

Quelle: Modix GmbH, Kloostergut Besselich, 56182 Urbar, www.modix.de  
Kontakt: Dirk Gemein/Public Relations (d.gemein@modix.de, 0261 20 06 93 - 25)  
Titel: Die digitale Realität im Autohaus  
Download: Bilder, Texte, etc. im Pressebereich unter www.modix.de/presse  
Status: Abdruck frei

---

## **Die digitale Realität im Autohaus - Händler zwischen Wünschen und digitalen Realitäten.**

**Viele Autohäuser stehen heute vor dem gleichen Problem. Immer mehr unterschiedliche Softwareprogramme kommen zum Einsatz, die einzelne Arbeitsschritte effizienter gestalten sollen und doch mehr und mehr zur „Verkaufsbremse“ avancieren.**

Urbar/Koblenz, 16. Juli 2007 - Es war schon immer ihr Wunsch Autos zu verkaufen und im direkten Kontakt mit Menschen zu stehen? Im Gegensatz dazu sind Computer und komplizierte Softwareprogramme für sie mehr notwendige Übel, die viel Zeit und Nerven kosten? Und doch verbringen sie oft mehr Stunden vor dem Bildschirm, als im Kundengespräch? Ständig müssen sie lästige Schulungen über sich ergehen lassen, die ihnen weitere, neue Computerprogramme erklären sollen, die aber scheinbar nur von echten IT-Profis bedient werden können? Auch von Herstellerseite kommen ständig neue Softwarelösungen auf sie zu, die aber in der Regel nicht mehrmarkenfähig sind, unzureichend auf dem Markt getestet wurden und daher unflexibel wirken? Zudem lässt die Unterstützung ihres Vertriebs, der heutzutage in allen Vertriebskanälen, wie Internet, Suchmaschinen, Tageszeitung oder im Direktmarketing vertreten sein muss, zu wünschen übrig? Herzlich willkommen in der neuen digitalen Autowelt!

Viele Autohäuser stehen heute vor dem gleichen Problem. Immer mehr unterschiedliche Softwareprogramme kommen zum Einsatz, die einzelne Arbeitsschritte effizienter gestalten sollen und doch mehr und mehr zur „Verkaufsbremse“ avancieren. Oft scheitert die angestrebte Optimierung der Arbeitsprozesse schlicht und ergreifend an der nicht vorhandenen Kompatibilität der unterschiedlichen Softwareprogramme. Die meisten Anwendungen sind nicht in der Lage wichtige Daten innerhalb der unterschiedlichen Systeme zu nutzen oder verfälschen diese aufgrund doppelter bzw. fehlerhafter Datenerfassung.

### **Echte Komplettlösungen für Händler - Zukunft oder Gegenwart?**

Wie könnte die digitale Zukunft aussehen, die Arbeitsprozesse in ihrem Sinne optimiert? Schließen sie die Augen und stellen sie sich vor, es gäbe eine Komplettlösung für ihr Autohaus, mit der sich alle notwendigen Arbeitsschritte durchführen lassen und die dabei auch noch leicht bedienbar und intuitiv zu verstehen ist.

Eine solche Lösung muss heutzutage in allen wesentlichen Vertriebskanälen, wie Internet, Suchmaschinen, Kfz-Börsen, Online-Auktionen, Zeitungen, B2B oder B2C flexibel und schnell reagieren können. Auch cross-mediale Online-to-Print-Lösungen, wie die automatische Erstellung von Anzeigen oder ganzen Fahrzeugbroschüren aus dem System sollten auf Knopfdruck möglich sein. Eine automatisierte Schnellerfassung per HSN/TSN und zwar inkl. herstellerspezifischer Ausstattungstexte stellt hier nur den Mindestanspruch dar, woran aber die meisten herkömmlichen Softwarelösungen bereits scheitern.

Das Internet, als primäre Informationsquelle, Absatzmarkt für Fahrzeuge und Netzwerkplattform, nimmt in diesem Zusammenhang eine immer wichtigere Position ein. Laut Marktforschungsergebnissen informieren sich mehr als 70% aller Kaufinteressenten in erster Linie über das Internet und die entsprechenden Suchmaschinen. Womit die Präsenz des regionalen Autohauses im Internet für die Händler immer wichtiger wird bzw. werden muss.

Der Möglichkeit, Fahrzeuge auf den eigenen Internetseiten zu präsentieren, und zwar in einer Art und Weise, dass Google, Yahoo und andere Suchmaschinen diese lesen und finden können, kommt in

diesem Zusammenhang eine ganz zentrale Bedeutung zu. Für die realen Besucher einer Händlerinternetseite muss sich die Qualität des Autohauses auch auf den Internetseiten wieder finden, ansonsten startet der Besucher gleich mit einer Enttäuschung, bevor er überhaupt die Möglichkeit hatte Fahrzeuge mit XXL Bildern anzusehen oder weitere Informationen einzuholen. Führt man das Thema dann an die Vernetzung mit Händlerkollegen, B2B-Bereichen, eigenen Filialen oder Niederlassungen heran, kapitulieren die meisten Lösungen, weil Schnittstellen und passende Konzepte gänzlich fehlen. Aber gerade die Vernetzung von mehreren Filialen oder Händlernetzwerken, unabhängig davon, ob es sich dabei z.B. um Toyota A- und B-Händler, Ford Agenturen, Opel Niederlassungen oder VW Einkaufsgemeinschaften handelt, werden zunehmend notwendiger um flexibel auf den Kunden reagieren zu können.

Diese Liste könnte man beliebig weiterführen. Basierend auf dieser Vielfalt von Anwendungen, ist bei einem „zusammen gestrickten System“ Datenchaos oftmals schon vorprogrammiert. Der Händler benötigt im Idealfall eine Komplettlösung, die eine zentrale Anlaufstelle für den aktiven Vertrieb von Fahrzeugen darstellt. Das alles klingt für sie wie eine ferne, digitale Zukunft? Weit gefehlt! Die aufgeführten Bedürfnisse und Anforderungen der Händler erkannte die Firma Modix aus Koblenz bereits vor einigen Jahren und vereint all diese Funktionen in nur einem einzigen Produkt.

### **Modix – Die Zukunft ist heute!**

Mit den webbasierten Intra- und Internet-Softwarelösungen für Autohäuser, Mehrmarkenbetriebe und Autohersteller gehört Modix, mit mehr als 2.000 angeschlossenen Händlern, zu den Vorreitern in diesem Bereich. „Die konsequent verfolgte Strategie, innovative Fahrzeugverwaltung und Internet in einer Komplettlösung zu vereinen, hat sich erneut als richtige Entscheidung herausgestellt. Wichtig war es uns dabei, die Daten möglichst kompatibel anzulegen. Prozessoptimierung ist dabei ein ganz zentraler Punkt unserer Arbeit. Vielleicht könnte man unser Produkt im vergleichenden Sinne als das „SUV“ der Softwarebranche bezeichnen“ resümiert Modix Geschäftsführer Ivica Varvodic die Entwicklungen seines Unternehmens. Alle Funktionen und Anwendungen wurden unter Modix optimal auf einander abgestimmt und können besonders einfach an bestehende Systeme angekoppelt werden.

### **Yahoo! Autos und mobile.de setzen auf Modix**

Auf diesen Entwicklungen basierend, wird Modix in Zukunft als erste Anbieter Daten ohne Umwege an Yahoo! Autos liefern, die es ermöglichen, speziell die Internetseiten der Händler direkt über die Suchmaschine zu finden bzw. zu verlinken. „Ziel der neuen Schnittstelle wird es sein, den Händler näher an den Endkunden heranzuführen und ihn aus den teils starren Strukturen einer Kfz-Börse zu lösen. Es gilt über diesen Ansatz die Präsenz der Händler-Internetseiten weiter zu stärken“ erklärt Ivica Varvodic. Über den somit generierten Direktkontakt zwischen Anbietern und Interessenten können alle Vorteile einer individuellen und eingehenden Beratung gewährleistet und die Wahrnehmung der angeschlossenen Modix Händler im Internet gezielt gestärkt werden.

Ebenfalls wurde der Anmeldeprozess für Modix Kunden bei der Kfz-Börse mobile.de wesentlich vereinfacht und die beiden Systeme optimal aufeinander abgestimmt. „Für beide Seiten ist dieser Schritt die Basis einer erfolgreichen Zusammenarbeit. Deshalb haben wir gemeinsam an einer schnellen Umsetzung gearbeitet“, beschreibt Markus Roosen, Leiter Key Account Management bei der mobile.de und eBay Motors GmbH die fruchtbare Zusammenarbeit mit dem Koblenzer Unternehmen.

Unter der onlinebasierten Modix Software-Lösung für den professionellen Kfz-Vertrieb, agieren derzeit mehr als 2.000 Fahrzeughändler, mit über 3.800 täglichen Nutzern und einem tagesaktuellen Bestand von über 250.000 Fahrzeugen auf dem digitalen Kfz-Markt.

Die problemlose Vernetzung von Daten und Funktionen, die automatisierte Prozesse im Intra- und Internet flexibel unterstützen, finden daher bei den Händlern immer größeren Zuspruch. Mit Modix steht dem Kfz-Vertrieb bereits eine ausgereifte und seit Jahren markterprobte Komplettlösung zur Verfügung. Die technischen Möglichkeiten des Internets sind dem Markt immer einen Schritt voraus. In diesem Zusammenhang gewinnen Eigenschaften wie Multifunktionalität, nahtlose Integration und Prozessoptimierung zunehmend mehr an Bedeutung für die Branche.

(Text: Dirk Gemein)