

Alternative

# Smart Repair

## Eine strategische Entscheidung



Herbert Präge

**Ende 2014 bestätigte die Studie des BVdP den von den Betrieben lange beklagten Effekt: Die Stundenverrechnungssätze in der Schadensteuerung sind so gering gestiegen, dass sich mit der handwerklichen Leistung kein Geld mehr verdienen lässt. Trotzdem kann man beobachten, dass der Markt sich immer mehr hin zur Schadensteuerung entwickelt und immer noch viele Betriebe in dieses Segment drängen.**

Verständlicherweise fragen sich viele K+L-Betriebe wie man sinnvoll auf diese Marktentwicklung reagieren kann. Anbieter von Smart-Repair Konzepten versuchen in dieses Vakuum vorzustoßen und bieten eine damit andere Art von Angeboten.

Ist der Einstieg bzw. die Intensivierung des Angebotes Smart-Repair eine Alternative?

Was muss der Betriebsinhaber tun, um Smart-Repair erfolgreich umzusetzen?

Wir versuchen, heute und in den nächsten FML-Ausgaben Antworten auf diese Fragen zu geben:

### Wie groß ist der Markt?

Das deutsche Marktvolumen wird in einer Studie zwischen Autohaus und dem Institut für Automobilwirtschaft ifa allein für Spot-Repair-Lackierungen auf zwischen 11,0 bis 15,4 Millionen Reparaturaufträgen pro Jahr geschätzt. Insgesamt ergibt sich laut diesen Zahlen ein Umsatzvolumen zwischen 2,4 bis 4,31 Milliarden Euro. Zusätzlich kommt das weitere, mögliche Potenzial für die Bereiche Scheinwerfer, Felgen und Interieur.

### Welche Standorte eignen sich und ist jeder Betrieb für Smart-Repair geeignet?

Für die erfolgreiche Umsetzung von Smart Repair-Leistungen im Privatkundensegment existiert ein Stand-Land-Gefälle. Smart Repair eignet sich vor allem für Betriebe in Städten mit mehr als 50.000 Einwohnern, die wegen ihrer Größe genügend Potenzial bieten. Wer noch nicht überwiegend für Schadensteuerer tätig ist, sich also noch nicht spezialisiert hat sollte sich ernsthaft mit dem Thema beschäftigen. Gleiches gilt für Betriebe, die an den „Kuchen“ Schadensteuerung nicht herankommen.

Haben wir es aber mit einem Betrieb zu tun der bereits überwiegend in der Schadenregulierung unterwegs ist, also seine Prozesse darauf getrimmt hat, gilt es die Möglichkeiten individuell zu prüfen.



Marina Markanian

### Erfolgsfaktoren

Man muss die Erfolgsfaktoren des Segments kennen. Dabei handelt es sich um:

- Konsequente Marktbearbeitung durch zielgerichtete Werbung
- Sicherstellung einer durchgehend guten Auslastung
- Anbieten aller Bereiche, also auch Scheinwerferaufhellung, Felgenreparatur etc.
- Einsatz eines erprobten und bewährten Systems

Bei Berücksichtigung dieser Erfolgsfaktoren lassen sich die tatsächlich erzielten SVS deutlich steigern und oberhalb der Sätze in der Unfallinstandsetzung realisieren.

Was das kostet und bringt – also Investitionen und Wirtschaftlichkeit – betrachten wir in der nächsten Ausgabe des FML.

**Marina Markanian und Herbert Präge, bpr-Mittelstandberatung GmbH, Dortmund**