

NEWSLETTER

FÜR PARTNER VON ASC

19
09



SEITE | 03

Wissen, wo es lang geht

SEITE | 08

Effizienzsteigerung inklusive

SEITE | 04

Verkaufen trotz Krise



EDITORIAL

Liebe Leserin, lieber Leser!

Wenn man den Medien Glauben schenken darf, hat die deutsche Wirtschaft das Schlimmste überstanden. Dank der Abwrackprämie haben viele Autohäuser das Neuwagen-geschäft im ersten Halbjahr positiv gestalten können. Wie entwickelt sich jedoch das Geschäft nach dem Ende der politischen Fördermaßnahme? Aus diesem Grund gilt es für viele Unternehmen, ihr Geschäft und ihre Prozesse kritisch zu beleuchten.

Vielleicht gibt es nun auch ruhigere Momente, in denen eine Standortbestimmung vorgenommen werden kann. Läuft alles optimal? Steckt noch irgendwo Verbesserungs- oder Einsparpotenzial? Den Kopf in den Sand zu stecken, hilft nicht aus der Krise. Nur wer die Chance nutzt, um selbstkritische Betrachtungen vorzunehmen, erforderliche Maßnahmen zu definieren und diese auch konsequent umzusetzen, wird im Vergleich zum Wettbewerb besser da stehen.

Auch wir haben die Zeit genutzt und unsere Organisation sowie unser Angebot überprüft. Die festgelegten Veränderungen stelle ich Ihnen auf unserem diesjährigen Anwendertreffen am Nürburgring vor.

Ich freue mich darauf, Sie dort zu treffen!
Ihr

Christoph Reichert
Vorstand ASC
Automotive Solution Center



C/A/R/E NAVIGATOR: DEN RICHTIGEN WEG EINSCHLAGEN

Stefan van Winden, Verwaltungsleiter bei der Hans Brandenburg GmbH, kennt seine vier Standorte aus dem Effeff: Wie hoch sind die Kulanzkosten je Standort? Wie lange steht ein Fahrzeug durchschnittlich im Autohaus? Wie viele Aufträge schafft die Werkstatt? Und welchen Leistungsgrad der einzelne Mitarbeiter?

Seine Lösung für so viel Transparenz heißt „Navigator“. Tagesaktuell kann er sich mit diesem Analysewerkzeug die Daten aus dem Dealer Management System C/A/R/E und der Finanzbuchhaltung DKS herausziehen. Für einen schnellen Überblick erfolgt das Reporting in Form von übersichtlichen Tabellen und Grafiken, die jedes Unternehmen nach seinen eigenen Bedürfnissen anpassen kann. „Die Zahlen waren vorher natürlich auch vorhanden. Um die gleiche Transparenz zu erreichen, war aber viel mehr Aufwand nötig“, äußert sich van Winden zufrieden. Für die Steuerung des BMW- und Mini-Vertragspartners sind vor allem die aus

„Die Zahlen waren vorher auch vorhanden – aber nicht transparent.“

der einheitlichen Datenbasis generierten Vergleichsgrößen zwischen den Standorten von entscheidender Bedeutung. Hierdurch erhält die Geschäftsführung eine solide Basis, um schnell und zielorientiert Entscheidungen treffen zu können. „Wir sehen viel früher, falls etwas schlecht läuft, und können daher früher reagieren und größeren Schaden verhindern“, freut sich der Verwaltungsleiter.

**Controlling bis auf
Artikelebene**

So zahlt sich der Einsatz von C/A/R/E bei der Hans Brandenburg GmbH umso mehr aus. An den vier Standorten – Düsseldorf, Hilden, Mettmann und Dormagen – verkaufen die über 200 Mitarbeiter pro Jahr rund 1.650 neue BMW und 300 neue Minis sowie circa 1.500 Gebrauchtwagen. An rund 10 % der PCs der Brandenburg-Autohäuser läuft der C/A/R/E Navigator – und wird von den Mitarbeitern viel genutzt, wie Stefan van Winden weiß: „Die Verkaufsleiter schauen sich jedes einzelne Geschäft bis hin zum Deckungs-

+NEWS++ DEKRA und IFA gehen davon aus, dass die Zahl der selbständigen Autohäuser von derzeit 8.600 auf 6.200 im Jahr 2015 sinkt
+++ Jeder vierte Neuwagen ist schwarz; auf Platz 2 liegt Silber +++ Peugeot 207 CC ist das beliebteste Coupé-Cabrio der Deutschen +++

In-Team ASC wächst auch 2009 weiter

ASC trägt den weiterhin hohen Anforderungen Rechnung, indem das Team auch in diesem Jahr wächst. Hierfür wurde der Bereich Entwicklung durch zwei neue Mitarbeiter verstärkt:

Sergey Terskikh unterstützt das Entwicklungs-Team in Düsseldorf schwerpunktmäßig bei der Entwicklung neuer C/A/R/E Module. Dazu gehören zurzeit die Kundenkontaktverwaltung sowie die Auftragsdisposition. Vor seinem Wechsel zu ASC arbeitete Sergey Terskikh bei einem Softwarehaus, das einen Verkäuferarbeitsplatz entwickelt und vermarktet hat.

Seit Anfang April dieses Jahres gehört **Magdalena Fehn** zum Entwickler-Team in Böblingen. Hier verstärkt sie die Betreuung der bestehenden Kernanwendung und dabei insbesondere die Entwicklung von Werkschnittstellen unterschiedlicher Automobilhersteller.

Hochzeitsglockengeläut

Schon lange bei ASC an Bord, aber trotzdem für eine Meldung gut, ist einer der langjährigen Mitarbeiter aus Böblingen: Sascha Bove, Berater und VW-Verantwortlicher, hat sich getraut. Nach der standesamtlichen Hochzeit im vorigen Sommer hat er in diesem Juli seiner Frau Bianca vor dem Traualtar das Jawort gegeben. Herzlichen Glückwunsch und alles Gute für die gemeinsame Zukunft!



Mehrwert von C/A/R/E

NUTZEN EINER NEUEN EDV IN EURO MESSEN

EDV-Systeme sind zu allen Zeiten unverzichtbare Werkzeuge. Aber sind Investitionen in einem wirtschaftlich beschwerlichen und wettbewerbsintensiven Umfeld überhaupt zu rechtfertigen? Die Antwort lautet: Ja, wenn die Investition einen in Euro messbaren Mehrwert und Effizienzvorteil bringt. Diese Messwerte lassen sich nur durch den direkten Vergleich zwischen der aktuellen Anwendung und dem neuen System ermitteln.

Effizienzrechner bietet Entscheidungshilfe

Von der Entscheidung für ein neues Dealer Management System (DMS) versprechen sich Autohäuser eine Effizienzsteigerung für ihre internen wie auch externen Prozesse. Nur wer jederzeit über alle notwendigen Daten und Informationen verfügt, kann auch in schwierigen Marktsituationen richtig handeln. Handfeste Gründe für den Wechsel des DMS kann ASC mit dem Effizienzrechner liefern: Gemeinsam mit den Verantwortlichen

„Niemand kennt einen Betrieb so gut wie die eigenen Mitarbeiter.“

im Autohaus analysieren die Berater der ASC die vorhandene Situation und belegen die mögliche Zeitersparnis mit finanziellen Werten. „Wir stellen hierbei nur die richtigen Fragen, die Daten müssen aus dem Unternehmen selbst kommen. Denn niemand kennt einen Betrieb so gut wie die eigenen Mitarbeiter“,

erklärt Udo Herrmann, Mitglied der Geschäftsleitung der ASC AG. Als jüngstes Beispiel hat eine Mercedes-Benz Vertragswerkstatt mit rund 35 Mitarbeitern von dem Effizienzrechner Gebrauch gemacht. In der Bewertung wurden circa 9.500 Serviceaufträge, 400 Fahrzeugverkäufe (Neu- und Gebrauchtwagen) und die Abwicklung von rund 300 Unfallschäden pro Jahr berücksichtigt. Die Effizienzanalyse ergab ein Einsparpotenzial von bis zu 110.000 Euro pro Jahr durch den Einsatz von C/A/R/E im Vergleich zum bisherigen DMS. „Dieses große Potenzial resultiert unter anderem aus der vollständigen Integration von vielen Funkti-

Fortsetzung von Seite 1

beitrag des Fahrzeugs an.“ Zudem können sie sich zum Beispiel die verkauften Fahrzeuge inklusive Umsatz, Rohertrag und Standtagen nach Verkäufer, Kommissionsart oder Kunde ausgeben lassen. Eine Bestandsübersicht aller Fahrzeuge mit einer Ampelmarkierung je nach Anzahl der Standtage verschafft einen schnellen Überblick.

Transparenz in der Werkstatt

In der Werkstatt lassen sich beispielsweise Ranglisten erstellen nach Werkstattdurchläufen, Umsatz oder Rohertrag je Serviceberater. Auch die Unterscheidung, wodurch der Umsatz entstanden ist – Arbeit, Teile oder Fremdleistungen –, ist möglich. „Bei den Monteuren interessiert uns besonders die Abweichung zwischen Soll-/Ist und Fakt.-Arbeitswerten“, so Stefan van Winden. Jedoch gehe es nicht darum, Rankings der Mitarbeiter zu erstellen, wie van Winden

Cubeware Cockpit - [Monatsauswertung nach Umsatz]

Navigator Bearbeiten Umgebung Bericht Ansicht Erster Hilfe

Monatsauswertung nach Umsatz

Fakten Personal Werkstatt

Leistort	Stunden	fakt Stunden	Leistung	fakt AW	Soll
Gesamt Lohn...	155	203	130,62 %		2.433
10 - Wirthel, Volker	129	194	149,93 %		2.324
10 - Birk, Sven	133	182	137,03 %		2.179
10 - Ascan, Almed	134	175	130,88 %		2.101
10 - Wimmer, Claus	144	170	118,20 %		2.045
10 - Callen, Jens	121	162	134,76 %		1.949
10 - Beele, Mathias	149	160	107,27 %		1.919
10 - Lund, Peer	95	140	146,83 %		1.678
10 - Sosolaki, Ali	112	131	117,32 %		1.571
10 - Raab, Peter	127	151	118,83 %		1.808
10 - Knorr, Michael	145	146	100,30 %		1.748
10 - Rose, Daniel	140	132	93,76 %		1.580
10 - Bronner, Hermann	165	142	86,12 %		1.700
10 - Sander, Willi	116	124	107,52 %		1.484
10 - Stripke, Michael	81	101	123,51 %		1.206
10 - Funke, Heinz	97	113	116,02 %		1.355
10 - Donner, Karl	112	111	99,07 %		1.332
10 - Baake, Wolfgang	2	116	5193,49 %		1.396
10 - Böhm, Thomas	262	113	43,08 %		1.356
10 - Petras, Sören	104	107	102,87 %		1.279
10 - Soller, Peter	10	74	702,30 %		885
10 - Franke, Nico	116	95	72,98 %		1.017
10 - Sunder, Claus	58	83	141,05 %		950
10 - Boll, Nico	92	79	85,16 %		943
10 - Hartwig, Klaus	59	67	111,11 %		799
10 - Pater, Novet	79	72	93,20 %		869
10 - Birke, Leo	73	58	78,54 %		692
10 -

Bereit

Die Hans Brandenburg GmbH nutzt die Auswertungen des C/A/R/E

EFFIZIENZRECHNER

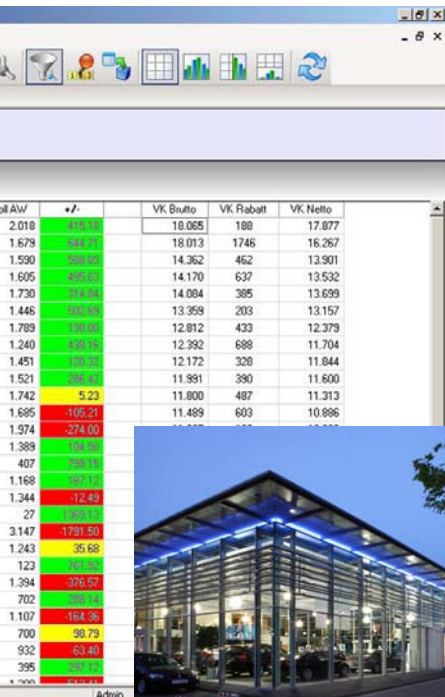


1 Kundenprojekt:		Autohaus fair und gut		Erfaßt: 28.07.2009	
2 Standort:					
Firma	Strasse	PLZ	Ort	Marke	Händlersystem
Autohaus fair und gut	Daimler-Benz-Weg 7	55555	Schraubenhausen	Mercedes-Benz	Alpha Plus
3 Mitarbeiter:					
Verkauf ohne Dispo	2				
Service	28				
Administration	5				
4. Kostensätze in Euro:					
Verkauf	30,00				
Service	25,00				
Teile	28,00				
Administration	22,00				
5. Wagenhandel:					
NW Verkäufe	180				
GW Verkäufe	220				
GW Bestand	35				
Lagerumschlag	0				
Eintausch	50				
Leasingrückläufer	60				
6. Service:					
Serviceaufträge	9.500				
Eingelagerte Dinge	380				
Fremdleistungen	600				
Unfallschäden	300				
Auftragserweiterungen Arbeiten	40%				
7. Zusammenfassung Potenzial in Euro:					
Hauptprozess	Potenzial				
Handel	22.565				
Service	84.514				
Teile	625				
Zentralfunktionen	4.391				
Total	112.095				

onsbereichen wie der Auftragsdisposition in C/A/R/E“, erläutert Kai-Kristian Behn. Das Altsystem verfügt zum Beispiel über keine integrierte Werkstattplanung, sondern diese erfolgt über eine separate Lösung. Damit sind der direkte Zugriff auf die Kundendaten inklusive der bisherigen Werkstattrechnungen sowie die automatisierte Auftragseröffnung nicht möglich. Statt wie früher rund 20 Minuten sind mit C/A/R/E und der integrierten Auftragsdisposition nur wenige Minuten erforderlich, um den Termin zu disponieren

und den betreffenden Auftrag zu eröffnen. Echte Effizienzvorteile sind nur mit ganzheitlichen, integrierten Lösungen zu erreichen. In dem genannten Beispiel steht den ermittelten Einsparungen eine Investition von rund 60.000 Euro gegenüber. Nach gut sechs Monaten wird sich diese Ausgabe bereits amortisiert haben. Also eine lohnende Investition, gerade auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten. In der Werkstatt arbeitet ja auch niemand mit abgenutzten und nicht zeitgemäßen Werkzeugen.

betont. Daher schätzen auch die Mitarbeiter selbst das neue Instrumentarium. Nach neun Monaten Einsatz ist Stefan van Winden rundum zufrieden mit dem Navigator. Besonders schätzt er, dass alle Mitarbeiter auf die Auswertungen zugreifen können. In den Berichten können Zeilen, Spalten und Berichtskriterien beliebig aufbereitet werden, ebenso erfolgt die Ausgabe in Tabellen, Diagrammen oder mit Ampelkennzeichnung je nach Bedarf. Da die Abfragen nur einmal angelegt werden müssen und sich dann jederzeit auf Knopfdruck aktualisieren lassen, spart der Einsatz des Navigators mittelfristig auch Zeit, wie van Winden ausführt: „Wenn wir früher einzelne Standorte miteinander vergleichen wollten, mussten wir die Werte manuell in eine Excel-Tabelle übertragen. Heute reicht eine Abfrage. Das ist eine große Hilfe fürs Alltagsgeschäft.“



R/E Navigator als tägliches Controllinginstrument.

News+++News+++News++



ASC-Anwendertreffen 2009: Boxenstopp am Nürburgring

Für das 10. Anwendertreffen hat sich die ASC Automotive Solution Center AG eine ganz besondere Location ausgesucht: Das Get-together am 17. November 2009 findet ab 10 Uhr in der Boxengasse des Nürburgrings statt. Hier gibt es einen ersten Einblick in die bewegte Geschichte der 1927 eröffneten Rennstrecke. Große Tragödien wie der schlimme Unfall von Nicki Lauda 1976 gehören ebenso dazu wie große Erfolge. So hält Michael Schumacher auf der seit 2002 nur noch 5,1 km langen Rennstrecke bis heute den Streckenrekord für die schnellste Runde mit 1,29,468 Minuten.

Nach einem gemeinsamen Mittagsimbiss und einer Nase voll Rennatmosphäre siedeln die Teilnehmer des Anwendertreffens in das nahegelegene Dorint Hotel um. Das 4-Sterne-Hotel befindet sich direkt an der Zielgeraden der berühmten Rennstrecke in der Eifel. Am Nachmittag stehen der Ausblick des ASC-Vorstands Christoph Reichert sowie die ersten Workshops auf dem Programm. Spezielle Fragen zu den einzelnen Marken können am Mittwochvormittag in den Markenforen besprochen werden. Außerdem hat ein spannender Gastredner, der alle Sinne ansprechen wird, sein Kommen zugesagt. Licht aus – Köpfchen an!

Selbst wenn es am Vorabend spät geworden sein sollte, lohnt sich also das Aufstehen. Zu dem Abend selbst sei nur so viel verraten: Es liegt Benzin in der Luft, Angst um seinen Führerschein braucht aber niemand zu haben.

Wer bisher keine Einladung zum Jubiläumsanwendertreffen 2009 bekommen hat, wende sich bitte an unsere Telefonzentrale unter der Nummer 070 31 212 65 60 oder an info@asc-ag.com.

Markt

„SIE VERKAUFEN GEFÜHLE, KEINEN PKW“

Roland M. Löscher ist Berater, Coach, Dozent und Autor. Der Experte für Kundengewinnung, Verkauf und persönliche Veränderungen hat im April 2009 sein neues Buch auf den Markt gebracht: „Verkaufen in der Krise. Optimisten sind erfolgreicher!“ (Walhalla Fachverlag, 200 Seiten, 19,90 Euro, ISBN 978-3-8029-3264-9). Mehr dazu unter www.verkaufeninderkrise.de.

Herr Löscher, wie soll Ihr Buch helfen?

Wir lesen in der Presse aktuell viel über Maßnahmen der Unternehmen zur Kostensenkung, um der Krise zu begegnen. Dies ist zwar notwendig, löst aber nicht die Ursache. Denn diese Krise ist keine Kostenkrise, sondern eine Absatz- und Umsatzkrise. Von daher ist es mir ein besonderes Anliegen, Lösungen und Möglichkeiten anzubieten, die Absatz und Umsatz steigern.



In seinem aktuellen Buch gibt Roland M. Löscher konkrete Tipps, die nicht nur in der Krise funktionieren.

Funktioniert Verkauf in der Krise anders als sonst?

Ja, die Kunden sind extrem verunsichert. Sie haben Angst vor der Zukunft und schieben Investitionen und Käufe hinaus. Und sie wollen sich nichts mehr verkaufen lassen, insbesondere nicht von unter Druck stehenden Verkäufern.

Daher lautet eine Ihrer zentralen Aussagen: „Hören Sie auf zu verkaufen!“ Wie soll man das verstehen?

In der aktuellen kritischen Verfassung der Märkte wie auch der Kunden gilt: Kunden wollen nichts verkauft bekommen. Kunden möchten in Beratungs- und Verkaufsgesprächen keinerlei Fremdbestimmung mehr empfinden, sondern eigene Kaufentscheidungen treffen. Ich finde es deshalb nicht sehr effizient – und die aktuellen Ergebnisse bestätigen dies –, dass trotz dieser Tatsache die Unternehmen weiterhin das traditionelle Verkaufen schulen, trainieren und praktizieren.

Deshalb sage ich: „Hören Sie auf zu verkaufen und lassen Sie Ihre Kunden kaufen!“ Dies ist ein entscheidender Paradigmenwechsel und daraus ergibt sich die neue Herausforderung und Chance für Verkäufer: den Kunden zum Kauf führen. Wenn jemand das für sich bejaht, dann verhilft ihm diese andere Sicht zu neuen Möglichkeiten, Umsatz zu erzielen – nicht nur in der Krise.

„Hören Sie auf zu verkaufen und lassen Sie Ihre Kunden kaufen!“

Worin besteht Ihrer Meinung nach das Geheimnis eines erfolgreichen Verkäufers?

Top-Verkäufer schaffen es, dass der Kunde kaufen will. Und er kauft dabei nicht den Pkw, sondern das, was er für ihn bewirkt. Dabei geht es immer um Gefühle. Hinter diesen Gefühlen verbergen sich bei jedem Menschen individuelle Wünsche und Sehnsüchte. Es ist wichtig, diese entscheidenden Kaufmotive durch die richtigen Fragen gekannt herauszufinden.

Welche drei Tipps würden Sie einem Verkäufer im Autohaus angesichts des Endes der Abwrackprämie geben?

1. Nah dran am Kunden: Es kommt jetzt darauf an, das Vertrauen der Kunden zu gewinnen – intelligent, systematisch und respektvoll. Der Kunde als Mensch muss in den Mittelpunkt des Verkaufsprozesses gerückt werden. Dazu brauchen Verkäufer ein tiefes Verständnis darüber, wie der Kunde denkt, fühlt, handelt und entscheidet – und was dies verhindert. Dies ist erlernbar.
2. Wert vermitteln: Der Verkäufer muss durch seinen Beratungsprozess dem Produkt einen zusätzlichen Wert hinzufügen. Alleine einen Pkw zu vermitteln, reicht nicht mehr aus. Denn ein Kunde kauft ja nicht den Pkw, sondern das, was dieser für ihn tut und bewirkt, das heißt, was er ihm ermöglicht, verhilft, welches Gefühl er ihm verschafft usw. Das Produkt ist also nur Mittel zum Zweck. Deshalb geht es also nicht mehr nur um die Vermittlung von Produkten und Dienstleistungen, sondern um die Vermittlung von Wert und Werten.
3. Den Pkw in „die Welt des Kunden“ platzieren: Produkte werden meist viel zu früh präsentiert. Dies ist die Hauptursache für unnötig viele und hinderliche Kundeneinwände. Gerade in dieser schwierigen Zeit ist es von größter Wichtigkeit, den Pkw passgenau in „die Welt des Kunden“ zu platzieren. Dazu gilt es, die richtigen Fragen zu stellen.

Kalender

• IAA Pkw, Frankfurt am Main

(17.09. – 27.09.2009)

Auf der 63. IAA Pkw zeigen 1.000 Aussteller alles rund um das Thema Pkw. Geboten werden Probefahrten, Eco-Trainings und Einpark-Challenges. Außerdem werden Oldtimer und Motorräder präsentiert. Tageskarte Fachbesucher (17. – 18.09.): 45 Euro, sonst: 15 (Wochenende) bzw. 13 Euro. Öffnungszeiten: 9 – 19 Uhr. Mehr im Internet unter: www.iaa.de

• Chemnitzer Oldtimer-Messe

(19.09. – 20.09.2009)

Auf der Messe werden historische Fahrzeuge, restaurierte Autos und Motorräder der Vor- und Nachkriegsära sowie Zubehör und Ersatzteile ausgestellt. Auch Youngtimer sind vertreten. Tageskarte: 7,50 Euro. Öffnungszeiten: täglich 10 – 18 Uhr. Mehr: www.messe-chemnitz.com

• Motorrad & Custombike Messe, Ulm

(02.10. – 04.10.2009)

150 Aussteller präsentieren Träume auf zwei Rädern. Neue Serienmaschinen, extrem umgebaute Harleys oder windschnittige Rennmaschinen – hier ist für jeden etwas dabei. Öffnungszeiten: Freitag und Sonntag 10 – 18 Uhr; Samstag 10 – 19 Uhr. Mehr Informationen: www.ulm-messe.de

Vorschau

+++ Nachlese Anwendertreffen 2009 +++
Starke Nerven durch gesunde Ernährung

Impressum

Herausgeber

ASC Automotive Solution Center AG
Wolf-Hirth-Str. 10, 71034 Böblingen
Petra vor der Brüggen (V. i. S. d. P.)

Redaktion

Springer Transport Media GmbH
Neumarkter Straße 18, 81673 München
Telefon: +49 (0)89 4372-2570

Redaktion:

Anne Katrin Peters (Ltg.)

Projektkoordination:

Matthias Pioro

Art Direction:

Dierk Naumann

Druck:

F & W Mediacenter, Kienberg