



Mehr Zeit für den Autoverkauf?

Das NÜRNBERGER AutohausKonzept
zeigt Ihnen die Lösung für mehr Erfolg

NÜRNBERGER VERSICHERUNGSGRUPPE

IM NETZ: WWW.NUERNBERGER-GARANTA.DE

AUTOHAUS

Sonderdruck

Treue Kunden frei Haus

Der SchadenService der NÜRNBERGER genießt bei den Versicherten einen guten Ruf. Bereits zum 2. Mal verlieh TÜV NORD dem Unternehmen deshalb das Siegel „Geprüfte Service-Qualität“. Mit dieser Auszeichnung können auch Händler im Beratungsgespräch überzeugen.



Schadenbehebung. In allen Bereichen bekam sie eine Topbenotung und hat sich seit der 1. Zertifizierung kontinuierlich verbessert. Kein anderer Kfz-Versicherer kann Vergleichbares vorweisen.

Bestnoten

90 % der 18.800 Kunden, die 2013 einen Kfz-Unfall hatten und an der anschließenden Befragung teilnahmen, waren mit dem SchadenService Auto der NÜRNBERGER sehr zufrieden und würden ihn weiterempfehlen. Für das wichtigste Kriterium – die Leistung und das Einhalten von Zusagen – vergaben sie die Note 1,46. Besonders erfreulich ist, dass die Autohauspartner der NÜRNBERGER für die Güte der Reparatur mit einer Note von 1,43 die beste Bewertung der Befragung erreicht haben. Ein Aufwand, der sich also auch für die Autohäuser bezahlt macht, weil sie damit frei Haus ein Prädikat für ihre exzellente Arbeit erhalten – mit Brief und Siegel.

Seit 2010 lässt die NÜRNBERGER jährlich den gesamten Prozess der Abwicklung von Unfällen, die Zuverlässigkeit und das konstante Einhalten der Zusagen auf Herz und Nieren testen und auswerten. Ihre Versicherten können so sicher sein, dass alles getan wird, damit die Unfallreparatur schnell und mit hoher Qualität vonstatten geht.

Einigartig im Markt

Mit diesem Zertifikat steht die NÜRNBERGER nahezu konkurrenzlos am Markt. Kein Herstellerversicherer und nur 2 Wettbewerber unterziehen sich dieser aufwändigen Prozedur. Dabei ist die NÜRNBERGER die einzige, die das strenge Prüfverfahren

Hohe Kundenzufriedenheit und starke Kundenbindung – es gibt kaum ein Autohaus, das sich diese Prämissen nicht auf die Fahnen geschrieben hat.

Viel Zeit und Geld müssen heute eingesetzt werden, um Kunden mit den Leistungsangeboten rund um Reparatur und Verkauf zu begeistern und an sich zu binden. Schließlich ist

Kundenbindung ein entscheidender Erfolgsfaktor. Gut, wenn man einen Partner an seiner Seite weiß, der für diese Aufgabe mit einem vom TÜV NORD zertifizierten SchadenService schon die Basis bietet.

Bereits zum zweiten Mal erhielt die NÜRNBERGER vom TÜV NORD das Qualitätssiegel „Geprüfte Service-Qualität“ für ihre hervorragende



Für die Reparaturleistung durch die Autohauspartner der NÜRNBERGER vergaben die Versicherungskunden im Schnitt die Note 1,43 und damit die beste Note in der Befragung – für die Autohäuser eine Bestätigung ihrer hervorragenden Arbeit.

des TÜV NORD durchläuft. Der Prüfkatalog ist sehr umfassend und ein wichtiger Maßstab für den Zertifizierungsprozess. Geprüft und benotet wird konsequent aus Kundensicht, inwiefern die Erwartungen beim Unfallservice erfüllt werden.

Im 2. und 3. Schritt stehen Schnelligkeit und Qualität im Fokus. Dazu wurden die Führungskräfte der NÜRNBERGER SofortService AG, die NÜRNBERGER Schadenmanager, 2 Schadenzentren in Stuttgart und Berlin, die Beschwerdestelle und die Schaden-Hotline im NÜRNBERGER CommunicationCenter sowie das NÜRNBERGER ServicePartner-Netz auditiert. Außerdem begutachteten die TÜV-Prüfer alle Kundenunterlagen rund um die Regulierung und den professionellen Umgang mit möglichen Beschwerden.

Autokunden fordern viel

Zahlreiche Leistungen werden mittlerweile als selbstverständlich vorausgesetzt. Telefonische Erreichbarkeit, freundliche und kompetente Mitarbeiter oder Kundenorientierung der Werkstatt sind nachvollziehbar geforderte Standards. Wird man bei den genannten Merkmalen dann auch noch herausragend gut bewertet, ist das allerdings außergewöhnlich.

Eine Botschaft, die Autohauspartner der NÜRNBERGER natürlich für

ihr Kundenbindungsmanagement bestens zu ihrem Vorteil nutzen sollten. Denn der Verkauf der NÜRNBERGER Autoversicherung gestaltet sich sehr viel leichter, wenn der Kunde schon vor Abschluss weiß: Im Schadenfall wird ihm schnell und kompetent und mit höchster Qualität geholfen. Reine Kostenerstattung reicht hier längst nicht mehr aus. So ist für 8 von 10 Kunden eine zügige und kundenorientierte Regulierung ein entscheidendes Auswahlkriterium. Darüber hinaus ergeben sich durch den Ver-

kauf der Kfz-Versicherung wiederum Cross-Selling-Ansätze. Und mit mehr Versicherungsverträgen pro Kunde erhöht sich schließlich auch die Kundenbindung nachweislich. Die Autohauspartner der NÜRNBERGER können die Auszeichnung „Geprüfte Service-Qualität“ in ihrem Autohaus einsetzen. Werblich unterstützt werden sie mit kostenlosen attraktiven Marketingunterlagen. Von Plakaten, Flyern und Zertifikatstafeln bis hin zu Dekoständern ist an alles gedacht.



Das Qualitätssiegel des TÜV NORD wirkt als überzeugendes Argument im Kundengespräch. Und jeder zusätzliche Versicherungsvertrag erhöht letztlich die Auslastung der Werkstatt.

Positive Effekte

Die Autohausgruppe Hermann erreicht mit Versicherungsfachleuten der NÜRNBERGER eine überdurchschnittliche Vermittlungsquote mit AutoVersicherungen. Der Versicherer führt Unfallschäden in die Werkstatt des Autohauses zurück, wodurch die Zufriedenheit der Kunden mit der Schadenabwicklung steigt.



Die Autohausgruppe Hermann vermarktet an 6 Standorten die Marken Renault, Dacia, Ford und Nissan. In allen Häusern ist auch der Hermann Versicherungs- und Finanzservice aktiv.

Mit der Auszeichnung „Dealer of the year“ hat Renault das Autohaus Hermann im April des vergangenen Jahres zu einem der 5 deutschen unter den 100 besten Händlern weltweit gekürt. Ausschlaggebend dafür sind sowohl die hervorragende Verkaufs- als auch Servicequalität gewesen. Und der Preis ist nur einer von vielen, die die Handelsguppe im Laufe der Zeit bekommen hat. Um insbesondere im Service und der Werkstatt das hohe Niveau zu halten und weiter zu steigern, hat der Mehrmarkenhändler sein Versicherungsgeschäft sowie das Schadenmanagement sukzessive auf- und ausgebaut. Dabei bildet die Vermittlung von AutoVersicherungen der NÜRNBERGER und die damit verbundene Rückführung der Fahrzeuge bei einem Unfall in die eigenen Werkstätten ein wichtiges Glied in der Kette.

Die Autohausgruppe arbeitet dazu mit jeweils einem Versicherungsfach-

mann der NÜRNBERGER an den 3 Standorten Goslar, Göttingen und Northeim zusammen. Sie bündeln ihre Aktivitäten unter dem Dach des Hermann Versicherungs- und Finanzservice und erreichen eine Vermittlungsquote von 21 bis 39 % gemessen an den jährlich vermarkteten Neu- und Gebrauchtwagen.

Mehrwert aus Partnerschaft

Die hohe Quote an Abschlüssen hat auch einen wesentlichen Effekt auf die Schadenregulierung: Bei Unfällen führt die NÜRNBERGER die versicherten Fahrzeuge zur Reparatur in die Betriebe von Hermann zurück. Denn der Händler ist Servicepartner des Versicherers. Sobald eine Schadenmeldung des Kunden eingeht, werden dem Schadenmanager gleich die Autohäuser angezeigt. So kann der Sachbearbeiter Hermann sofort als Anlaufstelle empfehlen. „Darüber hinaus kann uns der Kunde im Scha-

denfall über eine kostenlose Hotline 24 Stunden an 365 Tagen erreichen und den für Hermann-Kunden ebenfalls kostenfreien Hol- und Bringservice in Anspruch nehmen. Das nehmen die Kunden als zusätzliche Leistung im Rahmen des Rückführungsprozesses wahr“, sagt Geschäftsführer Wolfgang Hermann. Er ergänzt: „In Verbindung mit den generell verkürzten Reparaturzeiten als Servicepartner, der Verringerung der Reparaturzeiten, weil die Serviceberater die elektronischen Kommunikationswege nutzen können, und einer reibungslosen Regulierung durch die Spezialisten der NÜRNBERGER können wir dem Kunden optimale Dienstleistungen in einem besonders emotionalen Moment bieten.“ Während sich dieser Mehrwert bei den Kunden in geringen Ausfallzeiten und der Stellung von Ersatzwagen über die Reparaturdauer niederschlägt, spüren das die Autohäuser u. a. in schnellen Durchlaufzeiten und hoher Liquidität durch umgehende Begleichung der Rechnungen. Für Wolfgang Hermann ist dies folglich eines der stärksten Mittel zur Kundenbindung.



Der Hermann Versicherungs- und Finanzservice erreicht eine Vermittlungsquote zwischen 21 und 39 %.

Fotos: Autohausgruppe Hermann; NÜRNBERGER



Die Mitarbeiter der Autohausgruppe Hermann nutzen Versicherungen der NÜRNBERGER als Anknüpfungspunkt, um mit ihren Kunden in Kontakt zu bleiben und Neugeschäft zu generieren.

Transparente Prozesse

Aber nicht nur in der Gesamtbewertung schneidet die NÜRNBERGER neben anderen Versicherungsgruppen, wie zum Beispiel ADAC, AXA oder VGH, sehr gut ab. Auch für die einzelnen Schritte der Schadenregulierung gibt der Händler nach Rücksprache mit seinen Serviceberatern die Note 1 bis 2.

Von der automatisierten Kalkulation bis zur Leistung des Sachverständigen bei zu erwartendem Totalschaden: Die Prozesse bewerten sie als schnell und relativ unbürokratisch. „Auch die Erreichbarkeit und die Schnelligkeit der verbindlichen und konkreten Zusagen erhalten von unseren Serviceberatern ein ‚sehr gut‘ oder ‚gut‘“, konstatiert der Hermann. Daneben können sich die Serviceberater über den Stand der Schadenbearbeitung auf dem NÜRNBERGER Onlineportal informieren und bei Bedarf auch die Information zu jedem gemeldeten Neuschaden aus dem Agenturbestand per Fax erhalten.

Zertifikat schafft Vertrauen

Parallel dazu findet die Kontaktaufnahme respektive Betreuung der Händler in Schadenfällen auf mehreren Ebenen statt. Zum einen stehen neben den Versicherungsmitarbeitern in den 5 Schadenzentren-Kfz die Ansprechpartner in Nürnberg unter der Hotline 0911/531-2335 zur Verfügung. Zum anderen hat der Versicherer hierfür extra die E-Mail-Adresse INS@nuernberger.de für Partner im Automobilhandel eingerichtet. Auf Wunsch kommen außerdem Spezialisten der NÜRNBERGER zu persönlichen Gesprächen in die Be-

triebe und unterstützen die Händler vor Ort.

Als einen weiteren Pluspunkt in der Kundenkommunikation sieht Wolfgang Hermann die Tatsache, dass sich der Versicherer vom TÜV Nord hat zertifizieren lassen und sich damit strengen Prüfvorgaben unterzieht. Hermann begründet: „Diese Maßnahme wirkt absolut vertrauensbildend. Auch wir setzen in allen unseren Betrieben auf den TÜV als Prüforganisation.“

Zukunftsgerichtete Kooperation

Die Schadenregulierung und das Prozessmanagement der NÜRNBERGER bilden für Wolfgang Hermann den Teil eines Modells, das er als zukunftsweisend einstuft. Ein zentrales Argument: Das Bekenntnis zur Durchführung der Reparaturen nach aktuellem Technikstand unter Berücksichtigung der Herstellervorgaben bringt einen Vorsprung im Wettbewerb. Was der Geschäftsführer für mindestens genauso wichtig erachtet: „Rund 60 % aller Pkw sind heute älter als 8 Jahre und weitere 27 % älter als 3 Jahre. Je älter ein Fahrzeug ist, desto seltener kommen die Kunden zum Service in

die Markenbetriebe. Wenn diese Kunden aber eine Versicherung im Autohaus abgeschlossen haben, behalten wir auf jeden Fall diesen Anknüpfungspunkt.“ Denn das bedeutet sowohl für die Werkstatt als auch für den Verkauf die Chance, Geschäft zu generieren und den Kunden erneut für sich zu gewinnen.



Geschäftsführer Wolfgang Hermann ist mit der schnellen, unbürokratischen Schadenregulierung der NÜRNBERGER sehr zufrieden.

AUTOHAUSGRUPPE HERMANN IN ZAHLEN

- Gründung: 1962
- Standorte: Northeim, Göttingen, Goslar, Einbeck, Höxter und Mühlhausen
- 4 Marken: Renault, Dacia, Ford und Nissan
- Kfz-Absatz 2012: 2.766 Neu- und 1.471 Gebrauchtwagen
- 166 Mitarbeiter
- Hermann Versicherungs- und Finanzservice: 3 Mitarbeiter
- Versicherungsvermittlungsquote: zwischen 21 und 39 % der versicherbaren Neuwagen p. a. an den 3 Standorten Northeim, Göttingen und Goslar mit den Versicherungsfachleuten der NÜRNBERGER



Wir machen das für Sie

Das Aufgabenspektrum eines Automobilverkäufers hat sich in den letzten Jahren stark gewandelt. Immer neue Anforderungen, die nicht nur Kompetenz, sondern auch viel Zeit erfordern, kamen hinzu. Mit ihrem AutohausKonzept bietet die NÜRNBERGER dafür einen in der Branche einzigartigen Lösungsansatz.

Leasing, Finanzierung, Schadenabwicklung oder auch das Vermitteln von Versicherungen: Das Tätigkeitsfeld eines Autoverkäufers hat sich in den letzten Jahren stark gewandelt. Stand der Fahrzeugverkauf früher im Mittelpunkt des Tagesgeschäfts, nehmen heute eine Vielzahl von Zusatzaufgaben rund ums Auto immer mehr Raum ein. 63 % der Autohändler wünschen sich grundlegend mehr Zeit für den unmittelbaren Autoverkauf. Fast jeder 2. möchte seine Verkäufer vom Versicherungsgeschäft entlasten. Trotzdem beurteilt jeder 3. Autohändler die Versicherung als wichtiges Kundenbindungsinstrument. Und 39 % sehen im Versicherungsspezialisten vor Ort die Lösung der Zukunft.

Zu diesen Ergebnissen kam eine aktuelle Studie der *puls* Marktforschung GmbH. Dr. Konrad Weißner, Geschäftsführer des Mafoinstituts, fasst den Status quo kurz zusammen: „Die explodierende Modell- und Ausstattungsvielfalt führt dazu, dass der Autoverkäufer seine Kunden intensiver beraten muss. Mit sogenannten Flatrate-Angeboten – also Komplettpaketen, die alles von der Finanzierung bis zur Versicherung beinhalten – will man den Verkauf wieder vereinfachen. Das Problem: Der Kunde sucht keine Massenzahlung, sondern maßgeschneiderte Mobilitätsprodukte. Und das zu Recht, denn die Flatrates sind auch bei der Preisgestaltung für viele Autokäufer nicht transparent.“ Das NÜRNBERGER AutohausKonzept

bietet hier den Königsweg, so der Marktforscher. Die Kunden erhalten eine ausführliche Beratung durch den Fachmann des jeweiligen Bereichs, sei es für den Kauf des eigentlichen Fahrzeugs oder für die beste Finanzierungsform vom Autoverkäufer oder aber für die passende Kfz-Versicherung vom Versicherungsspezialisten.

Einzigartig in der Branche

Das NÜRNBERGER AutohausKonzept bringt dem Autohaus augenscheinlich viele Vorteile:

1. entlastet es den Autoverkäufer – er muss nur noch seinen Kunden an den Fachmann der NÜRNBERGER weiterleiten.
2. kann dieser den Kunden rundum zu Schutz und Sicherheit beraten so-

Fotos: Shutterstock, puls

3. erhält das Autohaus für die Vermittlung Provision.
 4. ist die Kundenbindung inklusive: Denn je mehr Verträge der Käufer hat, desto sicherer bleibt er dem Autohaus treu.
 5. kommt das Kundenfahrzeug nach Unfall oder Panne garantiert zurück ins Autohaus. Das bringt eine gute Werkstattauslastung und schont die Nerven des Kunden, der sich bei seinen vertrauten Partnern am besten aufgehoben fühlt.
- „Eigene Mitarbeiter ins Autohaus zu entsenden, um Kunden vor Ort und bei Bedarf eine Autoversicherung anzubieten – dieses Konzept gibt es nur bei der NÜRNBERGER“, berichtet Bruno Kemper von der Autowelt Hoppmann in Siegen. Er ist Partner der ersten Stunde und arbeitet mit der NÜRNBERGER seit 40 Jahren erfolgreich zusammen.

Maßgeblich für den Verkauf im stark umkämpften Autoversicherungsmarkt ist natürlich ein attraktives Produkt, das preislich ganz vorn steht. Denn für die meisten Menschen sind die Kosten ausschlaggebend. Die NÜRNBERGER AutoVersicherung liegt bei den Serviceversicherern unter den TopTen. Das ist der Garant für hohe Vermittlungszahlen. Andreas Wellner, Geschäftsführer der Mohag mbH, freut sich über 36 % Abschlussquote. „Ein motivierter Verkäufer mit gutem Kundenkontakt schafft es, diese zu 100 % an den Spezialisten der NÜRNBERGER zu vermitteln“, erläutert er das Konzept.

Mit dem NÜRNBERGER Antrags-Service gibt es aber auch eine Telefonvariante des Versicherungsverkaufs ohne Spezialisten vor Ort. Der Autoverkäufer muss den Kunden nur bestätigen lassen, dass er bei einem Unfall seinen Wagen bei ihm repariert haben möchte. Dann wählt er die kostenlose NÜRNBERGER Rufnummer und gibt den Hörer weiter. Die Mitarbeiter des AntragsService klären alle Fragen und erstellen das Angebot. In mehr als 40 % der Fälle kommt es zum Abschluss. Zudem werden alle datenschutzrechtlichen und gesetzlichen Bestimmungen eingehalten. Der Verkäufer kann sich zwischen-

zeitlich um sein Kerngeschäft kümmern. Natürlich wird er laufend über den Verlauf informiert. Der Slogan des AntragsService lautet: „Wir machen das für Sie!“ Kein leeres Versprechen, sondern tägliches Programm, meint Oliver Kohlrusch vom Autohaus Steindorf in Wetzlar zufrieden.

Im Schadenfall ausgezeichnet

Mit einer Rückführungsquote von mehr als 80 % ist die NÜRNBERGER heute mit Abstand Marktführer. Wenn es kracht, braucht der Kunde nur die kostenfreie Schadennummer zu wählen. Die Schadenmanager der NÜRNBERGER steuern das Fahrzeug, je nachdem, ob mit oder ohne Werkstattbindung versichert, direkt in den Partnerbetrieb bzw. zu einem anderen der rund 2.600 Servicepartner der NÜRNBERGER mit rund 4.100 Standorten. Andreas Mutschler vom Autohaus Kropf in Nürnberg ist besonders vom schnellen Werkstattdurchlauf begeistert. Innerhalb von 2 Stunden liegt die Freigabe der Versicherung vor. „Die NÜRNBERGER bezahlt die Rechnungen immer problemlos in kürzester Zeit.“ Der standardisierte Schadenprozess erlaubt es, dass er die Ersatzteile schon vor Freigabe bestellt. So ist das Fahrzeug schnell repariert, was die Kunden mit einer guten Bewertung honorieren.

Bereits zum 2. Mal erhielt die NÜRNBERGER vom TÜV NORD das

Qualitätssiegel „Geprüfte Service-Qualität“ für ihre Schadenregulierung. In allen Bereichen bekam sie eine Topbenotung und hat sich seit der 1. Zertifizierung kontinuierlich verbessert. Kein anderer Kfz-Versicherer kann Vergleichbares vorweisen.

90 Prozent der 18.800 Kunden, die 2013 einen Kfz-Unfall hatten und an der anschließenden Befragung teilnahmen, waren mit dem SchadenService Auto der NÜRNBERGER sehr zufrieden und würden ihn weiterempfehlen. Für das wichtigste Kriterium – die Leistung und das Einhalten von Zusagen – vergaben sie die Note 1,46. Besonders erfreulich ist, dass die Autohauspartner der NÜRNBERGER für die Güte der Reparatur mit einer Note von 1,43 die beste Bewertung der Befragung erreicht haben. Ein Aufwand, der sich also auch für die Autohäuser bezahlt macht, weil sie damit frei Haus das Prädikat erhalten, welche exzellente Arbeit sie leisten – mit Brief und Siegel.

Treue Kunden frei Haus

Eine Botschaft, die Autohauspartner der NÜRNBERGER natürlich für ihr Kundenbindungsmanagement bestens zu ihrem Vorteil nutzen sollten. Denn der Verkauf der NÜRNBERGER AutoVersicherung geht sehr viel leichter, wenn der Kunde schon vor Abschluss weiß: Im Schadenfall wird ihm schnell, kompetent und mit höchster Qualität geholfen.

Und nicht nur die Kunden sind bei der NÜRNBERGER gut aufgehoben. Die Betriebe selbst, deren Mitarbeiter und ihre Familien erhalten passende Lösungen mit Sonderkonditionen für alle Versicherungsprodukte. Schließlich ist die NÜRNBERGER der Branchenversicherer für das gesamte Kraftfahrzeuggewerbe.

Dass das NÜRNBERGER AutohausKonzept Früchte trägt, hat ebenfalls die *puls* Marktforschung GmbH ermittelt. 60 % der NÜRNBERGER Autohauspartner möchten auf dieses Vertriebsmodell nicht mehr verzichten. Der Beweis: Durchschnittlich 25 % der Neu- und 20 % der Gebrauchtwagen werden mit einer Versicherung im Autohaus verkauft. Bei anderen Autohäusern sind es nur 17 bzw. 13 %.



Dr. Konrad Weißner, Geschäftsführer *puls* Marktforschung: „Der Kunde sucht keine Massenzahlung, sondern maßgeschneiderte Mobilitätsprodukte.“

Mehr Sicherheit fürs Autohaus

Risikovorsorge nach Plan: Mit den Multi-Risk-Policen der NÜRNBERGER/GARANTA können sich Autohäuser rundum absichern – von Diebstahl über Personen- und Sachschaden bis hin zu Hagel und Hochwasser. Eine risiko- und sicherheitstechnische Beratung ermittelt individuell das optimale Maßnahmenpaket.



Die Hochwasserkatastrophe im Sommer dieses Jahres hat gezeigt, wie schnell man Hab und Gut oder gar seine Existenz verlieren kann. Auch Autohäuser und Kfz-Betriebe werden von solchen Elementarereignissen oder anderen Gefahren wie z. B. Einbruchdiebstahl nicht verschont. Ein optimales Versicherungskonzept sowie eine risiko- und sicherheitstechnische Beratung sind daher für jeden Kfz-Betrieb unabdingbar. Daneben sollte von Zeit zu Zeit eine Risikobesichtigung durchgeführt werden.

Hagelschäden vermeiden

Auch wenn sogenannte „Jahrhunderthochwasser“ mittlerweile alle paar Jahre auftreten, ist ein anderes Naturereignis für Autohäuser viel tückischer: Hagel. Während sich Hochwasser über einen gewissen Zeitraum ankündigt, in dem Vorkehrungen getroffen werden können, treten Hagelereignisse kurzfristig auf. Wenn Hagelkörner neben dem Geschäftsgebäude auch die draußen stehenden Neu- und Gebrauchtwagen oder Kundenfahrzeuge beschädigen, ist der Schaden oft sehr

hoch. Bei einem Autohaus in Brandenburg hat ein solches Unwetter erst letztes Jahr etwa 350 Fahrzeuge beschädigt, Gesamtschaden: rund 1,2 Mio. EUR. Mit einem dauerhaften Hagelschutz ist man hier auf der sicheren Seite – etwa mit festen Überdachungen, pavillonartigen Konstruktionen oder Hagelschutznetzen. Einen praktischen Service bietet außerdem das Internetportal www.der-sichere-kfz-betrieb.de. Über die dort eingebundene Unwetterkarte des Deutschen Wetterdienstes können sich Kfz-Betriebe über die aktuelle Lage informieren und rechtzeitig reagieren sowie Sicherheitsmaßnahmen ergreifen.

Risiken kontrollieren

So macht es auch das Autohaus Brosch in Durach bei Kempten. Nachdem bei dem familiengeführten Mazda- und

Hyundai-Händler 3 Mal solche Schadenereignisse eingetreten sind, werden dort nun aktives Riskmanagement und Hagelschaden-Prävention groß geschrieben. Den letzten Hagelschaden erlitt der Betrieb vor 3 Jahren. „Es waren zwar immer nur kleinere Körner, dennoch haben sie kräftig zu Buche geschlagen“, berichtet Melanie Theisen. Ihr Bruder und Partner in der Geschäftsführung, Christian Brosch, ergänzt: „Deshalb haben wir uns für diese Gefahr gewappnet und Präventionsmaßnahmen ergriffen.“

Vorbeugen statt nachsorgen

Die Schäden waren zwar über die Multi-Risk-Dekung der NÜRNBERGER Betriebsversicherung gedeckt. Trotzdem hat das Autohaus auf aktives Riskmanagement umgestellt, um die betriebs-eigenen Werte zu schützen. Dazu ha-

Fotos: NÜRNBERGER, thinstock, Annemarie Schneider



Die Geschäftsführer des Mazda- und Hyundai-Autohauses Brosch, Melanie Theisen und Christian Brosch, setzen auf aktives Riskmanagement. Droht Hagel, fahren ihre Mitarbeiter die frei stehenden Fahrzeuge unter die Hagelnetze. Und das Carport schützt nicht nur rund 40 Neu- und Gebrauchtwagen vor Hagelschäden, sondern erzeugt dank der Photovoltaikanlage auf dem Dach auch noch Strom.

ben Theisen und Brosch ein Carport inklusive Photovoltaikanlage auf dem Betriebsgelände installieren lassen, unter dessen Dach rund 40 Fahrzeuge Platz finden. Je nach Wetterverhältnissen setzen sie außerdem von etwa März bis Oktober zusätzlich Hagelnetze zum Schutz der Autos ein. Trübt sich das Wetter ein, werden regelmäßig die Unwetterzentrale sowie der regionale Flughafen kontaktiert. Sobald diese Hagelgefahr melden, fahren die Mitarbeiter innerhalb von 2 Stunden alle noch frei stehenden Fahrzeuge unter die gespannten Hagelnetze. „Das ist eine wirkungsvolle und relativ kostengünstige Art, solche Schäden zu vermeiden“, resümiert Theisen. Seit das Autohaus die Maßnahmen umgesetzt hat, sind auch keine Hagelschäden mehr eingetreten. Die Initiative hat sich gelohnt.

Dieben das Leben erschweren

Auch Teilediebstähle sorgen in letzter Zeit immer wieder für Schlagzeilen. So haben Einbrecher bei einem Sportwagen-Händler in Leipzig nachts Airbags aus 110 Neuwagen gestohlen, ein anderes Autohaus musste über Pfingsten einen Schaden von 100.000 EUR hinnehmen, weil Diebe von Neu- und Gebrauchtfahrzeugen 52 Räder abmontierten. Wer sich vor Einbrechern schützen will, sollte nicht nur seine Geschäftsräume sichern, sondern auch sein Betriebsgelände. Neben dem mechanischen Grundschutz mit zertifizierten Verschlüssen ist die Installation von Einbruchmelde- oder Videoüberwachungsanlagen mit Aufschaltung

auf einen Wachdienst sinnvoll. Auch die Mitarbeiter des Betriebs müssen für Schwachstellen und verdächtige Personen sensibilisiert werden. Wertvolles ist grundsätzlich in einem gut gesicherten Raum oder Tresor aufzubewahren. Teure Diagnose- und Spezialgeräte sowie Spezialwerkzeuge sollten individuell gekennzeichnet sein. Denn werden sie nach dem Einbruch später aufgefunden, können sie leichter identifiziert werden.

Schlüssel sorgsam verwalten

Ebenso steigt die Zahl der Fahrzeugdiebstähle von Jahr zu Jahr. Schuld daran ist der oft sorglose Umgang mit Fahrzeugschlüsseln. Diese sollten grundsätzlich in einem für Betriebsfremde unzugänglichen Bereich unter Verschluss gehalten und niemals im Fahrzeug stecken gelassen werden. Verfügt das Autohaus über eine Nachtannahme, empfiehlt sich dafür ein Schubladentresor, bei dem die Auftragskuverts und Fahrzeugschlüssel von außen nicht mehr zugänglich sind. Beim Ankauf von Fahrzeugen ist es besonders wichtig, Schlüsselverlust oder Nachschlüssel im Kaufvertrag festzuhalten und die Schlüssel auf ihre Originalität zu prüfen. Und nach einer Probefahrt sollten Händler kontrollieren, ob auch wirklich der Originalschlüssel zurückgegeben wurde.

Rundum-Schutz für Kfz-Betriebe

Mit einem präventiven Brandschutzmanagement lässt sich ein weiteres Risiko für Kfz-Betriebe eindämmen. Hierbei geht es um das Erkennen, Be-

werten und Beseitigen von Gefahren und Brandrisiken sowie das Ergreifen geeigneter Schutzmaßnahmen.

Eine umfassende Absicherung von Kfz-Betrieben bieten sogenannte Multi-Risk-Policen, wie beispielsweise der GARANTA Spezial-Schutz für Kfz-Betriebe der NÜRNBERGER/GARANTA. Hierbei handelt es sich um ein standardisiertes Deckungskonzept, das in der Regel über einen Vertrag beinahe alle für den Betrieb bedrohlichen Risiken abdeckt. Versichert sind Kfz-Risiken, Haftpflichtansprüche für Personen-, Sach- und Vermögensschäden aus Betriebsrisiken, einschließlich Produkt-, Zusatz- und Umweltrisiken und private Haftpflichtrisiken. Zudem sind Gebäude, Sachen und Kosten sowie der Ertragsausfall versichert – alles in einem Vertrag. Und ganz wichtig: Auch Elementarschäden sind abgedeckt. So sind Autohäuser rundum abgesichert.

AUTOR JÜRGEN SCHULZE



Jürgen Schulze forciert als der neue Bereichsleiter für gewerbliche Sach-, Haftpflicht- und Unfallversicherung der NÜRNBERGER/GARANTA zusammen mit dem ZDK vor allem die Schadenprävention in Autohäusern. „Wir wollen die Kfz-Betriebe für eine umfassende Risikovorsorge sensibilisieren und bieten dafür das Wissen und die langjährige Erfahrung unserer Experten.“



Eine betriebliche Altersversorgung (bAV) minimiert für den Arbeitnehmer das Risiko der Altersarmut. Um den Arbeitgeber nicht unnötigen Haftungsrisiken auszusetzen, sollte eine Versorgungsordnung Details der bAV regeln.

Risiken minimieren

Mit Abschluss der Versicherungsverträge für die betriebliche Altersversorgung ist schon ein wichtiger Schritt für Autohausinhaber und ihre Mitarbeiter getan. Vieles bleibt jedoch ungeregelt. Der vorausschauende Arbeitgeber baut mit einer zusätzlichen Versorgungsordnung für den Kfz-Betrieb vor.

Die Bedeutung einer Versorgungsordnung als rechtliche Basis der betrieblichen Altersversorgung (bAV) ist nicht jedem Arbeitgeber bewusst. Häufig wird davon ausgegangen, dass bereits mit Abschluss der Versicherungsverträge oder des Gruppenvertrags sämtliche Pflichten des Unternehmens erfüllt sind, da alle rechtlichen Belange im Betriebsrentengesetz geregelt sind. Dies ist jedoch nicht der Fall, wodurch dem Unternehmer Haftungsrisiken entstehen können.

Regelungen nicht umfassend

Die gesetzlichen Regelungen zur bAV beschränken sich auf einen Mindestrahmen, wie z. B. den Anspruch des Arbeitnehmers auf Entgeltumwandlung oder die Möglichkeit, bei Arbeitgeberwechsel seine Ansprüche mitzunehmen, die sogenannte Portabilität. Der Gesetzgeber überlässt es dem Arbeitgeber, die bAV detailliert auszugestalten.

Das beginnt schon bei der Wahl des Durchführungswegs – 5 stehen zur Wahl. Weiterhin muss der Arbeit-

geber klären, ob und mit welchem Betrag er sich an der Altersvorsorge der Mitarbeiter beteiligen möchte.

Nicht geregelt ist auch, welche Voraussetzungen für den Bezug von Leistungen durch den Arbeitnehmer gegeben sein müssen. Vorschriften, die entgeltfreie Beschäftigungszeiten ordnen, gibt es ebenfalls nicht. Um eine Zahlungspflicht in dieser Zeit auszuschließen, sollte der Autohausbesitzer dies entsprechend präzisieren. Welche Leistungsarten (Alters-, Berufsunfähigkeits- oder Hinterblie-

Fotos: Fotolia

benenrente) im Versorgungsfall vorgesehen sind bzw. wie und in welcher Höhe eine Entgeltumwandlung stattfinden kann, legt der Arbeitgeber sinnvollerweise aus Gründen der Gleichbehandlung einheitlich fest.

Informationspflicht beachten

Verzichtet das Autohaus auf eine Versorgungsordnung, besteht die Gefahr, gegen den arbeitsrechtlichen Gleichbehandlungsgrundsatz zu verstoßen. Das kann besonders bei individuellen Vereinbarungen passieren. Stellt ein Gericht eine Ungleichbehandlung fest, können erhebliche Schadenersatzzahlungen folgen.

Bereits der geschlossene Arbeitsvertrag gibt dem Unternehmen vor, seine Mitarbeiter ausführlich über die Bedingungen der eingerichteten Vorsorge zu informieren. Dies wurde durch die Rechtsprechung bestätigt: Wenn ein Mitarbeiter nicht über seinen Anspruch auf Entgeltumwandlung unterrichtet wurde und deshalb darauf verzichtet hat, haftet der Arbeitgeber für den Schaden. So hat es das Arbeitsgericht Stuttgart entschieden (Urteil vom 17.01.2005, 19 Ca 3152/04). Seiner Informationspflicht kommt der Inhaber nach, wenn er sämtliche Konditionen möglichst präzise in einer Versorgungsordnung regelt und seinen Mitarbeitern ermöglicht, sich ein Bild über den Ablauf, die Rahmenbedingungen sowie die Ausgestaltung der bAV zu machen.



Sicherheit bei der Übertragung

Verlässt ein Mitarbeiter das Unternehmen, kann er seine Ansprüche zum neuen Arbeitgeber übertragen lassen. Nach § 4 des Betriebsrentengesetzes (BetrAVG) ist die Übertragung gesetzlich unverfallbarer Versorgungsansparungen und laufender Leistungen in 2 Formen möglich. Zum einen kann der neue Arbeitgeber die bisherige Zusage inhaltlich unverändert übernehmen und somit zum neuen Schuldner der bAV werden. Oder es wird der Altvertrag beendet und lediglich der Wert der Zusage vom bisherigen auf den neuen Arbeitgeber übertragen. Dieser schließt einen neuen

Vertrag mit den zu diesem Zeitpunkt gültigen Rechnungsgrundlagen ab.

Je nachdem, für welche Form sich das Autohaus entscheidet, sind noch weitere Regelungen zu treffen. Aufgrund der unterschiedlichen Rechtsfolgen sollte sich der Arbeitgeber bereits im Vorfeld überlegen, welche Variante in seinem Unternehmen zu bevorzugen ist und diese entsprechend umsetzen und regeln.

bAV-Spezialisten

Aufgrund der Komplexität ist zu raten, dass sich die Kfz-Betriebe professionelle Unterstützung holen. Für interessierte Autohäuser stehen deutschlandweit die NÜRNBERGER bAV-Spezialisten gemeinsam mit den Autohausbetreuern zur Verfügung. Eine umfassende Beratung und das Einrichten einer Versorgungsordnung können sie zu günstigen Konditionen durchführen. Innungsmitglieder erhalten nochmals spezielle Rabatte.

Viele Gründe sprechen für die Einführung einer Versorgungsordnung. So können gesetzliche Lücken geschlossen, Unklarheiten beseitigt und Haftungsrisiken für den Arbeitgeber stark reduziert werden. Außerdem dient die Versorgungsordnung dazu, die bAV transparenter und attraktiver für die Mitarbeiter zu machen. Letztendlich muss es auch im Interesse des Arbeitgebers liegen, dass seine Angestellten eine auskömmliche Altersversorgung erhalten.



Die NÜRNBERGER bietet Autohäusern über ihre bAV-Spezialisten eine gezielte Beratung zum Thema Versorgungsordnung an.

Erfolgslizenzen

Schub fürs Geschäft: Die Autohausgruppe Heinen in Dortmund erhöht mit der AutoVersicherung der NÜRNBERGER/GARANTA die Werkstattauslastung und Cross-Selling-Erträge. Darüber hinaus steigt die Kundenzufriedenheit spürbar. Deshalb soll der Bereich mehr Fahrt aufnehmen.



Das Motor Center Heinen konzentrierte sich jahrzehntelang auf den Verkauf und Service von Honda-Pkw und -Motorräder. Seit der Jahrtausendwende hat die Autohausgruppe aus Dortmund und Umgebung auch das Geschäft mit AutoVersicherungen der NÜRNBERGER/GARANTA schrittweise ausgebaut. Die Sparte erfährt in den letzten Jahren zusätzlichen Schub, denn der Händler hat 2011 sein Portfolio um Suzuki und 2012 um Seat erweitert. Vor Kurzem ist außerdem Kia hinzugekommen, sodass die AutoVersicherungen nun über 4 Marken und 6 Standorte vermittelt werden. Das schlägt sich in den Abschlüssen nieder. Während die Gruppe 2011 noch 701 Kfz-Verträge im Bestand verzeichnete, von denen 461 eine Werkstattbindung beinhalteten, waren es 2012

bereits 767 Verträge, von denen 528 im Schadenfall die Rückführung in die Werkstatt garantieren.

Teamwork von Spezialisten

Parallel dazu hat sich im vergangenen Jahr die Vermittlungsquote erhöht. Heinen hat über alle Standorte eine Abschlussquote von 23,3 % erzielt – Tendenz steigend. „Für dieses Jahr rechnen wir bei höherem Absatz mit einer Quote von rund 30 %“, konstatiert Ralf Giuliani, der mit seinem Bruder Andreas die Geschäfte führt.

Die positive Entwicklung führen die beiden Geschäftsführer vor allem auf die enge Kooperation zwischen dem Verkauf und den Versicherungsfachleuten zurück, die in der hauseigenen Vermittlungsagentur tätig und am Stammsitz in Dortmund sowie in Bochum ansässig sind. Gemeinsam

arbeiten sie daran, mehr Abschlüsse zu generieren. Die Verkäufer führen den Versicherungsspezialisten die Kunden zu. Die Mitarbeiter der NÜRNBERGER/GARANTA unterbreiten den Kunden als zentrale Ansprechpartner rund um die Versicherungen die Angebote.

Dass ein reges Interesse der Kunden besteht, verdeutlicht beispielsweise die Angebotsquote gemessen an den Pkw-Gesamtverkäufen an Endkunden. Sie haben sich 2012 auf 2.144 Einheiten belaufen. Davon haben wiederum rund 41 % ein Angebot gewünscht.

Auch bei GW-Kunden gefragt

Bei der Nachfrage kann der Mehrmarkenhändler keine großen Unterschiede zwischen Neu- und Gebrauchtwagenkunden erkennen. Die Abschlussquoten bewegen sich seinen Zahlen nach auf vergleichbarem Niveau. Die Gründe hierfür sieht Ralf Giuliani in den Leistungen der AutoVersicherungs-Pakete. Insbesondere einen Baustein hat er bei gebrauchten Pkw im Blick: die Kaufwertentschädigung bei Totalschaden in den ersten 6 Monaten nach Erwerb. „Es ist eine außergewöhnliche Leistung der NÜRNBERGER/GARANTA, dass hier eine Entschädigung auf Basis des Kaufpreises und nicht nur nach dem Wiederbeschaffungswert – der dann möglicherweise geringer ist – erfolgen kann. Das kommt bei den Kunden gut an“, sagt Andreas Giuliani. Ralf Giuliani fügt hinzu: „Darüber hinaus steigt die Kundenzufriedenheit sowohl im Neu- als auch im Gebrauchtwagenbereich, weil die Kunden im Schadenfall nur einen Ansprechpartner haben.“ Für diese Fälle hat das Motor Center Heinen flankierend eine



Werkstattauslastung und Liquidität sichert der Mehrmarkenhändler via Rückführung von Schäden in die Betriebe und eine schnelle Schadenregulierung durch die NÜRNBERGER/GARANTA.

Schaden-Hotline eingerichtet, an die sich Kunden bei Bedarf 24 Stunden an 7 Tagen die Woche wenden können.

Mehr Werkstattgeschäft

Die qualifizierten Mitarbeiter gewährleisten so einen kundennahen Absatzweg. Die Beratungen in den Autohäusern haben u.a. auch eine höhere Frequenz an Kundenbesuchen zur Folge. Zugleich findet zur Instandsetzung von Schäden eine Rückführung der versicherten Fahrzeuge in die Werkstatt statt. 2012 haben die Betriebe 33 Schadenfälle, welche NÜRNBERGER/GARANTA in die Werkstätten geleitet hat, mit einem Volumen von rund 66.000 EUR abgewickelt. „Auch hier rechnen wir mit einer klaren Zunahme, da die Werkstattbindung in den AutoVersicherungen automatisch enthalten ist“, sagt Andreas Giuliani. Für den Erfolg sind aber auch schnelle Reparaturfreigaben und eine insgesamt unbürokratische Schadenregulierung entscheidend. Das umfasst eine schnelle Bezahlung, die im Autohaus Liquidität sichert. „Wir profitieren von einer reibungslosen Abwicklung durch die NÜRNBERGER/GARANTA, sodass wir nicht kreditieren und aus eigenen Mitteln die Instandsetzungen vorfinanzieren müssen. Auch damit hebt sich der Versicherer im Wettbewerb ab“, berichtet Ralf Giuliani aus seiner Erfahrung.



Die beiden Geschäftsführer Andreas (links) und Ralf Giuliani sowie Seniorchefin Edeltraud Recke setzen auf AutoVersicherungen der NÜRNBERGER zur Kundenbindung.

Chancen aus Cross-Selling

Darüber hinaus bringt die professionelle Betreuung der Kunden bei den Kfz-Versicherungen zusätzliche Versicherungsgeschäfte, die sich nicht nur in Provisionserlösen widerspiegeln, sondern auch die Bindung der Kunden an das Unternehmen nochmals deutlich steigern. So hat die Gruppe 2012 neben den AutoVersicherungen 1.693 weitere Verträge im Portfolio gezählt, die sich aus 184 Lebens- und 1.509 Sachversicherungen zusammensetzen. Der Versicherungsbereich

hat daher einen hohen Stellenwert und ist fester Bestandteil jeder Geschäftsführerbesprechung. Und mit dem Fahrzeugabsatz nimmt auch die Bedeutung zu. Deshalb wollen Ralf und Andreas Giuliani die Kooperation intensivieren. In diesem Jahr soll bei der Zuführung der Endkunden im Neu- und Gebrauchtwagenbereich die Marke von 50 % fallen. Bereits jeder 2. Kunde würde dann ein Angebot für eine AutoVersicherung von der NÜRNBERGER/GARANTA erhalten.

MOTOR CENTER HEINEN

- Geschäftsführung: Ralf und Andreas Giuliani
- Gründung: 1963
- Standorte: insgesamt 6, in Bochum, Essen, Holzwickle, Bergkamen und 2 in Dortmund
- 4 Marken: Honda-Pkw und -Motorrad, Suzuki, Seat, Kia
- Kfz-Absatz 2012: 1.369 Neu- und 1.154 Gebrauchtwagen sowie 923 Motorräder
- 160 Mitarbeiter
- Heinen Versicherungsdienst: 2 Mitarbeiter
- Versicherungsvermittlungsquote: 23,3 % (2012), 30 % (geplant für 2013)

Immer für Sie da

Integrierter Versicherungsservice – Wir machen das für Sie!

Damit Sie sich weiter um Ihr Kerngeschäft kümmern können, kümmern wir uns rundherum um den Versicherungsverkauf und die -betreuung Ihrer Kunden.

Sie haben keinen Aufwand, keine Arbeit und kein Risiko. Von der Beratung der Kunden über das Versicherungsangebot bis hin zum Verkauf und zur Abwicklung im Schadenfall

übernehmen das unsere kompetenten Mitarbeiter vor Ort oder unsere professionellen Servicecenter für Sie. Das spart Ihnen Zeit, Geld und Nerven.

UNSERE SERVICECENTER



Wünschen Sie ein Sofortangebot zur Autoversicherung?

Telefon 0800 531-6661*

Haben Sie Fragen zu einem bestehenden Autoversicherungsvertrag?

Telefon 0911 531-7795

Wollen Sie einen Schaden melden?

Telefon 0800 531-6666*

Haben Sie Fragen zu Ihrem ServicePartner-Vertrag?

Telefon 0911 531-2335

*Falls Ihr Telefondienstleister oder der Netzvertrag keine Verbindung zu 0800er-Nummern ermöglicht oder wenn Sie aus dem Ausland anrufen, erreichen Sie uns kostenpflichtig unter +49 911 531-6661 bzw. +49 911 531 6666



Fotos: Nürnberger, iStock

FRAGEN ZU IHRER AUTOHAUSAGENTUR?

Bezirksdirektion Hamburg Autohaus Kurze Mühren 13, 20095 Hamburg	Geschäftsstellenleiter Nils Makulla Tel. 040 32106-410	Direktionsbevollmächtigter Frank Suhse Tel. 0385 5491-121 / Mobil 0151 53841327
Bezirksdirektion Berlin und Brandenburg Autohaus Kurfürstendamm 40/41, 10719 Berlin	Berlin: Geschäftsstellenleiter Toralf Güthert Tel. 030 88422-490	Brandenburg: Bezirksdirektor Torsten Tennius Tel. 030 88422-490
	Beide: Direktionsbevollmächtigter André Wühle Tel. 030 88422-238 / Mobil 0151 53840252	
Bezirksdirektion Hannover Autohaus Schiffgraben 47, 30175 Hannover	Geschäftsstellenleiter Marinko Vukic Tel. 0511 3383-210	Direktionsbevollmächtigter Sven Hertel Tel. 0511 3383-213 / Mobil 0151 53841193
Bezirksdirektion Münster Autohaus Ludgerstraße 54, 48143 Münster	Bezirksdirektor Roland Schlink Tel. 0251 509-400	Direktionsbeauftragter Paul Laser Tel. 0231 9053-409 / Mobil 0151 53840579
Bezirksdirektion Dortmund Autohaus Königswall 28, 44137 Dortmund	Geschäftsstellenleiter Harald Fleischmann Tel. 0231 9053-400	Direktionsbeauftragter Paul Laser Tel. 0231 9053-409 / Mobil 0151 53840579
Bezirksdirektion Düsseldorf Autohaus Berliner Allee 34/36, 40212 Düsseldorf	Geschäftsstellenleiterin Anke Amann-Pimlett Tel. 0211 1366501	Direktionsbeauftragter Heiko Schmetz Tel. 0211 1366-514 / Mobil 0151 53842094
Bezirksdirektion Thüringen Autohaus Schlachthofstraße 19, 99085 Erfurt	Bezirksdirektor Thomas Knab Tel. 0361 5675-0	Direktionsbevollmächtigter Udo Stöber Tel. 0361 5675-134 / Mobil 0151 53841499
	Gebiet: Sachsen-Anhalt Direktionsbevollmächtigter Sven Hertel Tel. 0341 9857-213 / Mobil 0151 53841193	
Bezirksdirektion Leipzig Autohaus Elsterstraße 49, 04109 Leipzig	Bezirksdirektor Wolfgang Bollmann Tel. 0341 9857-213	Gebiet: Sachsen Direktionsbevollmächtigter Rainer Jentsch Tel. 0351 8736-226 / Mobil 0151 53841552
Bezirksdirektion Dresden Autohaus Georg-Treu-Platz 3, 01067 Dresden	Bezirksdirektor Dietmar Niemann Tel. 0351 8736-154	Direktionsbevollmächtigter Rainer Jentsch Tel. 0351 8736-226 / Mobil 0151 53841552
Bezirksdirektion Köln Autohaus Hohenzollernring 57, 50672 Köln	Bezirksdirektor Frank Winter Tel. 0221 846168-0	Direktionsbeauftragter Heiko Schmetz Tel. 0211 1366-514 / Mobil 0151 53842094
Bezirksdirektion Hessen Autohaus Rotfeder-Ring 3, 60327 Frankfurt	Bezirksdirektorin Corina Mander Tel. 069 2563-391	Direktionsbevollmächtigter Robert Balzer Mobil 0151 53840040
Bezirksdirektion Würzburg Autohaus Haugerring 6, 97070 Würzburg	Bezirksdirektor Christian Stettner Tel. 0931 3507-0	Direktionsbevollmächtigter Johannes Keller Tel. 0911 9265-434 / Mobil 0151 53840958
Subdirektion Mannheim Autohaus Augustaanlage 18, 68165 Mannheim	Subdirektor Eric Bragenitz Tel. 0621 4008-400	Direktionsbevollmächtigter Klaus-Werner Dürr Tel. 0621 4008-231 / Mobil 0151 53840684
Bezirksdirektion Stuttgart Autohaus Goethestraße 7, 70174 Stuttgart	Bezirksdirektor Volker Schulemann Tel. 0711 2027-302	Direktionsbevollmächtigter Konstantin Geis Tel. 0711 2027-157 / Mobil 0151 53840216
Bezirksdirektion Ravensburg Autohaus Zwingerstraße 3, 88214 Ravensburg	Bezirksdirektor Michael Dornach Tel. 0751 36253-0	Direktionsbevollmächtigter Konstantin Geis Tel. 0711 2027-157 / Mobil 0151 53840216
Bezirksdirektion Regensburg Autohaus Landshuter Straße 19, 93047 Regensburg	Bezirksdirektor Alfred Gilg Tel. 0941 7974-232	Direktionsbevollmächtigter Johannes Keller Tel. 0911 9265-434 / Mobil 0151 53840958
Bezirksdirektion München Autohaus Sendlinger Straße 27, 80331 München	Geschäftsstellenleiter Florian Janetschko Tel. 089 23194-126	
Generaldirektion Nürnberg Ostendstraße 100, 90334 Nürnberg	Tel. 0911 531-0	



Starke Leistung für Ihr Autohaus.

Das Wichtigste immer im Blick – in unserem Newsletter
NÜRNBERGER/GARANTA.

Registrieren Sie sich jetzt unter www.nuernberger-garanta.de

NÜRNBERGER
Allgemeine Versicherungs-AG
GARANTA Versicherungs-AG
Ostendstraße 100, 90334 Nürnberg
Telefon 0911 531-5, Fax -3206
supportah@nuernberger.de
www.nuernberger-garanta.de

Schutz und Sicherheit im Zeichen der Burg

NÜRNBERGER

AutoVersicherungen

