

Transformierende puls-Impulse - Top-Kongress in Hersbruck +++ Smart - die ewige Daimler-Werkstatt +++ Verschwindet das Bargeld? +++ Elektronisches Preisauszeichnungsschild



Dienstag
Transformierende puls-Impulse - Top-Kongress in Hersbruck

Auf dem **15. puls-Kongress** in Hersbruck trafen diese Woche automobilpolitische Welten auf-, zu- und nebeneinander. Markant, die Weltmarktführer **Volkswagen** und **Toyota**. **Alain Uyttenhoven**, Präsident **Toyota Deutschland**, skizzierte die großflächige Mobilitätssicht von Toyota. Dazu brachte er "**Kirobo**", den Mobilitätsroboter mit. Er wird beispielsweise den Patienten im Krankenhaus auf Wunsch Wasser ans Bett bringen. Soziale Mobilität! An den **Wasserstofftaxi**s in München, Berlin und Hamburg entwarf er die Wasserstoffsicht des Konzerns. Toyota brachte auch beim Hybridantrieb langen Atem mit und ist da heute Weltmarktführer.

Ohne Frage, es ist immer wieder hochinteressant, automobile Zukunft neu zu denken. Der Gedanke legt den Grund für die Tat. Und eben da hapert es. Wo bleibt die **Digitalisierung** der **Vertriebsprozesse**? Alain Uyttenhoven räumte zwar ein, dass man daran arbeite, das Ganze aber einen gehörigen Zeitrahmen - drei Jahre - in Anspruch nehmen wird. Dauert das nicht viel zu lange? Weiter, womit kann der Handel Geld verdienen? Uyttenhovens Antwort: Mit Service, Gebrauchtwagen, Mobilitätsangeboten, Finanzdienstleistungs- und Versicherungsangeboten. Neuwagen werden nicht aufgeführt. Offensichtlich geht der Toyota-Präsident davon aus, dass der Handel im Neuwagengeschäft nichts mehr verdienen kann. Das darf man nicht hinnehmen!

Holger B. Santel, seit 1. November 2018 VW-Deutschlandchef, skizzierte in seinen Ausführungen die Transformation 2025 und zeigte das Zusammenarbeitsmodell zwischen Hersteller und Handel auf, das im neuen Händlervertrag verankert ist. Darin soll das eigentliche Unternehmertum mit größeren Freiräumen impulsiviert werden, die Profitabilität und Effizienz erhöht werden und die Kundenzentrierung als "Act as one" gemeinsam gestaltet werden. Dazu gehört die Nutzung eines gemeinsamen Datenpools (siehe Abbildung). Auch Hans Jürgen Persy, Vorsitzender des Vorstandes der Löhr & Becker AG, müsste eigentlich einen Orden dafür erhalten, wie man automobile Vertriebswelten und Branchenkomplexitäten philosophisch mit Watte bebauschen kann.

Offen gesagt, man hätte sich klare Aussagen darüber gewünscht, was aus der Syntegration mit **Prof. Fredmund Malik** wird oder wurde? Weshalb hat man die Sicht der Dinge auf **Prof. Dr. Ronald Gleich** gewechselt? Wenn dem favorisierten Verkäuferarbeitsplatz nun doch der Stecker gezogen wurde, bis wann ist mit einer digitalisierten Neuauflage zu rechnen? Zahlreiche große VW-Händler schlossen das Jahr 2018 mit markanten Verlusten ab. Auch darüber wurde kein offenes Wort verloren. Oder anders, wie sehen die **künftigen Margensysteme** aus, mit denen im Neuwagenvertrieb wieder Geld zu verdienen ist? Es ist schon eine gehörige Portion **Radikalität**, mit der VW jetzt auf die E-Mobilität setzt. Der Dieselskandal raubte die ersten 28 Milliarden Euro Zukunftsmasse. Das radikale Umsteuern auf die I.D.-Welt ist ein gehöriges Stück Abenteuer. Wie sieht bei Misslingen ein Plan B aus? Bei Volkswagen umgibt einem der Eindruck, man muss zwangsläufig mit dem Handel etwas machen, hofft aber, auf Dauer auch ohne ihn auszukommen. Da operiert **Toyota** als **Importeur** anders. Oder

Mercedes-Benz hat mental ganz klare Kante für das gemeinsame Miteinander Hersteller-Handel gesetzt. Ohne Frage, es ist für alle besser, wenn über das Grundsätzliche Einigkeit besteht. So lässt sich Zukunft gestalten.

Es waren so viele weitere essentielle Beiträge auf dem puls-Kongress dabei, die einschlägig zu würdigen wären, u.a. die mediale und geniale Dimension der SIXT-**Werbeagentur Jung von Matt**, vertreten durch den CEO (!) **Dr. Peter Figge**. Eine grandiose Performance. Klar, die werblichen Videobotschaften heute in internationaler und multimedialer Ausprägung. Wie kann man seit Agenturgründung 1991 mit Erich Sixt so lange und so kreativ unterwegs sein? Dr. P. Figge: "Gewachsenes Vertrauen!" Man beachte die Selbstironie der "armen" Agenturgründer, die für Media-Markt den fürchterlichen Slogan "Geiz ist geil" erfanden. Opfer eigener Mache! "Der scharfe Erich" macht's halt möglich (siehe Abbildung).

Ein Kontrapunkt, er sei besonders hervorgehoben. Gerhard Lustig, der Herausgeber von A&W, das AUTOHAUS von Österreich, brachte **Karin Radauer**, Geschäftsführerin eines Opel- und Suzuki-Autohauses auf die puls-Plattform mit. Dass sie mit Suzuki in ihrem Betrieb in der Region einen höheren Marktanteil als VW erzielt, ist vom Ergebnis her auffällig. Woher kommt's? Karin Radauer - man müsste es im Dialekt formulieren: "Mein Vater hat immer gesagt, man hat es oder hat es nicht." Sie verkörperte die "Gattung Automobilhändler" so überzeugend, ehrlich, sie rührte die Kongressteilnehmer.

Zugegeben, ich hätte in meiner Moderation **Volkswagen Financial Services** ob 2,8 Milliarden Euro Rekord-Gewinn erst würdigen müssen. Immerhin stecken da international 20 Millionen Verträge dahinter. Das ist Dimension! Meine zentrale Frage aber bleibt: Wer die digitale Finanzierungsabwicklung von Check24 ansieht, fragt sich, an was die 4.500 Mitarbeiter von VW Financial eigentlich zukunftsorientiert arbeiten? Die Erkenntnis: Ankündigung mit großen Worten. Allein es fehlt die sichtbare Tat. Heißt doch einer der zentralen Malik-Punkte: **Zukunft durch Gegenwartsbewältigung**. Wenn man dann zur Kenntnis nimmt, dass seitens des **VW-Konzerns** große Kooperationen mit **Microsoft** und **Amazon** am Laufen sind, so bedarf es wenig an Phantasie, dass in diesen IT- und Clouddiensten der Automobilhandel mit drin und dran ist. Dr. Konrad Weißner und sein Team können auf eine weitere Kongressleistung sehr stolz sein. Rekordbesucherzahl 190 Teilnehmer. Gratulation!