SCHADEN.NEWS



junitedAUTOGLAS

Scheiben-Doktor.de
Reparatur & Austausch powered by Carlofon

03.03.2021

AUTOGLAS: „SEIT MITTE FEBRUAR SPÜREN WIR EINE BELEBUNG DES GESCHÄFTS“

Die lockdown-bedingte Auftragsflaute geht auch am Autoglasreparaturgeschäft nicht spurlos vorbei. In den Betrieben von Scheiben-Doktor und junited AUTOGLAS kam es vor allem im Januar zu spürbaren Einbrüchen.

„ES IST DEUTLICH ZU RUHIG“

André Herrmann, Geschäftsführer von Scheiben-Doktor, beschreibt die Situation in den Werkstätten als deutlich zu ruhig. Besonders im Januar seien die Auftragsrückgänge spürbar gewesen. „Vor allem im Privatkundengeschäft hat sich kaum etwas bewegt“, zieht er eine erste Bilanz. Dennoch, so betont er, habe das Geschäft seit der zweiten Februarwoche wieder etwas mehr an Fahrt aufgenommen – vor allem durch Flotten- und Speditionskunden, die mit Lieferaufträgen derzeit überdurchschnittlich stark auf den Straßen unterwegs seien.

Steigende Auftragszahlen, vor allem im Versicherungsgeschäft, bestätigt auch die Kölner Zentrale von junited AUTOGLAS. „Im Januar mussten wir in allen Geschäftsfeldern Einbußen im deutlich zweistelligen Prozentbereich hinnehmen. Zum Glück erleben wir nach einem verhaltenen Monatsstart seit Mitte Februar wieder steigende Auftragszahlen. Der März wird nun zeigen, ob sich dieser Trend fortsetzt oder ob das frühlingshafte Wetter nur zu einer kurzfristigen Belebung geführt hat“, erklärt Marketingchef Stefan Kurth auf Nachfrage von schaden.news.

STABILES SOMMERGESCHÄFT WIRD WICHTIG

Mit Spannung erwarte man nun die nächsten Monate, die Stefan Kurth als „Hauptsaison“ für das Autoglasreparaturgeschäft identifiziert. „Wir glauben an eine positive Tendenz mit einer deutlich besseren Auslastung als zu Jahresbeginn. Die Peaks aus den Jahren vor der Pandemie werden in

diesen Zeiten wahrscheinlich aber unerreichbar bleiben. Umso wichtiger ist dann für uns ein stabiles Sommergeschäft, so wie es im letzten Corona-Jahr der Fall war."

REGIONAL GROSSE UNTERSCHIEDE

Wie schon 2020 könne die junited-Zentrale jedoch auch dieses Mal wieder große regionale Abweichungen feststellen. „Die jüngste Belebung ist noch nicht in allen Regionen angekommen", betont Stefan Kurth.

Regionale Unterschiede konnte auch André Herrmann bei Scheiben-Doktor feststellen. Im Gespräch mit schaden.news erklärt er: „Für einige Autoglasbetriebe war 2020 rein umsatztechnisch sogar das beste Jahr." Der Grund: Seit Frühjahr 2020 kooperiert Scheiben-Doktor mit der EUROGARANT AutoService AG. Diese steuert das Glasgeschäft in die Scheiben-Doktor Partnerwerkstätten. „Im Zuge dieser Umstrukturierung haben wir auch Vereinbarungen mit alten Vertragspartnern auflösen und den Stundensatz in den Betrieben anheben können. So haben einige Scheiben-Doktor-Betriebe bei gleicher Auftragsstärke wie 2019 sogar mehr verdient."

UNTERSTÜTZUNG FÜR SCHEIBEN-DOKTOR-BETRIEBE AUSGEBAUT

Während der Pandemie hat das Scheiben-Doktor-Team laut André Herrmann zudem die Unterstützung für seine Autoglasbetriebe ausgebaut: „Wir schulen unsere Partner via Videochat, vor allem, was betriebswirtschaftliche Themen angeht. So erhalten sie von uns Rückendeckung auch in diesen schwierigen Zeiten." Zudem unterstütze die Carlofon-Tochter Betriebe dabei, sich für die Zukunft aufzustellen. „Gerade jetzt ist es clever, antizyklisch zu investieren. Zum Beispiel in Kalibriertechnik. Denn die Justage der Systeme im Fahrzeug ist nach einem Scheibentausch inzwischen Standard", betont André Herrmann. Zudem setzt Scheiben-Doktor in seinen Betrieben nun auch auf die Online-Terminvergabe für Autofahrer. „Dafür haben wir unsere Website überarbeitet und noch kundenfreundlicher gestaltet."

„VERMITTLUNGEN HELFEN AM MEISTEN"

Auch junited AUTOGLAS hat im letzten Jahr mit der Online-Terminvereinbarung und dem Online-Schadenmelder für neue Zugangswege gesorgt. Dazu wurden verschiedene Kommunikationsplattformen für Partnerbetriebe geschaffen, neue Bezugsquellen für Corona-Schutzmaßnahmen geöffnet und – so Stefan Kurth – hart dafür gearbeitet, dass z.B. das ausbleibende Flottengeschäft mit neuen Vertriebs- und Marketingmaßnahmen aufgefangen werden kann. Am wichtigsten bleibe laut dem Marketingleiter jedoch, „dass unsere Versicherungspartner auch in Lockdown-Phasen weiterhin für ein Grundrauschen in allen Betrieben sorgen und die Partner mit Vermittlungen unterstützen. Dafür sind wir sehr dankbar. Denn das hilft am meisten."

Ina Otto