





08.09.2021

SCHADENTALK WEB-TV: „JETZT IST DER RICHTIGE ZEITPUNKT, SICH MIT DEM THEMA ZUSATZGESCHÄFT ZU BESCHÄFTIGEN“

„Rettungsanker Zusatzgeschäft – Wie Smart Repair, Oldtimer und Industrielackierung Betriebe durch die Krise bringen“ lautete der Titel der Schadentalk-Sendung im Web-TV vergangenen Donnerstag (2. September). Die siebte Ausgabe des Branchentalk-Formats wurde live aus dem K&L-Betrieb Retzlaff und Kramm Automotive in Ahrensfelde bei Berlin gesendet. Neben Inhaber Marco Retzlaff waren in der Talkrunde auch Thomas Marniok, Geschäftsführer der Mirka GmbH, sowie Tobias Wastensteiner von der SRV Ulm GmbH & Co.KG und Carl Schäfer, Inhaber der Taunus Fahrzeug Service GmbH zu Gast. In kurzen, jeweils abgeschlossenen Gesprächsrunden berichteten die Gäste gegenüber den Moderatoren, schaden.news-Chefredakteur Christian Simmert sowie schaden.news-Redaktionsleiterin Ina Otto, von ihren Erfahrungen mit dem Zusatzgeschäft. Dabei lag der Fokus bei den drei Betriebsinhabern auf ganz unterschiedlichen Standbeinen.

„ICH BIN FLEXIBLER BEI VERHANDLUNGEN MIT SCHADENSTEUERERN“

Marco Retzlaff beispielsweise setzt schon seit der Gründung seines Unternehmens auf seine große Leidenschaft, die Oldtimer. In seinem 16 Mitarbeiter starken Betrieb restauriert er Klassiker, parallel zum Tagesgeschäft mit der Unfallschadeninstandsetzung. Die monatliche stundengenaue Abrechnung bei seinen Oldtimer-Kunden bietet ihm mehr Planungssicherheit. So sei gerade das Pandemie-Jahr 2020 für seinen Betrieb eines der umsatzstärksten gewesen. „Das Oldtimergeschäft ermöglicht einen guten Puffer, gerade, wenn es im Unfallschadengeschäft ruhiger ist.“ Zudem, berichtete der Inhaber im Talk, ermögliche ihm das zweite Standbein, bei Verhandlungen mit Schadensteuerern deutlich offensiver vorzugehen. Allerdings räumte Marco Retzlaff in der Runde ein, dass es sich beim Oldtimergeschäft oft um Jahresprojekte handle. Mitarbeiter müssen dementsprechend ausgebildet und auf die Langwierigkeit der Arbeiten eingestellt sein – allein schon aus Motivationsgründen. „Das Erfolgserlebnis erhält man schließlich erst nach Monaten oder Jahren“, begründet der Unternehmer.

„IMMER MEHR BETRIEBE STELLEN SICH BREITER AUF“

Die breite Aufstellung verfolgt auch Ausrüster Mirka gerade seit diesem Jahr auch im eigenem Hause noch intensiver. Zu Beginn 2021 hat der Spezialist für Schleifmittel sein Portfolio erweitert. So bietet der Hersteller nun auch Maskierfolie und -tape, Fließbecher und Rührstäbe unter der Produktlinie „Essentials“ an. Ziel sei, gerade K&L-Betriebe mit vielfältigen Leistungen noch zielgerichteter beraten zu können, berichtete Geschäftsführer Thomas Marniok im Talk. Hinsichtlich der aktuellen Marktsituation mit **einem Reparaturvolumen, das sich weiterhin unter Vorkrisen-Niveau bewegt** sei es für K&L-Betriebe derzeit durchaus sinnvoll, sich breit aufzustellen: „Jetzt ist der richtige Zeitpunkt, sich mit dem Thema Zusatzgeschäft zu beschäftigen“, richtete er in der Sendung das Wort direkt an die Werkstätten. Der Geschäftsführer beobachte bereits jetzt ganz klar eine wachsende Anzahl an Betrieben, die weitere Standbeine schaffen, vor allem im Smart Repair-Bereich. Werkstätten dabei zu unterstützen erklärte der Geschäftsführer als eine wichtige Aufgabe für das Mirka-Team.

„DAS GESCHÄFTSFELD ENTWICKELT SICH ERST LANGFRISTIG“

Wie umfangreich und vom K&L-Geschäft abweichend sich gerade das Geschäft mit der Kleinschadenreparatur gestaltet, erläuterte Tobias Wastensteiner. Der 42-Jährige ist mit seinem Betrieb SRV Ulm ursprünglich als reines Smart-Repair-Unternehmen gestartet, hat sein Portfolio aber inzwischen auf das vollständige Unfallschadengeschäft weiterentwickelt. Der Grund: „Immer mehr Auftraggeber erwarten den gesamten Service rund um die Fahrzeuginstandsetzung aus einer Hand.“

Durch flexible Mitarbeiter und aufeinander abgestimmte Produktsysteme gelinge es dem Betrieb, dem Preisdruck zu trotzen, hohe Durchlaufzeiten in kurzer Zeit zu bewältigen und das Geschäftsfeld gewinnbringend einzusetzen. Rund die Hälfte seines Umsatzes erwirtschaften Tobias Wastensteiner und sein Team mit der Kleinschadenreparatur – von der Spot Repair-Lackierung über die Hagelinstandsetzung bis hin zur Felgenaufbereitung. Ähnlich wie Marco Retzlaff ist aber auch Tobias Wastensteiner überzeugt: „Das Geschäft muss sich langfristig entwickeln, das funktioniert nicht von heute auf morgen. Zudem müssen die Mitarbeiter mitziehen, die mitunter jeweils an drei Fahrzeugen parallel arbeiten.“

„DIE MÖGLICHKEITEN IN DER INDUSTRIELACKIERUNG SIND GIGANTISCH“

Dass der Aufbau eines Zusatzgeschäftes für K&L-Betriebsinhaber auch viel mit der eigenen Einstellung zu tun hat, betonte Carl Schäfer im Talk. Der heute 37-Jährige hat mit 25 Jahren sein Unternehmen gegründet und setzt dort zu je einem Drittel auf die Unfallinstandsetzung, Mechanik-Service und Industrielackierung. Von der Sonnenbank bis zum elektrischen Zahnbürstenkopf haben Carl Schäfer und seine rund 20 Mitarbeiter eine große Bandbreite lackiert. Diese breite Aufstellung, auch innerhalb des Industriegeschäfts, ließen sich auch die Auftragsrückgänge während der Pandemie kompensieren. Carl Schäfer betont: „Insbesondere mit unserem handwerklichen Know-how können K&L-Betriebe bei der Industrie punkten.“ Beispielsweise bei individuelle Entwicklungen von Kleinserien ist der Betrieb oft vollständig mit eingebunden. Mut, den Einstieg zu wagen, sei eine wichtige Voraussetzung für Betriebsinhaber. „Der Bedarf am Markt ist definitiv vorhanden, die Möglichkeiten sind gigantisch“, ist der Unternehmer überzeugt. Wichtig sei, sich selbst als kompetentes Unternehmen dar- und bei potenziellen Kunden vorzustellen. Allerdings betonte Carl Schäfer, dass die Mitarbeiter regelmäßig geschult und auch nachgeschult werden müssen, damit die Prozesse in der Serie funktionieren und konstant effizient ablaufen. Die klar genormten Prozesse erschweren es aber, Mitarbeiter aus dem Pkw-Lackierung in der Industrielackierung einzubinden. Wer in das Geschäftsfeld einsteigen wolle, müsse daher auch seine personellen Ressourcen im Vorfeld genau überdenken.

DIESE FAKTOREN SOLLTEN STIMMEN

Welches Fazit kann der Zuschauer nun aus dem rund eineinhalbstündigen Talk ziehen? Punkt eins: Langfristig denken. Denn die Zusatzgeschäfte entwickeln sich nicht von heute auf morgen. Die Prozesse müssen wachsen und in die Betriebsabläufe integriert werden. Bis es Früchte trägt, können mitunter Jahre vergehen. Zweiter Punkt: Individuell prüfen, welches Zusatzgeschäft zum eigenen Betrieb passt. Dabei auch die Mitarbeiter mitnehmen und einbeziehen: Haben Sie das Know-how, die Motivation und die Kapazität, um die Anforderungen auch leisten zu können?

Dritter Punkt: Strategische Partner suchen. Je genauer Prozesse und Ausrüstung auf die Anforderungen, die Kleinschadenreparatur, Oldtimerinstandsetzung und Co. mit sich bringen, abgestimmt sind, desto größer die Chancen, dass der Betrieb mit dem Zusatzgeschäft den gewünschten Erfolg erzielt und auch in unsicheren Zeiten rentabel aufgestellt ist.

Carina Hedderich