

## FREIER AUTOHANDEL

# Hier hält man zusammen

Unternehmer Sven Heilmann hat sich bewusst für die EGA-Philosophie entschieden. Und der Schritt gibt ihm Recht: Sein Betrieb in Bad König kann bei den Stammkunden nun besser punkten als früher.

## KURZFASSUNG

„Man ist als Händler wieder sein eigener Unternehmer“, bringt es Sven Heilmann in seinem gleichnamigen Betrieb auf den Punkt. Im Jahr 2009 lernte er die EGA-Philosophie auf einer Tagung kennen. Und diese Idee – eine Marke von Händlern für Händler – schätzt er bis heute.

Sieben Jahre ist es jetzt her, seit Sven Heilmann verstanden hat, wie die Strategie für die Zukunft seines Betriebs aussehen muss. Denn im Jahr 2009 ließ sich der Autohausunternehmer von einer Idee anstecken, die den Chef des gleichnamigen Familienbetriebs gestern wie heute überzeugt. Nämlich die Idee einer Marke von Händlern für Händler.

„Die Stärke liegt in der Freiheit“, betont der Ex-Vertragshändler Heilmann heute. „Ich kann bestimmen, wann ich welche Ware nehme. Man ist als Händler wieder sein eigener Unternehmer.“

Das war in dem hessischen Kfz-Betrieb nicht immer so. Jahrzehntlang setzte die Kundschaft den Namen Heilmann mit Opel gleich, seit 1936 verkaufte man Modelle mit dem Blitz. Für kurze Zeit, als die Marktanteile von Opel hierzulande langsam den Bach runtergingen, gesellte sich noch Honda als Fabrikat hinzu. Im Jahr 2012 zog Heilmann dann den Schlussstrich und gab die Vertriebsverträge mit Opel und Honda zurück. Lediglich am Servicevertrag mit den Rüsselsheimern hielt er fest.

Schließlich hatte Heilmann 2009 auf einer Tagung den eingangs erwähnten EGA-Weg kennen- und schätzen gelernt. Heute präsentieren sich an der viel befahrenen Straße in Bad König neben dem Opel-Gelb das frische EGA-Blau und der dazugehörige Slogan „Alle Marken Autozentrum“. Natürlich darf auch der Schriftzug Heilmann nicht fehlen, die Autohäuser sollen sich der Genossenschaft zufolge schließlich als Marke selbst inszenieren.

## Wirtschaftlicher Erfolg

Zum Hintergrund: Einer für alle, alle für einen. Dieses Motto würde auch gut zur 2001 gegründeten EGA Einkaufsgenossenschaft Automobile e. G. passen. Die aktuell rund 900 freien Händler halten zusammen, gemeinsam kann man mehr bewegen. Die Leitlinie besagt, dass alle Vorhaben des Händlerverbands wirt-



schaftlich erfolgreich sein und die Arbeit des Autohausunternehmers vor Ort deutlich erleichtern sollen.

Händler wie Sven Heilmann aus Bad König profitieren somit unter anderem von der gemeinsamen Vermarktung des Fahrzeugbestands aller Partner und von günstigeren Konditionen – dem Groß-einkauf bei über 60 Lieferanten sei Dank. Ferner könnte Heilmann als kleiner Betrieb die Themen IT, Leadmanagement & Co. gar nicht alleine stemmen. Gut, dass er sich der Genossenschaft angeschlossen hat, die meisten Interessenten stellen Heilmann zufolge heute ihre Anfrage im Netz. Außerdem hebt er das Baukastenprinzip und die Unabhängigkeit vom Hersteller hervor. „Ein weiterer Vorteil der EGA: Man wird zu nichts gezwungen“, sagt Heilmann. „Das Ganze ist sehr praxisnah.“

### Kritik der Kollegen

Heilmann näherte sich der EGA Schritt für Schritt. Erst testete er den Verkäuferarbeitsplatz im EGA-Net, also die Fahrzeugverwaltung, -vermarktung, -präsentation und -bestandspflege. Dann entschied er sich für das Marketing-Modul und die Homepage aus dem Leistungsspektrum des Verbunds, später stellte er auf die aktuelle Signalisation in den Farbtönen Blau und Weiß um. „Das gab einen richtigen Schub“, erinnert sich der Autohausinhaber. „Wir wollen schließlich Geld verdienen.“

Auslöser hierfür war der ERFA-Kreis, dem er sich frühzeitig anschloss. Eine gute Idee. Autohausunternehmer Heilmann tauschte sich hier intensiv mit den Kollegen aus – und sie mit ihm. Offen und ehr-

lich analysierten sie Heilmanns Kfz-Betrieb, dessen Situation vor Ort und mögliche Verbesserungsmaßnahmen. Danach stand für Heilmann fest, auf die EGA-Signalisation umzusatteln.

Interessant: Laut Heilmann verliert er heute weniger Stammkunden an Fremdmarken-Händler-Kollegen als früher, da er nun auf einen GW-Pool mit mehr als 15.000 Fahrzeugen aller Marken zugreifen kann. Vom kleinen Volkswagen up bis zum neuen Hyundai Tucson. Dank eines Neuwagen-Moduls ist Heilmann jetzt zudem in der Lage, auf Kundenwunsch auch Neuwagen zu kalkulieren. „Nicht jeder Kunde möchte einen Jahreswagen oder ein EU-Fahrzeug“, berichtet Heilmann aus der Praxis. Anders als in der Vergangenheit beschränkt sich sein Angebot dabei nicht mehr auf die Autobauer Opel und Honda. Wer den verkehrsgünstig gut gelegenen Betrieb in Bad König ansteuert, der findet auf der großzügig mit Blumentöpfen geschmückten Ausstellungsfläche immer 30 bis 40 Fahrzeuge vor.

### Werkstattkonzept on top

Und der Service? Kommen lediglich Halter von Opel-Fahrzeugen für die anstehende Wartung und Reparatur zu Heilmann? Mitnichten. Aus der Historie heraus nutzt Heilmann das Werkstattkonzept 1a Autoservice, andere Händler setzen ausschließlich auf die EGA für den Teilezukauf und den technischen Support.

Für Autohauschef Heilmann gehört der Einzelkämpfer-Status der Vergangenheit an – er weiß jetzt genau, was er braucht, um erfolgreich zu sein.

Patrick Neumann ■



## Der Online BonitätsCheck

Kunden gewinnen ohne Ladenschluss ...

... einfach über Ihre Händlerwebsite oder per QR-Code am Point of Sale.

Rufen Sie uns an  
0 89 / 55 11 34 38

oder informieren Sie sich unter  
[www.commerzfinanz.com/obc](http://www.commerzfinanz.com/obc)

Ihr starker Finanzierungspartner



- 1 Sven Heilmann, Chef des „Alle Marken Zentrum“ in Bad König
- 2 Der ehemalige Opel-Betrieb liegt verkehrsgünstig am Supermarktknoten.
- 3 Dank der EGA umfasst der Fahrzeug-pool 15.000 Autos.