

„Das Gesamtpaket stimmt“

Geschäftsführer Ralf Koke verrät das Erfolgsrezept des Lindlarer Softwareanbieters

Redaktion: In einem stagnierenden Markt hat Loco-Soft im letzten Jahr 200 Autohäuser als Neukunden gewonnen. Wie ist Ihnen das gelungen?

Ralf Koke: Das ganze Paket muss stimmen: Preis, Betreuung, Starthilfe – all das ergibt ein Angebot, das die Händler überzeugt, sodass wir uns zum zweitgrößten DMS-Anbieter für markengebunden Betriebe in Deutschland entwickelt haben. Produktseitig können wir sicher mit unseren zahlreichen Herstellerschnittstellen punkten. Wir unterscheiden uns aber vor allem durch unsere besondere Philosophie von anderen Anbietern: Wir agieren als Dienstleister auf Augenhöhe mit dem Handel und legen großen Wert auf einen fairen Umgang miteinander. Beispielsweise haben die Händler, die sich für unsere Software entscheiden, ein 30-tägiges Rückgaberecht. Statt Knebelverträgen gibt es bei uns jederzeit eine 90-tägige Kündigungsfrist und einen offenen Datenexport. Nicht nur der Vertrieb hat sein Ohr nah am Kunden, sondern auch die Entwickler, die allesamt in Lindlar sitzen, verstehen die Anforderungen der Händler.

„Wir konzentrieren uns auf inhabergeführte Autohandelsunternehmen.“

Wie schaffen Sie es, trotz der Vielzahl an neuen Kunden Ihren guten Service aufrechtzuerhalten?

Wir sorgen immer für guten und mitdenkenden Zuwachs in unseren Reihen. Mit dem Entwicklerteam, das in eine eigene Gesellschaft ausgegliedert ist, beschäftigen wir insgesamt 45 Mitarbeiter. Von den 18 Auszubildenden, die mittlerweile ihre Lehre bei uns durchlaufen haben, sind noch 16 bei uns beschäftigt. Eine Besonderheit ist sicherlich, dass die Auszubildenden das Geschäft bei uns wirklich von der Pike auf lernen – unter anderem absolvieren sie auch ein Praktikum im Autohaus und fahren zu Installationen mit.



Loco-Soft-Geschäftsführer Ralf Koke nennt den fairen Umgang mit den Händlern als Erfolgsrezept seines Unternehmens.

Unsere Vertriebsmitarbeiter sind ebenfalls bei einer Installation mit vor Ort. Und weil zufriedene Mitarbeiter bekanntlich für zufriedene Kunden sorgen, ist die Arbeit für unser Team nicht alles: Beispielsweise gibt es bei uns ein Lauf- und ein Schwimmteam.

Bei welchen Fabrikaten haben Sie im vergangenen Jahr besonders viele Neukunden gewonnen und wo sehen Sie die größten Wachstumschancen?

Im vergangenen Jahr haben wir besonders viele Peugeot- Citroën- Nissan- und Honda-Händler gewonnen. Dort sehen wir künftig unsere größten Wachstumschancen. Fest steht: Wir wollen uns auch künftig weiter auf inhabergeführte Autohäuser konzentrieren und nicht auf Herstellerniederlassungen oder große Autohandelsgruppen mit mehreren Hundert Usern. Diese passen von den Strukturen her einfach nicht zu uns.

Welche Projekte stehen bei Ihnen an?

Im Vertrieb konzentrieren wir uns aktuell auf die SKR-51-Schulungen. In der Ent-

wicklung bombardieren uns die Hersteller zurzeit förmlich mit Änderungen. Kleine Anbieter können die Ressourcen, die für die Schnittstellenanpassungen nötig sind, kaum noch bereitstellen: Die Garantieschnittstelle von Ford beispielsweise hat uns sechs Monate Entwicklungszeit gekostet. Unsere Schnittstellen sind übrigens anders als bei manchem Wettbewerber bereits im Software-Preis enthalten.

Erfordert jede neue Schnittstelle den Besuch eines Seminars?

Wir bieten für diese Fälle Webinare an – natürlich außerhalb der klassischen Stoßzeiten. Die Autohausmitarbeiter müssen das Autohaus nicht verlassen und brauchen nur

einen Internetanschluss sowie einen PC mit Lautsprechern. Wie bei einem klassischen Seminar können die Teilnehmer Fragen stellen. Am Ende der Veranstaltung erhalten sie einen Link, über den das Webinar als Film abrufbar ist. Die Resonanz ist enorm: Kürzlich haben wir ein Lagerwebinar mit über 120 Teilnehmern veranstaltet. Wenn man bedenkt, dass die Seminarteilnehmer im Durchschnitt 250 Kilometer anreisen, ergibt das in Summe eine Ersparnis von 500.000 Kilometern! Pro Webinar berechnen wir eine Buchungspauschale von 25 Euro – dafür können beliebig viele Mitarbeiter im Autohaus daran teilnehmen.

Das Gespräch führte Julia Mauritz

ZUR PERSON

Ralf Koke (42)

- ▶ Seit 1999: Geschäftsführer von Loco-Soft
- ▶ 1996-1999: Innen- und Außendienstmitarbeiter bei Loco-Soft
- ▶ 1990-1996: im elterlichen Autohaus beschäftigt