

# kfz-betrieb

## AKTUELL

### Opel-Netzpolitik

Das traditionsreiche Stuttgarter Opel-Autohaus Staiger steht vor dem Verkauf. Doch noch läuft der Poker um die Aufteilung des Marktgebiets.

## IM GESPRÄCH

### Schnittstelle zur Warenwirtschaft



Simon Reichenecker von Tyresystem erklärt, was Kfz-Betriebe mit einer Online-Reifenbörse tun können – und was besser nicht.

## MARKT & MARKEN

### DMS-Übersicht

Die führenden Anbieter von Dealer-Management-Systemen stellen ihre Produkte und Angebote für marken-gebundene und freie Betriebe vor.

## UNTERNEHMENSFÜHRUNG

### Andere Programme abgeschaltet



Das Mercedes-Autohaus Oppel bündelt viele Arbeiten in der Managementsoftware Two Sales und spart dadurch Zeit und Lizenzgebühren.

## Spezial IT-Report



# Software für schwarzes Gummi

Wer das Reifengeschäft professionell betreiben will, braucht eine EDV. Die gibt es zum Beispiel von den Reifenbörsen.

Reifenbörsen

# EDV für schwarzes Gummi

Die Onlineanbieter können für das Reifengeschäft im Autohaus eine wertvolle Hilfe sein



MEINUNG



Jan Rosenow, Ressort Service & Technik.

WISSEN IST MACHT

Reifenbörsen entwickeln sich immer mehr zum Allround-Dienstleister für das Reifengeschäft im Kfz-Betrieb. Vor allem liefern sie umfassende Informationen zu den schwarzen Gummis, ohne die ein Reifenverkäufer heutzutage nicht mehr auskommt. Um im Konkurrenz- und Kompetenzkampf mit den auf dieses Thema spezialisierten Reifenfachhändlern zu bestehen, sind Kfz-Betriebe darauf angewiesen, sich möglichst schnell und kompakt über Reifentests und -technik informieren zu können, ohne ausschließlich auf die Produktinformationen der Reifenhersteller angewiesen zu sein. Auch ist es nicht schlecht, über Firmen Bescheid zu wissen, die dem Endkunden vielleicht noch nicht so bekannt sind, aber trotzdem gute Ware anbieten – der indische Apollo-Konzern oder die japanische Marke Falken etwa sind solche Kandidaten.

Ob ein Betrieb allerdings gut beraten ist, seine Kundendaten, beispielsweise aus der Rädereinlagerung, in einem Onlineportal zu speichern, ist kritisch zu hinterfragen. Wer die zahlreichen CRM-Funktionen nutzen will, die Reifenbörsen heute bieten, sollte eher auf eine Schnittstelle setzen, die den Datenbestand aus dem eigenen System übernimmt.

Beispiel 1: Kundin Michaela Müller hat sich einen Nagel in ihre 235/35-ZR-19-Optionsreifen gefahren und braucht ganz schnell Ersatz – aber über den Hersteller und über den befreundeten Reifenhändler ist die Decke gerade nicht verfügbar. Und zu viel kosten soll sie auch nicht.

Beispiel 2: Stammkunde Klaus Klein kommt an einem schönen Julitag ins Autohaus gerauscht und braucht super schnell seine Winterreifen – er hat nämlich sein Auto verkauft und möchte sie dem neuen Besitzer mitgeben. Also muss sofort der Lagerplatz identifiziert und der Reifensatz ausgelagert werden.

Beispiel 3: Neukunde Ronny Rasch fährt stolz mit seinem neu erworbenen Golf 4 GTI vor und möchte wissen, welche Breitreifen er montieren darf – „so fett wie möglich, aber bitte ohne Stress beim TÜV, klar?“

Fälle wie diese hat wohl jeder Serviceverantwortliche im Autohaus oder Betreiber einer Freien Werkstatt schon erlebt. Das Reifengeschäft im Kfz-Betrieb ist vielfältig und stellt jeden Tag neue Aufgaben. Umso besser ist es, wenn man dafür Partner hat, die nicht nur schnell und kostengünstig Reifen liefern können, sondern die auch Informationen zu den Produkten, zu Umbereifungsoptionen und Testergebnissen bereithalten und vielleicht sogar eine Software haben, die hilft, das Reifengeschäft besser zu organisieren.

Denn: „Wenn man das Reifengeschäft professionell und profitabel gestalten will, kommt man ohne Software nicht aus“, meint Dirk Bernhardt, Leiter Aftersales beim Opel-Autohaus Schinner in Weimar.

Und das Angebot an spezialisierten Reifenverwaltungen ist breit:

- ▶ So bieten Lieferanten von Dealer-Management-Systemen Zusatzmodule für das Reifengeschäft an.
- ▶ Manche Reifenhersteller liefern ebenfalls EDV-Systeme für dieses Geschäftsfeld; unter Umständen sogar kostenlos.
- ▶ Autohäuser mit IT-Kompetenz können selbst oder mithilfe von Spezialisten eine Software entwickeln.

- Nicht zuletzt bringen die B2B-Reifenbörsen im Internet Verwaltungs- und Angebotsfunktionen mit, die einen mehr oder minder großen Teil des Reifengeschäfts abdecken.

### Die Börsen wissen fast alles über die Reifen

Unabhängig davon, wer sie entwickelt hat, sollte eine Reifensoftware gewisse Mindestfunktionen bieten. Zwar ließe sich ein Reifenlager auch mit einer simplen Excel-Liste oder einer klassischen Zettelkartei überblicken. Aber selbst wer nur ein paar Hundert Sätze verwalten muss, kann ohne Computerhilfe schnell den Überblick verlieren – und nichts ist peinlicher, als wenn man den Rädersatz des Kunden zum vereinbarten Termin nicht auffindet. Außerdem soll die Einlagerung ja nicht der Zweck, sondern ein Mittel sein – um Kunden zu binden und neue Reifen zu verkaufen. Entscheidend ist es, den eingelagerten Bestand für das Servicemarketing zugänglich zu machen, betont Teiledienst-Experte Dirk Bernhardt.

Sein Kollege Manfred Kolb vom Aschaffener Autohaus Kunzmann zählt die aus seiner Sicht wichtigsten Punkte auf, die eine EDV für das Reifengeschäft bieten soll:

- den eingelagerten Räderbestand verwalten
- Räder selektieren nach Sommer-/Winter, Profiltiefe und weiteren Eigenschaften
- Terminplanung ermöglichen
- Angebote erstellen und ausdrucken
- Serienbrieffunktion für Marketingaktionen

Viele dieser Funktionen bringen die B2B-Reifenbörsen, die heute bei einer großen Anzahl Kfz-Betriebe als Lieferquelle zum Alltagsgeschäft gehören, en passant mit. Auf allen Portalen lassen sich Angebote im Look des Autohauses erstellen, ausdrucken und zum Teil auch per E-Mail versenden.

Einige Anbieter stellen auch die COC-Daten zu den Fahrzeugbereifungen ins Netz, also alle vom Fahrzeughersteller freigegebenen Dimensionen. Sie sind meistens mit einem Felgenkonfigurator kombiniert. So kann der Verkäufer dem Autofahrer mehr anbieten als nur den dimensionsgleichen Ersatz und muss bei Umbereifungen keine Angst haben, dass der Kunde bei der nächsten HU durchfällt.

## FRAGEN UND ANTWORTEN

1. Welche Aspekte des Reifengeschäfts kann Ihre Plattform abdecken?
2. Gibt es Schnittstellen zur Warenwirtschaft des Händlers?
3. Lassen sich Ihre Systeme von mehreren Arbeitsplätzen aus bedienen?

### **GETTYGO** Gettygo GmbH, [www.gettygo.de](http://www.gettygo.de)

**zu 1.** Es ist sowohl ein COC-Modul vorhanden als auch ein Felgenkonfigurator, mit dem je nach HSN/TSN sowohl die entsprechenden Stahl- und Alufelgen als auch die zugehörigen Reifengrößen bzw. Umbereifungsoptionen gefunden werden können. Ebenso ist die Suche nach Komplettträgern und deren Bestellung möglich. Der Kunde kann eine individuelle Kalkulation zur Ermittlung der Endverbraucherpreise hinterlegen und Angebote mit seinem Logo erstellen. Eine Online-Terminverwaltung ist auf Kundenwunsch jederzeit integrierbar. Auch die Lagerverwaltung von Kundenrädern kann über ein Einlagerungstool auf Kundenwunsch integriert werden. Alle relevanten Reifentests werden bei Gettygo ständig aktualisiert und im Rahmen der Artikelauswahl angezeigt. Neben den Reifentests werden auch Profilabbildungen sowie Profilbeschreibungen mit angezeigt, ebenso die Reifenlabel-Daten.

**zu 2.** Diese Schnittstellen werden auf Kundenwunsch bereitgestellt, sodass Gettygo je nach Warenwirtschaft des Kunden eine Lösung anbieten kann.

**zu 3.** Es gibt keinerlei Begrenzung in der Zahl der Anwender unter einem Benutzerzugang, es können sogar unter einer Kundennummer für die verschiedenen Anwender auch verschiedene Nutzerrollen mit eigenem Log-in definiert werden, beispielsweise nur Endverbrauchersicht, die Einkäufersicht oder die Mastersicht mit allen Informationen.

### **RSU Reifen-Center GmbH, [www.tyresystem.de](http://www.tyresystem.de)**

**zu 1.** Angebote lassen sich mit wenigen Klicks erstellen, wenn der Nutzer vorher seine Einstellungen eingegeben hat. Die Aufschläge lassen sich nach vielen Merkmalen anpassen, beispielsweise der Reifengröße. Vergleichsangebote mit unterschiedlichen Marken sind möglich. Nutzer finden bei Tyresystem alle Reifentests, Informationen zu Produkten und Herstellern sowie die Labeldaten. Eine Sortierung nach Label ist möglich. Zum Thema COC-Daten werden wir uns in näherer Zukunft äußern. Die Themen Kundendaten- und Terminverwaltung, Serienbrief- und Rechnungserstellung sowie Lagerverwaltung für Kundenräder kann Tyresystem nicht abbilden, da diese in den Aufgabenbereich eines Warenwirtschaftssystems gehören. Für eine Bearbeitung dieser Aufgaben ist es zwingend erforderlich, kundenspezifische Daten im System zu haben. Diese sollten nach unserer Auffassung eher im Warenwirtschaftssystem liegen als auf Tyresystem abgebildet werden.

**zu 2.** Artikeldaten, Preis und Bestandsdaten können ins eigene Warenwirtschaftssystem integriert werden. Hierfür bieten wir vielfältige kostenlose Schnittstellen an.

**zu 3.** Keine Begrenzung bei der Zahl der Arbeitsplätze.



### **Kaguma GmbH & Co. KG, [www.kaguma.de](http://www.kaguma.de)**

**zu 1.** Mit dem Kaguma-Angebotstool kann das Autohaus Angebote inklusive seines Logos, Gültigkeit und eigenen definierten Dienstleistungen speichern und ausdrucken. Zusätzlich kann der Nutzer beobachten, ob sich der Preis seit Angebotserstellung verändert hat. Das Portal zeigt neben den Reifenlabeldaten auch die Reifentestergebnisse auf einen Blick an. Der Reifenlabel-Generator ermöglicht dem Betrieb, fehlende Labels selbst zu erstellen und auszudrucken. Mit dem Einlagerungstool lässt sich eine professionelle Kunden-Stammdatenpflege darstellen. Alle Einlagerungsaufträge sind auf einen Blick erkennbar, und die Reifen lassen sich nach DOT, Profiltiefe, Beschädigungen und weiteren Merkmalen sortieren. Eine Serienbrieffunktion ist ebenfalls enthalten. Eine Datenbank mit COC-Daten sowie eine Kundendaten- und Terminverwaltung befindet sich in der Vorbereitung.

**zu 2.** Schnittstellen zu DMS-Systemen sind bereits erfolgreich im Einsatz und können beliebig erstellt, angepasst und erweitert werden!

**zu 3.** Es gibt keine Einschränkung der Nutzeranzahl.

### **Allportal GmbH, [www.reifenboerse.de](http://www.reifenboerse.de)**

**zu 1.** Reifenboerse.de war das erste Portal, welches auch Verkaufspreise zur Kundenberatung anzeigt. Die dahinter liegende Kalkulation ist kundenindividuell einstellbar. Die Nutzer können Angebote mit eigenem Logo, eigenen Dienstleistungen und individuell einstellbaren Aufschlägen, Montagekosten und Dienstleistungen erstellen. Die richtige Bereifung zum Fahrzeug, die dazugehörige Felge sowie entsprechende Gutachten findet man in unserem Felgenkonfigurator. Dahinter liegen letztlich auch COC-Daten. Eine Kundendaten-, Lager- und Terminverwaltung ist in das Portal nicht integriert. Wir empfehlen generell die Nutzung lokal installierter Systeme. Keine Internetapplikation ist das ganze Jahr zu 100 Prozent für jeden Kunden erreichbar. Wir wollen in so einer Situation keinem unserer Kunden zumuten, seine eigenen Kunden nicht mehr bedienen zu können.

**zu 2.** Nein.

**zu 3.** Ja, beliebig viele Zugänge sind möglich.

## Reifenbörsen

## Schnittstelle zur Warenwirtschaft

Tyresystem-Geschäftsführer Simon Reichenecker erklärt die Funktionen seines Portals

*Redaktion: Welche Aspekte des Reifengeschäfts im Autohaus können Sie mit Tyresystem abdecken?*

Simon Reichenecker: Wir haben die Tyresystem-Plattform so gestaltet, dass sie dem Anwender alle benötigten Informationen in einer logischen Reihenfolge zu kommen lässt. Das ermöglicht eine intuitive Bedienung und senkt den benötigten Zeitaufwand bei der Kundenberatung. Außerdem kann der Verkäufer mit den Informationen und Argumenten, die wir ihm zur Verfügung stellen, einen kompetenten Eindruck beim Kunden hinterlassen. Hat der Nutzer einmal seine betriebs-spezifischen Einstellungen im Portal angelegt, kann er in wenigen Sekunden Angebote für den Reifenkäufer erstellen. Unser Portal macht es zudem möglich, eine Vielzahl unterschiedlicher Aufschläge und Dienstleistungen zu kalkulieren.

### „Wir haben detaillierte Informationen über mehr als 150 Reifenhersteller.“

*Welche Produktinformationen stellen Sie dem Reifenverkäufer denn bereit?*

Tyresystem verwaltet aktuell mehr als 500 Reifentests mit insgesamt 5.150 Einzelergebnissen. Daraus errechnen wir eine Gesamtnote des Reifens, nach welcher der Nutzer die Ergebnisse sortieren kann. So ist es einfach, die am besten bewerteten Reifen in der gesuchten Größe zu finden. Eine Sortierung nach Reifenlabel ist selbstverständlich ebenfalls möglich. Herstellerinformationen und Reifenbeschreibungen pflegen wir durch unsere eigene Redaktion. Uns liegen gründlich recherchierte Informationen über mehr als 150 Hersteller vor, von denen Sie zum Teil noch nicht einmal etwas gehört haben. Abkürzungen, die in der Reifenbranche verwendet werden, erklären wir ebenfalls.

*Findet der Nutzer bei Tyresystem auch Umbereifungsoptionen für die einzelnen Fahr-*

*zeugmodelle?*

Zu diesem großen Thema würden wir uns gerne in näherer Zukunft genauer äußern.

*Können Kfz-Betriebe auch ihre eingelagerten Räder über das Portal verwalten und Serviceaktionen organisieren?*

Die Kundendaten- und Terminverwaltung, Serienbrief- und Rechnungserstellung sowie Lagerverwaltung für Kundenräder können durch Tyresystem nicht abgebildet werden, da dies in den Aufgabenbereich eines Warenwirtschaftssystems gehört. Für diese Aufgaben ist es erforderlich, kundenspezifische Daten im System zu haben. Diese sollten nach unserer Auffassung aber in der Warenwirtschaft liegen und nicht auf einem Onlineportal. Dennoch ermöglichen vielfältige Schnittstellen einen Austausch zwischen dem Warenwirtschaftssystem des Betriebs und Tyresystem.

*Wie funktioniert das?*

Artikeldaten, Preis und Bestandsdaten können über Schnittstellen ins eigene Warenwirtschaftssystem integriert werden. Neben den Schnittstellen ist auch der Support zu den Schnittstellen kostenlos. Zudem bieten wir über einen entsprechend generierbaren Link die Möglichkeit, Tyresystem direkt aus dem Warenwirtschaftssystem heraus zu öffnen, einen oder mehrere Artikel zu suchen und die Bestellsansicht zu öffnen. Diese Schnittstelle ermöglicht einen einfachen Bestellvorgang und kann, je nach übergebenen Parametern, Lieferanschrift, Preis, Menge und Kommission übertragen.

*Lassen sich Ihre Systeme unter einer Anmeldung von mehreren Arbeitsplätzen aus bedienen?*

Es gibt keinerlei Begrenzung bei der Anmeldung von verschiedenen Arbeitsplätzen aus. Auch bleibt das Log-in stets gespeichert. Dies ermöglicht ein effizientes Arbeiten, ohne sich immer wieder neu einloggen zu müssen. Das Log-in über einen Account ist zum Beispiel auch von verschiedenen Filialen aus möglich. Die



Simon Reichenecker, Geschäftsführer Tyresystem: „Kundendaten gehören in den regulären Aufgabenbereich eines Warenwirtschaftssystems!“

Lieferadressen der Filialen können dabei fest im System hinterlegt werden. Die Benutzung der Tyresystem-Plattform funktioniert in allen gängigen Browsern und ist vom Betriebssystem unabhängig.

Die Fragen stellte Jan Rosenow

#### ZUR PERSON

##### Simon Reichenecker (31)

- ▶ Geschäftsführer RSU Reifen-Center GmbH
- ▶ 2010: Vorstellung von Tyresystem auf der Reifenmesse Essen
- ▶ 2007: Start des B2B-Reifenportals [www.tyresystem.de](http://www.tyresystem.de)
- ▶ 2007: Beitritt zur Kooperation Point S
- ▶ 2002: Gründung eines Reifenhandels
- ▶ Ausbildung zum Kfz-Mechatroniker in einem Porsche-Zentrum