

Haben Offlineversionen von Räderberatungssystemen ausgedient?

Schon bevor ein Kunde sein Auto auf eine neue Rad-Reifen-Kombination stellt, will er möglichst gerne wissen, wie das Felgendesign seiner Wahl am Fahrzeug aussieht. Hilfestellung geben hier entsprechende Reifen-/Felgenkonfiguratoren, die einerseits zwar mitunter noch als eigenständige Software im Markt angeboten werden, andererseits aber mehr und mehr online via

Webbrowser realisiert werden. Denn die Onlineberatung kann mit einem stets aktuellen Datenbestand aufwarten. Haben eigenständige, etwa beispielsweise über CDs/DVDs vertriebene Offlinesysteme vor diesem Hintergrund heutzutage überhaupt noch eine Daseinsberechtigung?

Mit Blick auf die Internetpräsenzen der bekannteren Reifenhandelsketten und -kooperationen entsteht schnell der Eindruck, es gebe nur zwei Anbieter entsprechender Lösungen im Markt. Denn entweder kommt aufseiten des Handels meist das Continental Katalog- und Informationssystem (COKIS) zum Einsatz oder die „Provis“ genannte Lösung der Aichaicher BMF GmbH. Als Beispiele für den



„Online kann ein Beratungssystem schneller, öfter und kostengünstiger aktualisiert werden“, sagt Matthias Simon Schmidt, Projektleiter Handelsmarketing bei Continental

erstgenannten Fall seien hier unter anderem Team, Pneuhage, die Einkaufsgesellschaft Freier Reifenfachhändler (EFR) oder Reifen Wagner erwähnt – nicht zu vergessen selbstverständlich natürlich die Conti-Kette Vergölst. Seitens BMF konnte man demgegenüber etwa Euromaster, point S, MLX, Reifen Gundlach oder Premio für sich gewinnen. Aber auch bei der Alcar-Gruppe kommt man – wie Dr. Stefan Walentich, E-Commerce-Verantwortlicher des Unter-

nehmens, sagt – im Alubereich dem Kundenwunsch entgegen, wenn ein Vermarktungspartner die Alcar-Räderberatung in seine eigene Webpräsenz mit einbinden will. „Hier ermöglicht ein erfahrener deutscher EDV-Dienstleister die Integration des Alukonfigurators in Kundenseiten“, erklärt Walentich.

Alle drei Anbieter haben dabei eines gemeinsam: Einem Offlineberatungssystem in Form einer eigenständigen beispielsweise per CD/DVD vertriebenen Softwarelösung, die dann vor Ort erst noch installiert werden muss, räumen sie kaum noch Zukunftschancen ein. COKIS von Continental wird bereits heute oder besser gesagt sogar schon seit 2004 nur noch als reine Onlineapplikation angeboten. „Online kann das Beratungssystem schneller, öfter und kostengünstiger aktualisiert werden. Der Nutzer greift immer automatisch auf den aktuellen Datenbestand zu. Auch eine Installation des Programms auf dem Rechner ist nicht mehr erforderlich, da es komfortabel über den Internetbrowser läuft“, erläutert Matthias Simon Schmidt, Projektleiter Handelsmarketing bei dem Reifenhersteller, die Gründe dafür. Außerdem habe COKIS mittlerweile ein Datenvolumen erreicht, das über CDs oder DVDs kaum gehandhabt werden könne. „Zudem besteht fast überall und mittlerweile auch zu überschaubaren Kosten die Möglichkeit, die lokale IT über Breitbandzugänge an das Internet anzuschließen“, sagt Schmidt, nach dessen Meinung aus diesem Grund nur eine Onlineversion Sinn macht.

„Die Hochkonjunktur der Offlinemedien wie CD oder DVD als ganzjähriges Beratungssystem in den volatilen, automobilen Märkten ist definitiv vorbei“, pflich-

tet ihm Dr. Walentich prinzipiell zwar bei. Dennoch spricht er Offlinesystemen ihre Daseinsberechtigung noch nicht völlig ab, weshalb sowohl der Aluradkonfigurator als auch der Stahlradfelgenfinder von Alcar nach wie vor als Online- und Offlineversion auf CD bzw. DVD erhältlich sind. „Während aber die Offlineversionen nur maximal ein- bis zweimal pro Jahr aktualisiert werden, passiert dies bei den Onlineversionen in der jeweiligen Saison fast jeden Tag“, sieht allerdings auch er einen Vorteil der zunehmenden Vernetzung in der Geschäftswelt. Nichtsdestotrotz machen seinen Worten zufolge Offlinesysteme unter Umständen dort Sinn, wo ein Internetzugang nicht möglich sei. „Beispielsweise bei Messen, bei Kundenpräsentationen, in Schauräumen für Endkonsumenten oder überall dort, wo enorme Datenmengen bewegt werden müssen“, erläutert Walentich, welche Einsatzbereiche er sich darunter vorstellen kann.



„CD/DVD-Varianten von Räderkonfiguratoren sind in der Regel bereits kurz nach der Installation wieder veraltet, da der Markt permanent in Bewegung ist und sich viele Pkw-Rad-Reifen-Kombinationen täglich ändern“, meint BMF-Vertriebsleiter Daniel Paeschke

Dank optimierter Prozesse sei Alcar zudem in der Lage, ohne allzu großen Aufwand ein CD- bzw. DVD-Beratungssystem quasi als „Beiprodukt“ zu den Onlineberatungssystemen aufzulegen, wodurch mit geringen Zusatzkosten ein weiterer Mehrwert für die eigenen Kunden geschaffen werden könne. Einen solchen Service bietet auch die BMF GmbH ihren Kunden, wenngleich Vertriebsleiter Daniel Paeschke in diesem Zusammenhang nur von „vereinzelt Nachfragen, die lediglich ab gewissen Stückzahlen noch realisierbar sind“, spricht. Denn zum einen übersteige die Anzahl der notwendigen CDs/DVDs das normale Maß. Zum anderen führe das damit einhergehende langwierige Installieren eher zu Unmut beim Nutzer als zu Freude und Erfolg. „Die CD/DVD-Varianten sind in der Regel bereits kurz nach der Installation wieder veraltet, da der Markt permanent in Bewegung ist und sich viele Pkw-Rad-Reifen-Kombinationen täglich ändern, was selbstredend für die Onlineversion spricht“, sagt Paeschke, der zusätzlich zu einem wesentlich schnelleren und einfacheren Handling von Webapplikationen mittels Browser auch das Thema Datensicherheit erwähnt.

„Die Datensicherheit und auch die Netzsicherheit sind durch unsere ‚Provis‘-Varianten gewährleistet“, verspricht er. Der Nutzer braucht sich darum also schon einmal nicht mehr zu kümmern, sondern kann sich stattdessen vielmehr voll auf seine Stärken konzentrieren: Und beim Handel sollten die doch wohl eher im Bereich Beratung bzw. Verkauf liegen und nicht aufseiten der Installation bzw. Administration hoch komplexer Softwarepakete. Neben dem Sicherheitsaspekt, dem sich die anderen beiden Anbieter aber sicherlich in gleichem Maße verpflichtet fühlen, sieht Paeschke darüber hinaus vor allem eine hohe Aktualität des Datenbestandes, die einfache Handhabung und ei-

nen schneller Zugriff auf wichtige Daten als hauptsächlichste Vorteile der „Provis“-Lösung. „Aber es darf auch nicht vergessen werden, dass wir markenübergreifend alle Pkw-Rad-Reifen-Informationen in unserem System vorliegen haben“, ergänzt er.

Im Gegensatz dazu listet der Alcar-Aluradkonfigurator gewissermaßen „von Haus aus“ zunächst nur die zur Unternehmensgruppe zugehörigen Leichtmetallrädermarken AEZ, Dotz, Dezent und Enzo – beim Stahlradkonfigurator ist es die Eigenmarke KFZ. Allerdings bietet das System laut Dr. Stefan Walentich „eine Vielzahl an individuellen Anpassungsmöglichkeiten“. Zu denen gehört, dass eben auch an-



„Von Haus aus“ listet der Alcar-Aluradkonfigurator zunächst nur die zur Unternehmensgruppe zugehörigen Leichtmetallrädermarken AEZ, Dotz, Dezent und Enzo – in das System können aber auch Räder anderer Marken mit aufgenommen werden

dere Rädermarken als nur die vier zuvor genannten in den Konfigurator mit aufgenommen werden können. „Voraussetzung ist, dass Sie über die entsprechenden Rad- und Fahrzeuganwendungen Kenntnis haben und diese zur Verfügung stellen können. Diese Aufnahme erfolgt als Zusatzleistung“, lässt sich dazu unter <http://alcar.fdi-dm.de/faqs> nachlesen, wo darüber hinaus viele weitere Antworten zu Detailfragen rund um das Alcar-System beantwortet werden. Beispielsweise wird dort unter anderem ebenfalls erklärt, welche Möglichkeiten für den Alcar-Kunden im Zusammenhang etwa mit speziellen visuellen Wünschen seine Firmen-CI betreffend bestehen oder welche Lizenzkosten bei Nutzung des Konfigurators anfallen.

COKIS gibt es in zwei oder eigentlich sogar drei verschiedenen Ausprägungen: COKIS-Online, COKIS B2C sowie den ContinentalRäder-Konfigurator. Während letzterer für jeden „interessierten Autofahrer“ frei zugänglich un-



COKIS gibt es in zwei oder eigentlich sogar drei verschiedenen Ausprägungen: COKIS-Online und COKIS B2C (läuft bei Vergölst beispielsweise unter dem Namen „Magic Wheel Show“) für den „qualifizierten Reifenfachhandel“ sowie als auf den Conti-Webseiten von jedermann nutzbaren „ContinentalRäderKonfigurator“

ter www.continental.cokis-online.de aufzurufen ist, dabei aber ausschließlich Conti-Reifen zur Auswahl anbietet, sind die anderen beiden Versionen den so bezeichneten „Vermarktungspartnern“ des Reifenherstellers vorbehalten. Dort integriert sind dann alle Reifenmarken – also auch die von Conti-Wettbewerbern. „COKIS-Online – unser Expertensystem zur professionellen Umrüstberatung im Reifenfachhandel – bietet alles, was der Reifenhändler im Verkaufsgespräch benötigt: Technische Informationen zu Fahrzeugen, Rädern und Reifen aus Gutachten und Fahrzeugdokumenten wie der EG-Übereinstimmungsbescheinigung sowie – sofern vorhanden – dem alten Kfz-Schein und weiteren Datenquellen stehen zur Verfügung“, erklärt Mathias Simon Schmidt, der dabei nicht vergisst auf zusätzliche Tools wie einen Fülldruckrechner, „GutachtenDirekt“ oder die „DimensionsSuche“ zur Anzeige aller Fahrzeuge zu einer Reifengröße hinzuweisen. „Am Ende einer Beratung kann aus COKIS-Online ein Angebot zu der gewählten Rad-Reifen-Kombination geschrieben und ausgedruckt werden“, sagt er.

Demgegenüber ist COKIS B2C dafür gedacht, dass COKIS-Online-Kunden einen Teil des Systems als für den Endverbraucher zugänglichen Räderkonfigurator in ihren eigenen Webaufritt integrieren. Dabei kann der qualifizierte Reifenfachhandel – und nur für den ist dieser Service Conti-Aussagen zufolge gedacht – COKIS B2C durch Darstellung seines Logos und Definition der anzuzeigenden Reifen- und Rädermarken individualisieren. Somit wird umrüstwilligen Autofahrern die Möglichkeit gegeben, sich schon vorab auf den Internetseiten des Händlers seiner Wahl die zu seinem Fahrzeug passenden Räder und Reifen anzeigen zu lassen. Wie bei COKIS-Online ist dabei eine „virtuelle Montage“ der jeweiligen Rad-Reifen-Kombination möglich. Der Nutzer – so Conti – könne also ausprobieren, was alles möglich ist, bevor er mittels eines integrierten Onlineformulars seine Wunschkombination beim Händler anfragt. Der bekommt

Auszeichnung für Alcar-Webshop

Conex – Anbieter von Seminaren und ein Geschäftsbereich der Wiener Business Circle Management Fortbildungen GmbH – und die Zeitschrift *Computerwelt* haben auf dem „Forum Geschäftsprozesse“ Ende Mai in der österreichischen Hauptstadt zum zweiten Mal die besten prozessorientierten Anwendungen prämiert. Als innovativste Lösung wurde dabei der von dem auf Enterprise-Content-Managementsysteme spezialisierten Unternehmen Lemon42 realisierte Alcar-Extranet-Webshop von der Jury mit dem „Business Process Award 2007“ ausgezeichnet.

„In der Lösung wird jedem einzelnen Geschäftskunden eine direkte Anbindung ans zentrale Alcar-Konzernwarenwirtschaftssystem ermöglicht und diese Kommunikationsschnittstelle in bestehende Online- und auch Offlinesysteme integriert“, erläutert

Lemon42-Geschäftsführerin Waltraud Schill. Für alle Kunden mit eigenem ERP-System stehe ein spezieller Webservice Adhoc-EDI zur Integration in deren Warenwirtschafts- und Webshopsysteme zur Verfügung. Alcar-Geschäftspartner würden hingegen mittels Tools wie einem so genannten „Produktkonfigurator“ sowie einem „Onlineverfügbarkeitsbrowser“ unterstützt, die direkt in die Kundenwebsites, -webshops oder ins Intranet implementiert werden. „Auf diese Weise dient der Alcar-Extranet-Webshop als zentrale



Drehscheibe in der Verbindung aller Anwendungen, Prozesse, Ablaufsteuerungen und Sicherungsmechanismen“, sagt Schill.

„Diese Lösung ist auch auf die europaweiten landesspezifischen Feineinstellungen der vom zentralen ERP-System an den Webshop gelieferten Daten zugeschnitten, um so die Bedürfnisse und Wünsche aller Geschäftskunden abdecken zu können“, ergänzt Dr. Stefan Walentich, der bei Alcar für den Bereich E-Commerce verantwortlich zeichnet. Dies findet seinen Worten zufolge eine große Akzeptanz bei den Geschäftspartnern. Europaweit sollen bereits mehr als 7.000 Alcar-Kunden mit der prämierten Webshoplösung im Räder-Aftermarketbereich arbeiten – und täglich würden es mehr, heißt es vonseiten des Unternehmens. „Nach 24 Monaten erreicht die Nutzung bereits 25 Prozent aller Kundenaufträge, länderspezifisch dabei wiederholt Spitzen von mehr als 50 Prozent“, berichtet Walentich. Die hohe Akzeptanz des Systems sei dabei nicht weiter verwunderlich, da die Lagerstandsabfragen in Echtzeit, beschleunigte sekundenschnelle und automatisierte Auftragsabwicklungen und höhere Produktverfügbarkeiten vor Ort beim Kunden „enorme Kosteneinsparungen durch Effizienzsteigerungen und schnelleren“ Informationsaustausch ermöglichten.

Und gerade die Wirtschaftlichkeit gepaart mit dem dahinter stehenden Prozessmanagement war offenbar auch für den Gewinn des „Business Process Award 2007“ ausschlaggebend. „Das von der Lemon42 eingereichte Projekt Alcar-Webshop geht weit über das hinaus, was in den meisten Fällen unter einem Webshop verstanden wird. Die Lösung besticht vor allem durch ihren hohen Integrationsgrad, bei dem alle drei Dimensionen des magischen Dreiecks – Kosten, Zeit und Qualität – gleichermaßen positiv beeinflusst werden“, sagt der Vorsitzende der internationalen Jury, Prof. Thomas Pietsch von der FHTW-Berlin.

cm

daraufhin nämlich die Kombinations- sowie Kontaktdaten des potenziellen Kunden als E-Mail und kann daraufhin ein Angebot machen und gegebenenfalls einen Montagetermin vereinbaren.

„Damit generiert COKIS B2C Traffic auf der Homepage und Frequenz auf dem Hof des Händlers. Dadurch dass sich der Kunde vorab selbst informieren kann, können auch bei überlasteten Telefonen während der Saison Anfragen angenommen und fundiert beantwortet werden“, hebt der Projektleiter Handelsmarketing bei Continental die Vorteile des Systems hervor. Technische Informationen werden bei COKIS B2C demzufolge nicht angezeigt. „Das bleibt im Sinne qualitativ hochwertiger und verlässlicher Beratung dem Experten überlassen“, fügt er hinzu. Doch welche Voraussetzungen muss ein „Vermarktungspartner“ denn nun genau erfüllen, um COKIS nutzen zu dürfen? „COKIS-Online steht für Hofvermarktungspartner der Continental AG, die sich mit einem Absatz von mindestens 1.000 Reifen unserer Konzernmarken pro Jahr qualifizieren, kostenlos zur Verfügung. Für COKIS B2C, das ebenfalls exklusiv für qualifizierte Hofvermarktungspartner der Continental AG zur Verfügung steht, fallen durch die öffentliche Nutzung Lizenz- und Datennutzungsgebühren von 24 Euro pro Monat an“, erläutert Schmidt und spricht von derzeit etwa 2.000 COKIS-Nutzern, die sich seinen Worten zufolge hauptsächlich aus dem deutschen Reifenfachhandel rekrutieren.

Auch bei Alcar sind die öffentlich sichtbaren Produktkonfiguratoren nur ein Teil eines – wie Dr. Stefan Walentich sagt – „wesentlich größeren Systems“. Die Konfiguratoren und Datenbanken werden als funktionaler Bestandteil der jüngst mit dem österreichischen „Business Process Award 2007“ (siehe Kastentext auf Seite 54) prämierten Webshoplösung der Gruppe beschrieben, welche die direkte Schnittstelle zu dem zentralen Alcar-ERP-System darstelle. „Alle Datenquellen und Anwendungen sind vernetzt und bieten dem Kunden eine Beratungsgenauigkeit und -schnelligkeit, die durch Stand-Alone-Systeme niemals zu erreichen ist“, meint Walentich. Das Kernelement der Alcar-Konfiguratoren werde mehrmals am Tag mit TÜV-Prüfdaten, neuen Fahrzeug- und

Felgendaten sowie Fahrzeugabbildungen gespeist. Deshalb stehe den rund 7.000 Geschäftskunden des Unternehmens in ganz Europa stets der aktuellste Datenstand zur Verfügung, und per Klick sollen sie jederzeit Verfügbarkeitsinformationen direkt aus den Lägern in ganz Europa, jedes technische Raddetail, die passenden Reifen sowie zahlreiche wichtige Hinweise abrufen können.

„Eine einfache, losgelöste Konfiguratorlösung, die nur Felgen am Fahrzeug zeigt und vielleicht noch die passenden Reifengrößen bekannt gibt, ist heute nicht mehr zeitgemäß. Der heutige Geschäftskunde erwartet schnelle, solide Auskünfte. Wenn Sie heute einem Endkunden im Geschäft nicht sofort eine Antwort geben können, dann steht er kurze Zeit später wenige Straßen weiter im nächsten Geschäft“, bringt der E-Commerce-Verantwortliche bei Alcar die Situation auf den Punkt. „Das bedeutet für Alcar eine große Herausforderung, um für unsere Kunden Lösungen ohne Kompromisse zu finden, und genau hier sind integrierte Echtzeitberatungssysteme wie sie Alcar anbietet ein Muss“, unterstreicht er und verweist gleichzeitig auf einige Differenzierungsmerkmale, die den Alcar-Aluradkonfigurator von anderen Reifen-/Räderberatungssystemen unterscheidet. „Beispielsweise die Zoomfunktion, welche es Benutzern der Onlinevariante ermöglicht, das Vorderrad am Fahrzeug genauer zu betrachten. Zudem zeigt der Konfigurator nur jene Rad-Fahrzeug-Verknüpfungen, für die ein TÜV-Gutachten existiert oder in Bearbeitung ist. Das erspart dem Kunden böse Überraschungen, wenn er die neu an seinem Fahrzeug montierten Räder in seine Papiere eintragen lassen möchte. Die TÜV-Prüfgutachten stehen für alle Rad-Fahrzeug-Kombinationen auch online kostenlos abrufbar für jedermann zur Verfügung“, erklärt Dr. Walentich.

Dass die Stand-Alone-Version eines Rad-Reifen-Konfigurators nicht der Weisheit letzter Schluss sein kann, hat man allerdings auch bei Continental und BMF bereits erkannt. „Schon heute möglich ist eine Anbindung von COKIS an Warenwirtschaftssysteme des Händlers zur Anzeige von Preisen und Verfügbarkeiten und anschließender automatischer Auftragsaus-

lösung der in COKIS gewählten Artikel“, berichtet Mathias Simon Schmidt. Die Voraussetzungen aufseiten des COKIS-Systems seien also bereits vorhanden, zur Realisierung müsse allerdings auch aufseiten der Händler-IT eine Schnittstelle geschaffen werden. Im Rahmen der letztjährigen Reifenmesse präsentierte daher bereits



Für Schaal-Vertriebsleiter Uwe Plate stellt die Integration der BMF-Felgenberatung in den IBIS-Webshop bzw. die PROPAR-Warenwirtschaft „eine runde Sache“ dar

die MSI Software GmbH eine entsprechende COKIS-Schnittstelle für die von ihr angebotene Warenwirtschaft „MSI Reifen“ (vgl. bereits NEUE REIFENZEITUNG 7/2006). In einem solchen Fall braucht der Anwender nicht mehr zwischen den beiden Applikationen hin- und herzuspringen, sondern entsprechende Vorgänge können direkt aus der Warenwirtschaft heraus angestoßen werden.

Diesen Weg hat auch die Schaal Informatic GmbH in Zusammenarbeit mit BMF beschritten. Denn das integrierte Bestell- und Informations-System (IBIS) des Essener Unternehmens – ein Reifenhandels-shop mit voller Anbindung an das PROPAR genannte Warenwirtschaftsprogramm für den Reifenhandel – wurde jüngst um eine Schnittstelle zu dem Räderberatungssystem „Provis“ erweitert. „Hauptsächlich wurde der Shop bisher im B2B, also im Geschäftsverkehr zwischen Großhändlern und Einzelhändlern, eingesetzt. In Verbindung mit dem Felgenberatungssystem ist der Shop jetzt zusätzlich für Händler interessant, die Endkunden damit ansprechen wollen“, so Geschäftsführer Peter Schaal. Und für Uwe Plate, Vertriebsleiter bei Schaal Informatic, ist die Integration der

BMF-Felgenberatung in IBIS bzw. PROPAR „eine runde Sache“. Denn der Anwender bekommt nach der Eingabe von Fahrzeughersteller und -typ die jeweils zulässigen Räder angezeigt, die er auf seinem oder dem Auto seines Kunden „anprobieren“ kann.

„Dabei sieht er auch sofort den Preis und die Verfügbarkeit der Felge sowie das Gutachten, das er sich auf Wunsch ausdrucken kann. Nach Auswahl der Felge in der gewünschten Größe kann der Kunde sich aus der Liste der zugelassenen Reifen im IBIS-Shop das gewünschte Fabrikat herausuchen und das Komplettrad zusammenstellen. Ebenso erhält er Auskunft über die Verfügbarkeit der gewünschten Kombination“, sagt Plate. Der Abgleich der Bestände und Preise zwischen dem Webshop und dem Warenwirtschaftssystem erfolge dabei in kurzen Zeitintervallen, die der Shopanbieter selbst bestimme. Diese Zeiten könne er auf wenige Minuten reduzieren, sodass der Shop „fast immer aktuell“ sei. Preisänderungen und Änderungen der Kundenkonditionen werden laut Schaal Informatik dabei aus der Warenwirtschaft automatisch mit in das Onlinesystem übertragen.

Ein in den IBIS-Shop integriertes Kalkulationsmodul soll den Händler bei der Berechnung seiner eigenen Verkaufspreise unterstützen, wobei seine jeweiligen Zu- und Abschläge auf dem Webserver hinterlegt werden. Selbstverständlich ist auch eine Druckausgabe der mit dem System erstellten Angebote vorgesehen, damit diese mitsamt aller relevanten Daten wie der Adresse des Händlers, Kundenname/-anschrift, der nachgefragten Artikel (auf Wunsch mit Abbildung) sowie selbstredend der individuell kalkulierten Preise an den Endverbraucher weitergegeben werden können. „Für seine Kalkulation kann der Händler zahlreiche Faktoren in einem für ihn reservierten Bereich im Shop vertraulich speichern. Dazu gehören Zu- oder Abschläge auf die Einkaufs- oder KB-

The screenshot shows the BMF website interface for selecting wheels and tires for an Audi A3. The main area displays a red car. Below it, there are several wheel options shown in a grid. A table at the bottom lists various wheel types and their corresponding actions:

| in Warenkorb legen | Alu-Felgen | Felgen-favoriten | Felgen-Gutachten | Reifen-freigaben | Auswahl drucken | ABE/COC-Bescheinigung | Fotogalerie öffnen |
|--------------------|--------------|--------------------|------------------|-----------------------|-----------------|-----------------------|--------------------|
| | Stahl-Felgen | Favoriten anzeigen | Auswahl drucken | ABE/COC-Bescheinigung | | | |

Von dem „Provis“ genannten Reifen-/Räderberatungssystem soll demnächst die neue Version „4A“ erscheinen

Preise, abhängig von Herstellern und Warengruppen. Dabei kann prozentual und mit Festbeträgen gerechnet werden. Bei den Montagekosten wird natürlich auch ein Alufelgenzuschlag berücksichtigt“, so Plate. Der Taschenrechner habe somit endgültig ausgedient, meint er.

Freilich geht die Entwicklung dennoch weiter – aufseiten der Warenwirtschaftssysteme für den Reifenhandel sicherlich ebenso wie bei den Räderberatungssystemen selbst auch. „Zur Wintersaison werden wir Stahlfelgen in das COKIS-System integriert haben. Wie ständig, prüfen wir auch derzeit die Integration von weiteren umrüsterelevanten Informationen wie zum Beispiel Daten zu Reifendruckkontrollsystemen“, blickt Mathias Simon Schmidt in Richtung zukünftiger Features des Continental-Systems, das der Reifenhersteller zusammen mit der Hadat EDV Kooperationszentrum Hannover GmbH & Co. KG und deren Partner ID.on GmbH realisiert hat. Und schon „in den nächsten Wochen“ soll es laut Daniel Paeschke eine weiterentwickelte Version von „Provis 3D“ geben, für die der BMF-Vertriebsleiter weitere und verbesserte Funktionen sowie ein einfacheres Handling verspricht.

Zudem werde die mit „4A“ bezeichnete neue Version die Möglichkeit bieten, Werbebereiche kundenspezifisch zu nutzen. Neuentwicklungen gebe es darüber hinaus im Bereich Fahrzeugzubehör, wo man nunmehr in der Lage sei, nicht nur visuell das Fahrzeug tiefer zu legen, sondern

auch eine technische Tieferlegung inklusive der Verarbeitung der Gutachten zu realisieren. „Und es wird von unserer Seite aus in Kooperation mit dem Kraftfahrtbundesamt eine ABE-Bescheinigung geben. Auf dieser DIN-A4-Seite wird dem Fahrzeughalter bestätigt, dass die Rad- und Reifenkombination sowie weitere Kombinationen auf dem Fahrzeug jederzeit gefahren werden dürfen“, sagt Paeschke. Damit nimmt sich BMF des Problems an, dass viele Autofahrer nach Einführung der neuen Kfz-Papiere zum Oktober 2005 nicht mehr sofort erkennen können, welche Rad-Reifen-Kombinationen für ihr Fahrzeug zulässig sind.

Zwar haben andere Anbieter bereits Lösungen rund um dieses Thema parat – darunter mit der Pütz und Partner GmbH (Vettelschoss-Kalenborn) und ihrem „Kfz-Daten“ genannten Programm ein Unternehmen, das früher einmal mit „TuningDAT A“ ebenfalls ein grafisches Rad-Reifen-Umrüstsystem im Angebot hatte. Dennoch macht diese funktionale Erweiterung von „Provis“ sicherlich Sinn. Und auch bei der Alcar-Gruppe ruht man sich nicht auf den Lorbeeren aus, sondern wird – so jedenfalls Dr. Stefan Walentich – bezüglich der Weiterentwicklung der eigenen Räderkonfiguratoren in nächster Zeit den Schwerpunkt verstärkt auf die Anpassung an neue technische Standards im Onlinebereich legen. „Die Entwicklung im Internetprogrammierbereich passiert sehr rasant und birgt etliche neue Vereinfachungen des Datenmanagements in sich. Diese Verbesserungen wollen wir natürlich schnellstmöglich auch unseren Kunden zuteil werden lassen“, sagt er. Dies kann man als weiteres Indiz dafür werten, dass entsprechenden Onlinesystemen die Zukunft gehört. Insofern haben die Offlineversionen von Reifen-/Räderkonfiguratoren anscheinend wohl tatsächlich mehr oder weniger ausgedient, und ihre Verwendung macht offenbar wirklich nur noch in Randbereichen bzw. Sonderfällen Sinn.

christian.marx@reifenpresse.de