

## Branchenschaden durch Schadenbearbeitung?

Jeder Waschanlagenbetreiber kennt das Problem. Der Kunde stellt nach dem Waschvorgang einen Schaden an seinem Fahrzeug fest. Die Schuld wird dem Betreiber unterstellt und eine sofortige, freundliche und umfassende monetäre Lösung erwartet. Die Möglichkeit alternativer Schadenursachen wird vom Kunden zur Kenntnis genommen, eine ernsthafte Erwägung, ob der Betreiber eventuell nicht zur Zahlung von Schadenersatz verpflichtet ist, kommt für den Kunden nicht in Betracht.

Er will Geld. Sofort. Notfalls mit Anwalt, wenn nicht – schlechte Bewertung bei Google!

Für den Betreiber ist es unmöglich ständig diesem Kundenwunsch zu entsprechen. Viele gemeldete Schäden liegen im Bereich des 30 bis 80 -fachen Waschpreises und sind oft nur schwer auf die Wäsche zurückzuführen. Würden alle gemeldeten Schäden dem Kundenwunsch entsprechend beglichen, könnte die Haftpflichtversicherungsprämie nicht mehr bezahlt werden. Eine Entschädigung aller Kunden aus eigenen Mitteln würde dazu führen, dass ein Waschbetrieb nicht mehr wirtschaftlich betrieben werden kann.

In diesem Spannungsfeld ergibt sich die Situation, dass die meisten Unternehmer sich auf Verhandlungen mit den Kunden einlassen, Schäden teilweise übernehmen, Kulanzzahlungen vornehmen und Waschguthaben als Trostpflaster ausreichen. Motiviert sind die Betreiber dabei einerseits aus dem wirtschaftlichen Interesse der Kundenbindung, andererseits auch der Hoffnung lästigen Rechtsstreitigkeiten aus dem Weg gehen zu können. Betrachtet man dieses Vorgehen, das auf den ersten Blick sehr kundenfreundlich ist, einmal kritisch, ergibt sich folgendes:

1. Bei durchschnittlich 7,8 Wäschen pro Jahr liegt der Ertrag pro Fahrzeug und Jahr je nach Anlage bei < 20,00 Euro. Für eine Entschädigung von z.B. 100,00 Euro müsste der Kunde mindestens fünf Jahre erhalten bleiben, um keinen Verlust zu erzeugen. Bei Auswertungen in mehreren Betrieben wurde festgestellt, dass die Treue von Privatkunden bei Kulanzzahlungen nicht wie zu erwarten höher, sondern im Gegenteil geringer ausfällt. Bei 72% der untersuchten Zahlungen konnte festgestellt werden, dass der Entschädigte bereits nach einem Jahr kein Kunde des Unternehmens mehr war. Festzuhalten ist also, dass die Kundenbindung im Allgemeinen kein valides Argument zugunsten einer Kulanzzahlung darstellt.
2. Individualverhandlungen führen auch zu individuellen Ergebnissen. Kulanzzahlungen erfolgen in der Branche in der Regel aus dem Bauch heraus, ohne rechtliche oder wirtschaftliche Prüfung sondern rein nach Schadenshöhe und Auftreten des Kunden. Ein eloquenter Kunde,

der freundlich aber hartnäckig auftritt, kann im Normalfall mit einer hohen Entschädigung rechnen. Ein einfaches Gemüt, das die Konfrontation scheut, bleibt hingegen auch auf einem berechtigten kleinen Schaden in voller Höhe sitzen. Dazwischen liegen die Schreihälse und Klageandroher, die je nach Tageslaune des Betreibers mal alles und mal nichts erhalten. Eine Fairness allen Geschädigten gegenüber wird durch dieses Vorgehen nicht erzielt.

3. Eine Arbeitserleichterung durch Kulanzzahlung kann in der Realität nicht festgestellt werden. Bei einem Versuch wurde an zwei Standorten die Kulanzzahlung vollständig eingestellt, an zwei Weiteren unverändert fortgesetzt. Evidente Schäden wurden über die Versicherung reguliert, alle anderen vollständig abgelehnt. Die Quote der Klagen im Verhältnis zu den Schadenmeldungen stieg lediglich um 7 % oder um zwei Klagen im Versuchszeitraum von 2 Jahren. Dahingegen konnte eine merkliche Zeiteinsparung erzielt werden, da die Auseinandersetzung mit den geschädigten entfallen ist.
4. Erhält ein Kunde eine Kulanzzahlung, so nimmt er diese als Eingeständnis einer Schuld, nicht als Entgegenkommen auf. Daher führt jede einzelne Kulanzzahlung eines Waschbetriebs zu der verbreiteten Wahrnehmung von Kunden, dass Waschstraßen Autos beschädigen.

Folgt man nun dieser Argumentation, müsste man dazu übergehen alle Schäden ungeprüft abzulehnen und die Angelegenheit den Gutachtern und Richtern zu überlassen.

Das ist jedoch moralisch kaum zu vertreten und birgt auch das Risiko in sich, dass nach mehreren negativen Urteilen der Ruf des Unternehmens und der Branche darunter leiden. Auch darf nicht vergessen werden, dass der Umgang mit den Geschädigten primär eine Angelegenheit der Mitarbeiter ist, die dem verärgerten Kunden vor Ort ausgesetzt sind.

### Was ist zu tun?

Es ist nicht schwer eine wirtschaftlich sinnvolle, moralisch einwandfreie und im Alltag taugliche Schadenbearbeitung an Waschstraßen zu erzielen. Der Betreiber benötigt dazu lediglich eine Struktur, etwas Wissen und den Mut „Nein“ zu sagen.

Natürlich wollen wir alle unangenehmen Tätigkeiten schnell vom Tisch haben. Bei der Schadenbearbeitung ist das nicht möglich, wenn das Ziel ein für den Kunden faires, für den Betreiber wirtschaftliches und allgemein vertretbares Ergebnis sein soll.

So einfach geht das:

1. Auch unabhängig von Schadenereignissen ist es heute zwingend erforderlich alle Betriebsabläufe lückenlos zu dokumentieren. Dies ist auch ohne großen Aufwand durch den Einsatz von spezialisierter Software wie beispielsweise WashControl ([waschcontrol24.de](http://waschcontrol24.de)) möglich. Liegt die Dokumentation vor, so kann einerseits wirklich objektiv entschieden werden, andererseits muss man sich auch vor einem Rechtsstreit nicht fürchten.
2. Die Schadenaufnahme, die Ursachenermittlung und die Entscheidung über die Entschädigung müssen zeitlich und räumlich getrennt werden. Nur durch diesen Abstand ist es möglich eine faire Bewertung vorzunehmen und auch eventuelle Besonderheiten in der Kundenverbindung zu berücksichtigen. Es spricht nichts dagegen zu sagen: Kunde, wir waren das nicht und zahlen auch nicht, aber weil Du 20 Fahrzeuge hast und langjähriger Kunde bist, bekommst Du etwas.
3. Auch die Schadenbearbeitung ist nur ein Betriebsprozess der sich organisieren und optimieren lässt. Wie bei allen Prozessen kann man das Rad neu erfinden oder auf bestehende Lösungen zurückgreifen. Der Autor unterstützt Betriebe seit Jahren bei der Prozessoptimierung. ([m-a-consulting.de](http://m-a-consulting.de))
4. Wir müssen nicht besser sein als der Rest der Welt. Egal bei welchem Unternehmen ich eine Reklamation vorbringe, immer wird mein Gegenüber zunächst prüfen, ob mein Anliegen berechtigt ist. Das kann auch mal einige Tage dauern. Warum muss das in der Waschbranche etwas anderes sein?

Christian Aiglstorfer am 14.08.2021

885 Wörter, 5.557 Zeichen