



**puls**  
MARKTFORSCHUNG

For Better Decisions

# Kundenbindung und Zusatzgeschäfte im Autohaus der Zukunft

Konzepte, Ideen, Praxistipps

## 4. puls Automobilkongress

am 13. März 2008  
im Sheraton Carlton in Nürnberg

Medienpartner:

**AUTOHAUS**

**AUTOHAUS**  
akademie

Kooperationspartner:

**AKA**  
ARBEITSKREIS DER BANKEN  
UND LEASINGGESELLSCHAFTEN  
DER AUTOMOBILWIRTSCHAFT

**AUTO**  
**SCOUT 24**

**SAP**

**CarGarantie**  
www.cargarantie.de

**PROGENIUM**  
creating success

Deutsche Post

**Santander**  
CONSUMER BANK

**MAPFRE** | ASISTENCIA



**Dr. Konrad Weßner**

General Manager  
puls Marktforschung  
*„Kerngeschäft des Autohauses und Verkäufers der Zukunft ist es, Mobilität mit allen dazugehörigen Leistungen zu verkaufen. Der Kunde wird den Unterschied spüren.“*



**Prof. Hannes Brachat**

Herausgeber AUTOHAUS  
*„90 Prozent sind Basics, um Kundenzufriedenheit zu schaffen. Ganz vorne steht der persönliche Kundenkontakt. Darauf sollten wir uns konzentrieren.“*



**Jürgen Stackmann**

Geschäftsführer  
Marketing und Verkauf  
Ford-Werke GmbH  
*„Die neue Ford Produktgeneration überzeugt und weist den Weg in die Zukunft. Die Marke muss jetzt einem konsequent zwischen Hersteller und Handelsorganisation abgestimmten Weg folgen und „den Unterschied“ vermitteln.“*

## 4. *puls* Automobilkongress 13.03.08 | Einladung

### Neue Marktchancen

Was haben Kinos und Tankstellen der früheren Jahre gemeinsam? Sie konnten von ihrem klassischen Geschäft nicht mehr leben. Sie waren austauschbar. Sie boten weder AHA-Erlebnisse noch besondere Services. Und heute? Nach dem Motto „Es lebe der Wandel“ blieb nicht mehr viel übrig vom Kinokartenverkäufer und Tankwart der früheren Jahre.

Auch Autohäuser können vom rendite- und wachstumsschwachen Fahrzeugverkauf allein nicht mehr leben. Für die Profilierung und den Profit von morgen sind neue Konzepte gefordert: Vom Autohaus zum Mobilitätszentrum. Vom Verkäufer zum Mobilitätsberater. Nehmen Sie beim 4. *puls* Automobilkongress Konzepte und Praxistipps mit, um diesen Wandel zur Marktchance zu machen.

Im Einzelnen geht es um die Beantwortung der folgenden 3 Fragen:

1. Wo kommen die **Gewinne** des Autohauses der Zukunft her?
  - **Neue Chancen** durch professionelles Servicemarketing und den aktiven Verkauf von Finanz- und Mobilitätsdienstleistungen.
  - **Neue Marketingkonzepte** zur Profilierung von Autohäusern als Mobilitätszentren.
2. Was müssen Verkäufer der Zukunft können, um individuelle **Servicequalität** zu bieten?
  - **Neue Fähigkeiten:** Vom Verkauf von Fahrzeugen zur Beratung und Verkauf kundenindividueller Mobilitätslösungen.
3. Wie lässt sich die **Kundenbindung** im Autohaus der Zukunft steigern?
  - **Neue *puls* Marktforschungserkenntnisse.**

„For Better Decisions“ ist für *puls* Motto und Verpflichtung: Wir wollen mit unserer Marktforschung zu besseren Entscheidungen und Strategien beitragen. Um dieses Versprechen zu halten, sind Fachkongresse zum festen Bestandteil unserer Aktivitäten geworden.

Wir wünschen Ihnen einen inspirierenden Tag mit vielen Anregungen für bessere Entscheidungen und Strategien.



Dr. Konrad Weßner  
General Manager



**Dr. Konrad Weßner**

General Manager  
*puls* Marktforschung  
*„Kerngeschäft des Autohauses und Verkäufers der Zukunft ist es, Mobilität mit allen dazugehörigen Leistungen zu verkaufen. Der Kunde wird den Unterschied spüren.“*



**Prof. Hannes Brachat**

Herausgeber AUTOHAUS  
*„90 Prozent sind Basics, um Kundenzufriedenheit zu schaffen. Ganz vorne steht der persönliche Kundenkontakt. Darauf sollten wir uns konzentrieren.“*



**Jürgen Stackmann**

Geschäftsführer  
Marketing und Verkauf  
Ford-Werke GmbH  
*„Die neue Ford Produktgeneration überzeugt und weist den Weg in die Zukunft. Die Marke muss jetzt einem konsequent zwischen Hersteller und Handelsorganisation abgestimmten Weg folgen und „den Unterschied“ vermitteln.“*

## 4. puls Automobilkongress 13.03.08 | Referenten



### **Hubert Schwarz**

Extremsportler, Mental-Coach und Geschäftsführer  
Hubert Schwarz Zentrum

*„Leidenschaft und Einsatzwillen gilt es vorzuleben.  
Der eigene Antrieb muss sichtbar sein, um ihn bei anderen  
zu mobilisieren.“*



### **Jens Becker**

Managing Director  
SUBARU Deutschland GmbH

*„Die Händler sind unsere ersten Kunden,  
Zufriedenheit im eigenen Haus ist die  
Grundvoraussetzung aller Zufriedenheit.“*



### **Dr. Armin Zitzmann**

Stellvertretender Vorstandsvorsitzender  
Nürnberger Versicherungsgruppe

*„Aktiver Versicherungsverkauf im Autohaus schafft Erträge,  
Werkstattgeschäft und Kundenbindung.“*



### **Norbert Kuhnlein**

Direktor Vertrieb und Marketing  
Banque PSA Finance S.A.

*„Das Autogeschäft muss ganzheitlich organisiert werden,  
um Finanzdienstleistungen erfolgreich zu verkaufen.“*



### **Frank Lenz**

Geschäftsleitung  
Autohaus Lenz GmbH & Co. KG

*„Warum Kunden erobern und dann nicht loyalisieren?“*



### **Frank Motejat**

Geschäftsführer  
Autohaus Mothor GmbH

*„Manche Verkäufer arbeiten wie Kellner,  
die vergessen abzukassieren.“*

## 4. puls Automobilkongress 13.03.08 | Referenten



### **Werner Goßmann**

Leiter Service Marketing  
Mercedes Kunzmann

*„Information und Kommunikation sind der Schlüssel zur dauerhaften Kundenbindung. Ohne ausgebildete Service-Verkäufer gibt es keine Zukunft im Service-Verkauf.“*



### **Manfred Seidel**

Executive Director Sales Germany  
Autoscout24 GmbH

*„Mit der richtigen Präsentation im Internet gewinnen Sie neue Kunden für Fahrzeuge, Teile & Zubehör sowie Serviceleistungen – rund um die Uhr und grenzenlos.“*



### **Jörn Everhard**

Bereichsleiter Sales & Marketing  
Santander Consumer Bank AG

*„Unser Produkt AutoDispoPlus beweist, dass wir als Partner des Kfz-Handels die Bindung des Kunden an seinen Kfz-Händler deutlich verstärken können.“*



### **Siegfried Müller**

Leiter Autohaus- und Werkstattgeschäft  
Deutsche BP AG

*„Ertragsquellen wie Mitnahmeöl, die aktive Nutzung der Dialogannahme oder Food and Drink können nur durch geschulte Mitarbeiter zum Sprudeln gebracht werden.“*



### **Prof. Stefan Reindl**

stellv. Direktor  
Institut für Automobilwirtschaft an der FH Nürtingen e.V.

*„Neue Angebote innovativer Mobilitätsdienstleistungen sind notwendig, um die rückläufige Beschäftigung im Kfz-Gewerbe zu kompensieren und die bedenkliche Ertragslage zu verbessern.“*



### **Axel Berger**

Vorstandsvorsitzender  
CG Car-Garantie Versicherungs AG

*„Wer heute nicht alle Möglichkeiten nutzt, seine Kunden mit intelligenten Instrumenten an sein Haus zu binden, gefährdet seine Zukunftschance.“*



### **Prof. Dr. H. Dieter Dahlhoff**

DMCC - Dialog Marketing Competence Center und  
Automobilmanagement Center der Universität Kassel

*„Ein professioneller Kundendialog ist die einzige Überlebenschance für Automobilhändler!“*

## 4. *puls* Automobilkongress 13.03.08 | Ablauf

### 12. März 2008

19.00 Uhr **Aus eigenem Antrieb – Motivationsanstöße eines Extremsportlers**  
Vorabendveranstaltung mit Hubert Schwarz  
in den Räumlichkeiten der *puls* Marktforschung GmbH in Schwaig bei Nürnberg

### 13. März 2008

08.30 Uhr Get together

09.00 Uhr **Mit weniger Leistungen zu höherer Kundenzufriedenheit**  
Marktforschungserkenntnisse zum Autohaus der Zukunft  
Dr. Konrad Weßner, General Manager *puls* Marktforschung GmbH

09.30 Uhr **Der Händler als Marke**  
Servicequalität statt standardisierter Zielgruppenkonzepte  
Prof. Hannes Brachat, Herausgeber AUTOHAUS

10.00 Uhr **Händler- und Kundenzufriedenheit als Erfolgsfaktoren im Automobilgeschäft**  
Jens Becker, Managing Director SUBARU Deutschland GmbH

10.30 Uhr 

11.00 Uhr **Feel the Difference – Der Ford Weg zu starken Händlern**  
Jürgen Stackmann, Geschäftsführer Marketing und Verkauf Ford-Werke GmbH

11.30 Uhr **Versicherungsgeschäft – Ertragsbringer für Vertrieb und Service im Autohaus**  
Dr. Armin Zitzmann, stellvertretender Vorstandsvorsitzender  
Nürnberger Versicherungsgruppe

12.00 Uhr **Das vernetzte Autohaus**  
Norbert Kuhnlein, Direktor Vertrieb und Marketing Banque PSA Finance S.A.

12.30 Uhr Gemeinsames Mittagessen

14.00 Uhr **Erfolgsbeispiele zu mehr Kundenbindung im Autohaus**  
Frank Lenz, Geschäftsleitung Autohaus Lenz GmbH & Co. KG  
Frank Motejat, Geschäftsführer Autohaus Mothor GmbH  
Werner Goßmann, Leiter Service Marketing Mercedes Kunzmann  
Manfred Seidel, Executive Director Sales Germany AutoScout24 GmbH  
Jörn Everhard, Bereichsleiter Sales & Marketing Santander Consumer Bank AG

15.15 Uhr **Zukunftschancen und neue Ertragsquellen von Autohäusern**  
Siegfried Müller, Leiter Autohaus- und Werkstattgeschäft Deutsche BP AG  
Prof. Stefan Reindl, stellv. Direktor Institut für Automobilwirtschaft a. d. FH Nürtingen e.V.  
Axel Berger, Vorstandsvorsitzender CG Car-Garantie Versicherungs AG  
Prof. Dr. H. Dieter Dahlhoff, Dialog Marketing Competence Center und  
Automobilmanagement Center der Universität Kassel

16.15 Uhr **Fazit** und Abschluss-Kaffee 

## 4. puls Automobilkongress 13.03.08 | Informationen

**Termin:** 13. März 2008

**Tagungsort:** Sheraton Carlton Hotel  
Eilgutstraße 15  
90443 Nürnberg

**Parkmöglichkeiten:** Parkhaus Opernhaus, Parkhaus Hauptbahnhof Nürnberg

**Teilnahmegebühr:** EUR 280,- zzgl. MwSt./Teilnehmer

**Ansprechpartner:** Melanie Reißmann

**Anmeldung:** per E-Mail oder telefonisch bei  
puls Marktforschung GmbH, Röthenbacher Straße 2, D-90571 Schwaig  
Tel. 09 11 / 95 35-400, Fax 09 11 / 95 35-404  
rissmann@puls-navigation.de, www.puls-navigation.de

Bei einer Stornierung bis 10 Tage vor der Veranstaltung erheben wir eine Bearbeitungsgebühr von EUR 50,- zzgl. MwSt./Teilnehmer. Bei späterer Absage müssen wir die volle Teilnehmergebühr berechnen. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich.

**Anmeldeschluss:** 3. März 2008

**Übernachtung:** Avenon Hotel Schwaiger Hof  
EUR 79,- inkl. Frühstück pro Nacht im Einzelzimmer  
Das Kontingent ist bis zum 15.02.2008 unter dem Stichwort  
4. puls Automobilkongress direkt beim Hotel  
unter Tel: 09 11 / 50 69 890 abrufbar.

**Anfahrt:**



## Ihre Adresse ↓↓

Firma: \_\_\_\_\_  
Name: \_\_\_\_\_  
Position: \_\_\_\_\_  
Adresse: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
Telefon: \_\_\_\_\_  
Fax: \_\_\_\_\_  
E-Mail: \_\_\_\_\_

**Fax: + 49 (0)9 11 / 95 35 404**

## ***Kundenbindung und Zusatzgeschäfte im Autohaus der Zukunft***

**Anmeldung zum 4. *puls* Automobilkongress am 13. März 2008  
im Hotel Sheraton Carlton in Nürnberg**

- Ja**, ich nehme am 4. *puls* Automobilkongress am 13. März 2008 zum Preis von  
**€ 280,- zzgl. MwSt./ Teilnehmer** teil.

***Auf welche Frage erwarten Sie sich eine Antwort durch den 4. *puls* Automobilkongress?***

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

- Ich selbst kann am 4. *puls* Automobilkongress am 13. März 2008 leider nicht teilnehmen,  
**stattdessen kommt:**

\_\_\_\_\_  
Vorname

\_\_\_\_\_  
Name

\_\_\_\_\_  
Position

- Ich nehme auch an der **Abendveranstaltung am 12. März 2008 um 19.00 Uhr**  
bei der *puls* Marktforschung GmbH in Schwaig teil.

- Nein**, ich kann am 4. *puls* Automobilkongress am 13. März 2008 leider nicht teilnehmen.

- Ich möchte weiterhin Informationen von *puls* erhalten.  
 Ich möchte in Zukunft von *puls* keine Informationen mehr erhalten.

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

\_\_\_\_\_  
Unterschrift