



19.07.2023

JUNITED AUTOGLAS: FLEXIBILITÄT ALS ENTSCHEIDENDER FAKTOR FÜR KUNDEN

Mit einer neuen Marketingkampagne starteten die Autoglasspezialisten von junited AUTOGLAS offensiv ins neue Jahr. Der größte Verbund freier Autoglaser in Deutschland möchte die Bekanntheit seiner Marke steigern und sich als zuverlässiger und schneller Glaspartner gegenüber Privatkunden und Versicherungsunternehmen positionieren. „Mit Erfolg“, wie Lutz Mühling in einem Gespräch mit schaden.news betonte. Als Leiter des Netzwerkmanagements bei junited AUTOGLAS zog er eine Zwischenbilanz für das aktuelle Kalenderjahr.

„MEHR VERMITTLUNGEN UND DEUTLICH MEHR INSTANDSETZUNGEN“

Die Bilanz fällt äußerst positiv aus: „Nach einem ruhigen Januar und Februar aufgrund des milden Winters nahmen die Schadenfälle seit März kontinuierlich zu. In den ersten sechs Monaten konnten wir im Vergleich zum Vorjahreszeitraum deutlich mehr Scheiben reparieren und austauschen“, resümierte Lutz Mühling. Dies ist vor allem auf vermehrte Vermittlungen durch Kfz-Versicherer und einen Anstieg von Laufkundschaft zurückzuführen. „Aktuell ist unsere größte Stärke die Flexibilität unserer Partner bei der Terminvergabe und der schnelle Service.“

Dank des mobilen Services und Hol- und Bringdiensten konnte junited AUTOGLAS sowohl bei Kunden als auch bei Versicherern punkten. Zusätzlich sorgt die positive Mundpropaganda für eine zunehmende Bekanntheit des Services, der bereits mehrfach von verschiedenen Institutionen ausgezeichnet wurde. Hierzu tragen neben **der neuen Werbekampagne mit humorvollen Wortspielen** auch spezielle Agenturtag bei, an denen junited-Partnerbetriebe regionale

Versicherungsagenturen einladen und ihren Arbeitsalltag zeigen. „Dass wir unser Serviceversprechen halten, zeigt auch unsere geringe Reklamationsquote von unter 0,5%“, betonte Lutz Mühling in diesem Zusammenhang.

315 STANDORTE UND STABILE REPARATURQUOTE

Auch die Entwicklung des Netzwerks verläuft zufriedenstellend. „Mit über 200 Partnern und aktuell 315 Standorten hat sich unsere Netzwerkgröße in den letzten Jahren stabilisiert. Monatlich integrieren wir bis zu vier neue Standorte in unser Netzwerk. Gleichzeitig müssen wir uns aber auch von Partnern trennen, die den Servicegedanken von juned AUTOGLAS nicht mittragen.“ **Neue Partner werden in regelmäßig stattfindenden Start-up-Tagen mit den Werten und Arbeitsweisen des Autoglaserverbands vertraut gemacht.** Zusätzlich erhalten neue Mitarbeiter technische Schulungen zur Autoglasreparatur, -austausch und zur Kalibrierung von Fahrerassistenzsystemen. Die Reparaturquote ist laut dem Netzwerkleiter mit rund 25 Prozent stabil, unterliege jedoch gelegentlichen saisonalen und regionalen Schwankungen.

„KALIBRIERUNG NEUER ELEKTROFAHRZEUGE WIRD WICHTIGES KRITERIUM“

Abschließend erläuterte der erfahrene Autoglaser gegenüber schaden.news die Zukunftspläne von juned AUTOGLAS. Um weiterhin erfolgreich am Markt zu bestehen, verfolgt juned AUTOGLAS eine klare Strategie: „Wir möchten mit 330 Filialen in Deutschland flächendeckend als kompetenter Ansprechpartner für Versicherungen zur Verfügung stehen und uns breit aufstellen.“ Dies gilt nicht nur für den Austausch von Autoglas im Pkw-Bereich, sondern auch für Caravans, Nutzfahrzeuge und insbesondere Elektrofahrzeuge, wie Lutz Mühling betont. „Die Fähigkeit zur Kalibrierung von Assistenzsystemen neuer Elektrofahrzeuge nach einem Scheibentausch wird in Zukunft ein wichtiges Kriterium für Privatkunden und Vermittlungsagenturen sein. Unser Anspruch ist es, unsere Partnerbetriebe hier zeitnah technisch zu befähigen, auch Modelle neuer chinesischer Hersteller kalibrieren zu können. Daran arbeiten wir aktuell mit Hochdruck“, so Lutz Mühling.

Noch wichtiger als die technischen Voraussetzungen sind jedoch qualifizierte Mitarbeiter, um die Aufträge für Verbrenner und Elektrofahrzeuge effektiv abwickeln zu können. „Fachkräfte zu gewinnen und langfristig zu halten, ist auch für uns Autoglaser die größte Herausforderung in den kommenden Jahren“, ist sich der Netzwerkleiter sicher.

Carina Hedderich