

Ständiges Wachstum

ELN – Jede Woche eröffnet derzeit ein neues „Mehrmarken Center“. Verkäufe und Flexibilität der Betriebe steigen damit.

VON DORIS PLATE

LESEN SIE HIER...

... welche Erfahrungen Betriebe mit dem im Herbst 2012 vorgestellten Konzept machen.

Eine neue Marke etabliert sich bei Deutschlands Autohäusern: „Mehrmarken Center“. Die blockige gelbe Schrift auf blauem Grund, ergänzt mit bunten Autosilhouetten und dem Slogan „Mehr Auto, mehr Nähe, mehr drin“ weht auf immer mehr Fahnen vor immer mehr Betrieben. Woche für Woche kommt ein neuer Partner dazu. Derzeit sind es bereits runde 80, die sich für die im Herbst 2012 vorgestellte Marke entschieden haben. Inhaber und Vertreter des geschützten Markenzeichens ist die S&S Internet Systeme GmbH aus Mönchengladbach. Für sie ist die neue Marke die konsequente Ausbaustufe ihrer B2B Einkaufsbörse ELN.de, die vor zehn Jahren gegründet wurde und heute rund 700 feste Teilnehmer hat.

Ganzheitliches Konzept

Während ELN.de als interne Marke für den Fahrzeug-Einkauf gilt, wendet sich die Ausbaustufe Mehrmarken Center (MMC) direkt an den Endkunden. Die neue Marke liefert damit eine Antwort auf einen Trend, der den Vertragshändlern und Servicebetrieben vor allem der kleineren Hersteller und Importeure schon seit Jahren Sorgen macht: Es ist die kontinuierlich abnehmende Markentreue zum Fabrikat, die schwindende Faszination des Autos an sich. Aufgrund der neuen Versachlichung kaufen die Kunden zunehmend nach momentanem Bedarf und Budget, ohne besondere Berücksichtigung der Marke. Was jedoch bleibt, ist die Treue zum Autohaus – sofern es dem Betrieb gelingt, die Kundenwünsche zu erfüllen.



Auch der frühere Mitsubishi-Händlerverbands-Präsident Ernst-Willi Busenius aus Meinerzhagen betreibt jetzt ein Mehrmarken Center.

Neue Perspektive

Hier setzt die S&S GmbH an, indem sie mit der Einkaufsbörse ELN.de und der Verkaufsmarke MMC ein komplettes Fahrzeughandelssystem bietet. Ein System, das vielen mittleren Familienbetrieben eine neue Zukunftsperspektive gibt. Tatsächlich berichten neue Partner immer wieder von dem Phänomen, dass nach Umgestaltung auf die neue Signalisation und Eröffnung als Mehrmarken Center die Fahrzeugverkäufe sprunghaft ansteigen. „Unsere Fahrzeugverkäufe konnten wir bereits um 50 Prozent steigern“, schreibt das Autohaus Geesdorf aus Bad Honningen. Und das Autohaus Hempel, Mitsubishi-Händler aus Schneeberg, berichtet: „Zirka 100 Gäste sind unserer Einladung zur MMC-Eröffnung nachgekommen. Wir konnten bereits in der ersten Woche zwei Fahrzeuge vermitteln und ausliefern. Auch der Neuwagenverkauf von Mitsubishi ist dadurch angestiegen.“

Einen Überblick, wo Kunden das jeweils nächstgelegene Mehrmarken Center finden, liefert Mehrmarkencenter.de bereits auf der Startseite. Wer mehr über Mindestanforderungen, Preise und Erfahrungen von Kollegen wissen will, wird auf der Unterseite „Händler-Infos“ fündig.

Gebietsschutz

„Wir halten niemand künstlich fest, sondern überzeugen durch Leistung“, schmunzelt Walter Schiel, Geschäftsführer der S&S GmbH. Er spielt damit auf die sehr liberalen Kündigungszeiten bei ELN an. Nach einer bis zu zweimonatigen kostenlosen Probezeit gibt es dort eine nur dreimonatige Mindestlaufzeit und anschließend die Kündigungsmöglichkeit von 14 Tagen zu jedem beliebigen Monatsende. Für Mehrmarken Center gelten hingegen Jahresverträge und Gebietschutz, um die Investitionen in die Signalisation zu schützen. ■