

Freiheit für den Handel

Unabhängigkeit von Herstellerentscheidungen lautet der Traum vieler Händler. Achim Elbers hat den Schritt gewagt. Er tauschte seinen Neuwagenhändlervertrag gegen die neue Marke **Mehrmarken Center**.

Auto Elbers ist seit 2013 Mehrmarken Center und setzt auf konsequentes Branding.



Von Johanna Auguste Koch

Die Produktpalette von Mitsubishi wird immer dünner. Die Verkäufe laufen schlecht. Schließlich bringt ein Brief das Fass zum Überlaufen. „Wir haben ein Entschuldigungsschreiben bekommen, in dem ein Stammkunde bedauerte, keine Neuwagen mehr bei uns kaufen zu können, obwohl er mit unserem Service überaus zufrieden war“, erinnert sich Achim Elbers, Geschäftsführer von Auto Elbers in Goch.

Kunden halten

Der Kunde schrieb: Wir haben jetzt drei Jahre lang auf einen neuen Mitsubishi Galant gewartet, der vom Hersteller aber nicht mehr produziert wurde, und haben uns daher für einen Citroen bei einem anderen Händler entschieden.

Achim Elbers sind die Hände gebunden. Er verliert wegen der Modellpolitik

seines Herstellers Kunden. Eine Zeit lang hofft er noch, dass einer seiner vielen Mitsubishi-Konkurrenten in der Region aufgibt oder dass neue Modelle auf den Markt kommen. Aber nach vielen Jahren mit leeren Versprechen des Herstellers, glaubt er nicht mehr, dass es wieder besser wird. „Daher wollten wir nicht mehr den Hersteller, sondern Auto Elbers zu unserer Hauptmarke machen – und sind



Autohaus-Chef Achim Elbers (M.) mit Walter Schiel (l.) und Uwe Buchmann (r.), beide MMC.

dabei auf ELN gestoßen. Wir können unseren Kunden seitdem jedes Fahrzeug beschaffen, das sie sich wünschen“, sagt Elbers. ELN.de ist eine B2B-Einkaufsbörse, die vor elf Jahren von der Firma S&S Internet Systeme GmbH gegründet wurde. Auf der Plattform können Händler auf über 30.000 Pkw und Nfz zugreifen, die von über 50 seriösen Großhändlern stammen. Darunter befinden sich sowohl Neu- als auch Gebrauchtwagen. Zudem können Händler das gesamte Neu- und Gebrauchtwagenangebot von ELN auf ihrer eigenen Homepage spiegeln, sodass ihre

Kunden die Auswahl aus einem riesigen Gebrauchtwagen-Sortiment haben. Aktuell sind bei ELN über 700 Teilnehmer registriert. Tendenz steigend.

Doch für Achim Elbers ist ELN nicht genug. Er will den ganzen Betrieb nach außen hin sichtbar zu einem Mehrmarkenhandel umbauen. „Wir wollten dem Kunden signalisieren, dass er bei uns je-

„Wir wollten dem Kunden signalisieren, dass er bei uns jedes Fahrzeug kaufen und jedes Auto reparieren lassen kann.“

des Fahrzeug kaufen und auch jedes Auto reparieren lassen kann“, erklärt der Geschäftsführer. „Daher haben wir uns Anfang 2013 für die Marke Mehrmarken Center der S&S Internet Systeme entschieden.“ Den Mitsubishi Servicevertrag hat der Händler an der holländischen Grenze trotzdem behalten.

Die Marke Mehrmarken Center (MMC) wurde im Herbst 2012 vorgestellt und ist eine Ausbaustufe der B2B-Einkaufsbörse ELN. Während ELN eher als interne Marke zur Fahrzeugbeschaffung dient, wendet sich MMC direkt an den Endkunden. Die Markensignalisation von gelber Schrift auf blauem Grund nutzt Komplementärfarben, die sich gegenseitig am stärksten zum Leuchten bringen. Der dazugehörige Slogan „Mehr Auto, mehr Nähe, mehr drin“ ergänzt den leicht verständlichen Markennamen mit einfachen Verkaufsargumenten.

Vorteil Farbwechsel

„Seit wir den ganzen Betrieb als Mehrmarken Center in einer deutlich anderen Farbe als dem Mitsubishi-Rot gebrandet haben, höre ich bei uns im Ort öfter mal den Spruch: Elbers macht jetzt alle Autos – und genau das wollten wir erreichen.“ Die Kosten für die Signalisation belaufen sich auf 2.300 Euro ohne Montage. Hinzu kommen 2.900 Euro für ein Startpaket sowie eine monatliche Nutzungsgebühr für die Marke in Höhe von 150 Euro. Zum Vergleich: Die Nutzung der B2B-Plattform ELN kostet monatlich 120 Euro. Wird ein Betrieb MMC, sind diese Kosten in der Markennutzungsgebühr inbegriffen. Aktuell gibt es 120 MMC in Deutschland.

Aufgrund der Schwierigkeiten im Neuwagenbereich bei Mitsubishi hat Elbers

seit einigen Jahren den Schwerpunkt auf das Gebrauchtwagen-Geschäft gelegt. Das hat sich auch nach Aufgabe des Händlervertrags nicht verändert. 120 Gebrauchte und 20 Neuwagen hat der zwölf Mann starke Betrieb im vergangenen Jahr verkauft. 35 bis 40 Gebrauchte hält Elbers dauerhaft auf seinem Hof vor. Der Fahrzeugmix ist bunt und entspricht der

Nachfrage in der Region. Elbers selbst ist der einzige Verkäufer in seinem Autohaus. Die angebotenen Gebrauchtwagen sind unfallfrei und scheckheftgepflegt,

sie haben weniger als 100.000 Kilometer auf dem Tacho und sind unter zehn Jahren alt. Jüngere Fahrzeuge im Alter von bis zu fünf Jahren kauft Elbers über ELN ein, ältere Fahrzeuge über andere Großhändler oder von privat.

„In Zukunft können ELN-Nutzer auch Fahrzeuge in die Plattform einstellen, die nicht an den Endkunden, sondern in den Export gehen“, verspricht Uwe Buchmann, Mitglied der Geschäftsführung bei S&S Internet Systeme. Seit Mai führt er zusammen mit dem Gründer Walter Schiel das Unternehmen.

Gebietsschutz

Zum Schutz der Händler haben die Mehrmarken Center einen Gebietsschutz. Normalerweise liegen etwa zwölf Kilometer zwischen den Centern. Doch beim Gebietsschutz wird auch auf die Lage der Betriebe geachtet. „Auto Elbers liegt zum Beispiel in einer Grenzregion und ist an einer Seite völlig vom Markt abgeschnitten. Wir haben daher ein größeres Gebiet genehmigt als bei einem Center, das in der Großstadt liegt“, erklärt Schiel. „Wir wollen den Händlern helfen, auch ohne Hersteller erfolgreich zu sein. Die verkäuferische Wucht unserer Marke entfaltet sich erst richtig, wenn ein Betrieb vollständig unsere Signalisation nutzt, wie Auto Elbers.“

„Seit wir keinen Herstellervertrag mehr haben, können wir unsere Selbständigkeit wieder viel freier leben und unsere Erträge haben sich deutlich verbessert“, resümiert Elbers. „Seit wir Mehrmarken Center sind, schlafe ich nachts ruhiger, weil sich der Bestand wieder dreht. Außerdem macht das Verkaufen wieder mehr Spaß, weil ich den Kunden glücklich machen kann.“ ■