

„Wir stellen das Autohaus ins Zentrum“

carplus Versicherungsvermittlungsagentur GmbH/Wien wurde 2006 als 100-Prozent-Tochter der Wiener Städtischen Versicherung zur Betreuung der österreichischen Autohäuser im Bereich der Kfz-Versicherungsvermittlung ins Leben gerufen. Durch das stetige Wachstum konnte das Team laufend erweitert werden. Die beiden Geschäftsführer **Michael Schlögl** und **Peter Kirisics** sowie Vertriebsleiter **Dominic Krb**, berichten im „AUTO-Information“-Gespräch über die Auswirkungen der geringen Neuzulassungen, die Herausforderungen des Agentursystems und die Vorteile der carplus-Struktur für den Händler. (GEW)

Beginnen wir mit einem Rückblick: Wie ist das aufgrund der niedrigen Zulassungszahlen schwierige Jahr 2022 gelaufen?

Schlögl: Angesichts der Rahmenbedingungen sind wir doch überrascht, wie positiv das vergangene Jahr gelaufen ist. Die Rahmenbedingungen waren natürlich schwierig, mit Liefersituation, wirtschaftlicher Situation, Ukraine-Krieg und Kaufzurückhaltung. Zudem hatten wir eine Umstellung auf ein neues Verwaltungssystem, alle Verträge mussten umgestellt werden, so etwas läuft nie ganz reibungslos.

Wir haben sehr viel investiert und sind nun mit dem System bestens aufgestellt. Danke an alle Partner und an das gesamte Team, das hat uns noch stärker zusammengeschweißt.

Krb: Wir erreichen mit dem neuen System schnellere Abläufe, eine validere Verarbeitung, eine höhere Stabilität sowie bessere Analyse- und Verwaltungsmöglichkeiten.

Kirisics: Und nicht zuletzt zeigt diese Umstellung und Modernisierung erneut, dass wir unsere Partner mitnehmen. Viele Änderungswünsche kommen von den Autohäusern und werden von unserem Außendienst weitergetragen. Wir entwickeln uns gemeinsam mit unseren Partnern weiter. Denn bei aller Digitalisierung und Automatisierung: Unsere Stärke ist das Team vor Ort.

Wie sieht der Blick in die nahe Zukunft aus?

Kirisics: Ich bin insgesamt sehr positiv, auch wenn es gerade schwierige Zeiten sind für die Händler. Das Jahr 2022 lag bei den Neuzulassungen auf dem Niveau von 1979. Wir konnten uns trotzdem sehr gut behaupten, das Ergebnis ist in Relation zu den Zulassungen sehr gut.

Krb: Wir haben im Krisenjahr weiter ausgebaut, in Personal und EDV investiert. Damit sind wir technisch und seitens des Teams bereit, den Markt weiter aufzubauen. Mittlerweile haben wir mehr als einen carplus-Außendienstmitarbeiter pro Bundesland, das ist unser Wachstumspfad für die Zukunft.

Schlögl: Wir haben ambitionierte Ziele für die Zukunft. Die wird sicher digitaler, mit stärkerer Unterstützung in den Prozessen, aber auch mit intensiver Betreuung durch unser Team.

Wie schaffen Sie die Kontinuität in der Zusammenarbeit?

Kirisics: Wir haben langjährige Partnerschaften, hohe Loyalität, all unsere Konzepte sind darauf aufgebaut, Händler langfristig als Partner servieren zu können.

Schlögl: Es sind unruhige Zeiten, da braucht es einen stabilen Partner.

Krb: Die Autohäuser sind derzeit stark gefordert, ein Beispiel dafür ist der Agenturvertrag. Da ist es wichtig, dass das Thema Versicherung durch Unterstützung von carplus stabil ist. Das Autohaus kann sich auf sein Hauptthema konzentrieren.

Kirisics: Darüber hinaus kommen die Leads ja immer wieder zum Autohaus. Es geht nicht nur um den Neuwagen-Kunden: Wir haben unsere Produkte so gestaltet, dass der Kunde ins Autohaus zurückkommt.

Welche Schwerpunkte setzt carplus im aktuellen Vertriebswandel?

Kirisics: Die Händler sollen sehen, dass wir sie auf breiter Schiene unterstützen, nicht nur im Bereich der Digitalisierung. Das tun wir etwa mit der Kooperation mit Go!drive. Es ist immer schon die Philosophie von carplus, keine Marke zu bevorzugen, wir sind bei den Herstellern ebenso vertreten wie bei einzelnen Autohäusern. Wir bieten für jeden Partner maßgeschneiderte Lösungen. Wir betreuen von groß bis klein und können in dieser Betreuung mit nach oben hin fast offenen Ressourcen arbeiten. Wir haben 2.000 Außendienstmitarbeiter der Wiener Städtischen, auf die wir zugreifen können und die immer motiviert sind, Autohäuser zu betreuen.

Krb: Wir sind für Marken und für Partner offen, aus diesem Grund sehen wir auch das Agenturthema entspannt, können mit Marken, Händlern und Banken zusammenarbeiten. Wie erwähnt, steht bei allen unseren Überlegungen und Planungen der Händler im Fokus. Das ist auch bei Go!drive so, wo wir über eine zweite Schiene dem Händler Leads und Geschäft ins Haus bringen. Wir stellen das Autohaus ins Zentrum, arbeiten rundherum, stehen aber nie in Konkurrenz. Auch der kleine Kfz-Betrieb kann bei uns profitieren. Egal ob Importeur, Autohaus-Gruppe oder Familienbetrieb, wir sind für jeden der richtige Partner.

Schlögl: Wir haben Lösungen für alle drei Partnergruppen. Durch dieses System mit den carplus-Landesleitern und der Betreuung durch den großen Außendienst der Wiener Städtischen im Tagesgeschäft, können wir die Betriebe optimal betreuen und sehr leicht skalieren.

Wie verändert sich das Geschäft des Autohändlers?

Krb: Der Kfz-Betrieb benötigt mehr denn je Erträge aus Finanzierung, aus Versicherungsabschlüssen und aus dem Werkstätten-Geschäft. Der Händler darf nichts mehr außer Acht lassen, muss eine 360-Grad-Kundenbetreuung bieten, das ist ohne Partner nicht möglich.

Schlögl: Im Agenturvertrieb werden Identitätsmerkmale für den Händler immer wichtiger, carplus unterstützt die Identität des Autohauses. Wir geben dem Betrieb die Werkzeuge in die Hand, mit denen er arbeiten kann. Es muss eine Kombination aus Modus und Produkt sein. Neben der Betreuung haben wir auch die passenden Produkte: Damit ist der Händler sorgenfrei unterwegs, weil der Kunde perfekt abgesichert ist.

Kirisics: Dabei entwickeln wir unsere Produkte gemeinsam laufend weiter, wie etwa den neuen Elektro/Hybrid-Tarif. Wenn wir neue Pakete einführen, dann immer in Absprache mit den Partnern, auch um Lücken am Markt zu schließen. Diese Lösungen werden nicht intern ausgearbeitet, sondern auf Basis der Rückmeldungen unserer Außendienstmitarbeiter, die ständig vor Ort sind.

Arbeiten Sie nun im Hinblick auf den Agenturvertrieb verstärkt mit Importeuren zusammen?

Schlögl: Wir wollen das eine tun und das andere nicht lassen. Wir sind für alle da. Wir schränken den einzelnen nicht ein, wollen aber – auch im Sinne der Händler – nicht auf Importeurs-Kooperationen verzichten.

Kirisics: Die Agenturverträge werden von den Händlern noch sehr gemischt gesehen. Wir gehen aber davon aus, dass sich auch diese Vertriebsform ausreifen und verbessern wird. Und durch Kooperationen unterstützen wir auch den Händler mit seinem Agenturvertrag.

Krb: Die Vertriebssysteme können wir nicht beeinflussen. Unsere Aufgabe ist es, den Händler zu begleiten und ihm Zusatzerträge zu ermöglichen. Das gewinnt durch neue Vertriebssysteme noch stärker an Bedeutung. Wir bieten den Autoherstellern auch Schnittstellen zu unseren Lösungen. Durch unsere umfassende Systemumstellung sind wir hier auch auf zukünftige Anforderungen bestens vorbereitet.

Was sind abgesehen vom veränderten Vertrieb die größten Herausforderungen für den Autohandel?

Krb: Wir haben zwei große Entwicklungen: Die eine ist die Elektro-Mobilität, die zweite sind Miet- und Abo-Angebote. Wir bieten Lösungen für beide Trends. Das Abo ist ein spezielles Produkt, weil es ein besonderer Absicherungsfall ist. Es gibt eigene Verwendungsbestimmungen mit neuen Risiken, die abgedeckt werden müssen. In diesem Fall ist das Autohaus sowohl Versicherungsnehmer wie auch Kunde. Wir haben dafür spezielle Modelle mit marktreifen Prämien.

Kirisics: Wir sind auch Vorreiter im Elektrobereich, wo wir etwa schon seit Jahren Lösungen für Hybrid-Modelle haben. Wir sind immer am Puls der Zeit, lassen aber keinen zurück.

Krb: Das gilt nicht nur für den Pkw, sondern auch beim Lkw. Wir haben etwa schon E-Lkw-Lösungen, sind Partner von E-Fahrzeug-Herstellern.

Welche Bedeutung hat die Schadensabwicklung?

Kirisics: Der Schaden ist für einen Kunde natürlich etwas Negatives. Da ist es wichtig, dass die Abwicklung gut funktioniert, und hier werden wir wirklich sehr gelobt. Dafür gibt es eigene Teams, die sich um carplus kümmern, das funktioniert fantastisch.

Schlögl: Laut Marktstudien werden Händler bei der Schadensabwicklung mitbewertet, das ist eine wesentliche Entscheidung. Wir haben für alle Bereiche Ansprechpartner und damit Problemlösungen vor Ort, auch bei Problemen in der Schadensabwicklung. Bei uns ist kein Call-Center im Einsatz, sondern Menschen vor Ort.

Kirisics: Das gilt auch für die Betreuung der Tippgeber. Wir haben immer Ansprechpartner aus der Region vor Ort. Der Kunde verbindet die Mitarbeiter der ausführenden Versicherung mit dem Autohaus. Wir haben hier einen sehr individuellen Weg durch regionale Betreuung zielgerichtet auf Händler einzugehen.

Krb: Wenn die Abwicklung nicht zufriedenstellend ist, fällt das auf den Händler zurück. Mit uns ist er auch im Schadensfall bestens beraten und abgesichert. Es zahlt sich aus, auf eine Qualitätsversicherung zu vertrauen.

Kann das Autohaus auch von den anderen Versicherungslösungen der Wiener Städtischen profitieren?

Krb: Wir sind neben der Kfz-Versicherung der Ansprechpartner in allen Versicherungsfragen, bieten eine Rundum-Absicherung für das Autohaus, für Handel und Gewerbe. Der Unternehmer kann alle Sorgen an uns auslagern.

Kirisics: Es ist natürlich ein Vorteil, wenn man einen Ansprechpartner hat und alles aus einer Hand kommt. Hier gibt es im Bedarfsfall auch keine Diskussionen über Verantwortlichkeiten.