

kfz-betrieb

SPEZIAL

20 JAHRE
EGA
EINKAUFSGENOSSENSCHAFT
AUTOMOBILE E.G.

ALLE
MARKEN
AUTOZENTRUM

2 MIO. GEMEINSAM VERKAUFTE AUTOS
35.000 LAGERWAGEN
SEIT 20 JAHREN IN DER CLOUD
1.300 PARTNER

20 Jahre Erfolg mit System

Die Vorteile einer starken Gemeinschaft für sich nutzen und unabhängig von Autoherstellern agieren: Das ist das Konzept der Händler im Verbund der Einkaufsgruppe Automobile (EGA).

Garantiert immer die richtige Wahl!



mobile
GARANTIE

Die kontinuierliche europaweite Expansion in den letzten Jahren zeigt die Verankerung und den Erfolg der **mobile GARANTIE** Deutschland GmbH im Garantiesektor. Mit einem selbstständig agierenden Firmennetzwerk und starken Partnern bietet sie ihren Kunden modulare und maßgeschneiderte Garantie- und Servicedienstleistungen.

Gebrauchtwagen und
Neuwagenanschlussgarantien

Maßgeschneiderte Produkte
Flexible Produktgestaltung für
alle Sparten

Reparaturkostenversicherungen
ganz **nach Maß**

Individuelle Erweiterung durch
Optionen wie z.B.

- Mobilitätsgarantie

Fordern Sie weitere Informationen
an!

Tel.: 05130 975 70 30
info@mobile-garantie.de



www.mobile-garantie.de

Inhalt

2022

- 4 **„Bei uns steht der Händler im Vordergrund“**
Der EGA-Vorstand im Interview
- 5 **Erfahren und engagiert**
- 6 **Profitabler denn je**
Sven Heilmann setzt seit über zehn Jahren auf die EGA
- 7 **Neue Kunden binden**
Das Autohaus Blecker verbindet erfolgreich Hersteller- und EGA-Partnerschaft
- 8 **Das Vier-Säulen-Prinzip**
Das umfassende EGA-Portfolio auf einen Blick
- 10 **EGA-Alle-Marken-Website**
Mit minimalem Aufwand zur individuellen Website
- 11 **Website-Optimierung**
- 12 **Abläufe optimieren mit dem EGA-NET**
Autohaus-Prozesse mit wenigen Klicks abwickeln
- 13 **Mit starken Partnern mehr erreichen**
- 14 **Teile und Reifen für alle Fälle**
Original- und Identteile sowie Reifen und Räder schnell im EGA-NET bestellen
- 15 **Sparen beim Einkauf**
- 15 **Langjährige Erfahrung im Teilevertrieb**
- 16 **Erfolg durch Kundenbindung**
Kunden mit der EGA-Sorglos-Flat an den Betrieb binden
- 17 **Fahrzeuge schnell gecheckt**
EGA-Qualitätscheck und Mehrmarken-Diagnose
- 18 **Gemeinsam stark**
Erfahrungsaustausch im ERFA-Kreis
- 19 **EGA-Partnerschaft**
Die Partnerschaftsmodelle im Überblick

IMPRESSUM

kfz-betrieb
SPEZIAL

Geschäftsführung
Matthias Bauer (Vorsitz)
Günter Schürger

Redaktion
Yvonne Simon

Layout
Alexandra Geißner

Herstellung
Andreas Hummel

Druck
Vogel Druck und Medienservice GmbH
97204 Höchberg

Titelbild
EGA

Im Auftrag der EGA Einkaufsgenossenschaft
Automobile e.G.
Das »kfz-betrieb Spezial« ist dem Trägertitel
»kfz-betrieb« beigelegt.

Erfüllungsort und Gerichtsstand
Würzburg
Anschrift von Verlag und Redaktion



Vogel Communications Group
GmbH & Co. KG
Max-Planck-Straße 7/9
97082 Würzburg
Telefon: 0931 418-2417
Telefax: 0931 418-2060
www.vogel.de

Leserservice
Isabella Kuhn
Telefon: 0931 418-2417
Telefax: 0931 418-2060
E-Mail: isabella.kuhn@vogel.de



Reinhold Thalhofer
Berater für Autohäuser
und Kfz-Betriebe

Mit Perspektive, Zuversicht und Mut in eine gute Zukunft ...

Es gibt einen interessanten Zusammenhang zwischen Veränderung und Begeisterung: Nur wer in der Lage ist, Veränderungen rechtzeitig selbst vorzunehmen und zugleich die Fähigkeit hat, sich und andere zu begeistern, der hat die heute geforderte Voraussetzung für Erfolg und schließlich Zukunftsfähigkeit.

Die Veränderung wird durch unser Umfeld ausgelöst. Die Begeisterung passiert inwendig. Allerdings wird ein wahrer Unternehmer niemals die Veränderung erleiden, sondern diese vielmehr selbst aktiv betreiben. Und genau das ist der Unterschied: Sieger betreiben Veränderung, Verlierer erleiden sie.

Der Vertriebsvorstand einer Hersteller-Premiummarke sagte vor einiger Zeit: „Wir können und wollen unsere Händler nicht schützen!“ Dies haben die Macher und Pioniere der EGA rechtzeitig erkannt und entsprechend gehandelt. Solange man selbst noch über seine Zukunft entscheiden kann, sollte man das auch tun. Denn wenn andere darüber entscheiden, wird es meist sehr bitter.

Seit der Gründung der EGA im Jahr 2001 darf ich diese geniale Idee als Trainer und Coach, Sparringspartner und Berater begleiten und durfte mitgestalten und miterleben, wie aus der Idee eine klare Vision und schließlich ein handfestes System entstand. Ein System, das viel mehr ist als nur eine Einkaufsgruppe Automobile.

Es gibt ein Leben außerhalb des Fabrikatsuniversums. Der freie Automobilmarkt hat im Jahr 2020 sensationelle 48 Prozent Marktanteil in der Servicebetreuung erreicht; der Fabrikatshandel ist auf 44 Prozent abgesunken (Quelle: DAT). Es gibt zukünftig nur zwei erfolgreiche Geschäftsmodelle: entweder in Ballungszentren als exklusiver Handelspartner eines Herstellers auf Augenhöhe oder als markenübergreifendes Mobilitätszentrum mit Herz und Verstand für alle Autofahrer. Und genau das bietet die EGA.

Viel Erfolg auch weiterhin!

Reinhold Thalhofer

EGA-VORSTAND IM INTERVIEW

„Bei uns steht der Händler im Vordergrund“

Seit ihrer Gründung 2001 ist die EGA kontinuierlich gewachsen – heute zählt sie über 1.300 Mitglieder. Was den Verbund ausmacht und wie genau Händler von ihm profitieren, erklären die beiden Vorstände Thorsten Cordes und Wolfram Lambeck im Interview.

ZUR PERSON

Thorsten Cordes (57)

Seit 2001: Gründungsmitglied und Vorstandsvorsitzender der EGA.

Seit 1995: Geschäftsführer Autohaus Cordes in Dortmund.

Wolfram Lambeck (56)

Seit 2001: Gründungsmitglied und Vorstandsvorsitzender der EGA.

Seit 1985: Geschäftsführer Fahrzeughaus Lambeck in Wermelskirchen.



Bild: Maranso GmbH, Oliver Felchner

Thorsten Cordes, EGA-Vorstand und Geschäftsführer Autohaus Cordes



Bild: Maranso GmbH, Oliver Felchner

Wolfram Lambeck, EGA-Vorstand und Geschäftsführer Fahrzeughaus Lambeck

Redaktion: Was ist die EGA?

Wolfram Lambeck: Wir sind ein Verbund von Händlern für Händler. Hinter der EGA steckt die Idee, für die Händler ein Einkaufs-, Marketing- und EDV-Konzept zu schaffen, mit dem sie unabhängig von Autoherstellern am Markt agieren können. Im Kern umfasst das Konzept vier Säulen: den Einkauf, das System, Marketing und Coaching. Damit decken wir alle Leistungen ab, die ein Autohaus braucht.

Sie haben die EGA vor 20 Jahren gegründet, mittlerweile haben Sie rund 1.300 Mitglieder. Hätten Sie damals gedacht, dass der Verbund so groß wird?

Thorsten Cordes: Uns war klar, dass wir eine bestimmte Größenordnung brauchen, um genug Einkaufsmacht zu erlangen. Von Hermann Hesse stammt das Zitat „Jedem Anfang

wohnt ein Zauber inne“ und das beschreibt auch gut die Anfänge der EGA: Wir haben uns damals mit absoluter Überzeugung von unserem Produkt an die Arbeit gemacht.

Wie kam es denn zur Gründung der EGA?

Cordes: Die Autohäuser Lambeck und Cordes waren ursprünglich BMW-Händler – das Autohaus Cordes für 25 Jahre und das Fahrzeughaus Lambeck sogar 10 Jahre länger. Wir haben damals die Kündigung von BMW erhalten und mussten uns neu orientieren. Hätten wir BMW durch eine andere Marke ersetzt, dann hätten wir unsere Stammkunden verloren. In der Nähe meines Betriebs in Dortmund wurde außerdem eine BMW-Niederlassung eröffnet und als freier Händler gegen eine Niederlassung anzukommen, das funktioniert auch nicht. In dieser Phase der Neuausrichtung hatten

wir uns kennengelernt. Wir waren uns einig: Um unsere Betriebe zukunftsfähig zu halten, brauchen wir ein Alle-Marken-Konzept. Uns war klar, dass wir beide das nicht allein stemmen können. Und so haben wir damals die EGA gegründet, um unsere eigenen Betriebe fit für die Zukunft zu machen und gleichzeitig auch anderen Händlern diese Möglichkeit zu bieten.

Sind die Ziele und Visionen, die Sie damals hatten, noch die, die Sie heute haben?

Lambeck: Absolut. Die Herausforderungen sind nach wie vor die gleichen, man könnte sagen, wir sind David gegen Goliath. Wir sind daran interessiert, uns zu organisieren, um in einer industriedominierten Branche den mittelständischen Händler zu stärken.

Cordes: Vor allem im ländlichen Gebiet gibt es viele Händler, die mit einem Fabrikat allein nicht mehr überleben können. Noch dazu werden aktuell wieder bei vielen Marken Verträge gekündigt. Diese Lücken füllen wir.

Wer sind Ihre Mitglieder?

Lambeck: Das ist breit gefächert. 60 bis 70 Prozent unserer Mitglieder sind mittlerweile Markenhändler, die sich durch uns ein zusätzliches Standbein geschaffen haben und damit größere Kundengruppen ansprechen können. Hinzu kommen natürlich viele freie Händler und Werkstätten, die über uns den Einkauf stärken. Außerdem nutzen uns große Autohandelsketten als Absatz-

kanal. Das Angebot der EGA eignet sich also für Händler jeder Größe.

Es gibt am Markt viele Mehrmarkenkonzepte, denen sich Händler anschließen können. Wie heben Sie sich von Ihrer Konkurrenz ab?

Cordes: Bei uns steht der Händler im Vordergrund. Wir haben bei der Gründung ganz bewusst die Rechtsform der Genossenschaft gewählt. Das heißt, wir arbeiten nicht gewinnorientiert, sondern stellen den Händlern Vorteile wie den gemeinsamen Einkauf direkt zur Verfügung. Außerdem sind Herr Lambeck und ich täglich in unseren eigenen Autohäusern im Einsatz. Wir bringen also Ideen aus der Praxis ein. Wir treffen keine Entscheidungen am grünen Tisch, sondern prüfen alles in unseren Betrieben auf Praktikabilität.

Lambeck: Ich würde außerdem sagen, dass unser Portfolio das weitreichendste ist. Einige Anbieter haben den Fokus verstärkt auf einem Bereich wie Fahrzeugeinkauf, Teile oder Marketing. Bei uns ist alles enthalten. Und der Erfolg gibt uns Recht: Wir arbeiten selbst seit 20 Jahren erfolgreich als freie Händler mit dem System.

Woher kommen Ihre Fahrzeuge?

Cordes: Einerseits teilen wir die Lagerbestände der Mitglieder. Ein Händler in Hamburg kann beispielsweise genauso auf meinen Bestand zugreifen, wie ich auf seinen. Zusätzlich haben wir Großhändler, aus deren Lagerkapazitäten wir uns direkt bedienen können. Diese insgesamt rund 35.000 Bestandsfahrzeuge können die Händler ihren Kunden anbieten.

Welche Art Fahrzeuge bekommen Händler über die EGA?

Cordes: Der Schwerpunkt liegt auf EU-Neuwagen, Tageszulassungen und Jahreswagen, aber auch hochwertigen Gebrauchtwagen. Insgesamt ist der Pool aber bunt gemischt und umfasst markenübergreifend alles vom älteren Gebrauchtwagen bis hin zum Neuwagen. Wir sind in allen Kategorien lieferfähig. Auch das unterscheidet uns von anderen Anbietern.

Wie viele Fahrzeuge verkaufen Ihre Partner jährlich über den EGA-Pool?

Lambeck: Erfahrungsgemäß machen EGA-Fahrzeuge zwischen 30 und 50 Prozent des Absatzes aus.

Und wie viel verdient der Händler dabei?

Lambeck: Händler können zurzeit eine Marge von bis zu 1.500 Euro re-

alisieren. Sie haben aber grundsätzlich die Möglichkeit, den Aufschlag auf Wunsch individuell anzupassen.

Suchen Sie aktuell Partner?

Lambeck: Ja! Wir leben grundsätzlich vom Wachstum. Es hängt nur etwas vom Standort des Händlers ab und mit welchem Partnerschaftsstatus er sich uns anschließen möchte. Denn wir gewähren unseren Alle-Marken-Zentren mit CI einen Gebietsschutz.

Wie viel müssen Händler investieren, wenn sie Partner werden wollen?

Cordes: Die Gebühren starten bei monatlich 49 Euro. Je nach Partnerschaftsstatus kommt eine Einrichtungsgebühr im niedrigen dreistelligen Bereich für Schulungen und CI hinzu.

Blicken wir zum Abschluss nach vorne: Was planen Sie für die Zukunft?

Lambeck: Wir wollen die Marke EGA weiter stärken und etablieren. Momentan überarbeiten wir unser EDV-System komplett; da werden neue Features hinzukommen. Genaueres können wir noch nicht verraten. Wir wollen auch in Zukunft ein außerordentlich leistungsfähiges Programm bieten.

DAS GESPRÄCH FÜHRTE YVONNE SIMON

DAS EGA-TEAM

Erfahren und engagiert

Beständigkeit in turbulenten Zeiten: Die EGA Einkaufsgenossenschaft Automobile feiert ihr 20-jähriges Jubiläum. Ziel bei der Gründung 2001 war es, Lösungen von Händlern für Händler zu bieten, und zwar in allen für Autohäuser relevanten Bereichen, von Vertrieb über Service und Teile bis hin zu Marketing und Coaching – und das tut die EGA bis heute.

Seit zwei Jahrzehnten setzt das Team in der EGA-Zentrale, die sich in Wermelskirchen bei Köln befindet, das Konzept um – direkt aus der Praxis und immer mit Blick auf die aktuellen Herausforderungen. Denn die Mitarbeiter stammen überwiegend aus der Automobilbranche und verfügen so über das nötige Know-

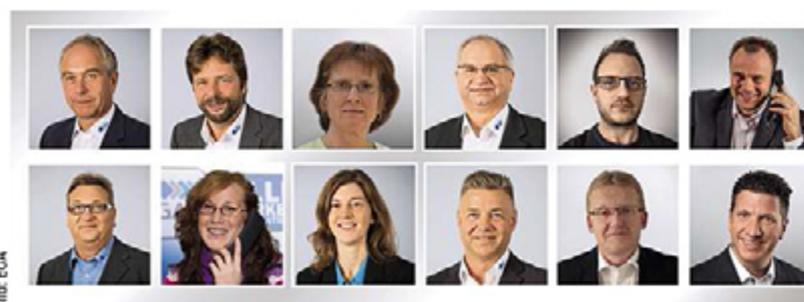


Bild: EGA

how. Die beiden Vorstände Thorsten Cordes und Wolfram Lambeck führen selbst seit über 35 beziehungsweise über 25 Jahren erfolgreiche Autohäuser. Insgesamt arbeiten für die EGA rund 20 Mitarbeiter, zudem wirken externe Unternehmen und

Agenturen an dem System mit. Das EGA-Team hat stets ein offenes Ohr für die Anliegen der mittlerweile mehr als 1.300 Autohaus-Partner. Ein eigener Außendienst betreut die Händler außerdem persönlich vor Ort.

Geballte Kompetenz: Das Team der EGA stammt überwiegend aus der Automobilbranche.

AUTOHAUS HEILMANN

Profitabler denn je

Vom Herstellervertrag in den freien Handel: Die Partnerschaft zwischen dem Autohaus Heilmann und der EGA ist seit über zehn Jahren eine Erfolgsgeschichte. Selbst in der Coronazeit konnte der Händler Absatz und Umsatz steigern.



Das Autohaus Heilmann in Bad König ist seit über elf Jahren EGA-Partner.

Bild: Autohaus Heilmann

Das Autohaus Heilmann mitten im Odenwald hat der Krise getrotzt: Auch in den von der Corona-Pandemie geprägten Jahren 2020 und 2021 konnte der Betrieb im kleinen Bad König Absatz und Umsatz steigern. Das ist natürlich kein Zufall. „Ich führe den Erfolg darauf zurück, dass wir alle Marken bieten und auch während des Fahrzeugmangels noch an Ware kommen, während die Automobilhersteller kaum liefern können“, erklärt Geschäftsführer Sven Heilmann.

Diese Möglichkeiten verdankt Heilmann der langjährigen Partnerschaft mit der EGA. Bereits 2010 schloss sich der Händler der Genossenschaft an. Damals hatte Heilmann noch Vertriebs- bzw. Serviceverträge mit den Marken Honda und Opel, suchte aber im Jahr nach der Umweltprämie zusätzliche Möglichkeiten, an Fahrzeuge zu kommen. Bei der EGA testete er daher zunächst den Baustein Fahrzeugverkauf. „Das hat so gut funktioniert, dass wir mit der Zeit immer mehr Bausteine hinzugenommen haben, darunter Marketing sowie die Alle-Marken-Signalisation und -Home-

page“, so Heilmann. Der Vorteil: Im Gegensatz zu den strikten Herstellervorgaben ist er bei der EGA zu nichts gezwungen, er kann selbst die zu ihm passenden Leistungen wählen. „Dadurch können wir effizienter arbeiten“, bekräftigt Heilmann.

Händlerverträge gekündigt

Während das seit über 100 Jahren in Südhessen ansässige Autohaus die Zusammenarbeit mit der EGA also intensiviert hat, zog es sich aus den Händlerverträgen immer weiter zurück. 2012 schließlich löste Heilmann sie komplett. „Wir haben gemerkt, dass wir ohne die Hersteller besser fahren“, sagt Heilmann.

Schon während der Zeit als Opel-Händler seien Kunden auf ihn zugekommen und hätten erklärt, dass sie zwar mit dem Betrieb zufrieden seien, aber gerne die Automarke wechseln würden. „Sie finden es toll, dass sie bei uns jetzt auch andere Marken bestellen können“, freut sich Heilmann. „Wir haben in den ersten Jahren definitiv Kundenverlust vermieden und konnten gleichzeitig neue Kunden ansprechen.“ Da gab vor allem die Alle-Marken-CI einen

Schub. „Damit senden wir ein klares Signal: Hier kann alles gekauft und repariert werden“, so Heilmann.

Auf seinem Hof und im Showroom präsentiert der Händler immer eine Auswahl von bis zu 50 Fahrzeugen. „Wir versuchen, von den beliebtesten Marken und Modellen ein Fahrzeug vorzuhalten“, erklärt er. Das helfe auch beim Onlinekauf. Denn wenn die Kunden das Modell bereits gesehen haben, falle es ihnen leichter, es etwa in einer anderen Farbe aus dem EGA-Pool zu bestellen.

Insgesamt verkauft Heilmann jährlich rund 250 Fahrzeuge. Die Käufer stammen überwiegend aus dem ländlichen Raum und suchen bezahlbare Autos. „Sie wollen ein gutes Angebot zum vernünftigen Preis. Auch da sind wir bei der EGA gut aufgehoben“, ist Heilmann überzeugt. Selbst bei Neuwagen erhalte er über die EGA bessere Konditionen als er sie über den Hersteller bekommen hätte.

Was Heilmann mit am meisten an der EGA schätzt, ist die Leistungsfähigkeit der Systeme. „Der Verkäuferarbeitsplatz ist so gut gestaltet, dass ich alles allein managen kann“, sagt er. Zusätzliche Verkäufer muss er mittlerweile nicht mehr beschäftigen – das Autohaus-Team umfasst nur noch sechs Mitarbeiter. Kundenangebote, Kaufverträge, Börsenexport – alles sei mit einem Klick erledigt. Der geringere Verwaltungsaufwand spare Zeit und wirke sich positiv auf das Betriebsergebnis aus – das Autohaus arbeitet profitabler als früher.

Mittlerweile nutzt Heilmann rund 90 Prozent der EGA-Bausteine und ist rundum zufrieden. „Ich würde die EGA jederzeit weiterempfehlen“, so Heilmann, „man kann damit seinen Betrieb wieder auf Vordermann bringen.“



Sven Heilmann kann den Verkauf in seinem Autohaus dank EGA-NET mittlerweile ohne zusätzliche Mitarbeiter managen.

AUTOHAUS BLECKER

Neue Kunden binden

Das Autohaus Blecker in Gifhorn vereint zwei Welten: Hersteller-Vertragspartner und EGA-Alle-Marken-Autozentrum. Über die EGA-Partnerschaft kann der Betrieb einen erweiterten Kundenkreis ansprechen – und diesen auch halten.

Vor rund zehn Jahren suchte Frank Blecker eine zusätzliche Alternative für seinen Betrieb. Er war damals zwar bereits Hyundai-Vertragshändler und Opel-Servicepartner, doch das half ihm wenig bei der Inzahlungnahme von Fremddarken. Was den Serviceprozess und den Ersatzteilerbereich anbelangt, gab es da von den Herstellern wenig Unterstützung. Also begann Blecker zu recherchieren und stieß auf die EGA als beste Option. „Unsere Hauptmotivation war es, eine Servicemarke zu etablieren. Wir wollten den Kunden zeigen, dass sie Autos aller Marken zu uns bringen können“, erklärt Blecker. Über das EGA-NET erhält er Ersatzteile für alle Fabrikate zu günstigen Konditionen.

Dass er über die EGA auch Fahrzeuge zu- und verkaufen kann, war damals für ihn eine schöne Zusatzoption – heute ist der Vertrieb über die Genossenschaft im Gebrauchtwagenbereich ein wichtiger Faktor. Das Autohaus Blecker, das jährlich mit 18 Mitarbeitern rund 300 Fahrzeuge verkauft, befindet sich im niedersächsischen Gifhorn. Fährt man von dort 20 Kilometer in Richtung Osten, dann steht man vor den Toren des VW-Werks in Wolfsburg. Auch wenn Blecker mit Hyundai nach wie vor sehr zufrieden ist, sei

es in der Region zunehmend schwierig, mit nur einer Marke im Vertrieb zu bestehen.

Und der Stellantis-Konzern hat für seine Fabrikate gerade alle Händler- und Serviceverträge gekündigt. Der Entscheidung, ob er einen neuen Servicevertrag erhält, kann Blecker entspannt entgegensehen. „Mit der EGA sind wir in der Nachbetreuung der Opel-Kunden bestens aufgestellt – gut, dass wir das schon vor Jahren abgesichert haben.“

Vom Angebot der EGA nutzt Blecker mittlerweile viele Bausteine, darunter auch Marketing, Außen-signalisation und die Website.

Zusätzliche Zielgruppen

Letztere ist gerade in Zeiten der Fahrzeugknappheit besonders wertvoll. „Die Website hilft, weil wir dadurch weiterhin ein großes Spektrum anbieten können“, so Blecker. Website und Signallsation bringen zusätzliche Zielgruppen ins Autohaus. Oft kommen Kunden vorbei, die noch am Sondieren sind. „Dann können wir uns mit ihnen an den PC setzen und schauen, ob es das Wunschauto nicht auch über die EGA gibt.“ Dabei schätzt Blecker unter anderem die Verlässlichkeit bezüglich des Zustands der Fahrzeuge. Er weiß, dass er gute Ware bekommt,

die er guten Gewissens anbieten kann. „Bei der EGA gibt es Regeln, was die Qualität anbelangt. Das funktioniert sehr gut.“ Überhaupt erlebe man bei der EGA eine Partnerschaft, „bei der alle an einem Strang ziehen“.

Überregionale Vermarktung

Ein weiterer Vorteil: Die Partner teilen ihre Bestände überregional. Manchmal nimmt der Händler Fahrzeuge in Zahlung, die in einer anderen Ecke Deutschlands besser verkauft werden könnten. Gleichzeitig müssen Kunden das Fahrzeug nicht über weitere Distanzen abholen und haben ihren Ansprechpartner auch nach dem Kauf vor Ort.

Persönliche Ansprechpartner bietet auch die EGA-Zentrale ihren Händlern. Die Mitarbeiter dort haben immer ein offenes Ohr, lobt Blecker. „Wenn wir Vorschläge haben, nimmt die EGA sie auf und setzt sie, wenn möglich, um.“

Das Beste an der EGA ist für Blecker das Gesamtpaket, das sie abbildet. „Man ist als EGA-Partner ein vollwertiges Autohaus für alle Marken“, so Blecker. Hyundai sei gerade mit Blick auf alternative Antriebe ein guter Partner für die Zukunft, „aber die EGA rundet unseren Betrieb ab – wir wollen nicht auf sie verzichten“.



Bild: Autohaus Blecker

Frank Blecker, Geschäftsführer des Autohauses Blecker, sieht die EGA-Partnerschaft als wichtige Säule seines Erfolgs.



Das Autohaus Blecker ist sowohl Hyundai-Markenhändler als auch EGA-Systempartner.

Bild: Autohaus Blecker

UMFANGREICHES KONZEPT FÜR DEN ALLE-MARKEN-HANDEL

Das Vier-Säulen-Prinzip

Die EGA ist weit mehr als ein Verbund für den Fahrzeugeinkauf und -handel. Ihr Portfolio umfasst sämtliche Leistungen, die für den Betrieb eines Autohauses wichtig sind, von Software über Marketing bis hin zu Beratung und Coaching.

Die Leistungen der EGA sind in vier starken Säulen gebündelt: Einkauf, System, Marketing und Coaching.

Der Bereich Einkauf entstand aus der Erfahrung der beiden Vorstände Wolfram Lambeck und Thorsten Cordes heraus (s. Interview S. 4). Beide verloren 2000 ihre BMW-Händlerverträge und mussten sich umorientieren. Der Hersteller hatte den Betrieben viele Aufgaben abgenommen, die es nach der Kündigung selbst zu organisieren galt, darunter die Beschaffung und Finanzierung von Fahrzeugen, den Teileeinkauf sowie Garantieleistungen. „BMW hatte uns vieles leicht gemacht, aber von einem Tag auf den anderen war die Unterstützung weg“, erinnert sich Lambeck, „wir mussten eine komplett neue Einkaufslandschaft erschließen.“ Diese umfasst heute Kooperationen mit rund 60 Lieferanten und Partnern, mit denen die EGA für ihre Mitglieder Sonderkonditionen vereinbart hat – darunter Fahrzeug-Großhändler, Leasinggesellschaften,

Garantieversicherer sowie Teile- und Reifenhändler.

Die System-Säule beschreibt die technische Basis, mit der die EGA-Partner arbeiten. Alle technischen Systeme laufen im cloudbasierten EGA-NET zusammen, das die EGA selbst gemeinsam mit Programmierern entwickelt hat und regelmäßig um weitere Bausteine erweitert. Das EGA-NET bietet unter anderem einen Verkäuferarbeitsplatz. Egal ob Fahrzeugverwaltung, -vermarktung, Präsentation intern und extern, Export in Börsen, Fahrzeug-Bestandspflege und Wunschausuche sowie Vertragsgenerierung – alles lässt sich mit wenigen Klicks organisieren. Teil des Systems ist unter anderem auch die Mehrmarken-Diagnose mit einem von der EGA entwickelten mobilen Tester.

Marketing mit Analyse

Im Bereich Marketing und Werbung bietet die EGA eine Rundumlösung, die auch mit Händlerverträgen perfekt kombinierbar ist. Die

Marketing-Pakete umfassen Schulungen und individuelle Beratung, die regelmäßige Ausstattung mit auf das Autohaus gebrandeten Aktionsflyern und Prospekten. Zudem können die Händler über ein Auswertungsmodul im EGA-NET ihre Verkaufserfolge in einzelnen Marktgebieten im Blick behalten.

EGA-Partner können sich außerdem nach außen mit der Alle-Marken-Signalisation als kompetenter Ansprechpartner im Alle-Marken-Handel präsentieren. Als „EGA-Alle-Marken-Autozentrum“ erhalten die Partner Gebietsschutz.

Säule Nummer vier ist der Bereich Coaching. Die EGA stellt für viele ihrer Partner nicht nur ein wichtiges zweites Standbein dar, sondern ist auch Impulsgeber, Stratege und Coach. Regelmäßige Veranstaltungen wie der Erfa-Kreis dienen dem Erfahrungsaustausch.

„Unser Grundprinzip ist es, voneinander zu lernen“, erklärt Wolfram Lambeck, „Wir wollen durch mehr Wissen unsere Zukunft absichern.“

Die 4 Säulen der EGA



Bild: EGA

Die vier starken Säulen der EGA: Einkauf, System, Marketing und Coaching.

AUF EINEN BLICK

Das EGA-Leistungsportfolio

ÜBER 1.300 PARTNER
 HOMEPAGE-FAHRZEUG VERTRIEBSMODUL
 ALLE MARKEN AUTOZENTRUM
ORIGINALTEILE - REIFENSHOP
 EINKAUFSVORTEILE **35.000 AUTOS**
 HOMEPAGE
 EINKAUF TEILE - GEMEINSAMER EINKAUF
ALLE MARKEN - EIN PARTNER
 TECHNISCHER SUPPORT
 FINANZIERUNG **COACHING** MARKETING **CI**

Bild:EGA



DIEDERICHS
Karosserieteile GmbH



**Karosserieteile
& Beleuchtung**



Climate



**TUNING
& VEREDELUNG**

MOTORTRÄGER - exclusive Auswahl bei Diederichs

diederichs.com

60.000 versch. Artikel für **650** Fahrzeuge

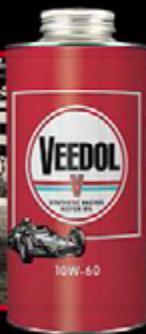


Veedol

Das Öl der Profis.



DAMALS WIE HEUTE: **IMMER DIE RICHTIGE WAHL.**



www.veedol-schmierstoffe.de

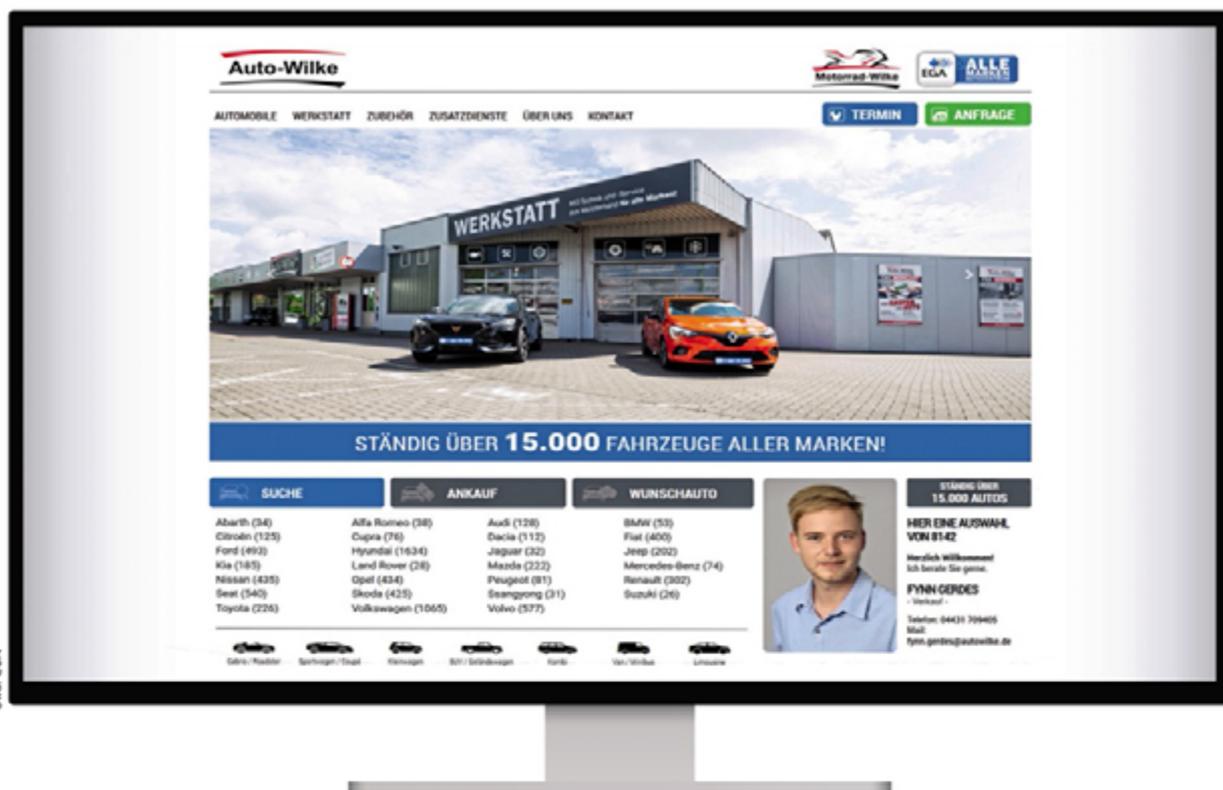


Bild: EGA

DER VIRTUELLE EGA-ALLE-MARKEN-SHOWROOM

EGA-Alle-Marken-Website

Mit minimalem Aufwand zum individuellen Auftritt: Die EGA-Alle-Marken-Website mit modernen Features ist fix aufgebaut und lässt sich trotzdem auf jedes Autohaus zuschneiden. Als digitale Visitenkarte zieht sie neue Kunden ins Haus.

Es ist längst kein Geheimnis mehr: Die große Mehrheit der Autokäufer informiert sich zunächst online über ihr Wunschauto, bevor sie ins Autohaus kommt. Eine hochwertige Website, die das Fahrzeugangebot abbildet, ist damit für Kfz-Betriebe absolut unverzichtbar.

Mit der EGA-Alle-Marken-Website bietet die EGA ihren System-Partnern ohne Zusatzkosten eine solche digitale Visitenkarte an. Sie weist den Händler als Alle-Marken-Experten aus, und zwar ohne große Programmierarbeit. Denn die Website ist ein vorgefertigtes System, das trotzdem schnell und einfach an das Autohaus angepasst werden

kann. So kommen Händler mit minimalem Aufwand zum individuellen Auftritt.

Herzstück der auch für die mobile Nutzung optimierten Website ist der integrierte EGA-Fahrzeugpool. Händler können in ihrem virtuellen Showroom über 15.000 Fahrzeuge aller Marken präsentieren, mit Fotos, Videos und sämtlichen Fahrzeugdetails. Die können Kunden mithilfe zahlreicher Filteroptionen durchstöbern und sich wahlweise auch nur die Fahrzeuge anzeigen lassen, die beim Händler vor Ort auf dem Hof stehen. Auf der Website dargestellt werden außerdem aktuelle Vertriebs- und Serviceaktionen sowie Angebote des jeweiligen Händlers.

Ankaufrechner und Terminvereinbarung

Zusätzlich bietet die Website viele moderne Features und Tools. Dazu

gehört beispielsweise ein Ankaufrechner. Wer sein Fahrzeug loswerden möchte, kann es direkt online bewerten lassen und ein unverbindliches Angebot vom Autohaus anfordern. Über die Online-Terminvereinbarung sehen Kunden sofort, welche Zeiträume noch verfügbar sind und können einen Werkstatttermin direkt buchen. In den Fahrzeugpool kann außerdem ein Finanzierungsrechner integriert werden.

Wie genau die Website gestaltet wird und welche Bausteine zum Einsatz kommen, kann der Händler selbst festlegen. Außerdem hat er jederzeit direkt im EGA-NET die Möglichkeit, Texte und Grafiken bei Bedarf zu bearbeiten und zu aktualisieren. Dort kann er auch die Preise der online angezeigten Fahrzeuge anpassen. Zur Handhabung der Website bietet die EGA selbstverständlich eine Schulung an.



Bild: EGA



Bild: Auto-Wilke

„Die Homepage bietet uns einen optimalen Marktzugang. Jeder zweite Kunde besucht unser Autohaus aufgrund der optimal angelegten Suchfunktion für Neu- und Gebrauchtfahrzeuge. Kunden finden direkt, was sie suchen und treten ohne Ablenkung durch Konkurrenzangebote unmittelbar mit uns in Verbindung. Durch unseren Zugriff auf die Gestaltung der Website können wir unsere Individualität auch innerhalb einer Gruppe bewahren.“

Christina Wilke, Geschäftsführerin Auto Wilke

Originalteile sind unsere Stärke.

Wir bieten Ihnen
**renditestarke
GVO Originalteile**
für viele
Fahrzeughersteller.



Schäferbarthold GmbH | Erbezug 2-12 | 32457 Porta Westfalica

TEL 0571-502 345

vertrieb@schaeferbarthold.de

www.schaeferbarthold.de

PROFESSIONELLE UNTERSTÜTZUNG

kfz-betrieb

Website-Optimierung

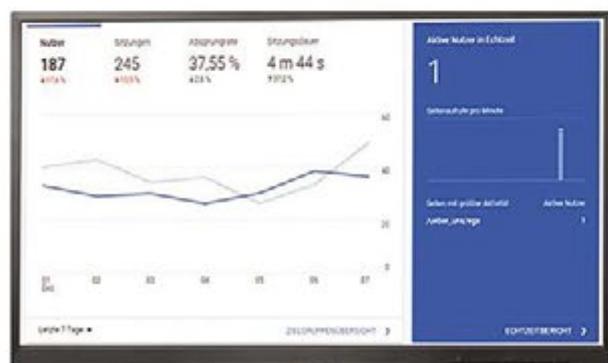


Bild: EGA

Ein Großteil der EGA-Partner nutzt die Vorteile der Alle-Marken-Homepage. Daraus ergibt sich eine große Datenbasis für die EGA: Ihre Mitarbeiter beobachten von der Zentrale in Wermelskirchen aus unter anderem, wie sich die Zugriffe auf die Websites im Vergleich zueinander entwickeln und können bei Bedarf Optimierungen in die Wege leiten. Um die Performance der Online-Auftritte nach vorne zu bringen, unterstützt die EGA ihre Händler unter anderem mit Maßnahmen wie Suchmaschinenoptimierung, Google-Adwords-Kampagnen und Werbung in sozialen Netzwerken wie Facebook. Der Händler spart sich somit die Kosten für eine externe Digitalagentur.

MEHR MÖGLICHKEITEN

GARANTIER MIT MULTIPART



Ob Neu- oder Gebrauchtwagen,
Hybrid oder Elektro:

MultiPart hat die passende Garantielösung.

Mit unserer Händler-Eigengarantie klappt
beim Service einfach alles besser – und Sie
machen garantiert Ihren Schnitt: Rufen Sie
uns an!



Bild: Autohaus Hilgert

Blick auf das Autohaus Hilgert in Salzgitter. Das EGA-NET ist dort schon seit 2003 im Einsatz.

FAHRZEUGVERWALTUNGS- UND VERMARKTUNGSSYSTEM

Abläufe optimieren mit dem EGA-NET

Im cloudbasierten EGA-NET laufen alle technischen Systeme der EGA zusammen. Fahrzeuge vermarkten, Kundendaten verwalten, Marketingaktionen, Teile und Reifen einkaufen: Alles ist mit wenigen Klicks erledigt.

Eine Vision zu haben ist das eine – sie in die Tat umzusetzen dann noch einmal eine andere Nummer. Als die EGA-Gründer vor 20 Jahren mit dem gemeinsamen Fahrzeugeinkauf beginnen wollten, merkten sie schnell, dass es dafür einer Kommunikationsplattform bedarf, um sich die Autos gegenseitig anbieten zu können. Daraus entstand die Idee des EGA-NETs. Was mit einer kleinen B2B-Börse begann, entwickelte sich mit der Zeit zu einem umfangreichen, cloudbasierten Fahrzeugverwaltungs- und Vermarktungssystem mit vielen zusätzlichen Funktionen.

Wichtig war es der EGA, dass das System schlank aufgebaut und schnell zu bedienen ist. „Egal um was es geht, man kommt mit wenigen Klicks zum Ergebnis“, berichtet EGA-Vorstand Thorsten Cordes.

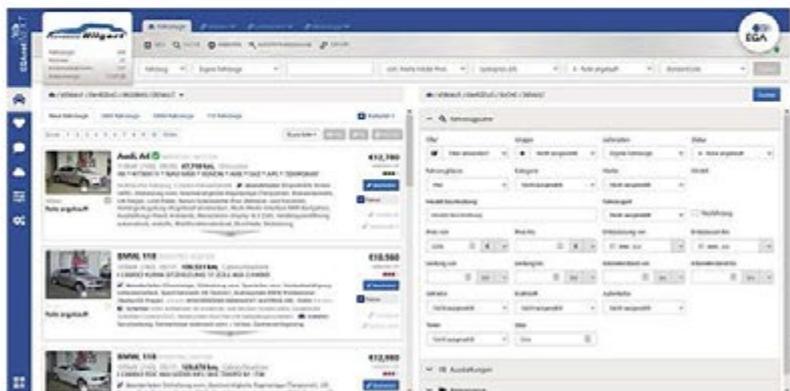
So lassen sich zum Beispiel Fahrzeugdaten schnell über die Fahrzeugidentifikationsnummer importieren, Dokumente wie der Fahrzeugbrief hinterlegen und Angebote sowie Verträge schreiben. Integriert

ist auch ein CRM-Tool. Damit können Händler sofort auf Kundendaten zugreifen und der Kundenkontakt wird lückenlos dokumentiert. Auch Mailing-Aktionen und der Versand von Newslettern lassen sich direkt aus dem System durchführen.

Neben dem Zugriff auf rund 35.000 Fahrzeuge der EGA-Partner bietet das EGA-NET auch Zugriff auf über 60 Teile-Lieferanten sowie den Reifen- und Rädershops mit Konfigura-

tor. Mit dem System verknüpft ist außerdem das Diagnose-Tablet der EGA für die Zustandserfassung von Fahrzeugen aller Marken.

Das EGA-NET ist keine Insel: Über verschiedene Schnittstellen erlaubt es sämtliche Möglichkeiten des Datenimports und -exports in andere Systeme, sofern es diese zulassen. Zu EGA-Partnerfirmen wie der Santander Consumer Bank bestehen natürlich ebenfalls Schnittstellen.



Das EGA-NET ist schnell und einfach zu bedienen.

Bild: EGA



Bild: Autohaus Hilgert

Martin Hilgert, Geschäftsführer Autohaus Hilgert, ist begeistert: „Mit dem EGA-NET generiere ich Zusatzverkäufe und spare viel Zeit bei der Abwicklung.“

GARANTIE UND FINANZDIENSTLEISTUNGEN

Mit starken Partnern mehr erreichen



Unsere kontinuierliche europaweite Expansion in den letzten Jahren zeigt die Verankerung und den Erfolg unseres Unternehmens im Garantiesektor. Die Vielfalt der Produkte ist der Weg der Zukunft. Wir sehen uns nicht als klassischen Garantianbieter, sondern als Schadens- und Kundenbindungsspezialist mit modularen und maßgeschneiderten Garantie- und Serviceleistungen. Eine einfache, flexible Produktgestaltung für alle Sparten mit zunehmender Fokussierung auf den B2B-Markt und kun-

denindividuelle Lösungen gehören zu unseren Stärken, die maßgeblich für die positive Entwicklung und das Wachstum seit Firmengründung verantwortlich sind.

Daraus ergibt sich auch der Anspruch für die mobile GARANTIE Deutschland GmbH, neue Entwicklungen stets mit passenden Partnern zu realisieren. Mit der EGA haben wir einen Partner an der Seite, mit dem wir gemeinsam Händler stärken und das Kundenbindungselement leben können.“ Weitere Informationen: www.mobile-garantie.de



Rainer Dörr, Geschäftsführer mobile GARANTIE Deutschland

Bild: mobile GARANTIE Deutschland GmbH



Wir gratulieren EGA zu 20 Jahren! Fast genauso lange arbeiten wir von Santander mit EGA zusammen und blicken dabei auf eine erfolgreiche Partnerschaft zurück. In enger Zusammenarbeit und auf Augenhöhe haben wir es in der Vergangenheit geschafft, uns immer gegenseitig zu stärken. Neben der Entwicklung marktorientierter Produkte konnten wir zusammen beispielsweise auch einen attraktiven Verkäuferarbeitsplatz ins Leben rufen. EGA war und ist für uns immer ein verlässlicher Partner – deshalb freuen

wir uns auf viele weitere Jahre erfolgreicher Kooperation!“

Die Santander Consumer Bank AG gehört gemessen an der Kundenzahl zu den Top 5 der privaten Banken in Deutschland. Sie bietet Privat- und Firmenkunden über verschiedene Kanäle umfangreiche Finanzdienstleistungen an.

In Deutschland ist die Bank der größte herstellerunabhängige Finanzierer von Mobilität und auch bei Konsumgütern führend. Weitere Informationen finden Sie unter www.santander.de.



Maik Kynast, Bereichsleiter Vertrieb Mobilität Santander Consumer Bank

Bild: Santander Consumer Bank AG

WERKSTATTSERVICE | WARTUNG | TECHNIK

Wir bieten Ihnen Rundum-Service für den Werkstattbereich – Reparatur, Wartung und Überprüfung. Von der Planung über Montage und Wartung bis hin zur Reparatur – stets nach BGR Vorgaben.

- Hebebühnen
- Hubtische
- Grubenheber
- Klimatechnikgeräte
- Kompressoren
- Kraft- und handbetriebene Tore
- Luftanlagen
- Bremsenprüfstände
- Motordiagnosegeräte
- AU- und Abgasmessgeräte
- Reifenservicegeräte
- Scheinwerfereinstellplätze



ORIGINALTEILE

Über die EGA können Händler Originalteile von über 35 Fahrzeugherstellern beziehen.

SKODA SSANGYONG BMW Mercedes-Benz Ford VW Audi KIA MINI HYUNDAI

MITSUBISHI SEAT TOYOTA CITROËN FIAT PEUGEOT MAZDA NISSAN DACIA VOLVO

Bild: © mosorogua - stock.adobe.com / EGA

EGA-TEILEPORTAL UND REIFENSHOP

Teile und Reifen für alle Fälle

Egal ob Original- und Identteile oder Reifen und Räder: Alles können Händler über das EGA-Teileportal zu attraktiven Konditionen schnell beschaffen. Über den EGA-Reifenshop sind die richtigen Reifen und Felgen schnell gefunden.

Fahrzeugteile aller Marken in Erstausrüsterqualität: Über das Teileportal der EGA können EGA-NET-Nutzer sowohl Originalteile als auch Identteile beziehen. Im Originalteile-Modul deckt die EGA über 35 Fahrzeughersteller ab.

Mit den Lieferanten hat die Genossenschaft attraktive Konditionen für ihre Partner vereinbart. „Bei einem größeren Unfallschaden kann die Werkstatt im Vergleich zum Einkauf beim lokalen Markenhändler schon mal einen vierstelligen Betrag sparen“, erklärt EGA-Vorstand Wolfram Lambeck. Neben den Top-Preisen punktet der EGA-Teile-Shop mit einer hohen Verfügbarkeit. Denn klar ist: Um den Kunden professionell bedienen zu können, müssen Teile schnell vorliegen. Im EGA-NET finden Händler die richtigen Lieferanten für das benötigte Teil auf einen Blick und können Preise und Verfügbarkeit vergleichen. Die Fahrzeugeingabe erfolgt über die Fahrzeug-

Schlüsselnummer oder manuell. Die Bestellung ist dann mit einem Klick erledigt.

Auch für Identteile kooperiert die EGA mit Lieferanten aller Marken. Auf Wunsch werden die Teile am selben Tag – je nach Standort des Autohauses mehrfach täglich – oder per Nachtexpress zugestellt.

Kompletträder schnell konfigurieren

Neben dem Teilesshop hat die EGA in Kooperation mit Lieferanten einen Reifenshop entwickelt. Direkt aus dem EGA-NET heraus können Kompletträder mit Reifen aller Marken sowie Alu- und Stahlfelgen konfiguriert werden.

Händler können jederzeit die Echtzeitbestände der Lieferanten einsehen und Netto- und Kundenverkaufspreise vergleichen. Im Verkaufsgespräch besteht die Möglichkeit, nur den Endkundenpreis einzublenden – somit kann der Verkäufer direkt am Bildschirm beraten.



Der Reifenshop der EGA bietet Reifen aller Preisklassen.

Bild: EGA

DIE VORTEILE KOMPAKT

Sparen beim Einkauf

Benjamin Holzendorf ist im Autohaus Lambeck seit fast 15 Jahren der absolute Profi, was den Teilebereich angeht. Hier umreißt er kompakt, was das EGA-Alle-Marken-Teilesystem ausmacht:

„Als EGA-Partner kauft man bei zahlreichen Lieferanten für Reifen, Felgen, Originalersatzteile, Aftermarket-Ersatzteile in Erstausrüsterqualität, Schmierstoffe und Verbrauchsmaterial zu sehr attraktiven Konditionen. Die Aftermarket-Produkte werden in bis zu vier Tagestouren am selben Tag oder per Nachtexpress zugestellt. Für die Originalteil-Beschaffung stehen Lieferanten für 35 Automarken zur Verfügung. Mithilfe eines Zusatzprogramms kann hier direkt aus dem Teilekatalog geordert werden. Die Lieferung erfolgt am nächsten Werktag.“



Bild: EGA

„Mit den EGA-Lieferanten decken wir unseren Teile- und Reifen-Bedarf für alle Marken perfekt ab und sparen dabei viel Geld im Einkauf.“ Benjamin Holzendorf, Fahrzeughaus Lambeck

Über den EGA-Reifeshop erhält man schnell und sehr günstig Reifen sämtlicher Hersteller. Mit dem Komplettad-Konfigurator können zeitsparend von über 30 verschiedenen Felgenherstellern Komplettadangebote erstellt und bestellt werden. Für die Schmierstoffe stehen fünf Lieferanten zur Verfügung, die neben Kanister- und Fassware auch lose Ware per Liefertour anbieten.“

EGA-TEILESPEZIALIST: JOHANNES SCHÄPER

Langjährige Erfahrung im Teilevertrieb

Der EGA-Außendienstmitarbeiter Johannes Schäper bringt eine über 30-jährige Expertise in allen Belangen rund um das Automobil mit. Sei es das Fahrzeug selbst, das Thema Ersatzteile, Betriebsstoffe oder Reifen – Johannes Schäper kennt sich aus. Auch privat beschäftigt er sich unter anderem mit Youngtimern – er hat einfach das berühmte „Benzin im Blut“.



Bild: EGA

„Machen Sie sich meine Erfahrung zunutze. Gerne berate ich Sie im Alle-Marken-Teile-Einkauf.“ Johannes Schäper, EGA-Außendienst

Seit 2015 arbeitet er bei der EGA als Händlerbetreuer. Neben der Schulung des EGA-Systems liegt sein Schwerpunkt im Coaching des Alle-Marken-Teilebereichs. Er zeigt den Werkstätten auf, welche Vorteile und Einsparpotenziale sie haben, wenn sie EGA-Lieferanten nutzen. Das leistet einen erheblichen Beitrag zu einem besseren Betriebsergebnis.

REIFEN GÖGGL
Großhandel Service Logistik

Ihr zuverlässiger Reifen & Räder-Lieferant seit 1982

Online-Shop & Reifenbörse auf einer Plattform vereint!

- Über 70.000 zufriedene Kunden!
- Ständig 1,5 Millionen Reifen & Felgen am Lager

Reifen Göggel | Badendinger Str. 14 - 26 | DE-72501 Gammertingen | Tel.: 0049 (0) 75 74 9 31 30 | info@reifen-goeggel.de | www.goeggel.com

www.GOEGGEL.com

IHR STARKER PARTNER

- ▼ PKW- & NKW-Ersatzteile
- ▼ KFZ-Zubehör
- ▼ Industriegestützte Konzepte
- ▼ Werkstatt-Software
- ▼ Lack & Lackierzubehör
- ▼ Werkzeug
- ▼ Werkstattausrüstung
- ▼ Fahrzeugchemie

WMSE



Bild: © indietrieblich - stock.adobe.com

Die EGA-Sorglos-Flat schützt Kunden vor überraschenden Kosten - und bringt sie immer wieder in den Betrieb.

EGA-SORGLOS-FLAT

Erfolg durch Kundenbindung

Sparen und sicher fahren: Die EGA-Sorglos-Flat deckt für Autofahrer nahezu alle Werkstattkosten ab. Für den EGA-Partner ist sie ein wichtiges Kundenbindungsinstrument.

Das Prinzip der EGA-Sorglos-Flat ist einfach: Der Kunde zahlt einen monatlichen Beitrag und damit sind alle Kosten, die in der Werkstatt auf ihn zukommen, abgedeckt. Und das zu attraktiven Konditionen, denn die Raten beginnen bereits bei 19 Euro.

Für den Händler ist die Sorglos-Flat ein Kundenbindungsinstrument, das den Fahrzeugbesitzer verlässlich und regelmäßig in den Betrieb bringt. „Wir haben gemerkt, dass die Kundenbindung zunehmend abnimmt und der Kunde außerdem bequemer geworden ist. Dem wollten wir entgegenwirken“, erklärt EGA-Vorstand Wolfram Lambeck zu den Hintergründen des Angebots.

Die EGA liefert ihren Händlern ein Komplettsystem, das den gesamten Prozess rund um die Sorglos-Flat abbildet, inklusive EDV-Kalkulation, Marketingmaßnahmen für das Angebot sowie eine Kundenkarte.

Für den Autohauskunden beinhaltet der Vertrag unter anderem Wartungsarbeiten, Verschleißreparaturen, Garantieleistungen, Haupt- und Abgasuntersuchung sowie einen kostenlosen Werkstatersatzwagen. „Der Kunde hat den Vorteil, dass er

vor überraschenden Kostenfällen geschützt ist und genau weiß, was er zahlt“, unterstreicht EGA-Vorstand Thorsten Cordes. Die Laufzeit der Sorglos-Flat beträgt in der Regel vier Jahre, aber auch eine Verlängerung auf bis zu sieben Jahre ist möglich.



Bild: EGA

Gudrun Busse vom Autohaus Cordes ist überzeugt: „Mit der Sorglos-Flat gewinnen wir zufriedene Kunden und binden Sie langfristig an unser Haus.“

SORGLOS-FLAT **Autohaus Hentze**

SPAREN UND SICHER FAHREN!

Name: Susi Sorglos

Fahrzeug: Mini Cabrio Kennzeichen: S - S 100

Beginn Sorglos-Flat: 01.01.2022 Laufzeit: 48 M.

Selbstbeteiligung/Laufleistung: 150 € / 15.000

Leistungen: inkl. Reifenwechsel / Einlagerung

Bild: EGA

EGA-QUALITÄTSCHECK UND MEHRMARKEN-DIAGNOSE

Fahrzeuge schnell gecheckt

Den Fahrzeugwert beim Ankauf realistisch ermitteln und Kunden von der Qualität gebrauchter EGA-Fahrzeuge überzeugen – das und noch mehr können Händler mit dem EGA-Qualitätscheck.



Bild: EGA

Wie stellt man bei einem Fahrzeugpool mit Tausenden von Autos verschiedener Händler deren Qualität sicher? Genau dafür hat die EGA den Qualitätscheck entwickelt. Der sieht vor, dass EGA-Partner Gebrauchtwagen bei Inzahlungnahme oder Ankauf anhand 84 vorgegebener Punkte bewerten. „Wir wollten einen einheitlichen Qualitätsstandard schaffen und gleichzeitig Kosten und Aufwand senken“, erklärt EGA-Vorstand Wolfram Lambeck.

Die EGA unterstützt Händler dabei vor allem auch auf technischer Seite: Der Qualitätscheck kann unabhängig von einem Diagnoseplatz mobil am Fahrzeug mit einem EGA-Tablet vorgenommen werden. Dieses dient gleichzeitig als Diagnosegerät für alle Marken. Der Tester verfügt außerdem über Original-Diagnosetools der Hersteller Audi, BMW, Mercedes, Mini, Opel, Seat, Skoda, Smart, Ford und VW. Eventuelle Schäden können über die Tablet-Kamera fotografiert und dokumentiert werden. Zudem können die Mitarbeiter der Werkstatt über den mobilen Tester auf den Fehlerspeicher des Fahrzeugs zugreifen und direkt einen Auftrag für ausstehende Reparaturen auslösen.

Alle Daten und Ergebnisse des Checks werden automatisch ins EGA-NET übertragen und dort hinterlegt – so bietet der Qualitätscheck anderen EGA-Partnern und Endkunden eine Orientierung bezüglich des Fahrzeugzustands und kann auch als Argument bei der Verhandlung des Ankaufspreises sowie im Verkaufsgespräch eingesetzt werden.



Bild: EGA

Die perfekte Lösung: Original-Ersatzteile von uns.



Blitzschnelle Lieferung von Original Ersatzteilen ist eine unserer Stärken. Hohe Teileverfügbarkeit und absolute Zuverlässigkeit in der Lieferung über Nacht selbst in die weit entferntesten Orte in Deutschland gehören zu unseren Selbstverständlichkeiten. Natürlich werden alle Teile schonend behandelt und fachgerecht verpackt.

Unsere Hotline beantwortet gern Ihre technischen Fragen:

technik@logistikzentrum-lehrte.de

Sie möchten mehr wissen? Rufen Sie uns einfach an oder schreiben Sie uns eine eMail: bestellung@logistikzentrum-lehrte.de



- Blitzschnelle Lieferung
- Hohe Teileverfügbarkeit
- Absolute Zuverlässigkeit

Nora-Abwicklung · Autohaus Schmidt GmbH, Salzwedel

Logistikzentrum-Lehrte
Der Originalteile-Profi

Gewerbestraße 21 · 31275 Lehrte-Sievershausen

Telefon: 05175/300 96-0 · Internet: www.logistikzentrum-lehrte.de

Schwenker

UNDERSTANDING AUTOTEILE.

Schwenker gratuliert!

Wir gratulieren der **EGA Einkaufsgenossenschaft Automobile e.G.** zu ihrem **20-jährigen Jubiläum**.

Als Spezialist für deutsche Fahrzeugmarken haben wir die EGA von **Beginn an begleitet**.

Wir bedanken uns für die erfolgreiche Partnerschaft und wünschen viel **Erfolg** für die nächsten 20 Jahre!

Das Schwenker Team



schwenker.de

Schwenker ist eine eingetragene Marke der Hans Hess Autoteile GmbH



Bild: EGA



Bild: EGA

Die EGA legt großen Wert auf Erfahrungsaustausch - regelmäßige Veranstaltungen bieten dafür die Möglichkeit.

EGA-VERANSTALTUNGEN UND ERFAHRUNGSAUSTAUSCH

Gemeinsam stark

Einer der großen Vorteile eines Händlerverbands ist der umfassende Erfahrungsschatz seiner Mitglieder. Beim regelmäßigen Austausch untereinander erhalten EGA-Partner neue Impulse und objektives Feedback zum eigenen Betrieb.

Wie steht der eigene Betrieb im Branchenvergleich da? Wo besteht Optimierungsbedarf? Das eigene Autohaus von außen zu bewerten, fällt oft schwer, Stichwort Betriebsblindheit. Umso wertvoller ist deshalb die Möglichkeit, den Betrieb aus einer externen und objektiven Perspektive begutachten zu lassen.

Genau diese Chance bietet der ERFA-Kreis der EGA. Die Abkürzung

ERFA leitet sich aus dem Wort Erfahrungsaustausch ab. Die jährlich stattfindende Runde läuft so ab: Experten der Unternehmensberatung und EGA-Händler treffen sich im Autohaus eines EGA-Partners. Der Gastgeber erhält konstruktives Feedback zum gesamten Autohaus, zum Beispiel zu Abläufen, Außendarstellung und Fahrzeugbestand. Daraus wird ein Maßnahmenkatalog abgeleitet, an dem sich der Händler ori-

entieren kann, um beispielsweise das Einzugsgebiet, Marktanteile und die Sichtbarkeit des Betriebs zu erhöhen. 30 Prozent über dem Branchenwert - nach diesem Wert richten sich EGA-Händler, die sich aktiv am ERFA-Kreis beteiligen.

Vertraulicher Austausch

Im Anschluss an den Autohausbesuch setzen sich die teilnehmenden Händler zusammen und tauschen sich vertraulich über ihre Betriebskennzahlen und Erfahrungen aus. So kann jeder Händler einschätzen und vergleichen, wo er mit seinem Betrieb steht.

Der letzte ERFA-Kreis fand vor der Corona-Pandemie im Autohaus Cordes in Dortmund statt. Dort hatten die Teilnehmer auch die Möglichkeit, die neue EGA-CI in Augenschein zu nehmen.

Neben dem ERFA-Kreis finden regelmäßig Jahrestagungen der EGA statt. Dort erhalten Händler Informationen zu Neuerungen bei der EGA, können die Lieferantenmesse besuchen und zahlreiche Impulse für ihr Tagesgeschäft mitnehmen.

Der letzte ERFA-Kreis fand im Dortmunder Autohaus Cordes statt. Dort konnten die teilnehmenden Händler die neue EGA-CI begutachten.



Bild: EGA

ÜBERSICHT

EGA-Partnerschaft

Mit einer EGA-Partnerschaft nutzen Händler die Vorteile des starken Verbunds aus mittlerweile über 1.300 Mitgliedern. Damit jeder Betrieb bestmöglich profitiert, bietet die EGA verschiedene Möglichkeiten der Kooperation.

Für jeden das passende Paket: Händler können frei wählen, welche Art der Kooperation mit der EGA sie eingehen möchten. Die EGA bietet drei Partnermodelle: Entry, Quality und Performance. Immer inbegriffen sind der Einkauf sowie der Zugriff auf das EGA-NET. Auf ihrer Homepage können sich Händler als ALLE-MARKEN-Autozentrum (AMAZ) oder mit dem Widget ALLE MARKEN - ein Partner (AMEP) präsentieren. Zusätzlich zu den in den Modellen integrierten Bausteinen gibt es optionale Leistungen, die Händler hinzubuchen können, beispielsweise das EGA-NET Werkstatt-Management-System.

Neben der Systempartnerschaft haben Autohäuser auch die Möglichkeit, sich der EGA als reiner Einkaufspartner anzuschließen. Auch hier stehen drei Stufen zur Wahl: Basis, Plus und Pro.

Interessierte Händler berät die EGA selbstverständlich ausführlich. Gelegenheit bieten die „EGA Live“-Veranstaltungen. Aufgrund der Corona-Pandemie pausieren die Kennenlern-Veranstaltungen zwar aktuell - allerdings lohnt sich immer ein Blick auf die EGA-Website unter

www.ega.eu, dort wird die EGA bekannt gegeben, wenn es wieder Termine gibt. Eine weitere Möglichkeit des Kennenlernens: Auf Wunsch kommt

ein Außendienst-Mitarbeiter der EGA im Betrieb für ein persönliches Gespräch vorbei. Für Nachfragen sowie bei Interesse an einem unver-

bindlichen Gespräch oder einem Termin können sich Händler unter der Telefonnummer **02196-723687** melden.

EGA-PARTNER ENTRY / QUALITY / PERFORMANCE

LEISTUNGEN	ENTRY	QUALITY	PERFORMANCE
Einkauf	x	x	x
EGA-NET	x	x	x
EGA ALLE MARKEN Homepage (oder Widget)	AMEP*1	AMAZ*2 Entry	AMAZ*2
Anzahl Fahrzeuge auf Homepage	begrenzt	begrenzt	unbegrenzt
Schulung vor Ort		x	x
elektron. Fahrzeug-Akte/Kundenverwaltung			x
Sorglos-Flat			x
„ALLE MARKEN AUTOZENTRUM“-Markennutzung			x
Gebietsschutz			x
OPTIONALE LEISTUNGEN (hinzu buchen)			
EGA-NET Werkstatt-Management-System: Alle Marken Diagnose-Modul Tablet	x	x	x
Marketing Startpaket/Prospekte			x
Leuchtkasten subventioniert			x

*1: ALLE MARKEN - EIN PARTNER *2: ALLE MARKEN AUTOZENTRUM

EINKAUFSPARTNER BASIS / PLUS / PRO

LEISTUNGEN	BASIS	PLUS	PRO
Einkauf	x	x	x
begrenzter Zugriff auf Fahrzeuge im EGA-NET		x	
Vollzugriff auf Fahrzeuge im EGA-NET			x
Einstellung Fzge in B2B-Börse		x	x
Fzge B2B auf Händler ALLE MARKEN-Homepages sichtbar			x
Schnittstellen: Santander+ Mobile Garantie		x	x
Angebots- / Vertragsdruck			x

Bild: EGA

Achtung:
Gesetzesänderung
ab 1.7.22 gefährdet
Ihre Erträge!

DAMIT AUS VERÄNDERUNG VORSPRUNG WIRD.

Damit Sie auch zukünftig nicht auf Erträge verzichten müssen, haben wir unsere Versicherungsprodukte komplett überarbeitet. Mit **Mobilität Plus**, **Safe Plus**, **RSV Plus**¹ und **Care**² sichern Sie Ihre Kunden besser ab als je zuvor – und sich gleichzeitig die bestmöglichen Erlöse für Ihr Unternehmen.

Weitere Informationen zu den neuen Mobilitätsversicherungen
und zur anstehenden Gesetzesänderung finden Sie hier:



 **Santander**
Deine Bank. Jederzeit. Überall.