

KLAIBER AUTOMOBILE

Dieser Schritt hat funktioniert

Ein Video-Service-Tool im Autohauseinsatz? Unternehmer Timo Klaiber aus Öhringen ließ sich von diesem Ansatz überzeugen und vertraut seit gut einem Jahr auf die neue IT-Lösung. Mit Erfolg.

So prominent wie Tankstellen über ihre Preise informieren müssen, verkündet Klaiber Automobile aus Öhringen die eigene Unternehmensphilosophie. „... denn im Service liegt der Unterschied!“ Das können die Kunden in großen Lettern lesen, sobald sie auf das Firmengelände im Schleifbachweg fahren, um ihre Fahrzeuge der Marke Opel und der FCA-Brands Fiat, Jeep & Co. warten und reparieren zu lassen – oder um ihren Traumwagen abzuholen. 700 Einheiten werden hier jährlich vermarktet.

Passend zu dieser Philosophie, die also für jeden sichtbar ist, treibt Timo Klaiber, Unternehmer in dritter Generation, die Digitalisierung voran. „Sie ist schon da, wir müssen sie einfach umsetzen“, erklärt der Autohauschef. „Als Bauchmensch schätze ich dabei die kurzen Wege des Familienbetriebs.“ Machen und ausprobieren – so lautet die Devise in Öhringen. Seit Mai 2017 setzen Klaiber und sein rund 50-köpfiges Team auf das Video-Service-Tool von Viserto. Klaiber: „Ich war gleich davon begeistert!“ Das System



» Die Digitalisierung ist schon da, wir müssen sie einfach umsetzen. «

Timo Klaiber, Geschäftsleitung,
Klaiber Automobile Öhringen GmbH

und das Dashboard seien einfach und intuitiv zu bedienen, die Anwenderfreundlichkeit schätze er sehr. Daniel Russo, Leiter Vertrieb von Viserto, hatte ihm das Tool Anfang 2017 vorgestellt, beide kennen sich noch aus den Zeiten, als Russo



Kamera läuft: Mit dem Apple iPod filmenu nddem Kunden das Video zur Verfügung stellen.

Fotos: Patrick Neumann

für FCA Germany arbeitete. Ab 249 Euro monatlich geht es preislich los. Die Kosten für den Apple iPod liegen bei 300 Euro. „Hosting und Software sind made in Germany“, sagt der Leiter Vertrieb von Viserto. „Und die Daten sind rechtlich nach Datenschutzgrundverordnung geschützt.“ Ein wichtiger Hinweis in diesen von DSGVO-Diskussionen geprägten Zeiten.

So läuft das Ganze ab

Klaiber ist sich sicher: „Diese Art der Kundenansprache ist die Zukunft.“ Tritt etwa bei einem Werkstattauftrag ein weiterer Mangel auf, bekommt der Kunde via SMS oder E-Mail einen Link aufs Smartphone – und kann sich sein für ihn persönlich gefilmtes Auto-Video anschauen. Dieses weist ihn dann auf mögliche Auftragsoptionen hin. Beispielsweise stellt das Autohaus auch Zwischenstände des Auftrags oder Infos zu Reparaturarbeiten über diesen Bewegtbild-Kanal zur Verfügung. Wichtig: Damit der Auftraggeber die Nachricht zuordnen kann und sie nicht als vermeintlichen Spam löscht, „hat die Nachricht immer einen Bezug zu Klaiber Automobile“, so Russo. Abschließend

gibt der Kunde den Auftrag frei, die schriftliche Bestätigung in Kopie erfolgt automatisch. Der Prozess zwischen Kunde und Kfz-Betrieb wurde somit deutlich beschleunigt.

Der Vorteil aus Autohaussicht: Man muss die Kunden nicht erst umständlich für die Installation einer App begeistern. Und der Kunde wiederum kann sich ortsunabhängig einen besseren Überblick verschaffen, sicherer Entscheidungen treffen und diese bequem dem zuständigen Servicemitarbeiter mitteilen. „Durch das Video-Service-Tool sparen Sie sich eine Menge Lauferei, denn Sie müssen nicht mehr persönlich in die Werkstatt kommen“, heißt es auf der Website von Klaiber

» Durch das Video-Service-Tool sparen Sie sich eine Menge Lauferei, denn Sie müssen nicht mehr persönlich in die Werkstatt kommen. «

Damit wirbt Klaiber Automobile auf seiner Website.



Ein Foto in der stylischen Abarth-Ecke: Timo Klaiber (links) mit Daniel Russo, Leiter Vertrieb von Viserto

ber. Neben der eben beschriebenen Prozessbeschleunigung nennt er den Wettbewerbsvorteil am lokalen Markt, die große Akzeptanz gerade jüngerer Kunden und das wichtige Thema Kundenbindung.

„Wir müssen mit der Digitalisierung mitgehen. Und dieser Schritt hat funktioniert“, freut sich Unternehmer Klaiber.

Patrick Neumann

Automobile. Außerdem erzeugt dieser neue digitale Weg eine bessere Rechtssicherheit, wie der Autohausbetreiber, der seit dem Jahr 2009 im Unternehmen ist, hinsichtlich der Kostenvoranschläge erklärt.

Sechs Tipps aus der Praxis

Klaiber hat für Kollegen, die über einen ähnlichen Anwendungsfall für ihren Betrieb nachdenken, sechs Tipps parat: erstens das Thema bei den Mitarbeitern vorstellen und sie mit ins Boot holen, zweitens sich vorher über den internen Prozess Gedanken machen, drittens eine einstündige Schulung absolvieren, viertens auf ein gutes WLAN im Betrieb achten, fünftens genügend Hardware inklusive Halterung anschaffen und sechstens Erfolge erlebbar machen.

Interessanterweise stellte der Unternehmer fest, dass die interne Gruppendynamik deutlich Tempo in dieses Thema bringen kann. Konkret: Einige jüngere Mitarbeiter hatten mit dem Video-Service-Tool Erfolg, woraufhin die „älteren Hasen“ mitzogen. „Es geht in erster Linie darum, den Mitarbeitern den Mehrwert des neuen Tools rüberzubringen“, so Klai-

KLAIBER-HISTORIE

Die Unternehmensgeschichte von Klaiber Automobile reicht bis ins Wirtschaftswunder-Jahr 1955 zurück: Damals startete der 30-jährige Kfz-Meister Ernst Klaiber in Untersteinbach mit dem Verkauf und der Reparatur. Sohn Dieter Klaiber übernahm 2010 die Firma als alleiniger Geschäftsführer – unterstützt von seinem Sohn Timo, der dritten Generation.

Heute finden die Kunden im Öhringer Schleifbachweg – der Standort existiert seit 1974 – Neuwagen von Opel, Fiat, Alfa Romeo, Fiat Professional, Abarth und Jeep sowie Jahres- und Gebrauchtwagen anderer namhafter Hersteller. Zudem bietet der Kfz-Betrieb ein umfangreiches Service-Angebot – von Inspektionen und Reparaturen über Karosserie- und Lackierarbeiten bis hin zum Spezialservice für italienische Young- und Oldtimer.



- 1 „Klaiber goes Digital“: Sichtbar wird diese Strategie für die Kunden im Schaumraum unter anderem am Whatsapp-Logo ...**
- 2 ... und an den Flyern zum neuen Video-Service-Tool Viserto.**