



Foto: Peter Mautisch/Maranso GmbH

Der Mehrmarkenhandel bietet die Chance, neue Kunden zu gewinnen und zusätzlich die Werkstattauslastung zu steigern.

### MEHRMARKENHANDEL

# Neue Partnerschaften

Vertriebs- und Mehrmarkenkonzepte, wie sie EGA, ELN, Delta und Autobund anbieten, sind für freie Händler und kleinere Autohäuser eine Alternative zum Markenvertrag. Auch Fachwerkstätten können mit Vertriebssystemen neue Kunden gewinnen.

**D**er Automobilhandel ist im Wandel. Gerade kleine Autohäuser können die vielfältigen und kostspieligen Anforderungen der Hersteller kaum mehr erfüllen. Umgekehrt setzen gerade die Premiumfabrikate immer öfter auf große und finanzstarke Autohandelsgruppen. Ihnen trauen sie zu, dass sie den Markt auch unter den zukünftigen Herausforderungen erfolgreich bearbeiten. Gerade die zunehmende Digitalisierung der Branche macht aus Sicht mancher Fabrikatsverantwortlicher ein flächendeckendes Netz mit kleinen Partnern auf dem Land überflüssig. Vertrags-

händler, die ihrer Marke viele Jahre treu gedient haben, verlieren dadurch ihren Handelsvertrag, werden zu Servicebetrieben herabgestuft oder kehren ihrer Marke gleich freiwillig den Rücken. Doch auch Autohäuser und Servicebetriebe, die als Einzelkämpfer ohne Markenvertrag auftreten, haben es schwer, am Markt zu bestehen. Die Loyalität der Kunden schwindet. Laut DAT-Report 2016 sind 83 Prozent der Autofahrer nicht mehr auf eine Marke festgelegt. Dennoch erwarten sie beim Besuch im Autohaus einen Ansprechpartner, der ihnen ganzheitliche Kauf- und Servicekonzepte anbietet.

Hier bieten Vertriebs- und Mehrmarkenkonzepte gerade kleinen Autohäusern eine gute Alternative. Mit der Einkaufsbörse ELN.de und dem Fahrzeughandelssystem „Mehrmarken Center“ (MMC) ermöglicht ELN freien Händlern und Servicebetrieben, in den Mehrmarkenhandel einzusteigen. So haben Teilnehmer des Systems die Möglichkeit, über ELN rund 40.000 Neu- und Jungwagen, Bestellfahrzeuge sowie Gebrauchtwagen zu beziehen und über ihre eigene Internetseite anzubieten. Neben diesen Großhändlerfahrzeugen können sich die 700 Wiederverkäufer über das neue Tool „Ex-

tra-Markt“ untereinander markenübergreifend vernetzen. Damit will ELN die Lücke zu den günstigeren und daher beliebten Gebrauchtwagen schließen. Eine weitere Neuheit ist die Kooperation mit Pro-Neuwagen. ELN-Partner können über die B2B-Einkaufsplattform und deren Fahrzeugkonfigurator nun Neuwagen von deutschen Vertragshändlern beziehen und an Kaufinteressenten vermitteln. Darüber hinaus bietet ELN seinen Händlern Verkaufunterstützung an, wie individualisierbare Werbevorlagen, einen voll integrierten Finanzierungsrechner und Schulungen. Angeschlossene Kooperationspartner offerieren den Händlern Einkaufsvorteile für Fahrzeugteile, Ausrüstung und Finanzdienstleistungen.

Rund 150 ELN-Teilnehmer positionieren sich inzwischen als Mehrmarken Center. Durch die einheitliche Signalisation und den Gebietsschutz können Betriebe mit einer Meisterwerkstatt und einer Ausstellungsfläche für Fahrzeuge als Mehrmarken-Autohaus auftreten. Laut einer Umfrage unter teilnehmenden Händlern verzeichnen sie mehr Fahrzeugverkäufe sowie eine höhere Werkstattauslastung.

### **Gemeinsam sind sie stark**

Ein anderes Mehrmarken-Vertriebsystem, bei dem die Gemeinschaft im Mittelpunkt steht, ist die Einkaufsgenossenschaft Automobile (EGA). Die Händler Thorsten Cordes und Wolfram Lambeck haben sie 2000 gegründet. Neben Einkaufsvorteilen bei über 60 Lieferanten kann der EGA-Partner auf rund 25.000 Autos permanent zugreifen. Ein Fünftel davon sind EU-Neufahrzeuge, der Rest Gebraucht- und Jahreswagen. Die EGA tritt dabei nicht selbst als Fahrzeuglieferant auf, sondern bündelt das Angebot vieler Großhändler und der Partner auf ihrer Plattform.

Das EGA-System bietet neben dem gemeinsamen Einkauf sowie dem Verkäufer- und Servicearbeitsplatz EGA-Net vielfältige Schulungen und Marketingunterstützung. Wie beim ELN-System können sich Händler auch als Mehrmarken-Autohaus präsentieren. Dafür bietet die EGA die Signalisation als „Alle Marken Autozentrum“ mit ausreichendem Gebietsschutz. „Mit den Marketingmaßnahmen für diese Marke gewinnt der Händler neue Kunden und kann seine Ertragslage deutlich verbessern“, erklärt EGA-Vorstand

Wolfram Lambeck. Neben den Schulungen ist bei den Partnern vor allem der Erfahrungsaustausch mit anderen Händlern beliebt. Der schnellste spürbare Nutzen für die EGA-Partner sind allerdings die Preisvorteile der Einkaufsgenossenschaft. Diese Leistung nutzen auch die meisten Händler. Lambeck empfiehlt seinen Partner jedoch, das gesamte EGA-Angebot wahrzunehmen: „Durch die hohe Bekanntheit und das Marketing steigt der Umsatz bereits im ersten Jahr um 20 Prozent.“

Das Mehrmarkenkonzept der Schweizer Delta-Automobilgruppe richtet sich in erster Linie an freie Servicebetriebe sowie Marken- und Systemwerkstätten, die ihr Unternehmen durch zusätzliche Fahrzeugverkäufe weiterentwickeln möchten. Dafür müssen sie das nötige technische Wissen und die Ausstattung mitbringen, um Service- und Wartungsarbeiten nach Herstellervorgaben ausführen zu können. Die meisten Mehrmarkenpartner von Delta sind daher vorwiegend Werkstätten, die Systempartner von Profi-Service, Autoexcellent, Auto Dienst, 1a Autoservice oder Auto-Fit sind. Jeder dritte Partner ist eine Markenwerkstatt. Dazu Christophe Laurent-Atthalin, Generaldirektor von Delta: „Wir suchen Partner, die aktiv, professionell und zugleich zeitsparend und rentabel Neufahrzeuge verkaufen möchten. Durch die neuen Kunden können sie zusätzliche Geschäfte und Werkstatteleistungen generieren.“ Seinen 125 Partnern bietet Delta zahlreiche Leistungen im Bereich Fahrzeugzukauf, Marketing sowie komplette Vertriebslösungen für den Verkauf von Neufahrzeugen. Nach Angaben von Laurent-Atthalin bietet das Unternehmen ausschließlich Neufahrzeuge von Markenhändlern an.

### **2.000 Lagerfahrzeuge geplant**

Bis Mitte des Jahres soll der Bestand an Lagerfahrzeugen auf 2.000 Stück steigen. Zusätzlich bietet Delta seinen Partnern konfigurierbare Neufahrzeuge von 30 Herstellermarken an. Mithilfe einer eigenen Logistik und eines integrierten Prüfzentrums werden die Fahrzeuge zulassungsfertig bei den Partnern angeliefert, die diese dann selbst fakturieren. Die Kundendaten verbleiben somit beim Händler. Um den Ankauf zahlreicher Fahrzeuge zu ermöglichen, offeriert Delta zudem finanzielle Unterstützung durch den eigenen bonitätsabhängigen Delta-

Kredit. Zahlungsziel ist erst fünf Arbeitstage nach Anlieferung der Fahrzeuge.

Als weiteren Vorteil einer Delta-Partnerschaft nennt Laurent-Atthalin die persönliche Betreuung durch seine Berater und eine zusätzliche Endkundenbetreuung durch die eigene Hotline. Damit zahlreiche Privatkunden auf das Fahrzeugangebot des Partners aufmerksam werden, sorgt Delta für eine starke Internetpräsenz mithilfe seiner Mehrmarken-Händlerseite und dem eigenen Mehrmarkenportal. Zusätzlich bietet Delta den Partnern eine personalisierte Mehrmarkenzeitung, die viermal im Jahr an alle Haushalte in der Region des Partners verteilt wird und laut Unternehmen für einen deutlichen Anstieg der Kundenanfragen sorgt.

Ein weiteres Mehrmarkensystem, das sich nur an Kfz-Meisterbetriebe wendet, ist der Autobund. Geschäftsführer Heiko Patzelt beziffert die Zahl seiner Partner auf 90, will aber bis 2018 auf rund 300 Partner wachsen. „Wir richten uns an markengebundene Servicebetriebe und freie Händler, die mit mehr Marken mehr Kunden bedienen wollen – und dadurch mehr Werkstattauslastung generieren und Geld verdienen möchten“, erklärt Patzelt. Autobund-Partner dürfen bargeldlos auf den Fahrzeugbestand von rund 1.000 Lagerfahrzeugen zugreifen, darunter 80 Prozent Neuwagen. Mit ihrer Mitgliedschaft gehen die Partner laut Patzelt keinerlei Kaufverpflichtungen ein. Der Händler kann das Fahrzeug bei Kundenreklamationen wieder zurückgeben. Zusätzlich unterstützt Auto-

bund seine Partner beim Marketing und Vertrieb ihrer Fahrzeuge. So können sie die Autos mit einem Klick bei den Fahrzeugbörsen Mobile.de und Autoscout einstellen und hoffentlich schnell verkaufen. **UDO SCHWICKAL**

**NOCH FRAGEN?**

**Udo Schwickal, Redakteur**



„Einzelkämpfer haben es im Autohandel immer schwerer. Wer keinen Markenvertriebsvertrag mehr hat, sollte sich Alternativen dazu suchen. Und die gibt es in verschiedensten Varianten.“

☎ **0931/418-2579**  
✉ **udo.schwickal@vogel.de**

	<b>Autobund</b>	<b>Delta</b>	<b>EGA</b>	<b>ELN</b>
<b>Anzahl Partner/ Teilnehmer</b>	80 Partnerbetriebe	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 125 Partner (einschließlich der Partner in der Schulungs- und Vorbereitungsphase)</li> <li>● Werkstätten der Systempartner Profi-Service, Autoexcellent, Auto Dienst, 1a Autoservice oder Auto-Fit</li> <li>● Servicehändler der Hersteller (ca. 30%)</li> </ul>	900 Partnerbetriebe	750 Teilnehmer auf der ELN-Börse, davon 50 Großhändler (Anbieter) und 700 Wiederverkäufer. Diese setzen sich aus etwa 150 „Mehrmarken Centern“ (Ausbaustufe mit eingetragener Verkaufsmarke) und 20 „Wunschauto Spezialisten“ (alternative Ausbaustufe) zusammen.
<b>Voraussetzungen</b>	Kfz-Meisterbetrieb	<ul style="list-style-type: none"> <li>● freie, markenungebundene Kfz-Meisterwerkstatt, die Service- und Wartungsarbeiten nach Herstellervorgaben ausführen kann</li> </ul>	unterschiedlich, je nach Kooperationsstufe	Als Fahrzeughandelssystem für Kfz-Meisterwerkstätten und Autohäuser benötigen Teilnehmer entsprechende Betriebsgebäude.
<b>Zielgruppe</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● markengebundene Servicebetriebe</li> <li>● freie Händler</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● freier Werkstattbetrieb</li> <li>● Servicepartner eines Fabrikats</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● freie und Markenhändler</li> <li>● mittelständische und inhabergeführte Autohäuser</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Servicepartner eines Fabrikats</li> <li>● Vertriebspartner kleinerer Marken</li> <li>● Mehrmarkencenter: große Händler mit Filialen</li> </ul>
<b>Vorteile/Leistungen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Zugriff auf markenübergreifendes Fahrzeugsortiment und rund 1.000 Lagerfahrzeuge</li> <li>● Vertrieb ohne finanzielles Risiko</li> <li>● keine Kaufverpflichtung, kein Abnahmezwang</li> <li>● Marketingunterstützung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Angebote von rund 30 Herstellermarken</li> <li>● europaweites Lieferantennetzwerk von Markenhändlern</li> <li>● konfigurierbare Neufahrzeuge und kurzfristig lieferbare Lagerfahrzeuge</li> <li>● persönliche Betreuung durch Berater und Endkundenbetreuung durch eigene Hotline</li> <li>● starke Internetpräsenz durch Mehrmarken-Händlerseite und Mehrmarkenportal – Kundenanfragen werden bereits im Händlernamen erstellt und qualifiziert</li> <li>● finanzielle Unterstützung durch Delta-Kredit (bonitätsabhängig)</li> <li>● Gebrauchtwagenmanagement</li> <li>● integriertes, webbasiertes Dokumenten-Management-System</li> <li>● schlüsselfertige Vertriebslösung für den Verkauf von Neufahrzeugen</li> <li>● betriebswirtschaftliche Beratung durch einen persönlichen Ansprechpartner</li> <li>● Schulungen</li> <li>● webbasiertes Dealer-Management-System (DMS)</li> <li>● Qualifizierung der Angebotsanfragen durch Callcenter (B2C)</li> <li>● zulassungsfertige Anlieferung der Fahrzeuge beim Partner</li> <li>● personalisierter Mehrmarken-Internetauftritt</li> <li>● Marketingmaterial</li> <li>● Gebrauchtwagenmanagement</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Zugriff auf ca. 25.000 Autos</li> <li>● Einkaufsvorteile bei über 60 Lieferanten</li> <li>● EDV-Systeme, EGA-Net</li> <li>● eingetragene Marke „Alle Marken Autozentrum“</li> <li>● Schulungen und Erfahrungsaustausch</li> <li>● Marketingunterstützung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Zugriff auf rund 40.000 Fahrzeuge</li> <li>● schnelle Kalkulation und einfaches Einstellen der ausgewählten Fahrzeuge als Angebote auf der eigenen Webseite</li> <li>● Einkaufsvorteile durch Kooperationspartner</li> <li>● Verkaufunterstützung durch individualisierbare Prospektwerbung und Flyer</li> <li>● Werbe- und Textvorlagen</li> <li>● eingetragene Verkaufsmarke „Mehrmarken Center“ mit Gebietsschutz</li> <li>● alternative Verkaufsmarke „Ihr Wunschauto Spezialist“ mit flexibler Anpassung an die CI des Betriebs</li> <li>● Finanzierungsrechner</li> <li>● Garantieverlängerung über GSG</li> <li>● Finanzierungen über Bank 11</li> <li>● Schulungen und jährliche Händlertagung</li> </ul>
<b>Fahrzeugbestand</b>	Rund 1.000 Lagerfahrzeuge, davon ca. 80% Neuwagen und 20% Gebrauchtwagen	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ab Mitte 2016 rund 2.000 Neufahrzeuge als kurzfristig lieferbare Lagerfahrzeuge</li> <li>● konfigurierbare Fahrzeuge</li> </ul>		Rund 40.000 Fahrzeuge, davon 18.000 Lagerfahrzeuge, meist Jungwagen, 10.000 EU-Neuwagen (konfigurierbare Bestellangebote), 6.000 deutsche, konfigurierbare Bestellangebote, 4.000 Fahrzeuge im Vorlauf
<b>Webseite</b>	<a href="http://www.autobund.de">www.autobund.de</a>	<a href="http://www.delta-car.ch">www.delta-car.ch</a>	<a href="http://www.ega.eu">www.ega.eu</a>	<a href="http://www.eln.de">www.eln.de</a>

Quelle: Unternehmen

**kfz-betrieb**