

Der Wunschauto-Spezialist

„WIR WOLLEN LOCAL HEROES“

Das Fahrzeugportal ELN.de weitet seine Services aus. Neu sind die Marke Wunschauto-Spezialist und eine Qualitätsoffensive.

» Ende Februar haben Sie die Marke Wunschauto-Spezialist vorgestellt. Wie unterscheidet sie sich von der ELN-Marke Mehrmarken-Center?

Uwe Buchmann: Wunschauto-Spezialist umfasst nicht das komplette Serviceangebot, das wir den Mehrmarken-Center-Partnern anbieten. Vielmehr bietet es dem Handel eine Ergänzung zu dem Fabrikat, das sie verkaufen, beziehungsweise zu der Werkstattkette, der

sie angehören. Daher bieten wir die Signalisation für den Wunschauto-Spezialisten in vier Grundfarben an, aus denen jeder auswählen kann. Beide Konzepte haben den vollen Zugriff auf das Portal. Beim Mehrmarken-Center erwarten wir von den Partnern, dass sie sowohl Vertrieb als auch Meisterservice bieten können. Dafür sichern wir ihnen Gebietsschutz zu. Der Wunschauto-Spezialist muss dies nicht haben. Die Anforderung an den Betrieb ist ein ordentliches und zeitgemäßes Erscheinungsbild.

» Wie viele Wunschauto-Spezialisten möchten Sie in diesem Jahr gewinnen?

Wir hätten gerne 50 Partner.

» Sie erwarten von Ihren Partnern eine verlässliche Fahrzeugqualität. Wie garantieren Sie diese?

Bei 30.000 Fahrzeugen im Angebot können wir nur stichpunktartig die Großhändler prüfen. Aber wenn sich ein Händler bei uns beschwert, werden wir sofort aktiv. Das geht sogar soweit, dass wir uns von Großhändlern trennen.

» Das Leistungsangebot von ELN deckt fast jedes Bedürfnis eines Händlers ab. Haben Sie für dieses Jahr noch etwas in petto?

Bei den Mehrmarken-Centern starten wir eine

Qualitätsoffensive. Einige Partner setzen die Signalisation nicht wie gewünscht um. Wir werden deutlich machen, dass dies sehr wohl ein Ausschlusskriterium sein wird.

» Welche Kriterien legen Sie noch an?

In den neuen Verträgen ist eine Werbeverpflichtung verankert. Wir haben ein CI-Handbuch für Mehrmarken-Center erstellt – für den Wunschauto-Spezialisten wird es ein Pendant geben. In einem Webshop bekommt er alles, was er an Werbematerialien, Prospekten, Online-Bannern etc. braucht, um sich einen Namen als Mehrmarkenspezialist zu machen. Erfahrungsgemäß dauert dies drei bis vier Jahre. Wenn er aktiv bei uns mitmacht, verkürzen wir diese Zeitspanne auf ein Jahr.

» Bekommen die Partner, die die Kriterien nicht erfüllen, gleich die Kündigung?

Nein, sie können innerhalb einer bestimmten Frist nachbessern. Unser Ziel ist, dass sich die Mehrmarken-Center als „local hero“ für den Fahrzeughandel positionieren. Auf diese Weise können sie sich als Spezialisten für den Firmen- und Familienfuhrpark beweisen. Diesen Begriff haben wir geprägt, weil er verdeutlicht, dass ein Mehrmarken-Center oder Wunschauto-Spezialist jeden automobilen Wunsch einer Familie über Generationen hinweg erfüllen kann.

DAS GESPRÄCH FÜHRTE SILVIA LULEI



Foto: Stefan Bausewein

Zur Person

Uwe Buchmann ist seit 2014 Mitglied der Geschäftsführung von S&S Internet Systeme in Mönchengladbach. S&S betreibt die Fahrzeugbörse ELN.de und das Konzept „Mehrmarken-Center“. Zuvor war der Betriebswirt vier Jahre Mitglied der Geschäftsführung und Verkaufsleiter eines Autohauses, das die Marken Ford, Mazda und Suzuki vertrieb. In diesem Zusammenhang war Buchmann auch im Präsidium des Mazda-Händlerverbands aktiv.