

# Flott zu Loco-Soft

**Das Autozentrum Gerresheim arbeitet erst seit Anfang des Jahres mit dem DMS von Loco-Soft und gewährt spannende Einblick in die Startphase.**

Das Autozentrum Gerresheim in Nordrhein-Westfalen hat keine Angst vor Neuem: Die beiden prominenten Standorte in Jüchen und Grevenbroich werden in ihrer Substanz bauseits aufgewertet und markentechnisch aufgefrischt. Auch Jüchen soll nun Heimat für die Marken Opel und Hyundai werden – so, wie es seit 2004 bereits in Grevenbroich der Fall ist. Zum Jahresbeginn vollzog man zudem einen Schritt, der weitere umfassende Veränderungen mit sich brachte: Die beiden Söhne Philipp und Johannes Gerresheim wurden in die Geschäftsführung bestellt, die Standorte verdichtet und in Konsequenz die EDV auf heutige und künftige Erfordernisse aktualisiert. Doch wie kam es überhaupt, dass sich der familiengeführte Opel- und Hyundai-Betrieb für das Dealer-Management-System von Loco-Soft ent-

schied? Das ist eine vergleichsweise kurze, weil junge, Geschichte. Sie begann mit ersten Überlegungen im letzten Quartal 2015 und erfuhr ihren Startschuss zum Jahresbeginn 2016. Andre Scharz, beim Autozentrum Gerresheim verantwortlich für alle EDV- und IT-Themen und mit seinem fachlichen Hintergrund Mitglied des EDV-Ausschusses der Adam Opel AG, erinnert sich: „Viele Händler drohten, von den etablierten und zertifizierten Systemen zu wechseln – unter anderem aus Kostengründen. Ein befreundetes Autohaus mit der gleichen Marken-Konstellation hatte 2014 auf Loco-Soft umgestellt, und das funktioniert dort sehr gut.“ Loco-Soft wurde folglich, ebenso wie der damalige Systemdienstleister, zu einem Angebot aufgefordert. „Die Preisgestaltung von Loco-Soft war ein weiterer Grund – neben der einfachen Handhabung im täglichen Umgang. Und weil wir ja auch die Hyundai-Schnittstellen brauchten, sind wir dann ganz schnell zu dem Entschluss gekommen, dass Loco-Soft die richtige Lösung für uns ist.“

## HERAUSFORDERUNG GEMEISTERT

Eine hard- und softwareseitige Umstellung – insbesondere, wenn sie derart kurzfristig realisiert wird, stellt eine besondere Heraus-

forderung dar und bringt es auch mit sich, dass heute im einen oder anderen Bereich gezielt „nachgestrickt“ wird. Andre Scharz dazu: „Die Anlaufphase mit gerade einmal zwei Monaten war eigentlich viel zu kurz. Das merken wir heute, weil wir Stück für Stück und Schritt für Schritt Raum schaffen müssen für das ‚Neue‘. Und der Alltag lässt dafür denkbar wenig Zeit. Das haben wir erkannt und nutzen deshalb auch die Angebote, die Loco-Soft dazu bereithält – ob nun Webinar oder, wo sich intensiverer Begleitungsbedarf zeigt, auch die persönliche Trainerpräsenz.“

## LEARNING BY DOING

Es wird noch eine Weile brauchen, bis die systemkennzeichnenden kürzeren Wege gelernt sind und mit Selbstverständlichkeit beherrscht und angewendet werden. Es ist ja doch ein erheblicher Unterschied, ob man mit einer ganzen Reihe separater Programme operiert oder sich auf einem einheitlichen System bewegt, dessen spezifische Merkmale man aber erst verinnerlichen muss. Und wenn man es über Jahre gewohnt war, mit der Maus zwischen den einzelnen Programmen hin und her zu switchen, dann können die „eingebrennten Mauswege“ mit einem Mal zu „Fernreisen“

Fotos: Alfred Jungmann



**Andre Scharz, EDV- und IT-Administrator für alle Gerresheim-Betriebe, ist Mitglied des EDV-Ausschusses der Adam Opel AG.**

werden – solange man die Arbeit mit Maus, F-Tasten, Cursor und Kurzbefehlen nicht verinnerlicht hat. Serviceberater Jochen Steins weiß: „Wenn man die Schritte erst einmal drauf hat – und das ist reine Trainingssache in der täglichen Anwendung – dann kann man fliegen.“

## LIEBLINGS-ANWENDUNG

Auf die Frage, ob es denn schon nach wenigen Monaten ein Favoriten-Tool gibt, antwortet Andre Scharz: „Ja klar! Im Servicebereich die Kampagnen-Abfrage. Das ist eine ganz wesentliche Anwendung für uns und ein herausstechendes Merkmal für Loco-Soft. Bei anderen Systemen ist dazu ein Fremd-Tool notwendig, Loco-Soft erledigt diese Abfrage systematisch. Da gibt es kein Übersehen oder Vergessen, es öffnet sich ein Pop-up-Fenster und sagt dir: ‚Ich hab hier für dieses Fahrzeug eine Kampagne.“

Was machen wir mit dem Fahrzeug, das da gerade auf den Hof kommt?“

## DAS SPIELT SICH GUT EIN

Insgesamt ist er mit der Abarbeitung des Tagesablaufs in der vergleichsweise kurzen Zeit seit Inbetriebnahme des Systems zufrieden. Das liege an der Qualität der Schnittstellen: „Da ist Loco-Soft einfach weiter als andere.“ Das Telefon klingelt, die Loco-Soft-Hotline ruft zurück und während sich Andre Scharz in den fachlichen Dialog vertieft, wirft Peter Fikus, Buchhalter bei Gerresheim und gerade „in Vertraglichem vertieft“, dazu kurz ein: „Als alten Haudegen wirft mich sowas nicht um – zumal sich ja alles in der täglichen Anwendung erklärt.“ Im Nachbarraum hat Disponent Stephan Engels sein Reich. Er ist erst seit Januar 2016 im Unternehmen und setzt sich mit den derzeit noch möglichen „Eingriffen aus dem Kreise von Kollegen mit anders gelagerter Priorität“ auseinander – das Thema ist in Arbeit.

## MEHR ZEIT FÜR DIE KUNDEN

Philipp Gerresheim, seit Januar neu in der Geschäftsführung, verdeutlicht im Gespräch, dass Loco-Soft mit seinem Dealer-Management-System eine Antwort liefert auf die ständig wachsende Komplexität des Geschäftes, insbesondere mit den Herstellern. „Kundennähe wird bei uns auf dem Land selbstverständlich erwartet und gelebt. Das leisten wir gerne und aus Überzeugung. Gemeinsam mit unserer Service-

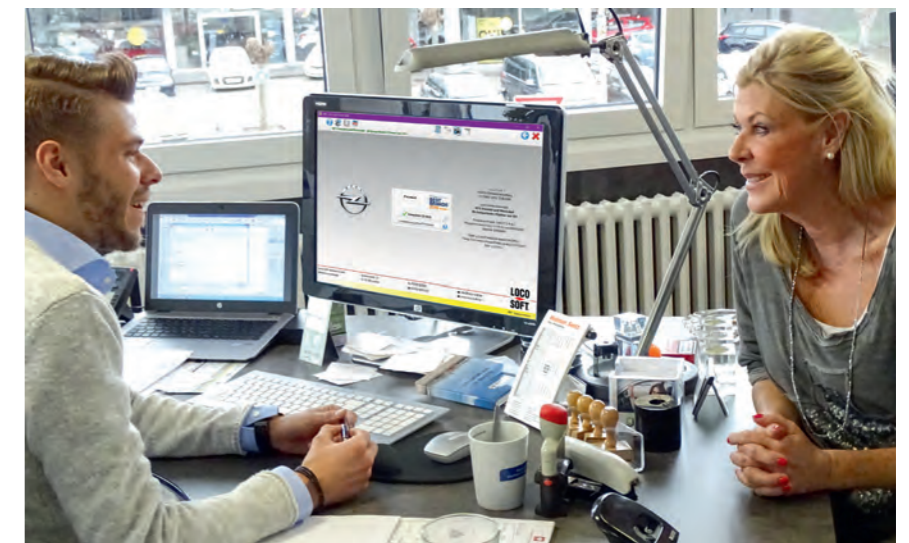
kompetenz rund um das Thema Mobilität sichert das unsere Existenz.“ Mobilität ist für Familie Gerresheim übrigens nicht etwa ein Trendbegriff: Seit fast 90 Jahren ist man dem Thema verschrieben, denn schon ab 1927 leistete die KV Gerresheim kommunale Personenbeförderung und Reisedienste. „Freundlich, fair, familiär – so erlebt man uns“, sagt Philipp Gerresheim. „Das ist auch unser Slogan und gleichzeitig unser Anspruch – nach innen wie nach außen. Das Dealer Management System von Loco-Soft unterstützt uns dabei.“

## AUTOZENTRUM GERRESHEIM

- **Standorte:** Jüchen und Grevenbroich (Nordrhein-Westfalen). [www.az-gerresheim.de](http://www.az-gerresheim.de)
- **Marken:** Opel (1953), Hyundai (2004)
- **Ziele 2016:** NW: 250 Opel, 120 Hyundai. GW: 450
- **Mitarbeiter (beide Standorte):** 41 Mitarbeiter, davon 4 Geschäftsleitung, 2 Verkaufsleiter, 4 Verkaufsberater, 1 Disposition, Aufbereiter extern, 1 Buchhaltung, 1 EDV/IT, 2 Serviceleiter, 3 Serviceberater, 2 Teile/Zubehör, 2 Werkstattmeister, 9 Mechatroniker, 1 kfm. Azubi, 7 gewerbl. Azubi
- **IT-Konfiguration:** 1 Datenbank- und 2 Terminal-Server, 25 PC, 3 Arbeitsplatzdrucker, 11 Multifunktionsdrucker, Investition Hardware: 30.000 Euro, 30 flexible DMS-Lizenzen für 2 Standorte, Kosten: 726 Euro/mlt.
- **DMS seit 01.01.2016:** Loco-Soft Vertriebs GmbH Schlosserstr. 33 | 51789 Lindlar Tel. 02266 8059-0, Fax -222 [vertrieb@loco-soft.de](mailto:vertrieb@loco-soft.de) [www.loco-soft.de](http://www.loco-soft.de)



**Nachfolge gelöst im Autozentrum Gerresheim: Ina Gerresheim hat ihre Söhne Philipp (l.) und Johannes Anfang des Jahres in die Geschäftsführung bestellt.**



Für die aktuelle Schnittstellenübersicht bitte einfach Code scannen.

Wie hier in Grevenbroich sollen dieses Jahr auch in Jüchen Opel und Hyundai unter einem Dach vereint werden – IT-technisch ist die Verbindung mit Loco-Soft bereits vollzogen.