

## AUTOMOBILGRUPPE NORD AG

# Gemeinsam stärker sein

Die Ursprungsidee war, ein Gegengewicht zu Herstellern und großen Händlerketten zu bilden. Daraus entstand die ANAG. Vorstand Christian Hegel erläutert, welche Vorteile die Kooperation den Händlern heute bietet.



Bild: www.martinlukaskim.de

Christian Hegel leitet die 2001 gegründete ANAG.

## ZUR PERSON

### Christian Hegel (48)

Vorstand der Automobilgruppe Nord AG.

Vorher leitende Positionen im Vertrieb von MAN sowie Großkundenverantwortlicher bei TÜV Nord Mobilität.

### Redaktion: Können Sie uns bitte erläutern, wer die ANAG ist und welche Ziele sie verfolgt?

Christian Hegel: Die ANAG entstand 2001 aus der Idee von 15 markengebundenen Autohäusern aus Schleswig-Holstein, ein Gegengewicht zur Marktmacht der Hersteller und der großen Handelsketten zu schaffen und ihre eigenen Einkaufsvolumina zu bündeln. An dieser Grundkonzeption hat sich bis heute grundsätzlich nichts geändert – außer dass die Kooperation stetig gewachsen ist.

### Was bieten Sie Ihren Mitgliedern?

Unsere Hauptaufgabe ist und bleibt, Einkaufs-, System- und Prozessvorteile für unsere Mitglieder zu generieren. Schließlich sind wir eine Kooperation, also eine Partnerschaft, die sich das Ziel gesetzt hat, ihren Partnern Vortei-

le zu bieten, mit denen diese ihre Erträge steigern können. Und zwar gilt das für alle Wertschöpfungsbereiche, die für ein Autohaus von Belang sind. Das betrifft den Einkauf von Ersatzteilen, Zubehör und Schmierstoffen genauso wie den Fahrzeugeinkauf. Aber auch Mobilitätsdienstleistungen wie die Absatzfinanzierung und die Gebrauchtwagenangarantie fallen darunter. Wir haben auch eine eigene Versicherungsgesellschaft, über die wir als Vermittler unseren Mitgliedern für ihre Kunden entsprechende Versicherungsprodukte wie Kasko- und Haftpflichtpolice anbieten können. Und darüber hinaus können die Betriebe über uns ihr komplettes Autohaus über eine Autohaus-Kompakt-Police absichern.

### Wer steht hinter der ANAG?

Die 15 Gründungsbetriebe kamen aus

der VW-/Audi-Organisation. Später kamen dann eine Reihe von Renault-Händlern hinzu. Heute haben wir knapp 300 Mitglieder mit rund 530 Autohausstandorten, 86 Aktionäre und nahezu alle Marken im Portfolio.

### Wodurch unterscheiden sich Aktionäre von Mitgliedern?

Die Aktionäre der ANAG sind allesamt Autohausbetreiber und Gesellschafter des Unternehmens. Eine weitere Kapitalerhöhung ist derzeit nicht vorgesehen. Im Rahmen unseres Wachstumsprogramms binden sich neue Mitglieder über einen Kooperationsvertrag an uns. Aktionäre und Mitglieder nutzen die Vorteile der ANAG zu gleichen Konditionen.

### Wer kann als Autohaus Mitglied bei Ihnen werden? Richten Sie sich mit Ihren Dienstleistungen auch an freie Händler?

Wir konzentrieren uns auf markengebundene Autohäuser und Autohausgruppen und weniger auf freie Betriebe. Unsere Mitglieder sind im Regelfall kleinere und mittlere Autohäuser, aber wir schließen auch nicht aus, mit größeren Gruppen zusammenzuarbeiten.

### Und was ist mit den Händlerbetrieben, die im Rahmen von Umstrukturierungen ihren Händlervertrag verlieren. Können diese Autohäuser weiter mit Ihnen zusammenarbeiten?

Selbstverständlich. Gerade solchen Betrieben können wir für alle relevanten Bereiche des Autohausgeschäfts Alternativen anbieten.

### Das heißt, dass diese Betriebe nicht mehr auf ihren bisherigen Automobilhersteller als Partner angewiesen sind?

Genau. Einige der bisherigen Markenhändlerbetriebe werden zukünftig keinen Vertrag mehr von ihrem Hersteller angeboten bekommen. Andere Autohäuser stehen vielleicht vor der Frage, ob der neue Händlervertrag für sie sich

überhaupt rechnet. Ihnen allen bieten wir interessante Möglichkeiten, ihr bisheriges Geschäft auch ohne einen Automobilhersteller im Hintergrund weiterzuführen.

**Beinhaltet das auch die Lieferung von Neuwagen?**

Ja - und zwar auf zwei Wegen: Zum einen können unsere Mitglieder über uns EU-Fahrzeuge einkaufen. Zum anderen haben wir ein Fahrzeug-Informationssystem, im Prinzip eine Fahrzeugbörse, als geschlossenes System für unsere ANAG-Partner. Sie können dort ihre Fahrzeuge - und zwar Neu- und Gebrauchtwagen - einstellen, und die Gemeinschaft, also alle ANAG-Partnerbetriebe, hat dann Zugriff auf diese Autos. Damit steht jedem unserer Partner ein sehr großer Fahrzeugpool zur Verfügung, aus dem er sich für seine Kunden bedienen kann.

**„Wir sind eine Kooperation, also eine Partnerschaft, die sich das Ziel gesetzt hat, ihren Mitgliedern Vorteile zu bieten, mit denen diese ihre Erträge steigern können.“**

Christian Hegel

**Gilt das für alle Marken?**

Im Prinzip ja, auch wenn unser Schwerpunkt derzeit auf Volkswagen, Audi und Renault liegt. Das hat historische Gründe, da unsere Gründungsgesellschafter Händler der genannten Marken waren.

**Wenn ein Händler bei Ihnen Mitglied werden will, welche Standards muss er erfüllen? Was erwarten Sie von ihm?**

Eigentlich haben wir keine Standards, die ein Händler einhalten muss. Wir haben keine CI-Richtlinien oder Vorgaben, wie viel Personal ein Betrieb vorhalten muss. Wir erwarten lediglich einen normalen Handels- und Werkstattbetrieb, den ein Unternehmer nach ordentlichen kaufmännischen Grundsätzen führt.

**Und was kostet die Mitgliedschaft?**

Wir schließen mit unseren Mitgliedern Dreijahresverträge ab. Dafür zahlen die Betriebe eine einmalige Aufnahmegebühr und moderate monatliche Gebühren, die sich nach ihrer Betriebsgröße und ihren Umsätzen richten.

**Ohne die passende IT lässt sich heute das Autohandelsgeschäft kaum mehr realisieren. Wie gehen Sie damit um?**

Wir haben ein ANAG-Extranet, auf das

jeder unserer Partner zugreifen kann. Die gesamte Bandbreite der Produkte und Dienstleistungen, die wir anbieten, ist hier erfasst. Unsere Mitglieder können darüber Ware bestellen und gleichzeitig sämtliche wichtigen Informationen abrufen.

**Bestellsysteme sind aber nur ein kleiner Teil der IT-Landschaft eines Händlers.**

Das stimmt, jedes Autohaus hat seine eigene DMS und andere Programme im Einsatz, die von unterschiedlichen Anbietern stammen. Das ist nicht unser Geschäft. Aber wir unterstützen unsere Mitglieder dabei, Programme zu nutzen, die beispielsweise den Verkäuferarbeitsplatz eines Herstellers ersetzen können. Zusätzlich stellen wir unseren Mitgliedern Programme im CRM-Bereich für das Kampagnen-Management und für die Datenpflege im DMS zur Verfügung.

**Die Automobilhersteller unterstützen ihre Händler auch beim Marketing. Bieten Sie Ähnliches an?**

Ja, wir haben beispielsweise eine eigene Autohaus-App entwickeln lassen, die unsere Partner für die Kommunikation mit ihren Kunden einsetzen können. Zusätzlich bieten wir ihnen auch ein Schadenmanagementkonzept.

**Gibt es bei Ihnen einen Außendienst, der die Mitglieder betreut?**

Wir haben aktuell vier Händlervertriebsberater, die im Außendienst unterwegs sind und die angeschlossenen Betriebe intensiv und nachhaltig beraten.

**Ein großes Thema ist derzeit die E-Mobilität. Welche Rolle spielt dieser Bereich bei Ihnen?**

Auch für unsere Mitglieder wird die Elektromobilität immer wichtiger. Daher haben wir eine Vereinbarung mit der Firma Mennekes geschlossen. Mit deren Konzept „Charge up your day“ können unsere Partner ihren Kunden zusätzlich zu ihrem E-Fahrzeug die passenden eigenen Ladestationen für zu Hause verkaufen.

DAS GESPRÄCH FÜHRTE JOACHIM V. MALTZAN

# Einfach anziehend!

Ihr Auktionspartner für's Remarketing



**Liefern Sie da ein, wo ganz Europa auf Ihre Fahrzeuge wartet**

Bei Autobid.de sind Sie in verlockend guter Gesellschaft! Hier liefern Hersteller, Handel, Banken und Flottenbetreiber Fahrzeuge zur gewinnbringenden Vermarktung ein. Anziehend finden dieses Angebot mehr als 25.000 bei uns registrierte Händler aus ganz Europa. So machen Sie mehr Gewinn mit den Gebrauchten.

Wann sprechen wir über Ihre Fahrzeuge?

Lassen Sie sich jetzt ausführlich beraten: +49 611 44796-55 oder [www.autobid.de](http://www.autobid.de)



Autobid.de ist eine Marke der Auktion & Markt AG