



Neue puls Studie  
Autokäufer 3.0 –  
Automobilvertrieb 3.0

# Autokäufer, Automobilverkauf und Servicegeschäft 3.0

**10. puls Automobilkongress am 20. März 2014 im Dauphin Speed Event in Hersbruck**

**Vorabendveranstaltung am 19. März ab 18.00 Uhr**

Wie die nachrückenden Autokäufer 3.0 ticken, was sie im Internet und von Händlern erwarten.  
Wie Online Leads und Kundendaten den Fahrzeugverkauf und das Servicegeschäft beflügeln.  
Wie Automobilvertrieb 3.0 aussieht, was wir von anderen Branchen lernen können.

Medienpartner: **AUTOHAUS**





## Automobilvertrieb 3.0

Die Reise in die Zukunft des Automobilvertriebs beginnt bei den Autokäufern. Sie gehen auf ihrer Customer Journey neue Wege und provozieren neue Regeln und Geschäftsmodelle im Automobilvertrieb. Wenn wir herausfinden wollen, wie werthaltiger Automobilvertrieb im Internet Zeitalter morgen aussieht müssen wir folgende Fragen beantworten:

- Werden die nachrückenden Autokäufer den Siegeszug des Internet weiter vorantreiben und den traditionellen Handel ebenso überflüssig machen wie persönliche Beratung?
- Wie sieht das Miteinander von Herstellern bzw. Importeuren einerseits und Händlern andererseits aus? Welche Rolle spielen die Autobanken und der Mobilitätsverkauf?
- Was müssen Händler dem Autokäufer 3.0 bieten, um (wieder) Geld zu verdienen?
- Wie können Online-Besucher zur Kontaktaufnahme bzw. dem Kauf animiert werden?

Um die Beantwortung dieser Fragen geht es bei unserem mittlerweile 10. *puls* Automobilkongress. Getreu unserem Motto „For Better Decisions“ bieten wir Ihnen wieder eine inspirierende *puls* Studie und hochkarätige Praxisbeispiele.





**Veranstaltungsort:**

Dauphin Speed Event GmbH & Co.KG  
Industriestraße 11  
D-91217 Hersbruck  
www.dauphinspeedevent.de

**Veranstalter:**

puls Marktforschung GmbH  
Ansprechpartnerin: Frau Beti Ljubic  
Röthenbacher Straße 2  
90571 Schwaig bei Nürnberg  
Telefon +49 911 9535-400 Fax -404  
E-Mail ljubic@puls-marktforschung.de  
Internet www.puls-marktforschung.de

**Ja, ich nehme teil**

- am 10. **puls** Automobilkongress am 20. März 2014 \*
- und an der Vorabendveranstaltung am 19. März ab 18.00 Uhr \*
- zum Sonderpreis von 349,- € (zzgl. MwSt.) für Automobilhändler
- zum regulären Preis von 399,- € (zzgl. MwSt.)

Titel/Name \_\_\_\_\_

Firma \_\_\_\_\_

Funktion \_\_\_\_\_

Adresse \_\_\_\_\_

Telefon/Telefax \_\_\_\_\_

E-Mail \_\_\_\_\_

Ort, Datum \_\_\_\_\_ Unterschrift \_\_\_\_\_

## Anmeldung

**puls: Marktforschung für bessere Entscheidungen und Strategien**

Seit 20 Jahren konzentriert sich **puls** darauf, den Markterfolg von Autohäusern, Automobilherstellern, Autobanken und Zulieferern durch effiziente Marktforschung und darauf aufbauende Empfehlungen für bessere Entscheidungen und Strategien abzusichern.

**Welche Frage liegt Ihnen im Zusammenhang mit unserem 10. Automobilkongress besonders am Herzen?**

## 19. März 2014 Vorabendveranstaltung im Dauphin Speed Event in Hersbruck

### 19.00 Uhr **Marken müssen bewusst Regeln brechen und erlebbar sein**



**Dominic Multerer, Unternehmer & Marketeer [Dominic-Multerer.de](http://Dominic-Multerer.de)**

*„Stopfen Sie das Volk mit Werbung voll oder denken Sie in Marke? Wer von Ihnen ist für den Kunden erlebbar? Sie werden sich im Anschluss an den Vortrag hinterfragen.“*

## 20. März 2014 10. puls Automobilkongress im Dauphin Speed Event in Hersbruck

### 07.00 Uhr **Aktives Erwachen: Laufen mit Konrad Weißner**

### 08.30 Uhr **Get Together**

### 08.45 Uhr **Gestaltete Zukunft – durch digitale Gesamtstrategie**



**Prof. Hannes Brachat, Herausgeber Fachzeitschrift AUTOHAUS**

*„Die kluge Verbindung von online und offline unter einem Dach, sprich Multi-Channel-Management, ist für den Automobilhandel der Zukunft das Gebot der Stunde.“*

### 09.00 Uhr **Autokäufer 3.0 – Automobilvertrieb 3.0 Erstvorstellung der Ergebnisse einer neuen puls Studie**



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

*„Die nachrückenden Autokäufer 3.0 informieren sich intensiver im Internet. Gleichzeitig suchen und honorieren sie Erlebnis-Autohäuser und Verkäufer, die ihnen Orientierung und Inspiration beim Kauf des passenden Autos geben.“*

### 09.30 Uhr **„Was die neue von der alten Mobilität lernen kann“ – Expertengespräch mit Bernd Pischetsrieder**



**Dr. Ing. Bernd Pischetsrieder, Vorsitzender der Aufsichtsrats Münchner Rück, ehem. Vorstandsvorsitzender der BMW AG sowie des VW-Konzerns, Gesellschafter C.F. MIRBACH GmbH & Co. KG**

**10.15 Uhr**

**Neue Wachstumsperspektiven durch die geschickte Vernetzung der digitalen und realen Welt.**



**Imelda Labbé, Sprecherin der Geschäftsführung ŠKODA AUTO Deutschland GmbH**

*„Das Internet birgt für den Automobilhandel Chancen und Risiken zugleich. Durch die geschickte Vernetzung der digitalen und virtuellen Welt wird es dem Handel gelingen, neue Absatzpotenziale zu erschließen und gleichzeitig zu verhindern, dass er Kunden durch online-Orders verliert.“*

**10.45 Uhr**

**Kaffeepause**

**11.30 Uhr**

**After Sales goes Online – Digitale Kunden- und Fahrzeugdaten als Treiber des Servicegeschäfts**



**Klaus Burger, Geschäftsführer MAHA Maschinenbau Haldenwang GmbH & Co. KG**

*„Werkstattausrüstung 3.0 – schnell, effizient, kundenorientiert.“*



**Prof. Marc Drüner, Partner trommsdorff + drüner GmbH**

*„Reine Marketinglogos sind tot, Konsumenten erwarten auf sie persönlich zugeschnittene Lösungen. Das Auswerten und Analysieren von Verhaltensdaten hilft uns dabei, diese anbieten zu können.“*



**André Stark, Geschäftsführer AutoScout24 GmbH**

*„Daten sind das neue Öl im Servicegeschäft. Doch inwiefern lassen sich Wünsche und Vorstellungen zur Nutzung und Monetarisierung dieser Daten effektiv umsetzen? Die Devise ist eine Down-to-Earth-Strategie: Dieser große gewinnbringende Markt muss in kleinen Schritten erobert werden.“*

**12.15 Uhr**

**Das neue Equilibrium im Spiel zwischen Marke, Markt und Händler**



**Tom Acland, Co-Head of Interactive Sales Solutions RTT AG**

*„Das gemeinsame Ziel, Kunden nachhaltig zu begeistern wird im Internet Zeitalter nur durch Symbiose erreicht. Was sind die Wirkungstreiber für Omni-Channel Kundenerlebnisse und wie werden sie effizient geschaffen?“*

**12.45 Uhr**

**Winning with Data – Digitales Marketing als Quelle für alle relevanten Kundeninformationen**



**Jens Monsees, Industry Leader Automotive Google Germany GmbH**

*„Der puls Automobilkongress ist eine der Plattformen in Deutschland, wo sich hochrangige Vertreter der Branche treffen. Hersteller, Händler und Marketeers diskutieren den dynamischen Wandel und die damit verbundenen Herausforderungen im Automobil Markt.“*

**13.15 Uhr**    **Gemeinsames Mittagessen**

**14.45 Uhr**    **Wie Autohäuser Emotionen wecken – Verleihung des *puls* Video Awards durch den TÜV SÜD**



**Oliver Philipp Cristinetti, Mitglied der Geschäftsleitung, Leiter Vertrieb & Marketing TÜV SÜD Auto Service GmbH**

*„Um die nachrückenden Autokäufer zu gewinnen sollten Händler mit Zukunft ihre Leistung individuell und erlebbar machen. Weil Videos dafür auch ein ideales Medium sind, prämiieren wir beim 10. *puls* Automobilkongress die besten Händlervideos und unterstützen die Branche so wie Sie es vom TÜV SÜD erwarten dürfen: Mit Erfahrung, Kompetenz und kreativen Ideen.“*

**15.15 Uhr**    **Automobilvertrieb 3.0 – Ist das Vertragshändlersystem zukunftsfähig?**



**Antje Woltermann, Geschäftsführerin Zentralverband Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe e. V.**

*„Wenn man die Entwicklungen auf dem Neuwagenmarkt und die Veränderungen im Kundenverhalten analysiert, dann kommt man zwangsläufig zu der Überzeugung, dass das Vertragshändlersystem für den Neuwagenvertrieb keine zukunftsfähige Lösung sein kann.“*

**15.45 Uhr**    **Back to the roots – erfolgreich in die Zukunft**



**Burkhard Weller, Geschäftsführender Gesellschafter WELLERGRUPPE GmbH & Co. KG**

*„Am Ende kauft der Interessent dort, wo er sich am wohlsten und besten aufgehoben fühlt. Dabei ist der günstigste Preis / günstigste Rate nicht entscheidend!“*

**16.15 Uhr**    **Händlervertriebsstrategie der AVAG im Internet-Zeitalter**



**Roman Still, Sprecher AVAG Holding SE**

*„Internet ist heute der wichtigste Informationskanal. Der tatsächliche Verkauf an Privatkunden verbleibt im Autohaus. Beides miteinander zu verbinden, ist die wesentliche Herausforderung.“*

**16.45 Uhr**    **Learnings aus der Obama Kampagne**



**Julius van de Laar, Kampagnenexperte & Strategieberater VAN DE LAAR CAMPAIGNING Berlin**

*„Wie Sie mit Hilfe von authentischen Botschaften und BIG DATA Strategien Ihre Zielgruppe erreichen, überzeugen und mobilisieren.“*

**17.15 Uhr**    **Best of the Day: Was haben wir gelernt?**