



**Autohausunternehmer Timm Moll (rechts) fand im Gespräch mit Patrick Neumann, stellvertretender Chefredakteur von AUTOHAUS, deutliche Worte zur Zukunft.**

#### INNOVATIVE UNTERSTÜTZER

In diesem Jahr haben neben dem Hauptsponsor Kroschke die Unternehmen Bank11, Mobil1 und Tissen Kruck unser interaktives wie innovatives Format unterstützt und das Sponsoring für jeweils eine der drei Locations – ISS Dome, Classic Remise und Rheinfreiheit im Medienhafen – übernommen. Herzlichen Dank!

YOUNG BUSINESS DAY 2017

# Herausforderungen annehmen

Unter dem Motto „Zukunft Autohaus“ fand Mitte Mai der 4. Young Business Day in Düsseldorf statt. Mit einem Teilnehmerrekord und vielen Denkanstößen fürs Autohandelsgeschäft.

**A**ls die drei Busse zu den Düsseldorfer Event-Locations und den dort stattfindenden Workshops aufbrachen, war der diesjährige Young Business Day schon im vollen Gange. Sprich Gruppen gebildet, Keynote gehört und die ersten Kontakte untereinander geknüpft. Denn anders als bei den Vorgänger-Ausgaben nahmen sich die Chefs von morgen dieses Mal eineinhalb Tage

für das interaktive Format Zeit: Übrigens eine Anregung aus dem 2016er-Teilnehmerkreis.

Also eineinhalb Tage, um sich mit Gleichgesinnten auszutauschen, mit Top-Referenten über angesagte Branchenthemen zu diskutieren und Sehenswürdigkeiten der NRW-Landeshauptstadt wie den Medienhafen oder die Classic Remise zu entdecken. So das Konzept der vierten

Young-Business-Day-Auflage von AUTOHAUS und Kroschke, die unter dem Motto „Zukunft Autohaus“ am 17. und 18. Mai stattfand.

#### Hinfallen und wieder aufstehen

Los ging es in diesem Jahr im Volkswagen Zentrum Düsseldorf der Gottfried Schultz Gruppe. Centerleiter Stefan Preuß empfing die 75 Teilnehmer zum Get-together in der Automeile Höherweg. Zudem rückte Prof. Dr. Stefan Reindl, Studiendekan für automotive business & management und stellvertretender Direktor am Institut für Automobilwirtschaft (IFA), das Thema Aus- und Weiterbildung in den Fokus.

Mit über 60 Medaillen bei Europameisterschaften, Weltmeisterschaften und Olympia und als mehrfache Weltrekordhalterin in ihrer Vita reiste Ex-Schwimmstar Sandra Völker nach Düsseldorf. Dass man mit Motivation und positivem Denken auch schwierige Zeiten überstehen und daraus neue Kraft schöpfen kann, zeigte sie den Teilnehmern an den Höhe-

Fotos: Juliane Schleicher, Patrick Neumann



**Großer Bahnhof im Volkswagen Zentrum Düsseldorf: Mitte Mai haben sich 75 Teilnehmer fit für ihre Autohaus-Zukunft gemacht – in drei Workshops und drei Locations.**



**Sponsorenrunde: Patrick Neumann (2. v. r.) mit (v.l.) Ihno Ihnen (Mobil1), Philipp Kroschke (Kroschke), Torsten Berse (Bank11), Andreas Tissen (Tissen Kruck), Sven Hölker (Bank11) und Felix Kroschke (Kroschke)**



Neben den angesagten Themen Digitalvertrieb, Employer Branding und Recruiting sowie ...

... digitale Kundenkommunikation blieb natürlich genügend Zeit fürs Networking. Beispielsweise im Volkswagen Zentrum Düsseldorf ...

... oder beim Abendessen im Top 180. Beim grandiosen Blick vom Rheinturm zeigte sich Düsseldorf von seiner besten Seite.

und Wendepunkten ihres eigenen Lebens. Alles verarbeitet in ihrem Buch mit dem Titel: „An Land kannst Du nicht schwimmen: Wie ich Olympia gewann, fast alles verlor und wieder ins Leben fand.“

**Die ideale Führungskraft**

Um die wichtigen Themen Digitalvertrieb, Employer Branding und Recruiting sowie digitale Kundenkommunikation drehte sich dann alles am zweiten Event-Tag. So referierte Anita Simonian mit viel Engagement über Motivation, die ideale Führungskraft und innovative Analyse-

tools. „Schauen Sie, dass Sie die richtigen Leute an die richtige Position setzen“, sagte die Trainerin und Coach im ISS Dome. Und gab den drei Gruppen in der Heimat der DEG-Eishockeyprofis gleich das passende Handwerkszeug dafür an die Hand. Mit Power – ihre Botschaften kamen an.

**Leidenschaft fürs Digitale**

Die Digitalisierung zu entmystifizieren, dieser Aufgabe stellte sich Shannon Hellmann von der Wellergruppe bei seinem Vortrag in der Classic Remise. In Sachen Digitalstrategie empfahl der Leiter digita-

le Entwicklung die Kundenbedürfnisse zu befriedigen, Operative zu unterstützen und Proaktivität zu fördern. Mit viel Leidenschaft ging er die Zukunftsthemen an. Schnell wurde klar: Hellmann möchte sein Business nachhaltig voranbringen – mit viel Softwarekompetenz und dem einen oder anderen Blick über den Teller- rand hinaus.

**Die Kunden fragen nicht**

„Social Media ohne Tools ist wie ein Hausbau ohne Werkzeuge“, betonte der Digitalexperte Dr. Steven Zielke in seiner

**EMPLOYER BRANDING UND RECRUITING**



1



2



3



4

- 1 Die Heimat der Eishockeyprofis der DEG: der ISS Sport- und Event-Dome.
- 2 Auch hier waren kürzlich die drei Gruppen des dies- jährigen Young Business Day zu Gast.
- 3 Kurzweilig und mit klaren Worten zeigte Personal- beraterin Anita Simonian, die schon auf berufliche Stationen bei der AVAG oder in der Wellergruppe zurückblicken kann, ...
- 4 ... mit welchen Methoden man seine Mitarbeiter ziel- orientiert führt und zu Top-Leistungen motiviert.



- 1** Stefan Preuß, Centerleiter des Volkswagen Zentrums Düsseldorf, stellte die Gottfried Schultz Gruppe vor.
- 2** Wissenschaftlicher Segen kam von Prof. Dr. Stefan Reindl, Studiendekan für automotive business & management sowie stellvertretender Direktor am Institut für Automobilwirtschaft (IFA).
- 3** Ex-Schwimmstar Sandra Völker sprach über Höhen und Tiefen sowie die Bedeutung von Motivation für den persönlichen Erfolg.
- 4** Patrick Neumann von AUTOHAUS (rechts) und Philipp Kroschke, Sprecher der Kroschke-Geschäftsführung, bei der Begrüßung

Workshop-Location am Medienhafen. Ferner informierte der Geschäftsführer von MobilApp die Chefs von morgen über die Vorteile und Eigenheiten der digitalen Kundenkommunikation. Ein interessanter

Aspekt: „Die Kunden werden nicht fragen, wie sie kommunizieren möchten“, erläuterte Zielke in der Rheinfreiheit.

Autohausunternehmer Timm Moll fand beim Business Lunch in seinem schi-

cken Flagship Store deutliche Worte. In der Düsseldorfer City thematisierte der Chef der Moll Gruppe im Interview mit Patrick Neumann von AUTOHAUS die Händler-Hersteller-Beziehung, Investitionen und seine erfolgreiche Segmentstrategie. Wie aus dem Teilnehmerkreis zu hören war, sprach er dabei vielen Chefs von morgen aus der Seele. Noch dazu auf eine authentische und sympathische Art und Weise.

Und auch der nächste Young Business Day ist terminiert: Die fünfte Ausgabe findet vom 16. bis 17. Mai 2018 in Hamburg statt. *Juliane Schleicher, Patrick Neumann* ■

**DIGITALER VERTRIEB IM AUTOHAUS**



- 1** Wie sich ein Big Player wie die Wellergruppe den Multi-Channel-Vertrieb vorstellt, ...
- 2** ... darüber referierte Shannon Hellmann, der neue Leiter digitale Entwicklung der Wellergruppe, in der Düsseldorfer Classic Remise.
- 3** In Sachen Digitalstrategie empfahl er, die Kundenbedürfnisse zu befriedigen, Operative zu unterstützen und Proaktivität zu fördern

## NEUE WEGE DER DIGITALEN KUNDENKOMMUNIKATION



- 1 Dr. Steven Zielke, Geschäftsführer von mobilApp: „Social Media ohne Tools ist wie ein Hausbau ohne Werkzeuge.“
- 2 Mit seinen Denkanstößen und konkreten Praxistipps zu Apps, Social Media und mobilen Webseiten begeisterte der Kommunikationsexperte die Workshop-Teilnehmer.
- 3 Immer online – unter diesem Vorzeichen entscheide sich auch der Autohauskunde für Inhalte, präsentierte Zielke am Düsseldorfer Medienhafen.

## IN EIGENER SACHE

## Die Bühne für die Next Generation

Ich falle gleich mit der Tür ins Haus: Der diesjährige Young Business Day in Düsseldorf hat wieder eindrucksvoll gezeigt, wie herausfordernd die nächsten Jahre für den deutschen Autohandel werden. Von den nächsten Jahrzehnten ganz zu schweigen. Intensiv debattierten die Teilnehmer über Themen wie den digitalen Wandel und ob und wie ich diesen auch als regionaler Händler mit weniger Budget im Digital-Geldbeutel überhaupt stemmen kann. Ein erfrischender Diskurs!

Erfreulich: Die Schere im Kopf ließen die Teilnehmer zu Hause, auch die oftmals gerne verwendete Floskel „Das haben wir schon immer so gemacht“ kam mir auf den Busfahrten von A nach B oder beim Business Lunch nicht zu Ohren. Denn die anwesenden Führungskräfte von morgen, so mein Eindruck, nehmen die Herausforderungen selbstbewusst an. Mag sein, weil sie den heutigen Chefs zeigen wollen, was sie auf dem Kasten haben. Mag sein, dass sie eine deutlich digitalere Zukunft einfach weniger schreckt als die altgedienten Geschäftsführer, Manager oder Inhaber. Sei

es drum – die Motivation, das Geschäft von morgen erfolgreich zu gestalten, stimmt auf jeden Fall. Auch der Zuspruch zum diesjährigen Event belegt die Offenheit für neue Themen.

## Neues Format für die Zukunft

Das hat uns in der AUTOHAUS-Redaktion dazu bewogen, der sogenannten Next Generation ab sofort eine gleichnamige, neue Bühne zu bauen (*mehr dazu auf den*

*Seiten 22 bis 25*). Schließlich reicht ein Event pro Jahr nicht, um die Trendthemen für die jungen Führungskräfte aufzubereiten, zu analysieren, zu hinterfragen oder kontrovers zu debattieren. Deshalb gibt es jetzt mit „Next Generation“ ein neues Format, das sich in regelmäßigen Abständen und eigenem Look & Feel dieser publizistischen Aufgabe annimmt.

Mich freut besonders, dass wir als inhaltlichen Background die Expertise von Christina Birne, Christin Lang, Benjamin Jakob und Thomas Stierle für unsere „Next Generation“ gewinnen konnten. Mit frischen Ideen wollen sich die vier einbringen und der Redaktion mit Rat und Tat in der Themenfindung zur Seite stehen. Mal in der Rolle als Tippgeber, mal in der Rolle als Korrektiv.

Doch natürlich ist das kein geschlossener, elitärer Zirkel. Jeder AUTOHAUS-Leser kann sich in Sachen Zukunftsthemen und „Next Generation“ konstruktiv einbringen. Einfach eine E-Mail an [patrick.neumann@springer.com](mailto:patrick.neumann@springer.com) schreiben – that's it.

Patrick Neumann ■



**Patrick Neumann, stellvertretender Chefredakteur AUTOHAUS**