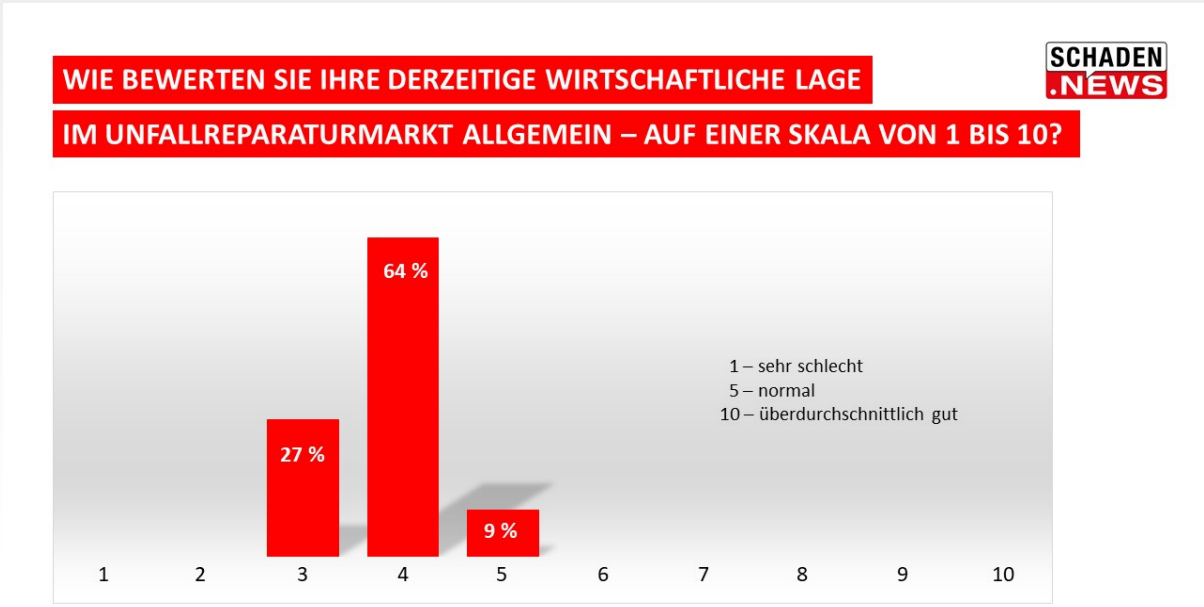





22.04.2020

PANDEMIE: WIE BEWERTEN DIE WERKSTATTAUSRÜSTER IHRE LAGE?

Während die Corona-Krise sich bereits im März unmittelbar auf viele Karosserie- und Lackierbetriebe auswirkte und das Reparaturvolumen Woche für Woche immer weiter zurückging, waren die Werkstattausrüster und -zulieferer bis dato noch kaum betroffen. Wie vier Manager von Werkstattausrüstern Ende März gegenüber schaden.news-Chefredakteur Christian Simmert bestätigten, war die Nachfrage sogar ungewöhnlich hoch. Doch wie hat sich die Lage in den letzten drei Wochen verändert? Zahlreiche Werkstattausrüster, -zulieferer und -hersteller haben an der schaden.news-Umfrage teilgenommen.

GROSSTEIL NUR LEICHT UNTER NORMALNIVEAU

Wie die Auswertung der Ergebnisse zeigt, sind auch die Ausrüster inzwischen stärker von den Folgen des Shutdowns und der Corona-Krise betroffen – wenngleich die Lage bei weitem nicht so angespannt ist, wie bei den K&L-Betrieben selbst. Auf die Frage, wie die Unternehmen ihre aktuelle wirtschaftliche Lage auf einer Skala von 1 (sehr schlecht) bis 10 (überdurchschnittlich gut) bewerten, stuften 63 Prozent die Situation mit einer 4 – und damit etwas unter dem Normalniveau – ein. Etwas mehr als ein Viertel (27 Prozent) bewerteten ihre Lage mit einer 3 und immerhin neun Prozent gaben mit dem Richtwert 5 an, dass die „derzeitige Lage normal ist“.

OPTIMISMUS UND TEILS POSITIVE GESCHÄFTSENTWICKLUNG

Das bestätigt sich auch in der Auswertung der zweiten Frage: demnach machen sich 78 Prozent der Befragten keine Sorgen um die wirtschaftliche Entwicklung ihres Unternehmens. Das mag auch an

der – teils sogar positiven – Geschäftsentwicklung im März liegen. Zwei Drittel der Umfrage-Teilnehmer (jeweils 33 Prozent) gaben an, dass ihre Geschäfte im März 2020 im Vergleich zum Vormonat „gleichbleibend“ oder „besser“ liefen. 22 Prozent verzeichneten eine „schlechtere“ Entwicklung. 11 Prozent mussten einen „deutlich schlechteren“ Geschäftsmonat hinnehmen.

VIDEOTELEFONIE: IM KUNDENSERVICE JA, BEI TRAININGS NICHT

Wie die meisten Unternehmen haben auch die Werkstattausrüster mit einer Umstellung ihres Kundendienstes auf die coronabedingten Kontaktbeschränkungen reagiert und unterstützen die Werkstätten telefonisch (44 Prozent) oder per Videotelefonie (39 Prozent). Überraschend ist, dass immerhin 17 Prozent angaben, „weiterhin persönlich zum Kunden“ zu fahren.

Was beim Kundendienst schon gut funktioniert, scheint für die Schulungen jedoch kein probates Mittel zu sein. Über die Hälfte der Befragten (55 Prozent) gab an, alle Trainings und Schulungen auf „einen späteren Zeitpunkt verschoben“ zu haben. Immerhin ein Drittel bietet online Trainings on demand – also auf Nachfrage – an. Per Live-Stream werden keine Schulungen angeboten.

ONLINE-ANGEBOTE FÜR SCHULUNGEN AUSBAUFÄHIG

Ob und wann persönliche Schulungen wieder möglich sind, ist aktuell noch nicht abzusehen. Schulungsangebote per Live-Stream könnten daher eine notwendige Alternative sein und künftig stärker nachgefragt werden. Denn immerhin 11 Prozent derjenigen, die On-Demand-Trainings anbieten, verzeichnen momentan eine stärkere Nutzung als noch vor der Corona-Krise. 22 Prozent gaben an, dass die Zugriffszahlen gleichbleibend sind.

ÜBER DIE HÄLFTE DER AUSRÜSTER HAT NOCH KEINE KURZARBEIT BEANTRAGT

schaden.news hat auch nachgefragt, ob die Werkstattausrüster bereits Kurzarbeit beantragt haben. Darauf antworteten 56 Prozent mit „Nein“. Doch auch, wenn die Auswirkungen für einen Großteil der Umfrageteilnehmer bisher als glimpflich eingestuft werden können, nehmen die Ausrüster die Corona-Krise nicht auf die leichte Schulter. 89 Prozent der Befragten rechnen damit, „dass wir noch Wochen oder Monate mit der Corona-Krise zu kämpfen haben.“ Und 11 Prozent glauben sogar, dass die Krise noch Jahre andauern wird.

HERAUSFORDERUNGEN IM UNTERNEHMEN UND AUSSERHALB

Zum Abschluss der Umfrage stellte schaden.news die Frage: „Was stellt für Sie die größte Herausforderung im Zusammenhang mit der Corona-Krise dar?“. Die Teilnehmer hatten hier die Möglichkeit über ein Freitextfeld zu antworten. Die Antworten verteilen sich etwa zu gleichen Teilen auf unternehmensinterne und kundenbezogene Herausforderungen. Innerhalb der Unternehmen sei es zum Beispiel eine Herausforderung „die Mitarbeiter jeden Tag neu zu motivieren“ und „zeitnah die Anfragen und Bestellungen in diesem Umfang entsprechend zu liefern“. Ein Befragter betonte die Sorge „um die Existenz unserer Kunden im Handwerk und um deren wirtschaftliche Lage nach der Krise“.

Carina Hedderich