

14.03.2018 14. *puls* Automobilkongress

Lust auf die Zukunft machen



Rund 160 Teilnehmern kamen zum 14. *puls* Automobilkongress nach Hersbruck.

© Foto: Juliane Schleicher/AUTOHAUS

Cleveres Empfehlungsmarketing, digitale Chancen und radikaler Kundenfokus: Beim 14. *puls* Automobilkongress informierten namhafte Experten über die Rolle des Autohandels im Mobilitätszeitalter. Impressionen aus Hersbruck.

Von Patrick Neumann/AUTOHAUS

Menschen bewegen – dieses Motto von Extremsportler Hubert Schwarz hätte kaum besser zum 14. *puls* Automobilkongress passen können, der am Mittwoch in Hersbruck bei Nürnberg stattfand. Der Dinner Speaker zeigte am Vorabend eindrucksvoll auf, wie man mutig und mit viel Herzblut neue Wege gehen kann. Ein Thema, das auch Gastgeber Dr. Konrad Weißner bei der Präsentation seiner neuen Studie zum Empfehlungsmarketing 4.0 vor den rund 160 Teilnehmern ansprach. "Wir wollen heute zeigen, dass es Zeit für mutige Wege ist", sagte der Marktforscher in seinem Eröffnungsvortrag mit dem Titel "Menschen folgen Menschen".

Weißners Tipp für die anwesenden Autohändler: "Suchen und gewinnen Sie regionale Meinungsmacher für Ihre Autohäuser", so der Geschäftsführer von *puls* Marktforschung

über die Chancen des Influencer Marketings. Doch seine aktuelle Autokäufer-Befragung legt noch zwei weitere Ansätze nahe: Erstens sollten Autohandelsbetriebe ihre Kunden als Promotoren in eigener Sache nutzen und diesen Kunden zweitens ein Foto bei der Übergabe des Neu- oder Gebrauchtwagens anbieten. Letzteres macht sich übrigens laut der Präsentation auch als Hingucker in den sozialen Medien der Kfz-Betriebe gut.

Händler zeichnen positives Zukunftsbild

Dass der Automobilhandel lebt und noch gute Zukunftschancen hat, thematisierten Thomas Peckruhn, Vize-Präsident des ZDK und Geschäftsführer des Autohauses Liebe, und Kurt Kröger, Gesellschafter der Dello-Dürkop-Autohaus-Hansa-Nord-Gruppe. Das zeigte sich sowohl in der Diskussion mit AUTOHAUS-Herausgeber und Moderator Prof. Hannes Brachat als auch in den vielen szenischen Einblicken, mit denen die beiden erfolgreichen Unternehmer ihre unterhaltsamen Vorträge garnierten.

Abgesehen von der aktuellen Diskussion über neue Händlerverträge, die Skoda-Händler Peckruhn als "schlimm" bezeichnete und in der Dello-Chef Kröger "ein gewisses Maß an Selbstüberschätzung der Hersteller" sieht, zeichneten beide ein positives Zukunftsbild für den Handel – gerade in digitalen Zeiten und neuen Mobilitätswelten. "Die Leistung von Mensch zu Mensch verändert sich inhaltlich, aber nicht im Kern", erklärte Kröger. Der Handel werde noch lange überleben, er werde gebraucht. Das ist auch der Standpunkt von Skoda-Händler Peckruhn, der auf dem Podium für die neuen Digitalisierungs-Horizonte und -Chancen warb. Man müsse die Zukunft selber gestalten. Und er ergänzte: "Die Zufriedenheit der Kunden steht im Mittelpunkt, egal, ob digital oder analog."

Größte Disruption

Mit viel Esprit sprach Johann Jungwirth, Chief Digital Officer der Volkswagen AG, in seiner Videobotschaft an die Kongressteilnehmer die Transformation der Branche an. "Wir stecken in der größten Disruption der Automobilindustrie", brachte es der selbsternannte E-Mobilitäts-Fan und Digitalexperte auf den Punkt. Und was bedeutet das für die Autohäuser? "Es ist wichtig, mit dem Handel vor Ort zu sein", betonte Jungwirth. Das Autohaus also als sozialer Treffpunkt und Erlebnisort.

Doch diese von Jungwirth angesprochene Disruption verändert natürlich die Arbeitswelt immer schneller – auch in den Kfz-Betrieben. "Unsere Aufgabe besteht darin, die Menschen auf diesem Weg einzubeziehen und ihnen die Angst vor Veränderungen zu nehmen", erklärte Oliver Bohn, Geschäftsführer und Gesellschafter von Kuhn+Witte. "Wir müssen mutig sein und zusammenhalten."

Einen ausführlichen Nachbericht zum 14. puls Automobilkongress lesen Sie in AUTOHAUS 07/2018, das am 3. April erscheint. Die besten Imagevideos im Autohandel, die TÜV Süd in Hersbruck prämiert hat, finden Sie [HIER](#).