



## Senkrecht- starter

carplus hat sich in nur einem Jahr am Versicherungsmarkt etabliert.

**D**er Startschuss für die hundertprozentige Tochter der Wiener Städtischen fiel im Oktober 2006. „Unser Ziel war es von Anfang an, uns in allen Belangen ganz klar auf das Autohaus zu fokussieren“, erzählt Geschäftsführer Ing. Dr. Franz F. Gugenberger. Inzwischen zeigt er sich, wiewohl bei Zahlen zurückhaltend, mehr als zufrieden.

### Träume werden wahr

Wie Gugenberger erklärt, kam das Konzept von carplus zur richtigen Zeit: „Der Trend zum One Stop Shopping ist unverkennbar. Der Kunde sieht sein Traumauto und will diesen Traum möglichst schnell verwirklichen.“ Parallel erkennen Autohersteller, Importeure und der Handel immer mehr, welche Erträge sich aus Finanzierungs- und Versicherungsvertrieb lukrieren lassen.

### Branchenkennner

Neben dem passenden Timing kann carplus auf ein erfahrenes Führungsteam bauen. Gugenberger hatte seine Versicherungslaufbahn bei der Wiener Städtischen begonnen, danach sammelte er bei Porsche Versicherung und Garanta zwei Jahrzehnte Autohaus-Erfahrung. „Wir wissen, was die Betriebe brauchen“, sagt auch Co-Geschäftsführer Dr. Bruno Hochleitner: Der Versicherungsprofi kennt die Branche nicht zuletzt aus seiner langen Tätigkeit im Lack- und Karosseriebeirat.



Dr. Bruno Hochleitner

## Partner des Gewerbes

Was macht einen echten Branchenversicherer aus?

**D**ass Versicherungen Autohäuser benützen, um mehr Polizzen in den Markt zu drücken, ist inzwischen keine Besonderheit mehr. carplus definiert ihre Aufgaben anders. „Beispielsweise bieten wir die einzige Versicherungslösung, die mittels entsprechender Tarifgestaltung Schäden ausschließlich in das vermittelnde Autohaus routet“, sagt Hochleitner. Kasko-Totalschäden würden bei Kundenwunsch bis zu 80 Prozent des Zeitwertes repariert. Ebenso bekenne man sich zum „vollständigen Verzicht auf Ablösezahlungen“.



Ing. Dr. Franz F. Gugenberger

### Partnerschaft trotz Wrackbörse?

Nicht verzichten will man bei carplus auf die im Kfz-Gewerbe heftig kritisierten Wrackbörsen. „Wir stehen dazu, dass wir mit der Börse der Wiener Städtischen den Marktwert ermitteln. Darin sind aber nur Händler gelistet, die einen österreichischen Gewerbeschein haben und von uns ständig kontrolliert werden“, versichert Gugenberger. Missbrauch werde auf diese Weise weitgehend ausgeschlossen. Ohnehin sei die Wertermittlung im Internet nicht mehr aus der Praxis der Sachverständigen wegzudenken.

### Erfolgreiches Team

Bestätigt sieht sich carplus von einer telefonischen Umfrage unter den vermittelnden Autohäusern. Vor allem das dichte Service- und Zulassungsnetz, die Bereitschaft, auch risikoreichere Kunden zu akzeptieren, sowie die generelle Betreuungsqualität seien gelobt werden. Um Letztere bemüht sich ein fünfköpfiges Team, das neben Vertriebsleiter Olaf Helfer Karl Pack, Michael Kainz, Andrea Legerer und Zelko Radic umfasst. „Ich habe mein Wunschteam gefunden“, sagt Hochleitner, der auch selbst Hand anlegt: In Wien kümmert er sich persönlich um die Anliegen der Vertriebspartner.

## Vorbild für Europa

**Nach einem erfolgreichen ersten Jahr in Österreich will carplus im Ausland durchstarten.**

Nicht, dass die Herausforderungen in Österreich zu einfach wären: Dennoch ist Gugenberger auch in Zentral- und Osteuropa aktiv. „Der Trend zum Versicherungsvertrieb mit Autohaus-Fokus ist international“.

erklärt er. In der Slowakei ist carplus schon am Markt, in Ungarn läuft seit einigen Wochen ein ähnliches Projekt. In Tschechien und der Ukraine trägt man mit vergleichbaren Konzepten dem Wunsch von Auto-Importeuren Rechnung. Eine Kooperation mit BMW wird bereits umgesetzt, andere deutsche Hersteller zeigen Interesse. Weitere Märkte könnten schon bald folgen: Schließlich ist die Wiener Städtische mit 40 Gesellschaften in insgesamt 20 Ländern präsent.

Auch in Österreich werden Kooperationen mit Importeuren, Autohaus-Ketten und Banken Teil unserer Strategie sein“, erklärt Hochleitner. Parallel soll das Dienstleistungsangebot weiter an die Bedürfnisse der Kfz-Betriebe angepasst werden. Dass deren Interesse an der lukrativen Versicherungsvermittlung nicht verebbt, scheint garantiert: Schließlich kommen in vielen Autohäusern schon heute 80 Prozent des Umsatzes, aber nur mehr 20 Prozent des Ertrags aus dem Fahrzeughandel.