ZUKUNFT

FOKUS

CONSULTING SOLUTIONS
powered by TECHNO

360°
Das TECHNO Portfolio im Bereich Consulting Solutions

NEXT GEN AUTOHANDEL
Wie es um den Nachwuchs des Autohandels bestellt ist

TECHNO MAGAZIN THEMEN-FOKUS 02 | 23

INHALT

FÜR DIE ZUKUNFT BESTENS BERATEN

04 INTRO

06 CONSULTING SOLUTIONS
powered by TECHNO

09 KURZ VORGESTELLT
TECHNO Consulting-Solution-Partner im Kurz-Porträt

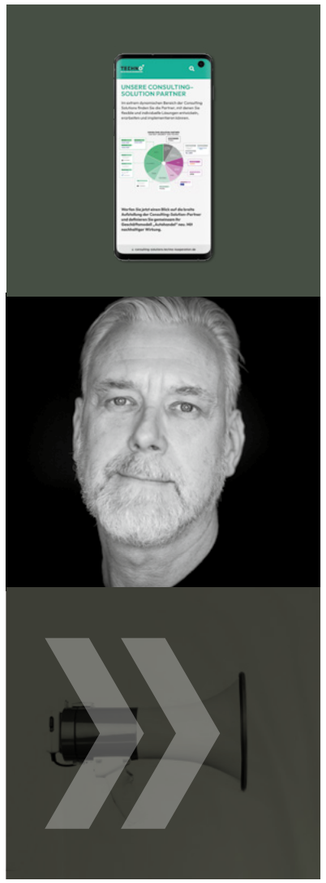
20 FACHKRÄFTE DRINGEND GESUCHT
Neue Bedingungen am Arbeitsmarkt und erste Handlungsempfehlungen

22 IM GESPRÄCH
Robert Mehlan über die Zukunft des HR-Bereichs im Autohaus

24 NEXT GEN AUTOHANDEL
Wie es um den Nachwuchs für den Autohandel bestellt ist

26 HR & RECRUITING SOLUTIONS
Ein Blick zurück auf den TECHNO THEMENTAG 2023

27 AUSBLICK & TERMINE



»AUCH EINE SCHWERE TÜR HAT NUR EINEN KLEINEN SCHLÜSSEL NÖTIG.«

Charles Dickens

Sehr geehrte Damen und Herren,

intensiver als gestern hat es der Autohandel mit komplexen Aufgabenstellungen zu tun, für die Spezialisten mit besonderen Kompetenzen benötigt werden: ob für die Optimierung von Prozessen, die Anforderungen der digitalen Transformation, das Nutzen von »Big Data« oder die Herausforderungen des Fachkräftemangels.

Zahlreiche operative und strategisch hochrelevante Themen wollen – und müssen – angegangen werden. Hier ist klar im Vorteil, wer für die Navigation erfahrene Partner hinzuziehen kann – gerade dann, wenn für die Lösung thematisch und technologisch Neuland betreten werden muss. Aus diesem Grund hat TECHNO den Bereich »Consulting Solutions« aufgebaut und Partner ins Netzwerk geholt, die für den Autohandel eine Schlüsselrolle spielen können. Partner, die dabei unterstützen können, effizienter zu arbeiten, den digitalen Wandel zu bewältigen, die Kundenerfahrung zu optimieren, Probleme zu lösen, Chancen zu nutzen …

In dieser zweiten Ausgabe des **TMA FOKUS 2023** stellen wir Ihnen einige der **Consulting-Solution-Partner** vor, zeigen Chancen und Möglichkeiten der Consulting Solutions allgemein auf und beschäftigen uns zudem mit dem spannenden und wichtigen Thema **Personalmanagement**.

Ich wünsche Ihnen viel Vergnügen beim Lesen!

Georg Wallus
Geschäftsführung
TECHNO – DIE AUTOHAUS-KOOPERATION

Hinweis zum Gender: Die von TECHNO in diesem Magazin verwendeten Personenbezeichnungen im generischen Maskulinum beziehen sich immer gleichermaßen auf alle Geschlechter. Auf eine Doppelnennung oder eine gegenderte Bezeichnung wird zugunsten der Lesbarkeit verzichtet. Ausnahmen bilden Interviews und Zitate, in denen der Interviewpartner und der Zitatgeber eine Genderschreibweise nutzt. Um die Schreibweise in diesen Fällen einheitlich zu halten, haben wir uns für den Gender-Doppelpunkt entschieden.

FÜR DIE ZUKUNFT BESTENS BERATEN.

WARUM CONSULTING SOLUTIONS EINE INDIVIDUELLERE BETRACHTUNG, DEUTUNG UND PLANUNG DER DRÄNGENDEN THEMEN IM AUTOHANDEL ERMÖGLICHEN – FÜR NACHHALTIG VERBESSERTE WIRTSCHAFTLICHKEIT UND ZUKUNFTSFÄHIGKEIT.

»Consulting Solutions sind Dienstleistungen, die Unternehmen dabei unterstützen, komplexe Probleme zu lösen und ihre Leistung zu verbessern. Sie sind in vielen Branchen und Unternehmensgrößen gefragt, da sie individuelle Lösungen für spezifische Probleme bieten. Beratung, Strategieentwicklung, Implementierung, Evaluierung von Projekten.«

Egal ob Implementierung ökologischer Standards, umfassende Digitalisierung der eigenen Prozesse inklusive Kundenservices, Einbindung neuer Technologien in den Verkauf: Die »neuen« Aufgabenbereiche, die den Autohandel beschäftigen, haben tiefgreifende Auswirkungen auf die Unternehmen. Sich ebenso tiefgreifend mit den Themen auseinanderzusetzen und was sie bedeuten, liegt folglich in der Natur der Sache.

Während man früher einen Großteil der Lösungen noch den Dienstleistungen zugeordnet und auch über diese bezogen hat, sind heute umfassende Beratungsleistungen, sogenannte Consulting Solutions, für den Autohandel immer wichtiger. Die Partner auf diesem Gebiet konzentrieren sich auf die Unterstützung von Autohäusern bei der Lösung von geschäftlichen oder technischen Problemen, der Verbesserung von Prozessen, der strategischen Planung und anderen Herausforderungen – und bedienen Geschäftsfelder, in denen der Autohandel (noch) keine allzu starken Aktien hat. Wie etwa KI oder IT-Recht. Hier externe Kompetenzen hinzuzuziehen, ist nicht nur sinnvoll, sondern auch empfehlenswert.

Die Suche nach passenden Partnern kann allerdings im breiten Feld der Beratungsunternehmen und Beratungsleistungen eine lange und schwierige sein. Denn nicht alle Beratungsunternehmen bringen das nötige Wissen mit, das für den Autohandel gebraucht wird. TECHNO hat daher Consulting-Solution-Partner für Gesellschafter vorgefiltert – und ist damit seiner Kernaufgabe nachgekommen, das Portfolio der Autohaus-Kooperation so aufzustellen, dass bei neu aufkommenden Aufgabenstellungen nicht lange nach Antworten gesucht werden muss. Schließlich können über das eigene Netzwerk, die eigene Autohaus-Kooperation passende Partner unkompliziert abgerufen werden.

Maßgeschneiderte Beratungsdienste, wie sie Gesellschafter über ihre Autohaus-Kooperation TECHNO abrufen können, bieten eine Vielzahl von Werkzeugen, um betriebliche Effizienz in vielen Bereichen zu steigern und sich in einer hochkompetitiven Branche zu differenzieren.

ZENTRALE FELDER DER CONSULTING SOLUTIONS:

- Prozessoptimierung mittels Bots und KI für die operativen Abläufe, einschließlich Lagerverwaltung, Wartungsdienstleistungen und Kundenbetreuung
- Energie-, Nachhaltigkeits- und Umweltberatung für die Integration umweltfreundlicher Praktiken und Technologien
- Unterstützung bei der Entwicklung von Verkaufsstrategien, Kundengewinnung und -bindung sowie Verkaufsschulungen
- Corporate-Brand-Beratung, Marketing und Kommunikation rund um analoge und digitale Kampagnen, Events, Social-Media-Strategien
- Technologieberatung für die Auswahl und Implementierung von IT-Systemen
- Customer-Relationship-Management (CRM) für optimale Kundenerfahrung, -zufriedenheit und -bindung

»WIR BRAUCHEN KEIN UNNÖTIG GROSSES PORTFOLIO, SONDERN EIN **RELEVANTES PORTFOLIO.«**

Warum **TECHNO Consulting-Solution-Partner** ins Netzwerk geholt hat, warum auch die Kooperation selbst auf Expertenberatung von außen setzt und was für den Bereich Consulting Solutions geplant ist: Ein Interview mit **Arnd-Dierk Müller**, Prokurist, Leitung Einkauf & Vertrieb, Gesellschafterservice, Key Account Volkswagen TECHNO – DIE AUTOHAUS-KOOPERATION.

TECHNO konnte bereits erfahrene Partner für den Bereich Consulting Solutions gewinnen. Lässt es sich in Zahlen erfassen, wie viele Projekte hier über TECHNO bereits realisiert wurden?
Arnd-Dierk Müller: *»Ja, im Bereich der Bot-Programmierung haben mittlerweile über ein Dutzend **TECHNO** Gesellschafter diverse Bots programmieren lassen, und aktuell sind weitere sechs Gesellschafter kurz vor Beauftragung weiterer Bots zur individuellen Prozessoptimierung durch die Firma Weissenberg. Durch die Hinzunahme von **STAR COOPERATION** als weiteren Anbieter wird dieser Bereich sicherlich noch mehr an Fahrt und Bedeutung aufnehmen.*

Im Bereich Personalberatung und -recruiting haben aktuell vier TECHNO Gesellschafter unseren Partner Revenue Maker in Anspruch genommen; auch hier sehen wir weiter viel Potenzial.«

Gibt es »Best Cases« im Bereich Consulting Solutions innerhalb der Autohaus-Kooperation?
Arnd-Dierk Müller: *»Da wir im Bereich Consulting Solutions viele verschiedene Bereiche abdecken, lässt sich ein einzelner Best Case nicht wirklich herausstellen. Es ist äußerst schwierig, ein Projekt aus dem Bereich Nachhaltigkeitsberatung mit einem Projekt aus der Kategorie Software-Lösungen zu vergleichen. Allerdings sehen wir, dass die Auswahl unseres Portfolios auf eine hohe Resonanz stößt und die Nachfrage und Wahrnehmung unserer Consulting-Solution-Partner immer größer wird.«*

Welche Learnings können aus den ersten Consulting-Solution-Projekten gezogen werden?
Arnd-Dierk Müller: *»In den vergangenen Jahren konnte man beobachten, dass TECHNO das eigene Portfolio stark erweitert und neue Bereiche aufgenommen hat. Das haben wir nicht gemacht, um einfach mehr anbieten zu können, sondern weil die Anforderungen gewachsen sind. Unsere Gesellschafter werden mit immer neuen Anforderungen konfrontiert, und wir als **TECHNO** versuchen, ihnen durch unser Angebot entsprechende Lösungen anbieten zu können. Die ersten Erfahrungswerte zeigen, dass wir mit dem Portfolio ins Schwarze getroffen haben, denn sowohl die Online-Seminare als auch der Thementag haben ein großartiges Feedback erhalten und das Angebot wird stark genutzt.«*

Was sagen TECHNO Gesellschafter zu dem »Angebot« der Consulting Solutions?
Arnd-Dierk Müller: *»Das bisherige Feedback ist sehr positiv. Oftmals haben unsere Gesellschafter überhaupt nicht die Zeit und die Kapazitäten, sich mit allen Themen im Detail auseinanderzusetzen. Dadurch, dass wir als TECHNO bereits den Markt sondieren und versuchen, die relevanten Themen zu evaluieren, ermöglichen wir ihnen, sich auf ihr Kerngeschäft zu konzentrieren – und unterstützen sie so bei ihren Herausforderungen. Der Wandel von TECHNO als Einkaufskooperation zu TECHNO als Autohaus-Kooperation wird sehr positiv gesehen – so auch, dass wir uns dem steten Wandel anpassen und eben nicht nur Konditionen für Waren bündeln, sondern auch Dienstleistungen und Consulting-Solutions anbieten.«*

Wann ist es sinnvoll, einen Consulting-Solution-Partner hinzuzuziehen?
Arnd-Dierk Müller: *»Sinnvoll ist es sicherlich immer, da man aus der Erfahrung weiß, dass vier Augen mehr sehen als zwei und der Blick von außen oftmals noch neutraler sein kann. Unsere Gesellschafter zeichnen sich ja häufig durch unterschiedliche USPs aus, und die Empfehlung wäre: Wenn man ein Terrain betritt, in dem man sich unsicher ist, sich dann durch einen Consulting-Solution-Partner unterstützen zu lassen. Das kann bei einem Gesellschafter eher das Thema Human Ressources sein, beim anderen wiederum das Thema KI. Grundsätzlich würde ich aber immer sagen: Wenn man sich bei einem Projekt unsicher ist, sollte man sich im Vorfeld Unterstützung holen – und nicht erst dann, wenn das Kind in den Brunnen gefallen ist. Das verursacht nicht nur unnötige Kosten, sondern legt einem auch noch Steine in den Weg.«*

Was unterscheidet die TECHNO Consulting-Solution-Partner von anderen Beratungsunternehmen?
Arnd-Dierk Müller: *»Unsere Partnerauswahl ist speziell auf die Anforderungen unserer Gesellschafter, der Autohäuser und natürlich der Automobilbranche zugeschnitten. Unsere Consulting-Solution-Partner sollen nicht nur beraten, sondern dann auch bei der Umsetzung unterstützend zur Seite stehen. Der große Vorteil von **TECHNO** ist in diesem Fokus, dass wir nicht nur die Beratungstätigkeit anbieten können, sondern auch die Umsetzung entweder durch die Consulting-Solution-Partner oder durch unsere Dienstleistungs-Partner. **TECHNO** bietet alles aus einer Hand, und das macht es für die Gesellschafter wesentlich einfacher.«*

Hat TECHNO auch selbst schon mit einem Consulting-Solution-Partner zusammengearbeitet?
Arnd-Dierk Müller: *»Wir arbeiten mit einigen Consulting-Solution-Partnern zusammen, sofern das Produkt bei **TECHNO** Anwendung findet, und sind damit sehr zufrieden.«*

Welche Pläne gibt es für die Erweiterung des TECHNO Leistungsfelds »Consulting Solutions«?
Arnd-Dierk Müller: *»Unser Fahrplan für die Zukunft ist, das Portfolio für Consulting-Solution-Partner entsprechend den Marktveränderungen zu erweitern. Richtlinie sind dabei unsere Gesellschafter. Wir brauchen kein unnötig großes Portfolio, sondern ein relevantes Portfolio. Aktuell beschäftigen wir uns mit Anbietern aus dem Bereich Zahlenanalyse für Sale und Aftersales und führen bereits vielversprechende Gespräche.*

Wir freuen uns auch immer wieder über Empfehlungen aus dem Kreis der TECHNO Gesellschafter. *Wie zum Beispiel die Empfehlung für die Firma **ESW Software Warda,** die sich mit **adressware** auf die Bereinigung, die Verwaltung und das Sauberhalten von Kundendaten spezialisiert hat. Viele unserer Gesellschafter verwalten Kundendaten in unterschiedlichen DMS oder bekommen neue Kundendaten durch Firmenübernahmen hinzu. Hier liegt viel Potenzial für Prozess- und Kostenoptimierung – und korrekte sowie aktuelle Kundendaten sind essenziell.«*

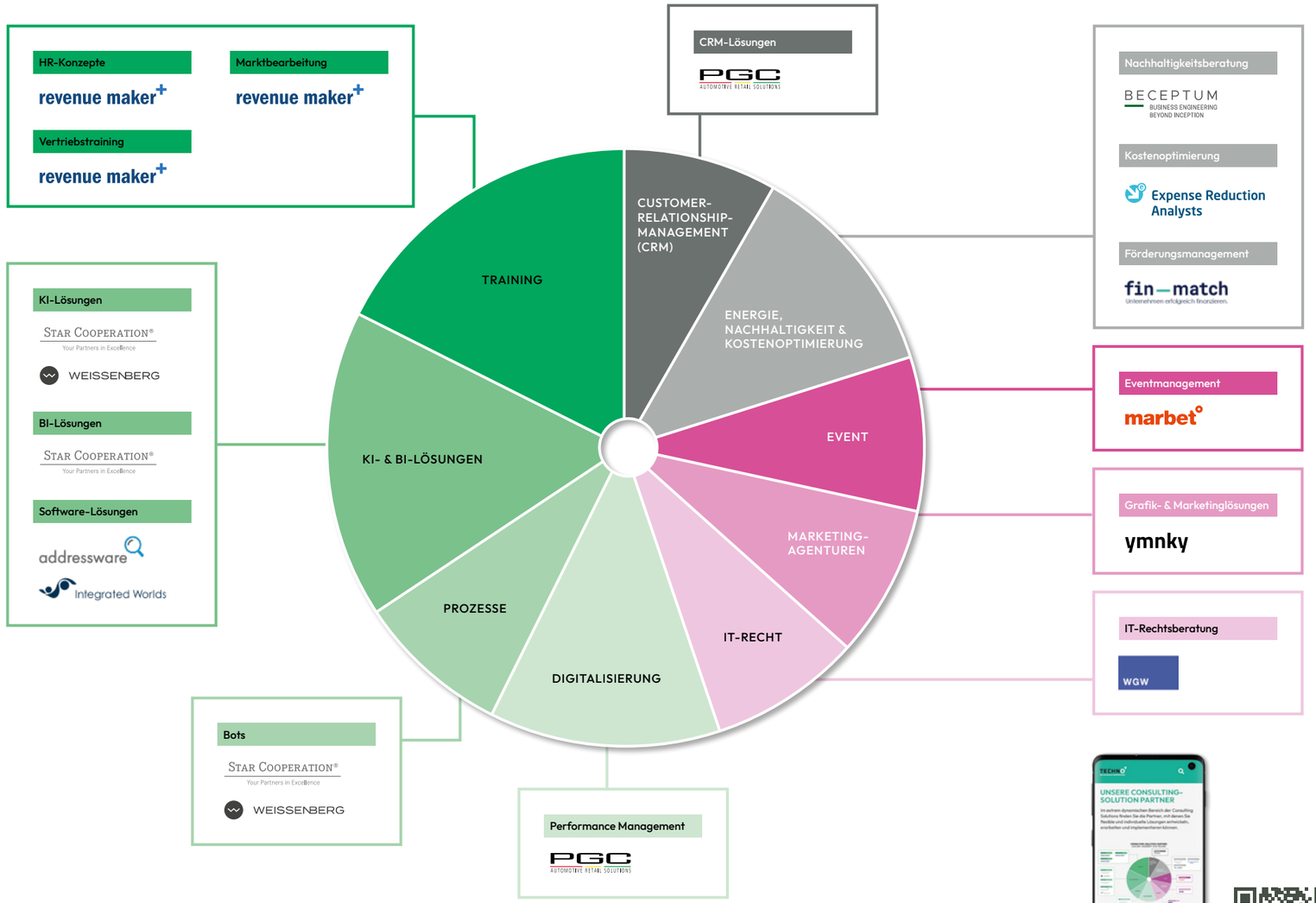
Herr Müller, vielen Dank für Ihre Zeit!

Gibt es auch in 2024 Commitment-Maßnahmen, durch die TECHNO die Zusammenarbeit mit einem Consulting-Solution-Partner unterstützt?
Arnd-Dierk Müller: *»Für das Jahr 2024 sind Commitment-Maßnahmen für den Bereich Consulting-Solution-Partner geplant; hier werden wir uns auf den Bereich der Bots konzentrieren. Hintergrund dafür ist das so genannte ›Follower-Prinzip‹, das TECHNO ins Leben gerufen hat.«*

Haben Sie Interesse?
Wenden Sie sich einfach an Ihre **TECHNO** Ansprechpartner:innen aus dem Bereich Gesellschafterentwicklung oder sprechen Sie direkt mit Frank Binder.

Frank Binder
Produktmanager Fahrzeug-Elektrik / Technisches / Zubehör / IT-Systeme
T: 040 526 099-130 | E: binder@technoeinkauf.de

360° – DAS TECHNO PORTFOLIO IM BEREICH **CONSULTING SOLUTIONS.**



» **consulting-solutions.techno-kooperation.de**

KURZ-PORTRÄTS EINZELNER TECHNO CONSULTING-SOLUTION-PARTNER FINDEN SIE HIER:

DIGITALISIERUNG
#PERFORMANCE MANAGEMENT
» **PARTNER GROUP CONSULTING** 10

IT-RECHT
#IT-RECHTSBERATUNG
» **WGW WAGNER RECHTSANWÄLTE** 11

ENERGIE, NACHHALTIGKEIT & KOSTENOPTIMIERUNG
#KOSTENOPTIMIERUNG
» **EXPENSE REDUCTION ANALYSTS** 12

#NACHHALTIGKEITSBERATUNG
» **BECEPTUM INTERNATIONAL** 13

PROZESSE I KI- & BI-LÖSUNGEN
#BOTS, KI- UND BI-LÖSUNGEN
» **STAR COOPERATION** 14

#BOTS UND KI-LÖSUNGEN
» **WEISSENBERG GROUP** 15

KI & BI-LÖSUNGEN
#SOFTWARE-LÖSUNGEN
» **INTEGRATED WORLDS** 16
» **ADDRESSWARE** 17

TRAINING
#HR-KONZEPTE, MARKTBEARBEITUNG, VERTRIEBSTRAINING
» **REVENUE MAKER** 18

PARTNER GROUP CONSULTING GMBH

PERFORMANCE-EXPERTEN FÜR DEN AUTOMOBILHANDEL.

Die Partner Group Consulting GmbH (PGC) aus Köln setzt auf eine innovative und umsetzungsorientierte Methodik. Durch ihre Expertise können Autohäuser mithilfe dieser Ansätze eine neue, zukunftsfähige Architektur entwickeln und sich als fortschrittlicher Mobilitätsanbieter positionieren.

Mit über 15 Jahren Erfahrung im Automobilhandel hat sich PGC als führender Experte etabliert. Das Unternehmen begleitet Firmen der Branche mit konkreten Lösungen für die strategischen und operativen Herausforderungen im Transformationsprozess. Dabei wird ein ganzheitlicher Ansatz verfolgt, der das gesamte Unternehmen und seine latenten Leistungsreserven berücksichtigt.

Das zeigt sich auch in den Ergebnissen. So konnte PGC beispielsweise mit dem eigenen kunden- und margenzentrierten Gebrauchtwagenmanagement bei einem mittelständischen Autohaus innerhalb von 5 Monaten eine **Steigerung von –692,93 Euro pro Kfz auf +2.089 Euro pro Kfz** erreichen.

Auch in puncto digitale Sichtbarkeit durch Online-Marketing sind die Zahlen der Kölner überzeugend: Innerhalb von 10 bis 14 Monaten konnte der **Sistrix-Index (Standard für digitale Sichtbarkeit) zwischen 116 % bis 2.462 %** in mittelständischen Autohäusern angehoben werden.

FÜR KLEINE, MITTLERE UND GROSSE BETRIEBE ODER GRUPPEN HABEN WIR DIE PASSENDEN LÖSUNGEN FÜR DAS REALE UND DAS VIRTUELLE AUTOHAUS DER ZUKUNFT: JETZT FÖRDERQUOTEN BIS ZU 80 % IN ANSPRUCH NEHMEN!

OLIVER OHM
T: 0221 130 829 00
E: oliver.ohm@pgc-group.de

PGC AUTOMOTIVE RETAIL SOLUTIONS

SCHWERPUNKTE:

- **Begleitung der Branchentransformation**
  Agenturmodell, neue Geschäftsmodelle, Marken, Mobilitätsformen
- **Digitalisierung**
  Digitale 24/7-Vertriebs- und Aftersales-Konzepte, Digitalisierung von Prozessen und Geschäftsmodellen, Aufbau digitalisierungsfähiger Unternehmensstrukturen, künstliche Intelligenz (AI/KI)
- **Performance Management**
  Vertriebsmanagement, strategische Unternehmensführung, Leistungssteigerung, kontinuierlicher Verbesserungsprozess, Anreiz- und Provisionsmodelle
- **Controlling und Steuerung**
  Finanzcontrolling, Leistungscontrolling, Kennzahlencockpits, Marktanalysen

» **pgc-group.de**

WGW WAGNER RECHTSANWÄLTE PARTNERSCHAFTSGESELLSCHAFT MBB

JAHRZEHNTELANGE ERFAHRUNG UND HOCHGRADIGE SPEZIALISIERUNG IM **IT-RECHT.**

Verhandlung und Gestaltung sowie prozessrechtliche Durchsetzung von Verträgen und Kooperationen: WGW berät moderne E-Commerce-Marken und traditionelle Handelsunternehmen gleichermaßen in Fragen des IT-Rechts. Dabei geht es nicht allein um die Beratung und Betreuung klassischer IT-Projekte, sondern auch um alle Fragen, die sich im Zusammenhang mit der Digitalisierung des Unternehmens stellen.

WGW begleitet seine Mandanten rechtlich bei der digitalen Transformation ihrer Unternehmen. Egal ob IT-Beschaffungsprojekte, komplexe Software oder Kooperationsverträge, Cloud-Lösungen oder agile Software-Projekte: Die unternehmerischen Ziele des Mandaten stehen dabei für die Bochumer IT-Rechtsexperten immer im Mittelpunkt. Anlässlich der zunehmenden Digitalisierung des Handels und Vertriebs hat sich die interdisziplinäre Schnittstelle zwischen IT-Recht und gewerblichem Rechtsschutz bewährt, die WGW bietet.

RECHTSBERATUNG RUND UM CLOUD-COMPUTING, DATENSCHUTZ, E-COMMERCE, IT-PROZESSFÜHRUNG, OUTSOURCING, TRANSAKTIONEN UND PLATTFORMLÖSUNGEN. WIR ERARBEITEN AGB UND KONZIPIEREN WEBSHOP-SYSTEME, MOBILE APPS, HANDELSPLATTFORMEN ETC.

RA/FA ALEXANDER WAGNER / PARTNER
T: 0234 58 84 40-0
E: info@wgw.law

SCHWERPUNKTE:

- Verträge der Software-Erstellung, -Überlassung und -Anpassung sowie Escrow
- Application Service Provider (ASP)
- Software-as-a-Service-Verträge
- Managed Service Provider (MSP)
- Pflegeverträge
- Service-Level-Agreements und Einführung von ERP-Systemen und DMS-Systemen
- Erstellung von modularen Vertragssystemen
- Konzipierung der allgemeinen Geschäftsbedingungen
- Beratung bei Webshop-Lösungen, mobilen Apps, Handelsplattformen etc.

WGW

» **www.wgw.law**

EXPENSE REDUCTION ANALYSTS (DACH) GMBH

EXPERTEN IN SACHEN **KOSTENMANAGEMENT UND EINKAUFSOPTIMIERUNG.**

Expense Reduction Analysts wurde 1992 gegründet und ist auf die dauerhafte Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit von mittelständischen Unternehmen, Einrichtungen der öffentlichen Hand und Non-Profit-Organisationen (NPO) spezialisiert.

Die messbare, erfolgsabhängige und umsetzungsorientierte Beratungsdienstleistung des Wiesbadener Unternehmens hat die **dauerhafte Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit** zum Ziel. Dazu wird auf die Expertise von mehr als 800 **Experten** in über 40 Ländern zurückgegriffen.

Expense Reduction Analysts unterstützt Unternehmen aus dem Autohandel u. a. in den Bereichen Energie, Organisationsentwicklung, Digitalisierung, IT und Telekommunikation.

Zudem betreibt **Expense Reduction Analysts die kuratierte eProcurement-Plattform iValue Solutions.** In Deutschland, Österreich und der Schweiz hat **Expense Reduction Analysts** über 3.300 Kunden in produzierenden Unternehmen, Handel, Dienstleistung und öffentlicher Hand.

WIR BRINGEN UNSERE EXPERTISE EIN, UM IHRE WETTBEWERBSFÄHIGKEIT ZU STÄRKEN. MESSBAR, UMSETZUNGSORIENTIERT UND ERFOLGSABHÄNGIG.

HANS KNUT RAUE
T: 03641 929 12 73
E: hraue@expensereduction.com

Expense Reduction Analysts

SCHWERPUNKTE:

- Digitalisierung
- Organisationsentwicklung
- Nachhaltigkeitsmanagement
- Nachhaltigkeitsberichterstattung
- Energieeffizienz
- Energieeigenerzeugung
- Abgabenoptimierung (z. B. BG-Beiträge)
- IT & Telekommunikation
- Personal & Zeitarbeit
- Marketing
- Prozess- und Sachkostenoptimierung

» **de.expensereduction.com**

BECEPTUM INTERNATIONAL GMBH

SUSTAINABLE BUSINESS ENGINEERING: **UNTERNEHMENSENTWICKLUNG, NACHHALTIGKEITSSTRATEGIEN UND DEREN UMSETZUNG.**

BECEPTUM unterstützt Unternehmen dabei, ihren Wert weiter auszubauen. Mit einem ganzheitlichen Dienstleistungsmodell und pragmatischen Lösungen hilft BECEPTUM seinen Kunden bei der Reduktion von Kosten und Risiken sowie der Steigerung von Umsatz und Innovation.

Das breite Leistungsportfolio umfasst neben den Themen Unternehmensentwicklung, Wachstum, Sanierung und digitaler Transformation auch die Bereiche Energieberatung und Nachhaltigkeit. Gerade letzter Bereich ist für **BECEPTUM** einer der wichtigsten Hebel für Wachstum und neue Potenziale – **vorausgesetzt, das Nachhaltigkeitsmanagement wird ganzheitlich und im Sinne der Unternehmenswertsteigerung gedacht und integriert. BECEPTUM ist der starke Partner und Begleiter für Unternehmen auf dem Weg zu ökonomischer UND ökologisch-sozialer Nachhaltigkeit –** dank zertifizierter Experten für die Themen Nachhaltigkeit, finanzielle und operative Klimarisiken, Menschenrechte und Kapitalmarkt, gepaart mit dem umfassenden Know-how in Geschäfts- und Unternehmensentwicklung.

GANZHEITLICHES NACHHALTIGKEITSMANAGEMENT BIETET DIFFERENZIERUNGSMÖGLICHKEITEN, WIRD GLEICHZEITIG ABER EIN BESTANDSKRITISCHER FAKTOR FÜR DIE ZUKUNFTSFÄHIGKEIT VON UNTERNEHMEN.

MARC ZINKEL
T: 0173 359 16 75
E: marc.zinkel@beceptum.com

SCHWERPUNKTE:

- ESG-Reifegradanalyse und Strategie
- Entwicklung und Implementierung innovativer, nachhaltiger Geschäftsmodelle
- Compliance-Umsetzung, z. B. CSRD, LkSG
- Strategische CO_2-Kompensation mit ROI
- Aufbau von Nachhaltigkeitsmanagementsystemen
- CSO und Menschenrechtsbeauftragte as a Service
- Fördermittel und Finanzierung

BECEPTUM
BUSINESS ENGINEERING
BEYOND INCEPTION

» **beceptum.com**

STAR COOPERATION GMBH

EXPERTEN FÜR **ROBOTIC PROCESS AUTOMATION UND BUSINESS INTELLIGENCE.**

Seit 1997 begleitet die STAR COOPERATION® mit über 900 Mitarbeitenden weltweit Kunden bei zahlreichen Projekten. Eigene Werkstätten und Räderlager kombiniert mit zukunftsorientierten Digitalisierungsprozessen machen uns zu Experten im Autohandel.

Wir kennen Ihre Prozesse und entwickeln Lösungen so, dass diese für viele einsetzbar sind. Die Entwicklung und der Vertrieb erfolgen gemeinsam mit unseren Kunden. Das Ziel: Handelsbetriebe durch echte Automatisierung wirklich zu entlasten.

SEBASTIAN REINEMANN
T: 07031 6288-3493
E: sebastian.reinemann@star-cooperation.com

STAR COOPERATION®

» **star-cooperation.com**

VORTEILE DER ROBOTIC PROCESS AUTOMATION:

Mithilfe von intelligenten Software-Robotern werden automatisiert standardisierte und repetitive Geschäftsprozesse abgearbeitet. Das entlastet Mitarbeitende bei täglichen Aufgaben im Aftersales und Lagermanagement – und schafft so mehr Zeit für die persönliche Kundenbetreuung.

Übrigens: Für den Einsatz sind keine Schnittstellen notwendig, weil der Roboter durch Nutzung der grafischen Benutzeroberfläche nahezu jeden Prozess ohne Anpassungen bearbeiten kann

VORTEILE DER BI-LÖSUNGEN:

Kundenfahrzeug- und Ersatzteildaten werden dank der BI-Lösungen professionell aufbereitet und in übersichtlichen Dashboards präsentiert. Zum Beispiel in MS Power BI, Tableau oder Qlik.

BI + RPA =
OPTIMALE DATENVERARBEITUNG
WENN NEBEN DER BI-LÖSUNG AUCH RPA ZUM EINSATZ KOMMT, KÖNNEN DATEN AUCH DANN AUFBEREITET WERDEN, WENN KEINE SCHNITTSTELLEN ZUR DATENEXTRAKTION VORHANDEN SIND.

WEISSENBERG BUSINESS CONSULTING GMBH

AUTOMOTIVE ROBOTIC PROCESS AUTOMATION: **PROZESSE IM AUTOHAUS-BACKOFFICE AUTOMATISIEREN.**

Weissenberg als UiPath Gold Partner und Pionier im Bereich RPA und künstlicher Intelligenz hat im Rahmen der digitalen Transformation bereits über 1.500 Automatisierungslösungen erfolgreich realisiert. Besonderer Fokus: E2E RPA-Automatisierungen.

Manuelle, repetitive Prozesse zu automatisieren, schafft Zeit, erhöht die Wirtschaftlichkeit, zahlt auf die Qualität der Arbeit und die Kundenzufriedenheit ein. Notwendige Schaltvorgänge in Verkauf (Teile, Zubehör), Disposition, Kundenmanagement, Aftersales und Customer Service werden schnell, fehlerfrei und rund um die Uhr an 365 Tagen im Jahr automatisch erledigt.

Die Automatisierungsmodule müssen nur noch an die spezifischen Gegebenheiten des Autohauses angepasst werden. So lassen sich bis zu 55 % gegenüber einer Neuentwicklung einsparen - eine wirtschaftlich sehr attraktive Lösung.

Selbst entwickelte Automatisierungsmodule können über arpa-now.de zur Nutzung angeboten werden. Durch diesen Aspekt sind nicht nur die Entwicklungskosten für jeden Gesellschafter teilweise oder sogar vollumfänglich refinanzierbar, sondern es wird sogar die Möglichkeit geschaffen, eine zusätzliche Einnahmequelle zu generieren.

ÜBER **ARPA-NOW.DE** KÖNNEN TECHNO GESELLSCHAFTER AUF FERTIGE AUTOMATISIERUNGSMODULE FÜR MARKEN WIE VW UND MERCEDES ZUGREIFEN. DIE AUTOMATISIERUNGEN SIND GRUNDSÄTZLICH MARKENUNABHÄNGIG UMSETZBAR UND SKALIERBAR!

SCHWERPUNKTE:

- Robotic Process Automation (RPA)
- RPA-Trainings und -Schulungen
- Bot-Entwicklung (UiPath, Automation Anywhere, Power Automate)
- Künstliche Intelligenz (KI)
- Lizenz-Beratung und -Einkauf
- Prozessanalyse und -beratung
- Produktivsetzung & Service
- Strategieberatung

SEBASTIAN VOSSEN
T: 0211 540 809 05
E: arpa@weissenberg-group.de

WEISSENBERG

» **arpa-now.de**

» **weissenberg-group.de**

INTEGRATED WORLDS GMBH

INTEGRATIVE DATENNUTZUNG UND **BUSINESS-INTELLIGENCE-STRATEGIEN.**

Seit 1996 unterstützt Integrated Worlds Unternehmen in allen digitalen Themenbereichen, die ein effizienteres und umsatzorientiertes Arbeiten ermöglichen. Egal ob beim Ausbau des digitalen Vertriebs, der Logistikprozesse, der Optimierung des Point-of-Sale oder vielem mehr.

Gemeinsam mit dem Kunden werden ganzheitliche und nachhaltige Lösungskonzepte fernab der Insellösungen gestaltet. Dabei stellt Integrated Worlds die Geschäftsbedürfnisse und Kundenanforderungen in den Mittelpunkt. **Immer im Blick:** Flexibilität, Kosteneffizienz, Skalierbarkeit von Lösungen sowie Big Data und KI. Für Daten, die schnell und transparent zugänglich und nutzbar gemacht werden können. Für optimierte Geschäftsprozesse und nachhaltig gesicherte Wettbewerbsfähigkeit.

PATRICK SÖNKE
T: 07031 461 730
E: service@integrated-worlds.com

Integrated Worlds

» **integrated-worlds.com**

SCHWERPUNKTE:

» **GeP-Einkaufsportal für den optimierten C-Teile-Einkauf** mit zentralen Individualisierungsmöglichkeiten, effizienter Einbindung bestehender und eigener Lieferanten-Partner sowie Schnittstellenintegration für den elektronischen Rechnungsdatenaustausch.

» **B2B-Commerce-System WIBS** für den schnellen Aufbau und Betrieb eines Teile-, Zubehör- und Reifen-Shops für externe B2B-Kunden, wie z. B. freie Werkstätten.

» **EDI Clearing für den elektronischen Geschäftsdatenaustausch** mit Schnittstellenintegrationen Order2Payment.

» **Digitized Sales mit Self-Service-Portalen** für B2B-Kunden im Aftersales zur Entlastung von Fachkräften im Vertriebsinnendienst.

» **Feedback und Experience Management** (FXM) für die datenbasierte Geschäftssteuerung inklusive Anbindung an bestehende Reporting-Werkzeuge oder integrierte Power-Business-Intelligence-Dashboards.

KI & BI-LÖSUNGEN #SOFTWARE-LÖSUNGEN

KURZ-PORTRÄT

ADDRESSWARE – ESW SOFTWARE WARDA KG (GMBH & CO.)

ANBIETER FÜR **DATENQUALITÄT UND KORREKTE KOMMUNIKATIONSDATEN.**

addressware ist eine innovative, skalierbare Inhouse-Lösung für das digitale Management großer Datenbestände. Mit der Software können Kundendaten über alle Quellen hinweg erkannt, zusammengeführt und qualitativ optimiert werden. Das Ziel: die wertvollen Daten nutzbar zu machen.

Der Fokus auf Datenqualität lohnt sich für jede Unternehmensgröße. Weil hier häufig hohe Projekt- und Betriebskosten der individuellen Lösung im Weg stehen, hat addressware in Zusammenarbeit mit verschiedenen DMS-Anbietern, z. B. VaudisX oder web.care, vorkonfigurierte Standardlösungen entwickelt, die mit erheblich geringerem Aufwand integriert werden können.

Seit den frühen 70er-Jahren ist **addressware** inhabergeführt, legt Wert auf Qualität und stetige Weiterentwicklung der eigenen Software-Lösungen. Das spiegelt sich in der Beratung, in der Integration der Lösungen in bestehende IT-Architekturen und im persönlichen Service des Anbieters wider – ergänzt um Flexibilität und hanseatische Hartnäckigkeit bei der Verfolgung gesetzter Ziele.

addressware erfüllt alle Anforderungen an ein hochmodernes Adressmanagement. Die High-Performance-Software ist einfach zu integrieren, verarbeitet Massendaten, prüft interaktiv und liefert Ergebnisse nahezu in Echtzeit.

SCHWERPUNKTE:

» Plattformunabhängige Software-Lösungen, integrierbar in bestehende DMS-Lösungen

» Vielzahl frei kombinierbarer Funktionen

» Zusammenführung der Daten aus unterschiedlichen Quellen, auch einsetzbar bei mehreren Systemen/Datenbanken

» Adressvalidierung, Dubletten- und Compliance-Prüfung

» Dauerhafte Prüfung der Daten im Hintergrund

» Automatische Aktualisierung der Daten

» Für Daten von Endkunden und von Gewerbekunden

» Kundensuche mit wenigen Eingaben und variabler Konfiguration

» Gleichzeitige Suche in mehreren Systemen und Autovervollständigung

» Prüfung von Daten direkt bei der Eingabe an allen Eingangskanälen

MARC-ANDRÉ WARDA
T: 040 682 893-0
E: marc.warda@addressware.com

addressware

» **addressware.com**

REVENUE MAKER GMBH

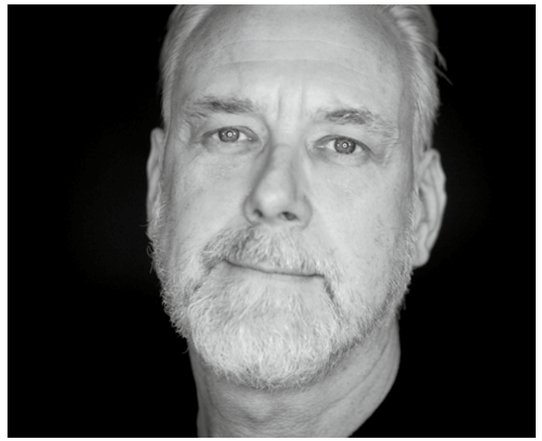
HR-TRANSFORMATION: **MITARBEITER-GEWINNUNG UND -BINDUNG.**

Unter dem Leitbild »GAME CHANGE« hat es sich Revenue Maker zur Aufgabe gemacht, vor allem Autohausgruppen in den essenziellen Bereichen Mitarbeitergewinnung und -bindung zu unterstützen.

In Zeiten rasanter technologischer, produktbezogener und kundenorientierter Veränderungen betont das Münchner Unternehmen die entscheidende Rolle einer klaren Vision, Mission und fest verankerter Unternehmenswerte. Die Unternehmenskultur wird als Bindeglied zwischen Vision und täglicher Arbeit für alle Mitarbeitenden verstanden – als Kultur, die Engagement, Innovation und Loyalität in einem wettbewerbsintensiven Umfeld wie dem Automobilhandel fördert.

Revenue Maker steht Partnern dabei zur Seite, sich in der digitalen Ära zu behaupten. Mit einem klaren Fokus auf zielgruppenorientiertes und emotionales Recruiting. Mit Fokus auf das Anziehen und Binden junger Talente wie Millennials und Gen Z.

> AUTOHAUSGRUPPEN, DIE SICH AUF EINE KULTURELLE TRANSFORMATION BEGEBEN WOLLEN, WERDEN BEI UNS EINEN VERTRAUENSWÜRDIGEN, INNOVATIVEN UND VISIONÄREN PARTNER FINDEN, DER SIE AUF IHREM WEG IN DIE ZUKUNFT DES AUTOMOBILHANDELS UNTERSTÜTZT.



ROBERT MEHLAN
T: 089 189 528–60
E: info@revenue-maker.de

revenue maker+
THE GAME CHANGER COMPANY

» **revenue-maker.de**

SCHWERPUNKTE:

- Dynamische und maßgeschneiderte Ansätze für Ihre Mitarbeiterbindung und -gewinnung
- Innovative und effektive Strategien, um Talente anzuziehen und zu binden
- Passgenaue Workshops, Umfragen und enge Zusammenarbeit mit Führungsteams
- Eigene Unternehmenskultur verstehen, schärfen und effektiv implementieren
- Arbeitsumfeld schaffen, das Mitarbeiter hält, motiviert und fördert
- Notwendige Werkzeuge und Strategien für eine starke, werteorientierte Kultur in Zeiten der Digitalisierung

TECHNO-KOOPERATION.DE

MEHRWERT

FÜR DAS AUTOHAUSGESCHÄFT VON HEUTE. UND MORGEN.

Deutschlands größtes Netzwerk markengebundener Autohäuser und wirtschaftliche Interessengesellschaft von Autohändlern, die mit ca. 100.000 Mitarbeitern in der Automobilbranche einen Außenumsatz von mehr als 42 Mrd. Euro realisieren: **TECHNO** – DIE AUTOHAUS-KOOPERATION ist eine feste Größe im Autohausgeschäft.

Als markenunabhängiger Partner bieten wir Lösungen für alle Anforderungen des Autohausalltags von heute und den Autohandel von morgen. Tag für Tag.

- **PROZESS- UND KOSTENOPTIMIERUNG**
- **ERWEITERTE UNABHÄNGIGKEIT**
- **OPTIMIERTE KONDITIONEN**
- **ENTLASTUNG VON MITARBEITERN**
- **NEUE IMPULSE**

JETZT MEHR ERFAHREN:
TECHNO-KOOPERATION.DE

TECHNO
DIE AUTOHAUS-KOOPERATION

FACHKRÄFTE DRINGEND GESUCHT.

Neue Bedingungen am Arbeitsmarkt und erste Handlungsempfehlungen.

Die Veränderungen in der Automobilindustrie werden in vielen Bereichen spürbar. So auch in der Art zu arbeiten und in der Art der Aufgaben, die sich stellen. Bei den Herstellern, den Zulieferern und im Handel.

Eine breit angelegte Studie des Thinktanks Agora Verkehrswende und der Boston Consulting Group (BCG) ermittelte, dass sich *»für fast die Hälfte der heute rund 1,7 Millionen Stellen [in der Automobilindustrie] das Berufsbild ändert. So ergebe sich für 70.000 Stellen ein komplett neues Berufsfeld, weitere 200.000 Stellen veränderten sich deutlich. Für 500.000 Stellen bestehe berufsbegleitender Weiterbildungsbedarf.«* Auch wenn die Anzahl der Stellen insgesamt laut Agora und BCG nahezu konstant bleiben würde, sei die Folge eine starke industrie- und berufsfeldbezogene, zeitliche sowie regionale Verschiebung im Arbeitsmarkt. Davon besonders betroffen: Hersteller und antriebsstrangfokussierte Zulieferer sowie der Bereich Wartung und Instandhaltung.

Es besteht Handlungsbedarf. Auch auf Seiten des Autohandels, der ebenfalls seinen Qualifikations-, Umschulungs- und Restrukturierungsbedarf bestimmen und gegebenenfalls die Personalplanung strategisch neu aufsetzen muss. In Zeiten des ohnehin wachsenden Fachkräftemangels kein einfaches Unterfangen, wie die 2022 durchgeführte Studie *»Personalarbeit im deutschen mittelständischen Automobilhandel«* von Prof. Dr. Ralf Mertens und Jörg-Lennart von der Ohe verdeutlicht: *»60 % der [Autohaus-]Unternehmensvertreter äußern einen Personalbedarf im Bereich Service, 23 % in der Administration und 17 % im Verkauf. Des Weiteren geben 55 % der Befragten an, dass sie im vergangenen Personalgewinnungsprozess nicht ausreichend qualifizierte Bewerber zur Auswahl hatten.«*

Die Gründe für den Mangel sind vielfältig. Zum einen können die angebotene Vergütung, die Arbeitszeiten und die Bedingungen nicht ansprechend genug für Fachkräfte sein. Zum anderen könnte der Autohandel als Branche selbst an Attraktivität eingebüßt haben, wie eine Erhebung unter 1.070 branchenbezogenen Studierenden und Professionals ergab.* Auch die Ansprüche haben sich geändert. Bei der Jobsuche wird vermehrt auch auf die Haltung und die Kultur des Unternehmens selbst geachtet. Stimmen die Werte mit den eigenen überein? Möchte man sich für diese Branche engagieren? Punkte, auf die gerade junge Jobsuchende achten. Das schafft ein Umfeld, in dem sich Unternehmen schwertun, die ihr Personalmanagement noch nicht entsprechend angepasst haben.

* automotive TopCareer, Institut für Automobilwirtschaft (IfA), 2022.

Erste Handlungsempfehlungen – für den Handel und das gesamte Kfz-Gewerbe – hat die Landesagentur für neue Mobilitätslösungen und Automotive Baden-Württemberg, e-mobil BW GmbH, zusammen mit dem Fraunhofer Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation (IAO) und dem Institut für Automobilwirtschaft (IfA) in der Studie **»Beschäftigungseffekte im Kfz-Gewerbe 2030/2040«** definiert:

- Überprüfung und Fortentwicklung der Unternehmensstrategie
- Entwicklung eines individuellen Leistungsportfolios
- Profilierung am Markt
- Aktives Transformationsmanagement
- Entwicklung einer Digitalstrategie
- Maßnahmen zur Steigerung der eigenen Arbeitgeberattraktivität
- Kompetenzumbau unter den eigenen Mitarbeitern

»Die Studie [Beschäftigungseffekte im Kfz-Gewerbe 2030/2040] benennt Ursachen und skizziert Bewältigungsstrategien, mit denen sich Autohändler und Werkstätten dem revolutionären Wandel unserer Branche stellen können.«

Michael Ziegler
Geschäftsführer Einzelhandel Emil Frey, Mitglied des TECHNO Aufsichtsrats und Präsident des Verbands des Kraftfahrzeuggewerbes Baden-Württemberg e. V.

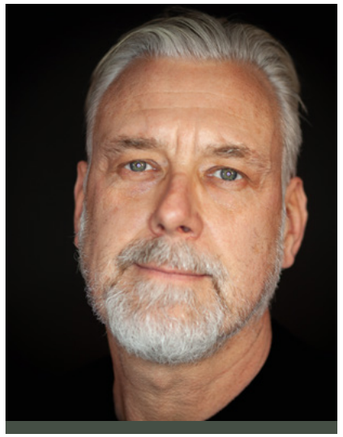
DIE STUDIE ZUM NACHLESEN

Es gibt viel zu tun, um Fachkräften und jungen Talenten die Branche »Autohandel« schmackhaft zu machen. Ein wichtiges Pfund, das in die Waagschale geworfen werden sollte, sind die eigenen Mitarbeiter. Sie kennen die Marke und das Unternehmen, für das Sie arbeiten, am besten. Die Vorzüge, die Besonderheiten, die Chancen, die Teams. Werden Beschäftigte von Beginn an in die Umstellung und die neue personelle Ausrichtung eingebunden, wirkt sich dies positiv auf ihre Loyalität aus: Das eigene Engagement wird gesehen, die Ideen werden gehört und es wird gemeinsam an einem Strang gezogen.

»DIE ZEITEN VON ›ONE SIZE FITS ALL‹ IN DER REKRUTIERUNG SIND DEFINITIV VORBEI.«

Interview mit **Robert Mehlan,** Revenue Maker GmbH, über die Zukunft des HR-Bereichs und der Unternehmenskultur im Autohaus

revenue maker+



Herr Mehlan, warum sind eine moderne Vision, Mission und klare Unternehmenswerte gerade für Autohausgruppen im aktuellen Marktumfeld so kritisch und wichtig?
Robert Mehlan: *»Das ist eine sehr wichtige Frage. In einer Zeit, in der Technologie, Kundenverhalten und sogar das Kernprodukt – das Auto – sich rasant verändern, ist es entscheidend, dass Mitarbeiter wissen, wofür ihr Unternehmen steht und wohin es gehen will. Eine klare Vision und Mission geben Orientierung. Und die Unternehmenswerte sind das Fundament, auf dem jede Entscheidung und jedes Verhalten aufbauen sollte. Und dies sollte nicht nur in der Geschäftsleitung bekannt sein, sondern im gesamten Unternehmen.«*

Welche Rolle spielt die Unternehmenskultur in dieser Gleichung?
Robert Mehlan: *»Die Unternehmenskultur ist das Bindeglied zwischen der Vision und dem täglichen Handeln. Sie definiert, wie Mitarbeiter miteinander umgehen, wie sie Entscheidungen treffen und wie sie mit Kunden interagieren.* ***Eine starke Kultur fördert Engagement, Innovation und Loyalität – alles entscheidende Faktoren in einem so wettbewerbsintensiven Markt wie dem Automobilhandel.«***

Wie unterstützen Sie Autohausgruppen dabei, diese Aspekte in ihrer HR-Strategie zu integrieren?
Robert Mehlan: *»Zuerst ist es wichtig, die aktuelle Kultur zu verstehen. Wir führen oft Workshops und Befragungen durch, um ein klares Bild von der aktuellen Situation zu bekommen. Dann arbeiten wir eng mit dem Führungsteam zusammen, um eine Vision, Mission und Werte zu entwickeln oder zu schärfen, die wirklich zur Marke und zum Marktumfeld passen. Anschließend helfen wir bei der Implementierung, sei es durch Schulungen, Kommunikation oder das Einrichten von Feedbackschleifen.«*

Können Sie ein konkretes Beispiel geben, wie die Neuausrichtung von Unternehmenswerten einem Autohaus geholfen hat?
Robert Mehlan: *»Sicher. Bei einer unserer jüngsten Partnerschaften haben wir festgestellt, dass die Mitarbeiter zwar engagiert waren, aber oft in verschiedene Richtungen zogen. Durch Workshops und intensive Diskussionen haben wir gemeinsam ein Set von Werten entwickelt, die sowohl zum Geschäftsmodell als auch zur Mitarbeiterbasis passen. Diese Werte wurden dann in allen Bereichen, von der Einstellung über die Weiterbildung bis hin zur Kundeninteraktion, integriert. Das Ergebnis war eine spürbar verbesserte Zusammenarbeit, höhere Mitarbeiterzufriedenheit und letztlich auch bessere Geschäftsergebnisse.«*

Herr Mehlan, wir hören immer wieder, dass zielgruppenorientiertes und emotionales Recruiting immer wichtiger wird, ähnlich wie im Fahrzeugverkauf. Wie sehen Sie das?
Robert Mehlan: *»Absolut, das ist ein sehr treffender Vergleich. Genau wie im Verkauf eines Fahrzeugs, wo jedes Modell und jede Ausstattung eine spezifische Zielgruppe hat, muss auch im Recruiting zielgenau und individuell agiert werden.* ***Die Zeiten von ›One Size Fits All‹ in der Rekrutierung sind definitiv vorbei.*** *Bewerber sind nicht nur auf der Suche nach einem Job, sondern nach einem Arbeitsumfeld, das zu ihren individuellen Bedürfnissen und Ambitionen passt.«*

» EINE STARKE KULTUR FÖRDERT ENGAGEMENT, INNOVATION UND LOYALITÄT – ALLES ENTSCHEIDENDE FAKTOREN IN EINEM SO WETTBEWERBSINTENSIVEN MARKT WIE DEM AUTOMOBILHANDEL. «

Können Sie ein konkretes Beispiel geben, wie unterschiedlich die Ansprache je nach Zielgruppe im Recruiting aussehen kann?
Robert Mehlan: *»Gerne. Nehmen wir an, eine Autohausgruppe sucht einen 25-jährigen SEO-Manager. Dieser Bewerber wuchs in der digitalen Ära auf, ist wahrscheinlich technikaffin und sucht nach einem modernen Arbeitsumfeld mit flexiblen Arbeitszeiten und der Möglichkeit, sich ständig weiterzuentwickeln. Hier wäre es sinnvoll, ihn über Plattformen wie LinkedIn oder Xing mit einer visuell ansprechenden und modernen Anzeige zu erreichen, die den kulturellen Fit und technologischen Fortschritt des Unternehmens hervorhebt. Auf der anderen Seite, wenn Sie einen Mitarbeiter für den Bereich Debitorenbuchhaltung suchen, könnte die Zielgruppe ganz anders aussehen. Hier wäre die Betonung von Stabilität, langfristigen Perspektiven und einem soliden Arbeitsumfeld womöglich ansprechender. Die Kanäle könnten traditioneller sein, und der Ton der Anzeige wäre sicherlich anders.«*

Wie können Autohausgruppen sicherstellen, dass sie ihre Bewerber wirklich verstehen und entsprechend ansprechen?
Robert Mehlan: *»Es beginnt alles mit Empathie und Marktforschung. Autohausgruppen sollten in Betracht ziehen, regelmäßige Umfragen und Feedbackrunden mit ihren aktuellen Mitarbeitern durchzuführen, um zu verstehen, was sie an ihrem Job schätzen und was potenzielle Bewerber anziehen könnte. Darüber hinaus können sie Daten aus ihren Recruiting-Plattformen und -Tools nutzen, um zu sehen, welche Arten von Anzeigen und Ansprachen am besten funktionieren. Es ist ein ständiger Lernprozess, aber mit der richtigen Einstellung und den richtigen Werkzeugen können Autohausgruppen sicherstellen, dass sie die besten Talente für ihr Unternehmen gewinnen.«*

Wie sehen Sie den Einfluss der digitalen Transformation auf den HR-Bereich, insbesondere im Hinblick auf Autohausgruppen?
Robert Mehlan: *»Die digitale Transformation hat den HR-Bereich grundlegend verändert. Autohausgruppen müssen nicht nur technologische Lösungen integrieren, sondern auch ihre Mitarbeiter für diese neue digitale Ära qualifizieren.* ***Das bedeutet, nicht nur neue Talente mit digitalen Fähigkeiten zu rekrutieren, sondern auch bestehende Mitarbeiter fortzubilden und ihnen die notwendigen digitalen Tools zur Verfügung zu stellen.«***

Wie können Autohausgruppen mit dem Aufkommen von Remote-Arbeit und flexiblen Arbeitszeitmodellen sicherstellen, dass ihre Unternehmenskultur trotzdem stark bleibt?
Robert Mehlan: *»Das ist eine große Herausforderung, aber auch eine große Chance. Es geht darum, eine Kultur des Vertrauens und der Verantwortung zu schaffen. Kommunikation, regelmäßige virtuelle Treffen und klare Erwartungen sind der Schlüssel. Es ist auch wichtig, den Mitarbeitern die notwendige Technologie und die richtigen Tools zur Verfügung zu stellen, um effizient von überall aus arbeiten zu können.«*

Wie können Autohausgruppen die junge Generation, die »Gen Z«, effektiv ansprechen und für sich gewinnen?
Robert Mehlan: *»Diese Generationen sind nicht nur digital versiert, sondern auch werteorientiert. Sie suchen nach Unternehmen, die nicht nur einen Job, sondern auch einen Sinn bieten. Autohausgruppen müssen also nicht nur technologisch fortschrittlich sein, sondern auch ihre Unternehmenswerte klar kommunizieren und sich als verantwortungsbewusstes und zukunftsorientiertes Unternehmen positionieren.«*

Abschließend: Wo sehen Sie die größten Chancen für Autohausgruppen, die sich auf diese Reise der kulturellen Transformation begeben?
Robert Mehlan: »Die Chancen liegen in der Schaffung eines differenzierenden Arbeitsumfelds, das Talente anzieht und bindet, *in der Steigerung der Mitarbeiterproduktivität durch höheres Engagement und in der Schaffung eines kundenorientierten Mindsets, das letztlich zu einer stärkeren Kundenbindung führt. In einem so umkämpften Markt kann eine starke, werteorientierte Kultur einen echten, nicht kopierbaren Wettbewerbsvorteil darstellen.«*

Herr Mehlan, vielen Dank für Ihre Zeit!

NEXT GEN AUTOHANDEL.

Wie es um den **Nachwuchs für den Autohandel** bestellt ist, warum das **duale Studium** an Zuspruch gewinnt und wieso **Employer Branding** bei der Gewinnung von Fachkräften helfen kann.

»Die Zahl der neu abgeschlossenen Ausbildungsverträge im Kfz-Gewerbe ist im vergangenen Jahr wieder deutlich angestiegen«, meldete das Deutsche Kraftfahrzeuggewerbe Anfang des Jahres 2023 in einer Online-Pressemitteilung.* Ein erster Lichtblick in puncto Nachwuchskräfte für den Autohandel.

Aktuell machen rund 92.460 junge Menschen eine technische oder kaufmännische Ausbildung im Kfz-Gewerbe und haben sich damit für eine spannende und vom Umbruch getriebene Branche entschieden. Hier lässt sich die neue Mobilität aktiv mitgestalten, mitdenken und erlernen. Sei es in der Werkstatt, im Verkauf oder im Management. Schließlich wird Mobilität immer ein Grundpfeiler unserer Gesellschaft bleiben.

Bei allem Potenzial, das im Autohandel und der neuen Mobilität steckt: Neue Auszubildende zu finden, wird in den nächsten Jahren mit Sicherheit schwieriger werden. So ergab die DIHK-Ausbildungsumfrage 2023, dass es heute rund 100.000 weniger Schulabgänger als noch vor 10 Jahren gibt. Das drängt Unternehmen über alle Branchen hinweg immer mehr in die Position, deutlich aktiver und kreativer für sich werben zu müssen. Mit guten Kampagnen, guten Benefits und mit außergewöhnlichen Methoden. Manche entscheiden sich dafür, einen Probearbeitstag mit kleiner Vergütung anzubieten, sodass man nicht nur mit Erfahrung entlohnt wird. Wieder andere zahlen zum Führerschein etwas hinzu oder sichern einfach schon mal dem Nachwuchs der eigenen Mitarbeiter bei Geburt einen Ausbildungsplatz zu.

Eine wirkungsvolle **Maßnahme für den »Azubigewinn«** kann sicherlich das **Angebot des dualen Studiums** sein, das theoretische und praktische Erfahrung vereint – und so den studierenden Nachwuchskräften einen intensiven Einblick in die Branche und den späteren Aufgabenbereich gewährt. Ein Konzept, das zieht: Laut Statista wächst die Zahl der dual Studierenden.

Waren es 2014 nur 95.000 Personen, wurden 2022 bereits über 120.000 dual Studierende gezählt. Hier dürfte die Aussicht, direkt nach dem Studium einen guten Arbeitgeber zu haben, zum wachsenden Erfolg dieser Ausbildungsform beitragen. Das eigene Angebot für ein duales Studium also

weiter zu stärken und nach vorne zu stellen, ist daher empfehlenswert. Genau wie die Möglichkeiten, begonnene Ausbildungen beispielsweise bei guten Noten verkürzen und auch nach dem Abschluss attraktive Weiterbildungsmöglichkeiten nutzen zu können.

Neben neuen Ausbildungsformen hat in den letzten Jahren ein zusätzlicher Managementansatz in Personalabteilungen an Bedeutung gewonnen: das Employer Branding. Oder auch: die Schaffung einer attraktiven Arbeitgebermarke. Mithilfe vielfältiger Maßnahmen wird so – intern wie extern – ein positives Bewusstsein bei bestehenden und potenziellen Mitarbeitern in Bezug auf den Arbeitgeber geschaffen und erhalten. Das Ganze zahlt darauf ein, den Mitarbeiter an das Unternehmen zu binden, weil ihm hier alles geboten wird, was er für ein erfülltes Arbeitsleben braucht. Zum Beispiel digitale Weiterbildungs-Tools, eigene Sportangebote, innovative Bürokonzepte oder auch andere Benefits. Zahlen die Angebote auf die eigene Marke ein, können nicht nur die Arbeitgeberattraktivität und die Bekanntheit, sondern auch die Differenzierung und die Bewerberqualität gesteigert werden. Der kleine Haken: Wirksam wird das Employer Branding nur, wenn sich die Versprechungen, die geäußerte Haltung und die proklamierten Werte auch im gelebten Arbeitsalltag wiederfinden und nicht nur als Absichtserklärungen gelten.

Sicher ist: Die Zukunft gehört den starken Autohausmarken mit klaren Aussagen, klarer Haltung, transparenter Kommunikation und gut aufgestelltem Personalmanagement. Wissen potenzielle Mitarbeiter – genau wie potenzielle Kunden –, was sie erwartet und was sie erwarten dürfen, ist die Wahrscheinlichkeit, dass sich beworben – oder dass gekauft wird – deutlich höher. Oder um es mit den Worten von Jon Iwata, Practice Leader of the Yale Program on Stakeholder Innovation and Management (Y-SIM), zu sagen: »Your brand is not what you sell.« Ihre Marke ist nicht das, was Sie verkaufen.

* kfzgewerbe.de/deutlich-mehr-auszubildende-im-kraftfahrzeuggewerbe

TECHNO THEMENTAG
HR & RECRUITING SOLUTIONS

12. Oktober 2023 | Frankfurt am Main

Die Welt des Unternehmensmanagements hat sich in den letzten Jahren nachhaltig gewandelt, und Human Resources (HR) und Recruiting spielen dabei eine entscheidende Rolle. Diese beiden Funktionen sind nicht länger nur administrative Aufgaben, sondern sind zu strategischen Schlüsselkomponenten geworden, die den Erfolg eines Unternehmens maßgeblich beeinflussen.

»Wegen Krankheit geschlossen« oder *»Geänderte Öffnungszeiten wegen Personalmangel«* – der Fachkräftemangel ist auch in der Automobilbranche keine Unbekannte mehr, und aus diesem Anlass hat **TECHNO** am 12. Oktober 2023 in Frankfurt einen TECHNO THEMENTAG abgehalten. Mit Fokus auf die Themen HR & Recruiting Solutions führten **Arnd-Dierk Müller** und **Torsten Büntemeyer** durch den TECHNO THEMENTAG. Den Anfang machten **Robert Mehlan** von **Revenue Maker** mit dem Thema *»Game Change im Recruiting: Neue Tools für Autohäuser und Zulieferer« und* **Martin Müller** *von* **TÜV Rheinland Global Experts** mit dem Thema *»Internationale Fachkräftesicherung«.*

Der rege Austausch nach den Vorträgen wurde auch in der Mittagspause fortgeführt. Bei einer Sache war man sich einig: Nicht das Unternehmen sucht sich die Mitarbeiter aus, sondern der Mitarbeiter sucht sich das Unternehmen aus. Passend dazu knüpften **Daniel Strizeski** von **softgarden** mit *»Die Welt steht Kopf – Recruitment im Flow«* und **Marcel Böhm** von **VIASONA** mit *»Ihre authentische Arbeitgebermarke als versteckte Superkraft«* an ihre Vorredner an.

Die interessanten Vorträge wurden durch spannende Fragen der Teilnehmer begleitet. Dabei zeigte sich recht deutlich, dass Personalsuche mehr als nur eine gute Marketingkampagne ist: Es geht nicht darum, besonders viele Leute anzusprechen, sondern die richtigen. Passend dazu hielt **Daniel Belac** von **advantago GmbH** den letzten Vortrag des Tages und erklärte »Wie erreiche ich potenzielles Personal im Automobil-Umfeld ohne große Streuverluste – digitale Kampagnenplanung zur Unterstützung bei der Stellenbesetzung«.

HR & Recruiting Solutions sind in Zeiten von Digitalisierung und KI wichtiger als je zuvor. Der Wettbewerb um Talente ist nicht zu übersehen. Beginnend mit der Talentakquise über die Mitarbeiterentwicklung bis hin natürlich zum Halten von Mitarbeitern: HR & Recruiting ist nicht einfach nur »Mitarbeiterbeschaffung«. Im Gegenteil. Ein strategischer Ansatz zur Gewinnung, Bindung und Entwicklung von Mitarbeitern kann einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil bieten und den Weg für langfristigen Unternehmenserfolg sichern.

»Für uns hat sich die Teilnahme am TECHNO THEMENTAG mehr als gelohnt. Eine interessante, informative und kurzweilige Veranstaltung, die uns eine globalere Sicht auf Lösungsmöglichkeiten rund um die Themen HR & Recruiting Solutions geboten hat.**«**

Bernd Kotthoff, CCC-Mobile

Mit den Partnern für HR & Recruiting von TECHNO haben Sie die richtige Expertise an Ihrer Seite.
Sprechen Sie mich an, wenn Sie mehr erfahren möchten. Ich berate Sie gerne.

Torsten Büntemeyer
Produkt Manager Dienstleistungen
T: 040 526 099-182 | E: buentemeyer@technoeinkauf.de

TERMINE 2024

» T»EXPO SPEZIAL 2024 — 24 Jan. Fulda / 12 Jun. Bad Windsheim

» THINK NEXT 2024 — 14–17 Apr. Mallorca

» GREEN DAYS 2024 — 20–22 Jun. Zweiflingen

» T»EXPO 2024 — 26 Sept. Hamburg

» OFFIZIELLE TERMINE

STRATEGIE-AUSSCHUSS:

27.02.2024	I Frankfurt am Main
07.11.2024	I Frankfurt am Main

» TECAR INTERNATIONAL TERMINE

TECAR SUPERVISORY BOARD MEETING:

19.03.2024	I Virtuell
16.09.2024	I Virtuell
28.–29.11.2024	I Hamburg

TECAR SHAREHOLDERS' MEETING:

12.06.2024	I Dublin

16TH TECAR INTERNATONAL MARKETPLACE:

13.06.2024	I Dublin

» IMPRESSUM

HERAUSGEBER:
TECHNO-EINKAUF
Marketing und Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG
Georg Wallus (v. i. S. d. P.)
Aspelohe 27c I 22848 Norderstedt
040.526 099 0 I marketing@technoeinkauf.de I techno-kooperation.de
Marion Langheld I 040.526 099 150 I langheld@technoeinkauf.de
Maike Büntemeyer I 040.526 099 155 I maike.buentemeyer@technoeinkauf.de

KONZEPT & DESIGN:
yellowmonkey I ymnky.de
DRUCKEREI:
Lehmann Offsetdruck und Verlag GmbH

Autobank

TARGOBANK
FIRMENKUNDEN

JETZT SIND ERST MAL ANDERE SCHLITTEN WICHTIGER

Vielen Dank für die vertrauensvolle und partnerschaftliche Zusammenarbeit. Wir wünschen Ihnen und Ihren Liebsten entspannte Feiertage und einen sprichwörtlich guten Rutsch ins neue Jahr.