

# Keine Nachlässe und Rabatte für Versicherungen

**AGS Autoglas Spezialist verfolgt einen anderen Ansatz als andere Systemanbieter – der Scheibentausch soll damit für Kfz-Betriebe lukrativer sein**

Viele Werkstattssysteme in Sachen Autoglas locken damit, mehr Geschäft zu bringen und zu unterstützen. Das beginnt bei der Teileversorgung über technische Hilfe bis zur Schadenabwicklung. Standards, die es bei AGS auch gibt. Warum also sollten Werkstätten sich ausgerechnet für sie entscheiden? KRAFTHAND hat darüber mit dem Vertriebsleiter gesprochen.

Viele Kfz-Betriebe lassen das Autoglasgeschäft links liegen oder betreiben es nur stiefmütterlich. Dabei sind die Margen deutlich besser als etwa beim Reifenwechsel. Einer der Gründe, warum sich viele Werkstätten dem Thema Autoglas nur zögerlich oder gar nicht nähern, ist wohl auch, sich nicht mit den Versicherungen und deren Rechenkürzungen herumschlagen zu wollen. Zudem meinen viele Werkstatthaber, es sei nicht möglich, Glasschäden mit den Versicherungen abzurechnen, wenn Autofahrer Versicherungsverträge haben, die eine Schadenssteuerung vorsehen.

Wollen Werkstätten trotzdem beim Autoglasgeschäft mitmischen, ist es also

durchaus sinnvoll, sich einem Systemanbieter anzuschließen, der sowohl in technischer Hinsicht als auch in Sachen Versicherung den notwendigen Support bietet. Das hat zudem den Vorteil, Neukunden für einen Scheibentausch zugesteuert zu bekommen. Häufiger Wermutstropfen dabei ist allerdings: Werkstätten müssen sich auf die Konditionen der Versicherungen einlassen und beispielsweise ihren Stundensatz nach unten setzen.

Der Systemanbieter Autoglas Spezialist AGS verfolgt deshalb eine Philosophie, die diesen Nachteil vermeiden soll. Gegenüber KRAFTHAND erklärt Vertriebsleiter Andreas Lange: „Zunächst stellt sich die Grundfrage für eine am Autoglasgeschäft interessierte Werkstatt, welcher Systemansatz für den Inhaber zu seinem Geschäftsmodell passt.“ Ein Ansatz kann lauten: „Schadensvermittlung Autoglas“ – zwar zugunsten von zusätzlich vermittelten Aufträgen, doch verbunden mit Nachlässen bei Stundensatz und Material. Diese Rabatte, die der Systemgeber mit den Versicherungen ausgehandelt hat, gelten dann auch für Versicherungsschäden der eigenen Stammkundschaft.

Bei einem solchen Konzept gilt also: Die Nachlässe müssen durch die Erträge aus zusätzlichen Vermittlungen kompensiert werden. Anders, so lange, macht ein solcher Ansatz keinen Sinn. Bei AGS herrscht hingegen die Philosophie, den Scheibentausch lukrativer zu gestalten.

## Ohne Einbußen beim Stundensatz

Vor diesem Hintergrund sagt der Vertriebsleiter: „Unser Ansatz ist, keine Nachlässe oder Rabatte ohne garantierte Gegenleistung zu gewähren. Unsere



Der AGS-Partnerbetrieb in Wetterau macht seine Partnerschaft deutlich sichtbar. Eine Forderung der Systemzentrale ist das aber nicht. Bilder: AGS

Werkstattspartner rechnen die Schäden der eigenen Kundschaft zum ortsüblichen und ausgehängten Stundensatz ab.“ Das bedeutet aber nicht, dass die AGS-Partnerbetriebe keine Versicherungsschäden in Sachen Glas machen können.

Dafür haben die Partnerbetriebe eine Spezialsoftware, über die sie mit allen Versicherungen nach Herstellervorgaben abrechnen können. Wie Lange im Gespräch mit der Redaktion weiterhin erklärt, gibt es dabei auch keine Einschränkungen bei Versicherungsverträgen mit Werkstattbindung. In diesen Fällen würde höchstens die „Selektgebühr“ abgezogen. „Unsere Erfahrungen zeigen, dass Versicherungen die Preisbildung unserer Partner mit ortsüblichen Stundensätzen als fair erachten. Und das wird mit der Regulierung auf Basis des ortsüblichen Stundensatzes honoriert“, erklärt der Experte.

Das unterstreicht noch einmal die Philosophie von AGS, den Partnerbetrieben nicht eine Masse an zusätzlichen Glasaufträgen zu versprechen, sondern vielmehr, dass sie ein Gros der Schäden zu ihren üblichen Preisen abrechnen können und somit pro Auftrag mehr Marge haben. Warum AGS diesen Ansatz verfolgt, unterstreicht folgende Aussage von Lange: „Im Gegensatz zu anderen kleineren Systemen akzeptiert AGS, dass die Versicherungswirtschaft beim Thema Vermitteln zuerst an Ketten wie Carglass und Wintec denkt und entsprechend handelt. Bekommen wir Vermittlungen, ist das ein erfreuliches Zusatzgeschäft für unsere Partner. Allerdings werben wir keine Partner, indem wir ihnen zusätzliche Vermittlungen versprechen.“

Als die Sprache auf Rechnungskürzungen der Versicherungen kommt, verweist er auf eine der wesentlichen Systemleistungen von AGS: das Nachforderungsmanagement. Seinen Aussagen zufolge würden die Versicherungen über

das Nachforderungsmanagement reklamierte unberechtigte Kürzungen ohne Diskussion nachzahlen. Lange sagt aber auch: „Es muss zwischen unberechtigten und berechtigten Kürzungen unterschieden werden. Beispielsweise ist die Kürzung des ortsüblichen Stundensatzes nicht berechtigt – die Kürzung eines abgerechneten, aber nicht verbauten Sensors hingegen schon.“

### Andere Philosophie auch bei CI

Im Gegensatz zu anderen Werkstattkonzepten müssen AGS-Partnerbetriebe nach außen hin gar nicht unbedingt als deren Stützpunkt wahrgenommen werden. „Der Verbraucher setzt den Marktführer aus Köln aufgrund seiner hohen Medienpräsenz mit Autoglas gleich und kommt deshalb viel zu selten auf den Gedanken, dass die Werkstatt seines Vertrauens Autoglas mindestens ebenso gut kann wie Carglass. Deshalb stehen bei AGS nicht das System, seine Farben oder Symbole im Mittelpunkt, sondern



Andreas Lange, Vertriebsleiter bei AGS: „Es muss zwischen unberechtigten und berechtigten Kürzungen unterschieden werden. Die Kürzung des ortsüblichen Stundensatzes etwa ist nicht berechtigt.“

der Partner als regional bekannter Kfz-Profi für alle Gewerke.“ Dieser muss allerdings auch als Fachbetrieb Autoglas wahrgenommen werden. Und bei aller Unterstützung durch welches System auch immer: In diesem Punkt sind die Inhaber mit entsprechenden Maßnahmen selbst gefordert.

*Torsten Schmidt*

## Steckbrief

### Eckpunkte für die Systempartnerschaft mit AGS

Werkstätten, die sich dem System anschließen wollen, müssen eine einmalige Systemgebühr zwischen 1.000 Euro und 3.990 Euro netto (je nach Leistungspaket) entrichten. Hinzu kommt eine monatliche Pauschalgebühr von maximal 300 Euro netto. Zusatzkosten für Umsatz-, Werbe- oder ISO-Gebühren fallen Angaben zufolge nicht an.

Kfz-Betriebe die das volle Dienstleistungspaket buchen, erhalten laut AGS das Nachforderungsmanagement „unberechtigte Kürzungen“, günstige Einkaufskonditionen für Scheiben und Zubehör, eine eigene individualisierte Autoglas-Homepage mit regelmäßigen Updates und permanenter Suchmaschinenoptimierung, Betreuungs- und Schulungsmaßnahmen zur Umsatzsteigerung „Autoglas“. Verpflichtende Vorgaben bezüglich Schulungen (Angebote dafür gibt es) oder speziellem Equipment gibt es nicht.

ts