

**EDV** / In Zusammenarbeit mit dem Autohaus Mothor in Brandenburg wurde eine einfache, aber wirkungsvolle webbasierte Software für Provisionsabrechnung und Verkaufcontrolling entwickelt

# Auf einen **Klick**



**D**ass der Chef im Sinne seines Unternehmens denkt, ist selbstverständlich. Dass es die Verkäufer auch tun, schon nicht mehr ganz uneingeschränkt. Frank Motejat, einer der drei Geschäftsführer der Brandenburger Thormann-Gruppe (acht Autohäuser Skoda und Mitsubishi, 128 Mitarbeiter, davon 16 Verkäufer, ca. 1.000 NW/2.000 GW p.a.) suchte deshalb nach einer Softwarelösung, die die Verkäufer motiviert, betriebswirtschaftlich zu denken. Frank Motejat: „Das Verhältnis zwischen Verkäufer und Verkaufsleiter ist immer

von Emotionen geprägt. Uns war es daher wichtig, eine Softwarelösung zu finden, die dem Verkäufer seine Stärken und Schwächen neutral ohne Emotionen aufzeigt.“

Gemeinsam mit der Brandenburger Firma Atlas Informationssysteme GmbH wurde „Provision“ entwickelt – ein webbasiertes Tool, mit dem nicht nur die Verkäuferprovisionen berechnet werden können, sondern das zugleich zahlreiche Statistikfunktionen beinhaltet. In der Vergangenheit hatte man sich mit einer selbst gestrickten Excel-Lösung beholfen, die jedoch nicht zuverlässig und aussagekräftig genug war. Frank Motejat: „Was mich an Provision begeistert, ist vor allem, dass ich wirklich auswerten kann. Ich sehe beispielsweise mit wenigen Handgriffen: wie sind meine Standtage, wer hat mir die meisten Standtage verkauft, welche Margen hat er dabei erzielt usw. Ebenso sehe ich mit wenigen Mausklicks, von welchem Lieferanten wir welche Gewinne machen, wie die Qualität zugekaufter Fahrzeuge ist – ohne viel Verwaltungsaufwand. Dieser Statistikteil ist für uns enorm wichtig, um zu sehen, was dem Betrieb et- was bringt und was nicht.“

**Verkaufsleiter  
Erik Markwart**

## PROVISION

- Provisions- und Statistik-Tool für leistungsgerechte und transparente Entlohnung, fördert betriebswirtschaftliches Denken durch finanziellen Anreiz
- Das System berücksichtigt zum Beispiel Faktoren wie Standtage, Unterteilung nach Kundengruppen, Finanzdienstleistungen, Kundenzufriedenheit, Zubehör, Wiederholungskäufe
- Berücksichtigung von Zielvorgaben (zum Beispiel Stückzahlen, Marken, Zubehörumsätze, Finanzdienstleistungen etc.), Grad der Erfüllung für jeden Verkäufer per Mausklick erkennbar
- Statistikfunktionen – zum Beispiel Gewinn pro Verkäufer/Marke/Betrieb, Auswertung der Qualität der Geschäfte nach Lieferanten, Kundengruppen, Typen, Marken etc.
- Zeitersparnis durch automatisierte Monatsabrechnungen
- höhere Planungssicherheit für Jahreszielvereinbarungen
- internetbasiert, daher keine Installation erforderlich, keine Zusatzkosten für Administration, passwortgeschützter Zugriff standortunabhängig von jedem PC mit Internetanschluss möglich
- Kosten: monatliche Nutzungspauschale, pro Filialbetrieb 69,90 Euro (zzgl. MwSt.)
- mehr Informationen und Test-Zugang:
- Atlas Informationssysteme GmbH  
Carl-Reichstein-Str. 9,  
14770 Brandenburg a. d. Havel  
Wolfgang Weiße, Tel. 0 33 81 / 5 29 30,  
Fax 0 33 81 / 52 93 19  
www.myprovision.de; Mail:  
info@myprovision.de
- Autohaus Mothor,  
Frank Motejat, Tel. 0 33 81 / 33 55 14

Motejat nutzt sein Provisionssystem auch, um die Verkäufer zu motivieren, strategisch zu denken. Als Beispiel nennt er den Bereich Finanzdienstleistungen. „Es ist erwiesen, dass Kunden, die ihr Fahrzeug über eine so genannte Restwert- oder Ballon-Finanzierung finanzieren, deutlich früher geneigt sind, ein neues Fahrzeug zu kaufen als bei



einer „normalen“ Finanzierung. Um die Verkäufer zu motivieren, mehr solcher Kredite zu verkaufen, verprovisionieren wir diese besonders.“ Über die Jahre betrachtet habe sich der Bereich der Finanzdienstleistungen damit sehr positiv entwickelt. Ähnlich verhält es sich mit Gebrauchtwagen-garantien etc., an denen, so Motejat, das Autohaus zwar nicht unmittelbar verdient, die aber strategisch betrachtet ein Mittel zur Kundenbindung sind und somit auch provisioniert werden.

Das Programm ist ebenso flexibel wie Motejats Provisionssystem und kann entsprechend der Erfordernisse angepasst werden. Frank Motejat: „So kann ich beispielsweise kurzfristig reagieren, wenn ich Langsteher abverkaufen will.“ Die Parameter können unkompliziert hinterlegt werden und werden sofort berücksichtigt. Wolfgang Weiße, Atlas Informationssysteme: „Der Verkäufer kann bereits vor Abschluss des Geschäftes die Daten eingeben und seine Provision berechnen. So sieht er von

vornherein, wo zusätzliche Verdienstpote-ziale für ihn und das Unternehmen liegen.“

### Statistikfunktionen

Entscheidend für Frank Motejat ist auch, dass er einen Überblick über den aktuellen Stand der Geschäfte hat. „Ich muss nicht abwarten, bis die BWA des abgelaufenen Monats vorliegt, sondern kann sofort sehen, worauf wir achten müssen.“ Zudem ermöglicht das Programm Auswertungen nach allen nur denkbaren Parametern – eine hervorragende Basis für Gespräche mit Mitar-beitern, Großhändlern und nicht zuletzt mit dem Hersteller, zum Beispiel hinsichtlich der Jahreszielvereinbarung.

Das Programm ist bewusst einfach ge-halten. Frank Motejat: „Die Eingabe der Da-ten erfolgt zum Teil manuell – der Aufwand dafür hält sich jedoch in Grenzen. Zudem hat der Verkäufer dadurch die Möglichkeit, das Geschäft noch einmal genau nachzuvoll-ziehen.“ Damit, so Motejat, werde sowohl das Bewusstsein für betriebswirtschaftli-



**Wolfgang Weiße, Atlas Informationssysteme (l.), und Frank Motejat, Geschäftsführer Autohaus Mothor, Brandenburg**

che Zusammenhänge gefördert als auch Konfliktpotenzial minimiert.

Zeit spart Motejat trotzdem – die gesam-ten Provisionsabrechnungen werden von Verkaufsleiter Erik Markwart nach Kon-trolle freigegeben – und per E-Mail an die Buchhaltung übergeben, ohne dass zusätz-licher Verwaltungsaufwand entsteht. ■