






01.04.2020

CORONA-KRISE: DIE LAGE IM AUTOGLAS-GESCHÄFT

Bei den Betrieben von junited AUTOGLAS seien die Auswirkungen bisher unterschiedlich. „Während einige Partnerbetriebe schon auf Kurzarbeit umgestellt haben, berichten andere noch von zufriedenstellender Auslastung. Generell ist eine Abwärtstendenz leider bei allen Betrieben unverkennbar“, berichtet Stefan Kurth, Leiter Marketing & Kommunikation für das Netzwerk. Demnach liegen die gesteuerten Aufträge der vergangenen beiden Wochen 30 Prozent unter dem Vorjahr und den ersten beiden Märzwochen. „Beim Drive-In Geschäft ist der Rückgang noch nicht so stark ausgeprägt. Allerdings gibt es auch hier deutliche Einbußen. Bereits vorgebuchte Termine neigen sich dem Ende und lassen uns bundesweit einen deutlicheren Rückgang erwarten“, erklärte Stefan Kurth Anfang dieser Woche gegenüber schaden.news. Die Verfügbarkeit von Scheiben sei dabei aber weiterhin gegeben: „Unsere Partnerbetriebe sind im Einkauf sehr gut aufgestellt, da sie auf sechs verschiedene Bezugsquellen zurückgreifen können. Damit sollte die Verfügbarkeit von Ersatz-Scheiben für junited AUTOGLAS bis auf Weiteres sichergestellt sein.“

MARKETING-UNTERSTÜTZUNG FÜR PARTNER

Der Marketingchef betonte außerdem, dass alle Betriebe weiterhin geöffnet seien – und der Verbund die Werkstätten auch dabei unterstütze, dies an die Endkunden zu kommunizieren: „Dafür sorgen wir unter anderem mit aktuellen Homepagenews, Google- und Social Media-Einträgen, die wir selbst bewerben und unseren Partnern zur weiteren Verwendung zur Verfügung stellen. Im Fokus steht dabei gerade jetzt unser mobiler Service, den wir bis auf Weiteres weiterhin anbieten werden. Dafür sind unsere Kunden sehr dankbar.“ Zudem versorge junited AUTOGLAS Partnerbetriebe mit umfangreichen Informationen zu Förderung, Kündigung und zum Kurzarbeitergeld. „Dies geschieht bundeslandspezifisch über unser Intranet und wird täglich von uns aktualisiert. Und natürlich prüfen wir z.B. auch, welche Marketingkampagnen oder interne Fristen sich aufschieben lassen, um die Liquidität unserer Partnerbetriebe nicht zusätzlich zu gefährden. Wir sitzen alle im gleichen Boot und können nur gemeinsam auf Kurs bleiben“, betont Stefan Kurth.

AUFTRAGSEINBRÜCHE AUCH BEI SCHEIBEN-DOKTOR

Beim Autoglas-Experten Scheiben-Doktor verzeichnen die Betriebe momentan deutschlandweit massive Auftragseinbrüche durch die Corona-Krise. „Vielerorts geht gar nichts mehr“, bestätigte Scheiben-Doktor Geschäftsführer André Herrmann gegenüber schaden.news. Den Umsatzrückgang bezifferte er auf rund 40 Prozent. Sowohl Privatkunden als auch Flotten seien demnach kaum mehr auf der Straße unterwegs – und hätten somit auch keine Glasschäden zu reparieren. „Aus dem Nutzfahrzeugbereich kommen jedoch noch vereinzelt Aufträge in die Scheiben-Doktor Betriebe“, fügt der Geschäftsführer hinzu. Scheiben-Doktor entlaste die Betriebe durch eine Verminderung der fälligen Franchise-Gebühren. "Wir erlassen unseren Partnern die Hälfte der Beiträge", erklärt André Herrmann.

GESCHÄFTSIDEE SORGT FÜR HÖHERE AUSLASTUNG

Dennoch steckt André Herrmann für das Franchise-Unternehmen den Kopf nicht in den Sand. Denn aus der momentanen Situation habe sich zumindest kurzzeitig ein neues Geschäftsfeld ergeben. „Wir testen gerade in einem Offenbacher Scheiben-Doktor Betrieb den Einbau von Plexiglas-Scheiben als Spuckschutz in Taxen.“ Die Resonanz sei bereits in der vergangenen Woche „überwältigend“ gewesen. Zunächst war das Projekt nur auf das Land Hessen beschränkt. Inzwischen hat der Franchise-Geber auch Betriebe in anderen Ländern über diese Geschäftsmöglichkeit informiert. Zu Aufschwung verhalf dem Projekt zudem ein Bericht in der TV-Sendung Hessen-Schau. „Daraufhin

standen in der Scheiben-Doktor-Zentrale die Telefone nicht mehr still“, berichtet der Geschäftsführer. In mehr als 300 Taxen sind die Plexiglas-Scheiben bereits verbaut worden - Tendenz steigend.

Ina Otto