



# (Einkaufs)-Vorteile am laufenden Band

EGA-Partner sparen durch zentrale verhandelte Einkaufskonditionen



Gemeinsam lässt sich mehr erreichen als alleine, keine Frage. Und doch verhandelt so mancher Autohauschef seine Konditionen am liebsten selbst. „Ich habe beim Verhandeln schlechtere Einkaufspreise erhalten, als ich sie jetzt bei der EGA bekomme“, gesteht Thomas Benedix, Geschäftsführer des gleichnamigen Familienbetriebes im sächsischen Heinsdorfgrund.

Dabei ist er im Verhandeln durchaus erfahren: 1990 wurde der Kfz-Betrieb zum Vertrags-händler, 1993 entstand ein Neubau. Die Identifikation mit der Marke Mazda war komplett, die Entwicklung über lange Jahre gut. Der Start ins Jahr 2010 verlief jedoch schlecht. „Für solche Dellen ist die Eigenkapitaldecke vieler Betriebe zu gering“, weiß Thomas Benedix. Der Familienrat entschied daher: Wir ergänzen unseren Mazda-Vertrag um ein Mehrmarkenangebot – mit der Einkaufsgenossenschaft Automobile (EGA).

## Mehrmarken-Erweiterung mit geringem Aufwand

Dabei überzeugte Thomas Benedix zuerst das EGA-Marketing. „Wir haben in nur sechs Monaten geschafft, dass uns die Autofahrer als Mehrmarkenanbieter wahrnehmen – in der Werkstatt und im Verkauf.“ Die Verkaufszahlen sind durch die größere Markenauswahl besser als 2010. Entscheidend ist für Thomas Benedix, dass er Ersatzteile, Öl, Reifen ebenso

wie Fahrzeuge und Finanzierungen preiswerter einkauft als bisher. „Die EGA-Konditionen sind durchgängig besser als unsere bisherigen Preise.“ Auswertungen zeigen Thomas Benedix, dass er mit der EGA heute ganz neue Kunden gewinnt, ohne die alten zu verlieren. „Mit der EGA können wir unseren Mazda-Vertrag weiterhin erfüllen und uns doch breiter aufstellen – damit haben wir eine sichere Zukunftsperspektive.“

## Originalteile für 30 Automarken

Schrittweise erweiterte Mathias Schiel aus Lüchow die Leistungen seines Autohauses, das über 60 Jahre aus einem Opel-Betrieb und einer Aral-Tankstelle bestanden hatte: „2004 nahmen wir Hyundai dazu und entschieden uns für ein Werkstattsystem. 2009 haben wir mit der EGA den Mehrmarkenhandel hinzugenommen. Das klappte bestens, weil die EGA Mitarbeiter und Geschäftsleitung intensiv schulte.“ Dass mit der EGA viel mehr möglich ist,

hatte er zuerst nicht erwartet – nutzt die Möglichkeiten nun jedoch begeistert: „Wir machen mit der EGA Prospektwerbung und stellen uns so in Handel und Werkstatt als Mehrmarkenanbieter auf.“ Dazu bestellt er die „wirklich guten“ Aktionsangebote zu jedem Prospekt – bequem am EGA-Servicearbeitsplatz. „In unserer strukturschwachen Region gehen Zusatzverkäufe nur über diese gezielte Werbung.“ Dazu baut er fest auf die EGA als Lieferant für Reifen, Zubehör und Original-Teile – hier deckt die EGA 30 Automarken ab und lässt damit kaum einen Wunsch unerfüllt. Gerne verleihen die Lieferanten auch das zugehörige Spezialwerkzeug. Mathias Schiel hat mit der EGA sein Ziel erreicht: „Wir können jetzt alles, und das zu fairen Preisen.“

## Gemeinsam stark statt Einzel-Kampf

„Als Einzelkämpfer würden wir nicht überleben“, ist Marc Weis überzeugt. Der Kfz-Meister aus dem Pfälzer Alberswei-

ler übernimmt derzeit den väterlichen Betrieb. Sein Vater startete vor 27 Jahren noch als Einzelkämpfer. „Doch heute brauchen wir die starke Gemeinschaft der EGA, weil man das erforderliche Wissen nicht mehr alleine erarbeiten kann“, ist Marc Weis überzeugt. Wissen – das bedeutet für ihn mehr als technische Informationen: „Wir erfahren dank der EGA-Lieferanten früh von Problemen und Tendenzen. So wussten wir, dass es im Reifenhandel zu Engpässen kommen könnte. Also haben wir uns einen Reifen-Vorrat angelegt,

der bislang dank Valuta nicht einmal Kosten verursacht.“ Während sich der Vater für den Verkauf begeistert und der Sohn die Werkstatt führt, ist der Einkauf im Autohaus Harald Weis Frauensache – „denen steckt Preise vergleichen schließlich im Blut“, schmunzelt der Senior. Mit dem Erfolg, dass die Mitarbeiterinnen mittlerweile den gesamten Öl- und Teileeinkauf bei EGA-Lieferanten tätigen. Auch Aktionsware zu den EGA-Prospekten ordern sie bei der EGA: „Wenn der Prospekt erst einmal draußen ist, glüht das Telefon förmlich“, sagt

Teileleiterin Eva-Maria Lahres. Und ihre Kollegin Viola Hauck findet für die Kunden Wunschautos aus dem EGA-Bestand von 15.000 Autos: „Die Leute kommen mit dem Prospekt in der Hand zu uns. Wir konnten den Absatz gegenüber dem

Vorjahr deutlich steigern.“ Marc Weis sieht optimistisch in die Zukunft: „Die EGA als rein ideelle Kooperation ist für uns perfekt. Hier wird man nicht durch Umsatzdruck ‚motiviert‘, sondern durch Preisvorteile und Nutzen.“

*Alles aus einer Quelle: Die EGA arbeitet mit über 40 Lieferanten zusammen. Die EGA-Partner erhalten dazu EDV-Unterstützung, Beratung, Schulungen und Werbemittel.*

## Ihr Kontakt

EGA-Live mit Informationen zu den 40 EGA-Lieferanten und Sondervereinbarungen am 18. November 2010 in Wermelskirchen (NRW).  
**Einkaufsgenossenschaft Automobile (EGA):** Kontakt über den EGA-Händlerbetreuer Ulrich Titze. Telefon: 0800-342 0800, E-Mail: info@ega.eu. Internet: www.ega.eu.  
**Autohaus Benedix GmbH**, www.autohaus-benedix.de  
**Autohaus Menzel GmbH & Co. KG**, www.auto-menzel.de  
**Autohaus Harald Weis**, www.harald-weis.de



Einkaufsvorteile in allen Bereichen: Die EGA bietet Zugriff auf über 15.000 Autos, aber auch Lieferanten für alle Autohausabteilungen.



„Der Imagegewinn ist nicht in Geld auszudrücken.“

Thomas Benedix, EGA-Partner & Mazda-Vertragshändler



„Wir können jetzt alles – und das zu fairen Preisen.“

Mathias Schiel, EGA-Partner sowie Opel- & Hyundai-Vertragspartner



„Ich kaufe günstiger ein und bin besser informiert.“

Marc Weis, EGA-Partner