# Einfach zum Auto

*Neue Strategien im Miteinander von Automarken, Händlern, Autobanken und Plattformen*

## *16. puls Automobilkongress am 11. März 2020*

*10. März: Vorstellung puls Händlerradar und Vorabendveranstaltung*
*Im Dauphin Speed Event in Hersbruck (Nähe Nürnberg)*

**Omni-Channel:** Pilotprojekt zum digitalisierten Idealprozess beim Automobilverkauf
**Neue Antriebstechnologien:** Strategien zum Verkauf von Elektroautos
**Customer Centricity:** Erfolgsfaktoren der Zukunftsfähigkeit von Automarken und Händlern

automobilkongress.puls-marktforschung.de

**Medienpartner:** AUTOHAUS · AUTO & WIRTSCHAFT · HORIZONT ZEITUNG FÜR MARKETING, WERBUNG UND MEDIEN

Bild: Dr. Konrad Weßner (rechts) und Axel Schwalke, *puls* Marktforschung beim Videodreh

200 Führungskräfte aus der Automobilbranche

Herzblut

Familiäre Atmosphäre

Praxisnah

# *Prinzip Einfachheit*

Getrieben von nachrückenden Kundengenerationen wird ein schneller und einfacher On-Demand-Zugang zu Produkten immer wichtiger. Die Netflix-Mentalität macht auch vor Auto-Interessenten nicht Halt. Im Gegenteil: Wer es seinen Kunden einfach macht, passende Autos, Ausstattungen und Mobilitätsleistungen zu finden und zu testen, wird die Nase vorn haben. Automarken, denen es nicht gelingt, in einem neuen Miteinander mit zukunftsfähigen Händlern, Autobanken und ausgewählten Plattformen kundenfreundliche Verkaufsprozesse ohne „Pain Points“ zu gestalten, laufen Gefahr, die Kundenschnittstelle zu verlieren und setzen damit ihre Zukunft auf´s Spiel. Um im Wettbewerb um die Kundenschnittstelle erfolgreich zu bestehen und Kunden den Weg zum Auto so einfach wie möglich zu machen, stehen vier Themen im Vordergrund:

1. **Maßgeschneiderte Angebote:** Vorausdenken für den Kunden
2. **Exzellentes Kundenerlebnis:** Nahtlose Verknüpfung von Online und stationärem Handel
3. **Haltung:** Wofür stehen wir? Wie sehen wir das Auto und die Mobilität der Zukunft?
4. **Digitalisierte Prozesse:** Schnell, einfach, kundennah

Wie bei allen bisherigen *puls* Kongressen auch, möchten wir Lust auf Zukunft machen. Freuen Sie sich auf praxisnahe Impulse für den Automobilvertrieb von morgen.

Wir freuen uns auf Ihre Anmeldung!

Ihr Dr. Konrad Weßner
Geschäftsführer *puls* Marktforschung GmbH

## *10. März 2020 Vorstellung puls Händlerradar D-A-CH bei puls Marktforschung in Schwaig*

| | |
|---|---|
| **Was?** | Zukunftsorientierte Messung der Beziehung und Zusammenarbeit zwischen Automarken und „ihren" Händlern in Deutschland, Österreich und der Schweiz |
| **Wann?** | 15:00 – 17:00 Uhr |
| **Wo?** | *puls* Marktforschung, Röthenbacher Straße 2, 90571 Schwaig |
| **Wer?** | Verantwortliche für Marketing, Vertrieb und Händlernetzentwicklung bei Automarken, Händlerverbänden und interessierte Händler |
| **Warum?** | Wissensvorsprung, Lernen von den Besten und handfeste Inspirationen für ein neues Miteinander zwischen Automarken und Händlern |
| **Danach?** | Vorabendveranstaltung und *puls* Automobilkongress |

## *10. März 2020 Vorabendveranstaltung im Dauphin Speed Event in Hersbruck*

**18.00 Uhr** **Get-Together mit fränkischem Buffet**

**19.00 Uhr** **Jazz Mindset – Was die Automobilbranche vom Jazz lernen kann**

**Dr. Peter Kreuz,** Unternehmer, Autor und Gründer Rebels at Work

*„Zukunftsfähigkeit bedeutet, den Mut zu haben, Neues im Unternehmen zu etablieren. Zutaten dafür sind die Fähigkeit zu experimentieren, zu improvisieren und mit Risiken, Ungewissheiten, Veränderung und Fehlschlägen umzugehen. Hier lässt sich eine Menge vom Jazz lernen."*

**20.00 Uhr** **Führung durch die einzigartige Sammlung klassischer Autos und Motorräder des Dauphin Speed Events.**

## *11. März 2020 16. puls Automobilkongress im Dauphin Speed Event in Hersbruck*

**07.00 Uhr** **Aktives Erwachen: Laufen mit Konrad Weßner** (Start im DORMERO Schlosshotel in Reichenschwand)

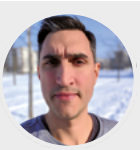
**08.30 Uhr** **Get-Together mit kleinem Frühstück**

**09.00 Uhr** **Begrüßung und Einführung**

**Prof. Hannes Brachat,** Herausgeber der Fachzeitschrift **AUTOHAUS**

*„In zehn Jahren werden wir uns fragen, wie wir früher im Autohaus so arbeiten konnten? Die Digitalisierung ermöglicht neue, effizientere Lösungen."*

**09.15 Uhr** **Der digitale Idealprozess beim Neuwagenverkauf – Pilotprojekt**



**Dennis Morgenstern,** Industry Leader Automotive **Google Deutschland**

*„Digital mit Potential: Kundenansprache über alle Kanäle. Speziell Autokunden sind digital am besten zu erreichen. Ein Pilotprojekt von puls, AUDI Deutschland und Google zur Entwicklung, Umsetzung und Erfolgsmessung der optimalen Kundenansprache."*

**Thomas Müller,** Performance Marketing **AUDI AG**

*„Begeistern, anziehen und interagieren: Im datengetriebenen Marketing trifft Performance auf Kundenerlebnis. Weil die Customer Journey heute zwar komplexer aber auch besser messbar ist als je zuvor, können wir kontinuierlich vom Verhalten unserer Kunden und Interessenten lernen. Damit verbessern wir datenbasiert unsere Kommunikation und stärken mit der richtigen Botschaft zur richtigen Zeit auf dem richtigen Kanal unsere Vertriebsleistung nachhaltig! Unser Ziel ist es, Kunden vom Erstkontakt bis zum Kauf mit relevantem Content zu begeistern und eine Customer Experience zu bieten, die digitale Maßnahmen und stationären Handel verschmelzen lässt und dem Premium-Anspruch von AUDI gerecht wird."*

**Gunnar Severin,** Geschäftsführer **AUDI Zentrum Stuttgart**

*„Gemeinsam relevant: Bedarfsgerechte Kampagnen, die der Kunde wirklich sehen will. Weil Besucher im digitalen Autohaus so wertvoll sind wie im AUDI Zentrum, machen wir unseren Showroom digital und bringen Botschaften und Produkte über Social Media & Co. direkt in die virtuelle Lebensrealität der Interessenten. Damit wir im Internet Aufmerksamkeit schaffen, entwickeln wir mit Partnern wie Google und selbstverständlich auch mit AUDI relevante Omni-Channel-Strategien, die den Kundenbedürfnissen gerecht werden!"*

**Dr. Konrad Weßner,** Geschäftsführer ***puls*** **Marktforschung**

*„Um Verkaufsprozesse kundenorientiert zu gestalten und kontinuierlich zu optimieren, brauchen wir ein kanalübergreifendes Messkonzept der Kontaktqualität an digitalen und „menschlichen" Kontaktpunkten. Dies bietet unser Cross-Channel-Index."*

**10.00 Uhr** **Zukunftstrends im digitalen Automobilvertrieb**

**Robert Lasek,** Vice President **AUTO1 Group** und Managing Director **AUTO1.com Deutschland**

*„Im Zuge der Digitalisierung können Automobilhändler mit Plattformen als Partner eine höhere Umschlagsgeschwindigkeit und mehr Ertrag realisieren. Wir bei AUTO1.com haben es uns zur Aufgabe gemacht, den Handel vom effizienten Hereinnahmeprozess mit anschließender europaweiter B2B-Vermarktung bis hin zum digitalen Zukauf von interessanten Schnelldrehern beim GW-Geschäft zu unterstützen."*

**10.30 Uhr** **Auftanken: Kaffeepause**

**11.00 Uhr** **Antriebstechnologien der Zukunft und die Rolle des Handels**

**Steffen Cost,** COO **Kia Motors Deutschland**

*„Die größte Veränderung unserer Mobilität seit Bestehen der Automobilindustrie braucht Technologieoffenheit statt Dogmen. Der Kfz-Handel wird dabei zum Wegbereiter für neue Mobilitätskonzepte gegenüber dem Kunden."*

**Prof. Dr. Thomas Heiland,** Gesellschafter **KIA | Performance Center Lüdenscheid**

*„Der Handel steht vor der Aufgabe, Ängste vor neuen Technologien zu nehmen, den Kunden von morgen Transparenz zu vermitteln und gleichzeitig die technischen Produkte durch emotionale Kauferlebnisse aufzuladen. Deshalb wird der stationäre Handel – unter Einbindung digitaler Einkaufs- und Verkaufskanäle – ein wichtiger Partner im Automobilvertrieb bleiben."*

**11.45 Uhr** **Zukunft geht nur gemeinsam: Was Automarken und Händler tun können**

**Jürgen Gietl,** Managing Partner **Brand Trust**

*„Die Automobilindustrie muss von der Technologiediskussion zur Technologiefaszination kommen. Dabei geht es darum, neue Sehnsüchte und unausgesprochene Knappheiten der Kunden zu stillen."*

**Dr. Konrad Weßner,** Geschäftsführer ***puls*** **Marktforschung**

*„Zukunftsfähige Automarken drehen gemeinsam mit ihren Händlern die Wertschöpfungskette um und stellen den Kunden tatsächlich in den Mittelpunkt. Dazu bietet die Digitalisierung völlig neue Möglichkeiten."*

**12.15 Uhr** **Power-Talk 1: Sag ja zum Auto**

**Dr. Michael Haberland,** Präsident **Automobilclub Mobil in Deutschland e.V.**

*„Autos bewegen Menschen, sorgen für Arbeitsplätze und halten die Wirtschaft in Fahrt. Derzeit wird das Auto und seine Industrie aber extrem gebremst und von einigen Gruppen und Medien sogar gebasht. Hier spielen wir mit dem Feuer und riskieren unseren Wohlstand. Das muss aufhören."*

**12.30 Uhr** **Power-Talk 2: Einfach persönlich! – Kundenkommunikation in der HWGruppe**

**Nicole Hausler,** BDC / Lead Managerin **Hofmann&Wittmann Gruppe**

*„Der Mensch ist ungeduldig – Kunden wollen schnell kompetente Hilfe und einen persönlichen Ansprechpartner! Mit zentralem Leadmanagement qualifizieren wir Anfragen und steigern durch transparente Kundenkommunikation die Conversion Rate."*

**12.45 Uhr** **Neue Energie: Mittagspause und Rundgang durch die Oldtimersammlung**

**14.00 Uhr** **Einfach, genial und digital**

**Wilfried Wilhelm Anclam,** Vorstandsvorsitzender **Autoland AG – Deutschlands größter Autodiscounter**

*„Automobilhandel in der neuen Dekade 2020 / 2030: Autos real und digital, unser Kunde immer real und wir, der Handel, werden die großen Gewinner der digitalen Epoche sein! Mach es so, wie dein Kunde es verlangt!"*

**14.45 Uhr** **Power-Talk 3: Autobanken als Treiber des Mobilitätsgeschäfts**

**Dr. Hermann Frohnhaus,** Sprecher der Geschäftsführung **Bank Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe**

*„Den Kunden gleich zu Beginn seiner Customer Journey auch online zu erreichen, muss das Ziel jedes Autohauses sein. Mit digitalen Services und unserer Gebrauchtwagen-Plattform JuhuAuto als attraktivem Verkaufskanal machen wir dem Handel die effektive Kundenansprache im Internet so einfach wie möglich."*

**15.00 Uhr** **Power-Talk 4: Kundenloyalisierung durch Anschlussgarantien**

**Dr. Marcus Söldner,** Vorstandsvorsitzender **Car-Garantie Versicherungs-AG**

*„Neue Mobility-Konzepte drängen auf den Markt. Darum sollten Autohandel und Hersteller mehr als je zuvor gemeinsam ihr Angebot auf den Kunden maßschneidern – denn die Loyalität der Kunden entscheidet über den Erfolg der Handelsunternehmen und deren Marken."*

**15.15 Uhr** **Aktive Minipause**

**15.25 Uhr** **Einfach Elektroautos verkaufen – Erfolgsbeispiele aus dem Handel**

**Marcel Greiner,** Leiter Marketing / Unternehmensentwicklung **PS UNION**

*„R.I.P. beschreibt die Herausforderungen der Elektromobilität in drei Worten: Reichweite, Infrastruktur und Preis. Beim heutigen Stand der Technik sind E-Autos mit einer Batteriekapazität von mehr als 40 kWh unsinnig! Schon heute könnten damit min. 50% der Zweitwagen von Eigenheimbesitzern elektrifiziert werden."*

**Jürgen Sangl,** Geschäftsführer **Auto-Sangl**

*„Elektromobilität ist das iPhone des Automobilbaus."*

**16.00 Uhr** **Die Architektur der Autohauswelt der Zukunft**

**Jürgen Papadopoulos,** Geschäftsleitung **Architekturbüro Papadopoulos Associates**

*„Das Autohaus der Zukunft muss wieder attraktiv für den Kunden sein. Das Ziel, die Conversion Rate deutlich zu verbessern, ist überlebenswichtig. Gleichzeitig kommt es darauf an, die Strukturkosten zu senken und neue Geschäftsmodelle zu entwickeln. In diesem Spannungsfeld muss das Autohaus 4.0 neue Wege der Customer Journey denken."*

**16.30 Uhr** **Learnings und Maßnahmen**

# Wir freuen uns auf Ihre Anmeldung!

## Online-Anmeldung

**automobilkongress.puls-marktforschung.de**
oder per Mail an **event@puls-marktforschung.de**

Anmeldung bis 28. Februar möglich.
Begrenztes Teilnehmerkontingent.

## Teilnehmergebühr

549,– € (zzgl. MwSt.)
Für Automobilhändler 399,– € (zzgl. MwSt.)

## Veranstaltungsort

**Dauphin Speed Event**
Industriestraße 11
D-91217 Hersbruck
www.dauphinspeedevent.de

Dort findet sich eine einzigartige Sammlung klassischer Autos und Motorräder.

## Hotelempfehlungen

Wir haben für Sie Abrufkontingente unter dem Stichwort „16. *puls* Automobilkongress" in den folgenden Hotels hinterlegt:

**DORMERO Schlosshotel Reichenschwand**
Schlossweg 8
D-91244 Reichenschwand

**Landhotel Grüner Baum**
Kühnhofen 3
D-91217 Hersbruck

Weitere Informationen zur Zimmerreservierung finden Sie unter:
automobilkongress.puls-marktforschung.de

## Veranstalter

***puls* Marktforschung GmbH**
Röthenbacher Straße 2
D-90571 Schwaig bei Nürnberg

www.puls-marktforschung.de
www.facebook.com/pulsMarktforschung

**Ihre Ansprechpartner**
Dr. Konrad Weßner, Geschäftsführer
Corinna Bloß, Teamassistenz

+49 (0) 911 9535-400 Fax -404
bloss@puls-marktforschung.de

## *puls*: Marktforschung und Empfehlungen für bessere Entscheidungen und Strategien

Seit über 25 Jahren konzentriert sich *puls* darauf, den Markterfolg von Autohäusern, Automobilmarken, Autobanken und Zulieferern durch branchennahe Marktforschung und darauf aufbauende Empfehlungen für bessere Entscheidungen und Strategien abzusichern.

**Alle Infos finden Sie auch online unter: automobilkongress.puls-marktforschung.de**

**Teilnahmebedingungen** Bei einer Stornierung bis 10 Tage vor der Veranstaltung erheben wir eine Bearbeitungsgebühr von € 50,– zzgl. MwSt./ Teilnehmer. Bei späterer Absage berechnen wir die volle Teilnehmergebühr. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich.