

RENAULT/ SEAT/ DACIA / FORD

# Flexibilität großgeschrieben

Über die Jahre ist nicht nur die Hermann-Gruppe expandiert, sondern auch das mehrmarken- und filialfähige DMS werwiso mitgewachsen.



**Sind vom Einsatz des mehrmarkenfähigen DMS werwiso bei der Hermann-Gruppe überzeugt: v. l.: Maik Rasche, Leiter Teile & Zubehör, Tobias Althausse, Leiter EDV, und Dominik Matern, Controller**

## KURZFASSUNG

Für schlanke Prozesse in Verkauf und Werkstatt wählte die Hermann-Gruppe das DMS werwiso von betzemeier automotive software.

**F**lexibilität wird heutzutage so gut wie überall vorausgesetzt. Flexibel soll der Mitarbeiter sein, wenn es um seine Arbeitsweise geht, flexibel wollen wir in der Planung unserer Freizeit bleiben, genauso wie bei der Wahl unserer Mobilität. Auch in der IT-Welt wird Flexibilität großgeschrieben. Besonders gilt dies für Dealer Management Systeme, wenn sie gleich mehrere Marken und mehrere Standorte abbilden müssen.

Das Autohaus Hermann mit Stammsitz in Northeim weiß das sehr genau. An insgesamt sechs Standorten und neun Filialen verkauft das Unternehmen mit

Geschäftsführer Wolfgang Hermann und 165 Mitarbeitern die Marken Renault, Dacia, Ford und Seat. Erst kürzlich hat das 1962 gegründete Autohaus wieder in die Marke Seat investiert und seinen vierten Seat-Betrieb im thüringischen Mühlhausen eröffnet.

Wer so viele Marken an verschiedenen Standorten vertritt, der braucht ein IT-System, das marken- sowie standortübergreifend arbeitet und filialfähig ist. „Ursprünglich hatten wir verschiedene Systeme je nach Herstellerempfehlung im Einsatz“, berichtet Dominik Matern, Controller im Autohaus Hermann. Dass dies einen Standortvergleich, egal ob den GW-Bestand oder das Lager betreffend, unmöglich machte, liegt auf der Hand. 2001 entschied sich Wolfgang Hermann, die Systemlandschaft an allen Standorten zu vereinheitlichen. Möglich machte dies das Dealer Management System (DMS) werwiso des Anbieters betzemeier automotive

software, damals eines der noch wenigen mehrmarkenfähigen DMS auf dem deutschen Markt.

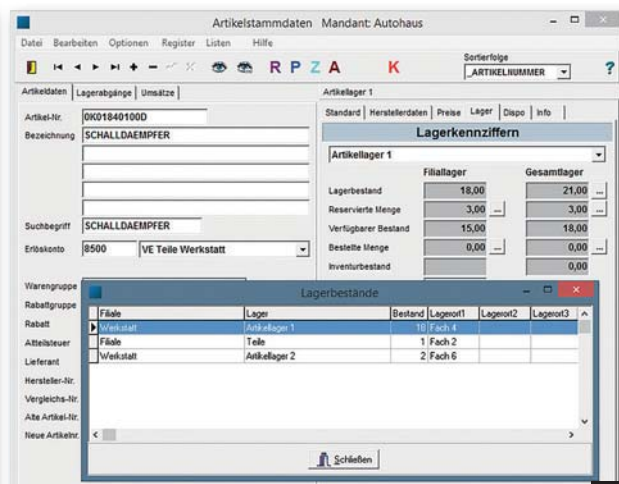
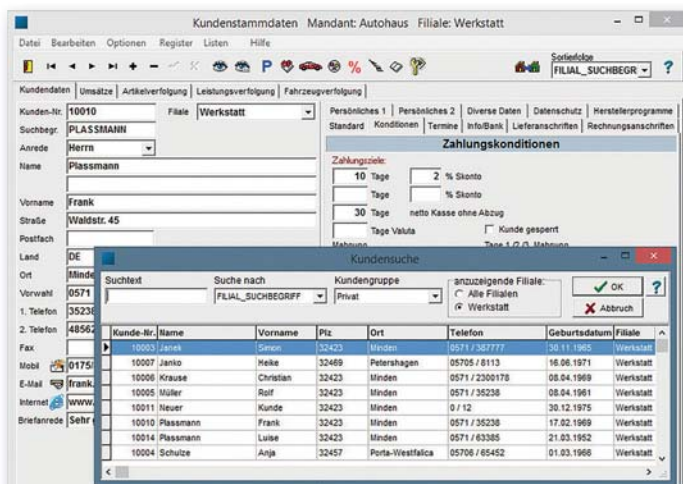
## Mit dem System gewachsen

„Wir hatten uns damals auch andere Warenwirtschaftssysteme angeschaut, aber in der Markenkombination war werwiso das einzige DMS, das für uns in Frage kam“, berichtet Tobias Althausse, Leiter EDV bei der Hermann-Gruppe. Als die Autohausgruppe 2007 die Marke Ford ins Portfolio aufnahm, musste das Unternehmen kurzzeitig mit zwei Dealer Management Systemen arbeiten, weil man bei betzemeier automotive software die Schnittstellen für die Marke noch nicht entwickelt hatte. „Wir sind damals an Clemens Betzemeier herangetreten und haben die Entwicklung angeregt, denn es war im Alltag sehr umständlich, mit zwei Systemen zu arbeiten“, berichtet Althausse. Wenige Zeit später konnte werwiso auch Ford abbilden.

„Überhaupt lässt sich sagen, dass wir individuelle Neuerungen mitgestaltet haben“, ergänzt Maik Rasche, Teile- und Zubehörleiter bei der Autohausgruppe, und führt ein Beispiel an. „Wir wollten Provisionen für den Zubehörverkauf ausweisen. Unser Wunsch war es, diese Provisionierung entsprechend im System abzubilden.“ Die IT-Abteilung bei Betzemeier nahm das Anliegen auf, prüfte es und setzte es um. „Natürlich schaut man bei betzemeier zunächst danach, ob es sich bei dem Wunsch um eine Funktion handelt, von der auch andere Autohäuser profitieren könnten. Wichtig ist uns aber, dass wir an dieser Stelle mit einem Unternehmen zusammenarbeiten, das unsere Anregungen ernst nimmt, wir auf Augenhöhe kommunizieren und zu einer Lösung kommen. Das ist der Vorteil, wenn man mit einem mittelständischen Unternehmen zusammenarbeitet“, sagt Rasche. Weitere Vorteile liegen in der Schnittstellenvielfalt des Systems. Ob es um die Anbindung der Finanzbuchhaltung (FiBu) oder die Schadenskalkulation geht – mit wenigen Klicks kommen die Mitarbeiter an gewünschte Infos.

## Eingewöhnen leicht gemacht

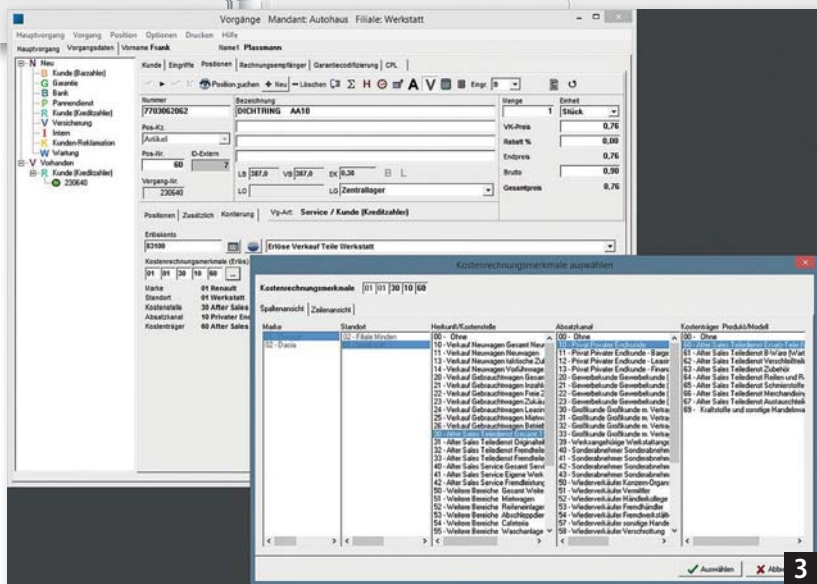
Besonders schätzen gelernt hat das Autohaus Hermann die Mehrmarkenfähigkeit von werwiso erst kürzlich bei der Anbindung der neuen Marke Seat. Im September hat die Autohausgruppe in Mühlhausen den vierten Betrieb des spa-



1

2

nischen Fabrikats eröffnet und ist damit neben Renault und Dacia die dritte Marke an dem Standort. „Die Hinzunahme einer neuen Marke bedeutet für sich schon ein Umdenken in den bisherigen Prozessen. Umso wichtiger war uns, dass die Integration ins DMS so einfach wie möglich vonstattengeht, damit die Arbeitsabläufe im Alltag nicht ins Stocken geraten“, erklärt EDV-Leiter Tobias Althaus. „Wir müssen ja täglich Reportings abliefern an Seat, die glücklicherweise aufgrund der vorhandenen Schnittstellen ins werwiso schnell versendet werden können. Und betrachtet man den Arbeitsalltag, liegt der große Vorteil des Mehrmarkensystems vor allem darin, dass z. B. der Servicemitarbeiter gerade nach einem Vorhandensein eines Ersatzteils für die Marke Seat, Renault, Dacia oder Ford im System nachschaut – die Abläufe sind stets die gleichen, so dass sich die Mitarbeiter nicht an neue Prozesse gewöhnen müssen“, sagt Althaus. Eine einfach zu bedienende Benutzeroberfläche im werwiso erleichtert die Arbeit zusätzlich.



3

- 1 Standortübergreifend können Kundendaten aufgerufen werden,
- 2 kann gezielt nach Teilen gesucht und
- 3 können in Vorgangspositionen Teile und Arbeitswerte fakturiert werden.

### Transparenz bis ins kleinste Detail

Den Rundum- und Einblick in alle Bereiche zu haben, ist besonders im Controlling zur Unternehmenssteuerung von großer Bedeutung, weiß Dominik Matern. „Egal für welche Marke, für welchen Standort und welche Filiale, ich kann mit wenigen Klicks Betriebsvergleiche erstellen und sehen, wie der Umsatz aussieht, welche Modelle verkauft wurden, und dementsprechend lassen sich dann auch Marketingaktionen gezielter planen.“

Karolina Ordyniec ■



Erst kürzlich eröffnete die Hermann-Gruppe den vierten Seat-Betrieb in Mühlhausen.