

Greentech-Strategien in der Automobilbranche

*Mit grüner Mobilität schwarze Zahlen schreiben: Das wollen die Kunden!
Neue Antriebe, coole Autos, flexible Nutzungsangebote: Das ist Greentech!
Von Autos zu Technologieprodukten: Darauf sollten Sie beim Verkauf achten!*

17. puls Automobilkongress am 14. Juli 2021 | Hybrid-Event

Dauphin Speed Event Hersbruck nahe Nürnberg

Vorabendveranstaltung am 13. Juli 2021 ab 18:00 Uhr



„Machen wir die Erde zu einem besseren Ort für unsere Kinder.“

Alexander Gerst

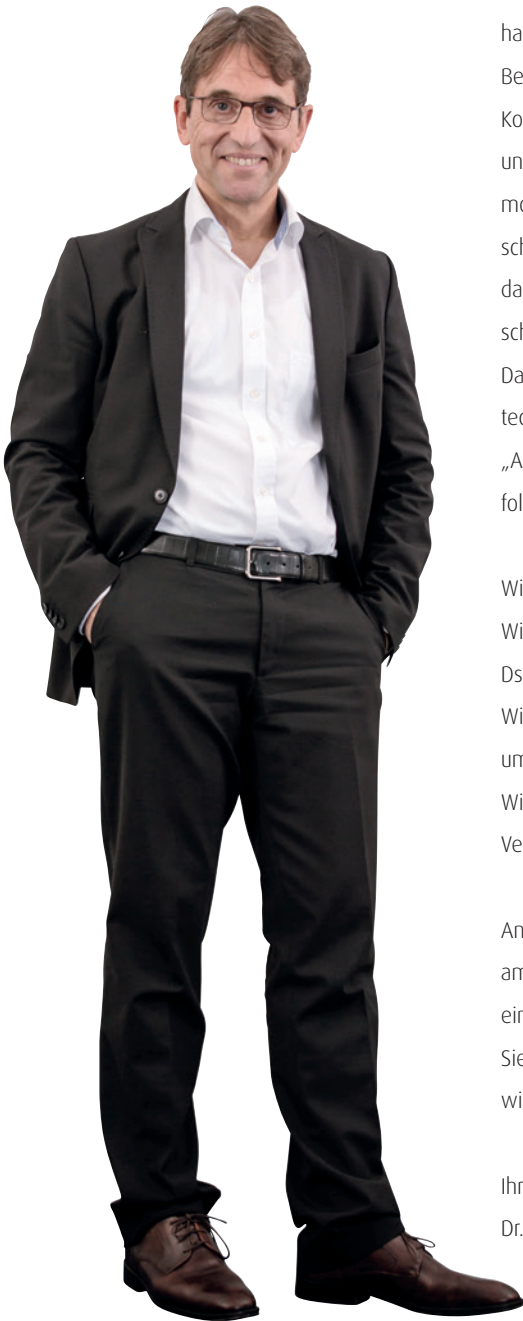
AUTOHAUS

AUTO
VERSICHERUNG
& WIRTSCHAFT

HORIZONT
ZEITUNG FÜR MARKETING, WERBUNG UND MEDIEN



Zukunft gestalten



Wer Zukunft erfolgreich gestalten will, muss die nachrückenden Auto-Interessenten fest im Blick haben: Sie wollen digital an Autos und Autohäuser herangeführt werden, individuell auf ihre Bedürfnisse zugeschnittene Mobilitätsangebote und grüne Autos ohne Abstriche bei Coolness, Komfort und Performance. Zusätzlich fordert und fördert die Politik mit ehrgeizigen Klimazielen und Innovationsprämien klimafreundliche Mobilität. In diesen Spannungsfeldern steht die Automobilbranche vor der Herausforderung, mit grünen Innovationen die Kunden zu faszinieren und schwarze Zahlen zu schreiben. Dabei ist es mir persönlich ein Anliegen, darauf hinzuweisen dass „unsere“ Automobilbranche beim Klimaschutz in den letzten Jahren deutlich mehr Fortschritte gemacht hat, als dies bei den Kunden und in der Öffentlichkeit wahrgenommen wird. Das Innovationspektrum reicht von nachhaltig rückläufigen CO₂-Emissionen durch neue Antriebstechnologien über neue Kraftstoffe und Strom aus erneuerbaren Energien bis hin zu flexiblen „Autos on Demand-Nutzungsangeboten“. Um diese Themen als Chancen zu nutzen, sollten die folgenden Fragen beantwortet werden:

Wie holen wir unsere Kunden bereits im Netz bei ihren individuellen Mobilitätsbedürfnissen ab?
Wie bieten wir durch Vorschläge passender Autos und Mobilitätsangebote Orientierung im Dschungel der Möglichkeiten?

Wie sieht ein Miteinander zwischen Automarken, Händlern, Autobanken und Plattformen aus, um kundenrelevante Prozesse zu digitalisieren und grüne Mobilität erlebbar zu machen?

Wie sehen Zukunftsstrategien des Automobilhandels im Spannungsfeld zwischen werthaltigem Verkauf und Volumenjagd aus?

Antworten auf diese Fragen erhalten Sie bei unserem mittlerweile 17. *puls* Automobilkongress am 14. Juli im schönen Dauphin Speed Event. Mit im Programm ist wieder die Erstpräsentation einer aktuellen *puls* Studie, bei der es einmal mehr um die Frage geht, was die Kunden wollen. Sie bezahlen unsere Gehälter – Wenn sie sich verstanden fühlen, uns weiterempfehlen und wiederkommen.

Ihr
Dr. Konrad Weißner

Wir freuen uns auf Ihre Anmeldung!

Vorabendveranstaltung am 13. Juli

18:00 Uhr

Get-Together mit fränkischen Spezialitäten / Get-Together der Online-Teilnehmer

19:00 Uhr

Begrüßung durch Dr. Konrad Weißner, Geschäftsführer puls Marktforschung GmbH

19:15 Uhr

Jazz-Thinking – Wie bewegt man ein Sinfonie-Orchester und ein Wirtschaftsunternehmen?



Thilo Wolf, Jazz-Pianist und Unternehmer

„JAZZTHINKING ist eine Methode für echtes kreatives Denken und die Motivation von Teams, sich für neue Wege zu öffnen. Thilo Wolf zeigt anhand von vielen Beispielen aus der Welt der Musik und der Begegnung von Jazzmusikern mit Klassikern, wie man Menschen motiviert, sich auf etwas Neues einzulassen und dass es manchmal nur geringer Variationen innerhalb vorhandener Erfolgsbausteine bedarf, um entscheidende und nachhaltige Veränderungen in Gang zu bringen.“

20:00 Uhr

(Virtuelle) Führung durch die Oldtimer-Sammlung des Dauphin Speed Events und Netzwerken

22:30 Uhr

Ausklang

17. puls Automobilkongress am 14. Juli

07:00 Uhr

Aktives Erwachen mit Dr. Konrad Weißner (Treffpunkt: Eingang DORMERO Schlosshotel Reichenschwand)

08:30 Uhr

Get-Together mit kleinem Frühstück / Get-Together der Online-Teilnehmer

08:55 Uhr

Begrüßung durch Dr. Konrad Weißner, Geschäftsführer puls Marktforschung GmbH

09:00 Uhr

Begrüßung und Einführung



Prof. Hannes Brachat, Herausgeber AUTOHAUS

„Greentech-Strategien sind das papierlose Autohaus, das phygitale Autohaus, vom elektronischen Preisschild der erlebnisstarken Powerwall bis zum kontaktlosen Verkauf, eine E-Mobilität mit hoher Kundenakzeptanz, Aufbau des Greentech-Knowhows bei zahlreichen Nachzüglerunternehmen und die Fortführung der Digitalisierung über das Momentum von Homeoffice und Video-konferenzen hinaus.“

09:15 Uhr

Neue Technik, neue Kunden, neue Vertriebswege: Wie die Einführung der Submarke IONIQ Hyundai und seine Händler in die Zukunft der Elektromobilität führt



Jürgen Keller, CEO Hyundai Motor Deutschland

„Noch nie haben sich so viele Kunden für einen umweltfreundlichen Antrieb entschieden wie in 2020. Wer sich wie Hyundai an die Spitze dieser Bewegung setzen will, muss Produkte und Marke immer wieder neu erfinden und gemeinsam mit dem Handel die neue Green Mobility Kundengeneration auch auf neuen Wegen ansprechen.“



Hans Noll, Geschäftsführer Autohaus Stanglmair

„Der Verkauf von Elektromobilität im Handel funktioniert nur, wenn man alle Mitarbeiter mitnimmt. Die Führungsriege muss sich mit der neuen Technologie beschäftigen und die Mitarbeiter z. B. durch Testfahrten überzeugen. Wir sitzen bei der Vermarktung von Elektrofahrzeugen – sprich Flottenverbrauchsvorgabe – in einem Boot. „Hersteller liefert – Handel handelt.“

09:45 Uhr

KINTO – Die neue Mobilitätsmarke



Axel Nordieker, Geschäftsführer Toyota Kreditbank

„Gemeinsame Geschäftsmodelle der Marken mit ihren Finanzdienstleistern und den Händlern werden ein Erfolgsfaktor in der Zukunft sein. Zukunftsgerichtete Antriebstechnologie, Digitalisierung, Finanzlösungen, moderne Mobilitätsthemen und die wirklichen Kundenbedürfnisse werden hier zusammengebracht. Eine große Transformationsaufgabe.“

10:10 Uhr

Kaffeepause

10:45 Uhr

Marke als Motor automobiler Transformation



Maria Grazia Davino, Head of Sales & Marketing Europe **Stellantis**

„Marke will inszeniert sein. So schafft sie Orientierung, Vertrauen, Identifikation und fokussiert durch erlebnisstarke Differenzierung.“

11:15 Uhr

Digitale und flexible Mobilitätslösungen



Vinzenz Pflanz, President Corporate Sales **SIXT SE**

„Moderne, flexible und atmende Flottenkonzepte werden in wenigen Jahren den Flottenmarkt dominieren.“

11:40 Uhr

Pilotprojekt zur digitalen Kundengewinnung



Sara Bay, Leiterin Marketing und Kundenkontaktcenter **Emil Frey Digital Services**

„Die Zukunft des Automobilvertriebs ist omnichannel. Die Herausforderung für Automobilhändler liegt darin, die online und die offline Welt zu verbinden und durch die Erkenntnisse die Marketingaktionen zu optimieren.“



Michael Complojer und Johannes Graßmann, Industry Manager, Automotive Retail, **Google Germany GmbH**

„Wir sehen einen starken Anstieg der Suchanfragen in den Bereichen Elektromobilität sowie Online-Kauf. Digitale Kanäle sind für viele Altersgruppen bereits der bevorzugte Kanal, um mit dem Autohandel in Kontakt zu treten.“

12:15 Uhr

Lust auf zukunftsfähige Mobilität? – Wege der deutschen Automobilindustrie



Dr. Martin Koers, Geschäftsführer **Verband der Automobilindustrie e.V. (VDA)**

„Die Automobilindustrie ist inmitten einer beispiellosen Transformation, Elektrifizierung und Digitalisierung der Fahrzeuge sind in vollem Gange. Der Handel bleibt dabei für uns ein starker Partner. Nur gemeinsam machen wir Lust auf zukunftsfähige Mobilität und schreiben die Erfolgsgeschichte des Autos ‚Made in Germany‘ weiter.“

12:40 Uhr

Mittagspause

13:45 Uhr

Mit grüner Mobilität schwarze Zahlen schreiben: Was wollen die Kunden?



Dr. Konrad Weßner, Geschäftsführer, **puls Marktforschung GmbH**

„Automarken, die den Wertewandel in Richtung grüner Mobilität als Chance nutzen und mit grünen Innovationen schwarze Zahlen schreiben wollen brauchen Autohäuser, die durch Bedarfsanalysen, Erlebnisprobefahrten und umfassende Beratung klimafreundliche Mobilität am Point of Emotion erlebbar machen.“

14:10 Uhr

Alles Elektro, oder was?

Vorstellung einer Studie zum Antriebs- und Kraftstoffmix der Zukunft bei Fuhrparks:

Dr. Konrad Weßner, **puls Marktforschung**



Matthias Braun, Senior Advisor **Aramco Fuel Research Center Paris**

„Synthetische Kraftstoffe sind die einzige Möglichkeit zur klimaneutralen Umstellung der derzeit weltweit circa. 1,3 Milliarden Fahrzeuge.“



Pascal Mast, Director New Technology and Sustainable Services **TÜV SÜD Auto Service GmbH**

„Weniger, früher, harmonisierter – das Ziel der zukünftigen Emissionsvorschriften ist klar. Der Weg auch?“

14:40 Uhr

Greentech-Strategien im Automobilhandel



Oliver Bohn, Geschäftsleitung **Autohaus Kuhn + Witte**

„Der Automobilhandel steckt im Umbruch. Neue Mobilität – möglichst CO₂arm – erfordert neue Konzepte. Wer die Zukunft erfolgreich gestalten will, braucht neue Ideen und Menschen in seinen Reihen, die den Mut und die Bereitschaft haben, neue Ideen auszuprobieren. Mit unserer Kuhn+Witte ZUKUNFTSWERKSTATT ermutigen und befähigen wir die Menschen in unserem Unternehmen dazu, neue Wege auszuprobieren und Zukunftsversteher zu werden.“



Stefan Hutschinski, Geschäftsführender Gesellschafter **Hutschinski Mobility (Österreich)** und Einzelhandelsprecher der österreichischen Automobilhändler

„Ich sehe die Zukunft der Automobilbranche durchwegs positiv, obwohl wir uns mitten in einem Transformationsprozess – begleitet von einem medialen und politischen Wirbelsturm – befinden. Entscheidend ist es, jetzt die richtigen Strategien passend für Lage und Soziografie des einzelnen Standortes zu finden, um in Zukunft erfolgreich zu sein!“



Hansjörg Mayr, Member of the Board, CDO **Wolfgang Denzel Auto AG**

„Spätestens seit der Weltklimakonferenz 2015 ist klar wohin die Reise geht. Die letzten Jahre haben eine umfassende Transformation des Automobilgeschäftes ausgelöst. CASE und Digitalisierung wirken dabei sowohl als Enabler als auch als Accelerator. Die rasche Implementierung der Greentech-Strategien gelingt aber nur, wenn wir alle das gleiche Zielbild verfolgen.“

15:25 Uhr

Zukunftsfähige Händlerstrategien im Green Mobility Zeitalter – Expertenstatements



Thomas Bettin, Organisationsdirektor, Vertrieb Autohaus **NÜRNBERGER VERSICHERUNG**

„Green Mobility beruht auf unserem Verständnis, dass nur auf einer intakten ökologischen und sozialen Umwelt langfristig auch ökonomischer Erfolg basiert. Mobilität bedeutet dabei nicht nur die Art der Fortbewegung, sondern der verantwortungsvolle Umgang mit allen Ressourcen, die uns diese erst ermöglichen. Wir setzen uns dafür ein, dass auch künftige Generationen mit Sicherheit mobil bleiben können.“



Martin Guse, Geschäftsführer **Bank Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe GmbH**

„Im Green Mobility Zeitalter sind Qualität und Quantität des digitalen Kundenkontakts für den Kfz-Handel entscheidende Faktoren zur Stärkung der eigenen Unabhängigkeit im Wettbewerb verschiedener Vertriebskanäle.“

15:45 Uhr

Zusammenfassung durch Dr. Konrad Weßner

16:00 Uhr

Ende

Ihr Ticket zur Greentech-Strategie

Hybrid-Event

Teilnahme vor Ort oder via Live-Stream möglich.

Online-Anmeldung

automobilkongress.puls-marktforschung.de

oder per Mail an event@puls-marktforschung.de

Anmeldung bitte bis 7. Juli 2021.

Teilnehmergebühr

Teilnahme vor Ort: 499,- € (zzgl. MwSt.)*

Teilnahme online: 399,- € (zzgl. MwSt.)*

Automobilhändler vor Ort: 299,- € (zzgl. MwSt.)*

Automobilhändler online: 199,- € (zzgl. MwSt.)*

Veranstaltungsort

Dauphin Speed Event

Industriestraße 11

D-91217 Hersbruck

www.dauphinspeedevent.de

Dort findet sich eine einzigartige Sammlung klassischer Autos und Motorräder.

Regionale Hotelempfehlungen finden Sie unter automobilkongress.puls-marktforschung.de

Veranstalter

puls Marktforschung GmbH

Röthenbacher Straße 2

D-90571 Schwaig bei Nürnberg

Ansprechpartner

Dr. Konrad Weißner, Geschäftsführer

+49 (0)911 9535-400

wessner@puls-marktforschung.de

puls: Marktforschung und Empfehlungen für bessere Entscheidungen und Strategien

Seit knapp 30 Jahren konzentriert sich *puls* darauf, den Markterfolg von Autohäusern, Automobilmarken, Autobanken und Zulieferern durch branchennahe Marktforschung und darauf aufbauende Empfehlungen für bessere Entscheidungen und Strategien abzusichern.



* **Teilnahmebedingungen:** Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Anmeldebestätigung. Nach Ihrer Anmeldung ist ein Wechsel zwischen Präsenzteilnahme und Online-Teilnahme bis 14 Tage vor der Veranstaltung möglich. Bei Stornierung bis 14 Tage vor der Veranstaltung erheben wir eine Bearbeitungsgebühr von 100,- € (zzgl. MwSt.) pro Teilnehmer/in. Bei späterer Absage und Nichtanreise/Teilnahme berechnen die volle Teilnehmergebühr. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich. Bitte informieren Sie uns hierzu. Vielen Dank. Sollte Corona wider Erwarten persönliche Teilnehmer/innen verhindern, wird der Kongress online via Live-Stream durchgeführt.