

Die Konkurrenz schießt nach Lindlar

Loco-Soft bietet Software für Autohäuser an – Enge Kundenbetreuung ist ganz wichtig

VON LUTZ BLUMBERG

LINDLAR. Das neue Jahr hat gleich mit einer Preisverleihung angefangen: Die Softwareschmiede Loco-Soft wurde in München mit dem „Best Brands Award 2016“ ausgezeichnet, der von den Branchenmagazinen „Autohaus“ und „ASP Auto Service“ vergeben wurde. „Der Oscar der Automobilbranche“, ist Inhaber Wolfgang Börsch stolz.

Loco-Soft wurde in der Kategorie DMS ausgezeichnet. Die Abkürzung steht für den englischen Begriff „Dealer Management Software“. Auf gut Deutsch: Loco-Soft versorgt Autohändler mit einem Computerprogramm, mit dem sie ihr Geschäft führen können. Egal ob es Kundenbetreuung, Ersatzteilbestellung oder das Rechnungswesen ist. Die Händler wickeln praktisch ihren gesamten Arbeitsalltag mit Loco-Soft ab.

Die Lindlarer Softwareschmiede ist in den vergangenen Jahren stetig gewachsen. Inzwischen arbeiten rund 2400 Kunden mit dem Programm aus dem Glaspalast in Klaus. Zum Jahresbeginn gab es noch einmal einen Auftragsboom. „Aber das ist üblich, denn viele Firmen nutzen den Jahreswechsel auch für einen Softwa-



Denise Wirth als Auszubildende in Teilzeit bei Loco-Soft. Geschäftsführer Ralf Koke, hier mit im Bild, sieht in der Vereinbarkeit von Beruf und Familie großes Potenzial für seine Firma. (Archivfoto: Schmitz)

retausch“, so Geschäftsführer Ralf Koke.

Die Auszeichnung in München kam für die Lindlarer überraschend. „Wir haben uns nicht darum beworben“, sagt Koke. „Von der Befragung für die Preisvergabe unter den

Autohändlern wussten wir nichts.“ Für Koke zeige die Auszeichnung deutlich, dass „wir wahrgenommen werden“. Selbst multinationale Unternehmen wie die Telekom-Tochter T-Systems hat Loco-Soft auf die Ränge verweisen.

Wie sehr die Konkurrenz nun nach Lindlar schaut, hat Ralf Koke kürzlich bei einem Branchentreffen am eigenen Leib erfahren: „Plötzlich grüßen mich die Mitbewerber nicht.“

Der Markt für Software ist gnadenlos: „Hier zählt Schnelligkeit“, stellt Börsch fest. „Für uns ist die Arbeit ein permanenter Wettbewerb.“ Daher schreiben die Programmierer stetig an der Software weiter. Ein Großteil der Arbeit entfällt aber auf die Betreuung der Kunden. Rund 40 Mitarbeiter hat Loco-Soft in der Vertriebs GmbH, Fluktuation ist selten. Das sei existenziell für die Kundenbetreuung, erklärt Koke. Wer in Lindlar anrufe, solle einen Mitarbeiter am Telefon haben, der den Kunden bereits

kennt. „Wir haben knapp über 90 Prozent des Wissensniveaus in der Firma gehalten“, sagt Koke.

Schlagkräftiger mit langjährigen Mitarbeitern

Für Inhaber Wolfgang Börsch ist das ein Teil des Erfolgsrezepts: „Wir sind einfach schlagkräftiger, als wenn wir mit einer eingekauften Söldnertruppe arbeiten.“

Diese Philosophie stellt Loco-Soft aber auch vor Herausforderungen. „Wir wollen das Wissen der Mitarbeiter in der Firma halten“, sagt Koke. Wenn nun eine Mitarbeiterin Mutter wird, solle sie dennoch weiter

HINTERGRUND

Netzwerk: Das Netzwerk „Erfolgsfaktor Familie“ wurde durch das Bundesfamilienministerium und den Deutschen Industrie- und Handelskammertag ins Leben gerufen. Bundesweit sind rund 6000 Unternehmen daran beteiligt.

Ziel ist die Verknüpfung der Unternehmen, die sich im Bereich der familienfreundlichen Personalpolitik engagieren.

 www.erfolgsfaktor-familie.de

eine Perspektive haben. Das sei aus Sicht des Unternehmers eigennützig: „Schließlich kennen die Mitarbeiterinnen die Kunden, die Abläufe“. Konsequenz: „Die Arbeit muss gut ins Leben einzubinden sein“, so Koke.

2015 richtete Loco-Soft einen „Ausbildungsplatz in Teilzeit“ für eine alleinerziehende Mutter ein. Das machte dann auch das bundesweite Netzwerk „Erfolgsfaktor Familie“ auf die Firma aufmerksam. Loco-Soft schloss sich dem Netzwerk an und will weiter an der Vereinbarkeit von Beruf und Familie mitarbeiten. Zum Beispiel mit flexiblen Arbeitszeitregelungen. Mit Teilzeitarbeitsmodellen und individuellen Vereinbarungen für den beruflichen Wiedereinstieg bei Müttern.

Wermutstropfen: „Der bürokratische Aufwand ist enorm“, sagt Ralf Koke. Er wünscht sich als Arbeitgeber ein einfaches Verfahren, dass sich an der Praxis in den Betrieben orientiere. Rund zehn Prozent der Mitarbeiter im Glaspalast nutzen aktuell flexible Modelle, um Beruf und Familie besser vereinbaren zu können.

LOCO-SOFT

Die Lindlarer Firma Loco-Soft ist der zweitgrößte Anbieter für markengebundene kaufmännische Autohaus-Software auf dem deutschsprachigen Markt. Die Software von Loco-Soft wird von Bentley Motors, Fiat/Alfa/Lancia, Hyundai, Kia, LADA, SsangYong, Subaru, Suzuki, Jaguar, Land Rover und Renault empfohlen.

Entwickelt hat die Software der Inhaber Wolfgang Börsch. Schon 1989 wurde sie erstmals in einem Autohaus installiert.

Der Firmenname basiert auf einer Abkürzung. Loco steht für „low cost“, englisch für kostengünstig, da die Software den Händlern Geld sparen soll.

Wachstum: 2016 und 2017 will Loco-Soft weiter wachsen. Dazu soll es 2017 einen neuen Ausbildungsplatz geben. Aktuell sucht die Firma zwei Mitarbeiter im Vertrieb.

Kontakt: Loco-Soft Vertriebs GmbH, Schlosserstraße 33, 51789 Lindlar.

 www.loco-soft.de