



Erstes Mehrmarken-Center

— Auch eine geschlossene Schneedecke hinderte das Autohaus Gerhard in Olpe nicht daran, Anfang 2013 sein Autohaus als Mehrmarken-Center zu eröffnen.

Den Rahmen dazu lieferte das alljährliche Honda-Frühstück, mit dem Gerhard das Autojahr mit dem Start zum Mehrmarken-Center einleitete. Rund 120 geladene Gäste kamen und zeigten sich beeindruckt von der gestiegenen Fahrzeug-Auswahl. „Wir sind seit 1985 Honda-Händler“, sagt Günter Gerhard, „und weil wir weiter wachsen wollen, sind wir bereits seit 2008 bei ELN, um die Angebotspalette



„Mehrmarken-Center ist eine Marke, die jeder sofort versteht“, erklärt Walter Schiel, Geschäftsführer der auf Fahrzeughandel spezialisierten S&S Internet Systeme GmbH.

Fotos: Rinn

zu erweitern.“ Dabei kam ihm die ELN-Ausbaustufe zum Mehrmarken Center gerade recht. Deshalb merkt er an: „Denn so können wir nach außen signalisieren, dass wir auch andere Fabrikate verkaufen.“ Genau das ist Sinn des neuen Konzeptes „Mehrmarken-Center“, das jetzt bundesweit eingeführt wird. Viele Händler sind Vertrags- oder Servicepartner einer kleineren Marke, von der alleine sie nicht leben können. Zudem haben sie aus dem Werkstattgeschäft ohnehin guten Kontakt zu Kunden aller gängigen Marken. Die Gleichung Mehrmarkenreparatur + Mehrmarkenverkauf = Mehrmarken-Center liegt nach Meinung von Walter Schiel, Geschäftsführer der auf Fahrzeughandel spezialisierten S&S Internet Systeme GmbH, daher nahe.

Der Kunde möchte beim Autohaus seines Vertrauens sein Wunschauto kaufen, folgert er. Deshalb pflegt das MMC-Konzept das Regionalprinzip, einmal durch Gebietsschutz für seine Partner, zum anderen über die zentrale Webseite mehrmarkencenter.de. Die eine Seite wendet sich an den Endkunden, fordert ihn zur Eingabe seiner Postleitzahl auf und zeigt ihm das nächstgelegene Mehrmarken-Center. Dasselbe Prinzip gilt für die Autosuche. Wenn der Kunde ein Auto sucht, bekommt er zunächst die volle ELN-Auswahl zu sehen. Sobald

Das erste Mehrmarken-Center wurde am 26. Januar mit dem Autohaus Gerhard in Olpe eröffnet. Inzwischen gibt es schon über 30 feste Partner, die alle noch als MMC eröffnen werden.



„Wir sind seit 1985 Honda-Händler“, sagt Günter Gerhard, „und weil wir weiter wachsen wollen, sind wir bereits seit 2008 bei ELN, um die Angebotspalette zu erweitern, und dabei kommt uns das Mehrmarken-Center gerade recht.“

er aber ein bestimmtes Modell gewählt hat, kommt wieder die Eingabe der Postleitzahl, um ihm zu zeigen, wo in seiner Nähe er dieses Fahrzeug kaufen kann. So liefert das System nicht nur die Autos, sondern immer öfter auch die Kunden.

„Mehrmarken-Center ist eine Marke, die jeder sofort versteht“, erklärt Schiel und merkt an: „Sie kommt vom Start weg gut an. Händler- und Kundenmeinungen dazu sind auf einigen kurzen Videos auf www.mehrmarkencenter.de gesammelt.“ Interessierte Betriebe müssen jedoch Mindestanforderungen erfüllen, wie beispielsweise eine eigene Meisterwerkstatt, mit der sie alle Marken nach Herstellervorgaben warten können, einen separaten Verkaufsraum, Platz für Fahrzeug-Präsentation und einiges mehr, was mittlere Autohäuser aber ohnehin aufweisen.

Was sie laut Schiel an der neuen Marke besonders schätzen, ist die Gestaltungsfreiheit. Die Signalisation muss lediglich vom vorbeifahrenden Verkehr gut erkennbar sein. Wie das Autohaus das jeweils bewerkstelligt, bleibt ihm überlassen. „Wir wollen dem Partner beim Verkauf helfen“, versichert Schiel, „aber ihn nicht unnötig einengen. Er weiß schließlich selbst am besten, wie er seinem Autohaus ein zeitgemäßes Erscheinungsbild gibt.“

jr.