SCHADEN.NEWS



29.04.2025

„I STATT E WIRD WICHTIGER UND MUSS SICHTBARER IM MARKT WERDEN“

Das Siegbert Müller seit mehr als 25 Jahren ein überzeugter Verfechter der Instandsetzung ist, dürfte niemand in der Branche bezweifeln. Vor vier Jahren hat der Vertriebsleiter mit seinem Team das CBR-System selbst entwickelt – nachdem die Erfolgsstory mit Miracle zu Ende ging. Mitten in der Pandemie war das ein Risiko, das Siegbert Müller und sein Team aber einging, weil er eben leidenschaftlich für seine Reparaturmethode brennt.

DIE RÜCKVERFORMUNG HAT RENAISSANCE

Doch es sind natürlich nicht nur die Emotionen, die den 64-jährigen Branchenkenner antreiben. Im Video-Interview mit schaden.news sagt er deutlich: „Die Karosserieaußenhaut-Instandsetzung ist heute aktueller, wichtiger und renditestärker denn je.“ Warum? Weil die Kfz-Versicherer von ihren hohen Schadenkosten runter müssen, die vor allem von teuren Ersatzteilpreisen in die Höhe getrieben werden. Die Werkstätten verdienen mit der Instandsetzung und dem Verkauf der Arbeitszeit gutes Geld und reduzieren mit „I statt E“ die Schadenkosten. Diese Argumente, die der Vertriebsleiter von Carbon aufzählt, sind nicht neu, aber sie passen eben mehr denn je in die Zeit. „In einer Situation, in der alles teurer wird, ein Neuwagenkauf für Privatkunden kaum finanzierbar ist, da wird die Instandsetzung zum Kostendämpfer und die Rückverformung der Karosserie hat Renaissance.“

WERKSTÄTTEN MÜSSEN STÄRKER IN DIE KOMMUNIKATION GEHEN!

Für Karosserie- und Lackierbetriebe ist nach Ansicht von Siegbert Müller genau jetzt der richtige Zeitpunkt „I statt E“ viel stärker in den Mittelpunkt zu rücken. „Es gibt nur wenige Betriebe, die die Vorteile der Instandsetzung der Karosserieaußenhaut gegenüber ihren Privatkunden, Kfz-Versicherern aber auch gewerblichen Kundengruppen offensiv kommunizieren“, hebt er beim Redaktionsbesuch von schaden.news in Heudorf hervor. Um die Betriebe dabei zu unterstützen, stellt Carbon seinen Kunden künftig ein Marketing-Paket zur Verfügung, mit individueller Integration auf der Website des Betriebes. Damit sollen Werterhalt, Nachhaltigkeit und Kostenvorteile

thematisiert und die Karosserieaußenhaut auf für Werkstattkunden sichtbarer werden. „Wir sind davon überzeugt, dass es für die allermeisten Betriebe noch sehr viel ungenutztes Potenzial gibt, das jetzt erschlossen werden kann“, unterstreicht Siegbert Müller am Ende des Interviews und greift dann direkt zum Telefon, um das nächste Gespräch mit einem Betriebsinhaber zu führen.

Christian Simmert