

Neue Marke für den Mehrmarkenhandel

Premiere bei der Jahrestagung der ELN-Börse

03.03.15 | Autor: Silvia Lulei

[PDF](#) | [Weiterempfehlen](#) | [Merken](#) | [Drucken](#)



Bei ihrer Jahrestagung in Leipzig stellte die Einkaufsbörse ELN die neue Händlermarke „Ihr Wunschauto Spezialist“ vor. Die Resonanz der rund 300 Tagungsgäste war durchweg positiv. Die Marke soll Privat- und Gewerbekunden verdeutlichen, dass der Handelspartner beziehungsweise die Werkstatt kompetent in Sachen Mehrmarkenhandel und -service ist. Die Signalisation ist in vier verschiedenen Farben erhältlich und kann daher als flexible Zusatzmarke eingesetzt werden.

Vorträge und Schulungen

200 Marken- und freie Kfz-Händler informierten sich bei 25 Ausstellern und 20 Großhändlern während der

ELN-Jahrestagung, zu der die S&S Internet Systeme GmbH aus Mönchengladbach ins Hotel The Westin eingeladen hatte. Auf dem Programm standen zudem Vorträge und Schulungen. Prof. Dr. Tim Vogels gab wertvolle Hinweise, worauf bei der Beendigung von Händlerverträgen aus juristischer Sicht zu achten ist. Clemens Betzemeier erläuterte die Vorteile der digitalen Dialogannahme. Markus Rothausen sprach über das Gefahrstoff-Management in der Kfz-Werkstatt. Roman Roll schulte ELN-Anwendungen, und Uwe Buchmann, Mitglied der Geschäftsleitung der S&S GmbH, referierte über Marketing und Vertrieb.

Meeting der Großhändler

Am Vorabend der Tagung trafen sich die Großhändler, die die rund 650 bei ELN registrierten Händler beliefern. Uwe Buchmann erläuterte Details der Börse wie die sogenannte Powerkalkulation, den Preisabstand oder die gleichzeitige Suche nach drei Fahrzeugen verschiedener Hersteller und Modellen. Darüber hinaus informierte er über Marketingaktionen.

Qualitätsoffensive kommt

Am Nachmittag der ELN-Tagung trafen sich zum ersten Mal die Mehrmarken-Center-Betreiber. Die Händler erhielten einen umfassenden Einblick in die neue und responsive gestaltete [ELN-Website](#). Es wurden ausführlich Werbe- und Signalisationsmöglichkeiten im Corporate Design der Mehrmarken-Center gezeigt sowie eine Qualitätsoffensive im Händlernetz angekündigt. Jedes Mehrmarken-Center muss aus dem fahrenden Verkehr heraus gut erkennbar sein sowie Print- und Online-Werbung schalten, um seinen Bekanntheitsgrad in dem vertraglich zugesicherten Gebiet bzw. Markterfüllungsbereich zu erhöhen.