

DIGITALISIERUNGS-WORKSHOP

»Wir möchten den Hersteller unterstützen«

Dank einer Kooperation mit dem IT-Entwickler NTT Data erhält die Jürgens Gruppe frühzeitig Einblicke in die künftige Entwicklung der IT-Systemlandschaft von Daimler. Das ermöglicht ihr, eigene Ideen einzubringen.



Patrick Zuhl (l.) und Florian Kraemer organisieren die gemeinsamen Workshops am Stammsitz der Jürgens Gruppe in Hagen.

Seit nunmehr zwei Jahren veranstaltet die Autohaus Gruppe Jürgens zusammen mit dem IT und Beratungsunternehmen NTT Data regelmäßig Digitalisierungs-Workshops zum Thema „Autohaus der Zukunft“. Dort besprechen Berater und Softwareentwickler von NTT Data zusammen mit Service-Experten der Jürgens Gruppe Herausforderungen und Probleme, welche die Prozesse und die IT-Systemlandschaft im Autohaus in der täglichen Praxis mit sich bringen. Besonderer Schwerpunkt ist dabei der Aftersales-Bereich. AUTOHAUS hat nun mit Patrick Zuhl, Leiter Organisation und Qualitätsmanagement bei der Jürgens Gruppe, sowie Florian Kraemer, Managing Consultant Automotive bei NTT Data Deutschland, darüber gesprochen, wie der Workshop abläuft und welche Vorteile die Zusammenarbeit bringt.

AH: Wie entstand die Idee, einen gemeinsamen Digitalisierungs-Workshop abzuhalten?

F. Kraemer: Ich war lange Jahre im Automobilhandel tätig und wusste, dass die Praxis oft anders aussieht als die Theorie am Schreibtisch. Gerade jüngeren Beratern ist das teils nicht bewusst. Eine Software zu entwickeln und das Einsatzszenario durchzuspielen ist das eine. Aber wie es dann im Autohaus tatsächlich läuft, ist etwas ganz anderes. Dort funktioniert nicht immer alles nach Plan, weil vielleicht einmal unerwartet Autos die Bühne blockieren. Wir haben nach einer Möglichkeit gesucht, wie wir bei möglichst vielen Kollegen ein tieferes Verständnis für die Herausforderungen im Autohaus schaffen können. Über ein internes Netzwerk, in dem es Kontakt zur Jürgens Gruppe gab, reifte dann die Idee.

AH: Warum haben Sie sich bei der Jürgens Gruppe darauf eingelassen?

P. Zuhl: Weil wir durch den Austausch den digitalen Wandel mitgestalten können. Wir möchten den Hersteller bei der Entwicklung neuer Dienstleistungen und

Prozesse unterstützen und gemeinsam neue Prozesse für den Handel implementieren, welche uns zum Beispiel eine intensivere und bessere Kundenbetreuung ermöglichen. Unserer Meinung nach ist ein Austausch aller Beteiligten bereits in der Entwicklungsphase von großem Vorteil. Zudem sorgt anwenderorientierte Entwicklung für höhere Nutzerakzeptanz.

AH: Wie laufen die Workshops konkret ab?

F. Kraemer: Pro Termin reisen wir von NTT Data mit bis zu zwanzig Experten aus den Competence Centern Automotive Aftersales und Digital Enterprise an. Vor Ort teilen wir uns in zwei Gruppen, mit jeweils zwei bis drei Ansprechpartnern der Jürgens Gruppe. Das sind meist Serviceleiter, Verkaufsleiter, Mitarbeiter aus der Disposition, IT-Leiter sowie der Organisations- und Qualitätsleiter.

P. Zuhl: Meine Kollegen und ich halten zum Auftakt Fachvorträge zu unserer Tätigkeit und den Programmen, mit denen wir arbeiten. Im Anschluss zeigen wir das in der Praxis bei einer Betriebsbegehung. Dabei arbeiten wir uns den Servicekernprozess entlang, schildern Probleme, die wir im Tagesgeschäft mit IT-Systemen haben, und zeigen gemeinsam Verbesserungsvorschläge auf. Den Einfluss, den wir damit haben, dürfen wir aber nicht überbewerten. Nur weil wir sagen, „das hätten wir gerne“, gibt es nicht sofort einen Software-Patch. Wir können aber für Themen sensibilisieren, deren Realisierung NTT Data mit dem Hersteller prüft. Das allein ist extrem wertvoll für uns.

AH: Wie geht es nach der Betriebsbegehung weiter?

F. Kraemer: Je nach Agenda halten wir einen Vortrag zum „Autohaus der Zukunft“ oder diskutieren entsprechende Themen auf Basis aktueller Studien von

NTT Data. Dabei geben wir einen Ausblick auf Projekte und Systeme im Entwicklungsstadium und versuchen uns an einer Antwort auf die Frage: Was kommt an Trends auf uns zu und wie beeinflussen sie das Geschäft von heute? Dann gehen wir gemeinsam Stationen und Prozesse im Autohaus durch und prüfen, welche Anknüpfungspunkte es für diese Trends bereits gibt und wo Lücken sind.

AH: Können Sie dafür Beispiele schildern?

F. Kraemer: Da wäre etwa die Online-Terminvereinbarung: Kunden haben nach einhelliger Meinung der Servicemitarbeiter keine Lust mehr, in der Warteschleife zu hängen. Die wollen ihren Termin online verbindlich buchen – und das 24/7. Wir haben dann diskutiert, was das Autohaus dafür IT-seitig bereitstellen muss und welche Systeme vernetzt werden müssen, damit reale Werkstattkapazitäten berücksichtigt und gebuchte Termine in die Werkstattplanung integriert werden.

P. Zuhl: NTT Data hilft uns auch bei Themen rund um die neue Vertriebs- und Marketingstrategie des Herstellers. Dabei gehen wir auf Fragen ein, welche den Markenauftritt und die Showroom-Gestaltung betreffen. Was bedeuten die geplanten Änderungen für die Jürgens Gruppe im Arbeitsalltag? Wie müssen wir uns digitalisieren und prozessual umstellen? Und sind Eigenlösungen notwendig, um das Autohaus der Zukunft zu haben? Antworten auf diese Fragen sind

hochbrisant, weil wir uns schon voll im Umbau befinden. Wir sprechen auch über Software, die gerade erst entwickelt wird. NTT Data arbeitet zum Beispiel daran, Serviceprozesse zu digitalisieren und aufs Tablet zu bringen. Hier Feedback geben zu können ist Gold wert. So können wir Ideen einbringen und erfahren, was auf uns zukommt. NTT Data dagegen erhält weiteres Praxiswissen. Dieses kann beispielsweise der Software Designer noch während der Konzeption berücksichtigen und der Software-Entwickler leichter implementieren.

AH: Was sagt eigentlich der Hersteller zu Ihrer Kooperation?

F. Kraemer: Am Ende des Tages beauftragt der Hersteller Berater, welche ihn bestmöglich bei der Projektplanung und -umsetzung unterstützen. Dabei vertraut er auf die entsprechende Kompetenz. Die Kooperation und somit das Erlangen von zusätzlichem Praxis-Know-how ist eine unserer Maßnahmen, den Erwartungen gerecht zu werden. Dieses Wissen zahlt sich immer aus. Einmal hatten wir auf Nachfrage des Herstellers erwähnt, dass wir uns in den Workshops Praxiserfahrung einholen und uns selbst reflektieren. Das fanden die Verantwortlichen so gut, dass sie gefragt haben, ob sie zwei Kollegen schicken dürfen. Darauf sind wir nach Rücksprache mit dem Jürgens Management gerne eingegangen.

P. Zuhl: Wir verstehen uns als engagierte Gruppe im Handel, die offen für Neues ist und sich bereits bei der Entwicklung

von neuen Lösungen einbringen möchte. Aus diesem Grund ist der Hersteller bereits mit weiteren internen Projekten auf uns zugekommen.

AH: Was ist das jüngste Pilotprojekt, das Ihnen auf diese Weise in den Schoß gefallen ist?

P. Zuhl: Die Pilotierung der Erweiterung eines Serviceannahme-Portals. Dabei geht es um eine Kurzdiagnose des Fahrzeugs. Dafür muss der Mitarbeiter nur mit einem Mobile Device die FIN am Auto abfotografieren. Die Software erkennt dann die Nummer und fordert über die Server einen Kurzttest an. Sekunden später hat der Mitarbeiter die Diagnose vorliegen und braucht kein Testgerät anschließen. Wenn der Kunde uns seine FIN am Telefon durchgibt, braucht er nicht einmal in die Werkstatt zu kommen, um eine fundierte Aussage zu erhalten. Das hilft dem Kunden und erleichtert uns die Werkstattplanung und Fahrzeugannahme.

AH: Wird es vor diesem Hintergrund auch 2019 wieder einen Workshop geben?

P. Zuhl: Ja, wir feiern dieses Jahr unser 100-jähriges Firmenjubiläum und die Neueröffnung unseres Stammhauses in Hagen. Aus diesem Anlass wollen wir den nächsten Workshop etwas größer gestalten.

F. Kraemer: Wir freuen uns schon auf spannende Diskussionen!

AH: Vielen Dank für das Gespräch!

Interview: Armin Wutzer ■



Einmal jährlich treffen sich Berater und Softwareentwickler von NTT Data mit den Aftersales-Experten der Jürgens Gruppe zum Digitalisierungs-Workshop.