

Nov. 2012

Mehrmarkencenter

„DIE MARKE VERSTEHT JEDER“

Die S&S Internetsysteme GmbH baut die Börse ELN zum Handelssystem „Mehrmarkencenter“ aus.

Nicht jedes Autohaus kann 15.000 Fahrzeuge anbieten – und ein mittelständischer freier Händler meistens schon gar nicht. Doch als „Mehrmarkencenter“ könnte er auf den großen Fahrzeugpool der Vermittlerbörse ELN zugreifen und seinen Kunden Fahrzeuge aller Marken anbieten.

„Das ‚Mehrmarkencenter‘ ist die Ausbaustufe unserer Einkaufsbörse ELN zu einem umfassenden Fahrzeughandelssystem“, erklärt Walter Schiel, Geschäftsführer der S&S Internet Systeme GmbH. Die Fahrzeugbörse ELN sei bislang das Tool für die Händler gewesen, um günstig Neu- und Gebrauchtfahrzeuge zuzukaufen zu können.

Mit den Mehrmarkencentern will der Fahrzeugvermittler nun direkt an die Endkunden herantreten und ihnen auf den ersten Blick verständlich machen, dass der teilnehmende Autohändler alle Marken anbieten kann. „Viele Kunden kaufen Fahrzeuge nach ihrem Bedarf, nicht nach einer bestimmten Marke“, so Schiel. Und genau hier greife das Konzept des Mehrmarkencenters.

Als Hauptzielgruppe definiert der Geschäftsführer die rund 20.000 freien Betriebe in Deutschland, die ihr Portfolio mit dem Mehrmarkencenter



Foto: Vera Scheid

Walter Schiel: „Das Mehrmarkencenter ist ein wichtiges Kundenbindungselement.“

erweitern können. Die Mindestanforderungen an die teilnehmenden Betriebe seien eine Meisterwerkstatt mit Mehrmarkenreparatur und zwei Hebebühnen, ein guter Service sowie vier Mitarbeiter. Bei einem Besuch vor Ort prüft Schiel diese Kriterien: „Erst dann nehmen wir den Händler in unser System auf.“

Die Vorteile für die teilnehmenden Händler sieht Schiel vor allem im Fahrzeugangebot. Der Pool, auf den die Center zugreifen können, umfasst ständig rund 15.000 Fahrzeuge. Darunter sind zirka 10.000 Neuwagen, die über das europäische Ausland oder von deutschen Händlern bezogen werden, so

Händler müsse ein Geschick dafür entwickeln, Fahrzeuge zu verkaufen, die nicht auf seinem Hof stehen. Doch das sei für viele Partner kein Problem. Einige würden den Fahrzeugverkauf nur als Zusatzangebot für ihre Kunden ansehen, andere hätten ihn bereits professionalisiert.

Derzeit würden monatlich insgesamt rund 1.400 bis 1.500 Fahrzeuge verkauft. „Wir könnten uns vorstellen, ein Netz mit rund 1.000 Partnern aufzubauen“, erläutert Schiel das langfristige Ziel. Bislang gebe es 60 Interessenten für das Mehrmarkencenter; für das erste Jahr erwartet Schiel, dass rund 200 Betriebe das Konzept übernehmen. Zurzeit besucht er

die ersten Betriebe, die noch 2012 umgestellt werden sollen: „Im Frühjahr 2013 werden wir die ersten offiziellen Eröffnungen feiern.“

Entscheidet sich ein Händler für das Angebot, zahlt er einmalig 2.300 Euro. Danach wird ein monatlicher Beitrag von 150 Euro fällig.

Die Händler würden besonders den Gebietsschutz schätzen: „Wir sichern Mehrmarkencentern ein ausreichend großes Gebiet zu, in das kein anderes Center eindringen kann.“

VERA SCHEID



Von der Homepage werden die Kunden direkt zu den Händlern vor Ort geleitet.

Foto: S&S Internet Systeme GmbH

wie rund 5.000 Lagerfahrzeuge.

„Wenn ein Händler gut kalkuliert, kann er an einem Fahrzeug zwischen 600 und 3.000 Euro verdienen“, so Schiel. Der