

## MOBILE INVESTITIONSGÜTER

Branchentrends & ihre Auswirkungen auf  
das Vertriebs- und Servicenetz von  
Herstellern



## TEIL 5

Moderne Dealer Management Systeme als  
Bindeglied zwischen Händlern und Herstellern



Dr. Thorsten Giesa  
Partner  
t.giesa@advyce.com  
+49 160 90126109



Carsten Dimpfel  
Senior Manager  
c.dimpfel@advyce.com  
+49 151 15042394

In unserem einführenden Artikel haben wir 4 Megatrends im Sektor der mobilen Investitionsgüter beschrieben:

- (1) Elektrifizierung und alternative Antriebe
- (2) Autonomes Fahren und Maschinensteuerung
- (3) IoT-Integration und Telematik
- (4) CO<sub>2</sub>-Reduzierung und Nachhaltigkeit

Die skizzierten Veränderungen bedingen unterschiedliche Auswirkungen auf die Strukturen von Herstellern und Händlern vor allem in den Bereichen Vertrieb und Service und betreffen sowohl herstellereigene Strukturen als auch die von privaten Handelsbetrieben bzw. Vertragswerkstätten in einem mehrstufigen Vertriebssystem.

Dabei können die einzelnen Bereiche klar umrissen werden, im Folgenden konzentrieren wir uns auf die vierte Auswirkung, moderne Dealer Management Systeme als Handlungsrahmen zwischen Herstellern und Handelspartnern.





**Moderne Dealer Management Systeme (DMS)** sind gefordert, sich den aktuellen Megatrends und spezifischen Anforderungen der mobilen Investitionsgüterindustrie anzupassen. Diese Systeme spielen eine **zentrale Rolle** bei der **Optimierung von Geschäftsprozessen** und der **Verbesserung der Effizienz und Kundenzufriedenheit**.

Aus unserer Sicht und auf Basis unserer Projekterfahrungen können die wichtigsten Anforderungen an DMS wie folgt zusammengefasst werden:

### **Digital transformierbar**

Moderne Dealer Management Systeme (DMS) müssen auf **mobilen Geräten** wie **Tablets** und **Smartphones** zugänglich sein, um die Flexibilität und Effizienz der Mitarbeiter zu erhöhen, insbesondere für Außendienstverkäufer und Techniker, die oft unterwegs sind. Die Unterstützung von **Remote-Zugängen** und **VPN** ist essenziell, um das Arbeiten von zu Hause zu ermöglichen, was sich in der zunehmenden Nachfrage nach zeitlich und örtlich flexiblen Arbeitszeitmodellen widerspiegelt.

DMS von privaten Werkstätten und Händlern müssen **nahtlos** mit den IT-Systemen der Hersteller und Drittanbieter **interagieren** können, um einen reibungslosen Datenaustausch zu gewährleisten und Informationssilos zu vermeiden, welche die Effizienz beeinträchtigen könnten. Die Integration von Schnittstellen zu Fabrikaten und Ersatzteilen ist ebenfalls von Bedeutung, um die Verfügbarkeit und Nachverfolgbarkeit von Teilen zu gewährleisten, was die Wartung und Reparatur von mobilen Investitionsgütern erheblich erleichtert. So kann die **Durchlaufzeit** eines Traktors im Reparaturfall erheblich **reduziert** werden, wenn durch digitale Schnittstellen der Fehler identifizierbar ist und im Optimalfall die für die Reparatur erforderlichen Ersatzteile direkt mit dem Lagerbestand der eigenen bzw. umliegenden Werkstätten abgeglichen bzw. im Negativfalle sofort Ersatzbestellungen ausgelöst werden können.



## Kundenzentriert

Nicht nur ein **effektives Customer Relationship Management (CRM)** ist notwendig, um die Kundenbetreuung und -kommunikation zu optimieren und die Verwaltung von Kundeninformationen, die Nachverfolgung von Interaktionen und die Personalisierung von Dienstleistungen unter Aspekten der Datensicherheit und des Datenschutzes sicherzustellen.

Auch gerade in **Werkstatt und Lager** eingesetzte **Dealer Management Systeme** müssen so gestaltet sein, dass sie **kundenzentriert** Reparaturvorhersagen durch die Analyse von Telematik-Daten erstellen können, um Kunden vorausschauend aktive Wartungsbenachrichtigungen senden zu können („predictive maintenance“). Dies verhindert Ausfallzeiten und trägt zu einer höheren Lebensdauer der Fahrzeuge bei.

## Effizient und automatisierbar

**Digitalisierte Prozesse**, wie papierlose Abläufe und die elektronische Archivierung von Dokumenten, sparen Zeit und Kosten, reduzieren den Verwaltungsaufwand und minimieren das Risiko von Fehlern durch manuelle Prozesse. **Automatisierte Workflows** für Geschäftsprozesse wie Fahrzeugverkauf, Teilehandel und Serviceannahme steigern die Effizienz und stellen sicher, dass alle Prozessschritte korrekt und zeitnah ausgeführt werden. **Real-time data access** ermöglicht es Mitarbeitern, schnellere und fundiertere Entscheidungen zu treffen, indem sie jederzeit auf aktuelle Daten zugreifen und diese teilen können. Die Analyse von Kundendaten durch Data Mining hilft, Trends zu identifizieren und Marketingaktionen zu optimieren, was entscheidend ist, um wettbewerbsfähig zu bleiben und die Bedürfnisse der Kunden besser zu verstehen.

## Skalierbar und schnittstellentauglich

Dealer Management Systeme (DMS) sollten modular aufgebaut sein, um den spezifischen Anforderungen verschiedener Händler und Hersteller gerecht zu werden. Dies ermöglicht maßgeschneiderte Lösungen, die genau auf die Bedürfnisse des Unternehmens abgestimmt sind. Zudem müssen die Systeme skalierbar sein, um mit dem Wachstum des Unternehmens Schritt zu halten und auch bei **steigender Nutzerzahl** und **zunehmendem Datenvolumen** effizient zu bleiben.



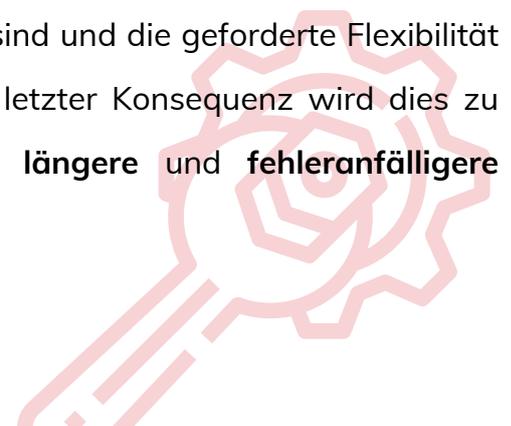
Am **folgenden Beispiel** lässt sich das Ausmaß der aufgezeigten Auswirkungen im Bereich der straßenzugelassenen Nutzfahrzeuge gut veranschaulichen.

Ab Juli 2024 müssen alle Fahrzeugzulassungen in der EU der neuen General Safety Regulation (GSR) entsprechen, die Teil der EU-Initiative „Vision Zero“ ist. Diese zielt darauf ab, bis 2050 die Zahl der Verkehrstoten und Schwerverletzten auf null zu reduzieren und schafft damit den rechtlichen Rahmen für die Zulassung von automatisierten, fahrerlosen Fahrzeugen. **Konkret** ist in der **GSR** festgeschrieben, dass alle neuen Lkws und Busse zukünftig mit **acht Sicherheitssystemen** ausgestattet sind, die unterschiedliche Fahrerassistenzsysteme umfassen (Notbremsanzeige, Reifendrucküberwachung, Abbiege-assistent, Rückfahrwarnsystem, Informationssystem beim Anfahren, erleichterten Einbau von Alkohol-Interlocks, Aufmerksamkeitsassistent und intelligenter Geschwindigkeitsassistent).

Dabei wird deutlich, dass nur mit **funktionierenden Schnittstellen** von Dealer Management Systemen in der Beziehung von Herstellern und ihres eigenen bzw. privaten Werkstätten Netzes gewährleistet werden kann, dass Reparaturen und Wartungen auch von **vernetzten Fahrzeugen reibungslos** erfolgen können.

Denn nur **moderne DMS** können den **Spagat** zwischen der zunehmenden Produktkomplexität in der Werkstatt über die effiziente Ersatzteilbevorratung und -belieferung hin zu einer immer mehr geforderten Verkürzung der Werkstattdurchlaufzeit auch systemtechnisch abbilden. Im Idealfall korrespondiert das System eines privaten Händlers ohne einen „Reibungsverlust“ mit dem des Herstellers.

In der **Praxis** zeigt sich allerdings immer noch vielfach, dass in Vertriebs- und Servicenetzen vieler Hersteller, unabhängig der Branche, eine Vielzahl an DMS bei gerade kleineren und mittleren Betrieben und Werkstätten existieren, die **veraltet** sind und die geforderte Flexibilität und Schnittstellentauglichkeit nicht mehr leisten können. In letzter Konsequenz wird dies zu einer **abnehmenden Kundenzufriedenheit** bedingt durch **längere** und **fehleranfälliger Serviceprozesse** führen.



Ein weiterer immer wichtiger werdender Bereich umfasst die **Kompatibilität** von Dealer Management Systemen zu Tools der **Vorhersageanalytik** und der **Künstlichen Intelligenz (KI)**. Zwar ist momentan deren Einsatz in der Praxis noch auf wenige Bereiche der Hersteller selbst beschränkt, doch wir sind der Überzeugung, dass zukünftig auch die **DMS der privaten Händler und Werkstätten** durchaus in die Nutzung der **Vorhersageanalytik eingebunden** werden müssen und somit Systeme benötigen, die mit den Systemen der OEM interagieren können.

Die **Interaktion** zwischen **Vorhersageanalytik** und einem **Dealer Management System (DMS)** ist entscheidend, um die Effizienz und Effektivität der Geschäftsprozesse zu maximieren. Dabei ist ein Echtzeit-Datenfluss von großer Bedeutung und kann somit für die gewünschte Interoperabilität zwischen DMS und Vorhersageanalytik sorgen.

Unter diesen Voraussetzungen können Einsatzmöglichkeiten wie folgt aussehen:

### **Bedarfsprognosen**

Ein Vorhersageanalytik-System kann Verkaufsdaten analysieren, um zukünftige Nachfrage zu prognostizieren. Diese Informationen werden an das DMS weitergegeben, um die Bestandsverwaltung zu optimieren und sicherzustellen, dass die richtigen Produkte zur richtigen Zeit verfügbar sind. Durch die Lageroptimierung können Bestellungen und Lagerbestände effizienter verwaltet und Überbestände und Engpässe vermieden werden.

### **Kundensegmentierung und -pflege**

Hier können KI-Tools Kundendaten analysieren, um Segmente zu identifizieren und personalisierte Marketingkampagnen zu entwickeln. Diese Kampagnen können dann über das DMS verwaltet und verfolgt werden. Durch die Analyse von Kundendaten kann das System Kunden identifizieren, die möglicherweise abwandern könnten, und gezielte Maßnahmen zur Kundenbindung vorschlagen, die über das DMS bzw. CRM implementiert werden können.



## Proaktive Wartung

Ein gut programmiertes Vorhersageanalytik-System kann Wartungsbedarfe vorhersagen und diese Informationen an das DMS weiterleiten, um proaktive Wartungspläne zu erstellen und die Serviceeffizienz zu verbessern. Durch die Vorhersage von Serviceanforderungen und die rechtzeitige Bereitstellung von Wartungsdiensten kann die Kundenzufriedenheit erhöht werden.

## Dashboards und Berichte

Gute Vorhersageanalytik-Systeme können detaillierte Berichte und Dashboards erstellen, in dem DMS interoperational zur Verfügung gestellt werden. Diese Berichte unterstützen die Händler bei der Entscheidungsfindung und der strategischen Planung. Durch die Bereitstellung von Echtzeit-Updates können Händler schnell auf Marktveränderungen reagieren und ihre Geschäftsstrategien entsprechend anpassen.

Diese Anforderungen zeigen, dass moderne DMS flexibel, kundenorientiert und schnittstellentauglich sein müssen, um den Herausforderungen der mobilen Investitionsgüterindustrie gerecht zu werden. Sie müssen nicht nur die aktuellen Bedürfnisse erfüllen, sondern auch zukunftssicher sein, um mit den sich ständig wandelnden Marktbedingungen Schritt zu halten.

## Empfehlung

Prüfen Sie, inwieweit die einzelnen Dealer Management Systeme Ihrer Vertriebs- und Servicepartner Ihrer Erwartungshaltung bezüglich Schnittstellen, Reporting und Marketingfähigkeit gerecht werden. Wir unterstützen Sie gerne bei Ihrem DMS-Review und zeigen Ihnen dabei auch auf, wie ein modernes Dealer Management System gestaltet sein sollte.



# Advyce & Company

## ADVYCE & COMPANY

Advyce & Company ist mit seinen Standorten in München, Mannheim, Düsseldorf und Zürich seit 2014 Heimat für mehr als 100 exzellente Beraterinnen und Berater. Als Boutique-Beratung bieten wir maßgeschneiderte, zeitgemäße Lösungen und agile Beratungsteams, wodurch wir werthaltige Antworten auf managementrelevante Fragestellungen liefern. Wir suchen bewusst nach pragmatischen Wegen und agieren als wertschöpfender Umsetzer mit einer klaren Ausrichtung auf digitale Lösungen und Transformationsexpertise.

Advyce & Company wurde 2024 vom Wirtschaftsmagazin Brandeins in neun Kategorien als „Beste Berater“ ausgezeichnet. Darunter zum siebten Mal in Folge für die Kompetenz im Bereich Vertrieb, After Sales & CRM, aber auch für die Branchenkompetenz im Maschinen- und Anlagenbau sowie in der Automobilindustrie.

### Advyce & Company GmbH



[kontakt@advyce.com](mailto:kontakt@advyce.com)



+49 (0) 211 890 988 80



[www.advyce.com](http://www.advyce.com)