

# Bedarf erkannt – Investitionen (noch weiter) aufgeschoben?

## IT-Branche attestiert dem Reifenhandel Nachholbedarf in Sachen EDV

Der letzte richtige „Investitionsschub“ in Sachen Unternehmens-EDV seitens des Reifenhandels liegt schon einige Zeit zurück – so oder so ähnlich haben die meisten Anbieter entsprechender Branchenlösungen eine Umfrage dieser Zeitschrift beantwortet. Vielfach seien Hard- und Software zum letzten Mal zur Jahrtau-

sendwende oder im Zuge der Einführung des Euro grundlegend erneuert worden, begründet beispielsweise Werner Riester, Bereichsleiter Trade Solutions bei der KUMAvision AG, warum er „auf jeden Fall“ Investitionsbedarf im Reifenhandel sieht, wenn es um das Thema der betriebseigenen IT-Ausstattung geht.

Zumal sich in den vergangenen Jahren so einiges im Reifenhandel verändert hat. Wer hätte zum Beispiel von zehn Jahren gedacht, dass der Einkauf über B2B-Beschaffungsplattformen wie etwa Tyre24, Gettygo, Tyre100 etc. einmal einen solchen Stellenwert haben würde wie heute oder dass auch das B2C-Geschäft mit Rei-

EDV-System, das sie auch in diesem Geschäftsfeld unterstützt. Spannende Fragen sind angesichts dessen also unter anderem, ob und wofür der Reifenhandel mit Blick auf den offenbar durchaus bestehenden Nachhol- bzw. Investitionsbedarf tatsächlich Geld in die Hand nehmen sollte und wie ihn die Softwareanbieter angesichts der allgemeinen Krisenstimmung davon überzeugen wollen, dass gerade jetzt der richtige Zeitpunkt ist, eine diesbezüglich bislang anscheinend eher abwartende Haltung aufzugeben.

„Wir sehen im Reifenhandel derzeit erheblichen Investitionsbedarf, da in den letzten beiden Jahren sehr wenig in Software investiert wurde. Gerade aber in Zeiten, in denen die Geschäftsentwicklung eher negativ als positiv ist, ist es sehr wichtig, durch die Verbesserung von internen Abläufen und Prozessen und daraus resultierender Fehlervermeidung und Steigerung der Geschwindigkeit von Prozessen besser und effizienter zu werden“, meint Lorenz Praefcke, Geschäftsführer der Manus GmbH. Zudem würden von älteren Softwareprodukten gerade auch neue Vertriebskanäle und -wege – zum Beispiel Internethandel, elektronische Anbindung an Industrie und Partnerunternehmen – nicht optimal oder gar nicht unterstützt.

„Doch gerade hier besteht ein enormes Potenzial zur Erweiterung des eigenen Kundenkreises. Im Gegensatz zu anderen Branchen wie Autowerkstätten und Autoteilehandel, die das eigene Portfolio mehr

und mehr auch in Richtung Reifen erweitern, sind viele Reifenhändler nicht so weit gegangen, das eigene Portfolio mit weiteren Produkten zu ergänzen oder zu erweitern“, sagt er, rechnet gleichwohl aber nicht mit einer wesentlichen Steigerung der Investitionsbereitschaft in Software seitens des Reifenhandels.

Vor diesem Hintergrund scheint allerdings die Unternehmensgröße eine gewisse Rolle zu spielen, wie man den Worten von Ralf Weinmann entnehmen kann. „2008 war die Investitionsneigung des Reifenhandels – wobei dies eher für die größeren Betriebe gilt – nach wie vor ungebrochen. Die Erkenntnis, auf aktuelle Trends und Tendenzen im Markt proaktiv zu reagieren und damit zu investieren, ist bei einem überwiegenden Teil der Branche vorhanden“, konstatiert der Leiter Marketing und PR bei der Cormeta AG, die mit „Tradesprint“ eine Lösung für den Kfz-Teile- und Reifenhandel zu ihrem Produktportfolio zählt. Nachholbedarf sieht man bei der GDI Gesellschaft für Datentechnik und Informationssysteme mbH ebenso vor allem bei den kleinen und mittleren Reifenhändlern. „Hier wird noch häufig auf veralteten Systemen gearbeitet und eine ‚echte‘, auf den Reifenhandel zugeschnittene Software, nur bedingt genutzt“, weiß Sabine Jost, die bei GDI den Bereich Vertrieb/Marketing verantwortet, von ihren Erfahrungen zu berichten.

Nichtsdestotrotz seien im Reifenhandel die Investitionen in neue Software 2008 „etwas zurückhaltender“ gewesen als in den Vorjahren und im Zusammenhang mit ihren diesbezüglichen Erwartungen für das laufende Jahr, hat Jost das Bild



„Firmen müssen im Bereich Kundenbindung und Service aufrüsten, um im Wettbewerb bestehen zu können“, sagt Werner Riester, Bereichsleiter Trade Solutions bei der KUMAvision AG

fen 2009 einen Marktanteil irgendwo zwischen fünf und zehn Prozent für sich würde reklamieren können? Außerdem engagieren sich mehr und mehr Reifenhändler im Autoservice und benötigen daher ein

www.goodwheel.de

**GOODWHEEL**  
 DER REIFENDISOUNTER

**DER ONLINESHOP MIT  
 ÜBER 15000 ARTIKELN!**

 • stündlich aktuelle Preise  
 • stündlich aktuelle Bestände  
 • kostenlose Anmeldung

 Kostenlose Hotline: 02924/879820  
 Ab zwei Reifen versandkostenfrei.

von einer „angezogenen Handbremse“ vor dem geistigen Auge. Und auch Weinmann meint, eine „deutlich abwartende Haltung“ während der bisherigen Monate des laufenden Jahres erkennen zu können. „Es wird weiterhin auf breiter Front abgewartet. Eine Zurückhaltung bei den Investitionen in ERP-Lösungen ist im Reifenhandel deutlich spürbar. Einerseits schlägt auch hier die ablehnende Haltung von Banken und Leasingfirmen durch, andererseits verschieben selbst investitionsbereite Interessenten die Einführung zeitlich immer mehr nach hinten“, macht Werner Riester dafür nicht allein rückläufige Umsätze im Reifenhandel oder dessen mangelnde Risikobereitschaft dafür verantwortlich. Manches Unternehmen wolle investieren, erhalte aber zu wenig Unterstützung von den Banken, sagt er. „Die Finanzierungszusage für eine neue ERP-Lösung wird derzeit von den Instituten extrem kritisch, um nicht sogar zu sagen – überzogen – geprüft und erstreckt sich dadurch oft über ein Vierteljahr oder länger. Das war in der Vergangenheit erheblich einfacher“, so Riester.

Anfragen und Kundenkontakte zeigten durchaus eine gewisse Bereitschaft des Reifenhandels, in seine EDV-Ausstattung zu investieren – doch die Unternehmen wollten dies „gezielter und nach individuellen Anforderungen“ tun, sagt Uwe Plate, Geschäftsführer Vertrieb der Anfang des Jahres gegründeten ypsystems GmbH. „Grundsätzlich erfahren wir im Markt ein großes Interesse, da gezielte Investitionen in diesem Bereich das Tagesgeschäft des Reifenhändlers enorm entlasten. Trotz dieser sehr guten Ausgangsbasis werden Entscheidungen jedoch oft zögerlich getroffen. Dies gilt allerdings oft für Betriebe, die seit über fünf Jahren keine Investitionen getätigt haben“, so Plate, der zusammen drei weiteren ehemaligen Mitstreitern bei der Schaal Informatic

GmbH zeitgleich mit der Gründung des neuen Unternehmens die Lizenzrechte an der „Propar“ genannten Reifenhandelssoftware übernommen hat (siehe Kastentext), als sein vorheriger Arbeitgeber sich

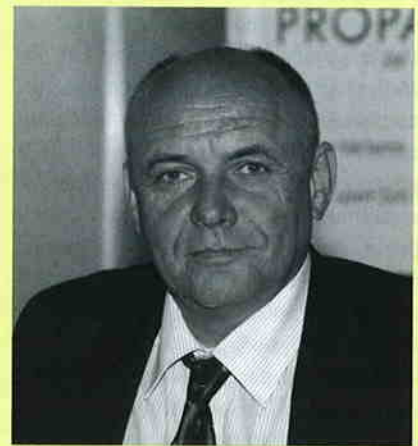
von seiner Reifensparte trennen wollte. „Vor allem Unternehmen, die bisher ihre EDV-Landschaften vernachlässigt haben, sind nun gefordert“, sagt der Geschäftsführer, der für das Zögern so manchen

### „Propar“-Lizenzinhaber ist jetzt die ypsystems GmbH

Nachdem Ende des vergangenen Jahres feststand, dass sich die 1983 gegründete Schaal Informatic GmbH von ihrer Reifensparte und damit auch von ihrer „Propar“ genannten Warenwirtschaftslösung für den Reifenhandel trennen würde, haben vier Mitarbeiter des Unternehmens die ypsystems GmbH gegründet, die nunmehr Lizenzinhaber der Software ist und folglich für deren Vermarktung und Weiterentwicklung verantwortlich zeichnet. „Wir haben die Möglichkeit gesehen, mit neuen, frischen Ideen an den Markt zu gehen und ‚Propar‘ dabei mit innovativen Features weiterzuentwickeln. Unsere ca. 250 Bestandskunden haben die Trennung von Schaal Informatic dabei sehr positiv aufgenommen“, weiß Uwe Plate (51), Geschäftsführer Vertrieb bei ypsystems, zu berichten. Zu seinen Mitstreitern bei der am 2. Januar gegründeten ypsystems GmbH gehören mit Ingo Wirths (46), Leiter Anwendungsentwicklung und einer der geistigen Väter von „Propar“, Swen Vogel (25), Chef der Systementwicklung, sowie Stefan Meuer (34), verantwortlich für den Bereich Technik und Support, drei weitere ehemalige Schaal-Mitarbeiter.

„Durch diesen Verbund sind wir für die Zukunft optimal aufgestellt“, ist Plate überzeugt. Schon jetzt mache sich dies in dem Leistungsportfolio bemerkbar, wobei elektronische Signaturen, Webentwicklungen, Virtualisierungen und Netzwerkoptimierung als „erste innovative Kennzeichen“ des noch relativ jungen Unternehmens genannt werden. „Wir wollen den Unternehmen zeigen, wie sie durch effizienten Einsatz von Hard- und Software bares Geld sparen sowie ihre Prozessleistungen steigern können und sehen uns hier in gewisser Weise auch ein wenig als Unternehmensberater“, sagt der Vertriebsgeschäftsführer. Auch die Leistungen für Bestandskunden sind seinen Worten zufolge darüber nicht in Vergessenheit geraten, sondern bereits erweitert worden. Bessere Erreichbarkeit, ein schnelleres Reagieren auf Anfragen sowie eine attraktive Angebotserstellung fallen Plate in diesem Zusammenhang als Beispiele ein. „Durch eine Vertriebskooperation mit dem Hardwarehersteller Sun Microsystems ist es für uns möglich, Paketpreise zu schnüren, die ihresgleichen suchen“, ergänzt er.

cm



Uwe Plate ist Geschäftsführer Vertrieb bei der Anfang des Jahres neu gegründeten ypsystems GmbH

Händlers aber durchaus ein gewisses Verständnis aufbringen kann, stelle die Umrüstung auf neue IT-Systeme für einige Betriebe mitunter doch einen „großen Einschnitt“ dar.

Das alles bedeutet Weinmanns Worten zufolge jedoch nicht, dass in diesem Jahr bis dato keine Projekte beauftragt wurden. „Allerdings werden – was auch gut so ist – Investitionen genauer hinterfragt, mehr Vorarbeiten geleistet (zum Beispiel detailliertes Pflichtenheft) oder die Projekte in Phasen beauftragt“, erklärt er und lässt zugleich keine Zweifel daran aufkeimen, dass er es aus seiner Sicht nach wie vor und gerade auch jetzt als notwendig für den Reifenhandel erachtet, in „möglichst effektive und flexibel anpassbare Geschäftsabläufe, Strukturen und Systeme zu investieren“. Gerade junge, aufgeschlossene Reifenhändler hätten erkannt, wie wichtig es ist, sich den Anforderungen des Marktes anzupassen und in neue Systeme und Software zu investieren, meint Sabine Jost dazu. „Denn Onlineanbindungen an die Industrie und zu anderen Internetplattformen werden immer wichtiger. Das funktioniert nur rationell und effektiv mit geeigneter Soft- und Hardware“, begründet sie, warum man bezüglich der diese Ansprüche abdeckenden GDI-Reifenhandelssoftware „Radius“ schon wieder einen – wie sie es formuliert – „leichten Aufwind“ spürt. „Zusätzlich bieten immer mehr Reifenhändler auch Inspektions- und Reparaturdienste

an, um die Kundenbindung zu steigern und Zusatzgeschäfte zu generieren. Auch hierfür ist mehr denn je eine passende Software notwendig“, ergänzt Jost unter Verweis etwa auf die Einbindung von Kfz-Teilekatalogen in die Programme.

Dass viele Betriebe der Branche sich schon lange nicht mehr auf den reinen Reifenhandel beschränken, kann Riester nur bestätigen. „Viele Unternehmen haben erfolgreich Wege gefunden, um auch in der Zwischensaison den Grundumsatz zu erreichen bzw. sogar zu steigern. Die Bandbreite reicht von kleineren Reparaturen über Auspuff- und Stoßdämpferservice bis hin zum Fahrzeugtuning. Die eingesetzte ERP-Lösung muss auch diese Prozesse transparent abbilden können“, leitet er daraus als Anspruch an eine wie „BSS.tire“ als EDV-Lösung für den Reifenhandel positionierte Software ab. Die Onlineanbindung von Teilehändlern bzw. deren Teilekatalogen helfe den Reifenhändlern, schnell und kostengünstig zu arbeiten. Dies gelte analog dazu genauso für die Onlineanbindung an Webportale, die Verwaltung und Abwicklung des Flottengeschäfts, Onlinereservierung von Terminen etc., werden von ihm noch weitere Aufgabenstellungen erwähnt, die eine moderne Branchensoftware abdecken müsse. „Firmen müssen im Bereich Kundenbindung und Service

„Derzeit sind die Themen Beschaffung und Logistik sicherlich die beiden Kernthemen im Zusammenhang mit Reifenhandelssoftware“, meint Ralf Weinmann, Leiter Marketing und PR bei der Cormeta AG



Rechnet nicht mit einer wesentlichen Steigerung der Investitionsbereitschaft des Reifenhandels, wenn es um das Thema EDV/Software geht – Lorenz Praefcke, Geschäftsführer der Manus GmbH, bei der „manusReifen“ zum Produktportfolio zählt

ausrüsten, um im Wettbewerb bestehen zu können“, verleiht Riester seinem Standpunkt angesichts dessen unmissverständlich Nachdruck.

Eine ausgereifte, branchenspezifische Unternehmenssoftware wird bei der Cormeta AG genauso als Schlüssel für einen langfristigen Erfolg gesehen, zumal die Einführung einer integrierten EDV-Lösung mithilfe eines branchenerfahrenen Partners zugleich auch immer die Chance bietet, bestehende Prozesse zu prüfen sowie gegebenenfalls anzupassen und zu optimieren. Neben solchen „neuen Technologien“ wie der B2B- und B2C-Onlinehandel, der Anbindung von Teilekatalogen oder der Unterstützung, die moderne IT-Systeme in Bezug etwa auf Customer Relation Management (CRM) mitbringen, lenkt Ralf Weinmann den Blick aber noch auf einen ganz anderen Aspekt. „Wichtig ist auch, dass man mit der vorhandenen Lösung in der Lage ist, neue strategische Entscheidungen – Internationalisierung, neue Produkt- und Dienstleistungsangebote etc. – zeitnah umzusetzen und zu kontrollieren. Dabei ist auch entscheidend, dass die Lösung kontinuierlich weiterentwickelt und gewartet wird“, gibt er zu be-

