe. ■

„Ich verbringe normalerweise zwei bis drei Stunden am Tag im Mischraum. Diese Zeit kann ich jetzt für wichtigere Aufgaben nutzen.“

Markus Häring, Lackierermeister

WEITERE INFORMATIONEN

Besuchen Sie die
Poppe GmbH auf
Instagram:



Die bunte Berufswelt der K&L- Branche

Die K&L-Branche ist dreckig und anstrengend. Außerdem ist sie schlecht bezahlt und es arbeiten dort nur Männer. Solche und andere Klischees sind leider nach wie vor in den Köpfen vieler Menschen verankert. Dabei ist an den meisten Vorurteilen überhaupt nichts dran. Zeit also, mit einigen von ihnen aufzuräumen und das angestaubte Handwerker-Image aufzupolieren. Denn das Kfz-Gewerbe ist einer der größten Wirtschaftszweige Deutschlands. Und es umfasst eine Vielzahl an Berufen und Karrieremöglichkeiten. Die folgenden Geschichten liefern die besten Beispiele dafür. Sie alle zeigen: Wer sich für eine Ausbildung in der Fahrzeuglackiererei entscheidet, dem stehen später viele Türen offen. Wir haben mit einigen Akteuren aus der Branche gesprochen, die irgendwann den gleichen Weg eingeschlagen haben, sich aber mit der Zeit in unterschiedliche Richtungen entwickelt haben.



Erik Faßbender

➤Beruf: Leiter Training bei Standox Deutschland

➤Werdegang: Ich habe schon immer gerne gemalt und war in meiner Jugend in der Graffiti-Szene aktiv. Dadurch wurde mir klar: Ich möchte später etwas mit Farbe machen. Die logische Konsequenz war eine Ausbildung zum Fahrzeuglackierer im Jahr 2002. Vier Jahre später folgte dann der Meisterbrief. Seit 2015 bin ich nun schon bei Standox Deutschland. Nachdem ich dort einige Jahre als Anwendungstechniker gearbeitet habe, bin ich mittlerweile Leiter Training in der Axalta Refinish Academy Wuppertal.

➤Tätigkeitsfelder: Ich stehe sehr viel in Kundenkontakt, gebe Schulungen und Weiterbildungen, halte Vorträge und bin im Außendienst unterwegs. Außerdem übernehme ich in meiner Funktion auch internationale Tätigkeiten.

➤Besonderheit: Mein Beruf ist sehr abwechslungsreich. Außerdem vertrete ich ein Produkt, hinter dem ich zu 100 Prozent stehe – und das macht Spaß. Auch die Schulungen und Weiterbildungen sind tolle Aspekte meiner Arbeit, da ich den Teilnehmern dort etwas beibringen kann.



Annika Habicht

➤Beruf: Senior Application Engineer bei 3M

➤Werdegang: Mein Vater war immer schon mein Vorbild. Er ist Kfz-Mechaniker-Meister und nahm meine Schwester und mich schon als Kinder mit in seine Werkstatt. Auch ich habe von jeher gerne kreativ gearbeitet und versucht, mein Interesse an Autos damit zu verbinden. Also habe ich eine Ausbildung zur Fahrzeuglackiererin bei Mercedes Benz in Duisburg gemacht. Als ich dann an einem Training bei Standox teilgenommen habe, habe ich gemerkt: Das will ich auch später einmal machen. Also fragte ich den Trainer, was ich dafür tun muss: Meisterbrief und Englisch lernen.

Nach der Lehre habe ich meinen Meister an der Abendschule absolviert und zunächst in einem Betrieb in Düsseldorf gearbeitet, später dann als Werkstatteleiterin in Viersen. Im Anschluss folgte die Ausbildung zur Betriebswirtin im Handwerk in Vollzeit, bevor ich acht Monate nach Australien gegangen bin, um mein Englisch zu verbessern und ebenfalls in einer Lackiererei zu arbeiten. Zurück in Deutschland war ich dann sechseinhalb Jahre in der ATA (Anwendungstechnische Abteilung zur Prüfung neuer Produkte) bei Axalta tätig und habe unter anderem Untergrundmaterialien mitentwickelt. Doch der Kontakt mit Werkstätten oder Kunden fehlte mir zunehmend. Also ging ich zur 3M Deutschland GmbH.

➤Tätigkeitsfelder: Ich gebe Trainings für die Lack- und Karosseriereparatur – sowohl bei uns als auch bei Kunden vor Ort. Das heißt: Ich zeige Lackierern, Technikern sowie Händlern sowohl im Technischen Anwendungszentrum (TAZ) als auch in K&L-Betrieben, was im Reparaturprozess zu beachten ist.

➤Besonderheit: Ich sage immer, ich bin dafür da, den Kunden all die Vorteile unserer Produkte und die dazugehörigen Prozesse zu vermitteln. Denn wir stehen für gesamte Systeme, die einen sicheren Arbeitsprozess gewährleisten und die für jedermann verständlich und leicht umsetzbar sind.



Norbert Fritz

➤Beruf: Anwendungstechniker bei Artur Gevelhoff Autolacke GmbH

➤Werdegang: Nach meiner Ausbildung zum Fahrzeuglackierer bei Mercedes Benz habe ich meinen Meistertitel erworben und bin 1999 als Anwendungstechniker zu Standox Deutschland gewechselt. Allerdings fehlte mir die Nähe zum Kunden, weswegen ich 2007 bei der Artur Gevelhoff Autolacke GmbH angefangen habe, wo ich im Großraum Bayern als Anwendungstechniker im Einsatz bin. 2013 habe ich zusätzlich noch den Betriebswirt im Handwerk mit Erfolg abgeschlossen. Seit 2021 biete ich als Trainer im Gevelhoff Trainingscenter Lackierschulungen für unsere Kunden an. Darüber hinaus habe ich im Frühjahr 2023 die Prüfung zum „öffentlich bestellten und vereidigten Sachverständigen“ im Bereich Fahrzeuglackierungen mit Erfolg abgelegt.

➤Tätigkeitsfelder: Ich bin ungefähr 80 Prozent der Zeit bei Betrieben vor Ort und halte dort Präsentationen und Schulungen. Man kann sagen, dass ich im Schnitt einen Kunden pro Tag besuche. Die Einsatzplanung erfolgt über meinen Chef, allerdings stimme ich mich oft vorab kurz mit den Werkstätten ab und erkundige mich, wo gerade der Schuh drückt.

➤Besonderheit: Ich sage immer, ich bin dafür da, den Kunden all die Vorteile unserer Produkte und die dazugehörigen Prozesse zu vermitteln. Denn wir stehen für gesamte Systeme, die einen sicheren Arbeitsprozess gewährleisten und für jedermann verständlich und leicht umsetzbar sind.



Jens Minde

➤Beruf: Geschäftsführer bei der Lackier-Center Bremerhaven GmbH & Co. KG

➤Werdegang: Ich habe mit 15 Jahren meine Ausbildung zum Fahrzeuglackierer hier im Lackier-Center gemacht. Schon damals hatte mir mein Vorgesetzter angeboten, als Junior-Chef mitzusteigen. Allerdings sind wir uns dann doch nicht einig geworden und ich bin nach der Meisterschule zur Spedition Mosolf gewechselt. Von dort aus ging es dann für zwei Jahre nach Tschechien, um einen neuen Standort mit aufzubauen. Dort war ich vor allem als technischer Leiter im Bereich Lackierung tätig. In dieser Zeit habe ich viel über das Neuwagengeschäft gelernt. 2001 bin ich zurück zum Lackier-Center nach Bremerhaven gegangen und habe das Unternehmen Schritt für Schritt übernommen. Dank meiner Expertise im Neuwagengeschäft habe ich unseren Fokus dorthin verlagert, so dass wir mittlerweile fast 90 Prozent unseres Umsatzes mit Autohäusern verdienen. Mein Motto: „Immer ein Tick besser – Hand drauf.“ Mein Herz schlägt allerdings für alte Autos, weshalb ich meinen Betrieb zum 1. Januar 2024 an meinen Nachfolger übergeben und mich auf die Altblechbetreuung konzentrieren werde.

➤Tätigkeitsfelder: Die Aufgaben als Werkstatteleiter sind breit gefächert. Ich bin im Prinzip für das gesamte Tagesgeschehen in der Werkstatt zuständig und muss dafür Sorge tragen, dass alle Arbeitsabläufe funktionieren.

➤Besonderheit: Man muss bereit sein, viel zu arbeiten und sein ganzes Herzblut in das Unternehmen und in seine Mitarbeiter zu stecken. Ich habe das viele Jahre lang gemacht und gönne mir nun den Luxus, frühzeitig auszusteigen und meiner Leidenschaft nachzugehen – den Oldtimern.



Michael Schäfer

➤Beruf: Key Account Manager bei Axalta Coating Systems

➤Werdegang: Eigentlich wollte ich Auto-Designer werden. Durch ein Praktikum bei Porsche in Bonn entdeckte ich allerdings meine Leidenschaft für die Fahrzeuglackierung. Also habe ich 1996 meine Ausbildung zum Fahrzeuglackierer in Bonn abgeschlossen und anschließend direkt die Meisterschule besucht. Dann habe ich zwei Jahre lang als Anwendungstechniker gearbeitet und parallel acht Jahre an der Handwerkskammer Köln unter anderem zukünftige Fahrzeuglackierer-Meister ausgebildet. 2004 bin ich schließlich zu Axalta gewechselt und habe dort die ersten Jahre als kaufmännischer Produktsystemberater Karosserie- und Lackierbetriebe betreut. Ab 2008 habe ich als Verkaufsleiter den Direktvertrieb der Regionen Nord-West sowie die Betreuung von fünf Handelspartnern übernommen. Ende 2014 hat Axalta damit begonnen, die Abteilung „Key Account Management Refinish“ aufzubauen, für die ich bis heute verantwortlich bin.

➤Tätigkeitsfelder: Gemeinsam mit meinem Team bin ich für unsere Großkunden zuständig. Das beinhaltet die Akquise, Beratung, Betreuung und Weiterentwicklung von K&L-Betrieben sowie Werkstattketten, die beispielsweise mehrere Standorte betreiben. Aber auch industrielle Beschichtungs-

unternehmen oder Fahrzeuglogistik-Unternehmen zählen dazu. Darüber hinaus bin ich für das Wohnmobil- und Caravan-Business zuständig. In dieser Funktion bin ich unter anderem Ansprechpartner für die Hersteller, Händler und branchenbezogenen Verbände.

➤Besonderheit: Ich mag besonders an meinem Job, dass ich täglich mit Menschen zusammenarbeite und dabei auch viel vor Ort bin. Denn Kundenorientierung heißt für mich nicht nur verkaufen – es heißt, die Bedürfnisse zu verstehen und passgenaue Lösungen und Strategien zu entwickeln. Und genau das macht mir unheimlich viel Spaß!

Tradition trifft Innovation

Neuer Partner: Walther Nutzfahrzeugbau

Mit Walther Nutzfahrzeugbau konnte Standox ein echtes Traditionsunternehmen für sich gewinnen: 1895 wurde das auf Fahrzeug- und Metallbau spezialisierte Unternehmen gegründet – damals noch mit dem Fokus auf Stellmacherei und Kutschwagenbau. 128 Jahre später hat sich der Betrieb mit dem Bau innovativer Aufbauten für Nutzfahrzeuge einen Namen gemacht. Mit Standorten in Leipzig, Chemnitz und Dresden ist Walther Nutzfahrzeugbau in den letzten Jahrzehnten kontinuierlich gewachsen und hat sich in dieser Zeit stetig weiterentwickelt. Mit etwa 85 Mitarbeitern ist das Unternehmen heute ein verlässlicher Ansprechpartner in Sachen Fahrzeug- und Metallbau.

Gemeinsam mit Standox strebt der Betrieb nun an, sein Angebot weiter auszubauen und noch individueller zu gestalten. Doch wie kam es überhaupt zu dieser Partnerschaft? Andreas Schramm, der



ZUR PERSON ANDREAS SCHRAMM

setzt mit Walther Nutzfahrzeugbau GmbH auf innovative Aufbauten für traditionelle Nutzfahrzeuge.

geschäftsführende Gesellschafter von Walther Nutzfahrzeugbau, erklärt den Schritt: „Wir haben uns für Standox entschieden, weil wir nicht nur die Produkte schätzen, sondern auch den Zusammenhalt hinter der Marke.“ Schließlich ist es für Walther Nutzfahrzeugbau von zentraler Bedeutung, auf die spezifischen Anforderungen seiner Kunden eingehen zu können: „Wir reagieren so schnell, kompetent und flexibel wie möglich auf die Wünsche unserer Kunden. Denn die stehen bei uns seit Tag eins im Vordergrund.“ Daher schätzt Andreas Schramm besonders die vielfältige Produktpalette des Herstellers, die stets neue Lackergebnisse bei gleichbleibender Qualität gewährleistet. „Wir fordern uns gerne selbst heraus und hoffen, an den Aufgaben wachsen zu können. Standox unterstützt uns dabei, weiterzudenken, auf höchstem Niveau zu lackieren und auf diese Weise neue Visionen umzusetzen.“ ■

KLEINE KRATZER UND KEINE LUST ZUR LACKIERPISTOLE ZU GREIFEN?

DIE LÖSUNG: SPRAYDOSE



Durch die patentierte SprayMax-Technologie und den erstklassigen Reparaturprodukten werden Lackierergebnisse wie aus der Lackierpistole erzielt.

Und das Beste: Jeder Wunschfarbton kann ganz einfach abgefüllt werden.





„K&L-Betriebe, die ihre Auszubildenden besonders fördern, verschaffen sich im Kampf um die talentiertesten Nachwuchskräfte den entscheidenden Vorteil.“

Erik Faßbender, Leiter Standox Training

Die Generation Z überzeugen

Einblick ins Standox Camp

Im Jahr 2022 gab es rund 2.000 Ausbildungsstätten in der K&L-Branche, zwischen denen sich potenzielle Kandidaten entscheiden können. Wer aus dieser Menge herausstechen will, muss gerade der Generation Z zusätzliche Anreize bieten, wie der Nachwuchs im eigenen Betrieb gezielt gefördert wird. Die Antwort? Der Motivationskick Nummer eins, das Standox Camp – ein Förderprogramm von Standox, das Azubis über die drei Jahre ihrer Lehre begleitet. Hier werden die Auszubildenden nicht nur ideal auf ihre Prüfungen vorbereitet, sondern können außerdem auch noch etwas gewinnen.

Fehler selbst erkennen

Bei Standox bekommen die Azubis die Möglichkeit, Neues zu lernen und auszuprobieren. Ein Lerneffekt, den die Teilnehmer zu schätzen wissen: „Im Unternehmen darfst du als Azubi ja noch nicht eigenständig arbeiten, sondern immer unter der Aufsicht des Gesellen. Im Camp haben wir dann zum ersten Mal komplett allein lackiert“, erzählt Emily Klipan, Auszubildende im zweiten Lehrjahr von Senger Starlack in Rheine. „Man konnte die eigenen Fehler sehen und Fragen stellen.“ So wie die Ausbildung zum Lackierer drei Jahre dauert, hat auch das Camp drei spezifisch auf die Lehrjahre abgestimmte Module, die auf die jeweiligen Prüfungen vorbereiten. Emily ist eine von zwölf Teilnehmern, die 2022 mit dem ersten Modul gestartet sind. Spezialisten von Standox und externe Experten

schulen die Azubis in der Axalta Refinish Academy zu fachlichen Inhalten, aber auch zu persönlicher Entwicklung oder Hintergrundwissen. „Es ist sehr interessant gewesen, andere Materialien kennenzulernen als die, mit denen wir im Betrieb arbeiten. Wir waren auch einmal in Wuppertal bei der Lackherstellung dabei und haben gelernt, wie die Pigmente zu Farben werden“, erinnert sich die 22-Jährige.

Finanzierung der Meisterschule

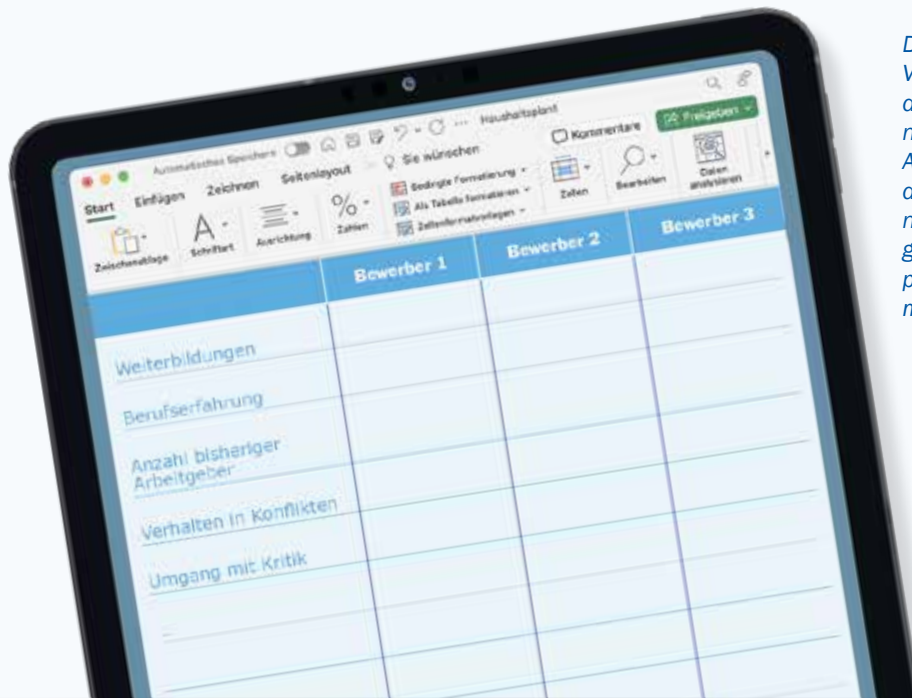
Wer alle drei Module durchläuft und den besten Abschluss macht, dem winkt am Ende die Finanzierung der Meisterschule. Auch Platz zwei und drei werden prämiert. Einen besseren Abschluss sieht Camp-Teilnehmer Jannik Kemme dank der praxisorientierten Module in greifbarer Nähe: „Man merkt auf jeden Fall, wenn man etwas vorher schon mal gemacht hat. Man ist viel sicherer und erfahrener im Umgang“, so der 19-Jährige. „Und außerdem ist es cool, sich im Camp auszuprobieren.“

Erik Faßbender, Leiter Standox Training, freut sich schon auf das letzte Modul im kommenden Jahr und resümiert: „Unsere Teilnehmer geben bisher richtig Gas. Das Standox Camp bietet Werkstätten eine einfache Möglichkeit, sich als attraktiver Arbeitgeber zu positionieren und die Auszubildenden zusätzlich zu motivieren.“ ■



Eindrücke der ersten beiden Module 2022 und 2023. Übrigens: Man kann auch beim Standox Camp quereinsteigen. Wer noch Auszubildende beim dritten Modul 2024 anmelden möchte, informiert sich unter www.standex.de/standox-camp oder bei dem entsprechenden Produktsystemberater.





Die Vorbereitung auf das Vorstellungsgespräch ist das A und O – und das gilt nicht nur für Bewerber! Auch für Unternehmen birgt das persönliche Kennenlernen seine Herausforderungen, die jedoch mit der passenden Strategie gemeistert werden können.

Eine Frage des Charakters

Vorstellungsgespräche erfolgreich führen

Die Stellenanzeige ist geschrieben und in alle gängigen Portale eingestellt. Es trudeln nach und nach die ersten Bewerbungen ein. Jetzt geht es an die Bewerberauswahl und anschließend an die ersten Vorstellungsgespräche. Wir geben Ihnen einige Tipps, mit denen Sie den Recruiting-Prozess erfolgreich zu Ende bringen.

Laden Sie zum Vorstellungsgespräch zunächst die drei passendsten Kandidaten ein und versuchen Sie, die Termine zur besseren Vergleichbarkeit möglichst kurz hintereinanderzulegen. Legen Sie sich vorher eine Tabelle mit allen Punkten an, die für Sie wichtig sind. Dazu können beispielsweise die Länge der Berufserfahrung zählen oder bestimmte Weiterbildungen und Spezialisierungen.

Was Sie unbedingt fragen sollten

Auf den Seiten 8 bis 9 haben Sie ja bereits gelesen, dass ein gutes Miteinander der Hauptfaktor für Erfolg ist. Achten Sie beim Gespräch also vor allem darauf, ob der Bewerber gut ins Team passt. Dazu können Sie Fragen stellen wie: Was ist das Ungewöhnlichste, was Sie getan haben, um einem Kollegen bei der Arbeit zu helfen? Können Sie von einer Kon-

fliktsituation berichten, in der Sie vermittelt haben? Wie würden Sie mit einem Kollegen umgehen, der ständig zu spät zur Arbeit kommt oder Fristen nicht einhält? Wichtig: Fragen nach weltanschaulichen Ansichten, sexueller Orientierung etc. sind tabu und können sogar Bußgelder nach sich ziehen!

Auch Sie bewerben sich

Vergessen Sie nicht, dass auch Sie zeigen müssen, warum Ihr Gesprächspartner ausgerechnet in Ihrem Betrieb arbeiten soll. Erzählen Sie dabei nicht nur die harten Fakten, sondern gehen Sie auch auf die Unternehmenskultur oder besondere Vorteile für Mitarbeiter ein. Versuchen Sie, aus dem Vorstellungsgespräch einen Dialog auf Augenhöhe entstehen zu lassen. Vergessen Sie außerdem nicht, bei der Verabschiedung einen konkreten Zeitrahmen für Ihre Rückmeldung zu erwähnen.

Haben Sie alle Gespräche geführt, sind Sie am Zug: Vergleichen Sie die Kandidaten in Ihrer Tabelle und teilen Sie ihnen zeitnah Ihre Entscheidung mit. ■

Das Unternehmen macht den Unterschied

Um sich von Wettbewerbern abzuheben und möglichst attraktiv auf potenzielle Mitarbeiter zu wirken, braucht es eine überzeugende Außendarstellung mit einem spezifischen Alleinstellungsmerkmal. Denken Sie daher darüber nach, wie Sie wahrgenommen werden wollen und welche Vorzüge Sie hervorheben möchten, denn Bewerber suchen sich Ihre Werkstatt nach unterschiedlichen Kriterien aus. Wir haben drei „Unternehmenspersönlichkeiten“ definiert und jeweils entsprechende Inhaltskategorien hinterlegt. Mit diesem Test finden Sie heraus, welche dieser Persönlichkeiten Ihnen am besten entspricht. Beantworten Sie dazu einfach die Fragen und zählen Sie am Ende die Punkte zusammen. —

17–23 Punkte: „We are family“ – Bei Ihnen im Betrieb geht es familiär zu. Mitarbeiter und Kunden fühlen sich wohl und gut aufgehoben. Der offene und familiäre Umgang weckt Vertrauen und wirkt auf viele Menschen sympathisch.

11–16 Punkte: „We make you happy“ – Ihre Philosophie lautet: „Bei uns ist der Kunde König“. Bei Ihnen erhalten Kunden einen professionellen Service, der keine Wünsche und Fragen offen lässt. Ihre engagierten Mitarbeiter denken im Sinne einer professionellen Schadenabwicklung voraus, und diese Mentalität ist in der gesamten Belegschaft fest verankert.

5–10 Punkte: „Simply the best“ – Ihr Unternehmen beeindruckt mit einem edlen Erscheinungsbild, einem hochwertigen Interieur und den neuesten technischen Standards. Menschen, die zu Ihnen in die Werkstatt kommen, haben das Gefühl, vom besten K&L-Betrieb in der Gegend betreut zu werden.



Info: Dieser kleine Test dient nur als Orientierungshilfe und die idealtypischen Beschreibungen der „Unternehmenspersönlichkeiten“ sind lediglich als Zuspitzung bestimmter Aspekte zu verstehen.

Welcher Arbeitgebertyp sind Sie?

WAS IST IHNEN BEI DER SCHADENABWICKLUNG BESONDERS WICHTIG?

- a. Der Kunde soll sich bei uns wohl- und gut aufgehoben fühlen. (5)
- b. Wir bieten schnelle und professionelle Lösungen. (3)
- c. Der Kunde soll schnell merken, dass bei uns nach höchsten Standards gearbeitet wird. (1)

WIE WICHTIG IST IHNEN DIE BEZIEHUNG ZU IHREN MITARBEITERN?

- a. Mir ist es vor allem wichtig, dass meine Mitarbeiter gut ausgebildet sind und unser gepflegtes Image auch nach außen hin repräsentieren. (1)
- b. Die Mitarbeiter sind wie ein Teil der Familie. (5)
- c. Ein gutes Arbeitsklima ist wichtig, aber es geht vor allem um die Kundenzufriedenheit. (3)

WELCHES IMAGE WÜNSCHEN SIE SICH FÜR IHR UNTERNEHMEN?

- a. Ein sympathisches Image, das auf jahrelangem Vertrauen aufbaut. (5)
- b. Ein Image als der beste K&L-Betrieb in der Gegend mit höchster Kompetenz und neuesten Technologien. (1)
- c. Ein professionelles Image mit Fokus auf gutem, zuverlässigem Service. (3)

WIE BIETEN SIE IHREN KUNDEN KAFFEE AN?

- a. In einheitlichen Porzellantassen aus unserem Vollautomaten (1)
- b. In uneinheitlichen Keramikbechern aus unserer Thermoskanne (4)
- c. In Pappbechern aus der Kaffeepad-/Kapselmaschine (2)

WIE SIEHT IHRE KUNDENZONE AUS?

- a. Dort stehen echte Pflanzen. (4)
- b. Dort stehen künstliche Blumen oder Pflanzen. (2)
- c. Dort steht keine Blumen- oder Pflanzendeko. (1)



BRINGEN SIE IHRE WERKSTATT AUF EIN NEUES NIVEAU.



- mit Schulungen, die zu Ihrer Arbeitsweise passen.

Die Axalta Academy ist eine innovative Schulungsplattform. Sie wurde entwickelt, um Ihre Werkstatt mit den besten in der Reparaturlackbranche verfügbaren Lernressourcen auf ein höheres Niveau zu bringen. Die Axalta Academy vereint die reale und die digitale Welt und vervielfacht den Zugang zu flexiblen Schulungsangeboten: von massgeschneiderten Präsenz- und Online-Kursen bis hin zu E-Learning auf Abruf und aktuellen digitalen Wissensressourcen.

Ob Lackierer oder Werkstattdirektor, Auszubildende oder Betriebsinhaber - lernen Sie heute von unseren Schulungsexperten, wie Sie gleich morgen Ihre Arbeit optimieren können. **Die Axalta Academy** hilft Ihnen, Ihre Werkstatt auf ein neues Niveau zu bringen.

Registrieren Sie sich jetzt: refinish.axalta.eu/academy-de

Mitarbeiter entwickeln - Leistung und Gewinn steigern.

In diesem Text werden alle Geschlechter angesprochen. Die Verwendung einer bestimmten Formulierung oder eines bestimmten Pronomens ist nicht als Ausgrenzung oder Diskriminierung einer bestimmten Gruppe zu verstehen, sondern dient lediglich der Vereinfachung des Textes. Wir respektieren und unterstützen die Vielfalt und Inklusivität aller Geschlechter.