

## So klappt's mit dem Scheibengeschäft

Beim Thema Autoglas denken die meisten an eine große Kette, während viele freie Werkstätten um das Feld einen Bogen machen – aus Angst vor der Technik und Kürzungen der Versicherungen. Warum Autoglas aber das Zusatzgeschäft schlechthin sein kann, erklärt Andreas Lange im amz-Interview.

**amz: Bei Autoglas denken viele Endkunden sofort an eine große Kette statt an die Autowerkstatt, die sie für Services und Reparaturen aufsuchen. Hat Autoglas im Werkstattumfeld ein Marketingproblem?**

Andreas Lange: In der Tat ist es so, dass der Marktführer aus Köln in Sachen Marketing einen fantastischen Job macht. Sie haben es geschafft, beim Endkonsumenten einen Wiedererkennungswert von deutlich über 90 Prozent zu erreichen, und das bei einem Produkt wie Autoglas, das emotional nicht besonders hoch anzusiedeln ist. Diese intensiven Werbemaßnahmen sorgen dafür, dass viele Kunden nicht zuerst an ihre Hauswerkstatt denken, die sie ja im Normalfall besuchen. Damit ist es ein Marketingproblem! Werkstätten verkaufen sich im Bereich Autoglas häufig schlecht bis gar nicht. Und das ist ein echtes Problem für die Werkstatt, denn Autoglas ist und bleibt hochlukrativ!

---

**Dabei müssten bei aktuell stets sinkenden Serviceumfängen aktueller Fahrzeuge Zusatzgeschäfte wie das Thema Autoglas eigentlich Hochkonjunktur haben. Warum trauen sich so viele Werkstätten nicht an das Thema heran?**

A. Lange: Ja, der Markt ändert sich gerade rasant. Vom Elektroauto, das politisch getrieben wird, über den Wandel im Autohandel, weg vom klassischen Autohaus, hin zum Direktvertrieb und das Internet als Bezugsquelle für Autoteile die in „Billigwerkstätten“ verbaut werden. All diese Entwicklungen sorgen für einen Umsatzeinbruch in den Werkstätten. Warum viele Firmeninhaber trotz dieser Marktentwicklungen den Geschäftszweig Autoglas nicht weiter forcieren, hat verschiedene Gründe: Zum einen die Eigeninteressen der Versicherungen, Stichwort unberechtigte Rechnungskürzungen, sowie die Unkenntnis im Umgang mit Kasko- und Werkstattbindungsverträgen, so dass sich Betriebe nicht an Autoglas herantrauen. Zum anderen sind es auch die neuen Techniken im Bereich Scheiben, die vielen Betriebe Sorge bereiten. Stichworte sind Kalibrierung oder Fahrassistenzsysteme. Viele haben keine Mittel zum Kalibrieren und verzichten dann komplett auf die Aufträge, anstatt die Kalibrierung in der Markenwerkstatt machen zu lassen und mit der Versicherung abzurechnen.

**Um bei den Versicherungen zu bleiben: Sind die Ängste vor der Abrechnung in irgendeiner Art berechtigt oder gehen die Werkstätten einfach den Weg des geringsten Widerstands – eine Rechnung an den Kunden zu schreiben ist ja vermutlich weniger aufwendig, als den Schaden an die Versicherung zu melden?**

A. Lange: Für Autoglas Spezialist und unsere Partnerbetriebe kann ich sagen, dass alle Ängste unbegründet sind. Der Schaden wird zu den Herstellervorgaben abgerechnet und die Regulierung durch die Versicherung erfolgt direkt auf das Konto der Partnerwerkstatt. Ein Treuhänderkonto wie in anderen Systemen lehnen wir ab, denn die Regulierungssumme gehört sofort auf das Konto des Betriebes. AGS-Partner rechnen selbstverständlich

online mit Versicherungen ab. Um die Frage zu beantworten, es ist weniger die Rechnungsstellung, die Probleme macht. Vielmehr ist es die durchaus berechtigte Sorge vor den Kürzungen, die vielen Betrieben „den Spaß“ am Autoglas verdirbt. Das Reklamationswesen bei unberechtigten Kürzungen übernehmen wir gemeinsam mit unseren Anwälten und scheuen uns auch nicht, ggf. gerichtliche Hilfe in Anspruch zu nehmen.

**Welche Voraussetzungen muss eine Werkstatt erfüllen, um Glasschäden mit der Kaskoversicherung des Fahrzeughalters abzurechnen?**

A. Lange: Grundsätzlich kann jeder Betrieb Schäden mit der Versicherung abrechnen, sofern er die rechtlichen Voraussetzungen, also Meisterbetrieb oder Ausnahmegewilligung, erfüllt. Wir nehmen als AGS nicht jeden Betrieb auf, denn diese müssen unsere Aufnahmekriterien in technischer Hinsicht und beim seriösen Auftreten der Unternehmer erfüllen.

**Wie läuft der Prozess der Abrechnung bei AGS konkret ab?**

A. Lange: Der Partner bekommt von uns einen persönlichen Zugang zu seiner spezialisierten Autoglas-Bestell- und Abrechnungssoftware. Über dieses Programm wird bestellt und mit der Versicherung nach Herstellervorgaben abgerechnet. Der Rechnungsversand läuft rein digital und ist somit noch unkomplizierter als bei anderen Online-Systemen. Angesichts von gut zwei Millionen Versicherungsschäden Autoglas im Jahr ist es aus unserer Sicht zwingend notwendig, einen vollautomatisierten Ablauf der Schadensregulierung sicherzustellen.

**Versicherungen sind zumeist nicht gerade dafür bekannt, schnell zu bezahlen – wie lange muss der Unternehmer warten, bis die Versicherung die Rechnung beglichen hat?**

A. Lange: Unterschiedlich, sehr unterschiedlich. Zwischen 24 Stunden und endlosem Warten ist alles möglich. Aber die sogenannte Dunkelverarbeitung, das heißt die vollautomatische Abrechnung auf Basis der Hersteller- und Versicherungsdaten, funktioniert und damit beschleunigt sich das Zahlungsverfahren. Die übermittelte Rechnung durchläuft den Prüfungsvorgang und dann wird i. d. R. automatisch bezahlt.

**Gibt es bei der Arbeit für Versicherungen etwas zu beachten, was das Material angeht oder kann die Werkstatt passendes Glas bestellen und anschließend abrechnen?**

A. Lange: Grundsätzlich entscheidet die Werkstatt selber, welche Scheiben sie verbaut. Wir machen Empfehlungen, zwingen unsere Partner jedoch nicht. Als Systemgeber erwarten wir aber, dass unsere Partner zumindest OEM-Qualitätsscheiben verbauen. Sogenannte Billigscheiben lehnen wir generell ab, da deren Qualität nicht unseren Ansprüchen genügt. Gerade bei Fahrzeugen mit Sensortechnik und Kamera-Kalibrierung sollte man keine Billigscheiben einbauen. Man braucht für die hochwertigen Assistenzsysteme auch hochwertige Scheiben, sonst kann es passieren, dass sich die Scheibe nicht kalibrieren lässt.

**Muss man eine qualifizierte Fortbildung oder einen Mitarbeiter mit Ausbildung zum Glaser oder Karosseriebauer im Betrieb haben, um Schäden reparieren und abrechnen zu können?**

A. Lange: Sie brauchen einen Meister oder zumindest eine Ausnahmegewilligung, das ist der formelle Teil. Darüber hinaus bieten wir unseren Partnern Vor-Ort-Schulungen und ergänzende technische Ausbildungen in unserem Schulungszentrum an, so dass die Partnerbetriebe auf dem neuesten technischen Stand sind. Zum Beispiel ist die Fortbildung von zwei Mitarbeitern für eine Woche bei uns vor Ort für die Werkstatt kostenlos – wenn die Mitarbeiter gut sind, beherrschen sie danach den Scheibentausch.

**Wie hoch würden Sie den Aufwand in Ausrüstung und Ausbildung für eine Werkstatt einschätzen, die in das Thema einsteigen möchte?**

A. Lange: Ach ja – die Kosten. Nicht ganz unwichtig; wobei es für mich viel wichtiger und interessanter ist, über den Profit zu reden. Die einmalige Einstiegspreis ist bei AGS im Gegensatz zu anderen Systemen sehr überschaubar. Wir schauen uns jeden Betrieb an und ermitteln dann, was für Systemleistungen für ihn notwendig

sind, damit Autoglas eine Erfolgsgeschichte wird. Der Preis bewegt sich zwischen 1.500 Euro und 3.000 Euro netto. Je nach Betrieb können noch Ausgaben für Technik, Werkzeuge und Werbung hinzukommen.

**Angenommen, ich beherrsche nun das Handwerk und die Abrechnung – wie sollte ich an meine Stammkunden herantreten, um sie von meiner neuerworbenen Qualifikation zu überzeugen?**

A. Lange: Oft ist es leider so, dass viele Werkstätten nur noch den nicht-vermeidbaren-Umsatz machen. Sie haben verlernt, Werkstatteleistungen zu verkaufen. Der Kunde bringt sein Fahrzeug, möchte beispielsweise einen Ölwechsel, der wird schnell erledigt und das war's. Das sorgfältige Kontrollieren der Fahrzeuge auch auf Scheibenschäden hin kommt mir zu kurz. Eine richtig gute Dialogannahme, in der ich neben den abgefahrenen Bremsbelägen auch das Sicherheitsrisiko von Steinschlägen und Blendungen durch tiefe Kratzer anführe, fehlt oft. Ich nenne den Betrieben dann oft ein einfaches Beispiel: Wenn ich zum Zahnarzt gehe und der findet Karies, dann sage ich: Mach es weg. Wenn der Zahnarzt aber nicht richtig schauen würde, hätte er etwas falsch gemacht – und genauso verhält es sich auch mit der Scheibe. Der Kfz-ler ist der Fachmann! Und wenn der Fachmann sagt, schau, hier sind die Bremsen abgefahren und die Scheibe kaputt, dann sagt der Kunde: Mach.

Mit einer vernünftigen Außendarstellung und gezielter Werbung können Werkstätten ihren zufriedenen Stammkunden relativ einfach vermitteln, dass sie auch ein Fachbetrieb für Autoglas sind. Wir unterstützen hier gerne mit unseren Ideen. Aber ein Betrieb, der sagt, ich bleibe ohne Werbung, der soll das Thema gleich ganz sein lassen. Wir machen Werbung im Betrieb und Werbung im Internet, jeder Partner bekommt eine individualisierte Autoglas-Homepage ergänzt durch Suchmaschinenoptimierung. So werden unsere Partnerbetriebe als Autoglas-Fachbetrieb im Wettbewerb sichtbar. Und ganz wichtig: Kunden sollen sich mit dem Betrieb vor Ort identifizieren können – nicht unbedingt mit dem Autoglas-System. Dann hat man auch nachhaltig Erfolg.

**Vielen Dank für das Interview, Herr Lange!**