

Bild: CP Finance Suite/CP Corporate Planning A.G. Hamburg



Finance-Suite von CP bietet den Nutzern umfangreiche und flexibel auswertbare Informationen.

**CONTROLLING IM AUTOHAUS**

# Erfolge planen

Der markengebundene Automobilhandel unterliegt seit Jahren einem enormen Wandlungsprozess. Um in diesem bestehen zu können, ist ein effektives Controlling sehr wichtig. Dabei können Kfz-Betriebe auf digitale Hilfe zurückgreifen.

Das Autohausgeschäft ist ein kapitalintensives Geschäft. Die zumeist herstellergetriebenen Investitionen, die Fixkosten und das Bestandsmanagement bergen ein hohes Risiko für jeden Unternehmer. Die Unternehmensrenditen im Automobilhandel sind zwar in den letzten zwei bis drei Jahren stetig gestiegen, befinden sich aber immer noch auf niedrigem Niveau. Autohausmanager müssen daher immer im Auge behalten, wie sich die Kosten entwickeln und entsprechend die Liquidität steuern. Dafür reicht es meist nicht, sich nur die monatliche betriebswirtschaftliche Auswertung (BWA) anzusehen. Ob ein Unternehmen erfolgreich wirtschaftet, zeigt sich letztendlich erst in der Bilanz und dem ROI (Return on Investment),

also der Gesamtkapitalrentabilität. Mehrmarkenhändler und Autohausgruppen müssen dafür jede Marke, jeden Standort sowie konsolidiert die Gruppe betrachten, da sie sonst nicht früh genug erkennen können, ob Handlungsbedarf hinsichtlich der einzelnen Marken oder Standorte vorliegt.

Dafür benötigen die Autohäuser und besonders die Autohausgruppen ein strukturiertes Controlling, mit dem sich allerdings viele Unternehmen schwertun. Die Gründe dafür sind vielfältig – sie reichen von einer skeptischen Grundhaltung bezüglich einer solchen betriebswirtschaftlichen Herangehensweise bis hin zum Fehlen qualifizierter Mitarbeiter, die dies im Tagesgeschäft umsetzen sollen. Jedoch steigt auch für Automobilhandlungs-

unternehmen, die strategisch gut positioniert sind, die Gefahr, dass sie auf die sich ändernden Rahmenbedingungen nicht angemessen reagieren können. Um diesen gestiegenen Anforderungen gerecht zu werden, gibt es inzwischen Programme, mit denen die Unternehmen ihr Controlling präzisieren und standardisieren können.

**Modernes Controlling im digitalen Zeitalter**

Auch die Pappas-Gruppe, ein österreichisches Automobilhandels- und -serviceunternehmen, das in Österreich, Ungarn und Deutschland sowie seit Juli 2017 auch in Bulgarien tätig ist, sah diese Gefahr und hat sich strategisch neu aufgestellt. Mit über 40 Standorten in Österreich, Ungarn, Bul-

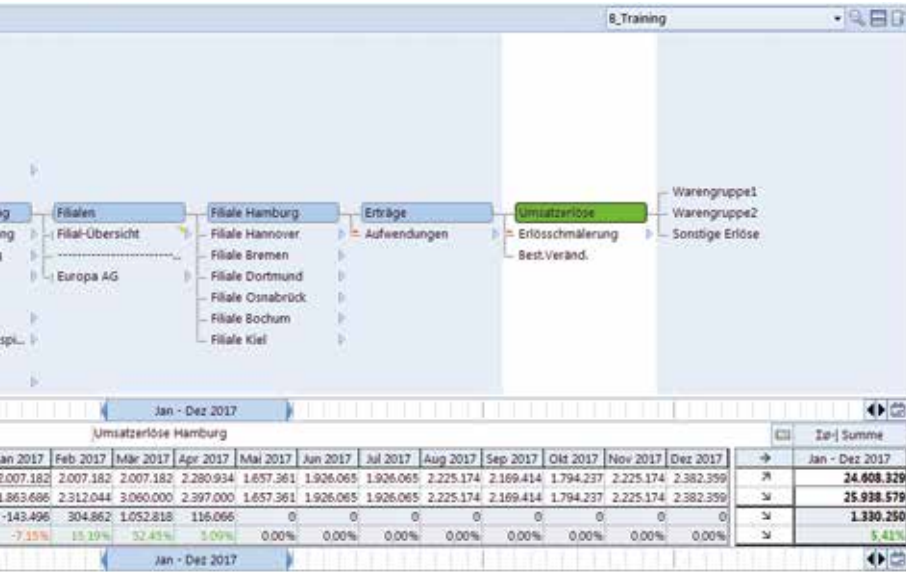


Bild: CP Finance Suite/CP Corporate Planning AG, Hamburg

Die Daten lassen sich detailliert auf Filial- oder Markenebene herunterbrechen.

garien und Deutschland, mehr als 2.700 Mitarbeitern und zwölf Pkw- und acht Nfz-Marken zählt Pappas mit zu den größten mitteleuropäischen Automobilhandelsgruppen.

Im Mai 2017 hat Pappas anstelle der bisherigen Spartenorganisation nunmehr zentrale Markenverantwortliche etabliert und den lokalen Gesellschaften mehr Verantwortung übertragen. Gleichzeitig erneuerte Pappas das Controlling für die gesamte Gruppe, das nunmehr praktikablere Führungs- und Steuerungsmittel bietet.

Die bisherige Unternehmenssteuerung basierte auf eher statisch ausgelegten Planungen und Berichtsstrukturen. Herzstück des neuen Controllings ist die Finance Suite der CP Corporate Planning AG, Hamburg (www.corporate-planning.com). Ergänzt wird diese zukünftig noch um die CP Sales Suite, mit der das Unternehmen detailliert Leistung planen und steuern kann. Jan Brandt, Transformation Manager und Interims-CIO der Pappas-Gruppe, erläutert: „Dynamische Leistungs- und Finanzplanungen, Business-Intelligence-basierte (BI) Szenariensimulationen und vielfältige Reportansätze geben uns die Möglichkeit, Zusammenhänge schnell zu erkennen und die Auswirkungen von Entscheidungen abzuschätzen.“

Ein modernes Controlling muss heute vielfältige Anforderungen erfüllen. Mit seiner Hilfe können Manager nicht nur ein Unternehmen aktiv steuern, sondern auch sichtbar machen, wie hoch der Grad der Wertschöpfung ist. Das Controlling nimmt Planungs-, Koordinations- und Kontrollaufgaben wahr und versorgt die Unternehmensführung mit den notwendigen Instrumenten und Informationen, die sie benötigt, um das Unternehmen steuern zu können. Hierbei muss man zwischen operativem und strategischem Controlling unterscheiden: Beim operativen Controlling geht es vor allem darum, Wirtschaftlichkeit, Rentabilität sowie Liquidität des Unternehmens zu steuern, um so alle Potenziale für den wirtschaftlichen Erfolg zu nutzen. Das strategische Controlling setzt hingegen auf Analysen des Marktumfelds und unternehmensinterne und -externe Risikobewertungen, um zukünftige Chancen zu identifizieren und vor schlechenden Fehlentwicklungen zu warnen.

**Relevante Unternehmenskennzahlen sichtbar machen**

Eine wesentliche Rolle im modernen Unternehmensmanagement spielt dabei die Balanced Score Card (BSC, englisch für ausgewogene Berichtsbogen). Sie gilt als ein Verbindungsglied zwischen Strategiefindung und -umsetzung. BSC bietet Leistungskennzahlen

wie z. B. Absatzmengen, relativer Marktanteil u. a. und ergänzt dies mit kundenspezifischen Informationen, Mitarbeiter- und Organisationsdaten sowie Prozesskennzahlen und setzt diese in ein ausgewogenes Verhältnis zueinander. Daraus kann die Geschäftsführung strategische Handlungsempfehlungen ableiten, mit denen sie das operative Tagesgeschäft steuern kann.

Die Programme „CP Finance“ und „CP Sales“ hat der Hamburger Softwarespezialist speziell für die Anforderungen an ein modernes Vertriebs- und Finanz-Controlling entwickelt. Bei Pappas liegen nun alle Informationen an einem zentralen Speicherort vor. Dieses Prinzip des „Single Point of Truth“ sorgt für Überblick. Mehrfachdatensätze und fehleranfällige Datenpflegen gehören der Vergangenheit an. Ein Sachverhalt lässt sich nun nicht mehr unterschiedlich interpretieren.

Dem Controlling bei Pappas stehen mittels der neuen Programme umfangreiche Funktionen zur Verfügung, z. B. Abweichungsanalysen, ABC-Analyse, Break-Even-Betrachtungen, Drill-down-Möglichkeiten, Kennzahlenmanagement oder grafische und dynamische Reports. Je nach vergebenen Rechten können die Mitarbeiter Marken, Standorte, Geschäftsbereiche etc. miteinander vergleichen. Alle Funktionen sind flexibel ausgelegt und können nach Belieben verändert und erweitert werden. So kann man die zu betrachtenden Objekte, zugrunde liegenden Berechnungsebenen oder aber Zeiträume und Darstellungsarten variieren. Auch die vielen Möglichkeiten, Daten zu visualisieren, helfen den Mitarbeitern und dem Management von Pappas bei der täglichen Arbeit und stellen einen kontinuierlichen Informationsfluss sicher - unternehmensweit, markenspezifisch und standortbezogen.

ALEXANDER GUGG

**NOCH FRAGEN?**

Joachim von Maltzan, Ressortleiter



„Wer das Controlling in seinem Unternehmen schleifen lässt, spielt mit der Zukunft des Betriebs. Es lohnt sich, wenn man digitale Systeme implementiert, die das Management wirkungsvoll unterstützen können.“

☎ 0931/418-2751  
✉ Joachim.vonMaltzan@vogel.de