

»» Die „Mehrmarken Center“ etablieren sich

80 Händler haben sich für die Handelsmarke „Mehrmarken Center“ entschieden – und jede Woche komme ein neuer Betrieb dazu, freut sich Walter Schiel, Geschäftsführer der S&S Internet Systeme GmbH in Mönchengladbach. Das Unternehmen

hat vor zehn Jahren die Einkaufsbörse ELN.de gegründet und im Herbst 2012 das Handelskonzept „Mehrmarken Center“ (MMC) aus der Taufe gehoben. Die neue Marke soll der schwindenden Markentreue zum Autohersteller entgegenwirken. Viele Kun-

den würden, so Schiel, ihr Auto nach Budget kaufen. Mit der Einkaufsbörse ELN.de und der Verkaufsmarke MMC bietet S&S ein Fahrzeughandelssystem, das mittelgroßen Familienbetrieben eine Zukunftsperspektive bieten soll. Tatsächlich berichten neue Partner immer wieder davon, dass nach Umgestaltung auf die neue Signalisation und nach Eröffnung als Mehrmarken-Center die Fahrzeugverkäufe sprunghaft ansteigen. Das Autohaus Geesdorf aus Bad Hönningen beispielsweise konnte seine Fahrzeugverkäufe um 50 Prozent steigern. Das Mitsubishi-Autohaus Hempel in Schneeberg

konnte gleich in der ersten Woche nach der MMC-Eröffnung zwei Fahrzeuge vermitteln und ausliefern – und kurbelte gleichzeitig den Verkauf von Mitsubishi-Neufahrzeugen an. Auf Mehrmarkencenter.de sind alle Partnerbetriebe verzeichnet. Unter der Rubrik „Händler-Infos“ sind Mindestanforderungen und Preise zu finden. Interessenten können ELN.de zwei Monate lang kostenlos testen. Die Mindestlaufzeit beträgt drei Monate, die Kündigungsfrist 14 Tage zum Monatsende. Für Mehrmarken-Center hingegen gelten Jahresverträge und Gebietsschutz, um die Investitionen in die Signalisation zu schützen.



Foto: S&S Internet-Systeme

Für das Handelskonzept Mehrmarken Center haben sich binnen eines Jahres 80 Partnerbetriebe entschieden.