20.03.2019

MARKT SORTIERT SICH NEU

Fix Auto hat die ersten zwei Betriebe aufgenommen. Dieser (wenn auch kleine) Erfolg dürfte Fix Auto Deutschland Geschäftsführer Roy de Lange dabei helfen, künftig weitere Werkstätten für sein Konzept zu begeistern. Immerhin: Mario Schneider, der Partner der ersten Stunde, zeigte sich definitiv überzeugt von dem kanadischen System – ihn trafen wir vor einigen Wochen zum Interview.

Für uns als Redaktion war es dabei besonders spannend zu erfahren, warum sich der Dresdener Unternehmer für etwas komplett Neues entschieden hat. Schließlich gibt es bereits verschiedene Endkundenmarken. Und auch der Bundesverband der Partnerwerkstätten arbeitet seit rund einem Jahr daran, mit m.o.r.e. eine sichtbare Autofahrermarke aufzubauen. Die Überzeugungsarbeit in Richtung der Betriebe dürfte dem Verband dabei deutlich leichter fallen als Fix Auto.

Mario Schneider hat sich vor allem deshalb für Fix Auto entschieden, weil er sich von der regelmäßigen Betriebsberatung kontinuierliche Verbesserungen verspricht. Doch auch der BVdP wertet m.o.r.e. als Konzept für den gesteuerten Schaden mit der Integration von QualiCar und den Best Practice Zirkeln sowie QualiCheck deutlich auf. Damit schafft der Verband einen Mehrwert, der über die reine Außendarstellung weit hinaus geht.

Wir erleben zur Zeit einen Wettbewerb um die Aufmerksamkeit von Autofahrern, Kfz-Versicherern, Steuerern und Flotten. Etablierte und neue Player kämpfen um Marktanteile. Der Weg dorthin führt über einen erkennbaren Markenauftritt und die Vereinheitlichung von Prozessen. Fix Auto, IRS, HUK-Partnerwerkstätten und die m.o.r.e-Betriebe – der Markt scheint sich gerade neu zu sortieren. Spannend dürfte werden, wie sich die Lackhersteller mit ihren Systemen aufstellen. Betriebe stehen

jetzt vor der Frage, wie sie sich in dieser Dynamik positionieren. Ob nun als Einzelkämpfer, im lockeren Netzwerk, im Verbund eines Franchise-Systems oder der straff getakteten Kette – diese Entscheidung treffen Sie selbst.

Lisa Möckel