



29.07.2016

„SIGNALISATION, ABER BITTE NUR FREIWILLIG!“

Das Konzept für die Partnerwerkstätten der HUK-COBURG hat eine Diskussion über die Signalisierung in den Betrieben ausgelöst. Der Bundesverband der Partnerwerkstätten (BVdP) hat sowohl beim Coburger Versicherer als auch beim Schadenmanager Innovation Group erklärt, dass das Aufstellen von Stelen eine freie Entscheidung der Partnerwerkstatt sein muss. Außerdem müsse es für Kosten der Maßnahmen einen Ausgleich geben.

BVDP PLÄDIERT FÜR FREIWILLIGKEIT BEI HUK-COBURG

Im Februar stellte die HUK-COBURG erstmals ihr Konzept zur Marke „Die Partnerwerkstatt“ vor. Bestandteil war die Verpflichtung zum Aufstellen unter anderem von Werbetafeln, Fahnen und Stelen. Daraus soll klar ersichtlich werden, dass es sich um eine HUK Partnerwerkstatt handelt. „Dagegen ist der BVdP vorgegangen“, erklärt Geschäftsführer Robert Paintinger. „Wir haben in Coburg hervorgehoben, dass es in der Entscheidung eines jeden Unternehmens liegen muss, welche Art der Signalisation er für seinen Betrieb nutzen möchte.“ Der BVdP drängt darauf, dass den Betrieben ein entsprechender Spielraum gegeben werden muss und die Verantwortlichen der HUK mit den Betrieben eine gemeinsame Lösung finden. „Der Ausübung von Zwang setzen wir uns entgegen“, so Robert Paintinger.

INNOVATION GROUP BESTÄTIGT FREIWILLIGKEIT

Als Reaktion auf die HUK-COBURG hatte auch der Schadenmanager Innovation Group angekündigt, eine entsprechende Signalisierung mit seinen Versicherern von den Betrieben zu fordern. Robert Paintinger: „Nach Gesprächen mit der Geschäftsführung in Stuttgart, wurde uns bestätigt, dass Innovation Group die Freiwilligkeit absolut unterstreicht.“ Dort wird aber auch betont: „Fakt ist nach wie vor: Wenn es eine Signalisation für die HUK gibt, dann auch für die Partner der Innovation Group.“

„WIR WERDEN AUF DIE EINHALTUNG UNSERER FORDERUNGEN ACHTEN!“

In einer Information an die Mitgliedsbetriebe hat der Verband die Betriebe aufgefordert, Abweichungen von der BVdP Forderung direkt zu melden. „Wir werden sehr genau darauf achten, dass kein Betrieb unter Druck gesetzt wird und die Entscheidung der Betriebsinhaber von den Steuerern respektiert wird“, unterstreicht der BVdP-Geschäftsführer. Darüber hinaus ist der Verband der Meinung, dass „zusätzliche Werbemaßnahmen, die von den Steuerern gefordert werden, finanziell ausgeglichen werden müssen.“ Grundsätzlich müsse aber jeder Unternehmer selbst entscheiden, ob er das Spiel des „Schilderwaldes“ mitspielen oder nicht.

Christian Simmert