

*Der händlernahe Kongress in
außergewöhnlicher Location*

Differenzierungsstrategien im Automobilhandel

19. puls Automobilkongress am 28. Juni 2023

27. Juni: Vorabendveranstaltung

Dauphin Speed Event Hersbruck (nahe Nürnberg)

Einheitliche Markenstandards und Profilierung starker Automobilhändler als Local Heroes

Kundenorientierung und Profilierung als Arbeitgeber

Online Kundenansprache und Human Touch im Autohaus

automobilkongress.puls-marktforschung.de



Medienpartner:

AUTOHAUS

AUTO
&Wirtschaft.

HORIZONT

**autobid.de**
auto-auktionen

BDK



e-mobilio
enabling e-mobility

mobile.de

**TotalEnergies**

Lust auf Zukunft?



Wir sind davon überzeugt, dass lernbereite Automobilhändler keineswegs Auslaufmodelle sind, sondern das Beste noch vor sich haben. Dies liegt vor allem daran, dass sich die Auto-Interessenten auch in Zukunft einerseits mehr denn je online informieren, andererseits aber auch die persönliche Beratung und maßgeschneiderte Probefahrerlebnisse suchen bevor sie sich für ein Fahrzeug bzw. ein Mobilitätsangebot entscheiden. „Human Touch“ im Autohaus ist von daher Rückenwind für zukunftsfähiges Automobilgeschäft.

Vor diesem Hintergrund greifen wir bei unserem mittlerweile **19. puls Automobilkongress** die Frage auf, wie **Differenzierungsstrategien im Automobilhandel** aussehen können, um als „Autohaus-Marke“ beim Kunden einen attraktiven Unterschied zu machen. Dabei stellen wir in allen unseren Studien fest, dass sich die Kunden keine Revolution des Automobilhandels, wohl aber eine signifikante Weiterentwicklung wünschen. Um sich zum starken Local Hero zu entwickeln, kommt es einerseits auf einheitliche Markenstandards z. B. bei der Präsentation der neuen (klimafreundlichen) Fahrzeugmodelle am POS an. Gleichzeitig ist es wichtig, sich vor Ort als unverwechselbare Händlermarke zu positionieren indem z. B. spezifische Werte, kundenorientierter Service oder bedarfsorientierte Beratung herausgestellt werden.

Auch bei unserem 19. *puls* Automobilkongress treibt uns der Anspruch, praxisnahe Anregungen für zukunftsfähigen Automobilvertrieb zu geben und Lust auf Zukunft zu schaffen.

Wir freuen uns auf Ihre Teilnahme und einen inspirierenden Tag, auf den Sie bereits am Vorabend ein motivierender Vortrag und eine Führung durch die außergewöhnliche Sammlung klassischer Autos und Motorräder des Dauphin Speed Event einstimmt. Seien Sie dabei, wenn wir die Zukunft des Automobilhandels gestalten.

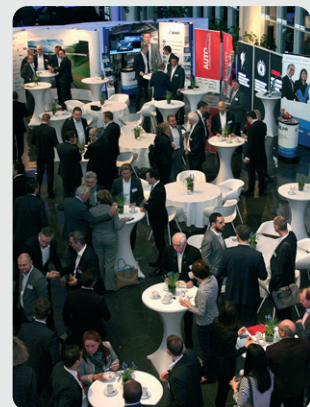
Ihr Dr. Konrad Weißner
Geschäftsführer *puls* Marktforschung GmbH

**150 Führungskräfte aus
der Automobilbranche**

Herzblut

Familiäre Atmosphäre

Praxisnah



27. Juni 2023 Vorabendveranstaltung im Dauphin Speed Event in Hersbruck

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

19.00 Uhr **Begrüßung durch Dr. Konrad Weßner, Geschäftsführer *puls* Marktforschung GmbH**

19.15 Uhr **Mit Mut zum Erfolg**



Thomas Huber, Extremkletterer **Huberbuam**

„Mit faszinierenden Bildern und Filmsequenzen erzählt Thomas über Scheitern und Erfolg, über Taktik und Gefühl, über Abwarten und Durchstarten, über Werte und Ihre Umsetzung. Die Passion Berg steht als Metapher für das Leben selbst und lässt Raum für Betrachtungen von beeindruckend bildgewaltigen Standpunkten.“

anschließend **Begrüßung durch Landrat Armin Kroder und Führung durch die einzigartige Oldtimer Sammlung**

22.30 Uhr **Ausklang**

28. Juni 2023 19. *puls* Automobilkongress im Dauphin Speed Event in Hersbruck

07.00 Uhr **Aktives Erwachen: Laufen mit Konrad Weßner** (Start am 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**

„Das Autohaus der Zukunft braucht neue Geschäftsfelder rund ums Auto.“

09.15 Uhr **Vorsprung durch Customer Journey - Transformation des Vertriebs gemeinsam mit starken Händlern vor Ort**



Stefan Quary, Leiter Verkauf Neuwagen Deutschland **Audi AG**

„Innerhalb der Transformation der Vertriebsmodelle bedarf es einer synergetischen Zusammenarbeit Hersteller/ Handel, damit der CRM-Prozess optimal ausgenutzt wird. Hierbei kann künstliche Intelligenz wesentliche Effizienzsteigerungen liefern.“



Andreas Weeber, Geschäftsführer **Autohaus Weeber**

„Eine gezielte Differenzierung ermöglicht es uns, sich auf verändernde Kundenbedürfnisse anzupassen und den neuen vielfältigen Anforderungen bei der Individualmobilität gerecht zu werden.“

[+ Statement von Ajay Bhatia \(mobile.de\)](#)

10.05 Uhr **Die Stellantis Strategie**



Lars Bialkowski, Deutschland Chef **Stellantis**

„Unsere Vision ist ein nachhaltiges Vertriebsmodell, vom dem alle Stakeholder profitieren – im Mittelpunkt steht aber das Kundenerlebnis. Unsere Kundinnen und Kunden können von einem Mehrmarken- und Mehrkanalansatz mit einem breiteren Leistungsspektrum profitieren.“



Helmut Peter, Geschäftsführer **Autohaus Peter Gruppe**

„Als Autohaus Gruppe mit 12 Marken vermitteln wir unseren Kunden einen besonderen Service als Differenzierungskriterium und Mehrwert der Autohaus Peter Gruppe.“

11:00 Uhr **Kaffeepause**

11.30 Uhr **Differenzierungsstrategien etablierter Autohaus-Unternehmer**



Maik Siebrecht, Geschäftsführer **Autohaus Siebrecht**

„ECHT sicher & einfach online Autos verkaufen – der digitale Zeitwandel“



Werner Söcker, Geschäftsführender Direktor **B&K/ Wellergruppe**

„Kunden- und Mitarbeiterbindung sind der Dreh- und Angelpunkt für die Zukunft des Automobilhandels. Dabei gewinnt der After Sales und die Arbeitgebermarke immer mehr an Bedeutung.“



Peter Pixner, COO **Pappas Holding GmbH**

„Unabhängig von den aktuellen Herausforderungen bleibt die Grundlage für eine erfolgsversprechende Zukunft im Markenhandel unternehmerischer Weitblick und konsequente Umsetzung seiner Ziele.“

+ Statement von **Günter Kaufmann** (autobid)

12.30 Uhr **puls Studienergebnisse: Differenzierung von Autohäusern bei Mitarbeitern und Kunden**



Florian Schmidbauer, Consultant **puls Marktforschung GmbH**

„Die Gewinnung und Bindung passender Mitarbeiter/innen ist für Automobilhändler eine der wichtigsten Herausforderungen der nächsten Jahre. Um Differenzierungsstrategien abzuleiten, haben wir ein spezielles Studienkonzept entwickelt.“

Neue Energie: Mittagspause und Rundgang durch die Oldtimersammlung

14.00 Uhr **Transformation des Servicegeschäfts in die Zukunft**



Karl Hell, Director After Sales **Hyundai Deutschland**

„Die Transformation vom Automobilhersteller zum Mobilitätsanbieter bietet für den künftigen Service große Chancen, aber auch große Herausforderungen.“

+ Statement von **Ralph Missy** (e-mobilio)

15.00 Uhr **First Party Data Activation: Gemeinsame Studie von puls und Google zur Differenzierung durch bessere Kundendaten**



Dr. Johannes Graßmann, Industry Head Automotive and Automotive Retail **Google DACH**

„Ziel einer Datenstrategie: Geschäftserfolg messbar machen und steuern.“



Denis Karaman, Industry Manager Automotive **Google Germany**

„Die richtige Datenstrategie ist der wichtigste Erfolgsfaktor in der Kundenakquise.“



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

„Zukunftsfähige Automobilhändler suchen eine gesunde Balance zwischen Markenstandards und einer markenkonformen Profilierung als Local Hero. Dabei sind aktuelle Kundendaten das Öl der Zukunft.“

+ Statement von **Christian Lorenz** (BDK)

15.30 Uhr

Ja zum Auto, ja zu klimafreundlicher Mobilität- Ein Widerspruch?



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

„Klimaschutz und automobiler Mobilität lassen sich vereinen. Und zwar durch Innovationen und nicht durch Verbote.“

15.45 Uhr

Frische Ideen der „next Generation“ im Automobilhandel



Daniela Bader, Geschäftsführung **Autohaus BaderMainzl**

„Neue Trends und Lifestyles erfolgreich in unsere Branche zu etablieren, setzt die Transformation von Angestellten in unternehmerische Mitarbeiter voraus. Nur dann kann eine einzigartige und zukunftssträchtige Customer Journey zur Differenzierung am Markt und zur Kundenbindung beitragen.“



Frank Motejat, Geschäftsführer **Autohaus Muthor**

„1 zu 1 Kommunikation ist die Zukunft.“



Susanne Oppel, Geschäftsführende Gesellschafterin **Autohaus Oppel**

„Die Herausforderung bei Diversifikation im Automobilhandel besteht darin, ein Gleichgewicht zwischen analogen und digitalen Anforderungen der Kunden und Hersteller zu finden und dabei auch immer alle Mitarbeiter mitzunehmen und zu motivieren.“



Andrea Pickel, Geschäftsführung **Autohaus Josef Pickel**

„Transformation und Differenzierung beginnen beim Menschen, wir leben das Motto One Team – One Family.“

+ Statement von **Philipp Tröger** (Autopflegepartner)

16.45 Uhr

Learnings und Maßnahmen

Unsere Sponsoring-Partner



AJAY BHATIA
CEO
mobile.de



Günter Kaufmann
CEO
Auktion&Markt AG



CHRISTIAN LORENZ
Leiter Digitalisierung
Handelspartner
BDK Bank GmbH



RALPH MISSY
Geschäftsführer
e-mobilio GmbH



Wir freuen uns auf Ihre Anmeldung!

Online-Anmeldung

automobilkongress.puls-marktforschung.de

oder per Mail an event@puls-marktforschung.de

Anmeldung bis 19. Juni möglich.
Begrenztes Teilnehmerkontingent.



Teilnehmergebühr

549,- € (zzgl. MwSt.)

Für Automobilhändler 349,- € (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

DORMERO Schlosshotel Reichenschwand

Schlossweg 8

D-91244 Reichenschwand

DORMERO Hersbruck

Oberer Markt 5

D-91217 Hersbruck

Hotel Zum Alten Schloß

Kleedorf 5

91241 Kirchensittenbach

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

Marion Roth, Teamassistentin



+49 (0) 911 9535-400



roth@puls-marktforschung.de



puls: Marktforschung und Empfehlungen für bessere Entscheidungen und Strategien

Seit über 30 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.

puls FOR BETTER DECISIONS

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 € 100,- zzgl. MwSt./ Teilnehmer.
Bei späterer Absage berechnen wir die volle Teilnehmergebühr. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich.