



Tönjes beschäftigt rund 60 Mitarbeiter an insgesamt drei Standorten im hohen Norden bei Wilhelmshaven.

DEALER MANAGEMENT SYSTEM

Eine starke Partnerschaft

Das Autohaus Tönjes nutzt seit vielen Jahren das DMS KfzPilot von Attribut. In dieser Zeit mussten beide Unternehmen immer wieder auf die jeweiligen Veränderungen des Marktes reagieren. Daraus erwuchs eine erfolgreiche Zusammenarbeit, bei der man sich gegenseitig unterstützt.

von Felix Altmann

Das Dealer Management System (DMS) ist so etwas wie das Nervenzentrum des gesamten Autohauses. Umso wichtiger ist es, dass das System auf die Anforderungen des Händlers zugeschnitten ist und regelmäßig angepasst wird. Deshalb benötigt jeder Händler einen Anbieter, mit dem er die digitale Zukunft seines Unternehmens gemeinsam gestalten kann.

Die Anfänge

Das Autohaus Tönjes und der DMS-Anbieter Attribut arbeiten aus diesem Grund bereits seit zwölf Jahren zusammen. Der Ford-Händler mit insgesamt 60 Mitarbeitern an drei Standorten wechselte 2010 auf das DMS KfzPilot, nachdem sein altes System nicht mehr zeitgemäß war. „Uns haben damals vor allem die Programmtiefe und die Funktionsvielfalt überzeugt“, erinnert sich Björn

Graf, Betriebsleiter bei Tönjes. „Der Wechsel verlief reibungslos. Es gingen keinerlei Daten verloren und wir nutzen bis heute das Datenarchiv, das Attribut damals durch die Implementierung der Alt-Daten eingerichtet hat.“

Wie so oft mussten die Mitarbeiter vom Wechsel auf ein neues DMS von der Führungsebene erst überzeugt werden. Aber neben den Funktionen ist es bis heute die unkomplizierte und direkte Zusammenarbeit mit Attribut, die den Mitarbeitern von Tönjes den Umgang mit ihrem DMS erleichtert. Denn man schätzt die Flexibilität und die schnelle Reaktion des Softwareanbieters, wenn es von Seiten des Händlers ein Anliegen gibt. „Wenn wir eine Idee haben, setzen wir uns mit den Kollegen von Attribut zusammen und besprechen, was möglich ist, und ob man diese Idee noch weiter verbessern kann“, erzählt Björn Graf. Auch die Mitarbeiter haben einen guten

Draht zu ihrem Systemanbieter. Jeder hat seinen festen Ansprechpartner bei Attribut. Das verkürzt laut Graf die Wege und die Reaktionszeiten enorm.

Gemeinsame Projekte

Mit Attribut hat Tönjes bereits mehrere digitale Projekte verwirklicht. Dazu gehört die Einführung des Dokumentenmanagementsystems Docuvida. Ebenfalls ein Meilenstein war der Verkäuferarbeitsplatz in KfzPilot mit einer Schnittstelle zu mobil.de und der DAT. Da laut Björn Graf besonders wegen der Chipkrise immer mehr Fahrzeuge digital angekauft und verkauft werden, können die Fahrzeuge inklusive Bewertung, Bildern und Fahrzeugdaten mit dem KfzPilot Börsenexport in die Fahrzeugbörsen hochgeladen und digital archiviert werden. Das spart Zeit, die den Mitarbeitern wiederum für andere Tätigkeiten zur Verfügung steht.

Fotos: Tönjes, Attribut

Lösungen für alle

Aus den individuellen Schnittstellen, die Attribut für einen Händler entwickelt, kann im Idealfall ein Tool für weitere Autohäuser werden. „Es kommt vor, dass wir für ein paar Händler eine Schnittstelle bauen und anschließend feststellen, dass diese auch für andere Autohäuser geeignet ist. Die Resonanz ist dann oft größer, als wir vorher erwartet haben“, erklärt Björn Leu, verantwortlich für Qualitätssicherung und Herstellerkommunikation zur Unterstützung der Entwicklung bei Attribut.

„Hier lernen wir auch aufgrund der engen Zusammenarbeit mit den Autohäusern stets dazu, welche Entwicklung für alle Kunden relevant sein könnte. Anschließend wird entschieden, welche Funktionen in die für alle Kunden zur Verfügung stehende Hauptversion übernommen werden“, berichtet Kirstin Koppehele, Marketingleiterin bei Attribut.

„Und auch wenn eine Anwendung für alle Händler entwickelt worden ist, hört es mit dem Roll-out nicht auf. Im Anschluss kommen Autohaus-Kunden und Anbieter mit weiteren Vorschlägen auf uns zu, und wir erweitern dann die Anwendung im Dialog“, ergänzt Björn Leu.

Anforderungen der OEM

In manchen Fällen kann auch der Händler seinem DMS-Anbieter hilfreich zur Seite stehen. Denn die Anforderungen der Hersteller an die Systeme und Schnittstellen

sind genau vorgegeben und für die Anbieter wie Attribut auch meist sehr technisch formuliert. Hier ist Björn Leu dann froh, wenn er bei Björn Graf und dessen Kollegen einen Blick aus Anwendersicht auf das System werfen kann. Das hilft ihm, die Prozesse besser zu verstehen und die Anforderungen der Hersteller korrekt umzusetzen, denn Leu kann nicht auf die Herstellerprogramme selbst zugreifen.

Bei den Herstellerprogrammen müssen die Vorgaben der OEM von den Händlern genau eingehalten werden. Dies gilt zum Beispiel beim beidseitigen Informationsaustausch, von dem sowohl der Hersteller als auch der Händler profitiert.

Ein Beispiel bei Tönjes ist die multifunktionale XFI-Schnittstelle, für die Attribut von Ford zertifiziert worden ist. Über diese Schnittstelle werden unter anderem Daten aus dem Autohaus zentral zur Verfügung gestellt. Damit kann ein Ford Händler im Zusammenhang mit einem eigenen Auftrag einen digitalen Servicenachweis abrufen. „Ford hat hier natürlich großes Interesse, dass wirklich alle Händler daran teilnehmen, sonst wären diese digitalen Informationen lückenhaft. Deshalb sind hier die Spielregeln so klar vom Hersteller festgelegt“, erklärt Björn Leu.

Entwicklung einer Schnittstelle

Im ersten Schritt werden die Dienstleister von den OEM über die neue Schnittstelle oder eine Änderung informiert. Mit den technischen Informationen gehen Björn Leu und sein Team in die Planung, wie diese Schnittstelle technisch



Björn Leu verantwortet Qualität, Herstellerkommunikation und Entwicklung bei Attribut.

realisiert werden kann. Im Anschluss wird eine Vorabversion mit den grundlegenden Funktionen gebaut und in einer Beta-Testphase bei ausgewählten Kunden wie Tönjes implementiert. Diese Händler testen die Schnittstelle mit ihren eigenen Prozessen und geben Attribut Rückmeldung, ob das System mit der Schnittstelle flüssig läuft und ob es für die Mitarbeiter intuitiv bedienbar ist. Die finale Version auf Basis des Händlerfeedbacks wird anschließend dem jeweiligen OEM zur Zertifizierung vorgelegt. Der Roll-out bei den Händlern erfolgt dann entweder auf freiwilliger Basis oder verpflichtend durch den OEM.

Bestandskundenpflege

Von dem bidirektionalen Datenaustausch zwischen Händler und Hersteller profitieren nicht nur die Händler, sondern auch die Kunden. Durch Apps und Connectivity-Programme werden die Fahrer auf ein Problem am Auto hingewiesen und können mit der Werkstatt einen Servicetermin vereinbaren. Deshalb sollte laut

» Wenn wir eine Idee haben, setzen wir uns mit Attribut zusammen und besprechen, was möglich ist. «

Björn Graf,
Betriebsleiter bei Tönjes

Björn Graf ein Autohaus unbedingt seine Bestandskunden mit den Daten pflegen, die es zur Verfügung hat. „Kommunikation ist immens wichtig. In KfzPilot können wir über die Funktion One-Touch-Marketing unsere Kundendatenbank nach bestimmten Begriffen durchsuchen und dann die Geburtstagsgrüße rauschicken oder eine Marketingaktion direkt aus dem DMS starten“, so Björn Graf.

Das Autohaus Tönjes hat also stets im Blick, was der Kunde möchte und welche Prozesse intern im Autohaus wichtig sind, um auch in Zukunft mit digitalen Prozessen konkurrenzfähig zu bleiben. Dabei sind oftmals Flexibilität und Innovation gefragt. Gerade daran zeigt sich, dass Attribut für Tönjes stets ein verlässlicher Partner ist. ■