SCHADEN.NEWS








19.01.2017

NEUES SCHADENPORTAL AUS DEN NIEDERLANDEN GEHT ONLINE

Vor mehr als einem Jahr schlug die Webplattform schadenladen.de hohe Wellen im deutschen Unfallreparaturmarkt. Dort konnten Werkstätten eingestellte Unfallschäden mit dem günstigsten Angebot ersteigern. Die Initiatoren um den früheren Geschäftsführer Olaf Jungfer wollten damals eine Kooperation mit EUROGARANT eingehen, die aber nach lautstarken Protesten in der Branche scheiterte. Schaut man heute auf schadenladen.de wird schnell klar: Auf diesem Webportal ist nicht mehr viel los.

NIEDERLÄNDER STARTEN MIT FIXICO-PILOTPROJEKT FÜR DEUTSCHEN MARKT

Einen ähnlichen Weg könnte nun Fixico einschlagen. In dem Schadenportal können Autofahrer Fotos von ihren Schäden am Fahrzeug einstellen und binnen 24 Stunden verbindliche Angebote von Reparaturbetrieben erhalten. Die Entscheidung für eine Werkstatt trifft der Fahrer anhand verschiedener, für ihn relevanter Kriterien, etwa dem Preis, der Bewertung der Werkstatt oder aufgrund der Verfügbarkeit. Hier liege laut der Fixico-Deutschlandverantwortlichen Kathy Reimann der Hauptunterschied zu Wettbewerbern. „In den Niederlanden haben wir bereits bewiesen, dass es anders geht. Dort orientieren sich viele Kunden eher an den Bewertungen einer Werkstatt als nur am Preis.“ Bisher agiert Fixico nur im Großraum Köln/Düsseldorf. In der Pilotregion sei die erste Woche gut angelaufen, man habe laut Kathy Reimann bereits über 100 Anfragen erhalten und erste Aufträge

erfolgreich vermittelt. Die Gründer Derk Roodhuyzen und Mark van Laar kommen aus den Niederlanden. Dort existiert die Webplattform bereits seit 2014 und hat laut Fixico zur Erstellung von über 75.000 Angeboten geführt.

BEREITS 77 BETRIEBE IN DEUTSCHLAND FÜR FIXICO AKTIV

Nachdem Fixico bei verschiedenen Investoren rund 2,6 Millionen Euro eingeworben hatte, scheint das Start-up nun auf Expansionskurs zu gehen. Doch spielen genug Werkstätten als Reparaturauftragnehmer mit? Die Deutschlandverantwortliche Kathy Reimann sieht drei große Vorteile für die Betriebe: eine erhöhte Online-Sichtbarkeit, eine vereinfachte Neukundenakquise sowie die Möglichkeit zur flexiblen Auslastungsplanung und für Upselling, also das verkaufen weiterer Reparaturleistungen, wenn der Kunde in der Werkstatt ist. Auf Nachfrage von colornews.de erklärte sie, dass man aktuell 77 Betriebe im Verbund habe.

COLORNEWS.DE HAT FIXICO GETESTET

Die Redaktion wollte genau wissen, wie schnell Fixico reagiert und hat nur wenige Tage nach Marktstart der Plattform in Deutschland eine Reparaturanfrage für Mönchengladbach gestellt – mit wenigen Klicks und drei mäßig professionellen Fotos. Binnen drei Stunden lagen drei Angebote für die Instandsetzung eines Lackschadens an Seitentür und Radlauf eines Toyota Corolla vor. Ein letztes Angebot folgte am Abend. Die Preisspanne rangierte zwischen 420 und 800 Euro inklusive Mehrwertsteuer. Nach dem vierten Angebot meldete sich der Fixico-Kundenservice per Direktnachricht, um in Erfahrung zu bringen, ob denn ein passendes Angebot dabei gewesen sei.

KALKULATION ANHAND VON DREI BILDERN

Wie funktioniert Fixico? Um Angebote zu erhalten, müssen User sich registrieren, Fahrzeugdaten, ihre Postleitzahl sowie drei Bilder und eine kurze Beschreibung des Schadens abgeben. Laut Angaben des Unternehmens prüft ein Mitarbeiter bei Fixico die Bilder auf ihre Verwendbarkeit. Kathy Reimann erklärte im Telefonat mit colornews.de: „Unsere Mitarbeiter sind Schadensexperten aus der Automobilindustrie, haben Automobilbau studiert oder bereits in einem Betrieb gearbeitet." Anschließend können Werkstätten im Einzugsgebiet anhand dieser Informationen Angebote erstellen. Diese seien absolut verbindlich, heißt es bei Fixico.

„HEUTE NRW, MORGEN GANZ DEUTSCHLAND"

Seit dem 6. Januar dieses Jahres ist Fixico offiziell in Deutschland aktiv, mit Firmensitz in Düsseldorf und Fokus auf der Metropolregion Köln/Düsseldorf. Von dort aus planen die Niederländer offenbar ihre Expansion. Entsprechend selbstbewusst titelten sie in der vergangenen Woche auf Facebook: „Heute NRW, morgen ganz Deutschland." Und es geht noch weiter: In einem Interview mit Business Insider Nederland erklärte Mitgründer Derk Roodhuyzen, man wolle letztlich in ganz Europa aktiv sein, schließlich gebe es neben einem Wettbewerber in den Niederlanden europaweit noch keine Konkurrenz. Im telefonischen Gespräch relativierte Kathy Reimann: Man prüfe zunächst, wie Fixico auf dem deutschen Markt anlaufe und entscheide dann, ob und wie es weitergeht.

VOR ALLEM PRIVATKUNDEN IM VISIER

Während das Unternehmen in den vergangenen Jahren in den Niederlanden zunächst vor allem auf das Endkundengeschäft fokussierte, versuchen die Betreiber dort auch das Geschäft mit Flotten anzukurbeln. Aktuell arbeite man mit dem Autovermieter Diks Car Rental sowie mehreren kleineren Firmenflotten zusammen. „In Deutschland konzentrieren wir uns auf das B2C-Geschäft, also die direkte Ansprache des Autofahrers", betont Kathy Reimann. Darüber hinaus ist Fixico laut Informationsportal eu-startups.com bereits dabei, ein Versicherungsprodukt in Zusammenarbeit mit einigen Assekuranzen auszurollen. Reimann erklärte jedoch, dass dies lediglich eine Zusammenarbeit für den Markt in Südafrika gewesen sei und unterstrich: „Wir planen keine Kooperationen mit Versicherern in Deutschland oder den Niederlanden und distanzieren uns davon bewusst."

GEBÜHREN UND VERMITTLUNGSPROVISIONEN

Wie finanziert sich Fixico? Auf Nachfrage in der Deutschland-Zentrale von Fixico erfuhr colornews.de, dass K&L-Betriebe in den Niederlanden für die Registrierung im Schadenportal zunächst 299 Euro zahlen. Für deutsche Betriebe sei die Anmeldung aktuell noch kostenlos, über den späteren Beitrag werde aktuell noch diskutiert. „Wir berechnen zudem eine Provision für jede erfolgreiche Vermittlung in Höhe von zehn Prozent des Nettokalkulationspreises“, erklärt Kathy Reimann im Gespräch. Laut TechCrunch zahle der Pkw-Halter den Reparaturbetrag dann direkt in der Werkstatt, während Fixico Vermittlungsgebühren später der Werkstatt in Rechnung stellt.