



02.12.2016

## WOHIN WIRD ZUKÜNFTIG GESTEUERT?

Aussagen zum Thema „Signalisation“ von Matthew Whittall, Deutschlandchef der Innovation Group, auf einer BVdP Versammlung Ende November in Bad Vilbel sorgen für Wirbel. Laut Matthew Whittall wird die Innovation Group zukünftig Betriebe, die das Branding der HUK-COBURG umsetzen, nicht mehr oder nur noch in verringertem Maße ansteuern. Im September hatte genau das bereits Stefan Artz, einer der Geschäftsführer von SPN, angedroht. Recherchen des BVdP haben ergeben, dass sich offensichtlich auch noch andere Steuerer diesem Vorgehen anschließen werden.

### AUSEINANDERSETZUNG AUF DEM RÜCKEN DER WERKSTÄTTEN

Der BVdP weist mit aller Schärfe darauf hin, dass dieses Vorgehen eine Bestrafung von Partnerbetrieben bedeuten würde, die mit dem nunmehr offensichtlich voll entbrannten Konkurrenzkampf der Versicherungswirtschaft überhaupt nichts zu tun haben. „Hier wird eine Auseinandersetzung auf unserem Rücken ausgetragen“, so Robert Paintinger, Geschäftsführer des BVdP. „Eine breite Aufstellung der Betriebe im Bereich der Volumenkunden, ist die entscheidende wirtschaftliche Basis der Werkstätten. Wenn diese in den Grundfesten erschüttert wird, kann es zu einer nicht mehr revidierbaren Spaltung der Werkstattwelt führen“, so Paintinger weiter.

### GEMEINSCHAFTLICHE, TRAGFÄHIGE LÖSUNGEN MÜSSEN HER

Der BVdP fordert alle Beteiligten dazu auf, sofort und unmittelbar zu vernünftigem und weitsichtigem Verhalten zurückzukehren und sich gemeinsam mit dem BVdP an den Verhandlungstisch zu setzen.

#### **Zu den Forderungen des Bundesverbandes zählen:**

Die HUK-COBURG muss eine Freiwilligkeit für die Teilnahme am Branding „Die Partnerwerkstatt“ für alle Betriebe gewähren und das, ohne Strafmaßnahmen gegen Unternehmen, die sich diesem Branding verwehren. Alle anderen Schadensteuerer sollen ihre Drohungen gegen die als „Die Partnerwerkstatt“ gebrandete Betriebe umgehend zurücknehmen.

### WELCHE ZIELE WERDEN VERFOLGT? ALLE SEITEN BETRACHTEN.

„Die Befindlichkeiten aller Beteiligten verstehen wir sehr wohl“, so der BVdP Geschäftsführer. Da ist die eine Seite, die sich dagegen wehrt, dass ihre Aufträge in Werkstätten gesteuert werden, die sich einem Konzept angeschlossen haben, dessen Branding eindeutig sehr nah an die HUK-COBURG angeglichen ist und als Marke der HUK-COBURG gesehen wird. Und da ist die Seite der Coburger, die ein Interesse daran haben, im Markt eine Endkundenmarke für freie Partnerwerkstätten etablieren zu wollen.

Robert Paintinger: „Wir Partnerwerkstätten stehen einer neutralen Endkundenmarke durchaus positiv gegenüber. Die Implementierung einer solchen Marke darf aber nicht dazu führen, dass die entsprechend gebrandeten Betriebe mit massiven wirtschaftlichen Nachteilen rechnen müssen. Dagegen werden wir als Vertreter der Interessen der Partnerwerkstätten auf das Schärfste protestieren.“

### **KLARE HANDLUNGSEMPFEHLUNG AN PARTNERBETRIEBE**

Einmalig in der bisherigen Geschichte des BVdP ist eine klare Handlungsempfehlung, die die Tölzer jetzt an alle Partnerbetriebe gegeben hat.

„Warten Sie jetzt die weiteren Entwicklungen ab. Der BVdP steht mit allen Beteiligten in direkten Verhandlungen und kämpft dafür, eine für alle Seiten befriedigende Lösung zu finden. Stellen Sie keine Stelen und hängen Sie keine Fahnen der Marke „Die Partnerwerkstatt“ auf, bevor es klare Stellungnahmen gibt.“ Abschließende Worte vom BVdP Vorstandsvorsitzenden, Reinhard Beyer: „Jeder Steuerer, egal wie groß und mächtig, muss jetzt Verständnis dafür zeigen, dass wir Partnerwerkstätten sowohl ein Recht dazu haben, als auch die Pflicht gegenüber unseren Mitarbeitern und Familien, sehr sorgfältig abzuwägen, welchen Weg wir einschlagen. Ob wir uns einer Marke wie „Die Partnerwerkstatt“ anschließen oder nicht, dazu müssen alle möglichen Entwicklungen und die Gefahren für unsere Unternehmen sorgfältig beleuchtet werden.“

Gastbeitrag