

Besser gut bedacht als eiskalt erwischt

— Bis vor kurzem beschränkten sich Hagelschäden vorwiegend auf die Alpenregion. Mittlerweile sind jedoch alle Gegenden Deutschlands betroffen. Insbesondere in der Kfz-Branche sind diese Wetterkapriolen gefürchtet. Prävention gewinnt daher immer mehr an Bedeutung.

Der gewaltige Hagelschlag in Niedersachsen vor zwei Jahren wird häufig als Paradebeispiel für „verhagelte Geschäfte“ herangezogen: bei dem Unwetter zerbeulten im VW-Werk Emden golfballgroße Eisbälle mehrere Tausend Neufahrzeuge. Dabei gibt es nahezu regelmäßig Fälle, in denen Unternehmen durch Hagelschläge in Mitleidenschaft gezogen werden. Im Verhältnis zur Betriebsgröße sind bei einem Kfz-Betrieb die Folgen meist sogar deutlich gravierender als bei dem Weltkonzern.

Jürgen Simon, Verkaufsleiter bei BMW Grötzinger in Öhringen, konnte einhalb Wochen kein Fahrzeug verkaufen. Ein Hagelschlag hatte am 20. August rund 120 Fahrzeuge auf dem Firmengelände demoliert. Schaden nach eigenem Bekunden: rund 350.000 Euro. „Jedes Auto wird von der Versicherung als Einzelfall behandelt; da entsteht ein enormer Zeitaufwand“, berichtet Simon. Das Unangenehmste steht dem altingesessenen Familienbetrieb noch bevor: Der Prämienaufschlag könnte fünfstellig ausfallen.

Hagelschäden nehmen zu, Versicherungsprämien steigen

Die vom Gesamtverband der Versicherungswirtschaft (GDV) veröffentlichten Zahlen sprechen eine klare Sprache. Die regulierten Sturm- und Hagelschäden haben sich von 2009 auf 2010 verdoppelt. Allein die W&W Württembergische verzeichnete von 2010 auf 2011 eine Zunahme der Elementarergebnisse von

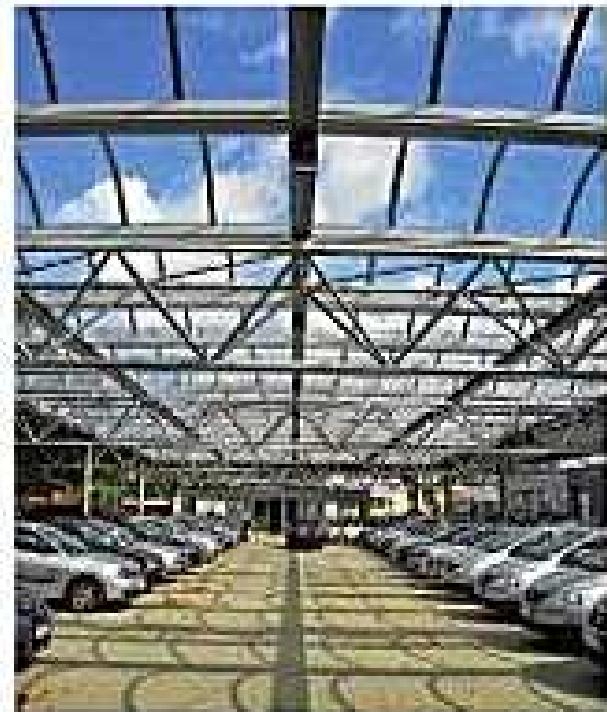
5000 auf 10.500; im laufenden Jahr waren es bis August rund 7500. Zirka 90 Prozent sind Hagel- und zehn Prozent Sturmschäden. „Lange Zeit galt Hagel als kalkulierbares Zufallsrisiko, da er nur in bestimmten Regionen auftrat. Mittlerweile sind jedoch alle Gebiete betroffen. Der Hagel tritt in immer kürzeren Abständen auf und das Schadenausmaß wird immer größer“, berichtet Werner Storch, Abteilungsdirektor bei der Nürnberger Versicherungsgruppe.

Als statistischer Richtwert für Hagelschäden an Pkw gelten 2500 Euro pro Fahrzeug. Dabei reicht die Spannweite von der Delle auf dem Dach bis hin zum „Knäckebrotauto“. Im Gebrauchtwagengeschäft kann dies durchaus einen Totalverlust bedeuten.

Knackpunkt Unterversicherung

Häufig anzutreffen ist Versicherungsexperten zufolge die Unterversicherung. Stehen mehr Fahrzeuge im Freien als angegeben, wird der Schaden nur in dem Verhältnis von tatsächlichem Wert zur Versicherungssumme reguliert. Es besteht sogar das Risiko, dass aufgrund der nicht gemeldeten Gefahrenerhöhung der Vertrag gekündigt wird und der Versicherer überhaupt nicht zahlen muss. Zum reinen Sachschaden kommen Wertminderungen, die trotz Reparatur an den Kfz verbleiben und zu Einnahmeverlusten beim Verkauf führen, sowie Einnahmeverlusten, weil Leistungen nicht erbracht werden können. Auch vergisst mancher Betrieb, dass zur Reparatur abgestellte Kundenfahrzeuge von seinem Versicherungspaket womöglich gar nicht erfasst werden. Zudem ist Multi-Risk-Pollicen für gewöhnlich ein Bonus-Malus-System hinterlegt: Kommt es aufgrund einer hohen Schadenquote zur maxima-

Lichter Leichtbau: Konstruktionen aus Acrylglass und Aluminium bieten die gleiche Lichtdurchlässigkeit wie solche aus Echtglas, wiegen allerdings nur ein Fünftel davon. Dadurch lassen sich bis zu 15 Meter ohne störende Pfeller überbrücken.



Schutz vor Hagelschlag: Weitreichende Überdachungen verhindern, dass sich Hagelunwetter im Extremfall zu einem finanziellen Desaster für den Kfz-Unternehmer entwickeln.

Foto: Roda

len Rückstufung, ergibt sich schnell eine fünf- bis sechsstellige Beitragsdifferenz gegenüber einer Günstigerstufung allein im ersten Jahr.

Besser „gut bedacht“

Die Schadensprävention hat deshalb Konjunktur. Storch: „Möglichkeiten, um Wetterkapriolen vorzubeugen, gibt es viele, beispielsweise feste Überdachungen, Pavillons oder Hagelschutznetze.“ „Gut bedachte“ Betriebe profitieren von deutlichen Beitragsvorteilen, die Experten zufolge bis zu 20 Prozent betragen können. Wichtig bei einer Überdachung ist eine große Spannweite, um Fahrzeuge problemlos rangieren zu können. Aus verkaufsfördernden Gründen bedarf es zudem einer großzügigen, lichtbetonenden Architektur. Well Dächer aus Echtglas aber aufwändig und teuer sind, entscheiden sich viele Betriebe für Konstruktionen aus Acrylglass und Aluminium. Diese haben die gleiche Lichtdurchlässigkeit, wiegen allerdings nur ein Fünftel und können bis zu 15 Meter ohne störende Pfeller überbrücken. „Ein Acryldach kostet rund 220 Euro pro Quadratmeter, Echtglas liegt bei rund 550 Euro“, berichtet Helmut Roelofsen, Geschäftsführer beim Dachsystem-Spezialisten Roda in Kleve. Eine Kosten-Nutzen-Rechnung zeigt schnell, dass sich die Investition in eine Außenüberdachung auszahlt. „Zudem machen Händler, die über eine Außenüberdachung verfügen, erfahrungsgemäß um bis zu 15 Prozent mehr Umsatz. Sie sind für Kunden einfach attraktiver“, weiß Roelofsen. Schließlich werde das Geschäft nicht nur durch Unwetter verhagelt: Es regne laut Statistik auch an rund 120 Tagen im Jahr.

Manfred Godek

www.roda.net

