

BVSK *INSIDE*



AKTUELLE INFORMATIONEN FÜR MITGLIEDER

JAHRGANG 2 | AUSGABE 2 | 20. APRIL 2022 – SONDERAUSGABE



AUTHORITY

02.2022

SONDER AUSGABE

- 3** [EINFÜHRUNG](#)
Wer oder was ist **AUTORITY**?
Was als Interview und
Mitgliederumfrage begann ...
- 9** [IM GESPRÄCH](#)
mit den „Erfindern“
von **AUTORITY**
- 14** [VOM PROTOTYP ZUM
ERFOLGSPRODUKT](#)
Was ist, kann und will
AUTORITY zur Produkt-
einführung
- 17** [IM GESPRÄCH](#)
mit zwei
BVS*K*-Mitgliedern
- 20** [FRAGEN &
ANTWORTEN
ZU **AUTORITY**](#)
- 25** [TERMINE](#)
Online-Infoveranstaltungen

IMPRESSUM

Herausgeber: BVS*K* e. V., Redaktion: BVS*K* Service GmbH, Menzelstraße 5, 14467 Potsdam, Tel.: 0331/23 60 59 0, Fax: 0331/23 60 59 10, info@bvs*k*.de, www.bvs*k*.de
Vorstand im Sinne des Vereinsrecht: Dirk Barfs (Vorsitzender), André Reichelt, Dr. Oliver Brockmann, Georg Schwadorf Geschäftsführer (bestellt durch den Vorstand):
Martin Schmelcher Rechtsform: Eingetragener Verein mit Sitz in Potsdam, eingetragen beim AG Potsdam, Registernummer: VR 7953 P Verantwortlicher Redakteur:
Annegret Kuchar, BVS*K* e. V. Haftungsausschluss: Die in diesem ePaper veröffentlichten Beiträge wurden nach bestem Wissen und Gewissen geprüft. Eine Gewähr für die Richtig-
keit und Vollständigkeit kann jedoch nicht übernommen werden. Eine Haftung für etwaige mittelbare oder unmittelbare Folgeschäden oder Ansprüche Dritter ist ebenfalls aus-
geschlossen. Namentlich gekennzeichnete Beiträge geben nicht notwendig die Meinung der Redaktion wieder. Anzeigeleitung: BVS*K* e.V., Menzelstraße 5, 14467 Potsdam,
Tel.: 0331/23 60 59 0, Fax: 0331/23 60 59 10, info@bvs*k*.de, www.bvs*k*.de Anzeigenpreise: auf Nachfrage Satz: BVS*K* IT GmbH, Uwe Stroner, Menzelstraße 5, 14467 Potsdam,
Tel.: 0331/23 60 59 0, Fax: 0331/23 60 59 10, info@bvs*k*.de, www.bvs*k*.de

⋮

Wer oder was ist „AUTORITY“



Was als Interview und Mitgliederumfrage begann ...



Martin Schmelcher
Geschäftsführer BVSK e.V.

AUTORITY ist eine große Chance für die BVSK-Mitglieder. Mithilfe von AUTORITY können Verbraucher angesprochen werden, die sonst gar nicht den Weg zu einem BVSK-Mitglied gesucht und gefunden hätten. Und diese Ansprache geht leichter, wenn man es zusammen macht – und nicht allein.

AUTORITY ist aber nicht vom Himmel gefallen. Das nun vorliegende umsetzungsreife Konzept ist das Ergebnis vieler Workshops und Diskussionen. Als wir losgelaufen sind, war noch nicht klar, wo die Reise hingeht.

In den Interviews mit den Vorstandsmitgliedern und Landesgruppenvorsitzenden sowie der Mitgliederumfrage sind viele unterschiedliche Entwicklungen angesprochen worden, welche Sie als Bedrohung ihres Geschäftsmodells wahrgenommen haben, wie z. B. „Die Versicherer schneiden uns immer

aggressiver von unseren Kunden ab! Wir sind zu sehr von den Werkstätten abhängig! Unseriöse Sachverständige machen uns das Leben schwer! Künstliche Intelligenz ist der Tod des freien Sachverständigen! Wir hinken bei der Digitalisierung meilenweit hinterher! Wir kommen an die jungen Leute nicht ran!“ usw.

Unsere Herausforderungen

Digitalisierung, Marktkonsolidierung, verändertes Kundenverhalten und neue Wettbewerber – so unterschiedlich diese Punkte sind – zusammengekommen haben diese Entwicklungen das Potenzial, das Kerngeschäft des unabhängigen Sachverständigen ordentlich durchzuschütteln. Versicherungsgesellschaften versuchen den Preis des Einzelgutachtens zu reduzieren oder am besten gleich den Sachverständigen samt Rechtsanwalt rauszuhalten. Virtuelle Video-

Besichtigungen gewinnen zunehmend an Bedeutung und die Entstehung großer Werkstatt- und Autohausketten erschwert es unabhängigen Sachverständigenbüros mit wenigen Mitarbeitern, sich gegen große Sachverständigenorganisationen durchzusetzen.

Selbst wenn die Kernleistungen weiterhin Bestand haben werden: Die Umstände, unter denen sie erbracht werden, und die Art und Weise, wie zukünftig auf Kunden zugegangen werden muss, verändert sich massiv. Durch die alltägliche Nutzung von Smartphones verändert sich nicht nur das Nutzerverhalten, sondern auch die Kommunikation und Interaktion zwischen Verbraucher und Unternehmer.

Insbesondere die Jüngeren erwarten digitale Angebote und eine schnelle Bearbeitung ihres Anliegens, vor allem im Schadenfall. Mit Anbietern wie z. B. meinschaden24.de bekommt der Sachverständige Konkurrenz von außerhalb der eigenen Branche.

Aus Sicht des BVSK stellen all diese Entwicklungen zusammengenommen eine ernstzunehmende Bedrohung für unsere Mitglieder dar. Die **digitale Plattform „AUTORITY“** soll ein wesentlicher Baustein dafür sein, dass die freien Sachverständigen den Zugang zu ihren Kunden nicht verlieren und im Idealfall sogar ausbauen können.

Der Wurm muss dem Fisch schmecken, nicht dem Angler!

Eine Plattform von Sachverständigen für Sachverständige hat aber wenig Erfolgsaussichten am Markt. Entscheidend ist, dass sie bei den Kunden ankommt. Im Zentrum der Plattform stehen daher konsequent die Belange der Verbraucher rund um das Kfz. Sie bietet den Verbrauchern Zugang zu den Expertenleistungen unserer Mitglieder und positioniert sie als verlässlichen Partner der Autofahrer und überführt ihre Expertise in die digitale Welt.

Vorangegangene Umfragen unter über 1.000 Autofahrern haben ergeben, dass der Bedarf an einer unabhängigen Expertise hoch, das Vertrauen in Versicherungen niedrig und das Angebot im Netz aus Verbrauchersicht ungenügend ist.

Geist der Vergangenheit oder Fokus auf die Zukunft?

Wir haben versucht, aus den Erfahrungen der Vergangenheit zu lernen. **AUTORITY** unterscheidet sich da-



her in vielerlei Hinsicht vom Projekt „Accidens“. So sind wir bei der Entwicklung des digitalen Geschäftsmodells wie ein Start-up Unternehmen vorgegangen und haben uns von den Bedürfnissen der Endverbraucher - also Privatkunden – leiten lassen.

Ebenso wichtig war uns aber auch die Einbindung der Mitglieder-Perspektive in den Entwicklungsprozess. So konnten bereits viele Mitglieder ihre Meinungen, Bedenken und Erfahrungen (z. B. in Sounding Boards oder auf dem Strategietag 2021) einbringen. Auch wenn für uns gerade am Anfang wichtig war, das Projekt und die Idee hinter **AUTORITY** nicht an die große Glocke zu hängen. Denn die Konkurrenz draußen ist groß und schläft nicht.

Schritt für Schritt

Bei der konkreten Ausgestaltung der Plattform wollen wir Stück für Stück vorgehen. Das bedeutet, dass im ersten Jahr mit einigen Basisfunktionen gestartet wird, die dann Zug um Zug erweitert werden. So können an diesem Portal dann immer mehr Sachverständigenleistungen angedockt werden, z. B. die telefonische Erstberatung, Gutachtenerstellung oder die Unterstützung bei einer Autobesichtigung per Video. Aber auch die direkte Online-Terminbuchung, wie sie viele vor allem jüngere Verbraucher in anderen Lebensbereichen tagtäglich nutzen, soll zu einem späteren Zeitpunkt kommen (Näheres hierzu auf Seite 14 ff.).

Und: Bei allen Entscheidungen, die über zukünftige Funktionen getroffen werden, lassen wir uns von folgender Prämisse leiten: Das unabhängige und qualitativ hochwertige Gutachten, die persönliche Beziehung zum Kunden sowie die tiefverankerte Expertise der Mitglieder sind der Kern des **BVSK** - sie bilden auch den Kern des digitalen Angebots.

Auch die Unternehmensgründung ist gut durchdacht und kein Schnellschuss. So gibt es einen sehr detaillierten Businessplan für den Auf- und Ausbau des Unternehmens in den ersten drei Jahren. Im Jahr 2022 soll der rechtliche Rahmen geschaffen werden, um **AUTORITY** auf den Markt zu bringen. Geplant ist die Gründung einer eigenen GmbH, an der der **BVSK** immer mindestens 51 % der Anteile halten wird, um über die Entwicklung und Ausrichtung des Unternehmens bestimmen zu können.

AUTORITY vs. Mitbewerber

Es gibt viele Mitbewerber und Start-Ups, die etwas Ähnliches versuchen. Dabei grenzt sich **AUTORITY** aber klar von anderen Marktteilnehmern ab. Anstatt die Unwissenheit der Privatkunden auszunutzen und sie mit verlockend klingenden Angeboten über den Tisch zu ziehen („500 Euro noch heute auf Ihrem Konto!“), positionieren sich unsere **BVSK**-Sachverständigen als verlässlicher und unabhängiger Partner der Autofahrer und versorgen diese mit Know-how und Expertenleistungen

rund ums Kfz. Hier haben wir gegenüber Initiativen der Versicherungswirtschaft sicherlich einen ordentlichen Glaubwürdigkeitsvorsprung.

Der Vorteil gegenüber klassischen Start-Ups auf der grünen Wiese ist, dass die BVSK-Mitglieder das Geschäft und die eigentlichen Prozesse beherrschen. Das bedeutet zum einen operative Exzellenz und zum anderen wird nichts versprochen werden, was nicht eingehalten werden kann.

Und – wie bereits erwähnt – macht auch die Tatsache, dass wir hinsichtlich unserer Produktentwicklung keine Nabelschau betreiben, sondern konsequent den Bedürfnissen und Problemen der Verbraucher und damit potenzieller Kunden nachspüren, einen großen Unterschied.

AUTORITY und der BVSK-Sachverständige

Und dennoch: Wir sehen AUTHORITY nicht nur als Angebot an die Privatkunden, sondern auch als Angebot an unsere Mitglieder. Jeder der möchte, kann mitmachen – niemand muss. Neue Technologien und neue Produkte bedeuten aber auch neue Prozesse. Will heißen: Wer mitmachen will, wird eine gewisse Offenheit dafür mitbringen müssen, Dinge anders zu machen als bisher. Ein „So haben wir das aber schon immer gemacht“ ist in der digitalen Welt schnell zum Scheitern verurteilt.

Wer mitmacht, profitiert allerdings von der Möglichkeit, neue Kunden zu erreichen und somit unabhängiger von Versicherungen und Werkstattketten zu werden. Dabei spielt es keine Rolle, ob man im amtlichen Bereich mit einer Überwachungsorganisation zusammenarbeitet, da sich AUTHORITY an die Endkunden richtet und keine Exklusivität verlangt.

Auch ist die Leistungserbringung im Gegensatz zu Accidens weit weniger komplex. Es geht um Verbraucher und nicht um Werkstätten oder gar Werkstattketten. Umfangreiche Absprachen und Koordination unter den Teilnehmern ist nicht unbedingt erforderlich.

Trotzdem hilft AUTHORITY den Mitgliedern perspektivisch auch dabei, Firmenkunden besser bedienen zu können. Denn die Zusammenarbeit



Foto: AdobeStock, ty

wird sich weiterentwickeln, gemeinsame Standards und gemeinsame Schnittstellen werden etabliert werden – und je enger die Zusammenarbeit, desto eher kann auch mit großen Organisationen konkurriert werden.

Finanzierung

Natürlich beginnt die Investition nicht erst mit der Gründung. Auch Strategie- und Produktentwicklung haben uns bereits Geld gekostet. Doch wir sind davon überzeugt, dass es eine lohnende Investition war und ist.

Allerdings werden die Firmengründung und der stufenweise Aufbau wesentlich mehr Geld kosten. Einen Teil dieser Kosten soll AUTORITY selbst erwirtschaften. Aber vor allem für die erste Phase ist eine Anschubfinanzierung erforderlich. In dieser Phase wird die Plattform technisch aufgebaut, es werden für Verbraucher relevante Inhalte erzeugt und es wird begonnen, in Online-Marketing-Maßnahmen zu investieren. Der laufende Betrieb und der weitere Ausbau von AUTORITY sollen dann über angemessene fallbezogene Gebühren finanziert werden, die aber die eigentliche Wertschöpfung bei den teilnehmenden Mitgliedern belassen soll.

Mitglieder können den Aufbau von AUTORITY unterstützen, indem sie sich finanziell beteiligen. Insgesamt werden rund zwei Millionen Euro benötigt, wovon der BVSK e. V. 250.000 Euro aus seinen Rücklagen einbringen soll. Für

die Mitglieder sollen Wandelanleihen im Wert von 5.000 Euro ausgegeben werden. Dabei handelt es sich um eine Art Darlehen, das mit 5 % p. a. verzinst wird. Wenn sich AUTORITY wie erwartet zu einem erfolgreichen Unternehmen entwickelt, kann die Anleihe nach fünf Jahren in Unternehmensanteile umgewandelt werden. Im Gegensatz zu Accidens könnte die Ausgabe, im Falle eines Verlustes (vor der Wandlung) auch als Betriebsausgabe abgeschrieben werden.

Unser Ziel ist es, 350 Anleihen auszugeben, wobei jedes ordentliche Mitglied auch die Möglichkeit erhalten soll, eine Anleihe zu zeichnen. Denn mit den Wandelanleihen möchten wir unseren Mitgliedern die Chance bieten, nicht nur zum Erfolg von AUTORITY beizutragen – sondern auch finanziell daran teilzuhaben. Das damit verbundene Risiko soll durch die hohe Zinsausschüttung entlohnt werden.

Technologie & Partner

Natürlich ist dieses Projekt für den BVSK nicht alltäglich und mit Bordmitteln würden wir es auch nicht umsetzen können. Wir haben uns daher mit Plan D einen Strategie- und Technologiepartner an die Seite geholt, der uns von Anfang an bei dem Projekt begleitet hat. Dieser ist auch bereit selbst in AUTORITY zu investieren. Plan D ist aber "nur" ein strategischer Partner. Das war uns wichtig. Denn die Kontrolle soll stets beim BVSK und seinen Mitgliedern bleiben.

Entscheidung und Go live

An der diesjährigen Mitgliederversammlung im Rahmen des 36. Kfz-Sachverständigentags in Köln ist es dann so weit: Die Mitglieder sollen entscheiden, ob der Verband das Konzept umsetzen soll – oder auch nicht. Die Vorarbeiten sind erledigt, mit einer positiven Entscheidung würde das Unternehmen umgehend gegründet und die Finanzierung direkt angegangen.

Inhalt der ersten Version sollen Texte, Bilder und Videos sein, mit denen die

Nutzer auf unterhaltsame Weise rund um ihr Kfz informiert werden – vor allem auch zum Schadenfall. Das Online-Marketing wird aufgebaut und die Verbraucher erhalten die Möglichkeit, auf **AUTORITY** „ihr“ BVS*K*-Mitglied zu suchen, zu finden und direkt über die Plattform zu kontaktieren.

Seien Sie dabei und gehen Sie mit uns auf die Reise in eine digitale Zukunft!



Foto: BVS*K*

Mit vereinten Kräften

Im Gespräch mit den „Erfindern“ von AUTORITY



Dirk Barfs
Präsident BVSK e.V.

Herr Schmelcher, am letzten Kfz-Sachverständigentag haben Sie das Projekt AUTORITY erstmals vorgestellt. Was ist seitdem geschehen?

Schmelcher: Wie angekündigt haben wir seitdem intensiv an dem Projekt weitergearbeitet. Was wir im Oktober vorgestellt haben, war zunächst einmal – dank des Prototypen – eine Idee zum Anfassen. Nun ging es aber darum, viele Detailfragen zu klären: In welcher Rechtsform soll das Vorhaben umgesetzt werden? Wie kann es finanziert werden? In welcher Reihenfolge sollen wir die Funktionalitäten von AUTORITY umsetzen? Welche Kostenblöcke müssen wir einplanen? Wie könnte ein Erlösmodell aussehen? Aus diesen Überlegungen ist ein detaillierter Businessplan für die ersten drei Geschäftsjahre entstanden.



Martin Schmelcher
Geschäftsführer BVSK e.V.

Wenn die Mitglieder am 14. Mai zustimmen, soll AUTORITY als eigenständige GmbH gegründet werden. Wie kam es zu dieser Entscheidung und welche Rolle würde der BVSK in dem Unternehmen spielen?

Schmelcher: Eine GmbH hat mehrere Vorteile. Zum einen bietet sie eine große Flexibilität in der Ausgestaltung. Zum anderen muss bei der Gründung ein Stammkapital von „nur“ 25.000 Euro eingebracht werden. Bei einer AG sind es zum Beispiel



Dirk Schmachtenberg
Geschäftsführer Plan D

50.000 Euro. Und schließlich ist – wie der Name schon sagt – die Haftung beschränkt. Das bietet dem Verband als Hauptanteileseigner eine gewisse Sicherheit. Denn das steht für uns fest: Der BVSK soll mindestens 51 % der Anteile an AUTORITY kontrollieren, um dauerhaft über die Entwicklung und Ausrichtung des Unternehmens bestimmen zu können.

Herr Barfs, der Vorstand und die Geschäftsführung stehen gemeinsam hinter AUTORITY. Wie blicken Sie persönlich auf das Vorhaben?

Barfs: Ich freue mich sehr darüber, dass wir dieses Projekt gemeinsam vorantreiben. In meinen Augen ist AUTORITY eine Riesenchance für unsere Mitglieder, an den Verbraucher heranzukommen, ohne auf die Vermittlung durch eine Werkstatt, einen Versicherer oder einen Rechtsanwalt angewiesen zu sein. Viele versuchen das ja schon auf eigene Faust, und viele machen das auch sehr gut. Aber jeder kämpft für sich allein. Ich bin überzeugt: Mit vereinten Kräften wird es uns deutlich besser gelingen, uns am Markt durchzusetzen.

Herr Schmachtenberg, Sie haben das Konzept als externer Berater mit entwickelt. AUTORITY soll als Informationsplattform rund ums Kfz an den Start gehen und vor allem junge

Leute ansprechen. Glauben Sie nicht, dass es für diese Zielgruppe schon genügend Informationen im Netz gibt?

Schmachtenberg: Es stimmt natürlich, dass es eine regelrechte Informationsflut im Internet gibt. Interessanterweise haben unsere Umfragen und Gespräche mit Verbrauchern ergeben, dass sich die Leute trotzdem nicht gut informiert fühlen. Im Kontakt mit Werkstätten und Versicherungen haben sie am wenigsten Ahnung von der Materie und fühlen sich verunsichert. Deshalb glaube ich, dass es weiterhin eine Lücke gibt, in die **AUTORITY** stoßen kann.

Wie genau würde sich **AUTORITY denn von anderen Informationsportalen unterscheiden?**

Schmachtenberg: Wenn man genau hinschaut, sind viele der bestehenden Angebote nicht besonders gut umgesetzt. Überfrachtete Webseiten, amateurhafte Videos, dubiose Absender... Bei **AUTORITY** hingegen werden wir die Kfz-Experten des

BVSK mit Technologieexperten und Kommunikationsprofis zusammenbringen, um ein hochprofessionelles und zugleich vertrauenswürdiges Angebot zu schaffen.

Mit Blick auf die Produktentwicklung haben Sie betont, wie wichtig es sei, sich an den Bedürfnissen der

Zielgruppe zu orientieren. Sollte sich der Verband nicht zuallererst für die Interessen seiner Mitglieder einsetzen?

Barfs: Aber genau das tun wir ja! Ich sage es mal so: Der Angler kann nur erfolgreich sein, wenn der Köder dem Fisch schmeckt. Deshalb haben wir uns genau angeschaut, was die Fische – also die Verbraucher – wollen. Nur so erreichen wir unser Ziel, den BVSK-Sachverständigen neue Kundengruppen zu erschließen.

Viele Mitglieder haben schon einmal erlebt, dass der BVSK ein Unternehmen gegründet hat – von dem dann bald nichts mehr zu hören war. Stichwort: Accidens. Was sagen Sie denen, die Sorge haben, ein Déjà-vu zu erleben?

Barfs: Ich muss zugeben, dass wir damals bei Accidens ein bisschen naiv an die Sache rangegangen sind. Die Grundidee war super, aber das ganze Projekt war nicht wirklich durchdacht. Alles, was Martin Schmelcher eingangs beschrieben hat, der Businessplan, die Überlegungen zur Finanzierung, auch die Zusammenarbeit mit einem Technologie-Partner wie PLAN D... Das alles hat es bei Accidens nicht gegeben. Natürlich bleibt auch bei **AUTORITY** ein Rest-Risiko, dass es nicht klappt. Aber erstens bin ich mir sicher, dass die Chancen überwiegen. Und zweitens haben wir durch die spezielle Anlageform der Wandelanleihe dafür gesorgt, dass das individu-



Foto: AdobeStock, Igor Nikushin

elle Risiko der Mitglieder gering und beherrschbar bleibt.

Wenn man das Stichwort Wandelanleihe googelt, liest man, dass es sich dabei um ein komplexes Anlageprodukt handelt, das man lieber den Profis überlassen sollte. Klingt nicht gerade vertrauenserweckend...

Schmelcher: Das kommt ganz darauf an, womit man es vergleicht. Wenn ich mein Geld aufs Sparbuch lege, ist das natürlich eine simplere Form der Geldanlage. Aber auch Anleihen sind übliche Anlageformen, denken Sie an die berühmten Bundesanleihen. Im Grunde ist eine Anleihe nichts anderes als ein verbrieftes Darlehen, das heißt ein Wertpapier, das dem Gläubiger das Recht auf Rückzahlung des Darlehensbetrages und auf Zahlung der vereinbarten Zinsen einräumt.

Auch viele Unternehmen geben Anleihen heraus. Eine Wandelanleihe ist eine besondere Form davon. Anstelle der Rückzahlung kann der „Darlehensbetrag“ beim Eintritt vorab definierter Bedingungen in Unternehmensanteile umgewandelt werden. Daher auch der Name Wandelanleihe.

Aus welchen Gründen haben Sie sich bei der Beteiligungsform für die Wandelanleihe entschieden?

Schmelcher: Gegenüber einer direkten, das heißt anfänglichen Beteiligung haben Wandelanleihen einen klaren Vorteil. Im Falle eines Verlusts

können sie vor der Wandlung als Betriebsausgabe abgeschrieben und steuerlich geltend gemacht werden. Außerdem haben wir mit 5 % per anno eine attraktive Verzinsung vorgesehen. Und was uns auch wichtig war: Wir können steuern, an wen wir die Anleihen ausgeben, nämlich an unsere Mitglieder anstatt an irgendwelche Fremdinvestoren.

Der Verband selbst investiert mit insgesamt 250.000 Euro eine hohe Summe. Man könnte also sagen, dass über die Mitgliedsbeiträge eigentlich alle Mitglieder indirekt beteiligt sind. Ist das richtig?

Barfs: Ja, klar, so kann man das sehen. Und natürlich haben alle Mitglieder einen Anspruch darauf, dass wir als Verband mit ihren Beiträgen verant-



Foto: AdobeStock, Ralf Geithe

wortungsvoll umgehen. Mit Blick auf unsere hohen Rücklagen waren es aber gerade Mitglieder, die uns zuletzt immer wieder gefragt haben: Was macht ihr eigentlich mit dem

ganzen Geld? Warum investiert ihr es nicht, um uns in unserer Arbeit zu unterstützen? Genau das tun wir jetzt.

Wie geht es nun konkret weiter?

Schmelcher: Beim nächsten Sachverständigentag, genauer gesagt - bei der Mitgliederversammlung am 14. Mai – werden unsere Mitglieder darüber abstimmen, ob wir die AUTHORITY GmbH gründen sollen oder nicht. Um diese Entscheidung vorzubereiten, versuchen wir momentan, die Mitglieder auf verschiedenen Kanälen vorab über das Vorhaben zu informieren.

Sofern wir in der Mitgliederversammlung das „Go“ bekommen, was ich natürlich sehr hoffe, wird es danach Schlag auf Schlag weitergehen: Unternehmensgründung, Finanzierung, Programmierung und inhaltliche Ausgestaltung der Plattform, Livegang ...

Das wird ein spannendes Jahr für den BVSK.

Vielen Dank für das Gespräch.

■ Ebba Schröder, Plan D



BVSK

Wir sehen uns auf dem

Kfz-Sachverständigentag

in Köln

Save the
Date:
13. Mai 2022



BVSK

Bundesverband der freiberuflichen
und unabhängigen Sachverständigen
für das Kraftfahrzeugwesen e.V.

Menzelstraße 5 · 14467 Potsdam
Telefon +49 (331) 23 60 59 0
www.bvsk.de · info@bvsk.de

Vom Prototyp zum Erfolgsprodukt

... was ist, kann und will *AUTORITY* zur Produkteinführung



Timo Bons
Geschäftsführer
BVSK-IT

Es gibt viele Dinge, die mir beim BVSK gefallen (sonst wäre ich wohl kaum seit fast 15 Jahren an Bord). Aber eine Sache ist mir in den vergangenen Monaten besonders positiv aufgefallen. Nämlich der Einfallsreichtum vieler Mitglieder, wenn es darum geht, ihre Expertise in die digitale Welt zu überführen.

Kaum hatten wir *AUTORITY* vorgestellt, da sprudelten schon die Ideen. In Sounding Boards, bei Veranstaltungen, in persönlichen Gesprächen prasselte es auf uns ein: "Wir brauchen auf jeden Fall Videos! Wir könnten Tipps zum Kraftstoff-Verbrauch geben! Wir sollten den Ort der Nutzer tracken, um ihnen passende Sachverständige vorschlagen zu können!".

Ich bin dankbar für diese vielen und guten Ideen, sie sind für uns sehr hilfreich. Sie haben aber auch dazu geführt, dass die Vorstellungen davon, was *AUTORITY* eigentlich ist, kann und soll, im Verband sehr weit auseinandergehen. Ich möchte diesen Beitrag daher nutzen, um ein wenig Klarheit zu schaffen.

1. *AUTORITY* ist eine Website

Häufig wird von einer App gesprochen. *AUTORITY* wird aber technisch

und funktional gesehen eine Website sein.

Was ist der Unterschied? Eine App ist ein eigenständiges Programm, das ein Nutzer auf sein mobiles Endgerät herunterladen muss, um es nutzen zu können. Das nimmt nicht nur Speicherplatz in Anspruch. Der Nutzer muss die App erst einmal finden, herunterladen wollen und – das ist das eigentliche Problem – danach nicht vergessen. Das sind große Hürden. Darüber hinaus erfordert eine App dreimal mehr Entwicklungsaufwand und somit deutlich höhere Kosten.

Deshalb haben wir uns für eine Website entschieden, die für die Verwendung auf dem Mobiltelefon optimiert ist, aber auch auf dem Tablet oder Computer funktioniert. Diese Seite wird für Suchmaschinen optimiert sein. So werden Nutzer, die gar nicht aktiv nach *AUTORITY* suchen, sondern z. B. nach Tipps im Schadenfall, nach einer Anleitung zum Scheibenwischerwechsel oder Ähnlichem, auf unsere Website, das heißt auf unsere Plattform geführt.

2. *AUTORITY* ist eine Infoplattform

Im ersten Schritt setzen wir den Schwerpunkt darauf, *AUTORITY* als Informationsplattform zu etablieren. Auf der Seite werden wir ganz viele

Inhalte bereitstellen, die für junge Autobesitzer interessant oder unterhaltsam sind. Erste Ideen haben wir gemeinsam mit einigen Mitgliedern bereits entwickelt: die wichtigsten Tods am Unfallort, die Vor- und Nachteile von E-Autos, Fun Facts rund ums Auto und vieles mehr. Die Formate können dabei von Textbeiträgen über Videos bis hin zu Podcasts reichen.

Bei der Planung der Inhalte orientieren wir uns auch an den Ergebnissen einer Umfrage unter Kfz-Besitzern, die wir letztes Jahr durchgeführt haben. Diese hat ergeben, dass das Informationsbedürfnis bei den Themen Reparatur, Schadenregulierung sowie Wartung besonders groß ist. Im weiteren Aufbau werden wir messen, welche Formate und Inhalte gut ankommen und so die Plattform weiter optimieren, das heißt immer relevanter für die Zielgruppe machen.

3. AUTHORITY ist eine Plattform zur Vermittlung von Kunden an Sachverständige

Der erste Ansprechpartner bei der Suche nach Informationen – auch nach einem Unfall – ist häufig die Google-Suche. Deshalb ist es wichtig, dass der Algorithmus erkennt, dass AUTHORITY für Verbraucher relevante Inhalte bereitstellt, damit die Verbraucher auf unserer Plattform landen.

Denn was wir eigentlich erreichen wollen, ist die Vermittlung von Endkunden an unsere Mitglieder. Deshalb wird es auf authority.de von Anfang an eine Sachverständigen-Suche geben. Hier können die Nutzer schnell nachschauen, welche BVSK-Mitglieder es in ihrer Nähe gibt, und diese über ein Formular kontaktieren.

Für Sie als Sachverständige hat das gleich zwei Vorteile. Erstens erreichen Sie völlig unabhängig von Werkstätten oder Versicherungen neue Kunden. Zweitens erhalten Sie so möglichst viele für die Auftragsbearbeitung erforderliche Daten und wissen schon vor dem ersten Gespräch, um welches Anliegen es geht.

4. AUTHORITY wird Stück für Stück ausgebaut

Das Potenzial einer solchen Plattform ist damit natürlich noch lange nicht ausgeschöpft. Ganz bewusst fangen wir klein an und konzentrieren uns auf

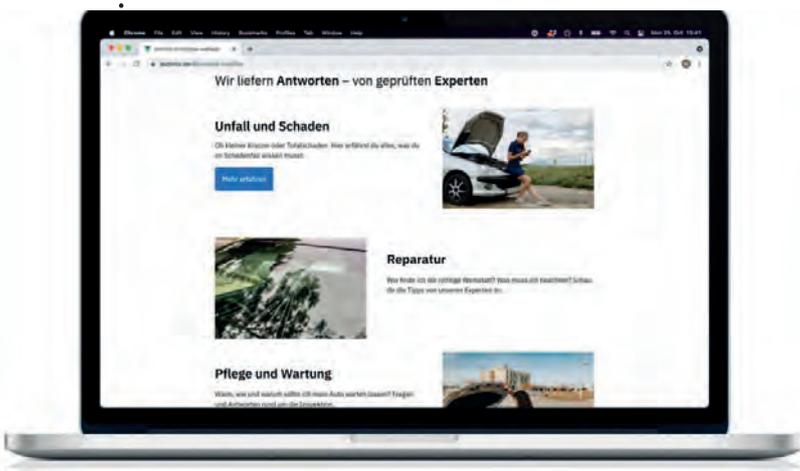


Foto: Plan D

wenige Basisfunktionen. Denn bevor wir in die Entwicklung weiterer Funktionen investieren, wollen wir herausfinden, mit welchen Inhalten und Marketingmaßnahmen wir die meisten Nutzer auf unsere Seite locken.

Im nächsten Schritt wollen wir **AUTORITY** Stück für Stück ausbauen. Eine grobe automatische Schadenprognose könnte zusätzliche Nutzer anlocken. Wenn dabei noch angezeigt würde, welche Positionen Versicherer oftmals versuchen, unberechtigt zu kürzen, könnte uns das Aufmerksamkeit bringen. Und die Möglichkeit einer Online-Terminvereinbarung würde die

Kontaktaufnahme zu den Sachverständigen noch leichter machen. Zumal diese Vorgehensweise in der Zielgruppe bereits ein gelerntes Verhalten ist, auf dem wir aufsetzen können.

Doch wie immer die Entwicklung von **AUTORITY weitergeht, in einem bin ich mir sicher: Die Ideen werden uns so schnell nicht ausgehen.**

■ Timo Bons, BVSK IT



Foto: AdobeStock, Lars Zahner

„Wenn jeder sein eigenes Süppchen kocht, funktioniert es nicht!“

Interview mit den BVSK-Mitgliedern Dennis Meier und Marco Brückner



Dennis Meier

Kfz-Sachverständiger & BVSK-Mitglied



Marco Brückner

Kfz-Sachverständiger & BVSK-Mitglied

Herr Meier, Herr Brückner, im Oktober wurde die Idee von AUTORITY auf dem Strategietag in Potsdam vorgestellt. Was war Ihr erster Eindruck?

Meier: Ehrlich gesagt bin ich von einem Interview ausgegangen, welches uns weitere detaillierte Informationen zu dem Thema AUTORITY verschafft. Sie wollen jedoch über unsere bisherigen Erfahrungen mit AUTORITY sprechen.

Dazu kann ich leider nicht viel sagen. Ich war in Potsdam nicht dabei und konnte auch an der nachfolgenden Infoveranstaltung in meinem Landesverband nicht teilnehmen. Ich habe lediglich Kenntnis darüber, dass der Verband mit AUTORITY die jüngeren Zielgruppen erreichen will. Und ich bin sehr gespannt, wie Sie das schaffen wollen.

Es tut uns leid, dass Sie eine andere Erwartung an dieses Interview hatten, da gab es wohl ein Missverständnis. Aber wir freuen uns natürlich, dass Sie trotzdem teilnehmen. Herr Brückner, was waren Ihre Berührungspunkte zu AUTORITY?

Brückner: Ich habe an verschiedenen Stellen bereits Kontakt zu AUTORITY gehabt: Als Mitglied des AK Junioren und im erweiterten Vorstand.

Außerdem habe ich an zwei "Sounding Boards" zu dem Thema teilgenommen. Die Grundidee von AUTORITY finde ich sehr gut. Vor allem der Ansatz, dass man alles vom Laien, vom Verbraucher aus denkt, gefällt mir. Allerdings habe ich manchmal die Befürchtung, dass wir mit dem Thema schon zu spät dran sind. Dass wir die Konkurrenz nicht mehr einholen können.

Meier: Das sehe ich ähnlich wie Herr Brückner. Viele große Sachverständigenbüros sind schon lange sehr aktiv im Onlinemarketing. Auch sie versuchen, im Google-Ranking ganz oben zu stehen. Ich frage mich, wie es uns gelingen soll, uns gegen die vielen Konkurrenten im Netz durchzusetzen.

Brückner: Es sind ja nicht nur die großen Büros, sondern auch Organisationen wie TÜV und Dekra oder Konzerne wie die DAT. Die sind uns teilweise weit voraus und haben größere Budgets zur Verfügung. Wie können wir da mithalten?

Die Idee von AUTORITY ist ja gerade, dass die BVSK-Mitglieder, der Verband und PLAN D als Technologiepartner ihre Kräfte bündeln, um gemeinsam mehr zu erreichen. Dazu gehört auch, dass das Unternehmen das nötige Budget zur Verfügung haben wird.

Brückner: Die Idee leuchtet mir ein. Die Frage ist nur, ob sie aufgehen wird. Gerade bei den jüngeren Kollegen beobachte ich, dass die Bereitschaft zur Kooperation nicht besonders hoch ist. Von dieser Bereitschaft hängt aber der Erfolg von **AUTORITY** ab. Wenn jeder sein eigenes Süppchen kochen möchte, funktioniert es nicht.

Meier: Grundsätzlich halte ich es für sinnvoll, dass nicht jedes BVSK-Mitglied für sich alleine kämpfen muss. Wenn es **AUTORITY** gelingt, den BVSK-Mitgliedern mehr direkte Aufträge von Endkunden zu verschaffen, dann finde ich das natürlich gut. Gibt es denn insgesamt noch mehr, bis auf das Google Ranking, was **AUTORITY** für uns tun möchte oder kann?

Das Marketingkonzept geht weit über die Suchmaschinenoptimierung hinaus. Wir wollen eine ganze Palette von erprobten Online-Marketinginstrumenten nutzen, die dazu geeignet sind, Klicks und Abschlüsse zu generieren.

Ein Ansatz von **AUTORITY wird auch sein, Inhalte zu produzieren, die die Autobesitzer schon dann ansprechen, wenn sie (noch) gar keinen Schadenfall haben. Beispielsweise ein Video, in dem erklärt wird, wie man seine Scheibenwischer wechselt.**

Meier: Das gefällt mir, die Zielgruppe die wir ansprechen wollen, hält sich unter anderem genau auf Plattformen wie YouTube auf. Zum Beispiel ein

18-Jähriger, der den Ölwechsel an seinem Fahrzeug selbst durchführen will, um Geld zu sparen: Der würde sich vorher bestimmt ein YouTube-Video anschauen. Und genau an diese Zielgruppe müssen wir ran. Wenn in den Videos immer wieder der BVSK präsentiert wird, könnte das tatsächlich funktionieren.



Foto: AdobeStock, nongkran_ch

Brückner: Ich habe eine weitere Idee, wie wir an die jungen Autofahrer herankommen, und zwar über die Fahrschulen. Wenn wir dort reingehen und Informationen zu den Themen Schaden, Wartung oder Reparatur vermitteln, dann machen wir die jungen Autofahrer schon von Anfang an mit dem BVSK bzw. mit **AUTORITY** vertraut. Am besten geben wir ihnen dann noch einen Flyer oder ein Infoblatt mit, damit sie auch im Schadenfall an uns denken. Ich habe schon mit einigen umliegenden Fahrschulen darüber gesprochen, die sind sehr offen für die Idee.

Das klingt prima. Können wir also festhalten, dass Sie beide AUTORITY grundsätzlich unterstützen?

Meier: Ja, natürlich. Es ist sicherlich ein richtiger Schritt. Aber es bleibt dabei: Ich bin skeptisch, wie sich AUTORITY gegen die schon lange bei Google aktiven Konkurrenten durchsetzen will. Alleine mit Schlagwörtern wird es beim Google Ranking nicht reichen. Das müssen Sie mir insgesamt noch detaillierter erklären.

Brückner: Das geht sicherlich auch anderen so. Ich denke, es ist wichtig, dass jetzt intensiv in Richtung Mitglieder kommuniziert wird, damit sie am 14. Mai eine informierte Entscheidung

treffen können, ob und wie es mit AUTORITY weitergeht.

Da haben Sie Recht. Genau dafür haben wir diese Newsletter-Ausgabe herausgebracht. Außerdem sind für die kommenden Wochen mehrere Informationsveranstaltungen geplant, zu denen auch Sie beide herzlich eingeladen sind. Da können wir dann alle offenen Fragen beantworten.

■ Ebba Schröder, Plan D



Foto: AdobeStock, fidaolga

Fragen und Antworten zu AUTORITY

Funktionen und Inhalte der Plattform

Welche Funktionen wird AUTORITY haben?

Um die erste Version von authority.de schnell an den Start bringen zu können, beginnen wir mit wenigen Basisfunktionen. Im Zentrum stehen die Inhalte, das heißt Texte, Bilder und Videos, mit denen wir die Nutzer auf unterhaltsame Weise rund um ihr Kfz informieren wollen. Auch eine Sachverständigensuche wird von Beginn an dabei sein. Die Besucher der Plattform können also nach einem BVSK-Mitglied in ihrer Nähe suchen und dieses direkt über das Portal kontaktieren.

Weitere Funktionen und SV-Leistungen (z.B. direkte Terminvereinbarung für ein Gutachten oder Unterstützung bei einer Autobesichtigung per Video) können dann Schritt für Schritt eingeführt werden.

Warum beginnen wir mit einem Teilangebot?

Sollten wir nicht lieber alle Funktionen auf einmal starten?

In der digitalen Welt ist die agile Produktentwicklung Standard. Die Idee: Je früher man ein Produkt auf den Markt bringt, desto besser kann man das Nutzerfeedback in die weitere Entwicklung einfließen lassen – und desto weniger Zeit verschwendet man auf die Entwicklung von Funktionen, die möglicherweise gar keinen Anklang finden.

Deshalb werden wir zunächst mit ein paar Basis-Funktionalitäten starten, die dann Zug um Zug erweitert werden. Auf diese Weise können wir erste Nutzungserfahrungen in die weitere Ausgestaltung und Verbesserung unseres digitalen Angebots einfließen lassen.

Wie kann ich mir das Informationsportal vorstellen?

Was für Inhalte findet man dort?

Nach der Gründung des Unternehmens gilt es zunächst, ein Team aus festen und freien Mitarbeitern aufzubauen. Dieses wird dann auch ein detailliertes Inhaltskonzept für authority.de erarbeiten. Erste Ideen haben wir – auch mithilfe einiger

BVSK-Mitglieder – bereits entwickelt: die wichtigsten To Dos am Unfallort, eine Videoanleitung zum Scheibenwischerwechsel, die Vor- und Nachteile von E-Autos, Fun Facts rund ums Auto und vieles mehr... Wir sind uns sicher: Die Themen werden uns so schnell nicht ausgehen.

Bei der Planung der Inhalte orientieren wir uns auch an den Ergebnissen einer Umfrage unter Kfz-Besitzern, die wir letztes Jahr durchgeführt haben (qualitative und quantitative Marktforschung). Diese hat ergeben, dass das Informationsbedürfnis bei den Themen Reparatur, Schadenregulierung sowie Wartung besonders groß ist.

Marketing und Bekanntheit

Woher kommt der Name AUTHORITY?

AUTHORITY ist ein Kunstwort aus den Begriffen Auto und „Authority“ (englisch für Autorität). Wir finden den Namen aus mehreren Gründen sehr passend. Zum einen beinhaltet er das Wort Auto. Zum anderen greift er indirekt ein sehr konkretes Problem vieler Autofahrer auf und verweist dabei auf die Lösung: Im Dialog mit Versicherungen, Anwälten und Werkstätten sind Verbraucher meist diejenigen, die am wenigsten Ahnung von der Materie haben – und fühlen sich dementsprechend ausgeliefert. Mit der Autorität von uns Sachverständigen holen sie sich die Kontrolle zurück, die ihnen zusteht.

Dass der BVSK als Marke bei der Plattform nicht im Vordergrund steht, haben wir ganz bewusst entschieden. Denn wir wissen, dass die überwiegende Mehrheit der Kfz-Nutzer den BVSK nicht kennt. Auch wenn der BVSK auf der Plattform als Betreiber genannt werden wird, werben wir für unser Produkt also nicht mit unserer Marke, wohl aber mit unserem Markenkern: der unabhängigen Kfz-Expertise. Zudem ist es mit einer eigenen Marke später leichter, ggf. noch strategische Partner zu integrieren oder das Portfolio weiter auszudifferenzieren.

Gerade junge Autobesitzer finden Informationen rund ums Auto auf zahlreichen Internet-Foren und Webseiten.

Gibt es wirklich den Bedarf an einem zusätzlichen Informationsangebot?

Tatsächlich gibt es bereits eine Vielzahl an Informationen im Netz. Aber gerade diese Vielzahl kann verunsichern, denn es fällt den jungen Leute schwer, seriöse Inhalte von eher zweifelhaften Angeboten zu unterscheiden. Deshalb glauben wir,

dass eine Plattform, die von ausgewiesenen Kfz-Experten kommt, die Solidität, Neutralität und Vertrauenswürdigkeit ausstrahlt, ein großes Potenzial hat. Mit der tiefgehenden, verbrieften Kompetenz der BVSK-Mitglieder grenzen wir uns ab gegenüber den Angeboten von Küchentischsachverständigen und anderen Marktteilnehmern.

**Die Konkurrenz im Netz ist trotzdem groß.
Wie sollen die Kunden unsere Plattform überhaupt finden?**

Die Einführung von **AUTORITY** wird durch gezielte Online-Marketing-Maßnahmen begleitet. Durch die Nutzung der richtigen Schlüsselbegriffe und die präzise Auswertung des Nutzerverhaltens wollen wir genau dann mit unserem Angebot präsent sein, wenn der Kunde es braucht. Man spricht bei dieser Vorgehensweise auch von Performance Marketing: eine kennzahlenbasierte Ausprägung des Online-Marketings, die sich zur Neukundengewinnung und Kundenbindung hervorragend eignet.

Damit sind wir natürlich nicht die Einzigen. Wir sind aber davon überzeugt, dass wir mit vereinten Kräften, mit einem schlagkräftigen Budget und einem professionellen Team mehr erreichen können, als wenn jedes Sachverständigenbüro für sich alleine kämpft.

Unternehmensgründung und Finanzierung

Wie hoch ist das Startkapital der **AUTORITY GmbH?
Wie setzt es sich zusammen?**

Die von uns gegründete GmbH soll mit einem Startkapital von zwei Millionen Euro ausgestattet werden. Dieses setzt sich voraussichtlich wie folgt zusammen:

- 25.000 Euro Stammkapital (finanziert durch den Verband)
- 225.000 Euro Darlehen (finanziert durch den Verband)
- 1.750.000 Euro Wandelanleihen (finanziert durch die Mitglieder)

Des Weiteren steht uns auch in Zukunft die Firma Plan D als Technologiepartner zur Seite. Auf diese Weise stellen wir sicher, dass **AUTORITY** nicht nur mit dem Kfz-Know-how des BVSK ausgestattet ist, sondern auch mit der nötigen Technologiekompetenz.

Was ist eine Wandelanleihe?**Wodurch unterscheidet sie sich von anderen Anlageformen?**

Eine Anleihe ist ein Wertpapier, das dem Gläubiger das Recht auf Rückzahlung des investierten Betrages sowie auf Zahlung vereinbarter Zinsen einräumt. Eine Anleihe kann man sich sozusagen als eine Art verbrieftes Darlehen vorstellen. Die bekanntesten Anleihen dürften Staatsanleihen sein. Aber auch viele Unternehmen geben Anleihen heraus.

Eine Wandelanleihe wiederum ist eine Anleihe, die zu einem definierten Zeitpunkt in Unternehmensanteile (bspw. Aktien) getauscht werden kann. Durch diese Wandlung haben Anleger die Chance, bei günstiger Entwicklung Kursgewinne zu erzielen und so am Unternehmenserfolg teilzuhaben.

Bis zum Zeitpunkt der Wandlung ist die Anleihe mit einem Zinsanspruch ausgestattet. Im Fall von AUTHORITY haben wir uns für eine Verzinsung von 5 % und eine Laufzeit von fünf Jahren entschieden. Das bedeutet: Wenn Sie 5.000 Euro in eine Wandelanleihe investieren, erhalten Sie jährlich 250 Euro, über fünf Jahre also insgesamt 1.250 Euro Zinsen.

Wie viel kostet eine Wandelanleihe?**Wie hoch ist das Risiko der Investition?**

AUTHORITY wird Wandelanleihen im Wert von jeweils 5.000 Euro ausgeben. Jedes Mitglied hat das Recht, eine Anleihe zu zeichnen.

Wie bei jedem Investment in Einzelunternehmen besteht natürlich ein gewisses Risiko, dass das Unternehmen scheitert. Das Risiko, dass Sie persönlich eingehen, halten wir jedoch für überschaubar. Aus folgenden Gründen:

1. Die Gründung der AUTHORITY GmbH ist kein Schnellschuss, sondern gut durchdacht: Es gibt einen sehr detaillierten Businessplan für den Aufbau des Unternehmens in den nächsten drei Jahren. Der Verband selbst würde nicht in Vorleistung gehen, wenn Vorstand und Geschäftsführung nicht davon überzeugt wären, dass es sich um ein Vorhaben mit großen Erfolgchancen handelt.
2. Die Wandelanleihe hat den Vorteil, dass sie im Falle eines Verlusts als Betriebsausgabe abgeschrieben und steuerlich geltend gemacht werden kann.

Was passiert, wenn nicht genügend Anleihen durch die Mitglieder gezeichnet werden, um das nötige Kapital zusammenzubringen?

Es werden mindestens 350 und höchstens 700 Wandelanleihen ausgegeben. Jedes BVSK-Mitglied hat das Recht, mindestens eine Anleihe zu zeichnen.

Die Ausgabe erfolgt nach dem Prinzip „Fill or kill“: Wenn das Mindestziel von 350 gezeichneten Wandelanleihen nicht erreicht wird, werden gar keine ausgegeben. In diesem Fall wird der Verband sich nach weiteren strategischen Partnern oder Finanzinvestoren umschauen müssen.

Wir hoffen aber, dass es dazu nicht kommen wird. Externe Partner haben immer den Nachteil, dass sie ihre eigenen Interessen einbringen. Zwar verfolgen auch die BVSK-Mitglieder ihre eigenen Interessen – aber die (gemeinsamen) Interessen unserer Mitglieder wollen wir als Verband ja vertreten.

Was ist das Geschäftsmodell von AUTORITÄT? Womit verdient die Plattform Geld?

Das Ziel von AUTORITÄT ist, Verbraucher an BVSK-Mitglieder zu vermitteln. Die Plattform erbringt also eine Leistung gegenüber den Sachverständigen. Damit sich AUTORITÄT wirtschaftlich tragen kann, muss diese Leistung vergütet werden: Im laufenden Betrieb erfolgt dies in Form einer Vermittlungsgebühr, die die BVSK-Mitglieder an AUTORITÄT zahlen. Die Ausgestaltung der Gebühr wird von der jeweiligen Entwicklungsstufe von AUTORITÄT abhängen. Über die genaue Höhe der Gebühr und die konkreten Abläufe werden wir Sie so bald wie möglich informieren. Beides wird in den kommenden Wochen abgestimmt.

Einbindung der Mitglieder

Entstehen mir Nachteile, wenn ich nicht bei AUTORITÄT mitmache?

Nein. AUTORITÄT verstehen wir als Angebot an unsere Mitglieder, sich neue Kunden zu erschließen. Jeder, der möchte, kann mitmachen – niemand muss. Gleichzeitig gilt: Je mehr BVSK-Sachverständige dabei sind, desto erfolgreicher kann die Plattform werden. Deshalb hoffen wir, dass möglichst viele von Ihnen die Chance ergreifen und sich auf das gemeinsame Zukunftsprojekt einlassen.

(Hinweis: "Bei AUTORITÄT mitmachen" und "in AUTORITÄT investieren" ist grundsätzlich getrennt voneinander zu betrachten. Zur Frage einer Investition lesen Sie daher bitte bei "Unternehmensgründung und Finanzierung" nach.)

Online-Informationsveranstaltung „AUTORITY“

Liebe Mitglieder,

hiermit laden wir Sie herzlich zur Online-Informationsveranstaltung „AUTORITY“ ein. Folgende Termine stehen hierfür zur Auswahl:

- Montag, 25. April | 17:30 bis 19:00 Uhr
- Mittwoch, 27. April | 18:30 bis 20:00 Uhr
- Freitag, 29. April | 16:00 bis 17:30 Uhr

Alle Veranstaltungen finden via ZOOM statt. Bitte suchen Sie sich einen der Termine aus.

Bereits 2021 (u.a. im Rahmen des letzten Kfz-Sachverständigentags) haben wir das Projekt „Highlander / AUTORITY“ vorgestellt. In der Zwischenzeit hat sich einiges getan und wir möchten Sie über den aktuellen Stand des Projekts informieren.

Wir verstehen AUTORITY nicht nur als Angebot an Verbraucher, sondern vor allem auch als Angebot an unsere Mitglieder. Jeder, der möchte, kann mitmachen – niemand muss. Wer mitmacht, kann von der Möglichkeit profitieren, neue Kunden zu erreichen und somit unabhängiger von Versicherungen und Werkstattketten zu werden und sich von weniger seriösen Anbietern wirksamer abgrenzen.

Zur Mitgliederversammlung am 14. Mai 2022 in Köln steht nun die Entscheidung zur Umsetzung des Projekts/Aufbau von AUTORITY an.

In den Online-Veranstaltungen möchten wir Sie vorab über alle wichtigen Informationen in Kenntnis setzen. Während der Veranstaltung wird auch die Möglichkeit bestehen, in kleineren Gruppen Fragen zu stellen und zu diskutieren.

Wir würden uns freuen, Sie zahlreich begrüßen zu dürfen und bitten um Anmeldung über folgenden Link:

[>>Anmeldung<<](#)

Ihren Zugangslink zur gebuchten Veranstaltung erhalten Sie dann rechtzeitig in einer separaten E-Mail.

WIR SEHEN
UNS



[<<Anmeldung und Informationen>>](#)