

16. März 2018

HB ohne Filter - Branchenimpulse, Händlerverträge, Peugeot-Veteranen



Heute: Impulse vom 14. *puls* Automobilkongress +++ Risse im Fundament – neue Händlerverträge +++ Taxifahrer protestieren gegen Moia +++ Peugeot-Veteranen – Nürnberg & Hamburg

Steigen Sie ein in die Diskussion! Am Ende des Beitrags finden Sie den Button "Kommentare". Klicken Sie darauf und kommentieren Sie Prof. Brachats Standpunkte.

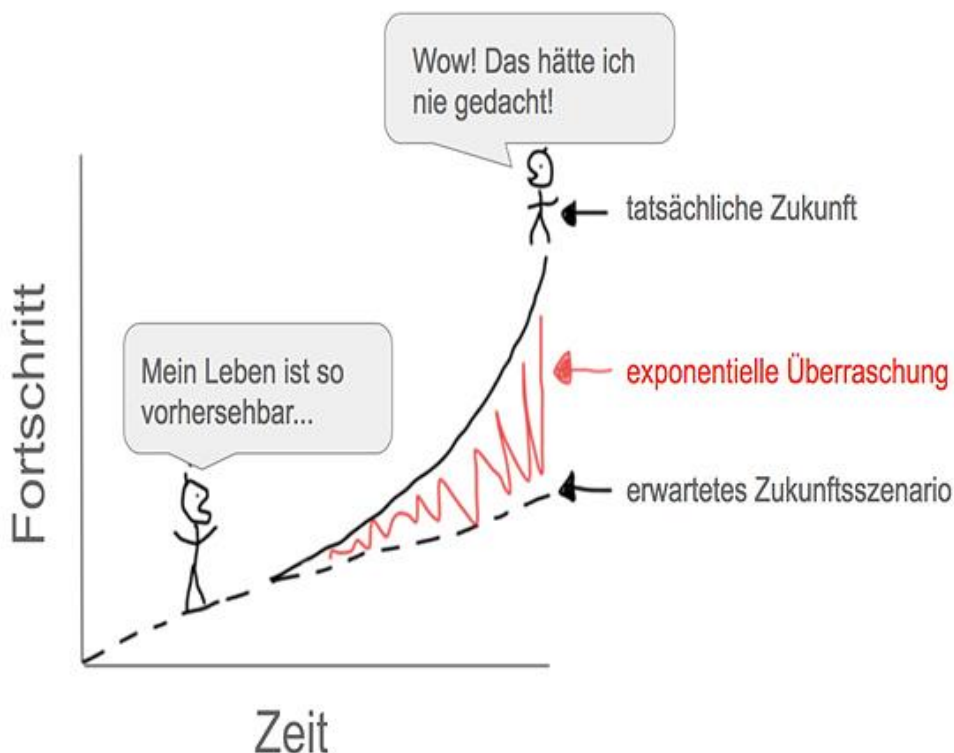


Dienstag

Impulse vom 14. *puls* Automobilkongress

"**Automobilvertrieb im Mobilitätszeitalter**" - so lautete der thematische Überbau des 14. *puls* Automobilkongresses im Dauphin Speed Event in Hersbruck, den Dr. Konrad Weißner mit seinem *puls*-Team veranstaltete. Wichtige Aussagen in Thesenform:

1. Exponentielle Schritte werden unterschätzt. Wir Menschen sind analog, digitale Entwicklungen potenzieren Geschwindigkeit!



2. Die Disruption führt zur Entwicklung von **Auto und Handel 4.0**, aber keiner weiß, was genau in zehn Jahren sein wird.

3. Das Automobil schafft von allen **Verkehrsträgern** die höchste Individualität, **Mobilität** und Lebensqualität!

4. Die BCG-Analyse, die für das World Economic Forum erstellt wurde, sieht folgende zentrale automobilen Zukunftsentwicklungen:

VOLKSWAGEN

Top 5 Ergebnisse der Studie

- 1 In Städten wird global ca. 30-40% der Mobilität „on demand“ erfolgen
- 2 Massentransport wird in urbanen Gebieten abnehmen
- 3 Die Verbreitung autonomer Fahrzeuge innerhalb der Städte wird abhängig von Einkommensverhältnissen variieren
- 4 Je kürzer die Fahrt, desto höher die Nutzung autonomer Fahrzeuge
- 5 20-25% werden weiterhin selbst fahren, komme was wolle

Source: World Economic Forum, BOG Analysis

Die Innenstadt gehört den Menschen!

5. "JJ", sprich **Johann Jungwirth**, Chief Digital Officer bei **Volkswagen**, sieht den klaren Trend zum **Elektroantrieb**, von uns selbstgefahrenen zum autonomen Fahrzeug sowie den Wandel von Ownership zu **Mobility-as-a-Service**.



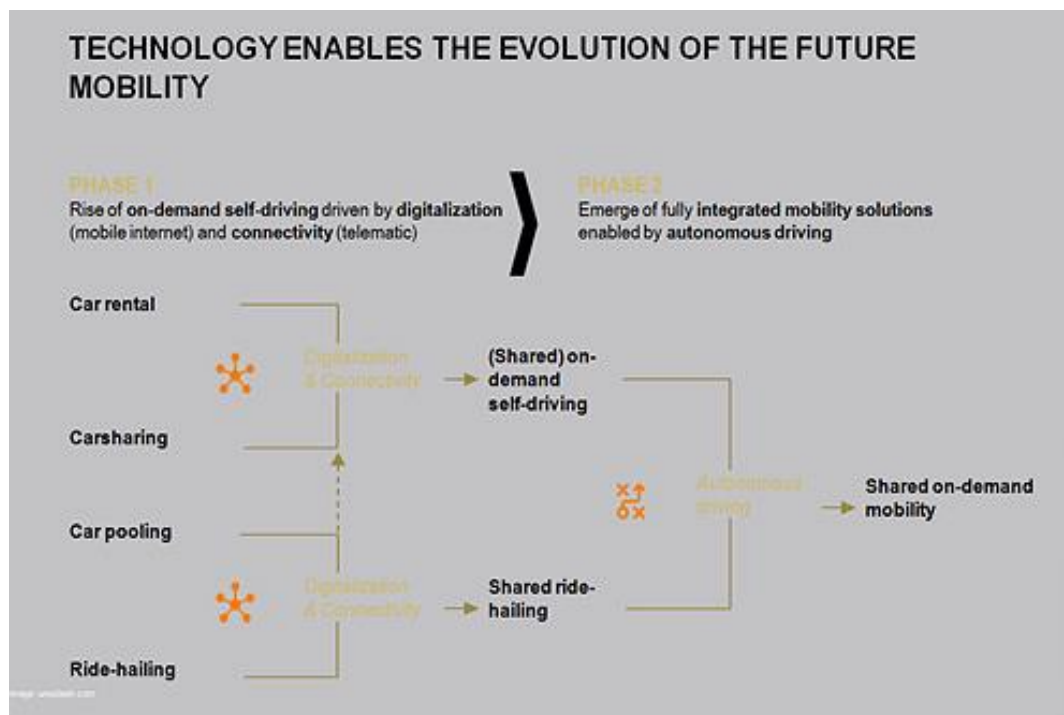
6. **Mobility-as-a-Service** meint:



In diesen neuen Tools gilt es zusammen mit dem Handel neue Angebote kreativ zu entwickeln, z.B. die **Übernahme** des Flottenservice

7. Man muss mit dem Handel vor Ort sein – siehe Apple-Stores.

8. Vermietung, **Carsharing** und das autonome Fahrzeug werden unter einem Dach zusammenlaufen und unter einem Dach angeboten werden.



9. **Sixt** wird die verschiedenen Mobilitätsangeboten unter "**Sixt one Platform**" zusammenführen, diese Plattform für Drittanbieter öffnen und umgekehrt.

10. Die Wahl eines Neuwagens wird – so Sixt – maßgeblich von der Autovermietung beeinflusst.



11. Die Probleme bei der **Sixt-Peugeot-1&1-Aktion** in 2017 resultierten aus der Menge. Niemand hat mit 13.000 Einheiten gerechnet. Das führte zu Lieferschwierigkeiten und Auslieferungsmängeln. Man kann sich gerade in Sachen **Auslieferung** zukünftig eine **Kooperation** mit dem Handel vorstellen.

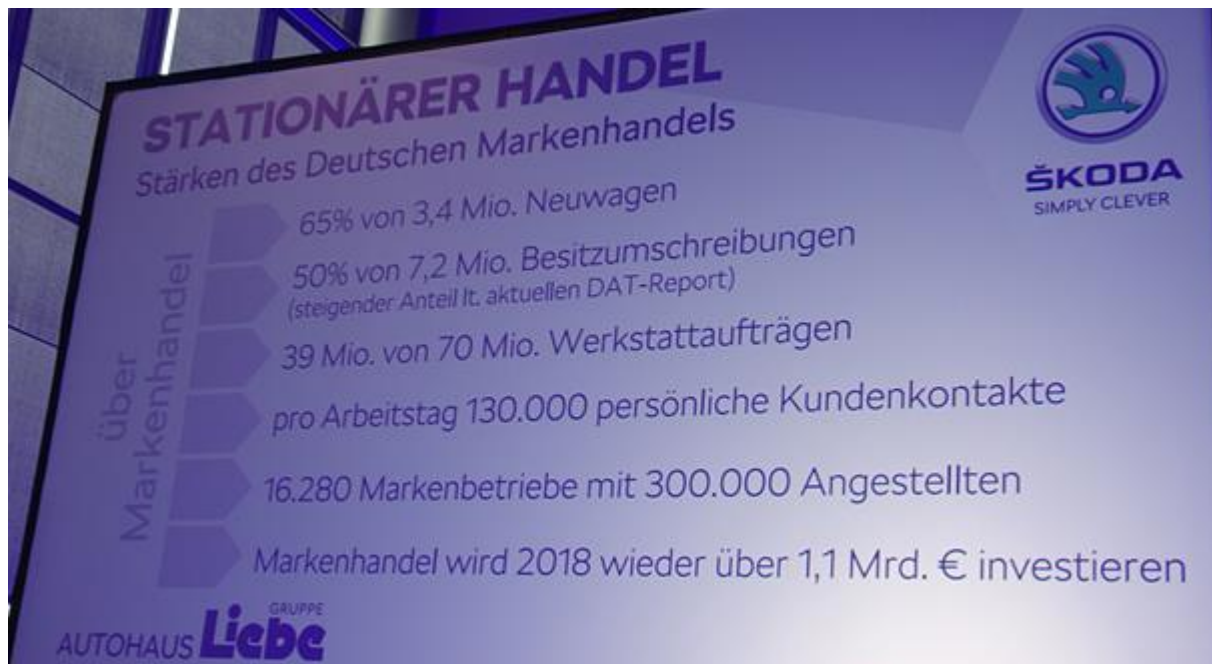
12. **Google** ist in Amerika auf verschiedenen Strecken bereits mit dem selbstfahrenden Automobil unterwegs.

13. Der größte **Showroom** ist das **Internet**!

14. Das Autohaus der Zukunft ist ein „IT-Unternehmen mit angeschlossenen Autohaus“.

15. Solange es individuelle Mobilität gibt, wird es den **Autohandel** geben!

16. Die Kraft des Deutschen Markenhandels:



17. Man darf nicht auf den Hersteller warten. Die sind noch nicht soweit und leiden an Selbstüberschätzung.

18. Die Hersteller/Importeure brauchen den Handel, auch wenn das dort gegenwärtig anders gesehen wird.

19. Das Dieselformer trägt nach wie vor zur Verunsicherung des Kunden bei. Die Negativfolgen hat der Handel auszubaden.

20. Der **Verkäufer** wird zum Mobilitätsberater.

21. Wie einfach mache ich es dem Kunden? Der Kunde liebt weder Preisgespräche, noch möchte er lange im Netz vergleichen, noch möchte er in Wahrheit ein Autohaus besuchen und sich mit dem Verkäufer auseinandersetzen, er will seinen **Neuwagen** vor die Türe gestellt bekommen, monatlich eine feste **Leasingrate X** bezahlen, die alle **Kosten** bis auf das **Benzin** einschließt. Ein Auto-Abo!

22. Alles wird transparenter!

23. Was sind die Hauptgründe, weshalb ein Kunde auf der **Website** abspringt bzw. weshalb ein Kunde nicht im Autohaus kauft?

24. Omni-Chanel und nahtlose Customer **Journey** sind die Zukunft. Das setzt ein Invest in die **Kundendaten** voraus.

25. Für jeden zweiten Autokäufer spielen Bewertungen im Netz eine Rolle.

26. Satté 47 Prozent der weiblichen Autokäufer würden sich mit dem ihrem Fahrzeug fotografieren lassen, damit der Händler Sie auf seiner Facebook-Seite präsentieren kann.

27. Gewinnen sie regionale Meinungsmacher für ihr Autohaus und stellen sie diese Influencer im Netz dar.

28. Das Bayerische Landesamt für **Datenschutz** verhängt nicht nur **Bußgelder**, sondern steht auch zur Beratung rund um den Datenschutz zur Verfügung.

29. Youtube ist die zweitgrößte Suchmaschine.

30. 25 Prozent der NW-Käufer haben gar keine echte Probefahrt gemacht.



31. **Flixbus**, 2013 gegründet, hat den **Bus** sexy gemacht. 250 Busunternehmer und 7.000 Fahrer transportierten 2017 40 Millionen Kunden. Höhepunkt: Die ersten, die sich auf einer Fahrt kennenlernten, haben inzwischen im Bus geheiratet! Seit sechs Monaten ist Flixbus mit FlixTrain unterwegs. Mal sehen, wenn die ersten im Zug heiraten.

32. Daten sind das **Öl** der Zukunft. Nein, Daten sind viel mehr. Sie lassen sich vielfach nutzen, das Öl im Auto nur einmal.



Freitag

Peugeot-Veteranen – Nürnberg & Hamburg

Es sind die menschlichen Freuden, die auch bei Branchenevents zu besonderer Wertigkeit werden. Auf dem puls Automobilkongress trafen sich nach langer Zeit zwei "automobile Urgewächse", jeder inzwischen über 60 aktiv in der Autowelt unterwegs. Es ist Peugeot-Händler Heinz Fröhlich aus Nürnberg (l.) und Dello-Geschäftsführer Kurt Kröger aus Hamburg. Kröger ist seit 1986 Geschäftsführer bei Dello. Zuvor fungierte er als Peugeot-Vertriebsvorstand in Saarbrücken. Beide erinnern sich an die gemeinsamen Jahre. Heinz

Fröhlich: "Damals hat das Geben und Nehmen noch gestimmt. Der Handschlag. Wenn Herr Kröger uns besuchte, gingen wir immer zum Nürnberger Bratwürstel mit Kartoffelsalat essen. Man hat sich wirklich gegenseitig aufeinander und miteinander gefreut. Das war früher auf alle Fälle viel motivierender als heute. Gegenseitige Wertschätzung!" Kurt Kröger: "So war das. Und ich war meine Autos los!"



Spruch der Woche:

"Verkaufen ist keine Kunst – aber dabei verdienen!"

Mit meinen besten Frühlingsgrüßen

Ihr

Prof. Hannes Brachat

Herausgeber AUTOHAUS

www.brachat.de