

Weg von der Datenschippe

Die Plattform dealOS soll im Autohaus Systeme besser vernetzen und Arbeitsschritte automatisieren. Die Gründer Jörg Gudat und Jörg von Steinaecker erklären, wo ihr System ansetzt, warum Digitalisierung im Autohaus oft zu kurz kommt und dass KI kein Allheilmittel ist.

von Felix Altmann

AH: Herr von Steinaecker, Herr Gudat, warum braucht der Autohandel aus Ihrer Sicht neue Digitalisierungsansätze?

J. Gudat: Weil wir in den Autohäusern immer noch viel Zeit mit Dingen verbringen, die kaum Wert schaffen. Mitarbeiter kopieren Daten von einem System ins nächste, laden Belege manuell herunter, pflegen Informationen doppelt. Ich nenne das gerne die „Datenschippe“.

J. v. Steinaecker: In der Industrie ist es völlig normal, Prozesse zu analysieren und zu optimieren. Im Autohandel ist das weniger ausgeprägt, vor allem im administrativen Bereich. Dazu kommt, dass viele Entscheider sich nicht im Klaren sind, was technisch heute möglich ist. Dabei lässt sich vieles inzwischen relativ einfach automatisieren.

AH: Woran liegt das? Fehlt der Wille oder das Know-how?

J. v. Steinaecker: Es fehlt eher die Vorstellungskraft. Viele Händler haben

einen Wust an Prozessausnahmen und glauben, Standardisierung sei im Dienstleistungsgeschäft nicht möglich. Dazu kommt, dass IT oft als etwas Kompliziertes und Teures wahrgenommen wird. Also bleibt man bei den alt-eingesessenen Abläufen.

J. Gudat: Und man darf nicht vergessen, mit wie vielen Themen sich die Händler aktuell gleichzeitig beschäftigen müssen: Elektromobilität, neue Vertriebsmodelle, Herstellerdruck, Personalmangel. Da bleibt wenig Zeit, sich um einen Belegdownload-Prozess zu kümmern, auch wenn der jeden Monat Hunderte Arbeitsstunden fressen kann.

AH: Genau hier setzt dealOS an. Was ist der Grundgedanke?

J. Gudat: Wir wollten kein weiteres großes System bauen, kein neues DMS oder ERP. Die gibt es genug. Uns ging es um die Lücken dazwischen. Nicht nur zwischen Mensch und System, sondern auch zwischen den Systemen

» Man darf nicht vergessen, mit wie vielen Themen sich die Händler aktuell gleichzeitig beschäftigen müssen. «

Jörg Gudat,
Gründer von dealOS

selbst. Dort entstehen die Reibungsverluste. Unsere Idee war, diese Reibung zu reduzieren, ohne die bestehenden Systeme anzutasten.

J. v. Steinaecker: Wir sind eine Plattform, die sich auf drei zentrale Themen im Autohaus konzentriert: Zeitersparnis, Fehlerreduzierung und Erlösidentifikation. Wir automatisieren manuelle, repetitive Aufgaben, überwachen Prozesse, um Fehler und Verzögerungen früh zu erkennen und helfen dabei, Erlöspotenziale sichtbar zu machen, die im Alltag oft untergehen. Wichtig ist dabei, dass wir nicht bestehende Systeme ersetzen, sondern dazwischen wirken.

AH: Welche typischen manuellen Aufgaben begegnen Ihnen immer wieder?

J. v. Steinaecker: Belegdownloads sind ein Klassiker. Bei manchen Herstellern sitzt da jemand und klickt tausendmal im Monat auf Rechnungen, Lieferscheine, Gutschriften. Dann liegen tausend ZIP-Dateien im Download-Ordner, die wieder entpackt und weiterverarbeitet werden müssen. Das ist pure Zeitverschwendung. Ein anderes Beispiel ist die Zuordnung von Zahlungseingängen, vor allem beim Leasing. Wir überwachen diese Prozesse und melden Abweichungen, damit der Händler kein Geld verliert.

AH: Sie sprechen von Überwachung. Also mehr Kontrolle durch die Führungskräfte?



In vielen Autohäusern müssen Daten von den Mitarbeitern noch manuell gepflegt werden.

Fotos: KI-generiert (links), dealOS

J. Gudat: Im positiven Sinn, ja. Es geht nicht darum, Menschen zu überwachen, sondern die Prozesse. Unser Ziel ist, dass der Betrieb wie ein Dirigent agiert. Er bekommt gemeldet, was funktioniert und wo es hakt. Nur in der Eskalation greift der Mensch ein. Im Idealfall läuft vieles im Hintergrund. Die Mitarbeiter sollen davon möglichst wenig mitbekommen. Sie sollen nicht noch ein zusätzliches Fenster auf dem Bildschirm haben, sondern einfach weniger Klick-Arbeit.

AH: Ein großes Thema ist aktuell künstliche Intelligenz. Welche Rolle spielt KI bei dealOS?

J. v. Steinaecker: Eine wichtige, aber nicht die einzige. Wir warnen davor, alles mit Sprachmodellen lösen zu wollen. KI ist ein Werkzeug, kein Allheilmittel. Es gibt viele Aufgaben, die man mit klassischer Automatisierung besser und stabiler löst.

J. Gudat: Wir nutzen unterschiedliche Modelle, je nach Anwendungsfall. Wichtig ist uns, dass alles DSGVO-konform funktioniert. Deshalb setzen wir auf private KI-Instanzen in Deutschland oder zumindest in der EU. Händler können dort auch interne Dokumente, Herstellerverträge oder Kulanzrichtlinien ablegen und abfragen, ohne den Datenschutz zu verletzen.

AH: Können Sie ein Beispiel nennen?

J. v. Steinaecker: Nehmen wir den Serviceberater. Der Kunde steht vor ihm und fragt, ob ein bestimmter Schaden kulanzfähig ist. Normalerweise müsste er in umfangreichen PDF-Richtlinien suchen oder einen Kollegen oder Kollegin fragen. Mit unserer Lösung fragt er die KI und bekommt eine Einschätzung inklusive Verweis auf die entsprechende Passage. Das spart Zeit und gibt Sicherheit.

AH: Ein weiteres Beispiel, das Sie genannt haben, sind DIS-Meldungen in der Werkstatt.

J. Gudat: Ja, da sehen wir teilweise abenteuerliche Workflows. Ich habe schon

» Es geht nicht darum, Menschen zu ersetzen, sondern ihnen den Rücken freizuhalten. «

Jörg von Steinaecker,
Gründer von dealOS



Geballte Autohaus-Erfahrung: Jörg Gudat (l.) und Jörg von Steinaecker, die Gründer von dealOS

Fälle erlebt, da machen Mitarbeiter Fotos mit ihrem Privathandy, schicken sie sich per Mail, laden sie am PC wieder runter und laden sie dann ins Herstellersystem hoch. Das dauert gut und gerne fünf Minuten pro Meldung. Jeder kann sich für seinen Betrieb ausrechnen, wie viel Zeit für diesen Workaround verloren geht.

J. v. Steinaecker: Unsere Idee ist simpel: eine spezielle Oberfläche, über die die Fotos direkt aufgenommen und automatisch der richtigen Meldung zugeordnet werden. Ohne Umwege, ohne private Mail-Accounts. Die Akzeptanz bei den Mitarbeitern ist enorm, weil sie sofort merken, dass ihnen Arbeit abgenommen wird.

AH: Wie reagieren Händler generell auf solche Lösungen?

J. Gudat: Sehr positiv, sobald sie den Nutzen sehen. Viele sind überrascht, wie viel Zeit sie in solchen Nebentätigkeiten verlieren. Es gibt Autohäuser, die Belege ausdrucken, um sie zwei Schritte später wieder einzuscannen. Das ist kein Einzelfall.

J. v. Steinaecker: Wir müssen allerdings viel Aufklärungsarbeit leisten. Gerade Führungskräfte wissen oft nicht, wie detailliert die Prozesse im Alltag wirklich sind. Wenn sie das sehen, entsteht ein Aha-Effekt.

AH: Sie grenzen sich bewusst von großen Individualprojekten ab. Warum?

J. v. Steinaecker: Weil wir nicht die „Boutique“ sein wollen, die für jeden Händler eine Sonderlösung baut. Unser Fokus liegt auf den Problemen, die rund

80 Prozent der Händler betreffen. Dort lohnt sich ein großes Maß an Standardisierung und man kann dort besser skalieren.

J. Gudat: Es gibt genug Baukastensysteme, mit denen sich große Gruppen eigene Lösungen erstellen. Aber was ist mit den vielen kleinen und mittleren Betrieben? Für die wollen wir Lösungen anbieten, die bezahlbar und schnell einsetzbar sind.

AH: Stichwort Bezahlbarkeit. Wie sieht Ihr Preismodell aus?

J. v. Steinaecker: Sehr transparent. Wir schauen uns an, wie viel Geld oder Zeit der Händler heute verschwendet, und nehmen einen Anteil der Einsparung. Zusätzlich sind wir klassisch als Software-as-a-Service unterwegs, ohne hohe Set-up-Gebühren. Wenn der Händler keinen Nutzen mehr sieht, kann er kündigen.

AH: Zum Schluss: Was bedeutet für Sie sinnvolle Digitalisierung im Autohandel?

J. Gudat: Digitalisierung darf nicht bedeuten, dass der Kunde weiter vom Menschen entfernt wird. Im Gegenteil. Wenn wir Mitarbeiter von Klickarbeit befreien, haben sie wieder Zeit für Beratung, für Beziehung, für Verkauf.

J. v. Steinaecker: Es geht nicht darum, Menschen zu ersetzen, sondern ihnen den Rücken freizuhalten. Der Mensch wird immer eine Rolle spielen. Aber er sollte nicht seine Arbeitszeit damit verbringen, Systeme zu füttern. Wenn wir das erreichen, haben wir viel gewonnen.

AH: Vielen Dank für das Gespräch!