

BESTENS INFORMIERT

STANDORTÜBERGREIFENDER WISSENSTRANSFER DANK DEALERNET VON CONCORE

Ein ganzheitliches Informationsnetzwerk im laufenden Autohausalltag einzuführen ist eine echte Kraftanstrengung. Die Senger Management GmbH mit 53 Standorten hat sich trotzdem dafür entschieden – und mit der Concore GmbH® den idealen Partner gefunden, wie Max Niermann, Head of Brand Marketing bei Senger, zu berichten weiß.

Was war die Initialzündung, sich für die markenunabhängige Intranetplattform DealerNet von Concore zu entscheiden?

Max Niermann: »In erster Linie muss natürlich das Produkt selbst überzeugen. Ein weiterer großer Punkt war die Branchenerfahrung, die Concore mitbringt – insbesondere Herr Bauerheim. Im Automobilhandel haben wir spezielle Anforderungen an z. B. Schnittstellen. Es muss auf unterschiedliche Strukturen und Arbeitsabläufe geachtet werden.«

Welche Erwartungen haben Sie an das System und die Kooperation?

Max Niermann: »Wir haben ein System gesucht, das als zentrale Wissensdokumentationsplattform funktioniert. Außerdem sollte die Lösung als Social Intranet fungieren, sich einfach und effizient in unsere bestehende Systemlandschaft integrieren. Das DealerNet ist als langfristige Lösung angelegt, die mit uns wächst, sich mit den Anforderungen weiterentwickelt.«

Das DealerNet ist modular aufgebaut und jederzeit erweiterbar. Auf welche Funktionen kommt es in Ihrem Autohaus besonders an?

Max Niermann: »Wir sind noch am Anfang des Roll-out-Prozesses über alle 53 Standorte. Das Basispaket wurde bisher in nur einer unserer Gesellschaften ausgerollt. Wir möchten alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter Schritt für Schritt an die neuen Möglichkeiten heranzuführen. Was für uns von enormer Bedeutung ist, ist u. a. das Wiki. Hier dokumentieren wir alle zentralen Prozesse und machen diese Infos allen unkompliziert zugänglich. Aber auch die Zugangsdatenverwaltung mit Single Sign-on



Max Niermann
Head of Brand Marketing
Senger

ist ein gutes Beispiel für eine nutzbringende Erleichterung im Arbeitsalltag.«



Was hat sich seit dem Einsatz des DealerNets für Ihr Autohaus verändert?

Max Niermann: »Das DealerNet wird gut angenommen und der Informationsfluss verbessert. Beim Einsatz in der gesamten Gruppe erwarten wir dann einen noch größeren Effekt. Die Nutzer konnten sich recht schnell mit den Funktionen und der Struktur vertraut machen und die Plattform intensiv ausprobieren.«

Gab es Herausforderungen hinsichtlich Umgang, Akzeptanz und Nutzung?

Max Niermann: »Die Herausforderung besteht darin, sich im hektischen Arbeitsalltag mit einem neuen System auseinanderzusetzen. Deshalb planen wir sehr akribisch, wie wir schnell spürbare Mehrwerte bieten können. Eine weitere Herausforderung: Inhalte aus alten Systemen migrieren, einbinden und aufbereiten. Das fordert Kapazitäten und Manpower. Natürlich machen wir uns Gedanken, wie wir die Einführung des DealerNets für unsere Mitarbeiter kommunikativ begleiten und unterstützen können.«

Inwiefern hat sich die Kommunikation in Ihrem Autohaus gewandelt?

Max Niermann: »Wir erwarten, dass der gruppenweite Austausch mehr Effizienz entstehen lässt und das »Wir-Gefühl« stärkt. Wir wollen so auch die Kommunikation fördern. Es wird sicher die eine oder andere E-Mail weniger geschrieben, weil Infos zentral zugänglich sind. Zudem ist ein Ausbau vorstellbar. Es gibt einige Anwendungsszenarien, die wir uns im Zusammenhang mit dem DealerNet vorstellen können.«

» auto-senger.de

SENGER
Faszination Automobil