

IT OPTIMIERUNGSTRATEGIE

Strukturwandel

Bei Mulfing Automobile hat ein neues Archivierungssystem Einzug gehalten, auf dem weitere Tools wie die elektronische Verkaufsakte und die Vertragsverwaltung aufsetzen.

KURZFASSUNG

Als Mehrmarkenhändler hat Mulfing die Prozesse sowohl in Verkauf und Service als auch in der zentralen Buchhaltung umstrukturiert und erhöht standortübergreifend mit bestimmten Softwaremodulen die Transparenz und den Workflow.

Wachsende Papierberge, überquellende Aktenordner und volle E-Mail-Posteingänge machen die Kommunikation und das Auffinden wichtiger Dokumente in Autohäusern zunehmend zur zeitraubenden Herausforderung. Deshalb ist eine Optimierung der Prozesse durch elektronischen Workflow angesagt. Wie gut das gelingt, entscheidet sich nicht nur anhand der internen Strukturen und Leistungsfähigkeit, sondern auch aufgrund der eingesetzten Systeme. Denn in den Betrieben existiert oft eine Vielzahl an Datensystemen, die z. T. nur mittels aufwendiger Schnittstellen miteinander kommunizieren. Um dies zu überwinden, ist wiederum der zielgerichtete Auf- und Ausbau von Informationstechnologie (IT) notwendig, wie das Mulfing Automobile derzeit macht. Zu diesem Zweck hat der Händler die Software-schmiede Kaitech ins Boot geholt.

Nach ersten Gesprächen Ende 2015 fiel folgende Entscheidung: das bisherige Archivsystem wird durch das Enterprise-Content-Management (ECM)-System „ELO Professional“ des IT-Dienstleisters ersetzt. „Ferner waren zu diesem Zeitpunkt bereits intern umfangreiche Projekte im Bereich Workflow-, Vertragsmanagement und die Einführung einer elektronischen Verkaufsakte geplant“, sagt Tobias Beerwart, Mitarbeiter der zentralen Buchhaltung bei Mulfing und zuständig für die Projekte. „Für diese Anforderungen hatte die Firma ebenfalls Lösungen. Zudem waren die Schnittstellen für die Anbindung ans Dealer-Management-System Care und an die DKS-Buchhaltung, die wir verwenden, kein Problem.“

Transparenz und Kosten im Fokus

Gleichzeitig waren bei der Integration der Anwendungen einige Vorgaben zu erfüllen gewesen. Demnach sollten mit den neuen digitalen Werkzeugen u. a. alle Vorgänge und Dokumente zu einem Reparaturvorgang und Kunden auf einen Blick ersichtlich sein, die Kosten im Papier-/Druckbereich sinken und die Prozesse im Bereich der Eingangsrechnungen modernisiert werden. „Insbesondere im Verkauf war es auch von Bedeutung, im Bereich der Her-

steller-Prämienverfolgung unterstützt zu werden und mehr Transparenz bei den Verkaufsprämien zu erzielen“, so Beerwart. Gemäß diesen Kriterien wurden die Projekte in Angriff genommen und die Anwendungen installiert.

Informationen im Verkauf gebündelt

Beispiel: die elektronische Verkaufsakte, mit der automatisch die Verkaufsunterlagen auf ihre Vollständigkeit überprüft werden. Die Lösung setzt direkt auf dem Archivierungssystem auf und wird mit Daten aus dem BMW-Sales-Performance-System angereichert. „Dazu haben wir vorher in Workshops die benötigten Pflichtdokumente für Verkaufsvorgänge in der BMW- und Mini-Sparte sowie die damit verbundenen Abhängigkeiten klassifiziert“, erläutert Beerwart. Das hob die Zusammenführung der Informationen auf ein neues Niveau. Im Gegensatz zu früher können die Mitarbeiter aus Verkauf und Disposition jetzt in Abhängigkeit von der Berechtigungsstufe direkt sehen, wo das jeweilige Verkaufsprojekt vom Status her steht und ob respektive welche Pflichtdokumente für den Vorgang noch fehlen. „Dies ermöglicht ein schnelles Eingreifen, um gegebenenfalls stehende oder verzögerte Verkaufsvorgänge zu beschleunigen“, so Beerwart.

Maßnahmen in der Buchhaltung

Daneben kann der Betriebswirt auf eine neue Lösung zur Vertragsverwaltung zurückgreifen. Über diese werden alle Verträge verwaltet und die intern Verantwortlichen selbsttätig über Kündigungs- und Verlängerungsfristen informiert.

Parallel dazu hat Mulfing im Bereich der Buchhaltung den vorhandenen Workflow bei den Eingangsrechnungen auf den Prüfstand gestellt. Infolgedessen hat der

Nicht nur der BMW-Betrieb am Stammsitz in Backnang, auch die IT wird derzeit bei Mulfing modernisiert.





1



2



3

- 1 Digitalisierung der Eingangsrechnungen: Man legt die Papiere in einem Packer in den Drucker, wo sie automatisch eingezogen, gescannt und im System hinterlegt werden.
- 2 Elektronische Verkaufsakte: Jeder Verkäufer kann damit den Stand seiner Vorgänge einsehen.
- 3 Tobias Beerwart (Mitte), Buchhaltungsexperte und bei Mulfinger zuständig für IT-Projekte, mit Ralf Kaimann (r.), Geschäftsführer von Kaitech, und Sales Consultant Torsten Schulze.

Händler Ende 2016 mit dem IT-Dienstleister die Bearbeitung aktualisiert und mit ELO verbunden. „Der neue Workflow ist dabei so aufgebaut, dass die Eingangsrechnungen sofort digitalisiert werden.“ Danach werden die Eingangsrechnungen via Software klassifiziert, indexiert und anschließend dem nächsten Anwender inklusive Meldung zu den Freigabe- bzw. Prüfschritten zugewiesen. „Zudem kann damit bereits im Workflow kontiert werden. Als Ergebnis wird der fertige Buchungsschritt automatisch in die DKS-Buchhaltung übergeben. Auch E-Mails mit Rechnungsanhang werden diesem Prozess vollautomatisch zugesteuert“, erklärt Beerwart. Für ihn ein Meilenstein im operativen Geschäft. Händische Suche in Aktenordnern entfällt, da eine detaillierte Suche über Schlagwörter möglich ist. Er veranschaulicht dies beispielhaft: „Selbst wenn ich jetzt innerhalb der Rechnungen nach typischen Begriffen rund um die Verbrauchsmaterialien recherchiere, werden alle entsprechenden Ergebnisse inklusive Belege von Baumärkten über die Kasse aufgelistet.“ Die angezeigten Belege können zusätzlich weitergeleitet oder via Mail versendet werden.

Und die Liste an Neuerungen lässt sich fortsetzen. Hierzu gehören beispielsweise im Service eine Barcodelösung für die Di-

gitalisierung aller Papiere zu einem Reparaturvorgang genauso wie die digitale Dokumentation der Datenschutzerklärung zum Kunden im Archivsystem oder die Übersichten über Aufträge, die sich nachträglich zu Garantiefällen wandeln.

Mitarbeiter schulen und Verbesserungen messen

Die Veränderungen in Verkauf, Aftersales und Buchhaltung sind laut Beerwart bereits spürbar. Er resümiert: „Zum einen sind der Papierumlauf im Unternehmen und die Druckkosten deutlich gesunken. Zum anderen hat sich der Verwaltungsaufwand verringert und es ist ein zentraler Informationspool für den Servicebereich entstanden. Dadurch konnte der Kundenservice weiter verbessert werden, was sich etwa in positiven Kundenbewertungen zum Service widerspiegelt.“

Auch der Verkauf sei für die beteiligten Abteilungen transparenter, indem z. B. die Verkaufsleiter täglich Übersichten zum Stand der Verkaufsprojekte erhalten. Beerwart spricht überdies von einer drastischen Reduzierung der Kopien in diesem Bereich und von erheblichen Arbeitserleichterungen in der Disposition.

Gleichwohl will sich Mulfinger nicht auf dem Erreichten ausruhen. Die Digitalisierung soll in den kommenden Jahren vor-

anschreiten. Die Pläne beinhalten die Erweiterung der Workflow-Prozesse auf unterschiedliche Bereiche. Dies reicht vom Management der Leasingrückläufer über das Verfahren für die Urlaubsanträge bis hin zum Ausbau von digitalen Lösungen zur Kundenbindung und -gewinnung.

Annemarie Schneider ■

MULFINGER AUTOMOBILE

Die Ursprünge der Walter Mulfinger GmbH reichen zurück in den 1945 von Kurt Mulfinger in Sulzbach/Murr gegründeten Reparaturbetrieb für Fahrräder, Motorräder und Autos und anschließender Vertretung von DKW und Borgward. In den 60er Jahren übernimmt das Autohaus die BMW-Repräsentanz in Backnang. Seither hat sich das Unternehmen von der dortigen Zentrale bis heute auf zehn Standorte in Baden-Württemberg vergrößert und mit BMW Motorrad, Mini sowie Opel und Renault/Dacia weitere Marken ins Portfolio aufgenommen. Die drei letzteren sind in vier Filialen zu finden. Mulfinger beziffert den durchschnittlichen Absatz auf ca. 3.000 Neu- und 4.000 Gebrauchtwagen pro Jahr. Insgesamt rund 480 Mitarbeiter haben dabei in den vergangenen beiden Geschäftsjahren für ein Umsatzwachstum von jeweils 16 Prozent gesorgt. Die Geschäfte führt in zweiter Generation Ulrich Mulfinger mit Sohn Markus.