



Pressespiegel

Die Einkaufsgenossenschaft Automobile in der Fachpresse 2011/2012



Funktionen im EGA-NET (Auszug)



EGA-Pressespiegel 2012

Inhalt

November 2012

kfz-betrieb 100 Jahre Bormann

Oktober 2012

kfz-betrieb Ertragssicherung

Oktober 2012

GW-trends Einmal hin alles drin

Oktober 2012

Autohaus Stärkungsmittel

Juli 2012

Autohaus Mehr Möglichkeiten weniger Aufwand

Juli 2012

Salzgitter Woche EGA-Tester auf Tablet-PC

Juni 2012

Gebrauchtwagen-Praxis EGA startet einheitlichen Qualitätscheck

Mai 2012

Autohaus online EGA startet neuen Qualitätscheck

März 2012

Krafthand EGA erweitert Marketingpaket um Auswertungsmodul

Februar 2012

kfz-betrieb Die EGA rechnet sich

Januar 2012

GW-trends online EGA optimiert Marketingunterstützung



Foto: Bormann

Das Team des Autohauses Bormann in Halchter, das in diesem Jahr sein 100. Jubiläum feiert.

Autohaus Bormann

Familienunternehmen feiert runden Geburtstag

In diesem Jahr feiert die Familie Bormann das 100-jährige Firmenjubiläum ihres in Halchter ansässigen Autohauses. Der Traditionsbetrieb ist auf die japanische Marke Mazda und das koreanische Fabrikat Hyundai spezialisiert und kann auf eine abwechslungsreiche Vergangenheit zurückblicken.

Im Jahr 1912 gründete Fritz Bormann eine Schmiedewerkstatt, die der jüngste Sohn Gerhard 1949 übernahm. 1958 errichtete die Familie eine Tankstelle mit angeschlossener Schmiedewerkstatt. Diese entwickelte sich im Lauf der Jahre zu einer Kfz-Werkstatt.

1976 wurde Gerhard Bormanns Sohn Gerhard junior Mazda-Vertragshändler. In den achtziger Jahren errichtete der Familienbetrieb Im Sommerfeld 1, dem heutigen Firmensitz, auf einem 5.000 m² großen Grundstück ein neues Autohaus.

Dieses wurde in den neunziger Jahren unter anderem um eine Direktannahme erweitert.

Seit 2002 sind die Kinder von Gerhard Bormann in der Firma tätig: Björn Bormann als Servicemeister und Holger Bormann als Verkäufer. 2005 entschied die Familie, ihre Angebotspalette zu erweitern und schloss einen Hyundai-Händlervertrag ab.

Drei Jahre später wurden Björn und Holger Bormann als Geschäftsführer des neu gegründeten Autohauses Gebrüder Bormann GmbH bestellt. Eine strategische Entscheidung der neuen Geschäftsführer war, 2012 der EGA-Einkaufsgruppe beizutreten. Dadurch kann das Unternehmen, das nach eigenen Angaben viele langjährige Mitarbeiter beschäftigt, täglich auf über 15.000 Fahrzeuge fast aller Marken zurückgreifen. *cho*

<http://www.kfz-betrieb.de/>

Der Beitrag ist urheberrechtlich geschützt. Bei Fragen zu Nutzungsrechten wenden Sie sich bitte an pdf@vogel.de

Einkaufsgenossenschaft Automobile (EGA)

Ertragssicherung

Bei vielen Händlern leidet der Ertrag. Die EGA bietet Lösungen.

Auch der gepflegteste Fahrzeugbestand ist derzeit kein Patentrezept gegen sinkende Bruttoerträge pro Einheit. Für die notwendigen Erlöse sind zusätzliche Verkäufe erforderlich – oder neue Konzepte.

Die Einkaufsgenossenschaft Automobile bietet erprobte und praxistaugliche Lösungen: nützliche Bausteine, die Kosten senken, Transparenz erhöhen, Erträge steigern oder Kundenbeziehungen festigen. Wir stellen einige der frei kombinierbaren Bausteine und deren Nutzer vor.



Der eigene Bestand lässt sich mit dem EGA-Fahrzeugpool gezielt abrunden. Die individuelle EGA-Webseite für Händler bietet eine suchmaschinen-gerechte Präsentation.

Standkosten optimieren

Mehr als die Hälfte der Autohändler wartet 30 und mehr Tage bis zur ersten Gebrauchtwagen-Preiskorrektur. „Das halte ich für zu lang“, sagt Carsten Warhold. Der Wittener EGA- und Nissan-Partner überprüft mindestens alle 14 Tage die Preise.

„Früher fand ich Preiskontrollen nervig und habe das oft hinausgezögert“, erinnert sich der engagierte Autohausinhaber. „Mittlerweile nutze ich ganz konsequent die Lösungen der EGA. Und weil ich damit auf einen Blick informiert bin und auf einen Klick den Preisvergleich vornehmen kann, kümmere ich mich sehr viel sorgfältiger.“

Auf einen Blick sieht er, wie viel Zugriffe die EGA-Standtageampel ausweist. „Grüne Ampelzeichen zeigen mir, dass ein Fahrzeug gut abgebildet, beschrieben und bepreist ist.“

Bestandsabrundung mit Pool-Fahrzeugen

Zwölf EGA-Prospekte jährlich öffnen dem Autohaus Cordes aus Dortmund den Weg in gleich zwei Kontaktkanäle: „Jeder Prospekt bringt uns ab dem Verteiltermin doppelte Frequenz: zum einen im Autohaus, zum anderen auf der Webseite“, berichtet Thorsten Cordes.

Seine eigene Autohaus-Webseite hat er soeben mit der EGA überarbeitet: „Neben einem zeitgemäßen Design ging es uns vor allem um technische Details, insbesondere eine interaktive Fahrzeugsuche und die schnelle Preisanpassung über unseren Verkäuferarbeitsplatz EGA-

NET.“ Auf der Webseite www.auto-cordes.de ergänzt er den eigenen Fahrzeugbestand zudem um ausgewählte EGA-Poolfahrzeuge und kommt so auf ein Angebot von über 2.000 Autos.

„Standkosten verursachen dabei nur unsere eigenen 80 Autos. So können wir viel Auswahl bieten, ohne dass uns Wertverluste die Erträge vernichten.“ Alle Fahrzeuge sind auch über die Cordes-App oder die Cordes-Facebookseite zu entdecken. „Wir halten die Standtage mit der Präsenz in allen Medien bei unter 70 und sichern uns damit stabile Erträge.“



Thorsten Cordes hat seit dem Web-Relaunch 30 % mehr Anfragen.

Zusätzlich bietet die EGA:

- gemeinsamer Paketeinkauf
- Einkaufsfinanzierung
- Marketingunterstützung
- Prospektwerbung
- individuelle Webseiten
- Apps & Social Media
- POS-Lösungen



Werden beim Verkauf alle Zusatzerlöse ausgeschöpft? EGA-Händler nutzen einen Reifenshop für Reifen und Felgen (links) und können eine virtuelle Felgenanprobe anbieten (oben).

Die Standtage-Ampel (oben) zeigt, ob das Fahrzeug richtig präsentiert und eingepreist ist. Der EGA-Qualitätscheck (links) objektiviert den Ankauf und erleichtert Verhandlungen.



Carsten Warhold nutzt EGA-Lösungen für seine Preiskontrollen.

Aktiv wird er immer dann, wenn die Ampel gelb oder rot leuchtet. „Dann nutze ich den EGA-Preisvergleich. Er bietet mir mit einem Klick den Abgleich mit den aktuellen Börsenpreisen.“

Für faire Ankaufpreise bietet die EGA einen Qualitätscheck mittels Tablet-PC. „Wir erhalten damit einen marktgerechten Ankaufpreis – und die Akzeptanz beim Kunden ist höher. Mit dieser Gesamtlösung sichern wir uns weiterhin gute Margen.“

Zusätzlich bietet die EGA:

- Bestandsstatistik nach Modellen und Marken
- Zukaufsempfehlungen

Mehrerlöse durch Zusatzangebote für alle Marken

Drei Markenpylone standen zeitweilig vor Ino Jannings Nordhorner Autohaus. Von zwei Marken hat sich der Unternehmer mittlerweile getrennt. Mit Citroën und EGA hat er seinen perfekten Mix gefunden. „Als EGA-Partner bekomme ich die Kunden, die mich als Citroënhändler links liegen lassen. Und ich kann mit diesen Kunden gutes Geld verdienen.“

Das Zauberwort sind die Zusatzerlöse. Mit dem eigenen EGA-Reifenprospekt holt sich Janning neue Kunden ins Haus: „Die Prospekte bieten eine attraktive Übersicht über unsere Angebote. Ist der Interessent dann da, können wir ihm mit unserem EGA-Reifenshop wirklich jeden Wunsch erfüllen.“

Fest hinterlegte Aufschläge sorgen für eine sichere

Preisgestaltung ohne störendes Katalogblättern.

„Als echter Hinkucker erweist sich regelmäßig die Felgenanprobe. Wir wählen das Auto des Kunden in der passenden Farbe aus und zeigen dann, wie die jeweilige Felge wirkt. Bei älteren Fahrzeugmodellen wirkt dieser Effekt besonders gut.“

Nur Zusatzangebote bringen Zusatzerlöse, ist sich Ino Janning sicher. „Wir achten deshalb darauf, dass jeder Reifenwechsel mit einem Sicherheitscheck kombiniert wird.“ Damit das auch bei Fahrzeugen anderer Hersteller gelingt, setzt Janning den Mehrmarkentester der EGA ein: „Er hat für uns zwei große Vorteile: Durch den Tablet-PC ist die Anwendung sehr flexibel. Und durch die vorinstallierten Original-Diagnosesy-



Ino Janning setzt auf Zusatzerlöse durch den Reifenhandel.

steme der Hersteller gewinnt der Kunde sofort Vertrauen in unsere Bewertung.“

Zusätzlich bietet die EGA:

- Marketingunterstützung
- Mitarbeiterschulungen
- Mehrmarkentester mit Original-Diagnosesystemen diverser Hersteller
- Garantielösungen
- Reifen-Servicepakete
- Software und Systeme für die Einlagerung
- Reifengarantie

Info-Veranstaltung und Kontakt

EGA-Live am 21. November 2012 in Dortmund:

Praxisbeispiele zur EGA-Systemnutzung, Einsatz der EGA-Leistungen in markengebundenen & freien Betrieben.

EGA-Erfa-Kreis am 22. & 23. November 2012:

Inhaberrunde mit Betriebsbesuch und betriebswirtschaftlicher Beratung. Moderation und Training durch Reinhold Thalhofer.

Einkaufsgenossenschaft Automobile (EGA):

Information und Beratung durch die EGA-Händlerbetreuer.

Telefon: 0800-342 0800

E-Mail: info@ega.eu, Internet: www.ega.eu

Mehr Informationen



Sie möchten wissen, welche EGA-Leistungen für Sie sinnvoll sind?

Mehr Infos und Details zu einer passgenauen EGA-Partnerschaft finden Sie unter www.ega.eu/2012.html

A portrait of Thorsten Cordes, a middle-aged man with grey hair, smiling. He is wearing a dark suit, a white shirt, and a blue patterned tie. The background is a light-colored, textured wall.

EGA

THORSTEN CORDES

Im Einkauf liegt der Gewinn, heißt es. Wer mit Gebrauchtwagen Geld verdienen will, muss daher Ankaufspreise und

Bestand im Griff haben. Bei Inzahlungnahmen sorgt der EGA-Qualitätscheck für Transparenz und einen fairen, marktgerechten Ankaufspreis. In der Bestandspflege ermöglichen die EGA-Statistikfunktionen zielgerichtete Zukäufe. Die „virtuelle“ Bestandsabrundung per EGA umgeht das Risiko eines zu großen Bestands.

Stärkungs mittel

KOOPERATIONEN –

Gerade in schweren Zeiten
sind sie hilfreicher denn je.

[...]

Gemacht wird, was gefragt ist. Während das Ölgeschäft als Klassiker so nebenher mitläuft, rücken andere Geschäftsfelder in den Vordergrund. Das gilt auch für andere Händlerverbünde wie zum Beispiel die EGA. Auch diese – ursprünglich aus Einkaufsgenossenschaft für Automobile gegründet – hat ihre Leistungspalette kontinuierlich ausgebaut. „Das EGA-Net als Verkäuferarbeitsplatz wurde um einen Service-Arbeitsplatz erweitert“, erläutert der stellvertretende Vorsitzende Wolfram Lambeck. „Vor kurzem kam noch ein mobiler Mehrmarkentester hinzu.“ Und auch die Zahl der Nutzer wächst ständig: Waren es 2001 sieben Gründungsmitglieder, sind mittlerweile daraus weit über 400 Partner geworden, die 2011 zusammen 150.000 Autos verkauft und einen Gesamtumsatz von 1,8 Milliarden Euro erreicht haben.

[...]

Mehr Möglichkeiten, weniger Aufwand

Einkaufsgenossenschaft Automobile: EGA-NET erhält weitere Ergänzungen für Verkauf, Werkstatt, Verwaltung & Vermarktung.

Verkäuferarbeitsplätze gibt es viele – von Herstellern und freien Anbietern. Und dennoch spielt Papier immer noch eine gewichtige Rolle in vielen Autohäusern: vom handschriftlich ausgefüllten Kaufvertrag bis hin zu den Notizen bei der Inzahlungnahme.

Papierlose EGA-Lösungen = sicher
EGA-Partner Martin Hilgert kämpft seit Jahren gegen allzu papierverliebte Mitarbeiter – mit guten Argumenten und den richtigen Instrumenten: „Papierkram ist ein kleiner grüner Zeitfresser, der einen Verkäufer nur vom Geldverdienen abhält“, weiß der Autohausinhaber aus Salz-

Computer aus nutzen – und seine Kunden halten per Smartphone-App Kontakt. „Entscheidend für den Erfolg sind schlanke, intelligente Abläufe fürs gesamte Autohaus“, unterstreicht auch Wolfram Lambeck, EGA-Vorstand mit Faible für kluge Lösungen.

Automatische Anlage = schneller
Dafür nutzt die EGA Instrumente wie den QR-Code, der seit 1995 eine schnelle Identifizierung von Fahrzeugen ermöglicht: „So sorgen wir dafür, dass der Händler Daten nicht von Hand zuordnen muss. Im EGA-NET verknüpfen sich Fahrzeugbewertung, Fotos, elektronische Fahrzeugakte

Programme erklären sich von selbst. Jetzt nutzen wir den mobilen EGA-Mehrmarkentester vor allem für die Diagnose bei Fremdfabrikaten.“

Einheitliche Daten = unerlässlich

Der mobile Mehrmarkentester der EGA ist nicht nur gut fürs Serviceteam – auch der Verkauf hat mittels EGA-NET sofort Zugriff auf die Details. Diese Verknüpfung freut die Inhaber Holger und Björn Bormann: „Wir hatten mit Hyundai und EGA ein sehr gutes erstes Halbjahr 2012. Denn mit dieser Markenkombination können wir Inzahlungnahmen aller Marken mit guten Erträgen selbst vermarkten.“ Bormann

Automatisch trägt das EGA-NET alle Informationen zum Fahrzeug zusammen. Damit erfolgen Fahrzeuganlage und laufende Datenpflege – bis hin zum Vertragsabschluss. Zugleich steuert das System den Transfer in alle gewünschten Kommunikationskanäle: in die Börsen, auf die Homepage, in Prospekte sowie Anwendungen wie Facebook und Smartphone-App.



gitter. Mit den modularen Lösungen der Einkaufsgenossenschaft Automobile (EGA) gewinnen seine Mitarbeiter Zeit – und er Transparenz: „Schon beim Gebrauchtwagenankauf arbeiten wir papierlos, mit dem EGA-Qualitätscheck sowie der Schnellerfassung über den Verkäuferarbeitsplatz EGA-NET. Ein Neuzugang ist damit innerhalb weniger Minuten in allen Börsen.“ Alle Abläufe kann er von jedem

und sonstige Angaben automatisch zu einem vollständigen Angebot.“ Dabei achtet die EGA darauf, dass jeder Ablauf schnell erlernbar ist – bei Bedarf unterstützt durch Schulungen.

Mobiler Mehrmarkentester = praktisch

Diese Logik lobt Andreas Steinke, Werkstattmeister im Autohaus Gebrüder Bormann in Wolfenbüttel: „Wir konnten sofort starten, denn die EGA-

schätzt die EGA als Mehrmarkenmarke – und beim EGA-NET die schnellen Abläufe: „Module wie der EGA-Qualitätscheck ermöglichen Transparenz – damit wird ein Ankauf- oder Verkaufspreis besser argumentierbar.“

Mehrmarkenkompetenz = wichtig

Weil er mit der EGA Mehrmarken-Kompetenz demonstriert, bekommt Holger Bormann laufend neue Kunden in Ver-



Sabine Specht, EGA-Partnerin und AutoFit-Servicepartner

» Die EGA bietet uns Sicherheit bei Zukäufen: Der EGA-Qualitätscheck gewährleistet exakte Daten, das Treuhandkonto sichere Zahlungen. «



Martin Hilgert, EGA-Partner und BMW-Servicepartner

» Die Mitarbeiter sind entscheidend für den Verkaufserfolg. Doch für die Mitarbeiter ist entscheidend, dass sie mit der EGA den richtigen Systempartner haben. «



Holger und Björn Bormann, EGA-Partner und Hyundai-Autohändler

» Mit der EGA sind wir für alle Marken gerüstet. Dadurch gewinnen wir heute viele Kunden, die wir früher niemals erreicht hätten. «

kauf und Werkstatt: „Dann ist es wichtig, dass wir das Mehrmarkengeschäft nicht nur in der Theorie beherrschen, sondern diese Kompetenz mit dem EGA-Fahrzeugpool 15.000 Autos praktisch erlebbar machen. Dabei nutzen uns die schnelle Fahrzeugsuche und Angebotserstellung mittels EGA-NET.“

EGA als Gesamtlösung = unschlagbar
Autohausinhaberin Sabine Specht stellte schon vor fünf Jahren ihre Abläufe auf das EGA-NET um. Seitdem berät sie sich regelmäßig im Erfahrungs-Kreis der EGA mit anderen Autohausinhabern, „weil es für eine Einzelkämpferin kaum möglich ist, alle neu-

bietet hier sehr gute Lösungen.“ So kann sie An- und Verkäufe sicher über das EGA-Treuhandkonto abwickeln. Zusätzlich steht den EGA-Partnern ein EGA-Einkaufskonto für Zukäufe zur Verfügung.

EGA als Einkäufer = kostensenkend
Zu den EGA-Leistungen gehören Produkte wie das EGA-NET, Internetlösungen, Prospektwerbung, aber auch Beratung, Schulungen und nicht zuletzt Sonderkonditionen bei über 40 Lieferanten aus allen Bereichen. Alle Leistungen stehen freien Autohäusern und Fabrikatsbetrieben gleichermaßen offen: „Diese offene Struktur macht uns im Markt stärker“, findet Sabine Specht. Sie resümiert: „Ich bin froh, dass ich die EGA als Systempartner habe.“



Der richtige Tester = überzeugend
Beim Service-Neukunden sieht Björn Bormann den mobilen EGA-Tester mit den Diagnosetools für die großen deutschen Marken als wichtiges Argument: „Ganz gleich, welche Marke der Kunde fährt: Er sieht, dass wir für die Diagnose ‚seinen‘ Markentester nutzen. Das sorgt für Vertrauen und ist die Basis, um Leistungen angemessen bezahlt zu bekommen.“

en Entwicklungen richtig zu gewichten und immer die beste Strategie zu verfolgen.“ Mit der EGA, der betriebswirtschaftlichen Beratung und den zentralen Verhandlungen seitens der EGA sieht sie sich ideal unterstützt: „Ich will im Verkauf mitarbeiten. Das heißt, dass ich wenig Zeit für Einkaufsverhandlungen oder neue Marketingideen aufwenden kann. Die EGA nimmt mir diese Dinge ab und

Ihr Kontakt

EGA-Live Kennenlernen von EGA-NET und EGA-Leistungen am 5. September 2012

Einkaufsgenossenschaft Automobile (EGA)

EGA-Händlerbetreuer Ulrich Titze
Telefon: 0800-342 0800
E-Mail: info@ega.eu
Internet: www.ega.eu

Autozentrum Volmarstein
www.autozentrum-volmarstein.de
Autohaus Hilgert GmbH
www.autohaus-hilgert.de
Autohaus Gebrüder Bormann GmbH
www.autohaus-bormann.de

Neuer EGA-Tester ist auf einem Tablet-PC installiert

Kaffee gibt es „to go“, elektronische Anwendungen werden mit dem Smartphone mobil – und selbst so sperrige Geräte wie Fahrzeugtester funktionieren seit wenigen Tagen „zum Mitnehmen“.

Bislang bedeutete vor allem das Auslesen des Fehlerspeichers, dass der Autofahrer nicht nur eine Werkstatt finden musste – dort musste auch ein Arbeitsplatz frei sein. „In Spitzenzeiten müssen Werkstätten manchmal auch Kunden abweisen“, erklärt Martin Hilgert, Inhaber des gleichnamigen Autohauses und Partner der Einkaufsgenossenschaft Automobile (EGA).

„Auf Knopfdruck verwandeln wir uns jetzt in eine Markenwerkstatt“, freut sich Hilgert. Denn der neue EGA-Tester ist auf einem handlichen Tablet-PC installiert und damit nicht nur mobil: Er bietet eine bislang einmalige Kombinati-

on der Spezial-Diagnoseinstrumente der großen deutschen Hersteller VW, Audi, Mercedes, BMW und Opel, sowie von Seat und Skoda. Mit ihm lassen sich selbst die Steuergeräte von seltenen Automodellen exakt so auslesen.

„Unser Ziel war es, auch dem Kunden das Leben einfacher zu machen“, erklärt Martin Hilgert. „Bei uns können Kunden aus dem EGA-Fahrzeugbestand von 15.000 Autos ihr Wunschauto aussuchen. Alle Autos werden nun nach unserem neuen Qualitäts-Check getestet. Das bietet dem Kunden ein deutliches Plus an

Sicherheit.“ Zudem komme der Autocheck auch beim Ankauf zum Einsatz, sodass für beide Seiten ein objektiv ermittelter, fairer Preis zustande kommt. Auch dieser Qualitäts-Check wird mobil mit dem Tablet-PC durchgeführt.



Martin Hilgert.

► EGA startet einheitlichen Qualitätscheck

Die Einkaufsgenossenschaft Automobile (EGA) hat einen mobilen Tester entwickelt, der die Originaltester aller großen deutschen Marken in einem Gerät vereint und derzeit bei zehn Pilotbetrieben im Einsatz ist. Neu ist ebenfalls der sogenannte EGA-Qualitätscheck, mit dem Fahrzeuge beim Ankauf nach 75 Kriterien geprüft werden sollen. Die



Der standardisierte EGA-Qualitätscheck mit mobilen Geräten soll den B2B-Handel verlässlicher machen: (von li.) Vorstand Thorsten Cordes, Serviceentwickler Bernd Grobheiser, Vorstand Wolfram Lambeck sowie Serviceentwickler Thomas Gawinski.

Check-Software läuft auf einem Tablet-PC und ist auch ohne Diagnoseplatz nutzbar. Grundidee des Checks ist eine einheitliche Bewertung, bei der die Qualität durch regelmäßige Schulungen und Kontrollen sichergestellt werden soll, erläutert Vorstand Wolfram Lambeck. Damit soll der Zugriff auf den gemeinsamen EGA-Fahrzeugbestand von 15.000 Autos noch verlässlicher werden.

Bei Ankauf werden die Daten aus dem Check in den Verkäuferarbeitsplatz EGA-Net übernommen und stehen damit allen Partnerbetrieben zur Verfügung. Der ans System angekoppelte Tester bringt zudem größere Effizienz in der Werkstatt, da die Servicemitarbeiter nicht mehr auf freie Diagnoseplätze warten müssen. Der EGA-Tester verfügt über die Spezialdiagnosetools der großen deutschen Hersteller. Integriert sind VW, Audi, Seat und Skoda, Mercedes und Smart, BMW und Mini sowie Opel. Der Feinschliff für Ford läuft derzeit. Der mobile Qualitätscheck und Tester wird den EGA-Händlern zum Preis von 100 bis 300 Euro pro Monat angeboten.

WEITERE AKTUELLE NACHRICHTEN

7-Tage-Rückblick

// Landesverband Rheinland-Pfalz beendet Streit
// TÜV bekräftigen Nein zu "Meister-HU"
// Zukunftsfähigkeit des Handels

// Kamps schließt Traditionsbetrieb in Hamm
// Toyota setzt verstärkt auf Schwellenländer
// Beck und Kraft lassen Opel nicht in Stich

Pilotphase

Share | 14.05.2012



Ein standardisierter Fahrzeugcheck mit Tablet-PC soll künftig den EGA-internen Handel ankurbeln.

EGA startet neuen Qualitätscheck

Ein einheitlicher Qualitätsscheck mit mobilen Geräten soll künftig den B2B-Handel der Einkaufsgenossenschaft Automobile (EGA) und die Werkstattabläufe der 400 Partnerbetriebe verbessern. "So wie wir Check und Tester entwickelt und miteinander verknüpft haben, ist es eine Branchenneuheit", erklärte EGA-Vorstand Thorsten Cordes jüngst bei der Schulung von zehn Pilotbetrieben in Dortmund. Sämtliche Software laufe auf nur einem Tablet-PC und sei auch ohne Diagnoseplatz nutzbar.

Laut Cordes wird mit der Standardisierung der Zugriff auf den gemeinsamen EGA-Fahrzeugbestand von rund 15.000 Autos noch verlässlicher. Zudem unterstütze die Neuerung die Mitglieder bei der Erstellung von Angeboten und der Argumentation im

Kundengespräch. Cordes: "Bei Inzahlungnahmen wird die Bewertung für den Kunden deutlich nachvollziehbarer. Und der ermittelte Ankaufspreis kann sofort in ein Verkaufsgespräch einfließen." Bei Ankauf würden die Daten in den Verkäuferarbeitsplatz "EGA-NET" übernommen und stünden damit allen Partnern zur Verfügung.

Cordes versprach auch einen nochmals beschleunigten Fotoupload. Die Bilder würden nun aus der Kamera heraus richtig zugeordnet und gespeichert. Außerdem könne der Anwender mit dem Tablet auf alle EGA-NET-Funktionen wie Teilekataloge, Dokumentenmanagement, Reifenshop oder Fahrzeugverwaltung zugreifen.

Den Angaben zufolge bietet der mobile Tester erstmals die Original-Diagnosetools aller großen deutschen Hersteller in einem Gerät. Integriert sind bereits VW, Audi, Seat, Skoda, Mercedes, Smart, BMW, Mini und Opel. Der Feinschliff für Ford laufe derzeit, hieß es.

75 Bewertungskriterien

Der Check selbst basiert auf 75 Kriterien, mit denen Fahrzeuge bereits beim Ankauf durchgetestet und einheitlich bewertet werden. Regelmäßige Schulungen und Kontrollen sollen laut Vorstand Wolfram Lambeck die Qualität der Bewertung sicherstellen.

Die EGA bietet Qualitätscheck und Tester zum Preis von 100 bis 300 Euro pro Monat an – abhängig davon, welche Module integriert werden. Cordes ging davon aus, dass das "kaum schlagbare Preis-Leistungs-Verhältnis" für eine schnelle Verbreitung innerhalb des Verbundes sorgen werde. (rp)

[< Autobörse pkw.de ändert Konditionen für Händler](#)

[Carneoo kooperiert mit Auto-News >](#)

Werbung/Marketing

Freitag, 10.02.2012 08:43

EGA erweitert Marketingpaket um Auswertungsmodul

Die EGA ist Deutschlands größte unabhängige Kfz-Einkaufsgenossenschaft und hat 2011 ihr zehnjähriges Bestehen gefeiert. Nun präsentiert die EGA ihren aktuell 350 Partnern ein den Angaben nach optimiertes Marketingpaket.



„Wir haben das EGA-Marketingpaket für unsere Mitgliedsbetriebe neu strukturiert“, erklären die Vorstände Wolfram Lambeck und Thorsten Cordes. Das Marketingpaket umfasst nun Beratung, Werbemittel, Prospekte und – neu – ein Auswertungsmodul im EGA-NET. „Die Erfolgskontrolle liegt uns besonders am Herzen“, unterstreicht Wolfram Lambeck. In der Auswertung kann der Händler nun sehen, welche Verkaufserfolge er in seinen einzelnen Marktgebieten erzielt hat. „Unsere Marktanteilanalyse der Vorjahre zeigt, dass jeder zusätzliche Prospekt weitere Marktanteile bringt.“



Das EGA-Marketingpaket soll eine Rundumlösung für das gesamte Werbejahr schaffen. Bestehende Herstellerverträge lassen sich den Angaben zufolge problemlos in die EGA-Werbung einbinden. Bild: EGA

Das Basispaket, unter anderem mit sechs mal 10.000 Prospekten jährlich, kostet 579 Euro monatlich und das Pluspaket mit acht Prospekten 649 Euro monatlich. In beiden Marketingpaketen inbegriffen sind Schulungen und eine auf den Betrieb zugeschnittene Marketing-Beratung. Hinzu kommt eine regelmäßige Ausstattung mit Aktionsflyern und anderen Werbemitteln.

Im Vergleich zu den bisherigen Paketen wurden laut EGA die Kosten für die Händler halbiert. Marketing-Partner können ihre Pakete auch weiterhin durch Umsätze beim langjährigen EGA-Partner Santander Consumer Bank refinanzieren.

Von: rla

Links zum Thema:
www.ega.eu

Einkaufsgenossenschaft Automobile (EGA)

Die EGA rechnet sich

Bewährte Gesamtlösung für Einkauf, Schulung, Organisation und Marketing

Vom Anschluss an ein Werkstattssystem versprechen sich viele Autohäuser Vorteile. „Noch vorteilhafter ist es allerdings, wenn das System dem gesamten Autohaus nutzt – also auch dem Verkauf“, weiß Markus Fissenewert. Der Gütersloher Autohausinhaber ist seit 2005 EGA-Partner; einer von

350 in ganz Deutschland. Er ist hochzufrieden mit dem EGA-System für sein gesamtes Autohaus: „Die Unterstützung ist umfassend, angefangen bei den zahlreichen Lieferanten, über die Schulungen und Organisationsunterstützung. Mit dem EGA-Marketing gewinnen wir laufend neue Kunden.“

Die Einkaufsgenossenschaft Automobile (EGA) bietet verschiedene Stufen der Partnerschaft. Wer nur Teilbereiche wie Einkauf, Schulung, Verkäuferarbeitsplatz oder Marketing nutzen will, wählt ein entsprechend reduziertes Paket.

EGA-Vorstand Thorsten Cordes erläutert: „Reine Werkstattbetriebe werden EGA-Basispartner, um bei über 40 Lieferanten Einkaufsvorteile zu nutzen. Freie und Vertragshändler vermarkten über unsere B2B-Plattform ihren Fahrzeugbestand und werden dafür EGA-

„Die EGA ist für uns die ideale Ergänzung zum Händlervertrag.“



Holger Bormann, Vertragshändler und EGA-Partner aus Wolfenbüttel

„Mit der EGA habe ich weniger Risiken und mehr Verkaufserfolg.“



Sabine Specht, EGA-Partnerin aus Wetter/Ruhr

„Die EGA ermöglicht uns attraktive Zusatzerlöse.“



Markus Fissenewert, EGA-Partner aus Gütersloh

Perfekte Verknüpfung von Werkstatt- und Fahrzeugangeboten: die regelmäßigen EGA-Prospekte.

NET-Partner. Wer alle Möglichkeiten bis hin zum EGA-Marketing nutzt, profitiert am umfassendsten – als EGA-Systempartner.“

Die EGA-Leistungspalette ist in über zehn Jahren mit dem Bedarf der Partnerbetriebe gewachsen: „Deshalb

sind wir praktisch, preisgünstig und praxisgerecht.“

Die EGA-Leistungen weiß auch Autohausinhaberin Sabine Specht aus Wetter zu schätzen. Sie baute 2001 ein freies Autohaus und verwirklichte ihre Visionen.

„Der Erfolg zeigt mir, dass ich mit meinen Ideen richtig liege. Und mit der Systemunterstützung der EGA konnten wir unsere Marktposition mit vergleichsweise wenig Aufwand ausbauen.“

Für sie liegt der Schlüssel zum wirtschaftlichen Erfolg im Fahrzeughandel: „Über den EGA-Verkäuferarbeitsplatz biete ich auch Fahrzeuge von EGA-Kollegen an. Ein Drittel der Autos verkaufe ich, ohne sie am Platz zu

haben. So spare ich die Finanzierungskosten.“ Dass sie nur ein System benötigt, um ihre Fahrzeugdaten für Börsen, Präsentation im Autohaus und Prospekte zu pflegen, gibt ihr mehr Zeit für den Verkauf.

Professionell: Die Fahrzeugpräsentation

„Mit der EGA kann ich den einzelnen Verkauf schneller abwickeln. So kann ein Verkäufer 30 Prozent mehr Autos verkaufen.“ Nicht nur 15.000 EGA-Lagerautos bewirbt sie mit ihren jährlich acht EGA-Prospekten, sondern auch Werkstattaktionen und Teile: „Die EGA benennt die Lieferanten und handelt günstige Preise aus.“

Praktisch: Die Fahrzeugverwaltung

100 Jahre alt wird das Autohaus Gebrüder Bormann in Wolfenbüttel in diesem Jahr. Für die Brüder Holger und Björn Bormann war das bevorstehende Jubiläum schon 2009 ein Grund, ihr Autohaus neu zu erfinden. „Als Mazda- und Hyundai-Vertragspartner kamen wir gut zurecht – uns ist aber wichtig, wirklich jeden Kunden bedienen zu können.“

Sie hörten sich bei Kollegen um und entschieden sich schließlich für die EGA-Partnerschaft. „Das Mehrmarken-Marketing der EGA erschließt uns neue Kunden. Im Verkauf wie in der Werkstatt.“

Perspektivisch: Die EGA-Inhaberrunde

Als die ersten Ziele erreicht waren, ließen sich die Brüder von der EGA-Inhaberrunde besuchen: „15 gestandene Autohändler, das ist schon geballte Kompetenz. Die Anregungen arbeiten wir jetzt schrittweise ab.“

Mit Erfolg: Doppelt so viele Autos wie geplant verkaufen Bormanns derzeit mit dem EGA-System und durchdachtem EGA-Marketing. „Wir sehen genau, was die EGA-Prospekte funktionieren auch in schwachen Zeiten.“

Auch Markus Fissenewert sichert sich mit dem EGA-Marketing Kundenpflege und



Mit dem EGA-NET lassen sich Fahrzeuge zukufen, anlegen, Werkstatt und Aufbereiter steuern und vermarkten. Schnittstellen bedienen Börsen, Verlage, Bildschirmpräsentation, Prospekte und Handy-App.

Der QR-Code auf dem Preisschild liefert Interessenten auch am Wochenende umfassende Informationen zum ausgestellten Fahrzeug sowie passende Vergleichsangebote.

Neukundenansprache. „Wichtig ist für mich, dass ich mit der EGA nur einen Systempartner benötige.“

Ich kaufe bei den EGA-Lieferanten ein, steuere Abläufe über den EGA-Verkäuferarbeitsplatz und kann mit der EGA Versicherungen, Finanzierung und Garantien anbieten.“

Praxisgerecht: Die Organisationsmittel

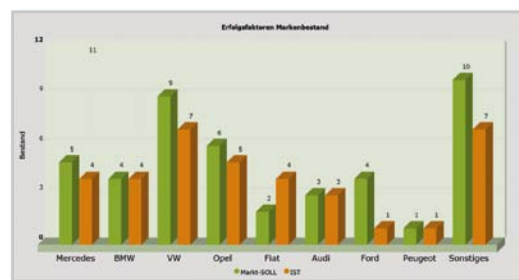
Dass alles aus einer Hand kommt, schätzt er ebenso wie die ansehnlichen Zusatzserlöse: „Seien wir ehrlich: Heute muss sich jedes

Geschäft gut rechnen, damit dauerhafter Erfolg möglich ist.“ Von der EGA weiß er sich gut unterstützt: „Die Organisationsmittel sind durchdacht. Als Betrieb arbeiten wir jetzt besser zusammen, weil Verkäufer- und Servicearbeitsplätze per EGA-NET miteinander verbunden sind.“

Ihm als Inhaber nutzen Maßnahmen wie der EGA-Einkaufsvergleich, der ihm gut 30 Prozent Einsparung gebracht hat. „Und die Leistungen der EGA-Lieferanten sind besser als ich das vom Hersteller kenne.“

BESTANDSSTATISTIK				
	Ø-Preis	Ø-Kilometer	Ø-Alter	UF VERKAUF
Ø- Ihr Autohaus	12.486 €	66.075 km	5,61 Jahre	8,08 / 9,88
Ø- EGA	17.800 €	30.795 km	4,72 Jahre	n/a

Statistik I: Übersichten zeigen, wo das Autohaus im EGA-Vergleich steht. Hier: Preis, Alter, Umschlagsfaktor.



Statistik II: Der Soll- und Ist-Vergleich von Marken und Modellen zeigt, wo der eigene Bestand Lücken hat.

Info-Veranstaltung und Kontakt

EGA-Live am 1. März 2012 in Lünen (NRW): Praxisbeispiele zur EGA-Systemnutzung, Einsatzmöglichkeiten von Verkäufer- & Servicearbeitsplatz in markengebundenen & freien Betrieben.
EGA Best Practice am 2. & 3. März 2012 in Dortmund: Praxiserschulung zum EGA-Qualitätscheck.

Einkaufsgenossenschaft Automobile (EGA):

Information und Beratung durch die EGA-Händlerbetreuer.
 Telefon: 0800-342 0800, E-Mail: info@ega.eu, Internet: www.ega.eu

Mehr Informationen



Details zur EGA-Partnerschaft finden Sie unter www.ega.eu/2012.html
 Oder scannen Sie den Code mit Ihrem Smartphone!

Weitere Nachrichten

- | LDB Löffler expandiert nach Frankreich und Italien
- | KÜS schließt 2011 als Rekordjahr ab
- | Mehr Gebrauchtwagen auf den Online-Marktplätzen im Januar

- | Alphacontroller wird noch smarter
- | Leichter Rückgang bei den Restwerten
- | Pkw.de modifiziert sein Angebot

Händlernetzwerk



Share |



11.01.2012



EGA optimiert Marketingunterstützung

Die Einkaufsgenossenschaft Automobile (EGA) bietet ihren aktuell 350 Partnern ein optimiertes Marketingpaket zu vergünstigten Kosten. Das meldete der Verband in einer aktuellen Unternehmensmitteilung.

„Wir haben das EGA-Marketingpaket für unsere Mitgliedsbetriebe neu strukturiert“, erklären die Vorstände Wolfram Lambeck und Thorsten Cordes. Das Marketingpaket umfasse Beratung, Werbemittel und Prospekte. Neu sei eine Auswertung im EGA-NET, welche Verkaufserfolge in den einzelnen Marktgebieten erzielt werden konnte.

Das Basispaket mit sechs mal 10.000 Prospekten beläuft sich nach EGA-Angaben auf 579 Euro monatlich,

das Pluspaket mit acht Prospekten ab 649 Euro monatlich. Darin enthalten seien Schulungen, eine auf den Betrieb zugeschnittene Marketing-Beratung sowie eine regelmäßige Ausstattung mit Aktionsflyern und andern Werbemitteln. Man habe im Vergleich zu den bisherigen Paketen die Kosten für die Händler halbiert. (en)

Weitere Informationen im Internet unter www.ega.eu.