GOSLAR INSTITUT

Eine Information der Studiengesellschaft für verbrauchergerechtes Versichern e. V.

Hinterhof oder Highend?

Zur Servicequalität im Werkstattnetz der Versicherer

fair versichern!

GOSLAR INSTITUT
Studiengesellschaft für verbrauchergerechtes Versichern e. V.
Eine Initiative der HUK-COBURG

Inhalt

VORBEMERKUNG S. 4

NACHHALTIG GÜNSTIG S. 6

»Wir gehören unseren Kunden.«

Mit Dr. Wolfgang Weiler, Vorstandssprecher der HUK-COBURG Versicherungsgruppe, spricht der Publizist Axel Schappei.

NACHHALTIG INNOVATIV S. 10

»Wir definieren Autoversicherung neu.«

Mit Klaus-Jürgen Heitmann, Mitglied des Vorstandes der HUK-COBURG Versicherungsgruppe, spricht der Publizist Rolf Antrecht.

KONSEQUENTER SERVICE S. 16

»Wir bieten Komplettabwicklung.«

Mit Thomas Geck, Leiter der Schadensabteilung Dezentral der HUK-COBURG Versicherungsgruppe, spricht der Publizist Volker Karow.

Vier Fragen an ... S. 20

... Jörg-Peter Keuenhof, Leiter der Schadensabteilung Zentral der HUK-COBURG Versicherungsgruppe.

GUTE NACHBARN S. 22

»Wir sind vor Ort ansprechbar.«

Mit Marlies Terwolbeck, Leiterin der HUK-COBURG-Schadenaußenstelle Münster, spricht der Publizist Rainer Brenker.

WIN-WIN-SITUATION S. 26

»Es den Menschen bequemer machen.«

Mit Volker Hundertmark, Inhaber der Hundertmark Unfallservice GmbH & Co. KG in Darmstadt, spricht die Publizistin Martina Sturm.

HÖCHSTE KUNDENZUFRIEDENHEIT S. 30

»Unsere Auftragsbücher sind voll.«

Mit Chris Wyrembeck, Mitgeschäftsführer der Sachsengarage GmbH in Dresden, spricht die Publizistin Katrin Kleeberg.

Ist billig gleich schlecht oder gut gleich teuer? S. 34

Beim Goslar Institut streiten Kfz-Gewerbe und Versicherung über die Zukunft des Schadenmanagements – mit überraschendem Ausgang. Ein Bericht von Rolf Antrecht.

IMPRESSUM S. 39

Vorbemerkung

Aufgabe des Goslar Institutes ist es, den Anspruch fairer Versicherung einer öffentlichen Überprüfung zu unterziehen. Wir organisieren als Initiative der HUK-COBURG Diskurse, die das Kriterium der Verbrauchergerechtigkeit bemühen. Die Kfz-Versicherungen unterliegen für Verbraucher dabei einem besonderen Interesse. Und es gibt Neues.

Deutliche Kritik am Schadenmanagement

Tim Westermann
Automobilwoche, 21.9.2009

Goslar. Immer mehr Kfz-Versicherer bauen aus Kostengründen Netze von Partnerwerkstätten auf, mit denen sie bei der Unfallschadenregulierung zusammenarbeiten. Über dieses sogenannte Schadenmanagement steuern sie die Werkstattaufträge von Versicherten gezielt in diese Werkstätten, die die Arbeiten in der Regel besonders kostengünstig erledigen – eine Praxis, die die Wettbewerber außerhalb der Partnernetze mit zunehmendem Argwohn beobachten. Das Schadenmanagement der HUK-Coburg wurde jüngst im Rahmen einer Expertenrunde zur Servicequalität in Werkstattnetzen deswegen heftig kritisiert.

Demnach erstattet die HUK-Coburg Kfz-Versicherung ihren Partnerwerkstätten für Aufträge, bei denen die Versicherten einen besonders günstigen Tarif gewählt haben, einen Stundensatz von 59,90 Euro. Mit einem derart niedrigen Verrechnungssatz sei es aber schwer, verantwortungsbewusst zu arbeiten, kritisierte Klaus Weichtmann vom Zentralverband Karosserie- und Fahrzeugtechnik und stellte klar: „Die Untergrenze von 60 Euro ist ruinös." Üblich seien in der Branche Preise von 110 Euro oder mehr, so Weichtmann weiter. HUK-Vorstandsmitglied Klaus-Jürgen Heitmann dagegen verteidigte das Konzept: „Das, was andere Dumping nennen, nennen wir angemessen." Auch Elmar Fuchs vom Bundesverband der freiberuflichen und unabhängigen Sachverständigen für das Kraftfahrzeugwesen kritisierte die Verrechnungspraxis der HUK-Coburg als „unmoralisch" und betonte: „Für 59,90 Euro gibt es keine Qualität bei der Fahrzeugreparatur." Den Mindestsatz für angemessene Arbeiten in der Kfz-Werkstatt bezifferte Michael Legrand vom Beratungsunternehmen Dekra Consulting auf 71 Euro pro Stunde.

Unstrittig ist, dass die kritisierte Praxis des Schadenmanagements den Werkstätten auch künftig zu schaffen machen wird. Eine Musterlösung zur angespannten Situation zwischen Versicherern und Werkstätten konnte allerdings niemand in der Diskussionsrunde präsentieren.

Unfallschaden: Abwicklung durch die Versicherer steht in der Kritik.

Die Autoversicherungen sind in einem grundlegenden Wandel begriffen. Dabei gerät das Schlagwort vom „Schadenmanagement" in die öffentliche Diskussion. Dessen Ursprünge werden der HUK-COBURG zugerechnet, inzwischen schließen sich aber nicht nur andere Versicherer an, sondern auch andere Versicherungszweige in der Sach-, aber auch in der Personenversicherung geraten in diese Diskussion. Das Goslar Institut hat sich dieser Diskussion mittlerweile in drei größeren Veranstaltungen angenommen.

Zunächst wurde die Kritik aufgegriffen, dass es dabei um „Abzocke bis an die Grenzen des Betrugs" gehen könne, polemische Töne aus dem Kreis von Sachverständigen und Standesorganisationen des Kfz-Gewerbes. Ungenannt bleibt bei diesen Kritikern allerdings, dass es bei unnötigen Kosten letztlich um das Geld anderer Leute geht, nämlich um das Geld der Versicherungskunden. Versicherer, die viele Jahre lang für Verbraucher unnötige Kosten spendabel ausgäben, zahlten diese Freigebigkeit natürlich nicht selbst. Letztlich wirken sich diese „Spendierhosen" auf die Prämien der Versicherungsnehmer aus.

1. Veranstaltung mit DVD-Dokumentation

„Schadenmanagement bei Kfz-Versicherungen: Service oder ‚Abzocke bis zur Grenze des Betrugs'?"

Es diskutieren:
Klaus-Jürgen Heitmann, HUK-COBURG
Guido Reinking, Automobilwoche
Volker Lempp, Auto Club Europa
Moderation Carola Ferstl

2. Veranstaltung mit DVD-Dokumentation

„Cash or Care? Was wollen Versicherungskunden wirklich?"

Es diskutieren:
Klaus-Jürgen Heitmann, HUK-COBURG
Manfred Poweleit, map-report
Thorsten Rudnik, BdV
Wilhelm Alms, Unternehmensberater
Moderation Carola Ferstl

3. Veranstaltung mit DVD-Dokumentation

„Hinterhof oder Highend? Servicequalität im Werkstattnetz der Versicherer"

Es diskutieren:
Klaus-Jürgen Heitmann, HUK-COBURG
Michael Legrand, DEKRA
Dr. Klaus Weichtmann, ZKF
Elmar Fuchs, BVSK
Moderation Carola Ferstl

Abgesehen davon machen die Versicherer geltend, dass es sich um einen erweiterten Service handle, der den Kundenwünschen entgegenkomme. Tatsächlich ist im Markt ein starkes Bedürfnis von Versicherungsnehmern entstanden, das nach mehr als bloßer pekuniärer Regulierung von Schäden verlangt. Kunden möchten mit ihrem Schaden, gleich ob Kasko oder Haftpflicht, nicht allein gelassen werden. Die Versicherung soll sich, so der lapidare wie plausible Grund, „kümmern".

Studiengesellschaft für verbrauchergerechtes Versichern e. V.,
Breite Straße 13,
38640 Goslar
Tel + 49 (0) 5321 339961
Fax + 49 (0) 5321 339975
info@goslar-institut.de

Dieser Wunsch nach einer umfassenden Betreuung hat weitreichende Konsequenzen; die qualitativ neue Nachfrage generiert ein qualitativ neues Angebot.

Die HUK-COBURG nimmt für sich in Anspruch, die Kfz-Versicherung neu definiert zu haben und lässt sich mit einer kräftigen Erhöhung der Garantie von zwei auf fünf Jahre auf die von ihr betreuten Reparaturen ein.

Kritik kommt, so muss man differenzierend sagen, auch nicht von den Verbrauchern, die das neue Angebot gut annehmen, sondern von Kostenverursachern in der Kette der Schadensbeheber.

Die HUK-COBURG versucht dem eigenen Anspruch nach die Quadratur des Kreises: besonders günstigen Autoversicherungsschutz bei sehr guter Qualität. Natürlich ist dies ein ungewöhnliches Werbeversprechen, das der Nachfrage bedarf.

Die vorliegende Schrift will ein ausgewogenes Urteil befördern, indem sie die handelnden Personen ausführlich in Interviews zu Wort kommen lässt. Ferner sind die drei angesprochenen Expertenrunden als DVD verfügbar. Über entsprechende Nachfragen freuen sich

Ihre Claudia Kasper

Claudia Kasper

Ihre Jessica Hackmann

Jessica Hackmann

NACHHALTIG GÜNSTIG

»Wir gehören unseren Kunden.«

Mit Dr. Wolfgang Weiler, Vorstandssprecher der HUK-COBURG Versicherungsgruppe, spricht der Publizist Axel Schappei.

Herr Dr. Weiler, Sie sind seit dem 1. Juli 2009 der neue Chef der HUK-COBURG. Was unterscheidet Ihre Versicherungsgruppe von anderen Unternehmen der Branche und was ist das Besondere?

Dr. Wolfgang Weiler: Wir haben ein ganz klares Profil: günstige Preise bei bester Qualität. Wir konzentrieren uns auf private Haushalte, und dafür haben wir das bestmögliche Vertriebssystem. Es ist ein in der Branche singuläres Netz, das eine enge Verbundenheit zwischen unseren Kunden und uns schafft.

Die HUK-COBURG ist ein Versicherungsverein auf Gegenseitigkeit. Was heißt das genau, und was bedeutet das für Ihr unternehmerisches Handeln und Ihre Kundenverantwortung?

Weiler: Der Versicherungsverein auf Gegenseitigkeit ist geprägt vom genossenschaftlichen Gedanken. Diese Rechtsform macht aus Versicherungsnehmern gleichzeitig Mitglieder und damit auch Miteigentümer des Vereins. Die Gründung der HUK-COBURG erfolgte seinerzeit durch eine Gruppe von Pfarrern und Lehrern mit dem Ziel der Selbsthilfe. Sie wollten damit für sich bei der Kraftfahrzeugversicherung möglichst günstige Preise bei bestmöglicher Leistung erreichen. Nicht Geld zu verdienen – das gute Produkt ist also der Unternehmenszweck. Und genau das bestimmt unser Handeln.

Sie stehen in einer großen Tradition und haben eine ganz besondere Unternehmensverfassung. Welche Vorteile und welche Maßstäbe leiten sich daraus gerade für einen Versicherungskonzern ab?

Weiler: Wir haben keinen Zielkonflikt zwischen unseren Kunden und Investoren. Denn unsere Kunden sind wie gesagt auch unsere Eigentümer. Das macht manches einfacher. So müssen wir keinen Modeerscheinungen hinterherlaufen oder um der kurzfristigen Rendite willen eine aggressive Anlagepolitik betreiben. Wir sind im guten Sinne ein konservatives Haus. Das heißt: Wir versuchen, die Werte unseres Hauses hochzuhalten – Solidität und Verlässlichkeit.

Selbsthilfe und Gegenseitigkeit – wie passt die Grundidee der HUK-COBURG zur modernen Betriebswirtschaft? Prallen da nicht alte Ideale auf knallharte Zwänge – Gemeinnutz gegen Gewinnmaximierung?

Weiler: Wir müssen natürlich immer die Marktsituation im Auge halten. Wichtig ist die Balance zwischen bestmöglichem Kundennutzen und der Notwendigkeit, das Geld zu verdienen, das wir für unsere Sicherheit, Weiterentwicklung und für unser Wachstum brauchen. Aber extern vorgegebene Renditeziele haben bei uns eben nicht oberste Priorität. Wir verfolgen eine nachhaltige Unternehmensstrategie. Wir verwirren unsere Kunden nicht, indem wir ständig wechselnden Trends hinterherlaufen. So etwas schafft kein Vertrauen. Aber gerade das Vertrauen unserer Kunden ist für uns das Wichtigste.

Wie schlägt sich die HUK-COBURG als Versicherungsverein auf Gegenseitigkeit auf dem hart umkämpften Kfz-Versicherungsmarkt?

Weiler: Der Kfz-Versicherungsmarkt ist extrem preissensibel. Hier kann nur bestehen, wer auch selber preissensibel ist. Nun ist Preisgünstigkeit ja gerade unser Unternehmenszweck. Für uns galt von Anfang an: Wir bieten dauerhaft niedrige Preise bei dauerhaft niedrigen Kosten und bestmöglicher Qualität. Das ist unser „Magisches Dreieck", das wir ständig optimieren. Darin haben wir eine lange Tradition. Auf diese Weise haben wir uns schon in den 50er und 60er Jahren sehr gut auf dem Kfz-Versicherungsmarkt positioniert. Unsere Strategie haben wir dann stets weiterentwickelt – aber ohne sprunghafte Wellenbewegungen. Bis heute erweisen sich diese Erfahrung und unsere Tradition als großer Vorteil im Wettbewerb.

Die hehre Idee eines Vereins auf Gegenseitigkeit müsste dann ja auch Ihren Kunden- und damit Ihren Außendienst prägen. Theorie und Praxis – wie schaut's damit im Versicherungsalltag aus?

Weiler: Unser Außendienst – das sind nebenberufliche Vertrauensleute, Kundendienstbürobetreiber und fest angestellte Mitarbeiter in Geschäftsstellen – berät bedarfsgerecht und qualifiziert. Aber wir verkaufen nicht aggressiv, „Drückermethoden" gar scheiden für die HUK-COBURG aus.

Das sind keine leeren Worte, das beweisen unsere Bestnoten bei der Kundenloyalität und unsere niedrigen Beschwerdequoten.

Meist sucht übrigens der Kunde den ersten Kontakt zu uns. Unsere Kunden informieren sich umfassend und wissen genau, was sie wollen. Und sie kennen uns als preisgünstigen Anbieter. Die HUK-COBURG ist ja eine über die Jahrzehnte gewachsene Marke, die zu den bekanntesten im Versicherungsmarkt gehört.

Stichwort knallharter Preis- und Konkurrenzkampf im Kfz-Geschäft. Wie können Sie einerseits möglichst günstige Tarife anbieten und dabei zugleich Premium-Leistungen bieten? Drücken Sie nicht doch gnadenlos die Kosten und tricksen bei den Leistungen?

Weiler: (lacht) Nein, wir sind kostengünstig, ohne Kostendrücker zu sein. Bei uns gibt's auch keine Tarifflucht, um Personalkosten zu drücken. Aber wir achten seit jeher auf vernünftige Arbeitsabläufe und Prozesse, die nicht unnötig Zeit und Geld kosten.

Und bei den Leistungen tricksen wir nicht, im Gegenteil: Wir setzen die Standards! Nehmen wir das Beispiel Werkstattbindung: Im Schadenfall will der Kunde doch möglichst keinen zusätzlichen Ärger und Aufwand haben. Hauptsache, sein Schaden wird rasch bestmöglich behoben. Genau deshalb arbeiten wir mit unseren Partnerwerkstätten zusammen. Wer uns im Schadenfall die Regulierung überlässt, erhält so eine zusätzliche Dienstleistung – und spart Geld! Das geht, wenn die Zusammenarbeit mit den Werkstätten effizient und kostengünstig organisiert ist.

Der Gedanke der größtmöglichen Gewinnerzielung dürfte für einen Verein auf Gegenseitigkeit ja eigentlich keine große Rolle spielen. Welches Gewinninteresse haben Sie?

Weiler: Natürlich müssen wir unser Wachstum finanzieren und unser Eigenkapital sichern. Darauf müssen sich unsere Kunden verlassen können – wir geben ja ein Leistungsversprechen, das teilweise über Jahrzehnte halten muss. Wir haben auch – da wir ja auf uns selbst gestellt sind – eine anspruchsvollere Vorstellung unserer Sicherheitsausstattung: Wir haben eine weit höhere Eigenmittelquote als gesetzlich vorgeschrieben. Bei uns gibt es eine klare Festlegung, hier besonders gut positioniert zu sein – auf „AAA"-Niveau sozusagen.

Sie haben die Beziehung zwischen Ihrem Unternehmen und Ihren Kunden beschrieben. Wie schaut's denn mit der Beziehung zwischen Unternehmen und Mitarbeitern aus – gibt es da so etwas wie einen besonderen HUK-COBURG-Geist?

Weiler: Ja, den gibt es tatsächlich, diesen HUK-COBURG-Geist. Unsere Mitarbeiter sind stolz auf das Erreichte und das Unternehmen und hoch motiviert. Das speist sich aus vielen Quellen sowie aus eigener Anschauung und Überzeugung. Sie kennen unsere genossenschaftlichen Wurzeln, die Unternehmensgeschichte und unser Selbstverständnis. Dazu passt auch: Wir haben eine sehr hohe Mitarbeitertreue – im Innendienst wie im Außendienst – mit entsprechend niedriger Fluktuation. Das schafft eine zusätzliche enge Verbundenheit zwischen unseren Kunden und uns.

Die HUK-COBURG ist keine Aktiengesellschaft und muss nicht auf Aktionäre und Analysten Rücksicht nehmen. Welche Freiheitsgrade gewinnen Sie dadurch?

Weiler: Wir können unsere Strategie völlig eigenverantwortlich definieren. Wir sind dabei nicht abhängig von anderen. Wir haben die Freiheit zu sagen: Das wollen wir, und da wollen wir hin. Natürlich müssen wir unsere Kunden davon überzeugen können, die ja schließlich auch unsere Eigentümer sind.

Ihr Claim lautet „Aus Tradition günstig". Günstig versus Premium – an sich ein Gegensatz. Für Sie aber offenbar nicht. Warum nicht?

Weiler: Weil wir eben unser „Magisches Dreieck" beherrschen – niedrige Preise, niedrige Kosten, Premium-Qualität. Oft waren wir dem Markt voraus – denken Sie etwa an den Versicherer-Verzicht auf die Einrede der groben Fahrlässigkeit. Das war bei uns schon Standard, bevor der Gesetzgeber es verlangte und der Markt es umsetzte.

Hehre Unternehmens-Leitbilder machen sich immer gut auf dem Papier. Wie erfüllen Sie das als neuer Konzernchef mit Leben?

Weiler: Mit einer ganz besonderen Identifizierung mit unserer HUK-COBURG … wenn Sie wollen – mit Herzblut und Überzeugung. Ich hege eine tiefe Neigung zur genossenschaftlichen Idee. Und mit dieser inneren Bereitschaft macht mir mein Arbeitsleben einfach mehr Spaß.

NACHHALTIG INNOVATIV

»Wir definieren Autoversicherung neu.«

Mit Klaus-Jürgen Heitmann, Mitglied des Vorstandes der HUK-COBURG Versicherungsgruppe, spricht der Publizist Rolf Antrecht.

Herr Heitmann, wenn man Sie nach Ihrem Beruf fragt, was antworten Sie: Versicherungsmanager oder Autowerkstattbetreiber?

Klaus-Jürgen Heitmann: Versicherungsvorstand, ganz klar. Aber ich muss zugeben, dass sich meine Tätigkeit verändert hat. Ich bin inzwischen auch zu einem ganz erheblichen Teil damit beschäftigt, neben Fachpublikationen aus meiner Branche Zeitschriften wie „kfz-betrieb", „Autohaus" oder auch die „Automobilwoche" und „auto motor und sport" zu lesen.

Das macht Ihnen Spaß?

Heitmann: Sagen wir so: Es ist eine interessante Lektüre. Absolut notwendig. Sie hält mich auf dem Laufenden.

Was hat ein Versicherungsmanager mit Autoreparaturen zu tun?

Heitmann: Sehr viel. Sollten Sie jemals einen Autounfall gehabt haben, was ich nicht hoffe, dann wissen Sie: Reparaturen sind unser Kerngeschäft.

Normalerweise geht das so: Ich kaufe eine Versicherung. Nach einem unverschuldeten Unfall wird mein Auto in einer Werkstatt wieder in einen neuen Zustand versetzt. Ich warte. Sie zahlen. Alles gut.

Heitmann: Ja, so war das früher. Alle waren happy: Werkstätten saßen auf ihren hohen Margen, Autoverleiher konnten ihre überteuerten Tarife durchsetzen, Sachverständige hatten viel zu tun, sogar mancher Autofahrer machte einen Reibach. Und trotzdem ging es den Versicherungen gut. So läuft das nicht mehr. Das Geschäft hat sich komplett verändert.

Lange Zeit war Kfz-Versicherung für die Assekuranz eine Lizenz zum Gelddrucken. Warum etwas ändern, wenn alle zufrieden sind?

Heitmann: Weil das nicht nachhaltig war. Erstens: Der Wettbewerb hat sich dramatisch verschärft, vom Gelddrucken redet schon lange niemand mehr. Und zweitens: Kunden werden zunehmend anspruchsvoller. Sie verlangen mehr Qualität und besseren Service – und das zu einem Preis, der uns zwingt, das Thema ganz neu zu denken. Wir reden, wenn Sie so wollen, über die Quadratur des Kreises.

Was kann eine Autoversicherung anderes als Autoversicherungen verkaufen?

Heitmann: Einfach gesagt: sich kümmern. Um Sie zum Beispiel. Lange hat sich die Autoversicherung auf Abwicklung und Regulierung beschränkt. Vielleicht hat Sie unsere Sachbearbeitung noch ein bisschen geärgert, weil wir nicht alles bezahlen wollten, was wir Ihrer Meinung nach sollten. Jetzt definieren wir Autoversicherung neu: Aus Schadenregulierung wird Schadenmanagement. Die HUK-COBURG ist jetzt nicht mehr nur dafür da, Ihren Schaden pünktlich zu bezahlen. Wir greifen Ihnen unter die Arme, wollen Ihnen auch den für Sie besten Abwicklungsservice bieten. Das bedeutet: einen Rundum-Service mit Fahrzeug-Abholung, Mietwagen, Werkstattsuche, Reparatur, Zahlungsabwicklung – alles inklusive. Wir mischen überall mit, und das kräftig.

Klingt teuer.

Heitmann: Im Gegenteil. Wir bieten günstigere Preise und haben den Anspruch, dafür tatsächlich auch noch die beste Qualität zu liefern.

Sie haben in den vergangenen Jahren ein Netz von 1200 sogenannten Partner-Werkstätten in Deutschland aufgebaut, das inzwischen auch rund ein Dutzend anderer Versicherungen exklusiv nutzt. Warum dieser Aufwand?

Heitmann: Wir verteidigen uns. Wir haben uns vor einigen Jahren gefragt, was eigentlich passiert, wenn Autohersteller ihre Ankündigungen wahr machen, allein oder mit Partnern aus unserer Branche in das Versicherungsgeschäft vorzudringen. Natürlich: Der Wettbewerb würde noch intensiver werden. Wenn wir aber über Preiswettbewerb reden, dann sprechen wir zunächst über unsere Kosten. 90 Prozent davon fallen bei uns in der Schadenregulierung an. Klar war deshalb: Wenn wir den Wettbewerb gewinnen wollen, müssen wir an den Schaden ran.

Zurückschlagen mit anderen Worten: Du willst Versicherungen verkaufen? Dann nehme ich dir etwas von deinem Reparaturgeschäft weg. War das so?

Heitmann: Wir mussten reagieren, die Herausforderung ging eindeutig von den Automobilunternehmen aus. Wir haben das nicht auf die leichte Schulter genommen. Denn natürlich sind die Voraussetzungen sehr gut, beim Neuwagenverkauf gleich auch noch eine Autoversicherung mit zu verkaufen. Und wie erfolgreich die Autohersteller bei der Erschließung neuer Geschäftsfelder sein können, hat man bei der Autofinanzierung gesehen.

Und wie haben die Werkstätten reagiert?

Heitmann: Zunächst waren sie sicher nicht begeistert. Denn: Es gibt zu viel Werkstattkapazität, das Servicevolumen ist rückläufig, die Autos halten länger. Und zu allem Unglück ist an Neufahrzeugen kaum noch Geld zu verdienen. Denn die Verkaufsmarge der Händler feilschen die Käufer weg. Und dann kommen wir auch noch und sagen: „Hallo, wir haben ein größeres Volumen an Reparaturen zu vergeben. Können wir über Service und Preis reden?"

Ist die Aufregung nicht verständlich? Das Kfz-Gewerbe beklagt seit Jahren rückläufige Umsätze und schwindende Gewinne. Schätzungen zufolge ist in den vergangenen Jahren die Zahl der Betriebe um 15 Prozent zurückgegangen. Der Boom neuer Autos durch die Abwrackprämie macht es nicht gerade einfacher.

Heitmann: Das mag schon richtig sein. Aber müssen wir deshalb klaglos hinnehmen, wie man dieser Entwicklung begegnet? Schauen Sie sich das Geschäft mit Tintenstrahldruckern oder auch Handys an. Sie finden überall das gleiche Muster: Das Gerät ist relativ billig, im Preis steckt kaum eine Marge. Das Geld muss danach verdient werden – zum Beispiel bei der Druckerpatrone.

Will heißen?

Heitmann: Das Auto an sich bekommt der Kunde vom Händler, ohne dass der daran noch viel verdient. Der Ertrag im Autohaus muss aus dem After-Sales-Geschäft kommen, dem sogenannten Service. Der Service hat die Funktion der Druckerpatrone. Und die Unfallreparaturen sind ein großes Kuchenstück im Service. Wie groß dort die Margen tatsächlich waren, merkten wir, als wir damit begannen, das Netz der Partner-Werkstätten hochzuziehen. Wir stießen zum Teil auf ziemliche Auswüchse: Immer wenn Versicherungen zahlen mussten, wurden Reparaturen richtig teuer. Mietwagenpreise zum Beispiel waren für uns Versicherungen doppelt so hoch wie für Privatpersonen, auf Ersatzteilpreise wurden Zuschläge für Lagerhaltung verlangt, die es zum Teil schon gar nicht mehr gibt. Eines stand damals für uns fest: Wir wollten nicht mehr die alten Preise für die Patrone zahlen.

Wozu benötigen Sie ein Werkstätten-Netz, das Ihnen zwar nicht gehört, aber das Sie weitgehend kontrollieren? Es entsteht der Eindruck, Sie wollten sich auf Kosten der Werkstätten bereichern. Man kennt das aus dem Einzelhandel oder der Kfz-Zulieferindustrie. Marktdominierende Unternehmen spielen ihre Einkaufsmacht rigoros aus.

Heitmann: Was heißt denn rigoros? Ich würde sagen: zum Wohle des Kunden, aber auch der Betriebe, die wir im Übrigen keineswegs „weitgehend kontrollieren", wie Sie sagen. Wir entwickeln vielmehr mit unseren Partnern eine gemeinsame Perspektive. Die HUK-COBURG ist in Deutschland die Nummer zwei im Kfz-Versicherungsgeschäft, im Hinblick auf die Preiswürdigkeit sicher die Nummer eins. Wir allein haben mehr als acht Millionen Kunden in der Autoversicherung. Wir wickeln jährlich rund eine Million Schäden mit einem Zahlungsvolumen allein für das Kfz-Gewerbe von einer Milliarde Euro ab. Wir spielen selbstverständlich unsere Kraft aus und formulieren klar unsere Vorstellungen. Aber wir bringen unseren Partnern Umsätze und lassen ihnen den Raum, um atmen und sich entwickeln zu können. Deshalb drängen doch viele Betriebe in unser Netz.

Was zahlen Sie denn im Schnitt für eine Arbeitsstunde in der Werkstatt, um eine Hausnummer zu nennen?
Heitmann: In der Presse liest man von rund 60 Euro. Ich will das nicht kommentieren.

Ein fairer Preis?
Heitmann: Mit unserer „Marktmacht", wie Sie es nennen, könnten wir sogar wahrscheinlich noch niedrigere Preise durchsetzen – dies aber mutmaßlich mit der bösen Konsequenz, dass einige Werkstätten daran zugrunde gehen. Daran sind wir nicht interessiert. Überhaupt nicht. Die Betriebe müssen sich überlegen, wie sie in einer für sie schwierigen Marktsituation überleben können. Wir helfen ihnen dabei.

Wer nimmt Ihnen diese Samariterrolle ab?
Heitmann: Offenbar die Betriebe, die sich für unser Netz bewerben. Aber auch unsere Kunden.

Sagen Sie!
Heitmann: Sagen unsere Kunden.

Wie überzeugen Sie sie?
Heitmann: Wir haben seit 2006 eine Produktlinie in der Kaskoversicherung mit dem Namen Select, bei der von vornherein verbindlich vereinbart wird: Wer sich bereit erklärt, im Schadenfall uns die Auswahl der Werkstatt und die Abwicklung zu überlassen, zahlt weniger Prämie.

Wie viel weniger?
Heitmann: 20 Prozent.

Das kommt an?
Heitmann: In der Vollkasko schon bei jedem zweiten Vertragsabschluss.

Der Vorteil für Sie?
Heitmann: Unser Auftragsvolumen wird größer, damit noch besser disponierbar, kalkulierbarer, planbarer. Dafür bekommen wir bessere Preise und bessere Qualität. Denn bei den Werkstätten sorgt dies für Konstanz. Es gibt bei diesem System eigentlich nur Gewinner: Der Versicherungsnehmer spart Geld, wir verbessern ganz klar unsere Kostenposition, die Werkstätten erschließen sich ein immenses Potenzial. Im Verbund mit anderen Versicherungsgesellschaften verfügen wir inzwischen über eine Basis von rund 15 Millionen Kunden. Das ist doch ein Wort.

Jetzt wollen Sie auch noch das Ersatzteilgeschäft kontrollieren.
Heitmann: Warum sollen wir von jemandem etwas kaufen, was wir auch direkt beziehen können? Man hat uns zu Anfang gesagt, da sei nichts mehr drin, die Preisspielräume seien ausgereizt. Dann haben wir es probeweise selber versucht, und siehe da: Die Konditionen haben sich noch einmal deutlich bewegt.

Ihr Geschäft wird immer komplexer und damit teurer.
Heitmann: Ja, aber dagegen steht die gewaltige Dimension der Schäden. 2008 hat unser Netzwerk rund 140 000 Schadenfälle mit einem Volumen von knapp 200 Millionen Euro abgewickelt. Wenn ich vergleiche, was die zusätzliche Komplexität kostet und was das Schadenmanagement dabei an Einsparungen verspricht, dann würde ich sagen: Es lohnt sich.

Auf den ersten Blick klingt Ihr Modell bestechend ...
Heitmann: Danke.

... warum lehnt dann der Zentralverband des deutschen Kfz-Gewerbes, das Organ Ihrer 1 200 Partner-Werk-

stätten, eine Zusammenarbeit mit Ihnen kategorisch ab?

Heitmann: Verbände müssen nun einmal politische Positionen vertreten. Interessant ist, dass namhafte Repräsentanten bei uns als Partner im Netzwerk tätig sind.

Was stört den ZDK konkret?

Heitmann: Dass keine zusätzlichen Schadenfälle geschaffen, sondern die vorhandenen nur umverteilt und billiger werden. Ich kann nachvollziehen, wenn das nicht allen gefällt, zumal die Herausforderungen, die auf das Gewerbe zukommen, nicht weniger werden. Aber sollen wir einfach zusehen, wenn Autohäuser ihre Verkäufer zunehmend ermuntern, mehr Versicherungen und All-inclusive-Pakete zu verkaufen? Das berührt uns schon sehr.

Versprechen oder garantieren Sie den Werkstätten Ihres Netzes eigentlich eine konstante Auslastung?

Heitmann: Wir sind heute ein Stück weit zu Garantien bereit. Mit unseren engeren Partnern, das sind rund 500 in unserem Netz, besprechen wir die Volumina auf Jahresbasis. Wenn wir das nicht erreichen, zahlen wir im Jahr darauf höhere Preise, um einen Ausgleich zu schaffen. Wie gesagt: Wir sind nicht daran interessiert, die Partner in eine Abwärtsspirale zu treiben, die sie letztlich in den Ruin führt. Wir wollen den Wettbewerb erhalten. Ohne Wettbewerb gibt es keine Anbieter und keine Preisdynamik mehr. Es ist unsere Pflicht, die Partner mitzunehmen und zukunftsfähig zu erhalten. Dazu müssen sie wirtschaftlich stark sein. Auch wir wissen: Qualität, die wir unseren Kunden versprechen, hat ihren Preis.

Ein Hauptargument gegen Ihr Schadenmanagement ist, Versicherungsnehmer könnten sich dabei selbst ihrer Möglichkeiten berauben, ihre Rechte in vollem Umfang wahrzunehmen. Oder, wie der ADAC meint: Ansprüche würden möglicherweise durch unvollständige Beratung vorenthalten. Der Fahrzeug-Halter sei nicht mehr Herr des Verfahrens. Kurzum: Es wird gemacht, was Sie wollen.

Heitmann: Schön gesagt, aber deshalb nicht überzeugender. Was heißt denn in vollem Umfang? Ein Kunde, der im Schadenfall sagt, ich will das Meiste für mich herausschlagen, wird unser Kasko-Select-Angebot eher nicht annehmen. Aber unser Kunde bekommt alle Leistungen, auf die er im Rahmen der vertraglichen Vereinbarung Anspruch hat – und sogar noch zusätzlichen Service. Vor allem wird dafür gesorgt, dass das kaputte Auto fachgerecht und mit Originalersatzteilen wiederhergestellt wird.

Doch die Kritik des ADAC zielt ja auf den Haftpflichtfall: Wir bieten unseren Schadenservice auch dem Anspruchsteller, der von einem HUK-COBURG-Kunden geschädigt wurde und jetzt von uns Schadenersatz will. Aber auch den klären wir umfassend über seine Ansprüche und Rechte auf. Wir müssen nur nicht mehr das Doppelte und Dreifache an die Autovermietung und andere überhöhte Preise zahlen, wenn er unseren Service in Anspruch nimmt.

Letzter Punkt ...

Heitmann: ... lassen Sie mich raten.

Bitte schön.

Heitmann: Wir konzentrieren uns auf freie Werkstätten, weil die bessere Angebote machen als die vermeintlich teuren Markenrepräsentanzen mit den Velboursteppichen am Eingang? Frei aber heißt automatisch schlecht? Richtig?

Was antworten Sie?

Heitmann: Was stimmt, ist: Jeder zweite Betrieb in unserem Netz ist eine freie Werkstatt. Wir wissen, welche Gedanken Kunden spaßeshalber mit diesem Begriff verbinden: verölte Schrauberbude im Hinterhof. Wie gehen wir nun damit um? Ganz einfach: Wir verlangen bestmögliche Qualität, Reparatur nach Herstellervorgabe, keine Gebrauchtersatzteile, dafür bieten wir eine HUK-COBURG-eigene Garantie über fünf, nicht – wie üblich – zwei Jahre. Wir lehnen uns damit weit aus dem Fenster und begleiten dies gerne mit einem einfachen Satz: Es ist nicht unser Ziel, möglichst oft für Garantien einzuspringen! Unsere Vertragspartner haben ein DEKRA-Testat, und mancher unserer spezialisierten Freien arbeitet kräftig für Vertragswerkstätten, weil die dafür am wenigsten ausgerüstet sind.

Und alldem schauen die Automobilhersteller mit ihren Finanzgesellschaften ehrfürchtig zu? Fürchten Sie nicht, sie könnten zum großen Gegenschlag ausholen?

Heitmann: Wir sind nicht so realitätsfern zu behaupten, unser Geschäft sei frei von Risiko. Welches ist das schon? Natürlich werden die Autohersteller daran interessiert bleiben, Komplettangebote am Point of Sale zu schnüren und Autos ihrer Marken nach Schäden in die eigene Organisation zu lenken. Autos werden immer komplizierter, Know-how oder finanzielle Mittel für Investitionen in die notwendige Werkstatt-Ausrüstung sind sicherlich erfolgskritisch für die Betriebe der Zukunft. Umso mehr sind wir daran interessiert, den Wettbewerb zu erhalten. Allerdings: Das wird kein leichter Ritt.

Wo endet das?

Heitmann: Schwer zu sagen. Ich persönlich bin mir jedoch sicher: In drei bis fünf Jahren wird ein erheblicher Teil des margenstarken Unfallgeschäfts auf besondere Werkstatt-Netzwerke verteilt sein.

Können andere Versicherungssparten von Ihrer Vorreiterrolle bei der Kraftfahrzeugversicherung profitieren?

Heitmann: Auch das lässt sich nur schwer abschätzen. Nehmen Sie zum Beispiel die Gebäudeversicherung. Da haben Sie es mit sehr unterschiedlichen Gewerken zu tun, ganz im Gegensatz zur Autoreparatur. Maler, Dachdecker, Installateure, Schreiner – alles ist dabei. Da ist es schon sehr kompliziert, ein dichtes Netz von Partnerbetrieben aufzubauen. In der Krankenversicherung ist es noch sehr viel schwerer. Da sind Sie auch gleich bei ethischen Fragen, berechtigterweise! Dennoch sind das Möglichkeiten, die sicher über kurz oder lang diskutiert werden. Es gibt eindeutig Übertragungspotenzial.

KONSEQUENTER SERVICE

»Wir bieten Komplettabwicklung.«

Mit Thomas Geck, Leiter der Schadensabteilung Dezentral der HUK-COBURG Versicherungsgruppe, spricht der Publizist Volker Karow.

Herr Geck, die HUK-COBURG arbeitet bei der Behebung von Kfz-Schadenfällen mit einem Netzwerk aus herstellergebundenen und freien Partner-Werkstätten zusammen. Welche Überlegungen standen hinter dem Projekt der werkstattgesteuerten Schadenregulierung und wie wurde es aufgebaut?

Thomas Geck: Wir haben in Gesprächen mit unseren Kunden festgestellt, dass sie im Fall der Fälle eine einfache, unkomplizierte und schnelle Schadenregulierung wollen. Der weit überwiegende Anteil unserer Kunden wünscht sogar eine komplette Schadenbehebung aus einer Hand. Das hat uns bewogen, dem Kunden eine Komplettabwicklung mit möglichst geringem bürokratischen Aufwand anzubieten.

Worin genau besteht der Service für den Kunden? Wo liegen die Unterschiede zur früheren Abwicklung?

Geck: Unser oberstes Ziel lautet: einfache Schadenregulierung bei höchstmöglicher Qualität. Veranschaulichen wir uns die klassische Schadenabwicklung früherer Tage: Sie rufen im Schadenfall Ihren Versicherer an, bekommen eine Schadenanzeige zugesandt, füllen sie aus, haben einen Termin mit dem Gutachter, bekommen das Gutachten zugesandt, müssen sich selber einen Reparateur suchen, fahren in die Werkstatt und, und, und. Das sind viele, viele Schritte, verbunden mit einem hohen Zeitaufwand. Und heute? Idealiter ruft der Kunde uns per Handy von der Unfallstelle aus an, bekommt noch am Unfallort einen Ersatzwagen gestellt und wenige Tage später erfolgt bei ihm zu Hause der Schlüsseltausch mit Anlieferung seines reparierten Fahrzeugs. Nebenkosten, z. B. Kostenpauschale, werden unaufgefordert ausgeglichen, sofern ein Anspruch besteht.

Ein Mehr an Service geht üblicherweise mit einem Mehr an Kosten einher. Nicht bei Ihnen?

Geck: Für uns als Versicherer rechnet sich dieses System, weil das Gros der Schadenfälle unterm Strich einfacher zu regulieren ist. Wir haben eine schlanke, elektronisch unterstützte Abwicklung der Schadenfälle, und in der Regel läuft das „wie geschnitten Brot", um es salopp zu formulieren. Unterm Strich führt das zu einer deutlichen Ersparnis in der Schadensachbearbeitung.

Rechnet sich die Kooperation mit Ihnen aber auch für die Werkstätten? Die Verrechnungssätze mit Ihnen werden schließlich deutlich niedriger sein. Gab es da nicht große Vorbehalte?

Geck: Die Werkstätten waren mit Blick auf die Volumina, die wir ihnen in Aussicht stellen konnten, zunächst begeistert. Diese Begeisterung war dann nicht mehr ganz so groß, als wir darauf hinwiesen, dass wir als Großkunde entsprechende Rabatte erwarten. Für die angesprochenen Werkstätten war jedoch schnell klar, dass die Vorteile für sie überwiegen. Wir sichern den Werkstätten schließlich eine hohe Auslastung, Profitabilität und Liquidität. Gerade den freien Werkstätten bietet die Partnerschaft mit uns erhebliche Vorteile.

Und der Kunde? Hat er nicht Vorbehalte, dass die ihm zugewiesene Werkstatt zweitklassig sein könnte?

Geck: Da mag es zu Beginn dieses Projektes Bedenken und Zögerlichkeiten gegeben haben. Doch die sind längst ausgeräumt. Die Werkstätten, mit denen wir zusammenarbeiten, sind schließlich alle nach strengen Qualitätsstandards zertifiziert.

Wer definiert diese Qualitätsstandards und wie wird ihre Einhaltung sichergestellt?

Geck: Die Qualitätsstandards haben wir zum Teil selbst entwickelt, darüber hinaus aber auch geschaut, welche Standards am Markt etabliert sind. Zum Beispiel gibt es Herstellervorgaben für das eigene Karosserie- und Lackiergeschäft. Wir prüfen aber auch, ob die relevanten Spezialwerkzeuge für Karosseriearbeiten im Betrieb vorhanden sind – und ob die Mitarbeiter auch die nötigen Qualifikationen für diese Werkzeuge haben.

Die Qualitätsstandards beziehen sich also vor allem auf die Führung der Werkstatt?

Geck: Es gibt eine Dreiteilung bei den Standards: einen für die Abwicklungsprozesse, in dem genau definiert ist, wie die Schadenregulierung abzulaufen hat. Dies reduziert den Verwaltungsaufwand. Ein weiterer Standard regelt Aspekte wie den Umgang mit unseren Kunden – dass die Reparatur besprochen wird und Ähnliches. Und dann gibt es die Standards, die die Qualität der Reparatur betreffen und die regeln, nach welchen Methoden der Schaden behoben wird.

Führen Sie zur Überprüfung der Standards auch verdeckte Kontrollen durch?

Geck: Wir kontrollieren auf dreifache Weise. Im Rahmen der Zertifizierung wird das Erscheinungsbild und die technische Ausstattung der Werkstatt kontrolliert. Darüber hinaus erfolgt eine Vorselektion durch den Schadenaußenstellenleiter, der die Werkstatt auch vor Ort persönlich besichtigt hat. Außerdem prüfen wir: Wie wird angenommen? Wurden Termine eingehalten? Wurde der Schaden mit dem Kunden besprochen? Dies alles fragen wir im Rahmen der Kundenzufriedenheitsanalyse ab. Und natürlich prüfen wir auch die Reparaturqualität: Wir beauftragen regelmäßig Sachverständige, die sich die durchgeführten Reparaturen genau anschauen.

Nach unserer Einschätzung ist dies die aufwändigste Qualitätssicherung im Unfallreparaturmarkt. Denn unser Ziel ist es, die beste Qualität für den Kunden zu erreichen.

Wie dicht ist das Netz geknüpft? Wie weit muss ein Kunde anfahren, wenn er einem Ihrer Partnerbetriebe zugewiesen wird?

Geck: Wir sind ein Ballungsraumversicherer und haben in den dicht besiedelten Regionen wie Rhein-Main oder Rhein-Ruhr ein sehr umfassendes Netz an Partner-Werkstätten. In ländlichen Regionen sind wir nicht ganz so engmaschig vertreten. Dennoch können wir sicherstellen, dass unsere Kunden flächendeckend in unseren Partner-Werkstätten versorgt werden. Wenn dann in Einzelfällen die Werkstatt weiter als fünfzehn Kilometer entfernt liegt, bieten wir einen Hol- und Bringservice. Bei Entfernungen unter fünfzehn Kilometern muss der Kunde in der werkstattgebundenen Versicherungsvariante das Fahrzeug selbst zur Werkstatt bringen – Fahrbereitschaft natürlich vorausgesetzt.

Die Zuweisung zur Werkstatt erfolgt also vor allem unter regionalen Aspekten?

Geck: Sowohl unter regionalen Gesichtspunkten als auch danach, welche Werkstatt am besten geeignet ist, den Schaden zu beheben. Das Ziel ist, eine hohe Qualität natürlich möglichst kostengünstig zu erzielen. Und eine sehr gute Qualität kann eine geeignete markenungebundene Werkstatt, die auf Unfallinstandsetzungsarbeiten spezialisiert ist, durchaus bieten.

Ihr Partner-Netzwerk umfasst rund 60 Prozent herstellergebundene Betriebe und etwa 40 Prozent freie Werkstätten. Wie verteilt sich die Schadenregulierung auf diese beiden Gruppen?

Geck: Wir lassen heute ungefähr 60 Prozent der Reparaturen in herstellerungebundenen Werkstätten ausführen. Bei der Auswahl der Werkstatt spielt übrigens keine Rolle, an welcher Marke oder an welchem Modell der Schaden vorliegt. Am Anfang dieses Projektes war es gelegentlich schwierig, den Halter eines Premiumfahrzeugs davon zu überzeugen, den Schaden in einer freien Werkstatt reparieren zu lassen. Doch diese Skepsis ist mittlerweile deutlich geschwunden. Schadensteuerung hat sich etabliert.

Über eine Einkaufsplattform unterstützen Sie inzwischen Ihre Partnerbetriebe beim Bezug von Originalersatzteilen. Was waren Ihre Beweggründe dafür?

Geck: Diese Einkaufsplattform spricht vor allem die markenungebundenen Betriebe an. Wir haben festgelegt, dass Reparaturen grundsätzlich mit Originalersatzteilen auszuführen sind. Das ist Teil unserer Standards in den Werkstätten. Dafür gab es früher kein klares, einheitliches Beschaffungssystem. Es fehlte auch an Preistransparenz. Vor diesem Hintergrund haben wir beschlossen, den Werkstätten Beschaffungsmöglichkeiten für Originalersatzteile anzubieten. Dies ist Teil unserer Systemgeberleistungen für unsere Partnerbetriebe. Mit der neuen Teileplattform stellen wir sicher, dass die Werkstatt einen einheitlichen Bestell-, Abwicklungs- und Fakturierungsprozess hat, der B-2-B mit dem Teilelieferanten abgewickelt wird.

Welche Vorteile sind mit dieser Einkaufsplattform verbunden?

Geck: Ähnlich wie bei den Reparaturen bündeln wir Volumen. Die Partner-Werkstätten bestellen bei vier großen Lieferanten. Auf diese Weise wurden attraktive Preise möglich. Das Preisniveau für Originalersatzteile ist insgesamt deutlich gesunken, und die Bezugsmöglichkeiten für die freien Werkstätten haben sich wesentlich verbessert.

Im Rahmen Ihrer Qualitätsoffensive fördern Sie Aus- und Weiterbildung in ausgewählten Partnerbetrieben. Wie sieht diese Förderung konkret aus und was versprechen Sie sich davon?

Geck: Als wir das „Kasko Select"-Modell, also die werkstattgebundene Schadenregulierung, eingeführt haben, hat

das einige Unruhe auf dem Werkstattmarkt ausgelöst, weil wir Preise ein Stück weit standardisiert und ein „neues Denken" in die Werkstätten hineingebracht haben. Wir haben aber auch gesehen, dass die Werkstätten einen Investitionswettlauf in Richtung Know-how hatten. Aus- und Weiterbildung ist für eine gute Reparaturqualität ganz entscheidend. Gerade im Mehrmarkenbetrieb muss umfassend in Schulung investiert werden. Als Zeichen, dass uns Qualität wichtig ist, und zur Unterstützung der Werkstätten haben wir in Abhängigkeit der gesteuerten Volumina und der Kundenzufriedenheit einen gewissen Betrag unangemeldet an die herstellerungebundenen Werkstätten ausgezahlt. Das war insgesamt eine deutlich sechsstellige Summe, die wir, aufgeteilt auf die freien Werkstätten, eingebracht haben.

Ihr Engagement in allen Ehren, aber zahlt sich das in Versicherungspolicen aus? Wie viele Ihrer Kunden nutzen die Werkstattbindung?

Geck: Im Neugeschäft verzeichnen wir enorm hohe Zuwachsraten. Inzwischen schließt jeder zweite Neukunde einen Vertrag mit Werkstattbindung ab. Wir haben mittlerweile 1,5 Millionen Kaskoverträge mit Werkstattbindung bei 6,5 Millionen Kaskoverträgen insgesamt.

Und wie zufrieden sind Ihre Kunden mit der Reparaturleistung und dem Service im Rahmen der Schadensteuerung?

Geck: In jedem reparaturgesteuerten Fall fragen wir unseren Kunden, wie zufrieden er mit der Abwicklung des Schadenfalles, mit der Ausführung der Reparatur und mit dem Service gewesen ist, und lassen nach Schulnoten bewerten. Wir verschicken dazu einen strukturierten Fragebogen. Wir haben eine hohe Rücklaufquote mit durchgängig sehr hoher Kundenzufriedenheit. So haben wir im letzten Jahr ca. 22 000 Fragebögen zurückbekommen. Die Gesamtzufriedenheit mit der Schadenabwicklung betrug 1,3. Bemerkenswert ist, dass die Zufriedenheit der Kunden mit den freien, herstellerungebundenen Werkstätten höher als bei den herstellergebundenen Werkstätten ist. Auch bei der Reparaturqualität. Hier haben wir bei ungebundenen Werkstätten einen Wert von 1,33. Ähnlich hoch ist der Wert bei der Frage, ob der Kunde die Werkstatt, in der sein Schaden behoben wurde, weiterempfehlen würde. Das sind insgesamt Werte, die sich sehen lassen können.

Wohin kann die Reise noch gehen? Besteht Bedarf, das Netz weiter auszubauen, oder sind Sie mit der Struktur, wie sie jetzt besteht, zufrieden?

Geck: Unser aktuelles Volumen können wir mit den Partner-Werkstätten, die wir im Netz haben, abdecken. Man muss aber darauf achten, dass nicht zu viel Volumen in die Werkstätten hineingesteuert wird, denn schon im Interesse der Qualität wollen wir zwar eine hohe Aus-, aber keine Überlastung unserer Betriebe. Deshalb haben wir gewisse Maximalwerte vereinbart, die von Werkstatt zu Werkstatt unterschiedlich ausfallen können. Außerdem müssen wir die Kooperationen mit den anderen Versicherern im Auge behalten, für die wir dieses Netzwerk geöffnet haben. Wenn von dieser Seite verstärkt Volumen kommt, besteht sicherlich Bedarf, das Werkstattnetz weiter auszubauen.

Wie wird sich der Markt für Kfz-Versicherungen mit Werkstattbindung Ihrer Einschätzung nach entwickeln?

Geck: Wir gehen davon aus, dass sich die werkstattgebundenen Versicherungsprodukte weiter etablieren werden. Es würde mich nicht überraschen, wenn dieses Modell in der Zukunft zum Standard wird.

Vier Fragen an ...

... Jörg-Peter Keuenhof, Leiter der Schadensabteilung Zentral der HUK-COBURG Versicherungsgruppe.

Herr Keuenhof, die Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen warnte mal vor Kfz-Versicherungen mit Werkstattbindung. Der Autofahrer riskiere danach seine Herstellergarantie, wenn er einen Schaden nicht in einer vom Hersteller anerkannten Werkstatt reparieren lässt. Bringt die HUK-COBURG mit ihrem Angebot der Werkstattbindung ihre Kunden in Schwierigkeiten?

Jörg-Peter Keuenhof: Der Hinweis ist schlicht falsch. In keinen uns bekannten Garantiebedingungen der Automobilhersteller ist geregelt, dass der Kunde zum Erhalt der Garantie eine vom Hersteller anerkannte Werkstatt aufsuchen muss. Schädlich im Sinne der Garantie kann allenfalls eine fehlerhafte Reparatur sein. Der Hersteller kann deshalb verlangen, dass exakt nach Herstellerangaben fachgerecht und mit Originalteilen repariert werden muss. Nach genau diesen Vorgaben wird in allen Partnerbetrieben der HUK-COBURG repariert.

Die Partnerbetriebe stehen für Qualität und erfüllen die Ansprüche der Automobilhersteller?

Keuenhof: Ja, unbedingt. Um eine hohe Reparaturqualität sicherzustellen, unterziehen sich unsere rund 1 200 HUK-COBURG-Partnerbetriebe laufend einer Qualitätssicherung durch die DEKRA. Im Übrigen besteht das Werkstattnetz der HUK-COBURG zu 60 Prozent aus Markenbetrieben. Wir geben unseren Kunden als Sicherheit eine Fünf-Jahres-Garantie auf die Reparatur, achten darauf, dass unsere Partner-Werkstätten nur Originalteile einbauen, und treten notfalls in die Hersteller-Garantie ein.

Nicht nur die Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen warnt. Nach einem Urteil des Bundesgerichtshofes dürfen Hersteller Garantieleistungen von der Wartung in eigenen Werkstätten abhängig machen. Andernfalls bleiben Autofahrer auf ihren Schäden sitzen. Dabei ging es um eine Durchrostungsgarantie über 30 Jahre. Der Kunde konnte den Anspruch vor Gericht nicht durchsetzen, weil er den Wagen nicht vertragsgemäß zur Wartung in den Vertragswerkstätten des Herstellers abgegeben hatte.

Keuenhof: Um es klarzustellen: Es geht hier um eine freiwillige Garantie des Automobilherstellers. Das Urteil des Bundesgerichtshofes betrifft die freiwillige Durchrostungs-Garantie. Es geht nicht um die zweijährige gesetzliche Sachmangelhaftung. Es geht auch nicht um die Neuwagen-Garantie, die meist zwei oder drei Jahre umfasst. Das Urteil betrifft ebenfalls nicht Unfallschäden. An der bisherigen Rechtsauffassung hat sich nichts geändert. Bei einem Unfallschaden darf die Reparatur auch in einer freien Fachwerkstatt stattfinden.

Dieses Urteil ist unter anderem von Automobilklubs kritisiert worden, weil es die Autofahrer verwirre.

Keuenhof: Wir haben dazu einen juristischen Experten befragt. Der erklärte, dass es nach Auffassung der Europäischen Kommission unzulässig sei, den Wettbewerb im Teile- beziehungsweise Servicemarkt zu beschränken. Die EU-Kommission will, dass die Hersteller-Garantie bei fachgerechter Reparatur in vollem Umfang erhalten bleibt. Das ist eindeutig. Dies ist bisher allerdings nur eine Leitlinie und noch keine Verordnung.

GUTE NACHBARN

»Wir sind vor Ort ansprechbar.«

Mit Marlies Terwolbeck, Leiterin der HUK-COBURG-Schadenaußenstelle Münster, spricht der Publizist Rainer Brenker.

Frau Terwolbeck, Sie leiten die Schadenaußenstelle der HUK-COBURG hier in Münster. Für welches Gebiet sind Sie zuständig?

Marlies Terwolbeck: Das Regulierungsgebiet besteht aus den Zulassungsbezirken Münster, Warendorf, Coesfeld, Borken und Steinfurt, dazu Nordhorn, das Emsland von Meppen bis Papenburg und Osnabrück. Das ist ein relativ großes und auch sehr ländliches Gebiet.

Wie viele Partnerbetriebe gehören zum Gebiet?

Terwolbeck: Ich habe 20 Partnerbetriebe, davon sind sieben Freie und 13 Herstellerbetriebe plus deren Filialen. Wir möchten eigentlich ein ausgewogenes Verhältnis haben, bei dem sich Freie und Markengebundene die Waage halten. Das lässt sich in ländlichen Gebieten nicht immer einhalten, es gibt dort mehr Markenwerkstätten.

Wie treffen Sie die Auswahl der Betriebe und wie gehen Sie dabei vor?

Terwolbeck: Unsere Maßstäbe für eine Aufnahme ins Werkstattnetz sind hoch. Wir brauchen leistungsfähige Betriebe und gegebenenfalls ausbaufähige Betriebe, die mit uns gemeinsam diesen Weg gehen wollen und bei stärkerer Zusteuerung ihre Kapazitäten ausbauen. Die Werkstätten müssen hohe Qualität liefern, service- und kundenorientiert arbeiten. Weitere Kriterien sind Größe und Mitarbeiterzahl, das äußere Erscheinungsbild ist sehr wichtig. Zudem ist die Ausstattung von Bedeutung: Sind etwa wichtige Werkzeuge vorhanden? Und natürlich soll die Werkstatt für den Kunden möglichst gut erreichbar sein. Zum Teil bewerben sich die Betriebe, wir verfügen selbst auch über langjährige Erfahrungen mit Werkstätten und es kommt auch vor, dass Mitarbeiter der HUK-COBURG oder deren Kundendienstbüros Vorschläge machen.

Wie gewährleisten Sie, dass die geforderte Werkstättenqualität dauerhaft erhalten bleibt?

Terwolbeck: Wir sehen stichprobenartig Qualitätsüberprüfungen vor. Es kann vorkommen, dass vor, nach oder während der Reparatur ein Sachverständiger rausfährt. Zudem zertifiziert die DEKRA die Betriebe alle zwei Jahre. Unsere eigenen Sachverständigen prüfen auch zusammen mit unseren Kunden, ob die Qualität bezüglich Reparatur und Service eingehalten worden ist: Ist der Termin vonseiten der Werkstatt zeitig abgesprochen worden? Wie war die Fahrzeugannahme? Ist der Schaden besprochen worden? Ist das Fahrzeug innen und außen sauber zurückgegeben worden? Und, und, und. Wir haben hier hohe Anforderungen.

Wann begannen die Kooperationen mit den Betrieben in den einzelnen Regionen? Wie sah die Zusammenarbeit ursprünglich aus und wie hat sie sich entwickelt?

Terwolbeck: Die HUK-COBURG hat Mitte der 1990er Jahre damit begonnen, Kunden mit ihren Schäden zur Kalkulation in ausgesuchte Werkstätten zu steuern. Damit haben wir zunächst Kosten für Sachverständige reduzieren können. Nach einer zweijährigen Testphase in drei Modellregionen hat das Unternehmen 2002 Schadenservice Plus als Produkt eingeführt. Die Ziele waren und sind höhere Kundenzufriedenheit, eine schnellere und preiswertere Regulierung ohne Qualitätsverluste für die Kunden. Schadenservice Plus ist eine Option im Haftpflicht- und Kasko-Schadenfall mit besonderen Serviceleistungen, wenn sie ihr Fahrzeug einer der bundesweit 1 200 Partnerwerkstätten anvertrauen. Im April 2006 kam als Alternative die Kasko Select Versicherung dazu. Das ist ein Tarif mit Werkstattbindung. Die HUK-COBURG wählt die Werkstatt aus und übernimmt die Schadenabwicklung. Im Gegenzug erhält der Kunde 20 Prozent Prämienrabatt. Dieses Produkt wird inzwischen von jedem zweiten Neukunden gewählt.

Die Entwicklung solcher Produkte erfolgt ja eher theoretisch. Wie haben Sie das Partnernetzwerk, so wie es jetzt besteht, mit Leben gefüllt?

Terwolbeck: Die Schadenaußenstelle ist der direkte Draht zum Kunden. Wir sind der erste Ansprechpartner und stehen als Problemlöser zur Verfügung. Wir identifizieren uns sehr stark mit dem Schadenmanagement und haben entsprechend gut qualifizierte Mitarbeiter. Und durch den örtlichen Kontakt zu den Werkstätten und der Werkstätten mit uns ist eine vertrauensvolle Zusammenarbeit entstanden. Wir haben gesteuert, die Werkstätten haben den Kundenzugang registriert, die Kunden haben das Schadenmanagement angenommen. Auf diesem Weg ist Vertrauen und Verlässlichkeit gewachsen.

Tauschen Sie sich regelmäßig mit den Partnerbetrieben aus?

Terwolbeck: Ich treffe mich regelmäßig, mindestens einmal im Jahr, mit dem

jeweiligen Inhaber und auch mit dem Serviceleiter. Dabei lassen wir das Jahr Revue passieren: Wie viele Fälle und wie viel Umsatz haben wir vermittelt? Ganz wichtig ist, dass wir eine Aussage über die Kundenzufriedenheit mit dem einzelnen Betrieb machen können. Nach jedem gesteuerten Schadenfall erhält der Kunde einen Zufriedenheitsfragebogen, die Rücklaufquote ist mit 30 Prozent hoch. Dabei zeigen sich 95 Prozent sehr zufrieden. Beschwerden, die sich auf die Reparatur- oder Serviceleistung beziehen, werden unmittelbar mit den Betrieben besprochen, und ihnen wird abgeholfen. Wiederholen sich Beanstandungen in einer Werkstatt, werden auch Maßnahmen zur Abstellung des Problems besprochen.

Ich bekomme jede Kundenbeschwerde auf den Tisch und auch die Werkstätten melden sich, wenn sie wissen, dass ein Kunde eine Beanstandung hat. Da ist immer ein unmittelbarer Draht, der mir sehr wichtig ist.

Wie funktioniert die Steuerung eines Reparaturfalles?

Terwolbeck: Klassischerweise meldet sich der Kunde vor Ort, es sei denn, der Schaden ereignet sich nach 18.00 Uhr oder an den Wochenenden und Feiertagen. Dann bearbeitet die HUK-COBURG-Assistance die Schadenaufnahme. In den meisten Fällen organisiert der örtliche Schadensachbearbeiter die komplette Abwicklung. Er verständigt z. B. in einem Schadenservice-Plus-Fall die nächstgelegene Partnerwerkstatt, die holt das Fahrzeug beim Kunden ab und stellt einen Mietwagen zur Verfügung. Der Schaden wird im Betrieb kalkuliert, elektronisch an den Sachbearbeiter übermittelt, der anhand von Fotos und Kostenaufstellung die Höhe und Plausibilität des Schadens prüft. Nach der Reparatur erhält der Kunde sein Fahrzeug von innen und außen gereinigt zurück. Ich als Schadenaußenstellenleiterin bin an dem Prozess erst beteiligt, wenn der Kunde mit der Schadenabwicklung nicht zufrieden ist oder der Partnerbetrieb im besonderen Fall Rücksprache nehmen möchte.

Stichwort Herstellervorgaben: Reparaturen werden immer komplexer. Ist eigentlich sichergestellt, dass nach Herstellervorgaben gearbeitet wird?

Terwolbeck: Es ist richtig, dass Karosseriereparaturen immer anspruchsvoller werden. Deswegen achten wir auf die Einhaltung unseres umfangreichen Standardkatalogs. Der enthält die Verpflichtung, nach anerkannten Herstellerrichtlinien vorzugehen und die Mitarbeiter entsprechend zu qualifizieren. Zudem müssen die Betriebe über die nötigen Werkzeuge verfügen. In Ausnahmefällen erlaubt der Katalog Kooperationen mit anderen Betrieben, etwa bei der Reparatur von Karosserie-Strukturen aus Aluminium oder beim Auslesen von Fehlermeldungen der On-Board-Diagnose-Systeme. Wir stellen übrigens keine Qualitätsunterschiede zwischen Markenbetrieben und freien Werkstätten fest.

Fallen schlechte Werkstattleistungen auf die HUK-COBURG zurück?

Terwolbeck: Der Versicherungsnehmer und der Anspruchsteller differenzieren schon zwischen der Leistung der Werkstatt und unseren Produkten an sich. Im Ergebnis ist es unser gemeinsames Interesse, berechtigte Beanstandungen des Betroffenen reibungslos zu beheben. Wir bieten mit der Partnerwerkstatt eine fünfjährige Garantie auf die durchgeführte Reparatur. Wenn etwas nicht in

Ordnung ist, zeigt sich das relativ schnell. Selbst wenn sich etwas erst nach zwei Jahren als Schlechtleistung offenbart, treten wir dafür ein. Die meisten Kunden sind, wie gesagt, zufrieden und schätzen den zusätzlichen Service.

Die HUK-COBURG hat im Herbst 2008 ihre Partnerschaft im Bereich des Werkstattnetzes mit mehreren Versicherungsunternehmen erweitert. Wie läuft hier die Kooperation ab? Wer steuert die Reparaturaufträge der anderen Versicherer in das Netz?

Terwolbeck: Die Kooperationspartner nutzen lediglich unser Partnerwerkstättennetz. Sie steuern die Reparaturaufträge in Eigenregie. Wir bemerken, dass das Netzwerk intensiver genutzt wird, nachdem die Partner ihre ersten Erfahrungen gemacht haben.

Nach erfolgter Reparatur, wie zufrieden sind die Kunden? Gibt es typische Beschwerden?

Terwolbeck: Wir haben eine hohe Kundenzufriedenheit. Wir sind wie gute Nachbarn vor Ort ansprechbar. Typische Beschwerden kann ich nicht feststellen. Vielleicht hat eine Lackierung mal Staubeinschlüsse oder Klarlackläufer oder weist Farbunterschiede auf, eine Tür schließt nicht mehr wie zuvor bzw. das Spaltmaß passt nicht. Ein weiterer wichtiger Anhaltspunkt sind natürlich die Zufriedenheitsfragebögen, die uns im Schadenmanagement die Chance geben, von uns aus tätig zu werden, wenn Kunden Unzufriedenheit äußern.

Wie verhalten Sie sich in solchen Fällen gegenüber dem betroffenen Partnerbetrieb?

Terwolbeck: Beanstandungen werden mit dem Partnerbetrieb besprochen und nachgebessert.

Aus Sicht des Kunden: Warum soll er sich für das Schadenmanagement der HUK-COBURG entscheiden? Zahlt sich das Schadenmanagement nicht in erster Linie für den Versicherer und die beteiligten Partnerbetriebe aus?

Terwolbeck: Wir haben eine Win-Win-Win-Situation geschaffen – es profitiert nicht nur die Partnerwerkstatt und die HUK-COBURG, sondern auch der Autofahrer. Das Schadenmanagement bietet unserem Kunden einen Rundum-Service, zudem wirkt sich gute Reparaturqualität zu günstigen Konditionen auf die Prämie aus. Aber nicht nur unser Kunde profitiert vom Schadenmanagement. Auch einem Anspruchsteller, der durch einen HUK-COBURG-Kunden geschädigt wurde, bieten wir unseren Schadenservice an – und klären ihn auch umfassend über seine Ansprüche auf. So bekommt er die Kostenpauschale und die Wertminderung von uns angeboten und muss sie nicht wie üblich einfordern. Und egal ob es ein Versicherungsnehmer oder ein Anspruchsteller ist, gibt es weitere Serviceleistungen, etwa die Garantieleistung auf die Reparatur.

Hat die HUK-COBURG damit einen Standard gesetzt?

Terwolbeck: Wir sehen, dass Gesellschaften das Schadenmanagement nachahmen, nicht immer mit dem gleichen Erfolg. Andere Gesellschaften gehen andere Wege, um Kfz-Schäden abzuwickeln. Inzwischen managt selbst der ADAC den Schaden, der die HUK-COBURG lange kritisch beurteilt hat.

WIN-WIN-SITUATION

»Es den Menschen bequemer machen.«

Mit Volker Hundertmark, Inhaber der Hundertmark Unfallservice GmbH & Co. KG in Darmstadt, spricht die Publizistin Martina Sturm.

Herr Hundertmark, Ihr Unternehmen wurde schon 1957 als Familienbetrieb gegründet. Seit wann arbeiten Sie mit der HUK-COBURG zusammen und wie hat das begonnen?

Volker Hundertmark: Am 22. August 1996 hat uns der Schadenaußenstellenleiter aus Mannheim gefragt, ob wir Schadensschätzungen für die HUK-COBURG machen können. Damals gab's 50 D-Mark für einen Kostenvoranschlag mit Bildern. Als die HUK-COBURG dann mit den Schadenservice-Plus-Schäden anfing, wurden wir auch gefragt: „Könnt ihr das machen? Wollt ihr mitmachen?" Die Anforderungen, die damals an die Betriebe gestellt wurden, waren nicht ohne! Der Kunde bekam einen Hol-Bring-Service oder einen Leihwagen, sein Fahrzeug wurde ausgesaugt und gewaschen, im Kundendienstraum musste für ihn Kaffee bereitstehen. Und natürlich musste man einen hervorragenden, qualitativ hochwertigen Werkstattservice haben.

Was waren damals Ihre Beweggründe, sich diesem Netz anzuschließen?

Hundertmark: Mir war klar, das wird die Zukunft sein: Der Kunde hat nur einen Ansprechpartner, geht zu seiner Werkstatt und die wickelt alles direkt mit der Versicherung ab. Damit ist das Risiko für beide Seiten relativ gering, denn es steht von vornherein fest, wer die „Suppe" – also die Rechnung – bezahlt.

Wenn Sie heute das Umsatz- und Auftragsvolumen in Ihrem Betrieb anschauen: Welchen Anteil hat das aus der Kooperation resultierende Geschäft?

Hundertmark: Wir haben 1995, als wir mit der HUK-COBURG-Kooperation begonnen haben, ein Umsatzvolumen von 2 Millionen D-Mark – also 1 Million Euro gehabt. Für die HUK-COBURG haben wir damals für 200 000 Euro im Jahr repariert – das entspricht 20 Prozent. Heute reparieren wir vom Umsatz her immer noch genau 20 Prozent für die HUK-COBURG. Das Leistungsvolumen liegt allerdings inzwischen bei 25 bis 30 Prozent, denn wir haben nun andere Stundensätze vereinbart.

Lassen Sie uns die Partnerschaft etwas genauer unter die Lupe nehmen: Wie sehen die Konditionen der Zusammenarbeit aus?

Hundertmark: Also der Stundensatz war schon eine dicke Kröte, die wir schlucken mussten. Sehen Sie, Darmstadt ist eine Beamtenstadt. Hier sind relativ viele Leute bei der HUK-COBURG versichert. Ich habe vorhin meinen Vater gefragt, warum die HUK-COBURG schon damals unsere „Lieblingsversicherung" war. Darauf sagte er: „Mit den Leuten in Mannheim und Coburg ist man immer prima zurechtgekommen." Und das ist heute noch so.

Ein weiteres Stichwort zu den Kooperationsdetails ist die „Umsatzvereinbarung": Was verbirgt sich dahinter?

Hundertmark: Wir haben einen Vertrag mit der HUK-COBURG, der uns ein Umsatzvolumen von 600 000 Euro pro Jahr garantiert. Wird das nicht eingehalten, zeigt sich die HUK-COBURG erkenntlich. Das war zum Beispiel letztes Jahr so. Das heißt nicht, dass dann der Schadenaußenstellenleiter mit einem Scheck über den verfehlten Betrag vorbeikommt. Aber man hat sich erkenntlich gezeigt. Die HUK-COBURG ist eben ein verlässlicher Partner.

Das heißt, als Unternehmer stehen Sie auf deutlich sichereren Beinen. Schließlich kann niemand vorhersagen, wie viele Unfälle, Hagelschauer und sonstige Ereignisse es geben wird, die Ihrer Werkstatt übers Jahr Aufträge bringen.

Hundertmark: Das ist mit Sicherheit so. Meine Banker haben sich gefreut, als ich ihnen meine Umsatzgarantie der HUK-COBURG vorgelegt habe. Das ist 'ne tolle Sache!

Eine weitere Besonderheit der Kooperation ist die Einkaufsplattform. Worum geht es dabei?

Hundertmark: Die HUK-COBURG bietet an, dass wir Teile über ihre Einkaufsplattform beziehen können. Das mag für Kollegen auf dem flachen Land interessant sein. Aber für uns ist es überflüssig. Wir haben gute Kontakte. Mit über drei Millionen Euro Umsatz im Jahr sind wir ein starker mittelständischer Betrieb. Etwa ein Drittel des Umsatzes – also eine Million Euro – machen wir nur mit Ersatzteilen. Da können Sie sich vorstellen: Jeder Lieferant leckt sich die Finger danach, bei uns Teile zu verkaufen. Und: Wir bekommen gute Konditionen und beste Servicebedingungen. Auf der Einkaufsplattform sind wir einer von vielen HUK-COBURG-Kunden. Ich habe Zweifel, dass da der Service immer genauso gut ist. Wir reparieren und liefern pro Tag zwischen 10 und 15 Autos aus. Da muss ich zum Beispiel die Garantie haben, dass auf einem bestellten Ersatzteil

die richtige Auftragsnummer steht. Das schafft nicht jeder Lieferant. Und versprochene Rabatte werden nicht immer eingehalten.

Damit üben Sie ja echte Kritik an Ihrem Partner.

Hundertmark: Wissen Sie, unser Karosseriebauerverband hat schon vor 10 Jahren begonnen, Ersatzteile im großen Stil mit relativ großen Rabatten zu verkaufen. Später sind andere dazugekommen. Gut – jetzt die HUK-COBURG auch noch. Unser Einkaufsnetzwerk hat sich dadurch etwas verändert, denn einen Teil der Ersatzteile beziehen wir eben von der Einkaufsplattform. Aber das war jetzt für einen Betrieb wie den unseren keine Verbesserung. Das muss man in aller Deutlichkeit sagen.

Eigentlich sollten Sie in so einem großen Verbund wie der HUK-COBURG-Einkaufsplattform die Kfz-Teile günstiger bekommen – aber Sie sagen, das ist nicht so?

Hundertmark: Wir haben es mit mehreren Herstellern ausprobiert. Aber die HUK-COBURG trifft mit ihrer Einkaufsplattform auf einen Ersatzteilemarkt, der sich vehement bewegt und bereinigt. Ich gehe davon aus, dass die HUK-COBURG aufgrund ihrer Marktgröße zu den Anbietern zählen wird, die am Markt bestehen werden. Aber wie gesagt: Wir haben auch vorher tadellose Einkaufskonditionen gehabt und prüfen das natürlich auch weiterhin in regelmäßigen Abständen.

Und die Produktqualität ist auch identisch – Sie verwenden Originalersatzteile?

Hundertmark: Ja, denn es geht der HUK-COBURG um die Originalersatzteile! Das ist auch für uns wichtig. Nehmen wir mal an, ein Mercedes-Fahrer hat sein Fahrzeug bei uns in der Versicherungswerkstatt reparieren lassen. Anschließend fährt er in seine Stammwerkstatt und lässt prüfen, ob wir alles ordentlich gemacht haben. Und dann sagt ihm der Mercedes-Mitarbeiter: „Da ist kein Original-, sondern ein Behr-Kühler drin. Jetzt können wir keine Garantie mehr für Ihr Auto übernehmen." Da rutscht dem Kunden doch das Herz in die Hose!

Bei Kooperationen spricht man gern von einer Win-Win-Situation. Wie beurteilen Sie Ihre Position durch die Kooperation mit der HUK-COBURG hier am Markt in Darmstadt?

Hundertmark: Wir sind Karosseriebauer und Lackierer, sind Bosch-Service-Partner und haben eine eigene Autovermietung. Damit bieten wir relativ viel an für die Mobilität, und man kann wirklich sagen: Wir sind mit großem Abstand hier in Darmstadt Marktführer.

Die Kooperation mit der HUK-COBURG ist dabei eine wichtige Sache. Sie hilft uns, dass das auch weiter so bleibt. Denn wenn sie uns einen Kunden schickt, können wir ihm zeigen, wie leistungsfähig wir sind. Haben wir sein Auto ein Mal ordentlich repariert, kommt er das nächste Mal auch mit einem Haftpflichtschaden zu uns, wenn ein anderer Versicherer bezahlen muss. Das passiert ganz oft.

Das heißt, Sie generieren aus der Kooperation neues Geschäft?

Hundertmark: Ja, absolut. Wir haben dann die Möglichkeit, dem Kunden zu zeigen: Wir machen auch den Ölwechsel oder die Inspektion. Hat der Kunde einmal gesehen, wie gut wir am Auto sind, unterscheidet er nicht mehr: Die sind gut beim Ölwechsel oder gut beim Lackieren.

Wir haben die Umsatzvereinbarung mit der HUK-COBURG angesprochen, die Sie bei den Banken besser dastehen lässt, die Vorteile der Einkaufsplattform, die Sie zugegeben nicht ganz so sehen, und die Neukundenkontakte – das alles sind Vorteile aus der HUK-COBURG-Partnerschaft. Sehen Sie weitere?

Hundertmark: Ja. Die HUK-COBURG ist mit Sicherheit der Schadenmanager, der am professionellsten und am konsequentesten das Schadenmanagement betreibt. Von ihrer Professionalität können sich viele ein Scheibchen abschneiden. Die Tatsache, dass sich andere Versicherer dem HUK-COBURG-Schadenmanagement angeschlossen haben, zeigt das deutlich. Es ist mit Sicherheit nicht nur der Stundensatz bei der HUK-COBURG, sondern auch die Art, wie man mit Kunden und Partnern umgeht. Diese Professionalität überträgt sich auch auf die Kooperationspartner.

Als Unternehmer agieren Sie ökonomisch, müssen etwa für magere Zeiten vorsorgen und Rücklagen bilden. Gelingt Ihnen das trotz regulierender Bedingungen wie dem vereinbarten Stundensatz?

Hundertmark: Ja, das muss uns einfach gelingen. Wissen Sie, in der Größe, in der wir arbeiten, können wir die Erbsen nicht mehr zählen, sondern müssen sie sackweise wiegen und dann schauen, ob es gut oder schlecht ist. Und ich kann sagen: Für uns ist es gut, mit der HUK-COBURG zusammenzuarbeiten.

Neben der Professionalität zählt dabei auch die Geschwindigkeit. Uns interessiert nicht nur die Frage, wie viel wir für eine Reparatur bekommen, sondern vor allem auch, wie schnell die Abwicklung erfolgt. Gleich oder erst nach fünf Mahnungen? Wir haben mit der HUK-COBURG ausgemacht, wie ein Kostenvoranschlag und die dazugehörigen Bilder auszusehen haben. Beachte alle vereinbarten Vorgaben, dann funktioniert das System!

Sie haben mich gefragt, wie man mit einem relativ geringen Stundensatz Geld verdient: ganz einfach – mit effizienter Ablauforganisation, sodass die Aufträge richtig „durchflutschen". Zehn, fünfzehn Stück, jeden Tag. Routiniert und reibungslos.

Kommen wir zu den Mitarbeitern, die ja das eigentliche Kapital eines Unternehmens sind: Wird für die der Druck größer? Oder profitieren sie auch von Ihrer Partnerschaft mit der HUK-COBURG?

Hundertmark: Wir haben über die Umsatzgarantie gesprochen. Damit sind Arbeitsplätze meiner Mitarbeiter gesichert. Zudem hat uns die HUK-COBURG schon bei Schulungen unterstützt. Wir haben in diesem Jahr etwa hundert Schulungstage außerhalb des Hauses.

Das ist eine beachtliche Zeit, die der Mitarbeiter ja auch im Betrieb fehlt und nicht produktiv arbeitet.

Hundertmark: Ja, aber dafür sind sie nachher „fitter" und motivierter. Unsere Kunden haben relativ neue Autos. Diese neuen Autos haben natürlich auch neue Technik, da kann ich nicht rangehen wie an den alten VW Käfer. Da ist der Schulungsbedarf sehr hoch. Und da hilft es schon, wenn uns die HUK-COBURG zu einer günstigen und praxisorientierten Schulung für unsere Mitarbeiter verhilft oder auch schon mal einen Scheck rüberreicht. Aber wir sind da ohnehin sehr aktiv, denn auch die Kfz-Betriebe leben in einer Marktbereinigung – und zwar in einer ganz heftigen.

Gibt es weitere Bereiche, in denen die HUK-COBURG Ihnen fördernd und beratend zur Seite steht?

Hundertmark: Sagen wir mal so: Das war und ist offenbar nicht nötig.

Also eine Auszeichnung für Sie, Ihre Mitarbeiter und Ihren Betrieb?

Hundertmark: (lächelt) So haben wir's gesehen.

Lassen Sie mich eine etwas hypothetische Frage stellen: Können Sie einschätzen, wie Ihr Unternehmen heute dastehen würde, wenn Sie 1996 nicht die Partnerschaft mit der HUK-COBURG eingegangen wären?

Hundertmark: Dann hätten uns kontinuierlich 20 Prozent Umsatz gefehlt. Und wir hätten heute nicht 40, sondern vielleicht nur 30 Beschäftigte.

Auch wenn eine Kooperation so gut läuft: Haben Sie Verbesserungsvorschläge?

Hundertmark: Die HUK-COBURG soll ihren Weg konsequent weitergehen, denn es gibt durchaus noch Potenzial beim Schadenmanagement von Haftpflichtschäden. Das Schadenmanagement war und ist 'ne tolle Sache. Ich habe das gleich so eingeschätzt. Denn es ist etwas, das es den Menschen bequemer macht.

HÖCHSTE KUNDENZUFRIEDENHEIT

»Unsere Auftragsbücher sind voll.«

Mit Chris Wyrembeck, Mitgeschäftsführer der Sachsengarage GmbH in Dresden, spricht die Publizistin Katrin Kleeberg.

Herr Wyrembeck, Sie sind Geschäftsführer einer Werkstatt, die in das Kooperationsnetz der HUK-COBURG eingebunden ist. Seit wann arbeiten Sie mit der HUK-COBURG zusammen und wie hat das begonnen?

Chris Wyrembeck: 2002 gab es die ersten Kontakte mit der HUK-COBURG, noch im gleichen Jahr begannen wir mit unserer Zusammenarbeit.

Was waren damals Ihre Beweggründe, die Partnerschaft einzugehen – und was sind heute die Gründe, dabeizubleiben?

Wyrembeck: Wir erkannten sehr schnell, dass diese Zusammenarbeit zu einer Win-Win-Situation für alle beteiligten Partner werden kann. Diese Einschätzung von damals hat sich in der Praxis bestätigt. Und da man als Geschäftsmann immer darauf bedacht ist, seine Marktsituation zu verbessern, stand und steht diese Kooperation für uns nicht zur Disposition.

Welchen Stellenwert / Anteil hat das aus der Kooperation resultierende Auftrags- und Umsatzvolumen heute in Ihrem Betrieb?

Wyrembeck: Das aus der Kooperation resultierende Auftrags- und Umsatzvolumen hat für uns schon einen sehr hohen Stellenwert. Unser Umsatz ist in der Zeit der Kooperation stetig gewachsen. Die langfristige Partnerschaft bietet uns und unseren Kunden Sicherheit.

Eine Besonderheit der Kooperation der HUK-COBURG mit den Werkstätten ist die Einkaufsplattform: Worum geht es dabei?

Wyrembeck: Dahinter steckt eine ganz einfache Philosophie: Festgelegte, in die Kooperation integrierte Partner beziehen zu definierten Preisen Originalersatzteile und Leistungen.

Wie läuft die Einkaufsabwicklung im Alltag konkret ab? Welchen Nutzen ziehen Sie, die Lieferanten und letztendlich auch die HUK-COBURG und ihre Versicherten aus der Einkaufsplattform?

Wyrembeck: Der Ablauf ist denkbar einfach: Im Schadenfall wird ein Gutachten erstellt, auf dessen Grundlage wir dann die Originalersatzteile erhalten. Der Vorteil für uns dabei ist, dass wir definierte Ansprechpartner haben und nicht jeden möglichen Teilelieferanten einzeln pflegen und verwalten müssen. Der Vorteil für den Kunden ist neben dem Service, für den unser Haus bekannt ist, dass er bei uns immer die bestmögliche Ausstattung an Originalersatzteilen für sein Fahrzeug – gleich welcher Marke – erhält, und das grundsätzlich aus einer Hand und ohne große Wartezeit.

Hat so ein starker Einkaufsverbund Einfluss auf die Preisgestaltung bei den Ersatzteilen im Markt? Und wie groß ist der Preisvorteil?

Wyrembeck: Bei einem Volumen von weit über 1 000 Unfallschäden, die pro Jahr von uns behoben werden, schlägt der Einkaufsverbund natürlich auch positiv zu Buche. An direkten Zahlen kann ich Ihnen das jetzt nicht festmachen, aber Fakt ist, dass die im Verbund definierten Preise und die rasche Verfügbarkeit aller benötigten Ersatzteile zu höchster Kundenzufriedenheit und damit auch zu vollen Auftragsbüchern führen. Und sicher kann man auf einer solchen Basis hier und da dem Kunden auch ein gutes Angebot machen.

Ein anderes Thema: Man liest verstärkt, dass im Autoglasgeschäft der Markt stark umkämpft sei. Die Neuverteilung zwischen den großen Spezialistenketten sei in vollem Gange und die Versicherungen würden zudem mit Schadenslenkung eingreifen. Welche Erfahrungen machen Sie? Welche Rolle spielt die HUK-COBURG dabei?

Wyrembeck: Wir sind mit unserem Unternehmen erst in diesem Jahr in das Autoglasgeschäft mit der HUK-COBURG eingestiegen, mit der Hoffnung, daraus zusätzlichen Umsatz zu generieren und neue Kundenkontakte zu bekommen. Und bislang geht unsere Rechnung auf. Es scheint ein sehr ausbaufähiges Geschäft zu sein. Der HUK-COBURG-Einkaufsverbund hilft uns dabei insofern, da wir hier in ganz besonderer Weise höchste Qualitätsstandards anlegen müssen – schließlich sind Autoscheiben heute wichtige tragende Bauteile in der Karosse.

Wie kam es dazu, dass man eigentlich nur die großen Autoglaserketten (Carglass, Pit-Stop etc.) kennt? Von Werkstätten, gleich ob frei oder herstellergebunden, hört man selten, dass sie auch im Glasgeschäft aktiv sind.

Wyrembeck: Es mag damit zu tun haben, dass früher Scheiben oft nur ausgetauscht wurden und Carglass dann als einer der Ersten angeboten hat, Scheiben auch zu reparieren. Aber letztlich müssen Sie die Versicherungen fragen, denn schließlich waren sie es, die in der Vergangenheit bei der Abwicklung von Glasschadenfällen auf die großen Ketten verwiesen haben.

Also ein Marketingmanko? Was tun Sie denn jetzt dafür, dass das Geschäft mit dem Autoglas wieder läuft?

Wyrembeck: Wie gesagt, wir sind erst in diesem Jahr in das Geschäft mit der HUK-COBURG eingestiegen – und unsere Kunden haben dieses Engagement gut angenommen.

Wie viel Prozent macht das Glasgeschäft bei Ihnen aus? In der Presse liest man von 15 Prozent. Das ist noch steigerungsfähig, oder?

Wyrembeck: Natürlich – mehr geht immer, und man beherrscht einen Markt erst dann, wenn man 100 Prozent hat. Derzeit hat das Autoglasgeschäft bei uns einen Anteil von 10 bis 12 Prozent – allerdings mit deutlich nach oben zeigender Tendenz.

Als Unternehmer agieren Sie ökonomisch, müssen z. B. für magere Zeiten vorsorgen und Rücklagen bilden. Wie gelingt Ihnen das bei den doch sehr regulierten Bedingungen im Rahmen dieser Partnerschaft?

Wyrembeck: Nun, man kann die eigenen innerbetrieblichen Abläufe immer weiter optimieren, Maschinen und Anlagen effektiver auslasten. Und man kann die Partnerschaft dazu nutzen, partnerübergreifende Vorgänge weiter zu optimieren. Kurz: Man muss ständig an allen verfügbaren Stellschrauben drehen.

Die Mitarbeiter sind das eigentliche Kapital eines Unternehmens: In welchen Bereichen profitieren sie von Ihrer Partnerschaft mit der HUK-COBURG – ich denke an Stichworte wie Schulungen oder Ähnliches.

Wyrembeck: Daran habe ich gar nicht mehr gedacht. In der Tat hat die HUK-COBURG Schulungsmaßnahmen für Glasreparaturen gefördert. Das zeigt, wie umfangreich diese Partnerschaft ist. Womöglich haben wir die damit verbundenen Vorteile sogar noch gar nicht alle ausgeschöpft. Wir werden uns diesen Bereich einmal näher ansehen und dann schauen, ob wir hier für unsere 192 Mit-

arbeiter und für unsere Auszubildenden noch mehr profitieren können.

Kennen Sie eigentlich andere Partnerbetriebe? Tauscht man sich untereinander aus?

Wyrembeck: Na ja, man kennt sich schon – zumindest in der unmittelbaren Umgebung, und man arbeitet auch in manchen Bereichen zusammen.

Eine hypothetische Frage: Können Sie einschätzen oder gar skizzieren, wie Ihr Unternehmen heute dastehen würde, wenn Sie damals die Partnerschaft mit der HUK-COBURG nicht eingegangen wären?

Wyrembeck: Wären wir diesen Schritt in die Partnerschaft damals nicht gegangen, dann hätten wir definitiv im After-Sales-Bereich weniger Umsatz und damit auch weniger Mitarbeiter. Die Kooperation läuft nach straffen Regeln, ist aber unterm Strich für uns sehr wertvoll.

Lassen Sie uns abschließend noch einen Blick auf die Kunden werfen, die ihre Unfallfahrzeuge zur Instandsetzung zu Ihnen bringen: Wie haben sich die Kundenstruktur und die Arbeitsanforderungen an Ihren Betrieb durch die Kooperation verändert?

Wyrembeck: Wir verfügen von jeher über eine große Karosserie- und Lackabteilung. Dieses Segment ist durch die Kooperation mit der HUK-COBURG noch verstärkt worden. Insbesondere hat eine Ausweitung unserer Leistungen in diesem Bereich auf noch mehr Fahrzeugmarken stattgefunden.

Wie sehen die Kunden das Schadenmanagementsystem? Gibt es unterschiedliche Sichtweisen bei Haltern mit einem Kasko- oder einem Haftpflichtschaden?

Wyrembeck: Eine Frage, die die HUK-COBURG sicher besser beantworten könnte. Mit dem Schadenmanagement in unserem Hause sind die Kunden durchaus zufrieden. Auch hier zahlt sich die Kooperation aus – wie ich eingangs schon sagte: Ein Ansprechpartner und dadurch schnelle Abläufe – das kommt beim Kunden an. Unterschiedliche Sichtweisen gibt es beim Kunden immer – beispielsweise wird manch einem Halter erst im Schadenfall bewusst, was sein Versicherungsvertrag beinhaltet.

Hat sich die Servicequalität in Ihrem Betrieb durch die Kooperation verändert?

Wyrembeck: Nein. Wir legen von jeher auf ein hohes Niveau der Kundenbetreuung und der Abwicklung der Kundenaufträge sowie auf sehr gute Qualität großen Wert.

»Ist billig gleich schlecht oder gut gleich teuer?«

Beim Goslar Institut streiten Kfz-Gewerbe und Versicherung über die Zukunft des Schadenmanagements – mit überraschendem Ausgang. Ein Bericht von Rolf Antrecht.

v. l. n. r.: Carola Ferstl, Moderatorin; Michael Legrand, DEKRA; Klaus-Jürgen Heitmann, HUK-COBURG; Dr. Klaus Weichtmann, ZKF; Elmar Fuchs, BVSK

Der Ton ist unverändert scharf. Doch allen Anwürfen zum Trotz: Der Front der Kritiker gegen das Schadenmanagement der Autoversicherer gehen die Argumente aus. Auf einem Gipfeltreffen des Goslar Instituts spendeten sogar die größten Skeptiker verhaltenes Lob – allen voran die vermeintlich drangsalierten Autowerkstätten selbst.

Klaus-Jürgen Heitmann ist der Mann für die unmöglichen Sachen. Wann immer der Vorstand der HUK-COBURG Versicherungsgruppe gefragt wird, welch knifflige Aufgabe in der Tagesarbeit ihn am meisten beschäftige, fällt dem jungenhaften Ex-Unternehmensberater nur eine Analogie ein: „Die Quadratur des Kreises".

Der Begriff beschreibt eines der populärsten Probleme der Geometrie. Die Aufgabe besteht darin, mit zeichnerischen Mitteln aus einem gegebenen Kreis ein Quadrat mit demselben Flächeninhalt zu konstruieren. Jahrhundertelang zermarterten sich die klügsten Mathematiker das Hirn, sogar der große Leonardo da Vinci übte sich mit Lineal und Zirkel – vergeblich wie alle anderen. 1882 bewies Ferdinand von Lindemann die Unlösbarkeit der Aufgabe. Seither steht der Begriff als Metapher für die „Mission Impossible".

Heitmann lässt sich trotzdem nicht beirren. Auch sein Problem hat viel mit Zahlen, aber nichts mit Geometrie zu tun. Es geht diesmal um eine Gretchenfrage der Betriebswirtschaft: Ist billig gleich schlecht oder gut gleich teuer? Oder: Wie viel Geld darf Qualität eigentlich kosten?

Carola Ferstl, Moderatorin der Gesprächsrunde

Weniger, als man denkt, glauben die einen. Mehr, als man glaubt, denken die anderen. Der Streit tobt, seit die HUK-COBURG als Antwort auf eigene Policenvertriebe der Fahrzeughersteller ihrerseits in eine klassische Domäne der Autobauer einbricht: das fette Reparaturgeschäft. Unter dem Stichwort „Schadenmanagement" kontrolliert der Assekuranz-Riese aus der fränkischen Provinz bereits ein Netz von rund 1 200 freien und markengebundenen Partner-Werkstätten in Deutschland. Eigenen Versicherungskunden, die sich verpflichten, Unfallschäden nur in diesen Betrieben beheben zu lassen, winken Prämiennachlässe. Doch auch Nicht-Kunden, die Schadenersatz nach einem Unfall fordern, werden mit Annehmlichkeiten wie Hol- und Bringdienst in die Partnerbetriebe gelockt. Mit jedem Autofahrer, der sich darauf einlässt, wächst die Einkaufsmacht des Versicherers – und der Einfluss auf Arbeitskosten oder Ersatzteilpreise der Partnerbetriebe. Die nehmen Zugeständnisse in Kauf, weil sie mit der engen Anbindung an den Versicherer mit mehr Aufträgen und konstanter Auslastung rechnen können – eine klassische Win-Win-Situation, sollte man meinen.

Kritiker glauben nicht an den Pakt. Sie argwöhnen, Versicherungsnehmer seien in diesem Fall nicht mehr Herr des Verfahrens und dem rüden Schadenmanagement des Assekuranzunternehmens hilflos ausgeliefert. Und gerade Unfallgegner, die Schadenersatz verlangen, könnten durch unvollständige Beratung, so ihre Argumentation, sogar berechtigte Ansprüche an den Versicherer verlieren, zum Beispiel die Reparatur von Schäden, die erst aufwendige Unfallgutachten zutage fördern, Wertminderungen oder Nutzungsausfall, wenn man auf ein Ersatzauto während der Reparaturzeit verzichtet. Die Versicherung, so fürchten sie, habe nur eines im Sinn: zu ihrem eigenen Vorteil so viel Geld wie möglich aus der Werkstatt und deren Nebenleistungen herauszupressen. Damit werde die Assekuranz selbst zum Risiko, weil in ihrem Netz womöglich die Qualität auf der Strecke bleibt.

„Hinterhof oder Highend? Servicequalität im Werkstattnetz der Versicherer", betitelte das Goslar Institut, die Studiengesellschaft für verbrauchergerechtes Versichern, ein Gipfeltreffen der HUK-COBURG mit dem Zentralverband Karosserie- und Fahrzeugtechnik (ZKF), dem Bundesverband der freiberuflichen und unabhängigen Sachverständigen für das Kraftfahrzeugwesen (BVSK) und der DEKRA Consulting GmbH am Rande des Harz. Doch was als Streitge-

spräch begann, endete fast in Harmonie.

Selbst eingefleischte Skeptiker wie BVSK-Geschäftsführer Elmar Fuchs oder ZKF-Hauptgeschäftsführer Klaus Weichtmann spenden dem HUK-Schadenmanagement auf einmal Lob, wenn auch nur zähneknirschend.

Immerhin: Der lang gehegte Vorwurf, die HUK-COBURG bediene sich in ihrem Netz vornehmlich verölter Blaumänner, um das Maximum nur für sich herauszuholen, ist vom Tisch. Anerkennung kommt nun ausgerechnet von einer Seite, von der man es am wenigsten erwartet hätte – den vermeintlich drangsalierten Werkstätten selbst.

Sechs von zehn HUK-COBURG-Partnerbetrieben sind an eine Automarke gebunden und stehen ganz weiß-blau oder unter gutem Stern für „Das Auto" schlechthin. Aber auch an der Qualität der angeschlossenen freien Werkstätten gibt es für den ZKF im Prinzip inzwischen kaum noch etwas herumzumäkeln. Die Standards in ihrem Netz setzt die HUK-COBURG zusammen mit der DEKRA; repariert wird jeweils nach Herstellervorgaben mit Originalersatzteilen. Dafür gibt es dann fünf Jahre Garantie. „Exzellente Arbeit", attestiert die DEKRA dem Versicherungsverbund. Im Kampf gegen illegale und oft kriminelle Machenschaften im Kfz-Gewerbe weiß Jurist Fuchs mit der HUK-COBURG den wichtigsten Verbündeten an seiner Seite – „Beispiel für andere".

Ein Teilerfolg für Heitmann. Lange sah es danach aus, als könne sein Geschäftsmodell am Markt nicht reüssieren. Zu mächtig schien die Front der Gegner in Autokonzernen, Automobilverbänden, Werkstattketten oder Gutachterkreisen, zu eingespielt die Rollenverteilung. Nach der hatte der Versicherer möglichst brav zu zahlen, was Unfallexpertisen und Werkstätten veranschlagten. Autovermieter legten – völlig legal – im Schadenfall leicht doppelt so hohe Tarife an wie für Wochenendler vor der Spritztour ins Blaue. Viele machten aus dem unverschuldeten Crash Geld, ein weitverbreitetes Hobby. Wenn Heitmann ungeniert von „unglaublichen Margen" in Werkstätten „auf Kosten der Versicherer und damit ihrer Kunden" spricht, Abzockermentalität im Reparatur- und Mietwagen-Gewerbe verteufelt, Arbeitskosten bis zu mehr als 100 Euro die Stunde öffentlich anprangert und obendrein bissig die neue Versicherungskonkurrenz in den hippen Lifestyle-Erlebniswelten der Kraftfahrzeughersteller kommentiert, heult die Branche unisono auf.

Michael Legrand, DEKRA

Klaus-Jürgen Heitmann, HUK-COBURG

Noch heute ist der Ton scharf – auf beiden Seiten. Auch Goslar spitzte die unterschiedlichen Positionen zu. „Unmoralisch", nennt Anwalt und Gutachter-Vormann Fuchs pflichtgemäß das HUK-COBURG-Geschäftsgebaren, für manche sogar „ruinös", buht ZKF-Sprecher Weichtmann. Doch die Front der Gegner weicht auf.

Heitmann kann auf zunehmend größere Gefolgschaft bauen. Elf weitere Assekuranz-Unternehmen sind inzwischen dem HUK-COBURG-Schadenmanagement beigetreten. Das bringt jetzt schon ein Potenzial von rund 15 Millionen Autofahrern auf die Waage. Allein bei der HUK-COBURG springt jeder zweite Vollkasko-Neukunde auf. 2009 pumpt der Versicherer voraussichtlich rund 200 000 Schadenfälle mit einem Reparaturvolumen von etwa 250 Millionen Euro in sein Werkstattnetz. Kaum ein Werkstattbetrieb kommt daran vorbei. Der Konkur-

Dr. Klaus Weichtmann, ZKF

Elmar Fuchs, BVSK

renzkampf in der Branche ist brutal. Rund 40 000 Werkstätten gibt es derzeit in Deutschland – viel zu viele. Auf der Suche nach konstanten Einnahmequellen gehen täglich in Coburg Anfragen besorgter Werkstattbesitzer ein, welche Bedingungen die HUK-COBURG wohl an ihre Partner im neuen Schrauberland stellt.

Die meisten treibt schlichte Not. Tausende Autohändler sind von der Pleite bedroht. Jeder fünfte Betrieb, schätzt der Zentralverband des deutschen Kraftfahrzeuggewerbes, steht vor dem Aus. An Neufahrzeugen ist in den Verkaufs- und Servicestationen der Autofabriken kaum noch etwas zu verdienen. Das bisschen Marge, das die Hersteller ihren Händlern lassen, feilschen preisbewusste Kunden weg. Einziger Trost: die nach wie vor vergleichsweise hohen Renditen besonders im Unfallreparaturgeschäft. Dort sitzt, so die DEKRA, das meiste Geld. Und an das wollen Leute wie Heitmann ran.

Die Folgen sind, so Fuchs, dramatisch. So rigoros spiele die Versicherung inzwischen ihre Power aus, dass viele Betriebe im Verbund der HUK-COBURG nicht mehr kostendeckend arbeiten könnten – wenigstens solange sie es nicht schafften, zusätzlich Kunden zu finden, denen es auf ein paar Euro hoch oder runter nicht ankommt. Einen durchschnittlichen Stundensatz von knapp 60 Euro wollen die BVSK-Gutachter in den Kalkulationen der HUK-COBURG ausgemacht haben. Zumindest Werkstätten mit zahlungskräftiger Klientel in Ballungsgebieten sind leicht an das Doppelte gewöhnt – und mehr. „Was passiert", fragt Fuchs bange, „wenn der Stundensatz nicht mehr kompensiert werden kann?"

„Wir wollen Rahmenbedingungen schaffen, die es den Partnern erlauben, unsere anspruchsvollen Preisvorstellungen mit einer immer noch erträglichen Marge darzustellen", lautet Heitmanns Antwort. Das Schadenmanagement der HUK-COBURG sei schließlich auch ein veritables Instrument für mehr Wettbewerb in Deutschland. „Wir schaden uns selbst, wenn wir Betriebe in Existenznot bringen. Ohne Wettbewerb bekommen wir nicht die Preise, die wir wollen." Werkstätten, denen die HUK-COBURG nicht so viele Kunden wie versprochen auf die Hebebühnen drückt – bis zu 400 im Jahr –, bekommen als Ausgleich mehr Geld in die Tasche gesteckt.

ZKF-Hauptgeschäftsführer Weichtmann bleibt reserviert. Für ihn liegt das Modell der HUK-COBURG am Rande von Dumping. Ergebnis: „Es kann auf Dauer nicht funktionieren. Denn Qualität hat immer noch ihren Preis." Für ihn ist klar: „Die HUK-COBURG ist Vorreiter – für den Preisrutsch nach unten auf breiter Front."

Was aber ist der richtige Preis? Was muss, was darf eine Werkstattstunde heute kosten? Vor allem: Was ist die Untergrenze, die Versicherungen bei Laune und die Betriebe über Wasser hält?

Zweifellos: Wer viel Leistung kauft, bekommt einen besseren Preis – wie der Käseeinkäufer im Aldi-Management. Allein die HUK-COBURG als zweitgrößter Autoversicherer im Land weiß mehr als acht Millionen Kunden hinter sich. Die Franken wickeln jährlich rund eine Million Schäden mit einem Volumen für das Kfz-Gewerbe von über einer Milliarde Euro ab. „Wir spielen selbstverständlich unsere Kraft aus", bemerkt Heitmann selbstbewusst.

Die Teilnehmer der Gesprächsrunde mit Carola Ferstl als Moderatorin.

Unbestritten aber ist auch: Autotechnik wird immer komplexer und komplizierter. Um Schritt zu halten, kommen die Servicestationen um teils massive Investitionen nicht herum – in Technik und in Know-how. Zweistellige Renditen, weiß Michael Legrand von der DEKRA Consulting GmbH, sind das Polster, das sie dabei ruhig schlafen lässt. Auch Heitmann weiß genau: Will er seine Qualitätsziele auf Dauer nicht aus den Augen verlieren, brauchen seine Betriebe genug Luft zum Atmen.

Mit 60 Euro die Stunde ist laut Legrand die reine Arbeitsleistung in den Werkstätten trotzdem gut bezahlt – eine Milchmädchenrechnung, kontert Fuchs. Auf den Betrieben laste ein weitaus höherer Kostenblock, getrieben von Nebenleistungen wie zum Beispiel kostenlosen Mietfahrzeugen. „Wir müssen weg von einer Strategie, die schlechte Preise mit guten verrechnet, und hin zu einem angemessenen Preis", glaubt Fuchs. Der liege nicht bei 60 Euro, auch nicht bei 100 Euro oder 120 Euro. „Aber möglicherweise bei 85 Euro."

Möglicherweise aber auch darunter. „Das Potenzial ist da", sagt Legrand. Voraussetzung: Erhebliche Effizienzsteigerungen in den Betrieben. Was der DEKRA-Berater in den Werkstätten am meisten vermisst, sind systematische Prozesse, die zu einer konstanten Auslastung der Belegschaft führen. Die treibt immer noch mehr Faszination Technik um als die Notwendigkeit Effizienz. „Ich habe das Gefühl", so Legrand, „dass viele Betriebe ihre Leute nicht richtig einteilen und deren Arbeitseinsatz nicht richtig steuern." Oft liegen zwischen eingesetzten und fakturierten Arbeitsstunden Welten. Sein Rat: „Prozesse wie in der Industrie."

Industrie? „Wir sind das Handwerk", empört sich Weichtmann, „und keine Serienproduktion". Auf viel Verständnis stößt er dabei nicht. Angeführt von Herstellern und großen Werkstattzentren beschleunigt sich der Konzentrationsprozess im Gewerbe enorm. Das Servicevolumen geht zurück; die Autos halten länger. Nach der Euphorie über die Abwrackprämie ist der Katzenjammer nun umso größer. Selbst Heitmann fragt sich, was wohl geschehen mag, wenn die Fahrzeugindustrie das Schadenmanagement der Versicherer als reale Bedrohung begreift. Immerhin. „Wir legen uns mit der mächtigsten Branche in Deutschland an."

Die befindet sich weder in der Auseinandersetzung mit der ungeliebten Konkurrenz noch im Guerillakrieg. Jüngster Versuch, Autofahrer zu verunsichern: die Frage, ob der Hersteller zu seiner Garantie steht, wenn das Auto nach einem Unfall in einer freien Werkstatt repariert wurde.

Hintergrund: Ein Gericht verweigerte einem Kfz-Halter Leistungen, weil der die Inspektion nicht beim Hersteller hatte vornehmen lassen – für BVSK-Sprecher Fuchs Grund zur Spekulation: „Wenn schon eine Inspektion in einem Betrieb, der nicht zur Marke zählt, zum Verlust der Garantie führt, dann glaube ich nicht so eindeutig, dass dies bei einer Unfallschadenreparatur nicht auch der Fall ist."

Entschieden ist freilich nichts. Heitmann kann weiter an seiner Quadratur des Kreises arbeiten. Zumindest im Fall Garantie demonstriert er nüchterne Gelassenheit: „Es gibt in Deutschland keinerlei Zwang, dass man einen Unfallschaden in einem Markenbetrieb regeln lassen muss. Und es wird ihn auch nicht geben – das haben die Wettbewerbshüter in Brüssel schon mehr als deutlich gemacht."

Sein stärkstes Argument: Bange machen gilt nicht. Es wäre der Tod aller freien Werkstätten.

Sie möchten **mehr** über das **GOSLAR INSTITUT erfahren** oder **interessieren** sich für **Informationsmaterial?**

Dann schreiben Sie eine E-Mail an:

info@goslar-institut.de

Oder Sie greifen zum Telefon:

+49 (0) 5321 33 99 61

Oder Sie senden ein Fax an:

+49 (0) 5321 33 99 75

Oder Sie schauen ins Internet:

www.goslar-institut.de

Oder Sie schreiben an:

GOSLAR INSTITUT
Breite Straße 13
38640 Goslar

Impressum

Eine Publikation der Studiengesellschaft
für verbrauchergerechtes Versichern e. V.,
Breite Straße 13, 38640 Goslar

V.i.S.d.P.:
Dipl.-Kommunikationswirtin Jessica Hackmann

Autor der Kritik am Schadenmanagement:
Tim Westermann (Automobilwoche, Ausgabe 20/09).

Illustration: Jan Wiegand, Bonn
Layout: Hofmann K&G, Bonn
Druck: L.N. Schaffrath DruckMedien GmbH & Co. KG, Geldern

fair versichern!

GOSLAR INSTITUT
Studiengesellschaft für verbrauchergerechtes Versichern e. V.
Eine Initiative der HUK-COBURG

Bei uns wird nur Qualität geschraubt

Schadenservice mit Garantie

Eine Kasko-Versicherung soll günstig sein. Aber im Schadenfall eine erstklassige Leistung bieten. Gibt es das? Fünf-Sterne-Premiumqualität zum günstigen Preis?

Ja, bei der HUK-COBURG. Regelmäßige Befragungen unserer Kunden bestätigen: Unsere 1.200 Partnerwerkstätten bieten hervorragende Reparaturqualität. Deshalb können wir Fünf-Sterne-Qualität versprechen. Zu Beiträgen, die schon aus Tradition günstig sind.

Wenn Sie mehr darüber wissen wollen, fragen Sie uns: HUK-COBURG, Pressestelle, Tel. 09561 96-2089, Mail: presse@huk-coburg.de

Unser Fünf-Sterne-Qualitätsversprechen

- ★ Unsere Partnerwerkstatt repariert Ihr Fahrzeug streng nach Herstellervorgaben mit Originalersatzteilen
- ★ Auf die Qualität der Reparatur geben wir Ihnen eine erweiterte, fünfjährige Garantie
- ★ Das hohe Leistungsniveau unserer Partnerbetriebe wird von der DEKRA regelmäßig zertifiziert
- ★ Darüber hinaus kontrollieren wir laufend die Qualität der Reparaturen
- ★ Auch unsere Kunden befragen wir regelmäßig zur Qualität unseres Schadenservice

HUK-COBURG
Aus Tradition günstig