

Axalta Coating Systems GmbH

Uferstrasse 90
4057 Basel
Schweiz
axalta.com

Pressekontakt

Margarete Merkle
Indaba
T: +44 207 692 4964
margarete@weareindaba.com



ZUR SOFORTIGEN VERÖFFENTLICHUNG

Talente der Zukunft für Karosserie- und Lackierfachbetriebe begeistern

Die Reparaturlackbranche hat Schwierigkeiten, junge Fachkräfte zu gewinnen. Bart De Groof, Senior Global Marketing Director für den Geschäftsbereich Refinish bei Axalta, erörtert die Herausforderungen und wie man ihnen begegnen kann

13. NOVEMBER 2024 – Beim Fachkräftemangel in europäischen Karosserie- und Lackierfachbetrieben, vor allem unter Reparaturlackierern und -lackiererinnen, handelt es sich um eine komplexe Thematik. Für die Talentgewinnung in der Branche ist eine Abstimmung verschiedener vielschichtiger Aspekte erforderlich. Diese Branche hat seit langem den Ruf von körperlicher und handwerklicher Arbeit, die schmutzig sowie potenziell gefährlich ist. Zudem streben junge Menschen heute keinen Arbeitsplatz auf Lebenszeit mehr an, sondern probieren unterschiedliche Berufe aus. Darüber hinaus werden Reparaturlackierer sowie Mechaniker von Fahrzeughaltern kaum bis gar nicht wahrgenommen, weshalb es ihnen möglicherweise schwerfällt, wirkliche Zufriedenheit am Arbeitsplatz zu empfinden. Hinzu kommt noch, dass sie oft unter Hochdruck arbeiten und dabei fortwährend bestrebt sind, immer schneller und produktiver zu werden. Dennoch tragen sie aus Sicht der Fahrzeughalter vermutlich die größte Verantwortung für die Reparatur. Es handelt sich um das optische Erscheinungsbild des Fahrzeugs, wenn der Auftrag erledigt ist. Man könnte den Eindruck gewinnen, dass diese Tätigkeit vor allem Risiken ohne direkte Vorteile beinhaltet, obwohl es sich um einen äußerst erfüllenden und hochqualifizierten Beruf handelt.

Hochgradig technischer und angesehener Beruf

In Großbritannien stieg zwischen 2014 und 2022 der Anteil der 22- bis 29-jährigen Fach- und Führungskräfte von 38 auf 46 Prozent. Im gleichen Zeitraum fiel der Anteil gleichaltriger Personen, die anspruchsvoller manueller Arbeit, einschließlich handwerklichen Tätigkeiten, nachgingen, von 25 auf 16 Prozent.¹

„Diese Zahlen demonstrieren perfekt eines der Hauptprobleme, mit dem heute Karosserie- und Lackierfachbetriebe in unserer Region konfrontiert sind“, betont Bart De Groof, Senior Global Marketing Director für den Geschäftsbereich Refinish bei Axalta. „Heutzutage wird das Arbeiten mit den Händen als eine minderqualifizierte Tätigkeit angesehen. Für viele Menschen ist das Prestige eher mit dem Arbeitsplatz als mit der Tätigkeit verbunden. Aus diesem Grund ziehen sie oft eine niedrigere Position in einem angesehenen Unternehmen einer hochqualifizierten manuellen Tätigkeit in einem bescheidenen Lackierfachbetrieb vor. Gerade Reparaturlackierer sind wahre Meister ihres Fachs, die ein wesentliches Problem im Leben eines anderen Menschen beheben. Was die Branche Arbeitssuchenden vermitteln muss, ist, dass die

¹ https://social-mobility.data.gov.uk/drivers_of_social_mobility/work_opportunities_for_young_people/type_of_employment_opportunities_for_young_people/latest#:~:text=In%20the%20last%20decade%2C%20there,down%20from%2025%25%20to%2016%25

modernen Karosserie- und Lackierfachbetriebe von heute eher mit Hightech-Laboren zu vergleichen sind. Die Werkstätten ähneln keineswegs mehr den schmutzigen, gefährlichen Produktionsstätten von einst. Dieses Bild entspricht in keiner Weise der Wirklichkeit, bedauerlicherweise bleibt diese Wahrnehmung jedoch bestehen. Karosserie- und Lackierfachbetriebe verfügen über ein gewisses Imageproblem, und wir arbeiten daran, dass sich das ändert.“

Um Nachwuchstalente zu gewinnen, müssen die Werkstätten dieses alte Image ablegen und deutlich kommunizieren, wie hochtechnologisch sie sind, denn dies spielt bei der Entscheidungsfindung während der Arbeitssuche eine nicht unerhebliche Rolle. Von 12.000 Vertretern der Generation Z in 17 Ländern erklärten mehr als 80 Prozent, dass sie mit modernster Technologie arbeiten wollen und 91 Prozent gaben an, dass Technologie eine wichtige Rolle bei ihrer Berufswahl spiele².

„Lackierwerkstätten können nicht einfach passiv darauf warten, dass talentierte Mitarbeiter bei ihnen vor der Tür stehen. Sie müssen proaktiv auf die Nachwuchstalente zugehen und ihnen auf eine Weise begegnen, die sie anspricht“, fügt Bart De Groof hinzu.

Technische Innovationen haben dazu geführt, dass insbesondere Fahrzeuglackreparaturen schneller, einfacher und wirtschaftlicher geworden sind. Moderne digitale Tools kommunizieren klar die Themen Digitalisierung und ökologische Nachhaltigkeit, die bei technikaffinen Arbeitssuchenden Anklang finden. Dazu gehören die wahren Digital Natives der Generation Z. Wegweisende innovative Entwicklungen wie beispielsweise Axalta Irus Scan, Axalta Irus Mix und Axalta Nimbus, die neu eingeführte globale Customer-Experience-Plattform für Reparaturlackkunden, haben in vielen Lackierwerkstätten zu diesem Wandel beigetragen.

Keine Stelle mehr auf Lebenszeit

Die benötigte Ausbildungszeit, um eine Tätigkeit in der Branche anzutreten, stellt eine weitere mögliche Hürde für Nachwuchstalente dar. Das Konzept der Stelle auf Lebenszeit existiert nicht mehr. Die jüngeren Generationen nehmen heute oft keine Arbeit auf, für die sie eine langwierige Ausbildung absolvieren müssen und die sie dann ihr gesamtes Berufsleben ausüben. Tatsächlich beginnen jüngere Generationen ihre berufliche Laufbahn zunehmend mit gering entlohnten Beschäftigungen wie etwa als Bar- und Servicepersonal, Call-Center-Mitarbeiter, Verkäufer und Küchenhilfen, und das trotz ihrer höheren Bildungsabschlüsse.³

„Die Reparaturlackbranche sollte diesem Trend Beachtung schenken und einen weitaus kürzeren Ausbildungszyklus anbieten, um den Einstieg in unsere Branche durch eine Art Schnupperlehre zu ermöglichen. Die jüngeren Generationen probieren nämlich auf diese Weise verschiedene Berufsoptionen aus. Wir müssen außerdem darauf vorbereitet sein, dass sie möglicherweise eine Weile bei uns bleiben und dann etwas ganz Neues ausprobieren, selbst wenn sie mit ihrer Tätigkeit zufrieden sind. Diese Vielseitigkeit ist ganz einfach Teil ihres Berufswegs und hat nichts damit zu tun, dass unsere Branche ein negatives Image hat“, erläutert Bart De Groof.

Die Einführung von Schulungen mithilfe von Virtual Reality, Augmented Reality und gamifizierten Simulationen wird dazu beitragen, ein jüngeres Publikum anzusprechen. Sie bieten ihnen Ausbildungsumgebungen, die sie vorher möglicherweise nicht mit der Reparaturlackbranche in Verbindung gebracht haben.

² https://www.dell.com/en-us/dt/perspectives/gen-z.htm?gacd=9643275-1040-5761040-0-0&dgc=st&&gclid=EAlalQobChMIvti4kuK46glVkcDICh0gBw7BEAAYAAEgKtMPD_BwE&gclsrc=aw.ds
³ <https://ifs.org.uk/news/young-people-increasingly-concentrated-low-paid-occupations-and-young-men-increasingly>

Wahre Zufriedenheit und Sinnhaftigkeit am Arbeitsplatz

Die größte Herausforderung, mit der Lackierwerkstätten bei dem Gewinnen von Nachwuchstalente konfrontiert sind, besteht in der mangelnden Sichtbarkeit bei Fahrzeughaltern und infolgedessen nur niedriger echter Zufriedenheit am Arbeitsplatz. Dies kann zu einem Gefühl von geringer Sinnhaftigkeit in Bezug auf die Arbeit führen.

Bart De Groof erklärt: „Wenn ein Fahrzeug nach einem Unfall in eine Werkstatt kommt, ist der Fahrzeughalter üblicherweise verärgert und möchte sein Auto so schnell wie möglich zurückhaben. Was ihn betrifft, ist das alles ein großes Ärgernis, das er umgehend aus dem Weg räumen möchte. Er hat normalerweise mit einem Kundenberater in der Lackierwerkstatt zu tun und wird fast nie mit dem Reparaturlackierer oder anderen Personen in der Werkstatt selbst in Kontakt kommen.“

Der Reparaturlackierer ist es jedoch, der alle ästhetischen Arbeiten durchführt. Außerdem werden unter anderem auch Mechaniker in der Werkstatt sein, die alle anderen Reparaturen vornehmen. Diese Personen sind es, die das Problem lösen. Keiner dieser ausgebildeten Lackierer und Mechaniker kommt allerdings jemals in Kontakt mit dem Kunden. Wenn der Kunde zurückkehrt, um sein Auto abzuholen, eine Anschaffung, bei der es sich meist um die zweitgrößte Ausgabe nach seinem Zuhause handelt, freut er sich vermutlich, wenn er sein kostbares Fahrzeug wieder heil und mit hervorragender Optik in Empfang nehmen kann.

„Wer bekommt nun all den Dank und die Anerkennung, wenn der Kunde wieder in seinen Alltag zurückkehrt? Der Kundenberater und nicht der Reparaturlackierer oder Mechaniker. Es besteht eine offensichtliche Kluft zwischen den Menschen, welche die Arbeit durchführen und denjenigen, die dafür die Anerkennung erhalten. Jeder Mensch möchte für seine Arbeit direkt belohnt und bestätigt werden. Wir möchten alle, dass unsere Arbeit gewürdigt wird, und wir sollten das nicht unterschätzen. In der heutigen Zeit sind wir an sofortige Erfüllung gewöhnt. Wir können online etwas bestellen und innerhalb von wenigen Stunden trifft es bei uns ein. Ebenso verlangt die jüngere Generation nach schneller Zufriedenheit am Arbeitsplatz sowie einem echten Gefühl der Sinnhaftigkeit. Ist dies nicht gegeben, bedeutet das ein großes Hindernis für die Talentgewinnung und -bindung“, betont Bart De Groof.

Talentbindung

Für Karosserie- und Lackierfachbetriebe, die nur mit Mühe mit den zur Verfügung stehenden Mitarbeitern die Arbeit erledigen können, oder die sich im Wachstum befinden und völlig überlastet sind, gibt es Möglichkeiten, diesen Arbeitskräftemangel zu beheben.

„In vielen Bereichen der Karosseriewerkstatt, nicht nur im Reparaturlackbereich, werden Arbeitskräfte benötigt. Die Reparaturlackierung ist hochgradig technisch und nicht jeder kann sie durchführen. Entscheidend ist hier, dass die Aufgaben automatisiert werden, für deren Ausführung kein hochqualifizierter Lackierer erforderlich ist. So kann sich der Lackierer auf das konzentrieren, was er am besten kann, und das ist Lackieren. Hier kommen die zahlreichen jüngsten Entwicklungen von Axalta ins Spiel, darunter auch unser digitaler Farbtonmanagementprozess Axalta IruS: Scannen. Finden. Mischen. Jede Person kann nach einer kurzen Schulung das neue Axalta IruS Scan Farbtonmessgerät halten und bedienen. Das Gleiche trifft auf Axalta Nimbus, die cloudbasierte Plattform zu, die den Farbtonmanagementprozess dieses dreistufigen Prozesses steuert. Und bei Axalta IruS Mix, dem letzten der drei Schritte, kann jeder den Knopf drücken und die Maschine starten, um eine eingegebene Formel zu mischen. Die qualifizierten Reparaturlackierer können sich darauf konzentrieren, mit unseren Produkten zu arbeiten, eine Arbeit für die sie ausgebildet wurden.“

Und offen gesagt ist die Lackierung das, was der Kunde zuerst sehen wird“, betont Bart De Groof.

Für die Talentbindung ist außerdem eine ständige Weiterentwicklung erforderlich, wozu auch Schulungen gehören. Auch in diesem Bereich unterstützt Digitalisierung die Karosserie- und Lackierfachbetriebe. In Axalta Nimbus können Lackierer jederzeit auf kurze Trainingsvideos zugreifen, wenn sie eine schnelle Lösung für ein Problem oder eine kurze Auffrischung brauchen. Axalta Nimbus bietet darüber hinaus Zugang zu umfassenderen Online-Trainingsmodulen sowie virtuellen Live-Trainingskursen und ermöglicht es Benutzern, Präsenzkurse zu buchen – alles über Axalta Academy.

Den Weg öffnen

Die Herausforderungen, denen sich Karosserie- und Lackierfachbetriebe im Ganzen und die Reparaturlackbranche im Speziellen bei der Gewinnung von Nachwuchskräften stellen müssen, sind zahlreich und hochkomplex, aber nicht unüberwindbar.

Bart De Groof stellt abschließend fest: „Bei Axalta sehen wir es als unsere Verantwortung an, Karosserie- und Lackierfachbetriebe zu jenen innovativen, technologischen Arbeitsplätzen zu machen, die nicht nur äußerst produktiv sind, sondern auch einen attraktiven Ort für Arbeitssuchende darstellen. Wir möchten Wahrnehmungen verändern und deutlich machen, dass diese Tätigkeiten tagtäglich die Probleme von Menschen lösen. Wenn die Werkstätten zusätzlich einen Weg finden, durch den die Anerkennung für die geleistete Arbeit die Lackierer und Mechaniker erreicht, die sie ausgeführt haben, dann werden wir gemeinsam wirklich den Weg zur Gewinnung von Nachwuchstalenten für die Karosserie- und Lackierfachbetriebe freimachen.“

Weitere Informationen zu Axalta Refinish finden Sie unter refinish.axalta.de.

Über Axalta Refinish

Axalta Refinish – ein Geschäftsbereich von Axalta, einem der weltweit führenden Unternehmen in der Lackindustrie – ist für seine Kunden auf der ganzen Welt ein verlässlicher Partner für die Fahrzeugkarosseriereparatur mit höchstem Zufriedenheitsanspruch. Wir stellen innovative Produkte, Services und Technologien zur Verfügung, die den ganzen Fahrzeugreparaturprozess effizienter, nachhaltiger und profitabler machen. Mit fast 160 Jahren Erfahrung in der Lackindustrie, unserem Engagement für Innovation und der Weiterentwicklung von Technologien, bieten wir unseren Kunden eine unbegrenzte Farbtourenauswahl für Reparaturergebnisse. Wir arbeiten kontinuierlich daran, Entwicklungen auf dem Markt vorherzusehen, damit unsere Kunden den täglichen Herausforderungen immer einen Schritt voraus sind. Unser großes Markenportfolio hält für jede Anforderung von Karosserie- und Lackierfachbetrieben Lösungen bereit.

###

1.659 Wörter