

Toyota Deutschland führt Elektronischen Fahrzeuglebenslauf (E-FA) ein.

Vielfalt an Händlerdaten vereint!

Autor: Gerd Habicht
Leiter Business Analysis / Reporting
Toyota Deutschland GmbH

Andras Bader
Vorstandsmitglied
objective partner AG

Toyota Deutschland hat den Elektronischen Fahrzeuglebenslauf (E-FA) eingeführt. Jeder angeschlossene Toyota-Betrieb kann auf Knopfdruck erkennen, welche Reparaturhistorie ein Toyota oder Lexus hat. Besondere Anforderungen an die IT-Infrastruktur stellen die Integration und laufende Aktualisierung sehr großer Datenmengen aus unterschiedlichen Dealer-Management-Systemen (DMS) dar. Das IT-Beratungshaus objective partner hat Neuland betreten und E-FA mit einem Data-Warehouse-Ansatz realisiert.

„Das Werkzeug hilft unseren Händlern, ihre Servicequalität und damit die Kundenzufriedenheit zu steigern“, nennt Gerd Habicht, Leiter Business Analysis, Kundenservice von Toyota Deutschland, als wesentlichen Vorteil. Zudem ermöglicht der zentrale Datenbestand dem Toyota-Konzern in Deutschland fundierte Auswertungen über Reparaturhäufigkeiten, Ausrüstquoten, Inspektionsintervalle und Laufzeiten, und zwar bezogen auf Modelle, Fahrzeugalter oder Regionen. Durch gezielte Vergleiche mit den nationalen oder regionalen Ergebnissen können die Händler sehen, bei welchen Fahrzeugen weitere After-Sales-Potenziale liegen.

„Das Spannende an der E-FA-Einführung ist, die Händler vom Nutzen des elektronischen Lebenslaufes zu überzeugen. Um eine möglichst hohe Akzeptanz und Teilnehmerquote zu erreichen, mussten wir einige Bedenken ausräumen“, so Gerd Habicht weiter. Darüber hinaus galt es, das Toyota-eigene DMS „TOPCO“ mit anderen DMS unter einen Hut zu bringen. Dies erforderte die Integration unterschiedlicher Datenstrukturen.

Rechnungsdaten als Basis

Die Basis für E-FA bilden Rechnungsdaten aus den DMS, die neben den Fahrzeug-Stammdaten wie die Fahrgestell- und Modellnummer die am Kfz durchgeführten Leistungen dokumentieren. Damit wird ersichtlich, welche Services an einem Fahrzeug zu welchem Zeitpunkt erbracht und welche Zubehör- und Ersatzteile verbaut wurden. Jede Leistung wird zudem nach Garantie oder Kundenauftrag klassifiziert. Um den Datenschutz zu gewährleisten, stellte Toyota Deutschland sicher, dass keinerlei kundenspezifischen Daten aus den DMS übertragen werden.

Mit E-FA ist es für jeden angeschlossenen Toyota-Händler möglich, den gesamten Werdegang eines Toyota oder Lexus aus Servicesicht nachzuvollziehen. Wird das Fahrzeug zum Werkstattbesuch angemeldet, klickt sich der Serviceberater über die Fahrgestellnummer in E-FA ein. Anhand der

Informationen aus dem Fahrzeuglebenslauf kann er vorab das Verkaufspotenzial sichten und im Verkaufsgespräch mit dem Kunden anführen. E-FA bietet ihm die Möglichkeit, sich in Sekundenschnelle ein Bild vom Kundenfahrzeug zu machen. Darüber hinaus zeigt E-FA über eine Alarmfunktion offene Qualitätssicherungsmaßnahmen an.

Startschuss im August 2007

Toyota Deutschland hat E-FA in Zusammenarbeit mit der Tochtergesellschaft Toyota Informationssysteme (TIS) und dem IT-Beratungshaus objective partner eingeführt. Nachdem der Startschuss für das Projekt im August 2007 gefallen war, konnte E-FA im April dieses Jahres frei geschaltet werden. objective partner nutzte dazu eine Data-Warehouse-Architektur, die die Informationen aus den Quellsystemen der Händler extrahiert, aufbereitet und in den zentralen Datenpool integriert. Dabei wird eine DB2-Datenbank von IBM eingesetzt.

„E-FA stellt eine Besonderheit unter den elektronischen Fahrzeugakten in der Automobilindustrie dar“, so Andreas Bader, Vorstandsmitglied von objective partner. „Da die meisten Hersteller ihre Händler auf die Nutzung bestimmter DMS verpflichten, verfügen sie von vorneherein über eine einheitliche IT-Infra- und Datenstruktur.“ Bei Toyota Deutschland dagegen sorgt ein Data Warehouse für Ordnung: Während die Datenbestände neu angeschlossener Händler mit Initial-Loads an Bord geholt werden, erfolgt die Übertragung der tagesaktuellen Rechnungsdaten im Rahmen nächtlicher Ladeläufe. „Da wir die Rechnungsdaten auf Positionsebene verarbeiten, kommt jeden Tag eine Menge an Informationen zusammen“, sagt Andreas Bader. Hinzu kommen Neuzugänge, für die die Rechnungsdaten oft mehrere Jahre rückwirkend aus den DMS abgezogen werden müssen.

Neue Wege mit Webtechnologie

Nur wenige Wochen nach dem Produktivstart nehmen bereits zahlreiche Toyota-Händler in Deutschland an E-FA teil; Tendenz stark steigend. Betriebe, die das Toyota-eigene TOPCO-DMS im Einsatz haben, können die Elektronische Fahrzeugakte direkt aufrufen: Sie klicken einen Button an und werden automatisch zu E-FA weitergeleitet. Händler mit Fremdsystemen hingegen gelangen über Webservices in das neue System. Auch mit der Einführung der entsprechenden Webtechnologie ging objective partner bei Toyota Deutschland neue Wege.

„System wird fleißig genutzt“

„Unsere Händler sind von E-FA begeistert. Bereits kurz nach der Freischaltung wurden tausende von Zugriffen registriert, das System wird fleißig genutzt“, zieht Gerd Habicht eine erste Zwischenbilanz. Die Werkstätten seien nun viel näher an den Fahrzeugen ihrer Kunden und könnten dadurch auch

zusätzliche Leistungen, Ersatzteile und Zubehör verkaufen. Darüber hinaus hätten bereits viele Händler durch die Anzeige offener Qualitätssicherungsmaßnahmen profitiert.

„Mit E-FA steht unseren Händlern ein selbst erklärendes, bedienerfreundliches System zur Verfügung, das vielfachen Mehrwert ohne administrativen Zusatzaufwand bietet“, so Habicht weiter. „Mit der Kombination aus Data-Warehouse- und Webtechnologie hat das Beraterteam von objective partner einen Lösungsansatz entwickelt, der exakt auf die heterogene DMS-Landschaft von Toyota Deutschland zugeschnitten ist.“

E-FA in Kürze

- **Elektronischer Fahrzeuglebenslauf für Toyota-Händler in Deutschland**
- **Komplette Reparaturhistorie auf Knopfdruck**
- **Verbesserte Kundenansprache und –Betreuung**
- **Benchmarking für angeschlossene Händler**
- **Identifizierung zusätzlicher Verkaufspotenziale**
- **Rechnungsdaten aus Dealer-Management-Systemen (DMS) als Basis**
- **Integration heterogener DMS**
- **Technische Realisierung mit Data Warehouse und Webtechnologie**

Toyota Deutschland

Toyota Deutschland wurde 1971 als Deutsche Toyota Vertriebs GmbH gegründet. Der japanische Automobilhersteller Toyota besiegelte damit seinen Eintritt in den deutschen Markt. Mit 135.580 Neuzulassungen betrug der Pkw-Marktanteil 2007 rund 4,2 Prozent. Toyota Deutschland beschäftigt 1.424 Mitarbeiter und verzeichnete im Geschäftsjahr 2007/08 einen Umsatz von 2,09 Milliarden Euro.
www.toyota.de