

GUT & SOLIDE

Voller denn je: Mit 140 Teilnehmern kamen so viele wie nie noch zum bbi-Arbeitsbühnenforum. Friedewald, Freude, Eierkuchen? Alexander Ochs berichtet.

Einige Änderungen hatte das 20. Forum zu bieten: Die Tische wurden rausgeschmissen, sodass erstmals 140 Zuhörer in den Saal passten. Und nur zum Feiern zog man am Abend weiter in die beliebte Festscheune des Nobelhotels. Launig kündigte bbi-Chef Jürgen Küspert das Ganze als „Die wunderbare Welt der Höhenzugangstechnik“ an. Und den ersten Referenten, Dr.-Ing. Rolf Trabold, kündigt er an: „Sie stellen sich bitte kurz selber vor, Sie kennen sich ja selbst.“ Der BG'ler referiert den aktuellen Stand zum Entwurf der seit 2001 geltenden EN280, es geht um zusätzliche Sicherheitsanforderungen für Lastaufnahmemittel an Arbeitsbühnen (siehe KB157, S. 48). Und über die immer realer werdende virtuelle Realität sagt Trabold: „Nur E-Learning ist mir zu wenig.“ Es brauche eine gesunde Kombination.

Ganz reell stellen Michael Segbert und Michael Vennemann von der Firma Avamondus ihre virtuellen Leitfäden vor, die sie verwenden für Videoguides, Onlineformulare, Internetportale und Assistenzsysteme. Diese zum Teil nur mit Zeichen und Symbolen auskommende Medienform erinnert an IKEAs Aufbauanleitungen – universell verständlich. Hoffentlich. Segbert: „Damit bekommen Sie über 90 Prozent der Information transportiert.“ Sonst seien es oft nur zehn Prozent... Ruthmann nutzt dies für sein Notablasssystem an etlichen Modellen, die Info ist per QR-Code hinterlegt und kann per Smartphone abgerufen werden. „In Bildern stecken Emotionen“, meint Segbert. Auch vom Markenbewusstsein ist beim Forum 2019 mehrfach die Rede. Das Erleben einer Marke sei im virtuellen Kundenkontakt zentral, so die „beiden Michaels“, wie sie vom Tagungsleiter angekündigt wurden.

Im Doppel

Nahtloser Übergang zur doppelten Plattform: Der Umzug der Plattformers' Days von Hessisch-Sibirien nach Karlsruhe wird in der Branche kontrovers diskutiert. Daher bekommt das neue Organisations-Team Gelegenheit, sich kurz vorzustellen: zwei Minuten. Eine Plattform sein will Klarx, und zwar Europas führende zur Vermietung von Baumaschinen, so das hehre Ziel, wie Gründer Matthias Handschuh erläutert, ehemaliger Weltklasse-Snowboarder, der dabei von seinem Bruder und den Flixbus-Gründern unterstützt wird. Sie wollen – etwa wie Amazon heutzutage – alles aus einer Hand bieten und selber durch Interaktion mit den Kunden zur ersten und unkomplizierten Anlaufstelle werden. Der 31-Jährige zeigt ein Bild: Fünf junge Menschen nebeneinander sind starrend in den Blick auf ihr Handy vertieft. Darunter steht: Die Entscheider von morgen. Die jüngere Generation, Eltern kennen das, hat andere Kommunikationspräferenzen. Per WhatsApp oder „Insta“ (Jugendslang) zur großen LKW-Bühne? Schon möglich – vielleicht in zehn Jahren – als Zusatzkanal für den Vermieter? Daten sollen dabei wie beim Bezos-Konzernriesen für die Generierung neuer Geschäftsfelder sorgen. Das Geschäftsmodell wird im Plenum heiß diskutiert. Für viele kleinere Vermieter und Händler wird es in Zukunft enorm schwer, prophezeit Handschuh. Klarx mietet die Geräte vom Vermieter an und vermietet sie direkt an die Kunden weiter. Eine Art Online-Re-Rent also. Bezahlt wird per Kreditkarte, Sofortüberweisung oder Paypal, so müsse man dem Geld nicht hinterherlaufen. Für Claus Schwenk ist Klarx dennoch nichts als ein Makler. Und Henrich Clewing von Merlo geißelt die Handschuh'sche Vision als „Schönwettertheorie“. Was bitteschön tue man gegen Preisdumping, zum Beispiel in der nächsten Krise? Der smarte Startup-Gründer kontert cool: „Zu geringe Nachfrage, zu hohes Angebot, das haben Sie mit oder ohne Plattform.“



Höhenflüge durch Plattformen erhofft sich Klarx-CEO Matthias Handschuh



Voll in seinem Element: Jürgen Küspert



Bewegung im Plenum

Zahlen- und Netzwerke

Als Bildlieferant, Wortableiter und Begriffshinterfrager entpuppt sich Günter Hübner, der all seine Bildlichkeit aus der Autowelt schöpft. Digitalisierung, sagt er, sei letzten Endes nichts anderes als Kommunikation. Mit diesen beiden Schlagwörtern geht es auch am Folgetag weiter, nachdem Jürgen Küspert den aktuellen „Zahlenfriedhof“ vorgestellt hat. Sein Fazit: Wenn 2019 gut läuft, sind das für die Bühnenbranche zehn Jahre mit Umsatzwachstum in Folge. In dieser Zeit hat sich der Arbeitsmarkt komplett gedreht – von einem Stellenmarkt zu einem Bewerbermarkt, berichtet Recruiterin Melanie Fittig. Sie sieht den Fachkräftemangel als eines der größten Geschäftsrisiken. Derzeit gibt es eine Million offene Stellen. Verschärfend kommt noch der demografische Wandel hinzu. Als Arbeitgeber müsse man sich zur Marke entwickeln und ein „Employer Branding“ betreiben, rät die Personalerin. Facebook sei „ein riesentolles Tool“ für die Mitarbeitersuche wie beispielsweise eines Fahrers. Zudem plädiert sie für originelle Blickfang-Stellenanzeigen in sozialen Netzwerken wie Facebook, LinkedIn und Xing. Beispiel? Wir sehen einen bärtiger Hipster im Holzfällerlook mit Säge über der Schulter. Darunter steht: Er kam, sah und sägte. Das sitzt. Und Fittig rät: keine Onlineformulare etc. „Machen Sie es dem Bewerber – und dem Kunden – einfach! Seien Sie überall im Internet präsent. Reagieren Sie schnell. Das ist viel Arbeit, aber es lohnt sich. Fallen Sie auf!“

