SCHADEN.NEWS







02.07.2025

AUTOMATISIERTE KOMMUNIKATION: „MEHR KUNDENVERTRAUEN UND EFFIZIENZ, BESSERE LIQUIDITÄT“

Ständiges Telefonklingeln, ungeduldigen Kunden, die wissen wollen, wie weit ihre Reparatur ist: Für K&L-Betriebe kann die Kommunikation mit den Autofahrern schnell zur Nervenprobe werden und Kapazitäten binden. Das ging auch Jens Walther, Inhaber von Fix Auto Freiberg, so. Deshalb hat das sächsische Unternehmen diese wiederkehrende Herausforderung durch automatisierte Kommunikation gelöst.

„FORTSCHRITTSBALKEN WIE BEIM ONLINE-VERSANDHANDEL – DAS MÜSSTE ES AUCH FÜR K&L-BETRIEBE GEBEN“

„Das Thema treibt mich schon lange um“, erklärt Jens Walther im schaden.news-Gespräch. Regelmäßig bekam auch sein Team Anfragen wie: „Wie weit ist die Reparatur meines Autos?“ So einen Fortschrittsbalken, wie der Kunde ihn beispielsweise beim Pizzabestellen oder beim Kauf bei einem großen Online-Versandhandel angezeigt bekommt – das müsse es doch auch für die Unfallschadenreparatur geben!, dachte sich der findige Betriebsinhaber. Zumal beispielsweise Kfz-

Versicherer wie die HUK auch Bedarf an solchen Reparaturfortschrittsverfolgungen angemeldet hatten. Noch gab es diese Lösung tatsächlich nicht so, wie sie für ihn selbst brauchbar war. Und so hat Jens Walther diese in Eigenregie entwickelt.

Bereits vor seinem Beitritt zu Fix Auto im September 2022 hatte Jens Walther die Weichen für diese automatisierte Kundenkommunikation gestellt. „Voraussetzung dafür war die digitale Erfassung aller Prozessschritte in der Reparatur, die dann über ein System entsprechend visualisiert werden", verdeutlicht der Betriebsinhaber im schaden.news-Gespräch. Diese konnte Jens Walther spätestens mit der Einführung des Programms PDR-Cloud genauer identifizieren und für jede Situation im Schadensprozess die Kundenkommunikation automatisieren.

LÜCKENLOSE KUNDENINFORMATION ÜBER DEN REPARATURPROZESS

So bekommt der Autofahrer im Laufe der Prozesskette rund zehn automatische Benachrichtigungen, unter anderem bei der Vereinbarung des Besichtigungstermins, nach der Schadenkalkulation, der Reparaturfreigabe durch den Versicherer, nach dem Eingang der bestellten Ersatzteile, der Bestätigung des Reparaturtermins, der Endabnahme und für die Fahrzeugrückgabe sowie als letzte Nachricht den Link mit der Bitte um eine Google-Bewertung.

UNTERSTÜTZUNG DURCH FIX AUTO BETRIEBSBERATER

Die deutlich höhere Transparenz der Arbeit der Werkstatt für den Kunden erforderte eine Menge Vorarbeit wie auch kontinuierliche Pflege. Dabei habe Fix Auto den Inhaber Jens Walther unterstützt. „Da steckt schließlich viel Detailarbeit drin", erläutert Fix Auto Betriebsberater Johannes Krekel und führt aus: „Das System funktioniert nur, wenn es von Grund auf richtig genutzt und vor allem immer gepflegt wird. Hier ist die Sorgfalt der Mitarbeitenden gefragt, die also von Beginn an abgeholt werden müssen. Wir haben hier zusammen mit Jens viel Zeit darauf verwendet, jedes Teammitglied für die Bedeutung seiner Handlungen zu sensibilisieren und zu erklären, dass ein falsch gestempelter Auftrag bei einem derart vernetzten System deutlich weitreichendere Folgen hat."

70 PROZENT WENIGER TELEFONAUFKOMMEN

Bei Jens Walther tragen diese Bemühungen Früchte. „In unserem Betrieb ist das Telefonaufkommen um rund 70 Prozent gesunken. Der digitale Kunde von heute ruft nicht mehr an, er checkt nur noch seine Nachrichten über den Reparaturstatus auf seinem Handy", weiß der Inhaber aus Erfahrung.

KUNDEN REAGIEREN POSITIV AUF HOHEN INFORMATIONSFLUSS

Doch wie reagieren die Kunden auf die vielen automatisierten Nachrichten? „Sie sind tatsächlich erfreut über den hohen Grad an Information. Manche vermerken das auch positiv in den abschließenden Google-Bewertungen", erklärt Jens Walther. Für ihn bedeutet die automatisierte Kundenkommunikation nicht nur eine Entlastung seines Service-Teams und mehr Effizienz bei der Schadenabwicklung: „Letztendlich ist es ein Wettbewerbsvorteil. Denn wir grenzen uns durch diesen überdurchschnittlich guten Service und die stetige Kommunikation mit dem Kunden von den Autohäusern und anderen Werkstätten hier in der Region ab. Die Kunden erinnern sich auch nach der Reparatur positiv an uns und kommen wieder." Auch Johannes Krekel bestätigt: „Die Autofahrer fühlen sich gut betreut und aufgehoben in dieser Situation, die für sie persönlich eine Ausnahmesituation darstellt. Jens schafft es, durch die stetige Kommunikation das Vertrauen der Kunden zu stärken und sie so an seine Werkstatt zu binden."

„LAGERHALTUNG UND CASHFLOW WERDEN ENTLASTET"

Übrigens: Neben der Steigerung von Kundenzufriedenheit und Effizienz habe die Automatisierung von Prozessen bei Fix Auto Freiberg noch einen weiteren Effekt: „Wir konnten dadurch unsere Lagerhaltungskosten reduzieren, unseren Cashflow entlasten und unsere Durchlaufzeit reduzieren", betont Jens Walther und erklärt: „Gelungen ist uns das, indem wir gemäß dem Fix Auto-Prozess die Fahrzeugannahme über die gesamte Woche geplant haben, mit Fokus auf einer gleichmäßigen Zahl von Fahrzeugen, die pro Tag reinkommen und rausgehen. In diese Kontinuität hinein haben wir dann die Ersatzteilbestellung automatisiert. Das System sendet die Bestellung dann zum Beispiel

automatisch zehn Tage vor geplantem Reparaturbeginn.“ Betriebsberater Johannes Krekel ergänzt: „Auf diese Weise kommen die Teile bei Jens quasi Just in Time an. So wird es im Teilelager nie zu voll und der Anteil an gebundenem Kapital kann so gering wie möglich gehalten werden.“

TRANSPARENZ ALS SCHAFFT VERTRAUENSVORSCHUSS

Inzwischen macht sein Konzept zur automatisierten Kommunikation Schule innerhalb der Fix Auto-Gruppe. „Regelmäßige Kundenupdates waren bereits Teil unseres Fix Auto Betriebshandbuches – die von Jens gefundene Lösung mit dem Einsatz von PDR.Cloud ist genial, die haben dieses Beispiel inzwischen in unsere Beratung bei anderen Betrieben aufgenommen“, bestätigt Johannes Krekel. Er weiß jedoch auch, dass es – nicht nur innerhalb der Werkstattkette, sondern unter Reparaturbetrieben überhaupt – auch Vorbehalte gegenüber dieser großen Transparenz gegenüber dem Kunden gibt. „Viele Betriebe haben Bedenken, dass sie dadurch von ihren Auftraggebern kontrolliert werden“, weiß der Betriebsberater. Jens Walther kann das nicht verstehen, im Gegenteil: „Wir machen die gegenteilige Erfahrung: je offener wir unseren Privatkunden wie auch den Volumenauftraggebern Einblicke geben, desto entspannter läuft der Prozess, ganz nach dem Motto ‚Die haben nichts zu verbergen‘.“

KI-GENERIERTE KUNDENMAILS

Der Betriebsinhaber ist sich sicher: Die Digitalisierung in der Werkstatt ist dynamisch. Deshalb denkt er auch weiter über Optimierungen bei der automatisierten Kundenkommunikation nach. Seit einiger Zeit nutzt er für die Erstellung der Texte, die in den automatisierten Nachrichten an den Kunden gehen, Künstliche Intelligenz. Und Jens Walther weiß: „Ich werde noch weiter an diesem Thema herumdenken und es ausbauen. Denn das ist ein weites Feld.“

Ina Otto