

The image shows a close-up of several interlocking gears. The top gear is light blue and has the word 'ONLINE' written on it in large, bold, black letters. The bottom gear is white and has the word 'OFFLINE' written on it in large, bold, black letters. The gears are arranged in a way that they appear to be meshing together, symbolizing the integration of online and offline channels.

ONLINE OFFLINE

KONGRESS

AUTOHAUS-ZUKUNFT 2025

OMNICHANNEL-VERTRIEB: SO GELINGT DIE VERKNÜPFUNG ONLINE/OFFLINE

Früher war alles trennscharf, die Abgrenzung zwischen den Vertriebskanälen klar. Mit neuen Digitalkanälen aber ist die Sicherheit passé, die Grenzen zwischen offline und online sind fließend. Dass zunächst viele Online-Kanäle separat entstanden sind und sich nun zu einer optimalen Lösung als sogenannter Omnichannel verknüpfen, macht die Entwicklung einer erfolgreichen Vertriebsstrategie in Zukunft nicht einfacher.

Aber: Die nahtlose Verknüpfung der einzelnen Kanäle zum Omnichannel ermöglicht die konkrete und optimale Kundenansprache. Nur wer seinen Kunden die Möglichkeit bietet,

über jeden vorhandenen Touchpoint mit ihm in Kontakt zu treten, wird in Zukunft wettbewerbsfähig bleiben. Wer dann die Annehmlichkeiten der digitalen Welt durch ein überzeugendes Offline-Kundenerlebnis ergänzt, bietet sprichwörtlich das Beste aus zwei Welten.

Wie Sie die digitalen Chancen der Zukunft schon heute ganz praktisch in Zusatzerträge verwandeln, zeigen Ihnen Experten aus Wissenschaft, Industrie und Praxis auf dem Kongress Autohaus-Zukunft 2025.

12.11./13.11.2018 im Hotel FREIZEIT IN, Göttingen

IHRE REFERENTEN



Uwe Brossette,
Rechtsanwalt/Partner,
Osborne Clarke



Soner Catakli,
Geschäftsführer und
Gründer, dealerdesk



Fabian Dierschke,
Leiter Marketing, Porsche
Zentrum Mannheim



Lars Eßmann,
Leiter Service Deutsch-
land Marke Volkswagen
Pkw



Dr. Marcus Götz,
Head of Emerging Tech-
nologies & Innovation,
Ameria AG



Ben Keller,
Client Partner Automot-
ive DACH, Facebook
Germany GmbH

PROGRAMM

MONTAG, 12. NOVEMBER 2018
18:30 BIS CA. 22:00 UHR

MEET AND GREET

Begrüßung der Teilnehmer und Vorstellung der Sponsoren und Aussteller

*Ralph M. Meunzel, Chefredakteur AUTOHAUS, und
Norbert Irsfeld, geschäftsführender Gesellschafter,
Prudentes Management GmbH*

KEYNOTE

Wohin entwickelt sich die Autoindustrie?

*Bodo Ramelow, Ministerpräsident
des Freistaates Thüringen*

ANSCHLIESSEND GET-TOGETHER, NETWORKING

DIENSTAG, 13. NOVEMBER 2018
9:00 UHR BIS 17:30 UHR

Online-zu-offline-Wertschöpfungsketten mit Facebook & Co.

- Digitale Plattformen mit Business-KPIs managen
- Digitale Chancen für Automobilhändler
- Facebooks Family of Apps and Services für den
Automobilhandel

*Ben Keller, Client Partner Automotive DACH,
Facebook Germany GmbH*

Das digitale Autohaus

PRAXIS-
VORTRAG

- Was sind digitale Ökosysteme?
- Was hat das mit mir zu tun?
- Was ist für mich zu tun?

*Ralf Schütte, Mitglied der Geschäftsleitung,
Fahrzeug-Werke LUEG AG*

Digitale Transformation im Autohaus der Zukunft

PRAXIS-
VORTRAG

- Nahtlose Verknüpfung von online und offline
- Innovative Technologien zur Unterstützung der Autohändler
- Wie präsentiert sich ein Automobilkonzern außerhalb
des klassischen Autohauses?

*Albrecht Metter, Managing Director; Dr. Marcus Götz,
Head of Emerging Technologies & Innovation, Ameria AG;
Peter Schum, Geschäftsführer, und Fabian Dierschke,
Leiter Marketing, Porsche Zentrum Mannheim*

Vertrieb und Kommunikation an das veränderte Konsumverhalten anpassen

- Omnichannel: Potenziale und Hürden
- Lead-Generierung und -Konvertierung der Zukunft
- Praxisbeispiele

Soner Catakli, Geschäftsführer und Gründer, dealerdesk

KEYNOTE



Bodo Ramelow,
Ministerpräsident
des Freistaates Thüringen



Markus Kröger,
Hey Car



Malte Krüger,
Vice President, eBay
Classifieds Germany



Jochen Kurz,
Autoscout 24



Albrecht Metter,
Managing Director,
Ameria AG



Hans Jürgen Persy,
Vorsitzender des
Vorstands,
Löhr & Becker AG



Prof. Dr. Stefan Reindl,
Direktor, Institut für Auto-
mobilwirtschaft (IFA)

The Big Change: Appetite for Disruption

PRAXIS-
VORTRAG

- Was müssen Hersteller und Handel tun, um langfristig Erfolg zu haben – bei sich ändernden Rahmenbedingungen?
- Leitlinien eines symbiotischen Ökosystems für das vernetzte Zusammenwirken von Hersteller und Kunden
- Wie entstehen aus tiefen Gegensätzen Gemeinsamkeiten und der Wille zur Transformation – hin zu einer kundenorientierten Hochleistungsorganisation?

*Hans Jürgen Persy, Vorsitzender des Vorstands,
Löhr & Becker AG*

Vertriebs- und Vergütungssysteme der Zukunft

- Veränderungstreiber und -dynamik im Automobilvertrieb
- Neue Aufgaben- und Funktionsverteilung zwischen Hersteller- und Händlerebene
- Paradigmenwechsel: Händlervergütung unabhängig vom Kaufabschluss beim Händler

Stefan Reindl, Direktor, Institut für Automobilwirtschaft (IFA)

Die neue Hersteller-Händler-Beziehung in der digitalen Transformation

- Online und offline: Vertriebsrechtliche Herausforderung des Multichannel-Vertriebs für Händler und Hersteller
- „Function on Demand“ und „Service over the Air“: Wo bleibt der Händler?
- Der Umgang mit dem Unbekannten: Grenzen vertraglicher Änderungsvorbehalte
- Ökosystem und Datenpool: Die Krux mit den Kundendaten

Uwe Brossette, Rechtsanwalt/Partner, Osborne Clarke

MODERATION



Ralph M. Meunzel,
Chefredakteur AUTOHAUS



Norbert Irsfeld,
geschäftsführender Gesellschafter,
Prudentes Management GmbH

Letzte Ausfahrt Digitalität

- Welche Fähigkeiten braucht man im Handel, was sind die Erfolgsfaktoren für den zukünftigen Markt?
 - Warten oder selber machen? Auf keinen Fall: nichts machen!
 - Transformation des Geschäfts wird zu einer Frage des Überlebens
- Markus Winkler, Executive Vice President, Capgemini Consulting*

Marke und Handel – gemeinsam in die neue Multikanalwelt

- Eine neue Welt!
 - Wie weit wird unser Weg?
 - Ziel: Agil und vielfältig in der Zukunft
- Lars EBmann, Leiter Service Deutschland Marke Volkswagen Pkw*

IHRE REFERENTEN



Peter Schum,
Geschäftsführer, Porsche
Zentrum Mannheim



Ralf Schütte,
Mitglied der Geschäfts-
leitung, Fahrzeug-Werke
LUEG AG



Dirk Steeger,
Geschäftsführer, Auto-
haus Gotthard König
GmbH



Markus Winkler,
Executive Vice President,
Capgemini Consulting



Volker Zweigler,
WebMobil 24

Samstag, 9–13 Uhr geöffnet: Wie man erfolgreich Kunden verliert

PRAXIS-
VORTRAG

- Crossmediale Werbung, die den Kunden erreicht
- Lieferfähigkeit schlägt à la carte
- Preiswahrheit als Erfolgsgarant
- Wie gewinnt man den amazonisierten Kunden?

*Dirk Steeger, Geschäftsführer,
Autohaus Gotthard König GmbH*

Easy Like Sunday Morning: Wie wir den Autokauf noch einfacher machen

- Was erwarten Konsumenten wirklich von uns?
- Wie können wir uns darauf einstellen?
- Wer muss welchen Beitrag leisten?

*Malte Krüger, Vice President, eBay Classifieds Germany
(mobile.de und eBay Kleinanzeigen)*

ZIELGRUPPE

Die Veranstaltung wendet sich an Inhaber und Geschäftsführer sowie alle leitenden Mitarbeiter im markengebundenen und freien Automobilhandel, an Händlerbetreuer, Hersteller, Importeure und Branchen-Dienstleister.

TERMIN UND ORT

Montag, 12. November 2018, 18:30 – ca. 22:00 Uhr
Dienstag, 13. November 2018, 9:00 – ca. 17:30 Uhr

Hotel FREIZEIT IN, Dransfelder Straße 3, 37079 Göttingen,
Telefon +49 551 9001-200

PODIUMSDISKUSSION

Gebrauchtwagen-Plattformen

- Markus Kröger, Hey Car
- Malte Krüger, mobile.de
- Jochen Kurz, Autoscout24
- Volker Zweigler, WebMobil24

Informationen und Anmeldung:
akademie@springernature.com oder www.autohaus.de/santander-2025

Anmeldung bitte per Post an:
Springer Fachmedien München GmbH, AUTOHAUS akademie,
Danuta Stefaniak, Aschauer Straße 30, 81549 München

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an Danuta Stefaniak:
Telefon: +49 89 203043-1288 oder
E-Mail: danuta.stefaniak@springernature.com