



1



2

28. AUTOHAUS SOMMERAKADEMIE

„Ein-Norden“ auf Sylt

Sternstunden! Und das auf Sylt. Und dann im nördlichsten Zipfel der Republik, in List. Der 28. Campus hatte inhaltlich wie fluidal besonderen Erlebnis-Charakter. Weshalb? Das lesen Sie hier.

Die Koalition der willigen Optimisten“, so das Veranstaltungsmotto der 28. AUTOHAUS Sommer-Akademie, stellten sich thematisch einem großen Spannungsbogen. Outfit in Ehren, das Infit eines Autohauses braucht selbig hohes Niveau. Das hat viel mit Führung zu tun. Mit den „richtigen“ Mitarbeitern. Wer Bundesliga spielen muss, wird da mit A-Klasse-Kicker nicht weit kommen.

Wie sehen die Szenarien für den Neuwagen-Vertrieb der Zukunft aus? Wie die künftige Aufgabenverteilung zwischen Hersteller und Händler? Worin liegt der Paradigmenwechsel im Service? Stammkunden sind ein unterschätzter Goldschatz. Hebt die Potenziale im Flottengeschäft bis zu 50 Einheiten! Wie sieht die administrative Arbeit im Autohaus der Zukunft aus? Best Practice im digitalen Autohaus. Eine Live-Präsentation wurde gereicht. Wie sieht eine systematische Verkaufssteuerung aus? Wie die Planungen rund um das E-Auto? Die Referenten gaben dazu markante Impulse.

Der VIP-Speaker

Ein besonderes Highlight setzte vor der gemeinsamen Busfahrt zur „Sansibar“ VIP-Speaker Robert Lasek (40), Geschäftsführer von AUTO1.com. Sein Thema: „Zukunftsentwicklung im digitalen Vertrieb“. Inhalt war die europaweite Vermarktung von AUTO1.com als B2B-Plattform. AUTO1.com sieht Europa als einen Markt. Lasek zeigte auf, was wir aus anderen Industrien lernen können. Amazon legt hierzu die Messlatte mit Price, Collection und Convenience.

Lasek empfahl, nicht mehr das Produkt an die erste Stelle zu setzen, sondern den digitalen Kunden. Dann entwickelte Lasek, welche Daten man braucht. Man muss mit Zahlen im Detail arbeiten und sie interpretieren können. Messen! Das ist wichtiges Handwerkzeug für effektive Marktdurchdringung. Eine Weisheit setzte er an den Schluss seiner Ausführungen: Bei allem Tun steht der Fleiß im Verkauf an erster Stel-

le. Fleiß schlägt langfristig Talent. Gigantischer Applaus!

Ein Résumé der Veranstaltung

Ein Top-Hotel mit Top-Service, eine Seminarlocation erster Garnitur, Sansibar als Highlight, alles bei Bilderbuchwetter, in List, am nördlichsten Zipfel der Republik. Diese Möglichkeit in dieser Dimension zu erleben, schafften die Sponsoren: Multipart, BDK, soft-nrg und die ANAG.

Inhaltliche Erkenntnis: Die Branche wird perspektivisch weiter mit großen Unsicherheiten leben müssen. Die Komplexitäten im Autohaus-Alltag waren noch nie so massiv wie zurzeit. Zur Lösung bedarf es der Vertiefung der Kompetenzen und ehrgeiziger, begeisterungsfähiger Mitarbeiter. Und Führung bedarf im Alltag in dieser herausfordernden Zeit der guten Motivation wie der guten Stimmung im Autohaus. Die Relation Hersteller/Importeurhersteller ist gegenwärtig durch arge Glaubwürdigkeitsverluste, sprich mangelndes Vertrauen belastet. Der personelle Abbau beim Hersteller führt zu spürbaren Qualitätseinbrüchen. Die Digitalisierung wie Roboting sind Wege, um unproduktive Prozesse im Autohaus zu egalisieren. Sie erfordern nicht nur massive finanzielle Mittel, sondern ein höheres Tempo in der Anpassung. Die Händler sollten daher projektbezogene Kooperationen angehen. Ergo: Nicht nur nach-, sondern markant vordenken. Geh vorwärts!

Prof. Hannes Brachatz ■



„Sansibar“ ist ein Restaurant auf Sylt. Schön oben gelegen, Meeresblick, die Gebäudlichkeit in Holz gehalten strahlen der Standort und drumherum ein besonderes Fluidum aus. Im Bild: Die Koalition der willigen Optimisten 2019 vor der Sansibar auf Sylt. Unvergessliche, einmalige Stunden. Erkenntnis: Die schönste Zeit ist: Jetzt!

Fotos: Prof. Hannes Brachatz



- 1 Ein Blick in den aktiven Sommer-Campus im A-Rosa-Hotel List.
- 2 VIP-Speaker Robert Lasek, Geschäftsführer AUTO1.com
- 3 Dr. Benedikt Meier zum Neuwagenvertrieb 2030: „Der Automobilhandel hat Zukunft, aber er wird im besonderen Maße gefordert sein. Die Teilnehmer am AUTOHAUS-Sommer-Campus erhielten jeweils ein Exemplar der aktuellen Dr.-Arbeit „Automobilvertrieb 2030“, die AUTOHAUS verlegt hat.“
- 4 Dennis Hartmann, Aftersales-Experte der cotedo Service GmbH in München zum E-Auto: „Es ist konzeptionell wichtig, die Planung für E-Autos in der Gesamtdimension vorzunehmen. Die Ausbaustufen dazu können dann je nach Modellfortschritt der Hersteller getroffen werden.“
- 5 Paul Häpp ist bei der BDK als Vertriebsleiter verantwortlich für das Gewerbekundengeschäft: „Die BDK begleitet die Händler aktiv vor Ort im professionellen Flottenverkauf.“
- 6 Markus Gold (47) leitet bei MB-Kunzmann in Aschaffenburg das Business Development. Klartext: „Die Kommunikation zu den eigenen Kunden darf man nicht aus der Hand geben.“
- 7 Bodo Schläper, Key Account B2B bei ViveLaCar, stellte das Auto-Abo-Konzept von ViveLaCar vor. Nicht dritte Abo-Anbieter sind im Boot, sondern der einzelne Händler agiert dem Kunden gegenüber als Auto-Abo-Anbieter.
- 8 Dr. Andreas Block: „Ich kann mich des Eindrucks nicht erwehren, dass viele Autohäuser sich markant auf Neukunden konzentrieren. Es ist aber bei allen digitalen Wandlungen sehr ratsam, den Kundenstamm ganz konkret zu aktivieren und zu kultivieren.“ Auf welche Daten gilt es sich darauf ganz gezielt zu konzentrieren?
- 9 Dr. Konrad Wessner, Geschäftsführer von Puls Marktforschung, zeigte rationale und emotionale Faktoren auf, die mit dem Thema Mobilität verbunden sind. Laut Wessner gibt es keinen Abgang aufs Autohaus. Autokäufer besuchen 2,5 Mal vor dem Kauf ein Autohaus. Bei BMW ist es sogar 3,2 Mal.
- 10 Nicolas Hess, Gründer und Geschäftsführer von Roboyo, stellte sein Konzept der Digitalisierung administrativer Prozesse vor. Das Roboyo-System ist für alle Prozesse interessant, die manuell durchgeführt werden. Hess: „Uns interessiert die Benutzeroberfläche. Wir greifen also nicht ins System ein und brauchen daher auch keine Schnittstellen.“



Die Digitalisierung im Autohandel und die daraus entstehenden Chancen wie auch Herausforderungen standen im Fokus der 28. AUTOHAUS-SommerAkademie auf Sylt. Doch auch ein Besuch der legendären Sansibar durfte nicht fehlen. Viele weitere Impressionen gibt es online unter: www.autohaus.de/sommerakademie

