

DEALER-MANAGEMENT-SYSTEM

„Keine Salamitaktik“

Der Softwareanbieter Loco-Soft feiert in diesem Jahr sein 25. Jubiläum. Seiner Grundidee, Autohäusern ein Rundum-sorglos-Programm auf reiner Nutzungsbasis anzubieten, ist das Unternehmen treu geblieben. Dennoch hat sich seit 1989 einiges verändert.

Redaktion: Wie sind Sie vor 25 Jahren auf die Idee gekommen, eine Softwarefirma zu gründen?

Wolfgang Börsch: Als ich auf der höheren Handelsschule war, bat mich mein Vater, der gerade einen Suzuki-Händlervertrag unterschrieben hatte, um Hilfe bei seiner Ersatzteilverwaltung. Ich merkte schnell, dass es dafür effektivere Methoden als Kartekästen gab, und entwickelte damals in der Programmiersprache Basic auf Commodore ein erstes rudimentäres System. Es erleichterte nicht nur die Ersatzteil-

verwaltung, sondern ermöglichte es zum Entsetzen des Importeurs auch, Garantieanträge beim Hersteller einzureichen. Aufbauend auf diesen Erkenntnissen war ich Jahre später trotz der zahlreichen Skeptiker fest davon überzeugt, dass es der richtige Weg ist, Software auf der damals neuen Hardware namens PC zu entwickeln.

Wie ging es weiter?

Börsch: 1987 entwickelte ich ein Grundkonzept für eine Kfz-Software für Fiat/Lancia-Händler. Ein Jahr später befragte ich im Rahmen meiner Diplomarbeit mehrere Fiat-Händler zu deren Anforderungen an eine Lagerverwaltung. Vieles stellten die Frage, wann das Produkt denn verfügbar sei. Also nahm ich einen Kredit über 10.000 D-Mark auf, mietete mich im Autohaus meines Vaters ein und erarbeitete einen günstigen Messestand, um den Prototypen einer Kfz-Betriebsverwaltung auf der Automechanika vorzustellen. Ich platzte einen PC unter eine Glasscheibe und verkündete, dass man darauf eine Software laufen lassen kann, die genau die Aufgaben erfüllt, die ein Betrieb braucht. Auf der nächsten Automechanika hatte ich bereits eine Vernetzung realisiert mit zwei Netzwerkkarten und einer Software. Das Zweiplatzsystem bot ich für 228 Mark monatlich an.

Wer war der erste Händler?

Börsch: Unser erster Händler nach dem offiziellen Vertriebsstart von Loco-Soft im Jahr 1989 war das Fiat-Autohaus Fiat Strada Auto GmbH. Dann ging alles Schlag auf Schlag: Anfang der neunziger Jahre waren wir bereits die meistgenutzte Software bei den Suzuki-Händlern und haben die Importeursempfehlung von Subaru bekommen. 1995 haben wir die 1.000. Programmversion gefeiert. Heute haben wir über 2.200 Kunden, von der Einplatzanlage bis zur Mehrmarkenautohaus-

gruppe mit sieben Betriebsstätten und 300 Monteuren. Heute haben wir Empfehlungen und Zertifizierungen von 18 Marken.

Ralf Koke: Es gibt keinen anderen DMS-Anbieter im deutschsprachigen Raum, der so viele Herstellerreferenzen hat.

Was unterscheidet Loco-Soft von seinen Wettbewerbern?

Börsch: Generell haben wir uns nie mit der Konkurrenz beschäftigt. Wir haben immer nur den Blick auf unsere Kunden gerichtet und unseren Fokus darauf gelegt, ihnen mehr zu bieten, als sie erwarten. Einige Kunden spiegeln uns sogar wider, dass die Software zu viel kann. Unsere Kunden schätzen vor allem den guten Support und unsere Freundlichkeit sowie einen fairen Umgang miteinander. Wir halten nichts von einer Salamitaktik mit versteckten Kosten. Für 118 Euro im Monat bekommen unsere Kunden eine Zweiplatzversion mit allen Funktionen, inklusive Buchhaltung. Alle Erweiterungen und Updates sind kostenlos. Auch wenn ein Autohaus ein Fabrikat hinzunimmt, zahlt es nicht mehr. Wir legen großen Wert darauf, Schnittstellen sehr zeitnah umzusetzen und stellen sicher, dass sie auch funktionieren.

Warum haben Sie sich für ein Miet- und nicht für ein Kaufmodell entschieden?

Börsch: Loco-Soft ist als Ein-Mann-Unternehmen gestartet – ich wollte damit das Investitionsrisiko für die Bezieher minimieren. Das Kunden-Feedback war so positiv, dass wir bis heute bei diesem Modell geblieben sind, inklusive eines 30-tägigen Rückgaberechts und einer 90-tägigen Kündigungsfrist.

Wie viele Mitarbeiter haben Sie?

Börsch: Gut 50, wir sind ein kleiner, schlagkräftiger Haufen, der viel Spaß



Foto Mauritz

Ralf Koke (li.) und Wolfgang Börsch sehen noch deutliches Wachstums-potenzial.

bei der Arbeit hat. Die meisten Mitarbeiter sind schon seit vielen Jahren bei uns: 93 Prozent des ursprünglichen Mitarbeiter-Know-hows sind noch im Unternehmen.

Sind die Autohäuser aktuell offen, in ein neues Dealer-Management-System zu investieren?

Koke: Die Investitionsbereitschaft ist zurzeit leider verhalten. IT-Projekte haben bei den meisten Betrieben nach wie vor keine hohe Priorität. Viele arbeiten mit völlig veralteten Systemen und geben Kunden- und Fahrzeugdaten wie selbstverständlich doppelt und dreifach ein. Gut ein Drittel unserer Kunden haben noch XP als Betriebssystem auf ihren Rechnern, weil es ja noch läuft. Es gibt noch viel zu vielen Autohäusern, die ihre Systeme nicht im vollen Umfang nutzen. Ein DMS ist eben nicht nur da, um Rechnungen zu schreiben, sondern es ist ein effektives Steuerungsinstrument. Die enorme Zeitsparnis, die eine moderne Software bringt, ist vielen nicht bewusst: Pro Serviceannahme lassen sich im Vergleich zu einem veralteten System bis zu 15 Minuten einsparen.

Börsch: Jede Softwareumstellung ist ein Ruck, aber er ist relativ schmerzfrei für Händler. Wir übernehmen die Datenmigration für den Händler ohne Zusatzkosten. Er muss uns nur die Daten aus dem Altsystem in einer maschinenlesbaren Form liefern.

Welche Projekte stehen bei Loco-Soft für Nächste an?

Börsch: Bei uns laufen immer mehrere

Projekte parallel, wir bauen ständig Schnittstellen um. Unser Weihnachtsgeschenk 2013 war die kostenfreie Integration vom Asa-Network in unser DMS. Aktuell steht die Renault-Zertifizierung nach einer neuromatigen Entwicklungszeit kurz vor dem Abschluss. Die Schnittstelle ist top geschrieben, und der Hersteller hat uns stark unterstützt. Das ist leider nicht immer der Fall.

Koke: Die Hersteller merken aber langsam, dass es Mehrmarkenautohäuser gibt und dass sie sich öffnen müssen.

Unterstützt Loco-Soft auch die mobile Direktannahme?

Börsch: Da bin ich sehr zurückhaltend. Die Innovationsgeschwindigkeit der Geräte ist enorm hoch, es gibt sehr viele verschiedene mobile Endgeräte auf dem Markt, und die Hersteller entwickeln immer mehr eigene Systeme und Reparaturannahmen. In nicht allzu ferner Zukunft wird sich ein Monteure ins Auto setzen und über die On-Board-Diagnose direkt im Auto Reparaturaufträge schreiben. Als DMS-Anbieter werden wir aber niemals beispielweise auf die Motorsteuerung zugreifen können. Ich sehe unsere Verantwortung nicht in Spezialbereichen, die fünf Prozent der Händler haben wollen. Wichtig ist für uns, den Händlern ein gut funktionierendes System bereitzustellen, das fehlerfrei mit

den Herstellersistemen kommuniziert, das den manuellen Aufwand in den Betrieben minimiert und mit dem man feine Sachen machen kann. Dazu gehören beispielsweise die Anbindung an die Telefonanlage, die automatische Erkennung von eingehenden Anrufen, das direkte Verzweigen auf die Kundenakte oder das direkte Versenden von Einzel- oder Serien-SMS.

Wo sehen Sie Loco-Soft in fünf Jahren?

Börsch: Ich sehe uns ganz weit vorne. Ich gehe davon aus, dass sich noch einige DMS-Anbieter verabschieden werden. Durch die gestiegenen Anforderungen der Hersteller lohnt sich das Geschäft für viele kleine Anbieter nicht mehr. Man braucht mindestens 100 Kunden, damit sich die Investitionen lohnen. Auch wenn die Investitionsbereitschaft aktuell verhalten ist, sind unsere Vorläufe ganz gut. Ich wüsste nicht, was uns aus dem Rennen boxen sollte.

Koke: Ich gehe davon aus, dass wir bis dahin 2.500 Anwendungsbetriebe haben. Es könnten deutlich mehr sein, aber leider steigt die Zahl der Kunden, die ihren Betrieb mangels Nachfolger schließen. Früher waren es zehn im Jahr, jetzt sind es 20 bis 25. Diese Lücken müssen wir erst einmal schließen. Wir korrigieren unsere Prognosen lieber nach oben als nach unten.

„93 Prozent des ursprünglichen Mitarbeiter-Know-hows sind noch im Unternehmen.“

Wolfgang Börsch, Loco-Soft

ZUR PERSON

Wolfgang Börsch (50)
Gründer des Softwareunternehmens Loco-Soft im Jahr 1989; heute ist Wolfgang Börsch schwerpunktmäßig für die Herstellerkommunikation verantwortlich.

Ralf Koke (44)
Geschäftsführer bei Loco-Soft; ins Unternehmen eingestiegen war Ralf Koke im Jahr 1999, zuerst als freier Mitarbeiter.