



Magnus (l.) und Marius Mattern sprühen vor Lust am Autohandel und treiben die Prozessoptimierung der Mattern-Gruppe mit Vollgas voran.

Foto: Alex Juggan

Wir sind zwölf

Zwölf Marken, zwölf Familienmitglieder in der Unternehmensgruppe mit 13 Standorten in Ostwestfalen, verwaltet und gesteuert von einem einzigen DMS. Im Lockdown 2020 wurden die Weichen gestellt. Auto Mattern macht sich fit für das nächste Jahrzehnt.

Angefangen hat alles 1965 mit der Eröffnung einer Tankstelle in Herford. Daraus entwickelte sich eine der größten Autohausgruppen in Ostwestfalen, mit viel Benzin im Blut und immer noch als Familienbetrieb. Jetzt in dritter Generation. Und wie zu hören ist, läuft sich die vierte schon autobegeistert warm. Zwölf Familienmitglieder ziehen an einem Strang, die Fäden laufen bei Jürgen Mattern zusammen. Seine Strategie war es auch, nicht in die Abhängigkeit eines Importeurs zu kommen, sondern sich breit aufzustellen. Jüngstes Kind in der Mattern-Markensammlung ist seit Februar 2021 die Elektromarke MG. Ganze zwölf Marken innerbetrieblich zu organisieren, erfolgte bisher über zwei DMS-Systeme.

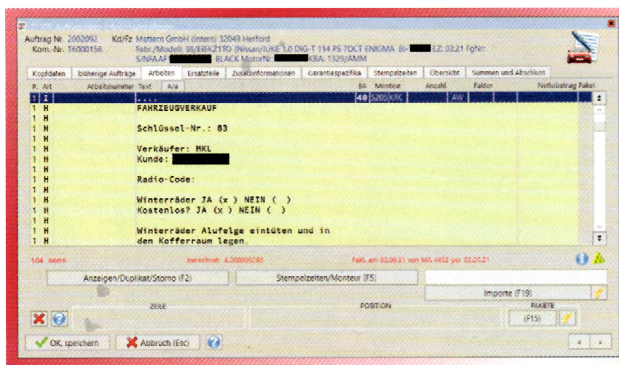
WENIGER BÜROKRATIE, MEHR KUNDENKONTAKT

Matterns Söhne Magnus und Marius, beide BFC-Absolventen, zeichnen heute für den Vertrieb verantwortlich und sind auch für die Digitalisierung zuständig. Zum 1. Januar 2021

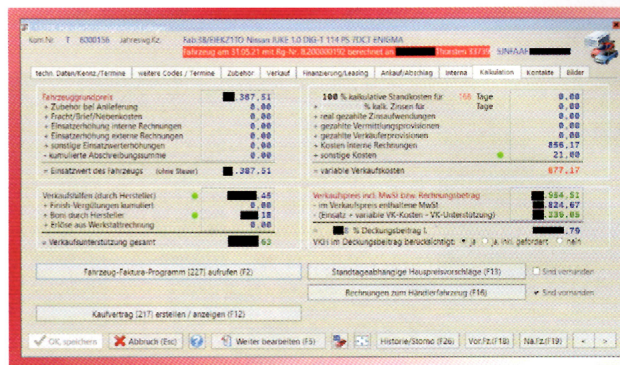
wurden die einzelnen GmbH in eine einzige GmbH überführt. Dazu wurde die Buchhaltung auf SKR 51 in Verbindung mit DATEV umgestellt. „Bei allem, was wir tun, muss die Bürokratie raus“, erklärt Magnus Mattern. „Wir hatten einfach keine Zeit mehr zum Reden mit unseren Kunden.“ Und Marius Mattern ergänzt: „Mit Menschen unterhalten ist das, was wir gerne machen.“ Die lästigen Tipparbeiten im Tagesgeschäft, die getrennten Kundenstämme, die Schnittstellenprobleme, dort wo der DMS-Anbieter überhaupt welche hatte, das war den beiden Brüdern ein Dorn im Auge. Obwohl das alte DMS seit über zwanzig Jahren seinen Dienst tat und Vater Jürgen das System fast besser als die dortigen Programmierer beherrschte, war dies auch gleichzeitig das Nadelöhr. Das neue DMS sollte weiter vereinfachen und transparenter sein. Die Familie Mattern entschied sich für Loco-Soft. Den Anbieter lernten die beiden Brüder bereits während ihres Studiums an der BFC kennen und wussten um dessen Stärke der Mehrmarkenfähigkeit.

„ALLES LIEF GLATT“

Auto Mattern hat flache Hierarchien, die Mitarbeiter sind in alle Entscheidungen eingebunden. So auch beim DMS-Wechsel. „Natürlich war der Wechsel für uns ein Schmerz“, so Magnus Mattern. Doch alle in der Gruppe erkannten auch sofort die enormen Arbeitserleichterungen, die ihnen Loco-Soft bietet. „Da haben unsere Mitarbeiter der einzelnen Marken auch viel Engagement gezeigt, um zum Echtstart möglichst viele Schnittstellen zum Einsatz zu bringen“, unterstreicht Marius Mattern. Ende 2019 gab es erste Kontakte zu Loco-Soft mit der entscheidenden Frage, ob denn alle Standorte zum 31.12.2020 umgestellt werden könnten. 2020 wurde dann mit den Loco-Soft Beratern ein Zeitplan erstellt. Letztlich sollten alle Mitarbeiter ausreichend Zeit erhalten, sich mit dem neuen DMS auseinanderzusetzen. Erst sollte die Zusammenführung der Standorte in eine GmbH abgeschlossen sein, um zukünftig in einem Datenstamm arbeiten zu können. Der Echtstart wurde auf den 1. März dieses Jahres festgesetzt. Die beiden Brüder hatten die Anforderungsliste von Loco-Soft akribisch abgearbeitet, alle Daten der Standorte konnten über Excel-Listen übernommen werden. Zwei Wochen lang wurden während des Lockdowns die Mitarbeiter in Kleingruppen mit großem Abstand in den Schauräumen geschult. Zwei Tage wurde vor dem Echtstart ohne DMS gearbeitet. Der Servicebetrieb lief dank guter Vorbereitung einfach weiter. Zum Echtstart stand dann an jedem Standort ein Loco-Soft Mitarbeiter für Fragen zur Verfüg-



Das Erstellen eines internen Auftrags ist so einfach, dass die Verkäufer dies für die Neu- und Gebrauchtwagen-Verkaufsbereitstellung selbst machen.



Pro Fahrzeug ist in Loco-Soft die interne Kalkulation auf Knopfdruck abrufbar.

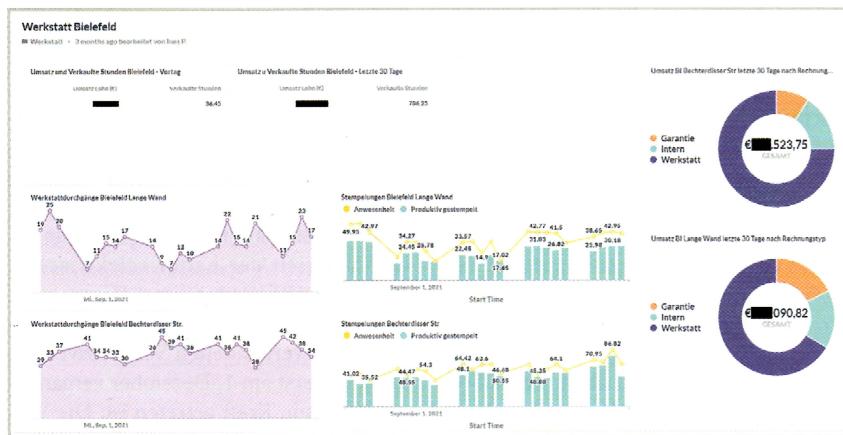
gung. Das nahm die Angst, wenn man trotz Schulung plötzlich nicht mehr wusste, wie zum Beispiel der Lieferschein automatisch übernommen wird. „Wir hatten uns auf ein kritisches halbes Jahr eingestellt“, so Magnus Mattern, „doch es lief alles glatt.“

SYNERGIEN NUTZEN

Das ständige Eintippen von Teile- und Fahrzeugnummern etc. hat dank Loco-Soft nun ein Ende. Nachdem das Tagesgeschäft abgebildet ist, ergeben sich zudem weitere Synergien. Ein Teilstamm hat jetzt für das Kleinmaterial wie AdBlue einheitliche Teilenummern. Wurde früher pro Standort disponiert, erfolgt

das nun zentral. Gerade ist der Doubletten-abgleich der Kundendaten aus Loco-Soft die große Aufgabe. Da kaufte ein Kunde in Bielefeld, ließ sich in Bünde eine Scheinwerferbirne wechseln und kam zum Wintercheck nach Herford. Und schon war die Adresse dreimal angelegt. „Die Prozesse bekommen eine Eigendynamik, und daraus ergeben sich neue Aufgabenstellungen für unsere Mitarbeiter“, fasst Magnus Mattern den Projektstand zusammen. Auch die Verkäufer profitieren von der Übersichtlichkeit des Systems. Für den Fahrzeugankauf können jetzt die Serien- und Mehrausstattungen aus DAT übernommen werden. Alle Verkäufer schreiben ihre internen

Aufträge aus Loco-Soft selbst. Die Kunden haben fast immer nur noch einen Ansprechpartner. Nach einem halben Jahr ist eine Steigerung der Kundenzufriedenheit bereits in den Herstellerbefragungen erkennbar. „Cool finden unsere Mitarbeiter die Möglichkeit, über einen Hands scanner oder die Loco-Soft App ihre Arbeits- und Auftragszeiten zu stemplein.“ Die beiden Brüder arbeiten gerade daran, ihren Mitarbeitern über die Auswertungsdatabank von Loco-Soft Erfolgskennzahlen wie „Aktuelle E-Mail-Quote“ oder „Wie viel offene Aufträge im Standort“ zur Verfügung zu stellen – leicht lesbar über ein Business Intelligence System.



Aus den Loco-Soft Auswertungstools, überführt in ein Business Intelligence System, entstehen übersichtliche und verwertbare Informationen sowohl für Führungskräfte als auch für Mitarbeiter.



Zwei neue Standorte wurden während der DMS-Umstellung ganz einfach integriert. Mitarbeiter-Neuanlagen mit Zugriffsrechten erledigen die Brüder schnell selbst.

AUTO MATTERN GRUPPE

Web: www.auto-mattern.de

Marken: Abarth, Alfa Romeo, Citroën, Dacia, DS Automobiles, Fiat, Jeep, Mazda, MG, Nissan, Renault, Infiniti Service

Ziele 2021: 3.500 Pkw NW, 2.200 Pkw GW, 400 Nfz NW 3, 5 t

172 Mitarbeiter: 1 Geschäftsleitung, 4 Marketing/Sonstige, 6 Verkaufsleiter, 25 Verkaufsberater, 5 Verkaufsberater gewerblich, 5 Dispo, 4 Aufbereiter, 8 Buchhaltung, 5 Serviceleiter, 11 Serviceberater, 20 Serviceassistenz, 7 Teile und Zubehör, 5 Werkstattmeister, 37 Mechatroniker, 5 Karosseriebauer, 8 kaufmännische Auszubildende, 16 gewerbliche Auszubildende

IT-Konfiguration: 2 Server, 2 NAS, 120 PC, 20 Laptops, 50 Arbeitsplatzdrucker, 20 Multifunktionsdrucker. Vorhandene Hardware wurde übernommen. 150 DMS-Lizenzen, Lizenzkosten pro Monat: 1.966,50 €

DMS seit 3/2021
Loco-Soft Vertriebs GmbH
Schlosserstr. 33 | 51789 Lindlar
Tel. 02266 / 8059-0
vertrieb@loco-soft.de
www.loco-soft.de

