

Autoglas – und der Kampf um die Parkplätze.

(von Thorsten Schlotz, AGI AutoGlas in Motion GmbH; Nov. 2008, für den ZDA, Zentralverband Deutscher Autoglasler e.V.)

Sie haben das sicher schon gesehen. Auf Parkplätzen agierende Unternehmen, die Autoglasdienstleistungen anbieten. Die einen erwecken Mitleid – wenn sie da so einzeln und alleine im Zelt sitzen und auf Kunden warten. Die anderen, die in Gruppen von 6 bis 10 Mann über den Parkplatz marodieren, bestätigen schlimmste Befürchtungen: Die finden auf jeder Scheibe, auch wenn diese am Vortag vom Mitbewerber neu eingebaut wurde, dringend zu reparierende Schäden. Sie sehen schon – man muss differenzieren. Alleine der „Tatort“ Parkplatz macht die Autoglaserei weder gut noch schlecht.

Die Namen der Anbieter sind so unterschiedlich wie die Arbeiten und das Vorgehen. Autoglas X und Autoglas Y, Feuerwehren und Doktoren, Glastechnik Fuchs und Glasprofi Hase – und wer heute noch Hase hieß nennt sich morgen Fuchs, um die mit dem alten Namen verbundenen, selbst verursachten Probleme, abzuschütteln. Seit Jahren werden es mehr, und man gewinnt den Eindruck, dass die Firmen immer aggressiver auftreten. Wer wurde von diesen selbsternannten Profis noch nicht angesprochen?

Undifferenziertes Parkplatzbashing unangebracht

Sicher, die Betriebskosten bleiben überschaubar, wenn keine Werkstatt angemietet werden muß, wenn man sich auf Reparaturen beschränkt und man die Mitarbeiter nicht fest entlohnt oder nicht regulär anmeldet. Hauptbeweggrund bleibt jedoch, dass das Potenzial an Kunden, welches auf einem gut besuchten Einkaufsmarkt anzutreffen ist, woanders nicht mehr zur Verfügung steht. Der Autoglasmarkt ist schließlich hart umkämpft. An jeder gut befahrenen Straße tummeln sich die stationären freien Autoglasler in Konkurrenz zu den etablierten Ketten. Weiterer Vorteil für die Jungs am Parkplatz: Der Kunde hat bereits sein Fahrzeug dabei, so dass man am Objekt beraten und auch gleich reparieren kann. Und Kunden wissen diese zeitsparende Dienstleistung während des Einkaufes durchaus zu schätzen – hat man den Termin beim Autoglasler doch immer wieder aufgrund Zeitmangels aufgeschoben. Die Aktivität eines Autoglaslers auf dem Parkplatz hat also durchaus nachvollziehbare Gründe. Einseitiges undifferenziertes Parkplatz-Bashing ist also nicht angebracht. Gerade auch weil die bekannten Probleme die seriösen Betrieb dazu aufrufen vermehrt auf den Parkplätzen Präsenz zu zeigen und dies das auch tun.

Von Fachbetrieben und „Glasbeduinen“

Nun kann nicht abgestritten werden, dass gerade auf Parkplätzen oftmals - oder man müsste besser sagen überwiegend – die Qualifizierung unzureichend und die Arbeitsweise als unseriös zu bezeichnen ist. Wie aber erkennt man Qualität? Und was genau ist unseriös? Und wie kann die Versicherung oder der Kunde erkennen ob es sich um einen seriös arbeitenden Fachbetrieb oder um Autoglasbeduinen („von einer versiegenden Quelle an die andere – ohne festen Wohnsitz“) handelt?

Mit nachfolgendem Schema lässt sich anhand verschiedener Merkmale die Qualität eines Betriebes ermitteln.

	Autoglasfachbetrieb	Autoglasbeduine
Auftreten der Mitarbeiter	Einheitliches Auftreten mit deutlicher Erkennung der Firmenbezeichnung und Name der Mitarbeiter.	Kein einheitliches Auftreten. Keine erkennbare oder auch absichtlich falsche Bezeichnungen.
Mitarbeiter	fest angestellt	„freie“ Mitarbeiter
Verkaufsstand	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ganzwöchig angemietet, bestenfalls mit Ankündigungen. ▪ Hält sich an feste Buchung, die bei der Marktleitung abzufragen ist. ▪ Betrieb richtet sich nach den Öffnungszeiten des Einkaufsmarktes. ▪ Preisliste aushängig. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Keine festen Buchungen. ▪ Spontan da / spontan weg (nicht greifbar). ▪ Aktionen oftmals ohne Wissen der Marktleitung und ohne Standgebühren zu entrichten. ▪ Betrieb vor allem zu Stoßzeiten. ▪ Keine Preisliste erkennbar.
Verkaufsstrategie	zurückhaltende Beratung, ein (maximal zwei) Berater.	Drückerkolonnenmanier, 4 bis 10 „Drücker“, drängend im Verkauf.
Werbung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Werbung für eine kostenlose Reparatur ist eingeschränkt („manche“, „viele“ Versicherungen ...). ▪ Es wird auf den Umstand problematischer Versicherungen hingewiesen (z.B. DEVK, HUK-Coburg) ▪ Keine Werbung mit SB-Erlass. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Uneingeschränkte Bewerbung der kostenlosen Reparatur. ▪ Teilweise Werbung mit SB-Erlass.
Leistungen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Angebot von Reparaturen und Neuverglasungen. ▪ oftmals erweiterte typische Autoglasdienstleistungen wie KFZ- und Gebäudefolien. 	I.d.R. beschränkt auf Reparaturen.
Oberflächliche Kleinst-Glasschäden (Abplatzungen)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Werden nicht oder auf Kulanz repariert (ohne Berechnung dem Kunden oder der Versicherung gegenüber). ▪ Der seriöse Betrieb betreibt hier zudem Aufklärung! 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Werden gezielt und zur Teilkaskoabrechnung repariert. ▪ Wenn die Versicherungen sich zu Recht der Zahlung verweigern erhalten die Kunden die Rechnungen.
Reparaturanzahl	Maximal 2 Reparaturen je Scheibe, spätestens dann Bevorzugung der Neuverglasung.	Keine Beschränkung der Reparaturstellen. Es werden häufig 3, 4 oder mehr Glasschäden je Scheibe repariert und berechnet.

Auftragswandel	Ein späterer Wandel von Reparatur in Neuverglasung ist innerhalb einer gewissen Frist möglich. Seriöse Betriebe verrechnen bereits bezahlte Reparaturkosten mit der Neuverglasungsrechnung.	Ein Auftragswandel ist nicht möglich. Eine sich später herausstellende Unzufriedenheit mit dem optischen Rückstand muss hingenommen werden.
Garantie	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Langjährige Garantie auf alle Arbeiten. ▪ Garanthotline erreichbar. ▪ Nachbesserungen werden am ursprünglichen Erfüllungsort oder beim Kunden durchgeführt. 	Es wird zwar oftmals eine langjährige Garantie eingeräumt, jedoch ist diese schwer zu erlangen, da <ul style="list-style-type: none"> ▪ Firma nicht erreichbar (keine Hotline, mittlerweile umfirmiert ...), ▪ Firma nicht mehr am Erfüllungsort aktiv, ▪ oder eine Nachbesserung in Form einer Neuverglasung nicht möglich ist.
Genehmigung	Jeder Mitarbeiter verfügt über Reisegewerbeschein des Unternehmens.	Keine oder nur auf die Person (Kennzeichen für „Selbständigkeit“) ausgestellte Reisegewerbescheine.
Unternehmenssitz	Regionale Verankerung: Betrieb von mind. einer repräsentativen, stationären Werkstatt.	Keine stationäre Werkstatteinrichtung.
Firmierung	fest	Häufig wechselnd
Handwerksrolle	Der Betrieb ist in die Handwerksrolle eingetragen.	keine
Mitgliedschaften	Mitglied in den bekannten Verbänden: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Zentralverband Deutscher Autoglas e.V. (ZDA) ▪ Bundesverband Autoglasler e.V. (BVA) 	Keine
Zertifizierungen	Der Betrieb ist zertifiziert (TÜV o.a.)	keine

Mobile Autoglasdienstleistungen

Manche Einwände gegen die mobile Durchführung von Autoglasdienstleistungen betreffen eine angeblich und zwingend mangelhafte Qualität. Tatsache aber ist: Durch gutes technisches Gerät und hochwertige Materialien können heutzutage, unabhängig von Witterungseinflüssen auch im mobilen Bereich höchste Qualitätsstandards eingehalten werden. Es verwundert daher nicht, dass gute, qualitätsorientierte Autoglasfachbetriebe und auch die Autoglasketten selbst auch einen mobilen Service anzubieten. Wobei deren Situation beim Kunden vor Ort schwieriger ist als auf einem Parkplatz – man denke nur an eine Hochhaussiedlung in einer Großstadt. Auf dem Parkplatz hingegen ist die Situation bekannt und stets Strom und ausreichend Arbeitsplatz vorhanden.

Abgesehen davon ist der mobile Monteur gezwungen sein Handwerk besser zu beherrschen und noch sauberer und korrekter zu arbeiten als seine stationären Kollegen. Denn bei der Arbeitsausführung zuschauenden Kunden verzeihen keine Nachlässigkeit oder Trickserei. Das macht diese Dienstleistung auch beim Kunden so beliebt. Der Kunde sieht wie mit dem Fahrzeug umgegangen wird und ob der Monteur über die nötige Erfahrung verfügt, also sein Vertrauen rechtfertigt.

Vorteile für freie Autoglasler

Was spricht also dagegen auch auf Parkplätzen Autoglasdienstleistungen anzubieten?

Abgesehen von einem (anfangs) möglicherweise schlechteren Image, welches den Aktivitäten meist unseriöser Betriebe geschuldet ist, nur sehr wenig.

Aufgrund der Schadenssteuerung sind heute schon viele stationäre Autoglasfachbetriebe in ihrer jeweiligen Region zusätzlich auf Parkplätzen aktiv um so Umsatzverluste auszugleichen. Die Versicherungen bewirken also durch die Schadensteuerung das Gegenteil von dem was sie u.a. (auch) beabsichtigen, nämlich die Parkplatzglaserei eher zu etablieren als einzudämmen. Gleichzeitig drücken die Versicherungen, durch die Schadenssteuerung und damit einhergehenden Auftragsverluste für freie Autoglasler, indirekt immer mehr seriöse Autoglasler auf die Parkplätze.

Autoglasbeduinen ins Abseits stellen

Die Frage wie Autoglasbeduinen das unsachgemäße Handwerk gelegt werden kann, ist demnach in der Praxis längst beantwortet. Jeder Parkplatz in der Hand eines seriösen Betriebes ist für Autoglasbeduinen eine Möglichkeit weniger an Kunden zu gelangen. Und jeder Parkplatz, auf dem seriöse Glaser Interessenten aufklären über tatsächliche Glasschäden und oberflächliche Abplatzungen, macht den Parkplatz für die Beduinen und Abplatzungsreparateure uninteressant. Ein anderweitiges Vertreiben der Glasbeduinen scheint anders nicht möglich zu sein. Denn auch die Parkplatzvermietung funktioniert nach den Regeln des Profits: Die Märkte vermieten an den der bezahlt. Die Vermieter haben kein Interesse daran die Vermietung von der Qualität eines Betriebes abhängig zu machen und könnten das auch gar nicht leisten.

Und der Autoglasfachbetrieb, der sich auf den Parkplatz wagt, profitiert gleich dreimal:

- In der Erhöhung des Umsatzes. So werden durch Schadenssteuerung erlittene Verluste ausgeglichen.
- Durch eine starke Erhöhung der Bekanntheit in der Region. Im Vergleich zu klassischer Werbung zudem sehr kostengünstig.
- Und der Autoglasbeduine, der sowohl das eigene Geschäft als auch die gesamte Branche schädigte, ist vertrieben.

Insbesondere der zweite Punkt ist lohnenswert. Mit der penetranten Dauerwerbung großer Ketten wie Carglass und ATU können freie Autoglasbetriebe sowieso nicht mithalten. Der freie Autoglasler muss direkter, schneller, und der erste am Kunden sein – bevor dieser sich für seine Mitbewerber entscheidet.

Nicht der Parkplatz ist also das Problem, sondern derjenige, der diesen in Beschlag nimmt. Unqualifizierte Handwerker, mangelhafte Reparaturen, SB-Erlasse und sonstige Betrügereien sind nicht vom „Tatort“ abhängig. Das wissen Sie doch sicher durch manche Ihrer stationären Mitbewerber.

Deshalb können seriöse Autoglasfachbetriebe nur aufgerufen werden: Gehen Sie auf die Parkplätze in Ihrer Region. Machen Sie sich bekannt und klären Sie auf. Der Parkplatz ist das Problem und die Lösung zugleich.

Und die Versicherungen?

Man darf gespannt sein, ob irgendwann auch die Versicherungen begreifen, dass man die Kunden auf dem Parkplatz nicht alleine lassen darf. Manche Versicherung fühlt sich immer noch dem undifferenzierten Kampf gegen Parkplatzglaser verpflichtet, anstatt endlich zu begreifen, dass sie dort seriöse Partner benötigt, wo die Probleme sind, wo täglich Kunden falsch beraten und abgezogen werden – auf den Parkplätzen. Dann wäre den Versicherungen selbst und den Kunden gedient. Stattdessen lassen die Versicherungen ihre Kunden unaufgeklärt ins Messer laufen, nach dem Motto: Wenn wir die Zahlung verweigern ist doch alles in Ordnung. Für die Versicherung vielleicht schon – aber nicht für den Kunden. Soviel also zu den Serviceversprechen der Versicherungen, die allabendlich über den Fernseher flimmern. Seltsamerweise gerade von den Versicherern, die den Werkstätten immer billigere Preise abverlangen (HUK-Coburg, DEVK). Würden die Werkstätten sich derart teure Werbung leisten, müssten die Rechnungen weiter erhöht statt gesenkt werden.

Soweit ändert sich also auf den Parkplätzen durch die derzeitige Versicherungstaktik wenig. Der Kampf, indem die Regulierung vom Ausübungsort abhängig gemacht wird (z.B. Mecklenburgische Versicherung, DEVK) schädigt denn auch nicht die unseriösen Betriebe auf den Parkplätzen, sondern die seriösen Betriebe.

Die Autoglasbeduinen haben sich nämlich mittlerweile durch clevere Methodik von der Regulierung der Versicherungen unabhängig gemacht – auch wenn immer noch mit der Regulierung durch die Versicherung geworben und gelockt wird. Zahlt die Versicherung nicht, erhält der Kunde die Rechnung mit Mahnung bis zur Vollstreckung. Die meisten Kunden bezahlen lieber, als einen Prozess zu führen, bei dem sie meist nicht wissen, und wenn dann nur schwer beweisen können, dass die Reparatur nicht notwendig war und die Preise in keiner Relation zur „Arbeit“ stehen.

Solange es unwissende Kunden gibt, gibt es Firmen, die dies auszunutzen wissen. Die Kunden müssen folglich aufgeklärt werden. Das kann nur durch die Fachbetriebe erfolgen. Und das muß dort erfolgen, wo Betrüger versuchen das Unwissen auszunutzen. Ob wir es noch erleben, dass Versicherungen dies begreifen und in Zusammenarbeit mit seriösen Autoglasfachbetrieben die Versicherungsnehmer und aufklären?

Bis dahin sind die seriösen Betriebe, die ob des undifferenzierten Vorgehens mancher Versicherungen ebenfalls keine Regulierung für – allerdings fachgerechte - Reparaturen erwarten können, gezwungen, sich auf Neuverglasungen zu verlegen und den Kunden zusätzlich Versicherungen zu verkaufen.

Appell an die Autoglasfachbetriebe

Für die Fachbetriebe gilt daher:

Lassen Sie sich durch die Versicherungen nicht unter Druck setzen und nutzen Sie Ihre Möglichkeiten. Arbeiten Sie mit örtlichen Versicherungsmaklern und mit Versicherungen zusammen, die Ihre Qualität schätzen und Ihre Rechnungen begleichen. Meist sind dies auch die regional besser verankerten Versicherer. Nennen Sie die problematischen Versicherer beim Namen. Bedienen Sie alle Kunden. Verkaufen Sie Kunden mit problematischer Versicherung obendrein eine bessere. So gleichen Sie manche Rechnungskürzung aus und sorgen für zufriedene Kunden, die wiederkommen, und die Sie beim Wiederkommen ohne Probleme bedienen können. Verzichten Sie auf die Kostenlos-Zusicherung bei Reparatur. Ändern sie stattdessen Ihre Auftragsbedingungen und stellen Sie künftig den Versicherungen anheim, Reparaturen mit Verzicht auf die SB zu belohnen oder Aufträge in Neuverglasungen zu wandeln.

Sie sind der regionale Fachbetrieb. Ihnen schenkt der Kunde mehr Glauben als hohlen TV-Werbeversprechen der Kartellversicherer und Schadenssteuerer. Vertrauen Sie in Ihre Kunden und arbeiten Sie weiterhin sauber, seriös und ehrlich.

Lassen Sie sich in diesen Zeiten also von den Versicherungen nicht bange machen. Seriös geht auch auf dem Parkplatz. Dort arbeiten bekanntlich alle namhaften Automobilclubs. Erst jüngst wurde auch MercedesBenz auf dem Parkplatz gesichtet.

Weiterführende Informationen und Adressen:

AGi AutoGlas in Motion GmbH, Ansprechpartner: Herr Thorsten Schlotz

Gewerbering 16, 02828 Görlitz, www.agi.de, post@agi.de, Tel. 03581-6614-0, Fax 6614-11