SCHADEN .NEWS

16.11.2021

JUNITED AUTOGLAS: PARTNERBETRIEBE VERZEICHNEN POSITIVE GESCHÄFTSENTWICKLUNG

Steigende Auftragszahlen und mehr Vermittlungen durch Versicherungen – die Partnerbetriebe der junited AUTOGLAS verzeichnen 2021 eine positive Geschäftsentwicklung. Das war das Ergebnis der regionalen Stammtische und der parallel stattfindenden jährlichen Partnerumfrage.

„Die Grundstimmung unter unseren Partnern ist insgesamt positiv, was sich auch bei den 10 Stammtischen in ganz Deutschland bemerkbar machte“, resümiert junited-Geschäftsführer Michael Schnitzler. „In den letzten zwei Jahren konnten wir viele Themen nur über unser Intranet, in Videoblogs oder Videokonferenzen kommunizieren. Wir haben uns daher schon im Vorfeld der Stammtische bewusst dazu entschieden, auf eine längere Präsentation zu verzichten und vor allem zuzuhören, wie unsere Partner die lange Zeit erlebt haben und was sie umtreibt.“ Dies sei von den Partnern sehr gut angenommen worden.

MEHR LAUFKUNDEN UND STEIGENDES VERSICHERUNGSGESCHÄFT

Die Auswirkungen des Coronavirus sind für viele junited-Partnerbetriebe in den letzten anderthalb Jahren spürbar gewesen, allerdings deutlich weniger stark als in anderen Branchen. Seit März 2021 sei die Auslastung bei fast allen Partnern „sehr zufriedenstellend“. Als Hauptgründe nennt Michael Schnitzler die „beständig steigende Bekanntheit der junited“ sowie „mehr Laufkunden“. Auch „die weiterhin gestiegene Anzahl von Vermittlungen durch Versicherungskunden“ und der „Ausbau des „Online-Terminkalenders“ seien wichtige Erfolgsfaktoren gewesen.

NEUE UND ALTBEKANNTE HERAUSFORDERUNGEN

Die Herausforderungen werden für den Autoglasverbund dennoch nicht kleiner. Immer neue Fahrzeugtechnologien fordern vielfältige Investitionen in Hard- und Software sowie Schulungen.

ONLINE-TERMINKALENDER IMMER WICHTIGER

Ausführlich wurde bei allen Stammtischen über den Online-Terminkalender gesprochen, der Endkunden eine Terminbuchung in allen junited-Partnerwerkstätten ermöglicht. Die vorgestellten Zahlen von Marketingleiter Stefan Kurth zeigen, dass immer mehr Kunden – gerade in Städten – von diesem Serviceangebot Gebrauch machen: „Wir werden auch in diesem Jahr wieder doppelt so viele Terminbuchungen an jeden Partner weitergeben können, als im Vorjahr.“ Gemeinsam mit dem Beirat und den Partnern wurde daher beschlossen, die Online-Werbemaßnahmen im nächsten Jahr deutlich zu intensivieren und den Online-Terminkalender weiter auszubauen.

Carina Hedderich