

Dealer-Management-System

Fünf Marken unter einem Hut

Das Autohaus Aventi steuert sein Tagesgeschäft mit der Software Kfz-Pilot von Attribut



V. li.: Sebastian Heymann, Attribut, Andreas Datscheg, Aventi, Klaus Maier, Attribut, Thomas Rasch, Aventi, Stefan Hipelius, Aventi und Kirstin Koppehele, Attribut, arbeiten seit zwei Jahren zusammen.

Mut zur Veränderung und unternehmerischen Weitblick hatten die fünf Geschäftsführer des Autohauses Aventi schon 2009 bewiesen: Nach der Insolvenz der Mehrmarken-Autohausgruppe wagten sie durch den Kauf des Bamberger Standorts den Sprung von Angestellten zu Unternehmern. Schon wenige Monate nach der Übernahme stand der Betrieb, der die Marken Opel, Chevrolet, Ford, Hyundai und Peugeot vertreibt, finanziell wieder auf gesunden Beinen.

An das nächste Großprojekt wagten sich die Geschäftsführer vor zwei Jahren: Sie entschieden, die komplette EDV-Landschaft in ihrem Betrieb zu erneuern. Stefan Hipelius, der im Autohaus die IT verantwortet, erklärt den Grund dafür: „Wir hatten viele sehr gute Einzelsysteme, die allerdings kaum miteinander kommuniziert haben. Daher waren nur wenige Prozesse nachvollziehbar, und Kundendaten mussten mehrfach eingegeben werden. Das hat viel Zeit gekostet, es sind viele Fehler passiert.“ Zudem war die abteilungsübergreifende Kommunikation empfindlich gestört: Ein Verkäufer konnte beispielsweise nicht nachvollziehen, wann sein Kunde das letzte Mal in der Werkstatt gewesen war.

Der Wunsch der Geschäftsführer: Ein Programm, das alle Prozesse abteilungs- und markenübergreifend abbildet. Auf der Suche nach einem passenden DMS merkten sie schnell, dass vor allem die Abbildung der fünf Marken ein Knackpunkt war. „Spätestens da hat sich die Spreu vom Weizen getrennt“, schildert Andreas Datscheg, der ebenfalls zur Geschäftsführungsriege gehört.

Die Wahl fiel schließlich auf den Softwareanbieter Attribut und sein DMS Kfz-Pilot. „Überzeugt hat mich neben den Funktionalitäten vor allem die Aussage, dass das Unternehmen die Wünsche vom Handel in die Weiterentwicklung des Programms mit einbezieht“, bemerkt Thomas Rasch, der ebenfalls zur Aventi-Führungsriege gehört. Der direkte Draht zu den Anwendern ist Attribut nach Aussage von Geschäftsführer Klaus Meier sehr wichtig: „Wir sind für jede Kundenanforderung dankbar.“ Beeindruckt ist Stefan Hipelius auch von der Schnelligkeit, mit der Attribut Ände-

rungen in den Herstellersystemen im DMS umsetzt.

Reibungsloser Umstieg

Die Datenübernahme aus den vorherigen Insellösungen verlief laut Sebastian Heyman, Projektverantwortlicher bei Attribut, reibungslos: „Wir haben die Daten allumfassend aus allen vorherigen Insellösungen übernommen und wertig zusammengeführt, sodass keinerlei Information verloren ging oder parallel in den Altsystemen nachgeschaut werden musste.“

Seit Juli 2011 steuert das Autohaus Aventi sein Geschäft mit Kfz-Pilot. Der Betrieb erfasst im System unter anderem die Werkstattaufträge, verwaltet sein Lager, plant die Kundentermine, erfasst die Arbeitszeit der Mitarbeiter, managt seine offenen Posten und nutzt es zur Kundenbindung. Einzig für die Prämienverwaltung ist noch ein Fremdprogramm im Einsatz. Das DMS von Attribut deckt aber auch den Fahrzeughandel ab: „In Kfz-Pilot ist ein Verkäuferarbeitsplatz integriert samt eines markenübergreifenden Universalkonfigurators“, schildert Meier.

Besonders zu schätzen gelernt haben die Autohausmitarbeiter die Formulardatenbank: „Mit einem Mausklick kann man ein Fahrzeugangebot, einen Kaufvertrag oder ein Werkstattersatzformular ausdrucken“, schwärmt Datscheg.

Die Transparenz im Umgang mit den Kunden sei enorm gestiegen: „Ein Verkäufer sieht bei einem Kundengespräch zum Beispiel auf einen Blick, welche Umsätze der Kunde im Betrieb gemacht hat“, bemerkt Datscheg. Auch über Herstellerkampagnen ist das Autohaus dank eines automatischen Abgleichs mit den Herstellersystemen immer auf dem aktuellen Stand.

AUF DEN PUNKT

Das Bamberger Mehrmarkenautohaus Aventi hat vor zwei Jahren seine vielen Insellösungen durch das DMS Kfz-Pilot von Attribut ersetzt. Die Geschäftsführer des Betriebs schätzen vor allem die Kundennähe des Bargteheider Softwareanbieters. Das DMS erhöht nach ihrer Aussage die Transparenz, spart viel Zeit bei Selektionen und sorgt für eine engere Vernetzung der unterschiedlichen Abteilungen.

Selektionen für Marketingaktionen seien mit Kfz-Pilot ein Kinderspiel: „Früher war jede Selektion durch die vielen Fremdsysteme ein größerer IT-Auftrag“, erinnert sich Stefan Hipelius. „Wenn ich heute die Kunden anschreiben will, die einen sechs bis zehn Jahre alten Opel fahren, brauche ich dafür zehn Sekunden“, bestätigt Datscheg. Die Kundenbindungsaktionen spielt das wiedervorgelagete Marketingmodul als Word-Dokument, Liste, Datei, Fax oder E-Mail aus.

„Die Transparenz im Betrieb ist deutlich gestiegen. Wir haben viele Prozesse vereinfacht und Abläufe begradigt“, resümiert Rasch. Als Beispiel nennt er den Umgang mit offenen Aufträgen: „Wir können sie jetzt unter anderem nach Meister oder nach Betrag selektieren, sie in Excel exportieren und gleich in der Werkstatt entsprechend nachhaken.“

Die Aufgabenverteilung im DMS sorgt für eine enge Vernetzung. „Unser Callcenter kann beispielsweise Kundenreklamationen oder Anfragen direkt an den zuständigen Ansprechpartner weiterleiten“, erklärt Hipelius.

Trotz der Fülle an Funktionalitäten sei das System sehr bedienerfreundlich: Selbst die langjährigen Mitarbeiter, die die Tastenkombinationen des DOS-basierten Vorgänger-DMS im Schlaf kannten, hätten den Umstieg auf das windowsbasierte und mausgesteuerte Sys-



Foto: Mauritz

Das DMS Kfz-Pilot ersetzt die vielen Insellösungen, die das Autohaus früher im Einsatz hatte.

tem problemlos geschafft. Auch technisch habe die Umstellung reibungslos funktioniert: „Wir haben keinen Tag verloren“, versichert Hipelius.

Der sechsstellige Betrag, den der Umstieg auf das neue DMS gekostet hat, sei gut investiert: „Natürlich ist die Einführung eines neuen DMS mit hohen Kosten verbunden, aber dafür kurbelt man damit das Umsatzpotenzial im laufenden Betrieb an, allein schon wegen der durchgängigen Kundenakte.“

Und Attribut hat noch einiges in petto, um das Umsatzpotenzial weiter zu steigern und die Transparenz zu erhöhen: So stehen aktuell sogenannte Cube-Auswertungen im Entwicklungsfokus. „Ein Autohaus kann damit seine

Kennzahlen aus den unterschiedlichsten Betrachtungswinkeln analysieren – übersichtlich zusammengefasst oder sehr detailliert, und das innerhalb einer Darstellung“, erklärt Meier. Ausgespielt werden die Daten auf unterschiedlichen Anzeigegeräten: vom Notebook bis hin zum

iPhone. Ebenfalls entwickelt wird ein Fahrzeugkonto: Indem ein Autohaus alle mit einem Fahrzeug verknüpften Belege mit dem Konto verbindet, kann es sehen, was es tatsächlich an einem Fahrzeug verdient hat.

Klaus Meier hofft, dass künftig noch mehr Autohäuser erkennen, welche Vorteile ihnen der Einsatz eines DMS bringt, das nicht nur gewartet, sondern ständig weiterentwickelt wird: „Viele Autohäuser nehmen schon ihr Glück selbst in die Hand, statt es ihrem Hersteller zu überlassen. Doch angesichts der angespannten Lage im der Kfz-Branche müssten es noch viel mehr sein.“

Julia Mauritz