



Autoglas Services

Leistungs-Bausteine und Forschungs-Ergebnisse

Für Hersteller, Händler und Einbauer

Unsere Leistungen für Ihren Erfolg!



WOLK & PARTNER CAR CONSULT GMBH

INHALTSVERZEICHNIS

1 Gerne willkommen: Ihre Anfrage!.....	3
2 Autoglasmarkt – lohnenswert auch für KFZ-Werkstätten?	4
3 Für wen ist diese Broschüre gedacht?	10
4 Für Werkstattinhaber: Was wir für Sie tun können!.....	11
5 Für Werkstattinhaber: Unternehmensführung.....	12
5.1 Kennen Sie Ihre Verlustbringer?	12
5.2 Wenn die Bank Druck macht.....	12
5.3 Umsatzrückgang, was tun?	12
6 Training – Know How für mehr Erfolg!	14
6.1 Glaswin – alles behalten?	14
6.2 Verkaufstraining	14
• Richtiger Umgang - auch mit schwierigen Kunden!	14
• „Geiz ist geil“ - Abwehren, aber richtig!.....	14
• Motivation der Mitarbeiter steigern	14
• Was machen die Erfolgreichen besser?.....	14
• Werbung wirksam einsetzen.....	14
6.3 Universal-Glastraining – auch für Fortgeschrittene!	15
6.4 Test – Training – Test.....	15
6.5 Grundlagenseminar „Autoglas“ für Einsteiger	16
7 Verkauf und Marketing	17
7.1 Werbung wirksam einsetzen.....	17
7.2 Standort aufmachen oder schließen	17
8 Für Werkstatt-Inhaber: „Feuerwehr“ bei Krankheit und Urlaub.....	19
9 Markt und Wettbewerb (Reporte)	20
9.1 Autoglasreport	20
9.2 Megatrends im Autoglas-Aftermarket	20
9.3 Klarsicht – ein Branchenratgeber für Autoglaseinbauer.....	21
9.4 Autoglas – Autofahrerbefragung	21

9.5	„Der Aftermarkt“ – die Trendstudie zum Auto-Aftersalesmarkt.....	22
10	PKW – Frontscheibenersatzbedarf	23
11	Adressdatenbank	23
12	Wer ist Wolk & Partner Car Consult?	24

1 Gerne willkommen: Ihre Anfrage!

Zu den meisten Leistungen, die in dieser Broschüre beschrieben sind, haben wir keine Preise genannt. Die Ursache dafür ist einfach: Die meisten unserer Kunden haben eine ganz unterschiedliche Ausgangssituation und somit auch individuelle Anforderungen. Standardangebote helfen dann nicht weiter. Deshalb erbitten wir Ihre Anfrage.

Sollten Sie darüber hinaus nicht genau die Beschreibung von Leistungen finden, nach denen Sie suchen, so sprechen Sie Helmut Wolk oder Markus Heintz unter +49 2204 – 842526 gerne jederzeit an oder senden Sie eine Email an: info@wolk-partner.de. Wir freuen uns auf Ihre Anfrage.

2 Autoglasmarkt – lohnenswert auch für KFZ-Werkstätten?

Wie groß ist der Markt für Autoglas heute?

In Deutschland werden in 2005 insgesamt rund ca. 2,54 Mio. Scheiben an PKW und Kombi ersetzt. Das entspricht einem Gesamtmarktvolumen von rund ca. 526 Mio. €. Davon werden etwa ca. 457 Mio. € auf ca. 2,21 Mio. Windschutzscheiben entfallen. Insgesamt umfasst der Markt für Autoglasersatz knapp 3% des gesamten Auto-Aftersalesmarktes. Der gesamte Auto-Aftersalesmarkt umfasst neben Autoglas noch die Produktgruppen Teile (Verschleißteile, Elektrik/Elektronik, Karosserie- und Blechteile sowie Aggregate), Zubehör, Chemie und Reifen. Autoglas hat zwar nur einen recht kleinen Anteil am Gesamtersatzbedarfmarkt, aber es ist mit den Jahren für Werkstätten immer interessanter geworden, sich damit zu beschäftigen. (Zur zukünftigen Entwicklung des Autoglas-Marktes, siehe Verweis auf das Angebot an Informationen im Textkasten „Fachkundiger Rat und fundierte Informationen“).

Warum ist Autoglas auch für Kfz-Werkstätten mehr in den Mittelpunkt des Interesses gerückt?

Seit Jahren reduzieren sich die Reparatur- und Wartungszeiten pro PKW und Jahr drastisch. Ein Trend, der auch in den nächsten 15 Jahren anhalten wird. Liegen sie heute noch bei ca. knapp unter 4 Stunden pro PKW und Jahr, so werden sie sich bis auf 1,5 bis 2,0 Stunden in 2020 reduzieren. Die Werkstattauslastung wird dadurch stark reduziert werden. Wesentliche Beeinflussungsfaktoren sind die längere Haltbarkeit der Teile und der durch die Elektronik begünstigte Modulaustausch anstelle der Reparatur. Der Anschluss an zentrale Diagnosecenter vermindert für die Werkstätten die Fehlersuchzeiten und vergrößert deren Abhängigkeit von zentralen Diagnosecentern der Autohersteller.

Zusätzlich weichen die früher im Kfz Gewerbe so gut vorhersagbaren Saisonzyklen völlig auf und werden wesentlich unberechenbarer. Das Geschäft wird insgesamt weniger.

Deshalb orientieren sich viele am Kfz-Markt Beteiligten neu und mischen zunehmend mehr in allen autobezogenen Dienstleistungen mit. Die Grenzen zwischen den einzelnen Anbietern verwischen, oder war es vor Jahren denkbar, dass eine ganze Reihe von Reifen-Vermarktungssystemen mittlerweile kompletten Autoservice anbietet? Zu den Feldern, die von allen Marktteilnehmern neu besetzt werden, gehören vor allem die Diagnose, Reifen, Klimageservice, Elektrik, aber auch Glas.

Aufgrund der möglichen Chancen, die in diesen zusätzlichen Geschäftsfeldern liegen könnten, wird dann in die Bereitstellung dieser zusätzlichen Services inves-

tiert. Aber lohnt sich das für die einzelne KFZ-Werkstatt immer? Im Fall von Autoglas sicher nicht. Wer in einer bestehenden KFZ-Werkstatt einen Autoglasservice aufbauen will und bei Null beginnt, kann theoretisch mit Investitionen von etwa 2.500 Euro in Werkzeuge, Material und EDV die ganze Leistungspalette an Autoglasservice abdecken. Diese umfasst neben der Windschutzscheibenreparatur auch alle Leistungen des Glasersatzes. Zusätzlich muss er für beide Bereiche zusammen etwa weitere 2.500 Euro in Schulungen investieren. Um jedoch aus einem nur einmal geschulten Mitarbeiter einen guten Scheibenreparateur oder Autoglaseinbauer zu machen braucht es etwa 1 Jahr des Training on the job. Dazu ist Voraussetzung, dass er mindestens 3 bis 5 mal pro Woche auch seine Fertigkeiten anwenden kann. Diese ganzen Investitionen sind jedoch zum Fenster herausgeworfen, wenn nicht die dementsprechende Kundschaft kommt. Und die kommt bei der heutigen Angebotsbreite an KFZ-Dienstleistern nicht mehr von alleine. Und sie kommt, um Autoglas-Dienstleistungen zu kaufen, sehr selten. Der Glasschaden ist verglichen mit den anderen Gruppen an möglichen Dienstleistungen im Aftersalesmarkt (Reifen, Chemie, Teile), ein seltener Schaden. Nur die Windschutzscheibe könnte man als „Verschleißteil“ bezeichnen, den Rest der Verglasung eines Fahrzeugs sicher nicht.

Dazu kommt, dass viele Autofahrer sparen, wo sie irgend können. Wenn gespart wird, dann treten Aufwendungen für das Auto heutzutage in Wettbewerb zu Kurzurlauben Erlebniswochenenden, Wellness, etc. Wenn schon notwendig, dann wählen Kunden bevorzugt Anbieter, die stark imagebildend und sehr vermarktungsaktiv sind, wie z.B. ATU und Pit Stop.

Wer ist am Markt für Autoglas aktiv und führend?

Gesicherte Zahlen darüber, wer von den 48.000 möglichen Einbaustellen für Autoglas diesen Service auch anbietet, gibt es kaum, aber näherungsweise lässt sich sagen, dass in etwa 20.000 Betrieben Autoglas selbst eingebaut wird: Dazu zählen etwa 10.000 Markenwerkstätten, 7000 freie Werkstätten, etwa 2000 Karosserie- und Lackfirmen und ca. 900 Autoglas-Spezialbetriebe.

Unter den Spezialisten ist Carglass mit 160 Filialen mit Abstand der größte Anbieter und eindeutiger Marktführer. Mit weitem Abstand, was Umsätze und Jobs betrifft folgt die Verbundgruppe united Autoglas mit ca. 90 angeschlossenen Partnerbetrieben und die Franchisesysteme Novus/Wintec (77 Partner), Scheibendoktor (26 Partner) und Schwabo Autoglas mit (ca. 17 Partner). Darüber hinaus gibt es einige größere Filialisten mit meistens regionaler Bedeutung, wie Trotzowski und Peger oder Iser Autoglas.

Eine gewisse Sonderstellung nimmt die Fa. AEM, Autoglas Estermann Mobil ein, die als ausgelagerte Dienstleistungstochter von A.T.U die bundesweite Reparatur und den Ersatz von Fahrzeugglas für Kunden von A.T.U in den jeweiligen Filialen

vornimmt. Darüber hinaus bedient AEM, dem Vernehmen nach, auch die Firma pit stop und das Reifen-Vermarktungssystem Vergölst.

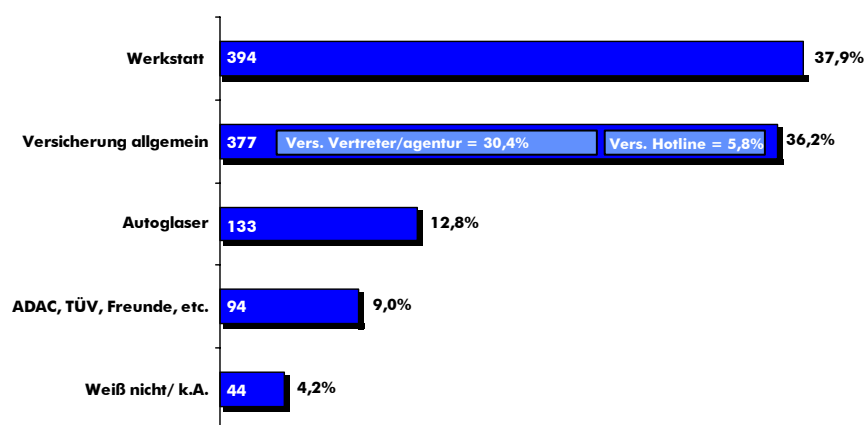
Die KFZ-Werkstatt – das unbekannte Autoglas-Wesen

Vielen KFZ-Werkstätten jedoch, egal ob markengebunden oder frei, mangelt es an einem klaren Vermarktungsprofil. Das bezieht sich nicht nur auf Autoglas, sondern auf fast alle Leistungen jenseits der Mechanikreparatur. Dabei sind die freien Werkstätten noch am schlechtesten dran, denn sie stehen zwischen Autohäusern und Spezialisten. Das macht es für Autofahrer schwer, markant und klar wieder zu erkennen, welche Leistungen denn tatsächlich angeboten werden. Und sehr schnell geht dann der mit so viel Hoffnung begonnene, eventuell markenübergreifend gedachte, Autoglas-Service in der Vielfalt der angebotenen Leistungen regelrecht unter.

Das belegt auch ein Report, den Wolk & Partner Car Consult GmbH im Jahr 2004 herausgegeben hat. In der „Autoglas-Autofahrerbefragung“ wurde untersucht, wie sich Autofahrer im Glasschadenfall verhalten.

Die folgende Grafik gibt darüber Aufschluss, an wen sich Autofahrer als Erstes wenden würden, wenn sie einen Glasschaden am Auto haben.

Erster Ansprechpartner im Fall eines Glasschadens – Alternative Gruppierung des Ergebnisses



n = Alle Wartungsverantwortlichen = 1042

© WOLK & PARTNER CAR CONSULT GMBH, TEL.: 02204/8425-21-26, DATEI, <http://www.wolk-partner.de>

20

Insgesamt wenden sich 37,9% derjenigen, die einen Glasschaden haben, im Erstkontakt direkt an Werkstätten (Markenwerkstätten, freie Werkstätten, Karosserie-

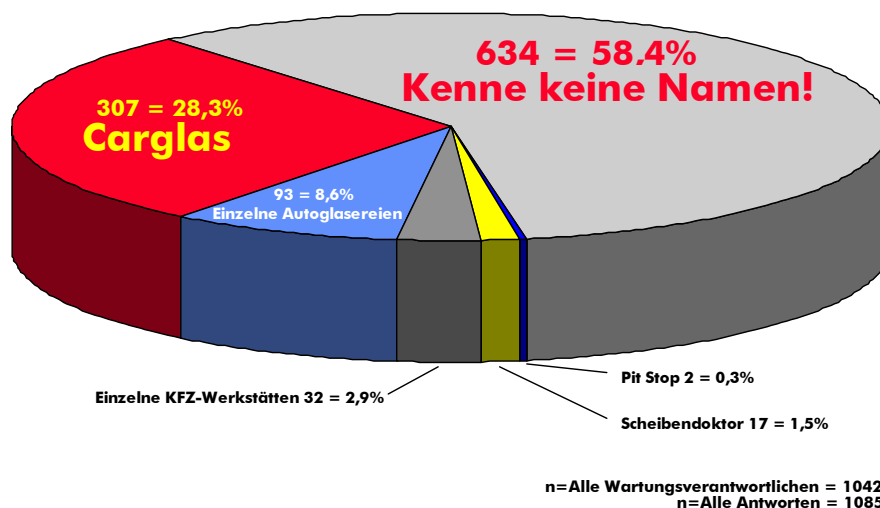
und Lackbetriebe). Ein Auftrag zur Behebung eines Glasschadens wird an 69,2% dieser Gruppe erteilt.

An Autoglasereien wenden sich als erstem Ansprechpartner nur 12,8% derjenigen, die einen Glasschaden haben, aber ein Auftrag zur Behebung eines Glasschadens wird an immerhin 24,3% dieser Gruppe erteilt.

So betrachtet ist das Ergebnis für beide Gruppen zwar nicht schlecht. Gewichtet man jedoch die Zahl der Betriebsstätten für die Gruppe der Werkstätten (marken-gebundene und freie) mit insgesamt ca. 40.000 gegenüber denen der Autoglas-Spezialfirmen mit insgesamt nur ca. 900, so schneiden Autoglasler eindeutig besser ab.

Interessant ist sicher auch, wenn man sich einmal anschaut, ob Autofahrer überhaupt Autoglas-Dienstleister kennen. Dabei stellt sich heraus, dass einer deutlichen Mehrheit Autoglas-Spezialfirmen ganz unbekannt sind, aber KFZ-Werkstätten als mögliche Dienstleister für Autoglasarbeiten in der Bekanntheit fast völlig untergehen.

Können Sie uns möglichst viele Autoglas-Spezialfirmen mit Namen nennen?



Interessant an der Grafik ist: Einzelne KFZ-Werkstätten sind nur zu einem ganz verschwindend geringen Teil (2,9%) als mögliche Erbringer von Autoglasdienstleistungen im Bewusstsein von Autofahrern verankert.

Autoglas-Spezialisten als Maßstab für die KFZ-Werkstatt

Einzig Carglass hat es nachhaltig geschafft, sich im Laufe der vergangenen Jahre bei 28,3% aller Autofahrer als „der“ Spezialist für Autoglas im Bewusstsein zu verankern. Aber dazu wurden auch gewaltige Summen in die Vermarktung des Namens und des Angebotes investiert. Investitionen, die in dieser Höhe einer einzelnen KFZ-Werkstatt (aber auch vielen anderen spezialisierten Autoglas-Anbietern) nicht möglich sind. Genauso wenig wie es eine einzelne Kfz-Werkstatt erreichen wird, einem bundesweit arbeitenden Leasing- oder Flottenunternehmen ein interessantes Angebot für Autoglasdienstleistungen unterbreiten zu können.

Wenn schon entschieden wird, das Autoglasgeschäft überhaupt in die Leistungspalette einer KFZ-Werkstatt aufzunehmen, dann sollten einige wesentlichen Leistungsmerkmale gewährleistet sein. Die Wünsche von Kunden im Glasschadenfall sind eindeutig:

Schnelligkeit – Wenn der lästige Glasreparatur- oder ersatzfall entstanden ist, sollte er schnell und professionell behoben werden – Spezialisten machen das, Kfz-Werkstätten sind hier meist zu langsam, zu umständlich und zu wenig routiniert.

Gute Beratung – Neben der qualifizierten Entscheidung, ob Glas repariert oder ersetzt werden soll, spielt die Vereinfachung in der Abwicklung für den Kunden eine wesentliche Rolle. Dazu gehören eventuell die direkte Abrechnung mit Versicherungsgesellschaften ebenso, wie die reele Kalkulation. Da sich Glasdaten sehr häufig ändern und Versicherer heutzutage auf einer stimmigen Abrechnung bestehen, empfiehlt es sich, gerade für Betriebe, die nicht so häufig Glasschadenfälle kalkulieren müssen, zuverlässige und einfach zu bedienende Online-Kalkulationshilfen zu nutzen (wie z.B. www.glasauskunft.de).

Qualität der Arbeit – Spezialisten machen tagein tagaus nichts anderes als Fahrzeugglas zu reparieren und auszutauschen, das mögliche weitere Dienstleistungsangebot umfasst meistens nur Services, die unmittelbar mit Glas zu tun haben.

Was also tun?

Für KFZ-Werkstätten lässt sich als Faustformel sicher sagen: Wer als absolute Untergrenze nicht mindestens 3-5 Glasfälle pro Woche (Reparatur oder Ersatz) bearbeiten kann, sollte besser einen Spezialisten beauftragen und an der Beauftragung und der Abrechnung gegenüber dem Autofahrer schnell und bequem zusätzliches Geld verdienen. Unterhalb dieser Anzahl an Scheibenreparatur- oder austauschfällen fehlt die Routine und stimmen im Regelfall die Höhe der Investitionen nicht mehr mit dem zu erzielenden Gewinn überein.

In unsicheren Zeiten, in denen KFZ-Werkstätten sich neu orientieren (müssen) und nach neuen Möglichkeiten suchen, sind viele Anbieter von Materialien für Autoglas (Lieferanten von Verbundglasmaterial, Verklebehersteller, Autoglas-Zubehör-Lieferanten und Autoglaslieferanten) schnell mit fabelhaften Renditeberechnungen zur Hand, nach dem Motto: Autoglaseinbau geht fast wie von selbst und ist für jede KFZ-Werkstatt das Zusatzgeschäft schlechthin. Die Realität jedoch zeigt: Was nutzt es einer KFZ-Werkstatt, wenn das schöne Spezialwerkzeug verrottet, das Verklebematerial in der Kartusche aushärtet oder der schöne Verbundglaskoffer verstaubt, weil einfach keine zusätzlichen Kunden von sich aus kommen. Und die sind als zusätzliche, Kunden für Autoglas bei KFZ-Werkstätten äußerst selten.

3 Für wen ist diese Broschüre gedacht?

In dieser Broschüre beschreiben wir unsere Angebote für den Branchenbereich Autoglas. Die darin aufgeführten Angebote an möglichen Leistungen richten sich an:

- Alle autoglaseinbauenden Betriebe:
 - Autoglasspezialisten
 - Karosserie- und Lackbetriebe
 - Markengebunde sowie freie KFZ-Werkstätten
 - Tankstellen
 - Regiebetrieb von Fuhrparks, etc.
- Betreiber von Werkstattkonzepten und KFZ-Werkstattssystemen:
 - Franchisegeber
 - Partnersysteme
 - Fachmärkte mit Einbauservice
- Hersteller von Produkten und Anbieter von Services für Autoglas und Umfeldprodukte:
 - Autoglashersteller
 - Hersteller von Klebematerial
 - Hersteller von Anbauteilen und Zubehör für Glaseinbau
 - Folienhersteller
 - Innovativen Produkten für den Branchenbereich
- Anbieter von Beratungsleistungen sowie Forschung und Lehre

Da unser Angebot im Branchenbereich Autoglas in dieser Form in und für Deutschland einzigartig ist, stehen wir gerne auch zu Fragen von Beratungskollegen, Universitäten und Forschung ganz allgemein zur Verfügung.

Unsere Angebote richten sich an alle, die

- ✓ Praktische Unterstützung im Autoglas-Einbau-Alltag brauchen
- ✓ Fragen zu Unternehmensführung und Finanzierung haben
- ✓ Strategische und konzeptionelle Überlegungen anstellen
- ✓ Ganz allgemein Know-How in Autoglas-Branchenfragen brauchen

Sollten Sie nicht genau die Leistungen in der Broschüre finden, nach denen Sie suchen, so sprechen Sie uns unter +49 2204 – 842526 an oder senden Sie und ein Email an: info@wolk-partner.de. Wir freuen uns auf Ihre Anfrage.

4 Für Werkstattinhaber: Was wir für Sie tun können!

Ihr Geschäft läuft zunehmend schlechter? Immer mehr Probleme fordern Ihr schnelles Handeln. Sie müssen was tun!

Wo drückt Sie der Schuh?

- Leiden Sie unter Umsatz- und Ertragsrückgang?
- Wie sichern Sie Ihre Liquidität?
- Ist Ihr Kreditrahmen ständig zu hoch beansprucht?
- Droht Ihre Bank, den Kontokorrent zu sperren?
- Zahlen Ihre Kunden zu schleppend?
- Welche Verlustbringer gibt es in Ihrem Betrieb (Kunden, Stunden-Verrechnungssatz, Lager, Mitarbeiter)?
- Sind Ihre Betriebskosten angemessen?
- Wachsen Ihre Lieferantenverbindlichkeiten?
- Haben Sie noch Geld für dringende Investitionen?
- Fordert Ihre Hausbank detaillierte Auskünfte zur Unternehmenslage?

Lauter alarmierende Merkmale, die andeuten, dass Ihr Unternehmen in „Schief-lage“ geraten kann. Dann wird es höchste Zeit, etwas dagegen zu unternehmen!

Hier setzt die aktive, schnelle Hilfe durch Wolk & Partner Car Consult für Sie ein. Unsere Erfahrung zeigt, dass es sinnvoll ist, nicht vorschnell zu handeln!

Unsere Devise lautet: **„Erst reden, dann handeln!“**

Unser Angebot an autoglaseinbauende Betriebe:

In einem 2 bis 3 Stunden Informationsgespräch bei Wolk & Partner informieren Sie uns über Ihre Geschäftssituation. Wir informieren Sie über praktikable Lösungsansätze. Dabei erarbeiten wir erste Ansätze einer möglichen Hilfe.

Unser Sonderpauschalpreis für das 1. Gespräch : 295,- €

Bei Bedarf stehen im Hintergrund zusätzlich versierte Fachleute für die unterschiedlichsten Lösungsansätze zur Verfügung. Dazu zählen Rechtsanwalt, Wirtschaftsprüfer, Steuerberater, Betriebswirtschaftler, Ratingspezialisten, Marketing- und Werbefachleute.

Sollte sich anhand des Vorgesprächs klar und deutlich herausstellen, wo die Schwachstellen sind, machen wir ihnen anschließend ein ganz konkretes Angebot, mit welchen Maßnahmen wir Ihnen helfen können.

5 Für Werkstattinhaber: Unternehmensführung

5.1 Kennen Sie Ihre Verlustbringer?

Geschäftsfeldanalyse

Bei der Geschäftsfeldanalyse werden alle kosten- und ausgaberelevanten Bereiche auf den Prüfstand gestellt. Wir prüfen alle Kostenbereiche, ebenso wie die Ertragsfähigkeit Ihrer Kundenbeziehungen.

Die Geschäftsfeldanalyse beantwortet so wichtige Fragen, wie:

Welche Kosten haben mein Betriebsergebnis nachhaltig verbessert oder verschlechtert?

Welche Kunden haben positiv oder negativ zum Betriebsergebnis beigetragen?

Wo stecken die „Kostenkiller“ im Betrieb?

Wodurch hat sich meine Liquidität positiv oder negativ entwickelt?

Wo können sinnvolle Einsparungen gemacht werden?

An welcher Stelle sollte dringend investiert werden?

Ist mein Unternehmenskonzept insgesamt noch zeitgemäß, oder bedarf es einer Überholung?

Kurzum, Ihr Betrieb kommt auf den Prüfstand, um fit gemacht zu werden für die Zukunft!

5.2 Wenn die Bank Druck macht

Finanzierungsgespräch

Leider werden die Banken derzeit immer rigorosere bei der Kreditvergabe und fordern mehr und mehr Sicherheiten. Dazu verlangen sie verstärkt Unterlagen aus denen sie Ihre betriebliche Situation beurteilen. Hier heißt es, umsichtig handeln und die richtigen Auskünfte geben. Denn die Banken versuchen mehr denn je, ihre eigenen Risiken zu minimieren.

In Bankgespräche sollten Sie sehr gut vorbereitet gehen, oder sich von Fachleuten begleiten lassen. Wolk & Partner gibt Ihnen hier die notwendige Unterstützung bei der Vorbereitung und begleitet Sie auch aktiv bei Verhandlungen mit Ihrer Bank.

5.3 Umsatzrückgang, was tun?

Umsatz besser steuern, Vertriebssteuerungs-Analyse

Wenn der Umsatz stagniert, ist es notwendig, sich ein Bild über das erzielbare Absatzvolumen im eigenen Marktgebiet zu verschaffen. Möglicherweise ist es auch sinnvoll, das Absatzgebiet zu erweitern. Wolk & Partner unterstützt Sie, um nachhaltigen Absatzerfolg zu sichern. Das gewünschte Absatzgebiet wird nach 5-stelligen Postleitzahlen eingrenzt und bearbeitet. Dies ist nicht so einfach, wie es auf den ersten Blick scheint, denn ohne seriöse Hintergrundinformationen wie KFZ-Bestandsdaten nach Marken, Modellen und Baujahren, demographischen

Bevölkerungsdaten, Pendlerdaten und Kennziffern über Kaufkraft und Umsatz wird die Berechnung des Absatzvolumens zum russischen Roulette.

Ist diese Grundlagenarbeit getan, wollen Sie ja den jährlichen Absatz an Autoglas sowie die Lohnleistungen ermitteln. Dazu ist eine umfangreiche Marktforschung notwendig, um den Ersatzbedarf von Autoglas zu ermitteln. Mittels dieser Ersatzbedarfsfaktoren wird dann auf Basis des jeweiligen KFZ-Bestandes im eigenen Marktbereich der jährlich mögliche Autoglas-Absatz- oder das Umsatzvolumen für Ihren Betrieb ermittelt. Aufgrund der feinen Aufrasterungen nach 5-stelligen PLZ-Gebieten, können Sie Ihren Marktanteil nach Ortsteilen differenzieren. Damit haben Sie die Basis für eine erfolgreiche Steuerung Ihrer Verkaufsanstrengungen gelegt. Somit können Sie jetzt Ihre Vermarktungsanstrengungen generalstabsmäßig planen. Sie wissen jetzt, wo Sie gezielt ansetzen müssen und wo Umsatzzuwächse machbar sind.

Falls nötig und erwünscht, können dabei auch Daten über gewerbliche Kunden und Flottenbetriebe etc. als auch Ihrer Wettbewerber dabei eingespielt und berücksichtigt werden.

Mit diesem soliden Hintergrundwissen ist Verkauf und Marketing kein Lotteriespiel mehr. Vielmehr wissen sie jetzt, welche Kunden viel und wenig Autoglasvolumen bewegen, welcher Wettbewerber bei den einzelnen gewerblichen Kunden stark oder schwach vertreten ist. Sie können nun individuell bei den wichtigsten Kunden versprechen und Ihre Maßnahmen einsetzen. Die Erfahrung zeigt, dass dieser Weg viel effizienter ist, als reines Verkaufen über den Preis.

6 Training – Know How für mehr Erfolg!

Speziell für den Autoglaser gibt es bei Wolk & Partner eine Reihe von Trainingsmaßnahmen, durch die Sie Ihren geschäftlichen Erfolg verbessern und langfristig sichern können. Auch interessant für Fortgeschrittene. Mit dem Erlernten zeichnen Sie sich als wirklicher Profi gegenüber Mitarbeitern, Kunden und anderen Interessierten aus!

Alle Trainings sind firmenindividuelle Vor-Ort-Einzeltrainings. Wenn Sie aus Kostengründen auch Kollegen anderer Betriebe mit an Ihrem Training beteiligen wollen, so bitten wir Sie, dies selbst zu arrangieren. Beachten Sie dabei bitte die maximalen Teilnehmerzahlen.

6.1 Glaswin – alles behalten?

Mit Glaswin setzen Sie in Ihrem Betrieb die modernste und fortschrittlichste Autoglas-Software ein. Eine kluge und zukunftssichere Entscheidung! Zur Anwendung haben Sie ein Einführungs-Training gemacht! Aber nutzen Sie alle betriebswichtigen Anwendungen und Möglichkeiten dieser Software? Um sicher zu gehen und alle Möglichkeiten des Programms für Ihr Unternehmen profitabel zu nutzen, bieten wir Ihnen:

- Das Auffrisch-Training vor Ort durch Learning by Doing!
- Wir zeigen Ihnen alle wichtigen betriebswirtschaftlichen Anwendungen, um optimale Betriebsergebnisse zu erzielen!
- Wie rentabel sind einzelne Aufträge oder Kunden tatsächlich?
- Richtige Vor- und Nachkalkulation!
- Analysen fahren, die Sie weiter bringen!

Ausschließlich Vor-Ort-Seminar bei Ihnen im Betrieb. Maximale Teilnehmerzahl: 3-5 Personen.

Machen Sie Gebrauch von diesem interessanten Angebot. Diese Investition macht sich für Sie in kürzester Zeit bezahlt!

6.2 Verkaufstraining

- Richtiger Umgang - auch mit schwierigen Kunden!
- „Geiz ist geil“ - Abwehren, aber richtig!
- Motivation der Mitarbeiter steigern
- Was machen die Erfolgreichen besser?
- Werbung wirksam einsetzen

Ausschließlich Vor-Ort-Seminar bei Ihnen im Betrieb. Maximale Teilnehmerzahl:
15 Personen.

6.3 Universal-Glastraining – auch für Fortgeschrittene!

Sie befassen sich schon seit geraumer Zeit mit der Materie Autoglas?
Sie haben Kenntnisse über Qualitätsmerkmale, Lagerung und Behandlung von
Autoglas? Dann sollten Sie Ihr Grundlagenwissen um weiteres Detailwissen erwei-
tern. Damit Sie bei allen aufkommenden Fragen seitens Kunden oder Mitarbeitern
qualifizierte Antworten geben können, bieten wir diese Trainingsmaßnahme auch
für Fortgeschrittene an. Dieses Mehr an Wissen wird Sie als wirklichen “Autoglas-
profi“ auszeichnen und Ihre Kompetenz erst recht deutlich machen.

- Vertiefung des Grundlagenseminars
- Einscheiben- und Mehrscheiben-Sicherheitsglas
- Einsatz und Anwendung verschiedener Glasarten
- Einzelanfertigung von Autoglas
- Autoglastechnik und –montage
- Der Markt für Autoglas
- Kundengewinnung
- Wettbewerber

Ausschließlich Vor-Ort-Seminar bei Ihnen im Betrieb. Maximale Teilnehmerzahl:
15 Personen.

6.4 Test – Training – Test

Sie alle kennen die Aufregung, wenn Auto Bild oder Auto Motor Sport wieder
einmal Werkstätten getestet haben. Wehe dem, der dabei schlecht abschnitt.
Auch Autoglas kann demnächst einmal auf der Testliste stehen. Wie beugen Sie
als Autoglas-Einbauer einer möglichen Negativwerbung vor?

Ganz einfach: “Vorbeugen ist besser als Nachsorge“! Lassen Sie von Profis Ihren
Betrieb intern testen, ob die Beratungsqualität, der Service und die Arbeitsqualität
stimmen. Wie läuft ein solcher Test ab?

Es wird ein Testleitfaden individuell auf Sie abgestimmt. Der Branchentester tritt
unerkannt als Kunde auf. Nach erfolgtem Test stellt er sich anschließend und be-
spricht mit Ihnen die positiven und negativen Ergebnisse. Danach wird in 1 bis 2
Wochen ein Mitarbeiter-Team-Training durchgeführt, in dem die notwendigen
Veränderungen im Detail besprochen und verabschiedet werden. Daran an-
schließend wird ein zweiter Test durchgeführt, um zu checken, ob aus den Fehlern
der Vergangenheit gelernt wurde. Test-Training-Test ist ein sehr praxiserprobtes
Kontrollinstrument, das Ihre komplette Mannschaft auf Vordermann bringt. Es bil-

det den Grundstein für eine funktionierende Qualitätssicherung und dafür, dass Sie dauerhaft besser als der Wettbewerber bleiben.

6.5 Grundlagenseminar „Autoglas“ für Einsteiger

Sie möchten neu einsteigen in das Handels- und Montageschäft von Autoglas? Dann sollten Sie sich ein solides Basiswissen über Technik, Montage und Vertrieb von Autoglas aneignen. Damit liegen Sie von Beginn an auf der sicheren Seite und schützen sich vor unliebsamen Überraschungen, sowohl während der Startphase als auch im späteren Geschäftsalltag. Wolk & Partner vermittelt Ihnen kompetent:

- Technikwissen (Herstellung von Floatglas, Weiterverarbeitung zu Autoglas, etc.)
- Grundlagenwissen über die Vermarktung von Autoglas
- Bezugsquellen für Autoglas und wichtige Nebenprodukte
- Wer und wo sind meine potentiellen Kunden?
- Standortsuche?
- Montagetechnik von Autoglas in Zusammenarbeit mit externen und handwerklich kompetenten Trainern

Ausschließlich Vor-Ort-Seminar bei Ihnen im Betrieb. Maximale Teilnehmerzahl: 15 Personen.

7 Verkauf und Marketing

7.1 Werbung wirksam einsetzen

In Zeiten konjunktureller Talfahrten werden Jahresbudgets gerne im Bereich der Werbung reduziert oder entlastet. Vermutlich liegt dies daran, dass Kosten und Nutzen von Werbung nur schwer in ein gerechtes Verhältnis zueinander gesetzt werden können. Bei Autoglas handelt es sich um Werbung für Produkte und Dienstleistungen, die mit großem zeitlichen Abstand nachgefragt werden. Deswegen ist Werbung hier fast immer eine Imagewerbung für den eigenen Betrieb. Selbst wenn z. Zt. kein aktueller Bedarf besteht, muss der Kunde im aktuellen Fall wissen, wo er den Bedarf decken kann. Hier entstehen dadurch neue Kundenkontakte und -bindungen.

Sich zukünftig nur auf bestehende Stammkunden zu verlassen, kann ein großer Fehler sein – denn die Gattung „Stammkunde“ ist eine vom Aussterben bedrohte Art. Wolk & Partner hilft Ihnen hier mit dem bewährten Geomarketing, um Werbeerfolge zu objektivieren und Streuverluste möglichst gering zu halten. Dabei zeigen wir Ihnen auf, in welchen Gebieten sich eine geschaltete Werbung nachhaltig auf den Marktanteil ausgewirkt hat oder nicht. Häufig zeigt sich auf diese Weise, dass es Gebiete gibt, in denen trotz eines großen Potenziales ein kostenintensiver Werbeauftritt nicht lohnt und besser in andere Gebiete werbeseitig investiert werden sollte. Das liegt zum Beispiel an regionalen Kaufgewohnheiten, infrastrukturellen Besonderheiten oder auch an einem besonders aktiven Wettbewerb.

Durch Einsatz des „Geomarketings“ von Wolk & Partner vermeiden Sie kostspielige Werbeflops und verhindern, zum Spielball Ihres Marktes zu werden.

7.2 Standort aufmachen oder schließen

- Sie wollen in einer bestimmten Region eine Autoglaserei eröffnen?
- Sie wollen einen oder mehrere Filialbetriebe eröffnen?
- Ihr bestehender Betrieb oder bestehende Filiale leidet unter Umsatzrückgang?
- Sie möchten eine oder mehrere bestimmte Regionen bewerben?

Die erforderlichen Maßnahmen oder Entscheidungen dazu, sollten Sie nicht aus dem Bauch heraus treffen! Das kann Sie unter Umständen teuer zu stehen kommen!

Besser, Sie verlassen sich auf gesicherte Daten und treffen zielgerichtete Entscheidungen mittels einer Markt-, Standort- und Potentialanalyse durch Wolk & Partner. Eine derartige Analyse ist heute ein unverzichtbares Instrument bei Neugründungen oder Filialerweiterungen:

Anhand sofort verwertbarer Daten und Fakten können Sie Ihre unternehmerischen Entscheidungen treffen. Sie erhalten u. a. die Antworten auf folgende, wichtige Fragen:

Gibt der Markt und die Region in der ich arbeiten möchte, ausreichende Aufträge her?

Ist mein bestehender oder geplanter Standort optimal und auch gut zu erreichen?

Wie groß ist die Anzahl meiner potentiellen Mitbewerber (Autoglaser u. Werkstätten)?

Welche Fahrzeuge, mit welchen Stückzahlen sind in meiner Region vertreten?

Wie groß ist die Einwohnerzahl und wie ist die Bevölkerungsstruktur in meinem Einzugsgebiet?

Gerne erstellen wir Ihnen für Ihre „maßgeschneiderte“ Analyse ein Angebot!

8 Für Werkstatt-Inhaber: „Feuerwehr“ bei Krankheit und Urlaub

Sie als Betriebsinhaber oder ein Mitarbeiter in leitender Funktion werden plötzlich krank und fallen für Wochen oder gar Monate aus! Eine erschreckende Situation, die Sie jederzeit treffen kann. Kleine und mittlere Betriebe haben dafür in der Regel keine Personalreserve.

Als Betriebsinhaber leisteten Sie jahrelang gute Aufbauarbeit ohne sich zu schonen! Realität in den meisten kleineren und mittleren Betrieben. Jetzt möchten sie endlich einmal Ihren redlich verdienten Urlaub machen. Aber wie, wenn Ihr inhaberorientierter Betrieb dieses kaum zulässt? Sie brauchen jedoch Ihren Urlaub, um fit, gesund und leistungsfähig zu bleiben.

In beiden Fällen bietet Ihnen Wolk & Partner die richtige Lösung an! Versierte Fachleute mit 20 Jahren Erfahrung in der Autoglasbranche, vertreten Sie aktiv und vor Ort in dieser Zeit als Geschäfts- oder Betriebsführer.

So können Sie wirklich abschalten, ohne ständig an den Betrieb denken zu müssen.

Genesen und gut erholt kommen Sie in das Tagesgeschäft zurück, ohne einen vollgepackten Schreibtisch vorzufinden. Denn dann wäre der Erholungseffekt im wahrsten Sinne des Wortes „zum Teufel“.

9 Markt und Wettbewerb (Reporte)

9.1 Autoglasreport

- Inhalt:** Grundlagenstudie zu den Strukturen des gesamten Autoglasmarktes in Deutschland, teilweise Europa und, wo für das Verständnis erforderlich, auch weltweit. Auch die Rolle der autoglasnahen Industrien wird intensiv beleuchtet. Strukturinformationen und Daten zum Autoteile-Aftermarkt, zur KFZ-Versicherungswirtschaft, zu Leasinggesellschaften, Autovermietern, etc. sind ebenfalls enthalten. Zahlreiche Einzelportraits der wesentlichen Firmen des Branchenbereichs runden den umfangreichen Informationsgehalt Reports ab.
- Zielgruppe:** Adressaten sind die Entscheider der Autoglasindustrie sowie der autoglasnahen Industrie wie Fahrzeughersteller, Teile- und Zubehörproduzenten, Versicherungsgesellschaften, etc.
- Umfang:** 293 Seiten mit zahlreichen Tabellen und Grafiken
- Herausgabe:** September 2000, Redaktionsschluss: Juli 2000
- Preis:** Auf Anfrage

9.2 Megatrends im Autoglas-Aftermarket

- Inhalt:** Wie wird sich der Autoglas Aftermarkt entwickeln? Welche Faktoren werden diesen Markt beeinflussen? Welche davon sind wichtig, welche sind lediglich begleitende Randerscheinungen? Während unserer Forschungen und Recherchen zum „Autoglasreport2000“ konnten wir einige wesentliche, langfristige Trends herausarbeiten, die den Autoglasmarkt nachhaltig beeinflussen werden. Nach der Veröffentlichung des Autoglasreport2000 haben wir unsere Forschung zu diesen insgesamt 10 Megatrends fortgesetzt und intensiviert.
- Zielgruppe:** Entscheider der Autoglasindustrie sowie den autoglasnahen Industrien wie Fahrzeughersteller, Teile- und Zubehörproduzenten, Versicherungsgesellschaften, etc.. Diese Ausarbeitung wendet sich aber ebenso an die, die mehr über die Ursachen für die schnellen Marktveränderungen im Autoglasmarkt erfahren und Handlungsalternativen entwickeln wollen.
- Umfang:** 20 Seiten mit einigen Tabellen und Grafiken
- Herausgabe:** Juli 2001, aktualisiert im Juli 2003, weitere Aktualisierungen bei Bedarf
- Preis:** Auf Anfrage

9.3 Klarsicht – ein Branchenratgeber für Autogläseinbauer

- Inhalt:** Ausführliche, praxisorientierte Erörterungen zum Thema „Vermarktung von Autoglas“. Basis ist eine Bestandsaufnahme (Stand 2000/2001) des Marktgeschehens in der Autoglasbranche. Dazu eine Fülle von Hintergrundinfos, Praxistipps und zur Zukunft von Produkten der Branche: Autoglas, Zubehör, Klebematerial, Folie, Randsortimenten und „Smart Repair“.
- Zielgruppe:** Inhaber oder Mitarbeiter von Autoglasereien, markengebundenen oder freien Autowerkstätten, etc. Gleichgültig, ob gestandene Profis oder Einsteiger in den Autoglasmarkt.
- Umfang:** 107 Seiten mit zahlreichen Tabellen und Grafiken
- Herausgabe:** März 2002, Redaktionsschluss: Februar 2002
- Preis:** 149,- € zuzüglich Versandkosten und Mehrwertsteuer

9.4 Autoglas – Autofahrerbefragung

- Inhalt:** Auswertung einer repräsentativen Primärbefragung und Bestandsaufnahme zum Verhalten von Autofahrern im Falle eines Glasschadens an Ihrem Fahrzeug. Genaue Aussagen zu Glasbruchquote, Art der Schäden und Schadenursache. Prägnante Darstellungen zum Bekanntheitsgrad von Autoglasdienstleistern.
- Zielgruppe:** Entscheider aus der Autoglasindustrie sowie der autoglasnahen Industrie wie Fahrzeughersteller, Teile- und Zubehörproduzenten, Versicherungsgesellschaften, etc.. Inhaber von Autoglasereien, markengebundenen oder freien Autowerkstätten, etc.
- Umfang:** Ca. 50 Seiten mit zahlreichen Tabellen und Grafiken
- Herausgabe:** Mai 2004, Redaktionsschluss: Mai 2004
- Preis:** 295,- € zuzüglich Versandkosten und Mehrwertsteuer

9.5 „Der Aftermarkt“ – die Trendstudie zum Auto-Aftersalesmarkt

- Inhalt:** Diese Trendstudie gewährt einen fundierten und aktuellen Ausblick auf die zukünftigen Entwicklungen der Aftermarkt-Teiledistribution bis zum Jahr 2020. Zusätzlich zur Studie gibt es eine Zusammenstellung der Firmenprofile von über 60 bedeutenden Distributeuren im Teilehandel. Diese Studie bietet Ihnen einen einzigartigen Überblick über die Trends in anderen KFZ-Branchenbereichen, die besonders auch für den Autoglasmarkt von Bedeutung sind.
- Zielgruppe:** Entscheider der Autoglasindustrie sowie der autoglasnahen Industrie wie Fahrzeughersteller, Teile- und Zubehörproduzenten, Versicherungsgesellschaften, Großdistributeure.
- Umfang:** Band I: ca. 250 Seiten mit zahlreichen Tabellen und Grafiken. Band II: über 300 Seiten
- Herausgabe:** Mai 2004, Redaktionsschluss: Mai 2004
- Preis:** auf Anfrage zuzüglich Versandkosten und Mehrwertsteuer

10 PKW – Frontscheibenersatzbedarf

Wir arbeiten mit aktueller Geomapping-Software, die es erlaubt, alle möglichen Potentialbetrachtungen für 5-stellige Postleitzahlen anzustellen, bzw. auszuarbeiten. Um Ihnen einen ersten Eindruck davon zu geben, was möglich ist, haben wir eine Beispielkarte abgebildet.

Wenn Sie weitergehende Anforderungen haben, bitten wir um Ihre Anfrage.

11 Adressdatenbank

Sie suchen ein vollständiges Verzeichnis aller Autoglasler in Deutschland?

Sie finden was Sie suchen in dem kompletten Adressverzeichnis für den Autoglasaftermarkt. Die Adressdatei umfasst ca. 1.400 Adressen. Bedenken Sie jedoch bitte, dass die Branche sehr schnelllebig ist und Veränderungen nicht immer tagesaktuell sein können.

Neben den üblichen Angaben zu Firmierung und Adresse, finden sich in den meisten Fällen noch die Telefonnummer-und Faxnummer. Auch **Zugehörigkeiten zu Vermarktungssystemen, Mitgliedschaften in Verbänden, etc. sind gekennzeichnet.**

Die Adressdatei wird auf einer CD Rom im Format Microsoft Excel 2000 geliefert und kann problemlos in andere Formate übernommen werden oder als Steuerdatei für Serienbriefe eingesetzt werden.

Stand der Bearbeitung ist **Mai 2005**

12 Wer ist Wolk & Partner Car Consult?

Wir sind Berater & Umsetzer im Automotive-Markt und spezialisiert auf das After-sales-Geschäft.

Wir sind eine der wenigen kompetenten Beratungsunternehmen für autoglaseinbauende Betriebe.

Wolk & Partner Car Consult ist seit 10 Jahren im Markt für Fahrzeugglas aktiv und hat in diesem Branchenbereich zahlreiche Projekte erfolgreich durchgeführt.

Unsere Serviceleistungen sind gezielt auf den autoglaseinbauenden Betrieb zugeschnitten! Wir arbeiten mit Fachleuten, die jahrelange Erfahrung im Autoglasgeschäft haben.

Weitere Informationen finden Sie unter www.autoglasreport.de

Darüber hinaus sind Sie gerne eingeladen sich ein Bild zu der Leistungsbreite von WOLK & PARTNER CAR CONSULT GMBH zu machen, wenn Sie folgende Internetseiten besuchen:

www.aftermarktreport.de

www.wolk-partner.de