

Jubiläum

Share | 24.09.2013



Im Oktober 2012 wurde als Ausbaustufe von ELN die Marke "Mehrmarken Center" erstmals der Öffentlichkeit präsentiert. Inzwischen gibt es 70 MMC-Partner, die alle Gebietsschutz bekommen.

Zehn Jahre ELN

Vor zehn Jahren wurde das B2B-Autohandelssystem ELN gegründet. Vorausgegangen war die Gründung einer Spezialbörse für EU-Neuwagen (Februar 1997) und deren Erweiterung als Euro-Car-Market (ECM). Da auf dieser Börse nur Händlerangebote zugelassen waren, hatte die S&S Internet Systeme GmbH als Betreibergesellschaft engen Kontakt zu Importhändlern. So wurde also ELN als Eurocar Logistik Netz entwickelt und im September 2003 der Branche vorgestellt. Ziel: Der Wiederverkäufer soll die ELN-Angebote auf seiner eigenen Homepage zum selbst kalkulierten Endkundenpreis anbieten können, erinnert sich Walter Schiel, Geschäftsführer der S&S Internet Systeme GmbH.

Zehn Großhändler sorgten zunächst für Angebote, überwiegend Bestellbeispiele. Der Anteil der Lagerfahrzeuge konnte erst über die Jahre hinweg auf nunmehr rund 50 Prozent gesteigert werden. Ähnlich

verhielt es sich mit den Kalkulationsmöglichkeiten für die Wiederverkäufer. Sie bezog sich zunächst nur auf Hersteller und Baureihe. Bald aber ging man auf Händlerwunsch dazu über, eine nach Preisgruppen differenzierte Kalkulation anzubieten.

ELN heute

Heute bietet ELN Händlern rund 13.500 Lagerfahrzeuge und annähernd 12.000 EU-Bestellangebote, sagt Schiel. Dazu kämen weitere etwa 6.000 deutsche Bestellangebote, die nicht in die automatische Zählung eingingen, weil sie nicht als Preis- sondern als Rabattangebote erscheinen würden. Zudem seien die Rabatte je nach Endkunden variabel. So bietet ELN alles in allem mehr als 30.000 Angebote und versetzt den Wiederverkäufer in die Lage, nie wieder einen Kunden wegschicken zu müssen, nur weil er dessen Wunschauto nicht liefern könne, so Schiel weiter. Aktuell zähle die Plattform annähernd 700 Wiederverkäufer und nahezu 60 anbietende Großhändler.

Ausbaustufe: Mehrmarken Center

Im Oktober 2012 wurde als Ausbaustufe von ELN die Marke "Mehrmarken Center" (MMC) erstmals der Öffentlichkeit präsentiert. Inzwischen gibt es laut Schiel 70 MMC-Partner, die alle Gebietsschutz bekommen. "Wenn man sich den Händler in der Mitte vorstellt, dann hat er ELN im Rücken, seine Einkaufsquelle. Sie ist für ihn eine wichtige Marke, jedoch intern", erklärte Schiel auf Nachfrage von GW-trends. "Nach vorne, zum Endkunden hin, quasi im Schaufenster, hat er jetzt Mehrmarken Center als Marke für Mehrmarkenvertrieb. Hierzu gibt es Fahnen, Plakate, Großbanner, Beachflags, Radiospots und vieles mehr, bis hin zu MMC-Gummibärchen. Mehrmarken Center ist eine Marke, die jeder Kunde sofort versteht. Es ist die zeitgemäße Antwort auf das veränderte Kundenverhalten und schwindende Markentreue."

Ziel sei es zunächst, in Deutschland eine gute Abdeckung mit MMC zu bekommen. "Als nächstes ist zu überlegen, wie ein so erfolgreiches Modell auf unsere Nachbarländer übertragen werden kann", sagte der Unternehmer. (jko)