



Einige Betriebe haben seit langer Zeit keinen Glasschaden mehr repariert. Das muss nicht sein.

## Zurück ins Glasgeschäft

Scheibenreparatur kann für freie Werkstätten ein guter Umsatzbringer sein. Allerdings gehen den unabhängigen Betrieben in den letzten Jahren immer mehr Marktanteile verloren. Ein AGS-Experte erklärt, wie sich Firmen den Glasumsatz zurückholen können.

Über zwei Millionen durch die Versicherungen regulierte Glasschäden gibt es in Deutschland pro Jahr. Da sollte doch statistisch gesehen jede Woche ein Auto mit Glasschaden in jeder Werkstatt stehen. Aber einige Betriebe haben seit Monaten kein Geschäft mehr mit der Scheibe gemacht. Das liegt zum einen am großen Marktführer Carglass, der durch Werbespots beim Autofahrer dauerpräsent ist. Zum anderen werden auch viele Schäden in den großen Vertragswerkstätten der Hersteller behoben. Nur 30 Prozent der Glasreparaturen sind in den vergangenen Jahren in einer freien Werkstatt durchgeführt worden. Tendenz sinkend.

„Wir sind nicht davon überzeugt, dass sich die Versicherungssteuerung im Glasbereich wie im Unfallgeschäft entwickeln wird“, sagt Andreas Lange von der Firma AGS Autoglas Spezialist. „Zusätzlich dominiert der Marktführer aus Köln

# 30

**PROZENT** der Glasreparaturen finden in freien Werkstätten statt, obwohl es mehr freie als Markenbetriebe gibt.

den Markt, was gleichbedeutend damit ist, dass Glasvermittlungen in der Masse an ihn gehen.“ Auch Kunden mit Werkstattbindungsverträgen sind bei den AGS Partnerbetrieben jederzeit willkommen, denn, so Lange, „auch hier gibt es keine Probleme mit der Schadensabrechnung“.

Lange rät dazu, nicht auf die Versicherungen zu warten, sondern selbst in die Offensive zu gehen. „Die Betriebe müssen für ihre Kunden wieder als Werkstatt des Vertrauens und Fachbetrieb für Autoglas in einem erkennbar sein. Nur so kann man das Glasgeschäft zurück in die Werkstatt holen“, erklärt der Experte. Deshalb gehört zu den Systemleistungen von AGS sowohl eine individualisierte Glaser-Webseite als auch die Suchmaschinenoptimierung (SMO). Sie sorgen dafür, dass der Betrieb in Suchmaschinen optimal gefunden wird, wenn jemand Autoglas eintippt.



Jürgen Buchmann (links) und Andreas Lange sind mit ihrer Geschäftsbeziehung zufrieden.



Fotos: Simin Zoran, Hänjes (2)

Durch gute Außendarstellung hat Jürgen Buchmann (rechts) regelmäßig Glasreparaturen in seiner Werkstatt.

„Wichtig ist aber vor allem, den Kunden direkt und persönlich anzusprechen und ihm den Schaden an seinem Fahrzeug zu zeigen“, weiß Lange. Der Endverbraucher soll die Werkstatt wieder als Ganzes verstehen – inklusive Autoglas.

„Wenn wir eine Scheibe nicht besorgen können, dann wird das in der Regel auch kein Anderer können“, so der AGS-Mann. Für alle Partnerbetriebe von Autoglas Spezialist gelte, dass keine Billigscheiben verbaut würden. „Qualität ist ein Muss für jede Werkstatt“, sagt Lange.

AGS unterscheidet sich von anderen Wettbewerbern dadurch, dass seine Partner nicht zu Nachlässen auf den Stundenverrechnungssatz gezwungen werden. „Angesichts der immer weiter steigenden Kosten im Betrieb für neue Technik und Personal muss am Ende auch für den Betrieb genug übrig bleiben“, sagt der Fachmann. „Letztlich wollen wir alle – Werkstatt wie Versicherung – zufriedene Kunden“, ist sich Lange ganz sicher.

Einer, der das bestätigen kann, ist Jürgen Buchmann vom Autohaus Buchmann in Hannover-Kleefeld. In seiner

angeschlossenen Werkstatt hat der Firmeninhaber regelmäßig Glasschäden zur Reparatur. Er ist wegen besserer Konditionen und des Dienstleistungsangebots zu AGS gewechselt.

„Wir haben früh genug damit angefangen, für uns als Glasfachbetrieb zu werben. Faire Konditionen und das Leistungsspektrum von AGS haben uns bewogen, den Schritt zu Autoglas Spezialist zu machen“, so Buchmann. Der Unternehmer aus Hannover weiter: „Wir haben den Schritt zu keiner Zeit bereut; AGS hält alle Zusagen ein.“

„Unsere Gebühren sind absolut transparent – die Partner zahlen höchstens pauschal 250 Euro netto für die AGS-Dienstleistungen. Keine Werbegebühr, keine Umsatzbeteiligung mal vom Zahlungseingang, dann mal vom der Netto-Rechnungshöhe – da blickt doch keiner mehr wirklich durch“, sagt Lange.

Weil die Betriebe technisch und personell unterschiedlich aufgestellt sind, bietet AGS verschiedene Einstiegspakete bis 3.990 Euro an. „Wir empfehlen dem Betrieb nach einer Unternehmensanalyse

**„Wir haben früh genug damit angefangen, für uns als Glasfachbetrieb zu werben.“**

**Jürgen Buchmann,**

Autohaus Buchmann in Hannover-Kleefeld

nur das Paket, mit dem er sein Glasgeschäft richtig in Gang bekommt.“

Eine spezialisierte Abrechnungs- und Bestellsoftware gehört ebenso zum Leistungsangebot von AGS wie die Unterstützung bei Fragen oder Problemen mit Versicherungen. Jürgen Buchmann weiß aus der Praxis: „Es ist einfach, unkompliziert und effektiv. So habe ich mir Partnerschaft immer vorgestellt.“

Wer sich also richtig als Glasfachbetrieb darstellt, Kunden direkt anspricht und ihnen Schäden zeigt, kann im Glasgeschäft Erfolg haben. Wichtig ist jedoch, vorher die Konkurrenzsituation genau zu prüfen, sich gegebenenfalls beraten zu lassen oder einen Partner an die Seite zu holen. ALEXANDER HÄNJES ■