



16.09.2020

„WERKSTÄTTEN MÜSSEN SICH DIE NEUEN TECHNOLOGIEN AUCH LEISTEN KÖNNEN“

„Wir sind in einem Segment unterwegs, das sich noch einigermaßen vernünftig durch die Krise manövrieren konnte“, schätzte Benjamin Burkard, Vertriebsleiter von AkzoNobel für Deutschland, Österreich und die Schweiz, die Situation für den Unfallschadenmarkt in der Corona-Krise während des Schadentalks ein. Zentrales Ziel für die Lackmarke sei es gewesen, Werkstätten Unterstützung zu bieten, um deren Mitarbeiter zu erhalten und Geschäft zu sichern. Denn vor allem für das zweite Quartal 2020 verzeichnete der Lack-Markt signifikante Auftragseinbrüche, was sich für alle als eine Herausforderung darstellte. „Besonders im April sind die Zahlen in die Knie gegangen, dafür haben sie sich im Mai und Juni schon wieder langsam erholt“, blickte er während des Talks auf die Situation zur Zeit des Lockdowns zurück.

E-MOBILITÄTSKONZEPTE IM FOKUS

Auch in den kommenden Monaten steht für Benjamin Burkard die Unterstützung der Betriebe im Mittelpunkt. Unter dem Stichwort New Mobility baut der Lackhersteller AkzoNobel Know-How, Schulungskonzepte und Hardware im Bereich Hochvolt-Technologie auf. „Unser Ziel ist, die Betriebe dadurch optimal darauf vorzubereiten, was in Zukunft auf sie zukommt.“ Zentrale Rolle spiele dabei die Effizienz, damit die Betriebe sich solche Investitionen auch leisten können. Ein konkreter Ansatz sei dabei die Prozessverbesserung und Materialeinsparung, beispielsweise durch den Einsatz des Paint Perform Air.

POSITIVE RESONANZ AUF NEUE TECHNOLOGIEN SPÜRBAR

Erst wenige Wochen vor dem Lockdown war AkzoNobel laut Benjamin Burkard mit dem Vertrieb des Paint Perform Air gestartet. „Wir durften schnell feststellen, dass die Veränderung, die Corona mit sich gebracht hat, bei den Betrieben eine große Investitionsbereitschaft hervorgerufen hat.“ Dennoch betonte der Vertriebsleiter, dass dabei neben der technischen Lösung an sich auch die Schulungen der Mitarbeiter eine entscheidende Rolle spiele. Dies habe sich in der Praxis aber auch mit digitalen Kommunikationsmitteln durchführen lassen. „Wir waren überrascht, wie gut die Betriebsinhaber

vorangehen. Kontinuierlich weiterentwickeln, um sich profitabel aufzustellen.“ Die Digitalisierung im Werkstattalltag sieht er in der heutigen Zeit als eine Selbstverständlichkeit an: „Die Notwendigkeit ist gegeben, digitale Tools in K&L-Betrieben einzusetzen. Da führt kein Weg dran vorbei.“

Sehen Sie im Video das Fazit von Benjamin Burkard zum Schadentalk 2020. [Den ganzen Talk können Sie hier nachsehen.](#)

Ina Otto