

## DIGITALE UNTERSCHRIFT IM MEHRMARKEN-AUTOHAUS

# Vom Scannen zum Erkennen

Erfassen, kopieren, einsammeln, eintüten, teilen, archivieren – den Aufwand rund um eine einzige Kundenunterschrift kennt jedes Autohaus. AVAG hat sich von Prof4Net und Kabema Consulting ein System aufsetzen lassen, das die digitale Unterschrift zentral verarbeitet und an alle relevanten Stellen ausspielt.

von Prof. Hannes Brachhat

Wer kennt sie nicht, die datenschutzrechtliche Einwilligungserklärung zur Werbung nach Art. 6 Abs. 1 Bst. a DSGVO? Bernd Ottens, CIO in der AVAG-Holding, gibt für deren knapp 200 Standorte mit über 25 Automarken, 5.600 Mitarbeitern und einem Jahresabsatz von 115.000 Fahrzeugen die Prämisse aus: „Die Kundendaten gehören dem Kunden selbst. Wir dürfen sie nur verwenden.“ Das ist ein Vertrauensakt! Und Vertrauen kann man nur gewinnen, nicht kaufen.

In der AVAG galt als Grundanliegen, alle Systeme für alle Standorte und Marken zentral in einem CRM-System zusam-

menzuführen, um in Sachen Datenschutzerklärung für alle Mitarbeiter im Verkauf wie im Service stets direkten Zugriff zu haben und damit jegliche Doppelerfassung zu erübrigen. Ja, es sollte auch die Geschwindigkeit in der Datenerfassung optimiert werden. Diese zentrale Sammelstelle zur Bündelung der verschiedenen Systemwelten und Eingangskanäle entwickelte das Unternehmen Prof4Net für die AVAG. Dort liegt aufgrund von langjähriger Tätigkeit eine hohe Expertise für das Automobilhandelsgeschäft vor. Man spricht dort stets mit Branchenexperten, die in der Autohaus-Prozesswelt zu Hause sind.

## Die digitale Welt von Synop

Der digitale Weg ermöglicht zukünftig das papierlose Autohaus. Essenziell dafür ist die „digitale Unterschrift“ der Kunden, die bei der Probefahrt, dem Kaufvertrag bis zum Werkstattauftrag u. a. fällig wird und an die zentrale Datenstelle übermittelt wird. Diese Verbindung stellt Synop dar, ein Produkt der Unternehmen von Kabema digital. Wird also am Counter des Autohauses beispielsweise eine neue Datenschutzerklärung für Kunden am Tablet erstellt, übermittelt Synop die Info an die zentrale Sammelstelle von Prof4Net. Die Datenschutzerklärung holt das Einverständnis des Kunden ein, dass er künftig



Blick auf Kropf Automobile, ein Unternehmen der AVAG-Gruppe in Nürnberg

per E-Mail, per Telefon, per SMS oder per Post kontaktiert werden darf.

Oder auch anders, alle relevanten Dokumente werden in einem Vorgang gesammelt und dem Kunden digital über das Modul Synop in einer Unterschriftenmappe zur Unterschrift vorgelegt.

## Die Einführung

Kropf-Geschäftsführer Andreas Mutschler umschreibt die Systemeinführung so: „Wir haben Systembeschreibungen, was es alles für das Autohaus gibt. Das ist das eine. Das andere, wir haben alle unsere Prozesse im Detail beschrieben. Ein mühsames Unterfangen. Da stellten wir eben den täglichen Aufwand mit der Datenschutzerklärung fest, was da kopiert, archiviert, eingescannt, eingesammelt und eingetütet werden muss. Wir betreiben hier vom Haupthaus in Nürnberg aus noch sieben Filialen mit unterschiedlichen Marken. Man stelle sich diesen Aufwand vor! Und so haben wir die digitale Lösung vor einem Jahr beherzt in der Zentrale in die Hand genommen und das neue System erst im Verkauf und dann im

Service ausgerollt. Prof4Net übernahm hierzu den Schulungsteil.“

Und wie sieht die Umsetzung in der gesamten AVAG-Gruppe aus? Bernd Ottens: „Das System ist inzwischen in 160 AVAG-Betrieben in Deutschland und in Österreich im Einsatz. Das Feedback aus unseren Betrieben ist sehr positiv. Wir werden jetzt die nächsten Dokumente und Prozesse darauf ausrichten. Wir wollen über diese Schiene den stationären Handel digital fortentwickeln sowie die Customer Journey im eCommerce via ‚alles auto‘ unterstützen.“

## Die Systemanbieter

Björn Keding von Prof4Net: „Unsere Stärke ist, dass wir alle IT-Systeme, die im Autohaus genutzt werden, anschließen können. Dazu haben wir für alle Dealer Management Systeme, die wir in den letzten zwanzig Jahren angeschlossen haben, eine Schnittstelle und können so die wichtigsten Kunden-, Fahrzeug- und Rechnungsdaten übernehmen. Inzwischen haben wir über 20 verschiedene DMS angebunden, können diese zu einem einzigen Kundendatensatz zusammenführen und daraus ganz gezielte Aktivitäten im jeweiligen Autohaus durchführen.“

Einhellig waren die Experten der Meinung, dass gerade größere Gruppen im Autohaus vor Ort einen CRM-Verantwortlichen brauchen, der direkt an die Geschäftsführung angebunden ist. Björn Keding zeigte an einigen Beispielen auf, worin noch offene Daten-Potenziale liegen. Die Kunden werden bei-

spielsweise im Rahmen der HU angeschrieben. Es wird aber nicht konkret nachgefasst, weshalb da zahlreiche Kunden nicht kommen?

Synop gehört zur Kabema digital und ist auffällig stark in der MB-Organisation verbreitet. Benjamin Hübner, Managing Director der Kabema-Gruppe: „Zahlreiche MB-Betriebe agieren heute als Mehrmarkenbetriebe. Und dafür haben wir die Erweiterung des Systems entwickelt. MB hat allein sechs verschiedene Unterschriftensysteme im Händlertausch im Einsatz. Und das fassen wir in einem Endpunkt in einer Unterschriftenmappe zusammen, gleich wo die Dokumente herkommen – vom Hersteller, aus dem DMS- oder CRM-System, aus dem eigenen Haus oder von Drittpartnern, Versicherungen etc.“

Der Überbau ist das papierlose Autohaus und der Schritt vom Scannen zum Erkennen, das kann über einfache Konfiguration um beliebige Formate erweitert werden, vom Rechnungs- über den Bestell- bis zum Posteingang u. a. Die erfassten Informationen aus den Dokumenten werden automatisch an nachfolgende Systeme wie DMS, Workflow, Archiv bei Prof4Net in die zentrale Sammelstelle, das CRM-System Catch, übermittelt. B. Hübner: „Perfekt läuft eine Einführung dieser Größenordnung, wenn alle beteiligten Player partnerschaftlich und zielführend zusammenarbeiten. Das kann ich für dieses Projekt unterstreichen.“



Olaf Kühle, Head of Sales, Kabema (r.), Benjamin Hübner, Managing Director Kabema-Gruppe (2. v. r.), Andreas Mutschler, Geschäftsführer Autohaus Kropf (M.), Bernd Ottens, Chief Information Officer der AVAG Holding (2. v. l.), und Björn Keding, Geschäftsführer Prof4Net (l.)

Fotos: Prof. Hannes Brachhat

## KURZFASSUNG

Die AVAG hat gemeinsam mit Prof4Net alle Systeme für alle Standorte und Marken zentral in einem CRM-System zusammengeführt. Das erhöht die Geschwindigkeit der Datenerfassung und ermöglicht das papierlose Autohaus mit digitaler Unterschrift. Alle relevanten Dokumente werden dem Kunden digital zur Unterschrift vorgelegt.



Verkaufsleiter Daniel Unterburger und Service-Assistentin Julia Weber erläutern die Praxis der digitalen Unterschrift, die der Kunde hier am Tablet mit dem Elektronik-Stift abgibt.