



ONLINE KONGRESS
22. Juni 2021

9. AUTOHAUS SERVICEKONGRESS 2021

HERAUSFORDERUNG AFTERSALES: WERKSTATT AUSLASTUNG MIT DIGITALEN UND ANALOGEN TOUCHPOINTS

22. Juni 2021 | Online

Die Fahrleistungen sind 2020 und 2021 deutlich unter dem Durchschnitt. Die Werkstattauslastung ist akut gefährdet. Damit ist das gesamte Geschäftsmodell in Gefahr. Die Potentiale sind allerdings weiterhin vorhanden zum Beispiel bei Reifen, Schmierstoff oder Schadenreparatur. Gleichzeitig muss im Service die Digitalisierung vorangetrieben werden, um die Prozesse zu optimieren und die Kosten zu reduzieren. Der Einsatz von digitalen Touchpoints ist dafür ein wichtiger Meilenstein. Wir zeigen Ihnen die Potenziale und weisen den richtigen Weg zur Digitalisierung.

Information und Anmeldung unter: www.autohaus.de/servicekongress2021

Mit freundlicher Unterstützung von:



PROGRAMM

DIENSTAG, 22. JUNI 2021,
09:30 UHR BIS 16:00 UHR

Begrüßung der Teilnehmer und Vorstellung der Sponsoren

Ralph M. Meunzel, Chefredakteur AUTOHAUS

AUS DER PRAXIS LERNEN

Dialog mit der Zukunft. Konzeption der Zukunftswerkstatt 4.0

- Transformation ist jetzt und erfordert proaktives Handeln
- Status quo und Herausforderungen im Kfz-Gewerbe
- Zukunftswerkstatt – Beschleunigung als Grundkonzept!

Prof. Dr. Stefan Reindl, Direktor (CEO) ifa Institut für Automobilwirtschaft

Der digitale Annahmeprozess in der Praxis

- Warum die Digitalisierung auch im Annahmeprozess erforderlich ist
- Hat die Dialogannahme im Autohaus ausgedient oder erfährt sie eine digitale Renaissance?
- Umsetzung in der Praxis: Erfolgsfaktoren und Erfahrungsbericht

Ludger Wendeler, Geschäftsführung, BURGER SCHLOZ AUTOMOBILE GmbH & Co. KG

Erfolgreiche Marktintegration eines Lack- und Karosseriezentriums

- Vorteile der Zentralisierung
- Neue Kunden gewinnen
- Einsatz von neuester Umwelttechnologie

Helmut Peter, Geschäftsführer und René Stange, Centerleiter Karosserie und Lack Heiligenstadt, Autohaus Peter Group

Kaffeepause

INTERVIEW

Interview mit Marco Schmickler, Mitglied der Geschäftsleitung, TÜV SÜD Auto Partner

ZUSATZGESCHÄFT SICHERN

Reifen- und Rädergeschäft im Autohaus

- Entwicklung der letzten Jahre
- Ungenutzte Potenziale
- Chancen zur Kompensation auch bei E-Mobilität
- Vermarktungsansatz RR TEAM mit Fahrzeugherstellern

Arno Bach, Geschäftsführer, RR TEAM GmbH

TERMIN UND ZIELGRUPPE

Dienstag, 22. Juni 2021. Der digitale Kongresstag beginnt um 09:30 Uhr und endet gegen 16:00 Uhr.

Geschäftsführer, Inhaber, Werkstatt- und Serviceleiter, sowie Serviceberater im markengebundenen und freien Automobilhandel, Händlerbetreuer, Hersteller, Importeure und Branchen-Dienstleister.

Autohaus- und Werkstattgeschäft: Auch in Zukunft mit Schmierstoffen den Gewinn nachhaltig maximieren

- Mobilität der Zukunft – wie verändert sich der Markt?
- Wie sehen die Motorenöle der Zukunft aus: Welche Anforderungen müssen sie erfüllen?
- Wie kann ich den Gewinn mit meinem Schmierstoffgeschäft im Autohaus nachhaltig maximieren?

Meenakshi Fischer, Leiterin Schmierstoffgeschäft, Shell Deutschland GmbH

DATEN UND DIGITALISIERUNG

Mehr Daten, mehr Service? Ein Ausblick auf die Zukunft des Werkstatt-Services

- Welche Rolle spielen Daten für Services?
- Wie kommt die Werkstatt an Daten?
- Welche Potenziale lassen sich heben?
- Anwendungsbeispiele, heute und Morgen

Peter J. Wagner, Managing Director, Continental Aftermarket & Services GmbH

INTERVIEW

Interview mit Niels Rathsmann, Mitglied der Geschäftsleitung, Enterprise Rent-A-Car und Ulf Büning-Pfaue, Leitung Service, Wiest Autohäuser

Mittagspause

So sieht die digitale Service-Zukunft aus - Mit Fairgarage Kunden aus dem Netz fischen

- Wie ist das mit den Daten in der digitalen Werkstatt: Alles Gold was glänzt?
- Welches Portal ist das Richtige?
- Wer sind die digitalen Werkstattkunden und was erwarten sie von Ihrem Betrieb?

Andreas Serra, Geschäftsführer und Uwe Hausdorff, Produktmanager, Promotor XD GmbH

Mobile Dialogannahme per App direkt im DMS – innovativ und flexibel

- Dialogannahme für die Praxis
- hilfreiche Checklisten immer dabei
- Fahrzeugverwaltung per Loco-Location Chips

Mika Sauermann, Vertrieb, Loco-Soft Vertriebs GmbH

Kaffeepause

REFERENTEN



Arno Bach,
Geschäftsführer,
RR TEAM GmbH



Sven Fillinger,
CEO, aubex GmbH



Meenakshi Fischer,
Leiterin Schmier-
stoffgeschäft, Shell
Deutschland GmbH



Uwe Hausdorff,
Produktmanager,
Promotor XD GmbH



Kristina Neff,
Managing
Consultant, NTT DATA
Deutschland



Helmut Peter,
Geschäftsführer,
Autohaus Peter
Group



Christian Rassfeld,
Serviceleiter,
Mense GmbH



**Prof. Dr. Stefan
Reindl,** Direktor
(CEO) ifa Institut für
Automobilwirtschaft



Mika Sauermann,
Vertrieb, Loco-Soft
Vertriebs GmbH



Andreas Serra,
Geschäftsführer,
Promotor XD GmbH



René Stange,
Centerleiter
Karosserie und Lack
Heiligenstadt, Auto-
haus Peter Group



Peter J. Wagner,
Managing Director,
Continental
Aftermarket &
Services GmbH



Ludger Wendeler,
Geschäftsführung,
BURGER SCHLOZ
AUTOMOBILE GmbH
& Co. KG

Die smarte Service-Station als digitaler Mitarbeiter für den Annahme- und Abholprozess am Beispiel der Autohaus Mense GmbH

- Mehr Zusatzgeschäft und mehr Zeit für den Kunden – Autohaus Mense GmbH berichtet
- Wie durch die kontaktlose Annahme und Abholung mit Bezahlfunktion die Ausstände minimiert werden können
- Mehr Zeit für die wichtigen Fragen des Kunden durch Online Check-in zum Werkstatttermin am Vortag
- Die smarte Lösung für Ihre Gewerbekunden im Service
*Sven Fillinger, CEO, aubex GmbH und
Christian Rassfeld, Serviceleiter, Mense GmbH*

Digitale Touchpoints und die Herausforderung Preistransparenz

- Zurückblicken: Ungenutzte Potenziale im Automotive Aftersales (Studie 2021)
- Der Preis und die digitalen Touchpoints: aktuelle Herausforderungen
- Der richtige Umgang mit dem Kundenwunsch: erste Lösungsansätze zur effizienten Preistransparenz
- Den Anfang machen: Empfehlungen für erste Schritte
Kristina Neff, Managing Consultant, NTT DATA Deutschland

ca. 16:00 Uhr: Ende der Veranstaltung



MODERATION UND FACHLICHE LEITUNG

Ralph M. Meunzel
Chefredakteur, AUTOHAUS

TEILNAHME UND KONTAKT

Die Gebühr für die digitale Teilnahme beträgt brutto 236,81 Euro (199 Euro zzgl. 37,81 Euro MwSt.). Für AUTOHAUS Abonnenten sowie Partner der Sponsoren reduziert sich die Teilnahmegebühr auf brutto 177,31 Euro (149 Euro zzgl. 28,31 Euro MwSt.) Die personalisierten Zugangsdaten erhalten Sie wenige Tage vorab per E-Mail zugeschickt. Nur die in der Buchung genannten Personen sind zur Teilnahme am Online-Kongress berechtigt.

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an:

Elisabeth Huber, Telefon: +49 89 203043-1268
E-Mail: elisabeth.huber@springernature.com
oder

Danuta Stefaniak, Telefon: +49 89 203043-1288
E-Mail: danuta.stefaniak@springernature.com