

WÜRTH SERVICEEXPERTEN GIPFEL

# Plug & Play gibt's nicht

Die Serviceleiter der Fahrzeughersteller sehen Digitalisierung als große Chance für markengebundene Werkstätten. Noch sind sie auf der Suche nach wirklich praxistauglichen Systemen in den Betrieben.



Foto: Dietmar Winkler

Die Teilnehmer (v.l.): Dietmar Winkler (asp), Philipp Posselt (Veact), Bastian Wolter (WOW), Jens Görsdorf (Würth), Peter Berggren (Skoda Auto Deutschland), Peter Beck (MMD Automobile), Jörg Kracke (Subaru Deutschland), Karl Hell (Hyundai Deutschland), Markus Nolte-Seifert (Subaru Deutschland), Johannes Alings (FCA Deutschland), Matthias Heinz (Würth), Ralph M. Meunzel, Chefredakteur asp/AUTOHAUS

**D**igitale Serviceprozesse im Autohaus waren das Leitthema beim Expertengipfel Aftersales, zu dem der Handelskonzern Würth die Aftersales-Verantwortlichen verschiedener Automobilmarken nach Zweiflingen geladen hat. Die Veranstaltungsreihe, die von asp-Chefredakteur Ralf M. Meunzel moderiert wurde, hat sich mittlerweile zum festen Termin im Kalender der Serviceleiter entwickelt.

## KURZFASSUNG

Die Digitalisierung von Serviceprozessen kann die Effizienz in der Werkstatt erhöhen. Voraussetzung ist eine echte Integration der unterstützenden elektronischen Systeme und die Akzeptanz bei den Mitarbeitern. Positive Beispiele gibt es mittlerweile.

Terminvereinbarung im Internet, digitale Fahrzeugannahme durch den Serviceberater und Integration mobiler Anwendungen mit dem Dealer Management System im Autohaus. In der Außendarstellung holt man den Kunden schon im Internet ab, der sich auf der responsiven Webseite des Händlers vorab informiert und jederzeit über alle Kanäle mit dem Anbieter in Kontakt treten kann. Auf E-Mail-Anfragen erhält der Kunde umgehend eine kompetente Antwort. Und sollte er den saisonalen Reifenwechsel einmal nicht im Blick haben, wird dem Kunden gezielt ein relevantes Angebot unterbreitet. Streuverluste im digitalen Marketing vermeidet der Händler durch konsequentes Datenmanagement. So sieht sie aus, die ideale digitale Welt der Servicebetriebe: Dass die markengebundenen Servicebetriebe auf

dem Weg dahin ganz unterschiedlich weit sind, zeigt die Diskussion in Zweiflingen.

### Akzeptanz oft mangelhaft

Manche digitale Anwendung, beispielsweise in der digitalen Dialogannahme, wird bereits in Pilotprojekten ausprobiert. Die Ergebnisse sind jedoch nicht selten ernüchternd, weil Serviceberater und Monteure die über Jahre verinnerlichten Prozesse nur zögerlich verändern. Neben den inneren Widerständen in den Organisationen fehlt es im Markt an wirklich integrierten Lösungen. Problematisch ist zudem die Anbindung vorhandener DMS-Systeme. Historisch bedingt haben die Betriebe ganz unterschiedliche Systeme im Einsatz, deren Anbindung an neue digitale Teillösungen sich als aufwändig erweist.

Viel Anerkennung und interessierte Nachfragen der Kollegen gab es nach der Präsentation eines neu aufgesetzten digitalen Serviceprozesses bei Hyundai durch Karl Hell, Serviceleiter Hyundai Deutschland. Mittlerweile sind 68 Systeme installiert, bis Ende des Jahres sollen es 80 sein. Hyundai Deutschland setzt auf eine Eigenentwicklung, die sämtliche Kernprozesse im Service digital abbildet: Dialogannahme, Werkstatt-Auftrag, Servicechecklisten, Auftragsdisposition und Fahrzeugübergabe an den Kunden. Im nächsten Schritt soll ergänzend die digitale Terminvereinbarung durch den Kunden umgesetzt werden.

Effizienzsteigerungen von bis zu 25 Prozent je nach Standort seien durch die Digitalisierung der Serviceprozesse zu erreichen, erklärte Hell in der Runde. Weil Informationen für alle Mitarbeiter sofort zur Verfügung stünden, werde Doppelarbeit vermieden. Alle Informationen, die der Serviceberater bei digitalen Dialogannahmen ins System eingibt, stehen auch dem Monteur in der Werkstatt ohne Zeitverzug oder Medienbruch zur Verfügung. Das geht soweit, dass der Serviceberater Geräusche aufnimmt, die dem Mechaniker bei der Fehlerdiagnose helfen.

### Kundendaten sind ein Goldschatz

Auf den unschätzbaren Wert gut gepflegter Kundendaten im Servicegeschäft wies Philipp Posselt, Geschäftsführer des Münchner Start-up VEACTION, hin. „Kundendaten sind das wichtigste Gut von Servicebetrieben. Diesen Schatz sollte man nicht branchenfremden Technologiekonzernen wie Google überlassen“, warnte Posselt. VEACTION hat eine Software entwickelt, mit deren Hilfe die bereits vorhandenen Kundendaten in den Datenmanagement-Systemen von Autohäusern und Werkstätten aufbereitet und im Hinblick auf Vertriebsaktivitäten analysiert werden können. Durch diese systematische „Kundenvitalitätsanalyse“ wird sichtbar, welche Kunden überhaupt noch aktive Kunden sind und wo sich Marketingmaßnahmen lohnen werden. Karteileichen werden entfernt, Marketingmaßnahmen können dadurch gezielter platziert werden. „Datenbasiertes Marketing heißt, den Kunden mit Potenzial zu finden“, erklärte Posselt das Prinzip. An einem realen Beispiel werden die Größenordnungen sichtbar: Nach Analyse von 164.000 Datensätzen im Autohaus stellte sich heraus, dass gerade mal 10.000 noch

## WOW WILL DATENSERVICES STÄRKEN

Bastian Wolter, Key Account Manager beim Diagnose-Spezialisten WOW Würth Online World, stellt das Thema Diagnosedaten in den Mittelpunkt seiner Präsentation. Services rund um die Diagnose, die Bereitstellung von Reparaturdaten, Big-Data-Analysen und Hilfestellungen seitens WOW für Werkstätten würden neben den Diagnose-Geräten immer wichtiger für den Werkstattalltag. Darauf hat man am Firmensitz Künzelsau reagiert und strickt entsprechende Serviceangebote rund um die Fehlerdiagnose. Das Diagnosesystem kann nach dem letzten Update auf die Version 5.00.15 auf Informationen zu 8.114 verschiedenen Fahrzeugsystemen in 13.561 unterschiedlichen Varianten von 67 Herstellern mit 1.173 Modellen zugreifen.

Das digitale Online-System WTI live verbindet Erfahrungswerte aus der Werkstatt-Praxis mit Diagnosefunktionen, technischen Daten und fehlercodespezifischen Angaben zu möglichen Ursachen und Fehlerhäufigkeiten.

Ausgehend vom Fehlercode soll der Anwender über das System weitere Informationen erhalten, die ihm zur schnellen Lösung verhelfen. Lösungsorientierung, Interaktion und Multimedia lauten die Eckpfeiler der Anwendung. Auf Basis des Fehlercodes erhält der Mechaniker eine prozentuale Wahrscheinlichkeits-Bewertung möglicher Fehlerursachen. Weitere Bausteine sind Multimedia-Anwendungen und im Notfall eine technische Hotline.

Die 34 Datentechniker bei WOW greifen auf einen riesigen Datenschatz zu. WOW bildet gemeinsam mit Wabco Würth Workshop Services und Autocom eine Gruppe, mit dem Kernbereich Diagnose, im Würth Konzern. Insgesamt befinden sich von dieser Gruppe 73.000 Diagnosesysteme, 4.000 Abgastester, 8.000 Klimatestergesetze und über 1.000 RDKS-Systeme im Markt. Insgesamt werden mit den Systemen dieser Diagnosespezialisten innerhalb der Gruppe 22 Millionen Diagnosen pro Jahr durchgeführt.



Foto: WOW

**Diagnosgeräte von WOW bieten Daten zu 1.173 Modellen von 67 Herstellern.**

aktiven Kunden zugeordnet werden konnten. In diesem aktiven Pool kann in noch feinerer Detailsicht analysiert werden, welche Kunden nur Wartung und Service machen lassen, welche nur zum Reifenwechsel kommen oder aber bereits in allen Bereichen aktiv sind. „Derart loyalen Kunden

brauchen sie nicht drei Mal im Jahr einen Werbeflyer schicken, diese Kunden sind bereits Top-Kunden“, erklärt Posselt. Umgekehrt lassen sich Kunden, die vielleicht nur den Service nach Scheckheft machen lassen, mit gezielter Ansprache auch zu Reifekunden machen. *Dietmar Winkler*

Verkaufspavillons für Gebrauchtwagenplätze



- + Günstig und variabel durch Systembauweise
- + Repräsentativ, modern, hochwertig
- + Optisch individuell gestaltbar
- + Auf Wunsch inkl. Bauantrag

Reifenlagerhallen & Reifencontainer & Reifenregale



- + Günstig direkt vom Hersteller
- + Inkl. kostenfreier Typenstatik
- + Erdnagelbefestigung
- + Reifenregale zu Top-Konditionen

Werkstatthallen und Direktannahmen ab 30 m<sup>2</sup>



- + Günstig + variabel durch Systembauweise
- + Inkl. kostenfreier Typenstatik
- + Kurze Lieferzeiten
- + Auf Wunsch inkl. Bauantrag



**HaCoBau**  
HALLEN + CONTAINERSYSTEME GmbH

Über 500 Referenzen im Automobilbereich  
 Hacobau GmbH · 31785 Hameln · Tel. 0 51 51 - 80 98 76 · info@hacobau.de · www.hacobau.de