

ELN-Jahrestagung

Gemeinsam mit seinen Wiederverkäufern, den Fahrzeugeinspeisern und den Kooperationspartnern hat ELN im Hotel Fire & Ice an der Neusser Skihalle getagt. Es konnten doppelt so viele Besucher verzeichnet werden wie letztes Jahr. Ganz neu dabei waren in diesem Jahr neben den neuen Kooperationspartnern Bank11 mit attraktiven Konditionen für ELN-Teilnehmer, der HERMANN Fachversand und die Werbeagentur van Loon Kommunikation aus Essen auch das neue Mitglied der Geschäftsleitung der S&S, Uwe Buchmann. Seine Aufgabe ab 1. März 2014 wird sein, den weiteren Ausbau des Systems bei S&S zu unterstützen. „Ich bin von der Fahrzeug-Handelsmarke „Mehrmarkencenter (MMC) überzeugt und sehe im dynamischen Wachstum dieser Marke eine große Herausforderung“.

Auf der Tagung hat Buchmann, das ehemalige Vorstandsmitglied im Mazda-Händlerverband zum Thema Werbung im Autohaus einen Vortrag gehalten, der bei den Teilnehmern auf eine gute Resonanz stieß.

Insgesamt war die Resonanz auf die Jahrestagung hervorragend, so der S&S-Geschäftsführer Walter Schiel, der nicht nur 5 neue Partner auf der Tagung für das MMC-Konzept gewinnen konnte, sondern auch die bestehenden Partnerschaften festigen konnte.

Entwicklung Mehrmarken Center

Die Verkaufsmarke für Mehrmarkenhandel + Mehrmarkenreparatur findet immer mehr Freunde. Für das Mehrmarken Center hatten sich bisher im Wochenrhythmus Unternehmer entschieden, doch seit Februar 2014 hat sich die Schlagzahl erhöht: 7 Teilnehmer bis zur Tagung und 5 auf der Tagung. Damit rückt die Teilnehmerzahl 100 ganz nah.

Für die Teilnehmer ist das MMC ein guter Türöffner, denn die Fahrzeugverkäufe steigen nachweislich nach Vertragsabschluss und Signalisation als Mehrmarkencenter. „Unsere Fahrzeugverkäufe konnten wir bereits um 50 % steigern“, sagt das Autohaus Geesdorf aus Bad Hönningen. „Vielen Kunden fiel ein Stein vom Herzen nach unserer Eröffnung. So können

sie uns weiterhin die Treue halten, auch wenn sie in unserer Mitsubishi-Palette nicht Passendes finden können.“

Das System verbindet die Vorteile des Internets auf der Einkaufsseite mit den Chancen der persönlichen Beratung und des unmittelbaren Verkaufs an die gewachsene Kundschaft in der Region. „Natürlich sucht der Kunde auch Fahrzeuge, die wir nicht auf dem Hof stehen haben“, erläutert Hondahändler Gerhard aus Olpe, „dann gehen wir mit dem Kunden an den Rechner und suchen genau nach seinen Wünschen das passende Auto aus. Wir machen dem Kunden klar, das ist zwar Internet, aber wir sind der Ansprechpartner mit allen Stärken und allen rechtlichen Gewährleistungsansprüchen.“ Das zieht. Für den Kunden ist es kein Problem, dass ein Mehrmarkenhändler seine Autos über spezielle Quellen im Internet besorgt. Für ihn zählt, dass er das Auto zu einem attraktiven Preis dort kaufen kann, wo er es im Fall des Falles zur Wartung oder Reparatur auch wieder hinbringen kann.

Informationen über Mindestanforderungen, Preise und Erfahrungen von Kollegen über die Webseite www.Mehrmarkencenter.de



Auf der ELN Jahrestagung waren rund 140 Wiederverkäufer und 16 Anbieter aus ganz Deutschland.

„Meine Motivation war, die Großhändler persönlich kennenzulernen. Das hat sich gelohnt, ich bin mit vielen netten Leuten ins Gespräch gekommen“, so Autoteam Schauffelberger aus Heidenheim.

„Wir haben jetzt richtig Lust bekommen, viele Autos zu verkaufen. Ich gratuliere Herrn Schiel und allen Mitarbeitern zu einer gelungenen Tagung und einem tollen MMC Konzept“, so Autohaus Stieber GmbH, aus Stuttgart.