



25.09.2024

COLORMOTION UNTERNEHMEREVENT: STARKE IMPULSE UND GUTE AUSSICHTEN

Traumhaftes Spätsommerwetter, ebenso traumhafter Blick auf die Außenalster: Die äußeren Voraussetzungen für das ColorMotion Unternehmerevent in Hamburg hätten besser kaum sein können. Der Einladung des Kundennetzwerks waren rund 250 Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus Deutschland, Österreich und der Schweiz gefolgt. Und die Gegebenheiten färbten auch auf die Besucher ab. Zum Treffen des Netzwerks von Lackhersteller BASF mit der Lackmarke Glasurit herrschte rundum gelöste Stimmung. Am ersten Veranstaltungstag, dem Freitag, stand das Netzwerken im Fokus. Dieser Punkt war Antje Strohmeier und Dennis Friedag, die seit Anfang 2022

die Leitung des Netzwerkes verantworten, nach eigenen Angaben besonders wichtig: „Vor allem in kleineren Runden lernt man sich einfach besser kennen und kommt schneller ins Gespräch“, erläuterte Antje Strohmeier gegenüber schaden.news. Daher hatten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer die Auswahl an ganz unterschiedlichen Rahmenprogrammepunkten, angefangen bei einem Segeltörn über eine Werksführung beim Flugzeughersteller Airbus, den Besuch des HSV-Stadions, einer Tour durch den KIEZ, Streetart bis hin zum Besuch im Prototyp Automobilmuseum. Bei einem gemeinsamen Abendessen auf der Cap San Diego, einem historischen Museumsschiff im Hamburger Hafen, konnte ebenfalls genetzt werden.

MUTMACHER IN ANGESPANNTER FACHKRÄFTESITUATION

Der Blick auf die Agenda des Fachprogramms am zweiten Veranstaltungstag offenbarte sehr schnell, welches Thema in den Fokus des ColorMotion Unternehmerevents 2024 rückte: In verschiedenen Vorträgen und einer Diskussionsrunde näherten sich die Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus unterschiedlichen Perspektiven dem Thema Fachkräftenotstand und vor allem den damit verbundenen Lösungswegen. Den Anfang machte Nicole M. Pfeffer. Die ausgebildete Köchin ist seit vielen Jahren als Speakerin und Mentorin unterwegs, um das Handwerk neu zu denken. In ihrem Vortrag am Samstag richtete sie das Wort direkt an die Unternehmerinnen und Unternehmer im Saal und sprach ihnen Mut zu: „Sie haben es in der Hand! Sie sind die Branche, die, wenn der Tag rum ist, ein Ergebnis liefert und den Mitarbeitern eine berufliche Heimat gibt! Lassen sie keine negativen Gedanken über ihre Branche zu!“ In der Öffentlichkeit ein rundum positives Bewusstsein zum Handwerk zu schaffen, gehört zu den Hauptzielen von Nicole M. Pfeffer. Die Speakerin ermunterte die Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Unternehmerevents, die Gegebenheiten in ihrem Betrieb neu zu definieren, auch mal mit Gegensätzen spielen und vor allem: Auf die Jugend zugehen, um sie für das Handwerk in der Werkstatt zu begeistern. Nach dem Motto: „Einfach mal junge Menschen auf eine Mororhaube kloppen lassen!“ Die Kunst sei, bei der Nachwuchsgewinnung nicht nur ausschließlich langfristig oder nur ausschließlich kurzfristig denken, sondern beide Zeitachsen im Blick zu haben und junge Menschen zu Leistung zu ermutigen.

Aus einer gänzlich anderen Perspektive näherte sich Rüdiger Maas der jungen Generation, die in den Betrieben eine berufliche Zukunft entdecken soll. Der Bestsellerautor ist gleichzeitig Gründer und Vorstand des Instituts für Generationenforschung und beschreibt sich selbst als Generationenverstehrer. In bildhaften Beispielen und auf unterhaltsame Weise erläuterte er in seinem Vortrag den Teilnehmerinnen und Teilnehmern des ColorMotion Unternehmerevents, warum sich junge Menschen heutzutage so verhalten, räumte mit Vorurteilen auf und versuchte, ein Verständnis für die Generation Z zu schaffen. Und so ging es bei Rüdiger Maas unter anderem um das Thema Optionsdepression: Die große Auswahl an potentiellen Arbeitgebern gibt dem Jugendlichen das Gefühl, die getroffene Wahl für einen Arbeitgeber sei nicht die beste. Betriebe unterlägen oftmals einem „War of Attention“, also einem riesigen Wettbewerb, Aufmerksamkeit für das eigene Unternehmen zu erhalten. Praktika senke im Übrigen die Abbruchquote und wer Begehrtheit für sein Unternehmen weckt, erhöht die Chance, dass er wahrgenommen werde. „Beispielsweise der Aufruf zum schwersten Praktikum der Welt, wir nehmen nur die besten.“ Zudem gab der Wissenschaftler zu bedenken, dass die junge Generation in digitalen Schemen denkt. „Probleme im Internet werden durch Internet gelöst.“ Erschwerend komme hinzu, dass KI generierte Influencer unsere Kinder beeinflussen und die Linie zwischen Realität und KI immer unklarer werde. Wichtig sei hier, die Wertung herauszunehmen und diesen jungen Menschen die analoge Welt nahezubringen, ohne sie zu verurteilen.

ColorMotion Leiter Dennis Friedag betonte im Zusammenhang mit diesem Vortrag: „Wir müssen uns mit der Jugend beschäftigen. Das ist der einzige Weg, uns als Branche wieder in anderes Fahrwasser zu bringen.“

DIGITALES FARBTONMANAGEMENT

Im Laufe des Samstagvormittags wurde es in Hamburg aber auch noch technisch: Mohammad Ali Sameh, BASF Marketing Specialist, sowie die Regional Technical Manager Hendrik Franke und Yvonne

Rohde- Hofbauer zeigten, was es bei der Lackmarke Glasurit hinsichtlich dem digitalen Farbfindungs- und Mischprozess neues gibt. Zwei feste Säulen bildeten dabei die digitale Farbtonmanagement-Plattform Refinity sowie die neue vollautomatische Mischbank Alfa CR4/CR6. Diese ermöglichen bis zu sechs Ausmischungen zeitgleich und zwar in weniger als 15 Minuten. Die cloudbasierte Refinity-Software ermittelt anhand der Farbtonmessungen die entsprechenden Mischformeln, die anschließend von der Alfa CR4 bzw. CR6 ausgemischt werden. Eine Besonderheit sei, dass mit 30 Millilitern auch Kleinstmengen, beispielsweise für Farbmuster, ausgemischt werden können. Diese Möglichkeit werde von den Pilotkunden bereits sehr häufig genutzt, betonte Hendrik Franke auf der Bühne. Im folgenden zeigten die Experten auch in einer Echtzeit-Demo, wie Lackierbetriebe mit dem Businessmodul von Refinity auch die Kostenstruktur eines Lackauftrags aufschlüsseln, Rechnung ausgeben und mit der Warenkorbfunktion digitale Materialbestellungen auslösen können.

NETZWERKEN BEI MARKTPLÄTZEN

Auch am zweiten Tag stand neben dem Fachprogramm vor allem der Netzwerkgedanke bei der Veranstaltung im Mittelpunkt. Daher hatten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer die Möglichkeit, sich im Rahmen sogenannter Marktplätze – einer umfangreichen Fachausstellung – zu verschiedenen Lösungen für die eigene Betriebspositionierung zu informieren und mit anderen Betrieben ins Gespräch zu kommen. Unter anderem präsentierte das ColorMotion-Team mit ColorMotion Fleet, der Lösung für Flottenmanagement, sowie ColorMotion Classic und dem Glasurit Caravan-Netzwerk mobivan Möglichkeiten, um sich als Betrieb mit seinem Leistungsportfolio noch breiter aufzustellen. Hendrik Franke gab an der automatischen Mischbank Alfa Einblicke in den digitalen Farbausmischprozess. Für mehr Effizienz in der Werkstatt informierte Bartosz Dobrowolski über das Kennzahlen-Dashboard Bodyshop Boost. Zudem gab es Stände zur nachhaltigen Energienutzung, zur Gewinnung von Fachkräften mit der Agentur Persox, zur Integration von Tesla-Reparatur in das eigene Leistungsportfolio.

Gegenüber schaden.news zeigte sich die Netzwerkleitung um Antje Strohmeier und Dennis Friedag durchweg zufrieden mit dem Verlauf der Veranstaltung: „Die vielen Gespräche und Stimmen geben uns recht, genau wie die Teilnehmerzahlen: Das ColorMotion Unternehmerevent 2024 war ein voller Erfolg.“

Ina Otto