

DMS TRENDS

Digitale Horizonte

Wer nicht mit der Zeit geht, geht mit der Zeit – dieser alte Spruch erfährt im Zuge der Digitalisierung eine dramatisch zugespitzte Renaissance. Welche IT-Weichenstellungen sind im Autohaus jetzt notwendig?

Clemens Betzemeier, Geschäftsführer von Betzemeier Automotive Software in Minden, über den Nachholbedarf bei der Digitalisierung im Autohandel, die Möglichkeiten der DMS und ihre Weiterentwicklung.

AH: Herr Betzemeier, welche Treiber bestimmen derzeit aus Sicht eines DMS-Anbieters den Wandel im Autohandel?

C. Betzemeier: Ein bestimmender Trend im Autohandel ist sicherlich die Digitalisierung im Allgemeinen. Dabei hat der überwiegende Teil der Autohäuser allerdings noch immer nicht begriffen, dass es wichtig ist, eine eigene Strategie zu entwickeln. Das ist gerade in der IT zwingend notwendig. Dazu gehört es, sich mit den Mitarbeitern zusammenzufinden und zu erarbeiten, wo der Betrieb aktuell steht,

wo die Reise hingehen soll und was dafür getan werden muss. Nur so kann sich das Autohaus auch organisch entwickeln. Wer der Meinung ist, hier nichts tun zu müssen, oder sich nur auf seinen Hersteller verlässt, wird wahrscheinlich auf der Strecke bleiben. Denn nicht nur die Kunden des Autohauses merken es, wenn Prozesse und IT nicht auf dem aktuellen Stand sind, sondern auch die Mitarbeiter.

AH: Mit welchen Konsequenzen?

C. Betzemeier: In der Außenwirkung zum Kunden wird schnell deutlich, ob man professionell und dienstleistungsorientiert arbeitet. Mit Schmierzetteln, langen Bearbeitungszeiten und Fragen nach dem Fahrzeugschein sind keine Kunden zu begeistern. Wenn der Kunde gefragt wird, wann er das letzte Mal die Bremsen hat machen lassen, und das trotz vollstän-



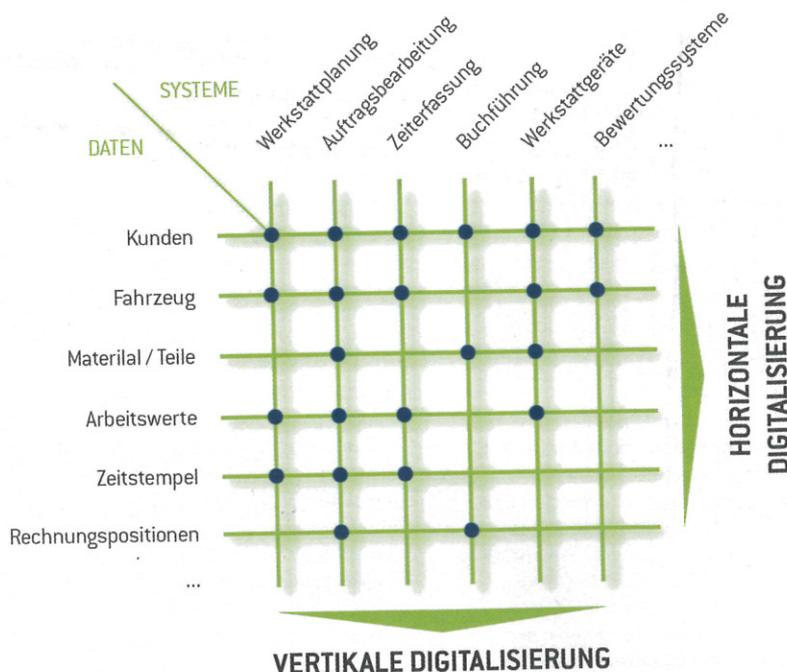
» Nicht nur die Kunden des Autohauses merken es, wenn Prozesse und IT nicht auf dem aktuellen Stand sind, sondern auch die Mitarbeiter. «

Clemens Betzemeier

diger Kundenhistorie im Autohaus nicht automatisch abgerufen werden kann, so ist das oftmals auf das DMS oder auch auf schlecht geschulte Mitarbeiter zurückzuführen. Wir alle sprechen von Fachkräftemangel. Da gilt es doch besonders, Mitarbeiter zu motivieren und zu fördern. Wer arbeitet schon gerne mit einer suboptimalen oder gar veralteten DMS-Software. Das ist vergleichbar mit einem Monteur, der die Räder noch mit einem Radkreuz montieren müsste. Viele Mitarbeiter sind daher auch demotiviert, weil die Chefs nicht bereit sind, in ordentliche Software-Systeme zu investieren, die Zeit sparen sowie einfach und übersichtlich zu bedienen sind. Von der Schulung der Mitarbeiter erst gar nicht zu reden. Ich glaube, dass sich das für so manchen noch negativ auswirken wird.

AH: An welchen Neuerungen arbeiten Sie derzeit?

C. Betzemeier: Wir arbeiten an der sog. horizontalen Digitalisierung. Vertikal wurde bereits viel getan, wie zum Beispiel mit den Modulen zur Terminplanung, Auftragsbearbeitung, Mietwagenverwal-



Quelle: Betzemeier Automotive Software

Clemens Betzemeier spricht von der Notwendigkeit der „horizontalen Digitalisierung“, mit der Daten und Systeme im DMS auf einer Ebene verbunden und durchgängig werden sollen.

tung, Schadenkalkulation via DAT/Schwacke, CRM, Werkstattgeräte, etc. Die horizontale Digitalisierung ist nun die Verknüpfung bzw. der Datenaustausch zwischen den unterschiedlichen vertikalen Prozessen (siehe Grafik). Darunter ist z. B. die Vermeidung doppelter Dateneingaben zu verstehen oder die Vernetzung unterschiedlicher Geschäftsbe- reiche und -partner intern sowie extern.

AH: Welche konkreten Produkte sind in nächster Zeit zu erwarten?

C. Betzemeier: Wir haben den kompletten Serviceprozess von der Terminanfrage bis hin zur Bezahlung der Rechnung digitalisiert und bauen dies weiter aus. Beispiel dafür ist die digitale Dialogannahme „Check Advisor“. Diese haben wir vor rund drei Jahren mit unserem Partnerunternehmen Applico Data entwickelt. Die Umsetzung in den Häusern ist allerdings mühselig. Das stellen auch die Hersteller fest, die mit einer eigenen Lösung in den Markt drängen. Die Gründe hierfür sind vielfältig. Es gibt Hersteller, die meinen, sie müssten jetzt die komplette Auftragsbearbeitung mit dem Tablet machen, und ziehen somit Kernfunktionalitäten aus dem DMS in ein nur beschränkt einzusetzendes Tablet-System. Dabei würden sie gut daran tun, erst mal ihre Teile- und Arbeitswertekataloge tabletfähig zu machen und Paketpreispositionen sowie einen Zugriff auf Informationssysteme zur Verfügung zu stellen. Den Rest machen wir als DMS-Anbieter schon. Einige Hersteller gehen bereits diesen Weg und beschreiben lediglich den Prozess und stellen Daten zur Verfügung. Sie konzentrieren sich darauf, grundsätzlich erst einmal die Dialogannahme in ihrer Grundfunktion in den Autohäusern zu etablieren und auszubauen. Denn selbst bei Vertragspartnern von Premiumherstellern wird dieses Thema oft vernachlässigt.

AH: Welche Mehrwerte können die Händler aus den DMS-Diensten ziehen?

C. Betzemeier: Die Ausschöpfung von Servicepotenzialen ist ein entscheidender Mehrwert. Auch das bereits erwähnte professionelle Erscheinungsbild und Auftreten vor dem Kunden ist sehr wichtig. Ein Tablet ist dafür nun mal ein gutes Hilfsmittel. Eine ordentliche Dokumentation vom Fahrzeug, ob im Beisein des Kunden oder nur für den internen Ge-

brauch, bringt Kompetenz, Zeitgewinn und Anerkennung. Das Vermeiden von Fehlern und Rückfragen sind ebenfalls Vorteile, die nicht zu unterschätzen sind.

AH: Sind die Vorteile auch in Zahlen mess- und darstellbar?

C. Betzemeier: Selbstverständlich, z. B. was das Ausschöpfen von Servicepotenzi- alen an betrifft. Hierzu visualisieren wir dem Anwender automatisiert einen Soll- Ist-Vergleich. So wird sichtbar, dass es sich lohnt, intensiver mit unseren Werk- zeugen zu arbeiten, die Potenzialverwal- tung konsequent zu nutzen und Kunden aktiv darauf aufmerksam zu machen.

AH: Welche Tools bzw. Module sind derzeit besonders gefragt?

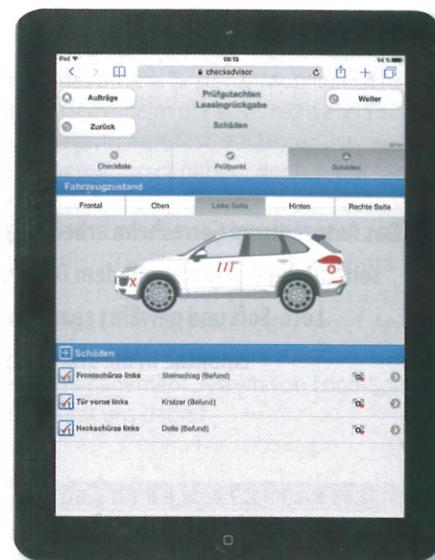
C. Betzemeier: Neben der digitalen Dia- logannahme sind z. B. Online-Terminver- einbarung, optimierte Reifeneinlagerung, digitale Unterschrift, digitale Rechnung und Kundenbindungskonzepte Themen, womit sich der Handel zumindest infor- mativ stark auseinandersetzt. Auch die Autohäuser entwickeln sich weiter, v. a. die nachfolgende Generation ist neugieriger und offener für diese Themen.

AH: Welche neuen Partner haben Sie in jüngster Zeit hinzugewonnen?

C. Betzemeier: Ein neuer Partner ist z. B. die GTÜ. Hier haben wir mit unserem Produkt „Check Advisor“ den gesamten Prozess der Leasingrückläufer unter Ein- beziehung aller Teilnehmer – von der Bank über das Autohaus und die Kunden bis hin zu den Sachverständigen der GTÜ – vertikal und horizontal digitalisiert. Auch die B&K-Gruppe setzt seit Ende letzten Jahres diese Lösung ein. Denn alle Teilnehmer waren überzeugt von der Kompetenz, den Visionen und dem Ge- fühl, uns vertrauen zu können.

AH: Wie entwickelt sich Betzemeier generell?

C. Betzemeier: Wir erfreuen uns einer sehr guten Reputation im Markt. Das be- legen einige Auszeichnungen. So gehö- ren wir zu den 36 beliebtesten Marken in der Autobranche. Dies hat eine kürzlich durchgeführte Umfrage unter rund 1.000 Autohäusern durch die puls Marktfors- chung und AUTOHAUS ergeben. Dar- über hinaus sind wir mit dem Innovati- on Award der Automechanik und mit dem Prädikat „ausgezeichnet familien-



Prüfgutachten von Leasingrück- läufern via Tablet: Schäden und Mängel an den Fahrzeugen werden über das Modul „Check Advisor“ von Applico Data direkt dokumentiert.

freundlich“ durch unseren Landkreis ge- ehrt worden.

AH: Wohin werden sich die Ansprüche an die DMS und damit an die Händler in den kommenden Jahren weiterentwickeln?

C. Betzemeier: Qualität und Integrität werden sich durchsetzen. Viele Händler werden feststellen, dass sie mit Billig- lösungen nicht weiterkommen. Prozess- optimierung, Prozessintegrität gepaart mit Mitarbeiterausbildung in den Soft- warelösungen sind nun mal entschei- dende Wettbewerbsvorteile, auch für Auto- häuser.

AH: Herr Betzemeier, vielen Dank für das Gespräch! *Interview: Annemarie Schneider*

KURZFASSUNG

Die Digitalisierung kann Potenziale im Autohandel heben, die nach Ansicht von Clemens Betzemeier oft nicht erkannt und noch vernachlässigt werden. Die DMS könnten hierfür das Handwerkszeug liefern. Im Interview erläutert der Brancheninsider seine Einschätzung des Status quo, wohin die Reise geht und welche Rolle die Weiterentwicklung der DMS hin zur sogenannten „horizontalen Digitalisierung“ spielt.