



14.07.2021

AUTOGLAS: „DIE REPARATURQUOTE LIEGT AKTUELL BEI 27 PROZENT“

Nach Einschätzung von Johann Slowakiewicz, Business Development Manager bei Scheiben-Doktor, ist die Zahl der K&L-Betriebe, die ins Autoglasgeschäft einsteigen, in den vergangenen Jahren stark gestiegen. Seine Begründung ist simpel: „Scheiben sind die Bauteile, die am Fahrzeug am häufigsten beschädigt werden.“

POSITIVES ZWISCHENFAZIT ZU SCHEIBEN-DOKTOR 2.0

So ist es für den Business Development Manager kaum verwunderlich, dass die Kooperation von Scheiben-Doktor mit der EUROGARANT AG seit ihrer Gründung vor etwas mehr als einem Jahr einen enormen Zuwachs verzeichnet. „Immer mehr K&L-Betriebe haben verstanden, dass sich mit Autoglas ein lohnenswertes Zusatzgeschäft generieren lässt“, zieht Johann Slowakiewicz ein positives Zwischenfazit zu Scheiben-Doktor 2.0. Ausschlaggebend für den Erfolg sei die hohe Reparaturquote, die der Lizenzgeber in seinen Partnerbetrieben beobachte. Diese liege aktuell bei rund 27 Prozent.

WO IST EINE REPARATUR SINNVOLL?

Im Video gibt Johann Slowakiewicz noch eine kurze Übersicht, in welchen Bereichen eine Scheibenreparatur überhaupt möglich ist und wo nicht. So ist beispielsweise im sogenannten Fahrerfernsichtfeld und im Bereich der Kamerasysteme, die in der Scheibe verbaut sind, ist eine Reparatur ausgeschlossen. Dafür seien durch die von Scheiben-Doktor angewandte Reparaturtechnik auch die Instandsetzung von Schäden in Randbereichen der Windschutzscheibe möglich. Bei Steinschlägen, die die Größe einer Euromünze überschreiten, empfiehlt sich laut dem Experten jedoch eher ein Scheibentausch, „da eine Reparatur unseren hohen Qualitätsstandards nicht genügt, und somit unseren Kunden nicht zufriedenstellen würde.“

LIZENZGEBER UNTERSTÜTZT DURCH MARKETINGPAKETE UND SCHULUNGEN

Sowohl bei einer fachgerechten Scheibenreparatur als auch bei einer notwendigen Neuverglasung unterstützt Scheiben-Doktor seine Lizenznehmer zum einen mit Schulungen zur fachgerechten

Scheibenreparatur im Trainingcenter in Pohlheim. Zum anderen können Scheiben-Doktor-Betriebe laut Johann Slowakiewicz ein umfangreiches Marketingpaket nutzen, um das Thema Autoglas zielgruppengerecht in ihrer Region zu vermarkten.

Ina Otto