

Betriebsdaten checken, Fehlercodes auslesen und Werkstatttermin buchen – das soll Drivemotive leisten.



Foto: bloomint/stock.adobe.com

# Erster Schritt zur Datenplattform

**Telematik |** Die Drivemotive-Plattform unterstützt den Digitalisierungsprozess im freien Werkstattmarkt. Gemeinsam mit dem Partner Ryd will der Betreiber zunächst vor allem die Zuführung von Neukunden forcieren.

Die zunehmende Verbreitung von Telematiksystemen, die von immer mehr Herstellern ab Werk verbaut werden, treiben nicht nur die Digitalisierung des Reparatur- und Servicegeschäfts voran, sondern sorgen auch für eine zunehmende Steuerung von Werkstattaufträgen durch die Hersteller. Viele Teilnehmer im freien Werkstattmarkt sehen das als Bedrohung für die Zukunft des IAM. Die Mecanto GmbH, eine Tochtergesellschaft der Carat-Gruppe, dreht den Spieß um und will die fortschreitende Digitalisierung für die Unterstützung des

freien Marktes nutzen. „Die Digitalisierungsprozesse lassen sich nicht mehr aufhalten, sie dürfen jedoch nicht nur als Gefahr für den IAM und die freie Werkstatt, sondern vielmehr als Chance gesehen werden. Wir dürfen uns vor dieser Entwicklung nicht verschließen, sondern müssen möglichst frühzeitig den Trend nutzen und für den IAM zugänglich machen“, sagt Thomas Vollmar, Geschäftsführer der Carat-Gruppe.

### Schnittstelle zum Autofahrer

Mit Drivemotive hat man deshalb ein Projekt ins Leben gerufen, um genau diesen Nutzen der Digitalisierung für den freien Markt herauszuarbeiten und entsprechende Lösungen bereitzustellen. Im Fokus steht dabei aktuell der Auf- und Ausbau einer digitalen und direkten Schnittstelle zum Autofahrer.

Die alles entscheidende Frage aus Sicht der Werkstatt lautet: Wie mache ich den Kunden auf meinen Betrieb aufmerksam und wie hole ich ihn in meinen Betrieb?

Mit der Connected-Car-Plattform Ryd, einem Produkt der ThinxNet GmbH in München, hat sich Drivemotive einen Partner ins Boot geholt, der bereits erfolgreich mit der Ryd-App in der DACH-Region vertreten ist. Mit der kostenlosen App von Ryd (erhältlich im Google Play Store oder im Apple App Store) können Autofahrer unter anderem Kraftstoff per App vom Auto aus bezahlen und sparen sich so den Weg in den Shop. Der Spritpreisvergleich der App führt Nutzer immer zur günstigsten Tankstelle in ihrer Nähe.

Im Rahmen der Kooperation mit Drivemotive wurde die App jetzt um eine Umkreissuche erweitert, mit der sich Autofahrer die nächstgelegene Werkstatt anzeigen sowie per App Kontakt aufnehmen und online Werkstatttermine vereinbaren können. Dabei greift die App nicht nur auf den Werkstattpool aus dem Carat-Netzwerk zu, sondern auf alle Werkstätten, die sich kostenlos bei Drivemotive (www.drivemotive.de) registriert haben. Mecanto betont, dass man die Drivemoti-

ve-Plattform unabhängig von der Carat-Gruppe betreibt und mit dem Service alle freien Werkstätten, selbst aus anderen Werkstatssystemen, anspricht.

### Alle Werkstätten können teilnehmen

Im Oktober 2019 startete Drivemotive mit einem Pilotprojekt im Bestandskundenbereich. Aktuell geht man den nächsten Schritt mit Fokus auf die Neukundengewinnung, plant aber bereits weitere Serviceangebote, wie verschiedene Marketingkampagnen für den Autofahrer. „Wir möchten als Drivemotive für den Autofahrer interessant sein, indem wir ihm Mehrwerte bieten. So können sie neben der bequemen Online-Terminvereinbarung an saisonalen und zukünftig auch anlassbezogenen Marketing-Aktionen teilnehmen“, sagt Projektleiterin Nicole Marker. Zum Beispiel im Fall einer anstehenden Inspektion oder bei geringem Batterieladestand könnten individuelle Angebote ausgespielt werden. So will man künftig gezielt auf individuelle Bedürfnisse des Autofahrers eingehen. Hier kommt das zweite Produkt des Partners Ryd ins Spiel. Die Ryd Box ist ein OBD2-Stecker (Dongle), der den Zugriff auf die Fahrzeugdaten ermöglicht. So kann die Werkstatt beispielsweise anstehende Service-Termine erinnern oder gleich ein komplettes Angebot schicken. „Ryd ist einer der ersten Partner aus dem B2C-Bereich, für den wir Schnittstellen eingerichtet haben, denn die Ryd Box ist schon am Markt. Langfristig möchten wir jedem Autofahrer, der bereits einen Dongle besitzt, die Möglichkeit geben, Drivemotive zu nutzen“, erklärt Nicole Marker. Dazu zählen auch Fahrzeuge, die mit einem OE-Dongle oder einem Telematiksystem ausgerichtet sind.

In letzterem Fall bezieht Drivemotive die Daten über Caruso. Die Datenplattform wird von den Herstellern mit Fahrzeugdaten beliefert. „An dieser Stelle muss

„Ryd ist einer der ersten Partner aus dem B2C-Bereich, für den wir eine Schnittstelle haben.“  
Nicole Marker, Drivemotive

man aber einräumen, dass noch nicht alle Fahrzeughersteller bereit sind, ihre Daten vollumfänglich zur Verfügung zu stellen. Deshalb befinden wir uns hier noch im Feldversuch, rein technisch können wir das aber darstellen“, so Nicole Marker. Man wartet noch auf eine Anpassung der Gesetzeslage, damit in Zukunft genügend OE-Daten bereitstehen. Dabei fokussiert Drivemotive sich nicht ausschließlich auf Dongle-Lösungen. Vielmehr geht es darum, allen Autofahrern individuelle Mehrwerte zu bieten – ob mit oder ohne Dongle. Denn das aktuelle Ziel ist die Neukundenzuführung zur Werkstatt, hierzu ist der Dongle nicht zwingend notwendig. Ist es über die Ryd-App zu einem erfolgreichen Kontakt zwischen Kunde und Werkstatt gekommen, kann diese natürlich im Zuge

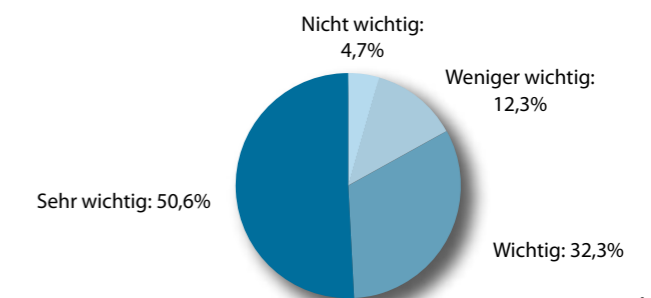
des Cross-Selling dem Kunden einen Dongle anbieten, etwa mit den Argumenten des direkten Kontakts und des unkomplizierten Zugriffs auf die Fahrzeugdaten. Eine automatisierte Teilebestellung aus der App heraus ist derzeit noch nicht möglich. Die Werkstatt kann aber anhand des Kundenauftrages, der vom Kunden über die App übermittelten Fahrzeugdaten sowie der Daten aus einem eventuell verbauten Dongle Teile bestellen, sodass sie bei Eintreffen des Kunden bereitliegen. Dazu ist zurzeit allerdings noch der herkömmliche Weg über Teilekataloge nötig. Langfristig will Drivemotive aber auch hier der Werkstatt eine Lösung bieten und so eine weitere Prozessoptimierung für die Teilnehmer des freien Marktes erreichen.

Dieter Vähröder |

### Das wünschen sich Autofahrer

Drivemotive und Ryd haben Autofahrer nach Ihrer Meinung befragt: Über 60 Prozent der Nutzer vereinbaren Termine heute noch telefonisch. 22,6 Prozent buchen Termine sogar noch persönlich und lediglich 14 Prozent nutzen bestehende Online-Terminvereinbarungstools. Dabei gaben fast 80 Prozent der Befragten an, dass sie eine Online-Terminvereinbarung nutzen würden, vorausgesetzt diese sei verfügbar. Auch der Preis spielt eine Rolle: Über 80 Prozent der Befragten gaben an, dass es ihnen wichtig bis sehr wichtig sei, vor der Terminvereinbarung den Preis zu kennen.

**Frage: Wie wichtig ist es Ihnen, vor der Terminvereinbarung einen Preis für den gebuchten Service zu erhalten?**



Quelle: Drivemotive