

Einkaufsgenossenschaft Automobile (EGA)

Die EGA rechnet sich

Bewährte Gesamtlösung für Einkauf, Schulung, Organisation und Marketing

Vom Anschluss an ein Werkstatzsystem 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. Vertragshändler vermarkten über unsere B2B-Plattform ihren Fahrzeugbestand und werden dafür EGA-NET-Part-

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

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

„Die EGA ermöglicht uns attraktive Zusatzerlöse.“

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



Holger Bormann, Vertragshändler und EGA-Partner aus Wolfenbüttel



Sabine Specht, EGA-Partnerin aus Wetter/Ruhr



Markus Fissenewert, EGA-Partner aus Gütersloh

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

Die EGA-Leistungspalette sei in über zehn Jahren aus dem Bedarf der Partnerbetriebe heraus gewachsen:

„Deshalb sind wir praktisch, preisgünstig und praxisgerecht.“

Die EGA-Leistungen weiß auch Autohausinhaberin Sabine Specht aus Wetter zu schätzen. Sie baute 2005 ein freies Autohaus und verwirklichte ihre Visionen. „Der Erfolg zeigt mir, dass ich mit meinen Ideen richtig liege. Aber ohne Systemunterstützung der EGA hätte ich das nicht dauerhaft geschafft.“

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 verkau-

fe ich, ohne sie am Platz zu haben. So spare ich die Finanzierungskosten.“

Professionell: Die Fahrzeugpräsentation

Dass sie nur ein System benötigt, um ihre eigenen Fahrzeuge für Börsen, Präsentation im Autohaus und Prospekte zu pflegen, gibt ihr mehr Zeit für den Verkauf. „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 acht EGA-Prospekten, sondern auch Werkstattaktivi-

The collage features several promotional flyers from the EGA system. The top flyer is titled 'Herbst-Aktionswochen bei Bormann' and includes a 'WILKOMMEN' message from Thorsten Cordes. Below it, there are flyers for 'Räder extra' and 'Den Winter fest im „Grip“!'. The 'Räder extra' flyer lists various tire models and their prices, such as HANKOOK HANKOOK, ALU-Komplettrat HANKOOK, ALufelge EGA RC DRIVE, and REifen ROTEX W4000. The 'Den Winter fest im „Grip“!' flyer offers a 'HAPPY-WHEEL-RUNDUM-PAKET' with a 47% discount on tires and services. Other flyers mention 'Fahrgewinnertipps' and 'Dienstwagen' offers.

onen und Teile: „Die EGA benennt die Lieferanten und handelt günstige Preise aus.“

Praktisch: Die Fahrzeugverwaltung

100 Jahre alt wird das Autohaus 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 – hatten aber zu wenig Perspektiven.“

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-Werbung bringt. Die EGA-Prospekte funktionieren auch in schwachen Zeiten.“

Auch Markus Fissenewert



Mit dem EGA-NET lassen sich Fahrzeuge zukünftig anlegen, Werkstatteuern 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.

sichert sich mit dem EGA-Marketing Kundenpflege und 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 Zusatzerlöse: „Seien wir ehrlich: Heute

muss sich jedes Geschäft gut rechnen, damit dauerhafter Erfolg möglich ist.“

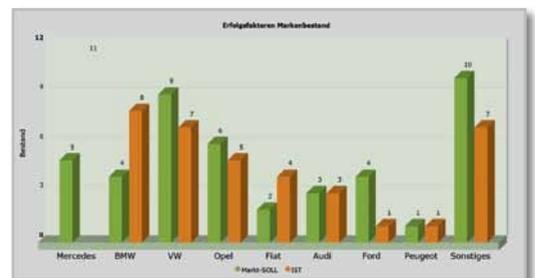
Von der EGA weiß er sich gut unterstützt: „Die Organisationsmittel sind durchdacht. Als Betrieb arbeiten wir jetzt besser zusammen, weil Verkäufer- und Servicearbeitsplätze per EGA-NET miteinander verbunden sind.“

Ihm als Inhaber nützen Maßnahmen wie der EGA-Einkaufsvergleich, der ihm gut 30 Prozent Einsparung gebracht habe. „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	3,88 / 4,28
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 3. März 2012 in Dortmund: Praxisbeispiele der EGA-Systemnutzung, Einsatzmöglichkeiten von Verkäufer- & Servicearbeitsplatz in markengebundenen & freien Betrieben.

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!