TMA

DAS TECHNO MAGAZIN

2 2024

EIN BLICK ZURÜCK
AUF DIE TECHNO THINK NEXT 2024

DOPPELTES ONBOARDING:
THORMANN UND RAMSPERGER
BEI TECHNO

DOPPELTE SPATENSTICHE:
BAUBEGINN FÜR NEUE PORSCHE
ZENTREN VON GLINICKE

THINK
NEXT

IMPULSE. VERBINDLICHKEIT. SKALENEFFEKTE.
TECHNO – DIE AUTOHAUS-KOOPERATION

» **TECHNO-KOOPERATION.DE**

WÜRTH

FAHRZEUGEINRICHTUNGEN – IHR BUSINESS IN BEWEGUNG

Optimieren Sie das Angebot Ihres Autohauses mit den maßgeschneiderten Lösungen von Würth Fahrzeugeinrichtungen. Mit Würth setzen Sie auf höchste Qualität, Zuverlässigkeitund professionelle Unternehmenspräsentation.
Unsere Fahrzeugeinrichtungen sichern nicht nur effizient die Ladung, sondern maximieren auch den verfügbaren Raum im Fahrzeug. Die präzise Passform beschleunigt die Materialsuche, während die strikte Einhaltung von Herstellervorgaben höchste Sicherheit gewährleistet.
Präsentieren Sie sich als zuverlässiger Partner mit einer individuellen Ausstattung und höchster Qualität und schaffen Sie einen weiteren Mehrwert für Ihre Nutzfahrzeugkunden bei minimalem Aufwand für Sie.

Erfahren Sie mehr

Kontaktieren Sie uns

AUF EIN WORT

Sehr geehrte Damen und Herren,

exklusive Gruppen, keine Ablenkung, klar gesteckte Agenda: Das sind erfahrungsgemäß die besten Voraussetzungen für einen intensiven Austausch unter Gleichgesinnten. Mit der TECHNO THINK NEXT konnten wir auf Mallorca genau diese Voraussetzungen schaffen. Mit einem herausragenden Ergebnis!

Warum wir als Ihre Autohaus-Kooperation immer wieder Plattformen dieser Art und Form für das Networking schaffen und warum es dabei im Kern um Skaleneffekte und Verbindlichkeit geht, erörtern wir in dieser Ausgabe des **TECHNO MAGAZINs***. Dazu werfen wir auch einen ausführlichen Rückblick auf die* **THINK NEXT** *– mit Auszügen aus den impulsstarken Masterclasses und der Keynote des Gast-Speakers Frank Asmus.*

Außerdem erfahren Sie in dieser Ausgabe interessante News aus dem Gesellschafterkreis und können sich über spannende Lieferanten-, Dienstleistungs- und Consulting-Solutions-Partner informieren.

Wir wünschen Ihnen viel Freude bei der Lektüre.

Georg Wallus *Dietmar Scheck*

GESELLSCHAFTER

DIE SUPERSHOW DER SUPERSPORTWAGEN
PENSKE feiert großes Season Opening 2024 in Hamburg » 06

WILLKOMMEN AN BOARD
Neu-Gesellschafter Thormann: erfolgreiches Onboarding in Hamburg » 08

Neu-Gesellschafter Ramsperger: in der TECHNO Zentrale das Netzwerk kennengelernt » 09

ZWEI NEUE ZENTREN FÜR PORSCHE
Doppelter Spatenstich am 4. Juni 2024: neue hochmoderne Porsche Zentren für Glinicke Automobilgruppe » 11

LEISTUNGEN & PRODUKTE

STRAHLENDE BILANZ
Cleanguide bringt Gebäudereinigung und Fahrzeugaufbereitung von Autohäusern auf Vordermann » 12

ELEKTRIZITÄT: BRANDURSACHE NR. 1
Elektrogeräteprüfung nach DGUV V3 mit MAKRA » 14

NACHHALTIGES FAHRVERGNÜGEN AN 13 STANDORTEN
Jacobs Gruppe & The Mobility House: Weg in die E-Mobilität » 16

BEREIT FÜR DAS, WAS ALS NÄCHSTES KOMMT
TECHNO gratuliert Mobil 1™ Motoröl zum 50-jährigen Jubiläum » 18

DER ONE-STOP-GO-TO-VERTRIEBSPARTNER
GROFA: führender Großhändler für Bike-, Snow-, Power- und Actionsport » 19

VOLLE PRODUKT-POWER. BESTER SCHUTZ.
Sicher für die Umwelt und die anwendenden Personen: die neue »Responsible«-Linie der BERNER Group » 20

DIE BLEIBEN AN ORT UND STELLE
Erfolgreicher »Crashtest« für Parkscheiben von Needit: Alle erfüllen höchste Sicherheitsstandards » 22

PRAXIS

IMPULS
Autosuche im Wandel. Wie sich Automobilhändler durch digitale Bedarfsanalysen und Empfehlungen passender Autos differenzieren können » 44

TERMINE

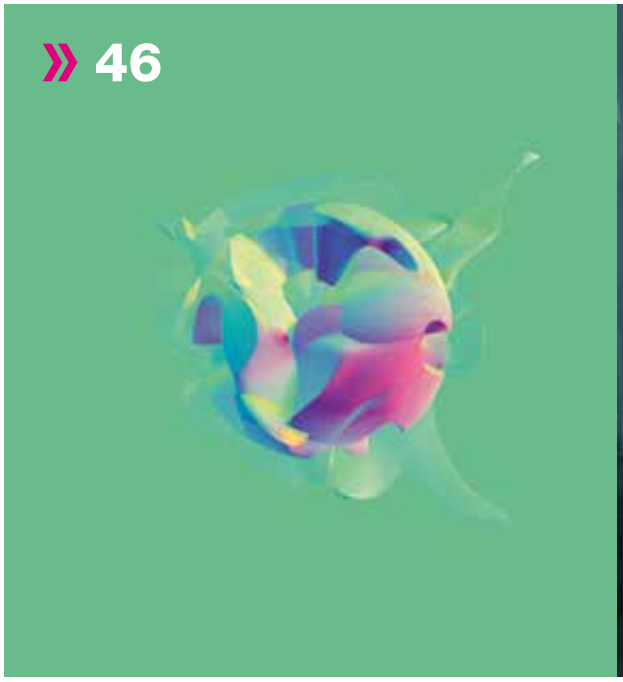
TERMINE 2024
Diese Tage sollten Sie im Kalender markieren » 47

»MIT UNSEREN IMPULSEN SETZEN WIR WICHTIGE SIGNALE«
TECHNO Geschäftsführer Georg Wallus über Austausch, verbindliche Zusagen und Abwechslung im Networking » 26

BUSINESS. PROZESSE. AFTERSALES. ÜBER ZENTRALE BOOSTER DES AUTOHAUSGESCHÄFTS
Ein Blick zurück auf die Themen der drei Masterclasses auf der TECHNO THINK NEXT 2024 » 30

STIMMEN ZUR TECHNO THINK NEXT 2024
Das sagen Gesellschafter und Lieferanten-Partner » 36

VERBINDLICHSTEN DANK
»Voller Erfolg« für die TECHNO THINK NEXT auf Mallorca » 38



Fürs Archiv? Für Kollegen? Das TECHNO MAGAZIN in digitaler Form finden Sie hier.

DIE SUPERSHOW DER SUPERSPORTWAGEN

PENSKE FEIERT GROSSES SEASON OPENING 2024 IN HAMBURG

Der Merkurring in Hamburg wurde am 20. April 2024 Schauplatz eines besonderen Events: Über 500 automobile Enthusiasten aus der Hansestadt und Umgebung besuchten das PENSKE Season Opening. Bei strahlendem Sonnenschein versammelten sich die Gäste, um beeindruckende Ferrari und Lamborghini zu betrachten – und zu zelebrieren.

Das Gelände des Autohändlers für Supersportwagen verwandelte sich schnell in ein automobiles Who's who der Superlative, als die Kunden mit ihren Fahrzeugen vorfuhren – von den neuesten Modellen bis hin zu klassischen Ikonen. Nicht nur die Ästhetik der Autos verzauberte die Gäste, sondern auch ein exquisites Barbecue. Ein DJ und ein Saxophonist sorgten zudem mit guten Beats für eine entspannte und begeisternde Atmosphäre. Dabei wurde auch an die Kleinsten gedacht, für die es ein abwechslungsreiches Animationsprogramm mit aufregenden Renn-Simulatoren, Kinderschminken und vielem mehr gab.

Absoluter Höhepunkt des Events war die Vorstellung des neuen Lamborghini Revuelto (siehe Abb.). Das Fahrzeug soll für Lamborghini eine neue Ära einläuten, ist es doch der erste HPEV-Hybrid-Supersportwagen – mit 1.015 PS. So ging das zweifellos hervorragende **PENSKE** Season Opening zu Ende. Ein Event der außergewöhnlichen Art, bei dem gemeinsam die Leidenschaft für Luxusautos gefeiert wurde – als Besitzer und als Fan.

*»Das **PENSKE** Season Opening war nicht nur eine Feier der automobilen Exzellenz, sondern auch ein Moment der Gemeinschaft und Begeisterung. Unser Season Opening in Hamburg war ein voller Erfolg, und wir freuen uns bereits auf zukünftige Veranstaltungen, bei denen wir unseren Kunden immer wieder außergewöhnliche Erlebnisse bieten können«,* schwärmten Yvonne Pallasch und Sonia Arkuszewski, Marketing-Managerinnen bei **Penske Sportwagen Hamburg GmbH.**

ZAHLEN, DATEN, FAKTEN: **PENSKE SPORTWAGEN HAMBURG GMBH**

Standort	» Merkurring 2, 22143 Hamburg
Marken	» Ferrari und Lamborghini
Mitarbeiterzahl	» ca. 55

» **penske-hamburg.de**

PENSKE Sportwagen Hamburg

Autobank

TARGO BANK
FIRMENKUNDEN

JETZT AUCH BEIM LEASING EINEN GANG HÖHER SCHALTEN

Profitieren Sie von unseren individuellen Einkaufsfinanzierungen für Sie und bieten Sie Ihren Kunden finanzielle Freiheit mit flexiblen Leasing-Modellen.

Wir sind gerne für Sie da: autobank@targobank.de

WILLKOMMEN

NEU-GESELLSCHAFTER THORMANN:
ERFOLGREICHES ONBOARDING IN HAMBURG

»Außergewöhnlich persönlich«, lautet der Leitgedanke der Thormann-Gruppe. Seit mehr als 40 Jahren legt die renommierte Autohausgruppe besonderen Wert auf eine familiäre Atmosphäre, Umweltverantwortung und die Zufriedenheit der Kunden. Mit Erfolg. An den Standorten in Sachsen-Anhalt und Brandenburg ist der Vertragshändler für führende Automarken als zuverlässiger Partner bekannt.

Über 250 Mitarbeiter realisieren jeden Tag den »typischen Thormann-Service«, der unter anderem auch eine kostenlose Wertermittlung für Gebrauchtwagen, Ersatzwagenservice, Lackierungen, Smart Repair und weitere zentrale Autohaus-Dienstleistungen bietet. Zudem wurde die Meisterwerkstatt für Reparaturen aller Art mit Auszeichnungen versehen.

Mit dem Eintritt in die Autohaus-Kooperation **TECHNO** geht die **Thormann-Gruppe** den nächsten Schritt und besuchte zum zentralen Onboarding die Hamburger Zentrale. *»Wir hatten das große Vergnügen, an der TECHNO Veranstaltung teilzunehmen, und sind tief beeindruckt von der Fülle an wertvollen Inhalten und dem weitreichenden Netzwerk, das uns zur Verfügung steht.* ***Die inspirierenden Vorträge und praxisnahen Workshops haben uns mit neuen Perspektiven und tiefen Einblicken in die neuesten Trends bereichert«,*** berichtet Michael Ruppin, Serviceleiter der **Thormann-Gruppe,** am Ende des Onboardings. *»Besonders schätzen wir die Gelegenheit, mit führenden Experten in den Austausch zu treten und bedeutungsvolle Kontakte zu knüpfen.* ***Wir sind dankbar für die gewonnenen Erkenntnisse und freuen uns darauf, diese in unsere Projekte zu integrieren.«***

ZAHLEN, DATEN, FAKTEN:
AUTOHAUS MOTHOR GMBH

Standorte	» Thormann (3 Autohäuser in Stendal, Gardelegen und Bismark) » Mothor (6 Autohäuser in Brandenburg an der Havel, Stendal und Gardelegen)
Marken	» Dethleffs, Ford, Mitsubishi, ŠKODA, VW und VW Nutzfahrzeuge
Mitarbeiterzahl	» ca. 250

» **thormann-gruppe.de**

» **mothor.de**

AN BOARD

NEU-GESELLSCHAFTER RAMSPERGER:
IN DER TECHNO ZENTRALE DAS NETZWERK KENNENGELERNT

Als eines der ältesten Autohäuser Deutschlands blickt die Ramsperger Automobilgruppe auf eine über 115 Jahre lange Unternehmensgeschichte zurück. Was einst mit Nähmaschinen und Fahrrädern begann, ist heute ein Unternehmen mit 12 Marken und 380 Mitarbeitern.

»Es freut uns, dass ein traditionsreiches und gesund gewachsenes Unternehmen mit großer Branchenexpertise sich unserer Kooperation anschließt«, betont **TECHNO** Geschäftsführer Georg Wallus erneut beim jüngsten Onboarding-Termin. *»In Zeiten, in denen gemeinsames Handeln im Verbund selbstverständlich sein sollte, sorgt **TECHNO** nicht nur für die nötige Schnelligkeit, Sicherheit und Routine bei der Umsetzung von Lösungen, sondern erweitert dabei auch kontinuierlich sein Leistungsportfolio«,* hebt Frank Eberhart, geschäftsführender Gesellschafter **Ramsperger Automobile,** hervor. ***»Wir sind sehr froh, in TECHNO eine Plattform und einen starken strategischen Partner für mehr Wertschöpfung gefunden zu haben.*** *Wir schätzen es, dass **TECHNO** den regen Austausch zwischen den Gesellschaftern fördert, um so ein größeres gemeinschaftliches Verständnis für unsere Branche zu festigen.«* Die zwei intensiven Onboarding-Tage standen daher auch ganz im Zeichen der **TECHNO** Plattformen fürs Networking, der verschiedenen Produktbereiche, Marketingaktivitäten und der unterschiedlichen Leistungsfelder. Am Ende lautete das Feedback unisono: *»Vielen Dank für die Einblicke und Eindrücke. Es waren zwei sehr informative Tage. Die ersten Projekte sind schon in der Pipeline.«*

ZAHLEN, DATEN, FAKTEN: **RAMSPERGER AUTOMOBILE GMBH & CO. KG**

Standorte	» 11 Standorte in Kirchheim/Teck, Nürtingen und Neckartenzlingen
Marken	» Audi, CUPRA, Dodge, Energica, Jeep, RAM, SEAT, ŠKODA, VW und VW Nutzfahrzeuge
Mitarbeiterzahl	» ca. 372

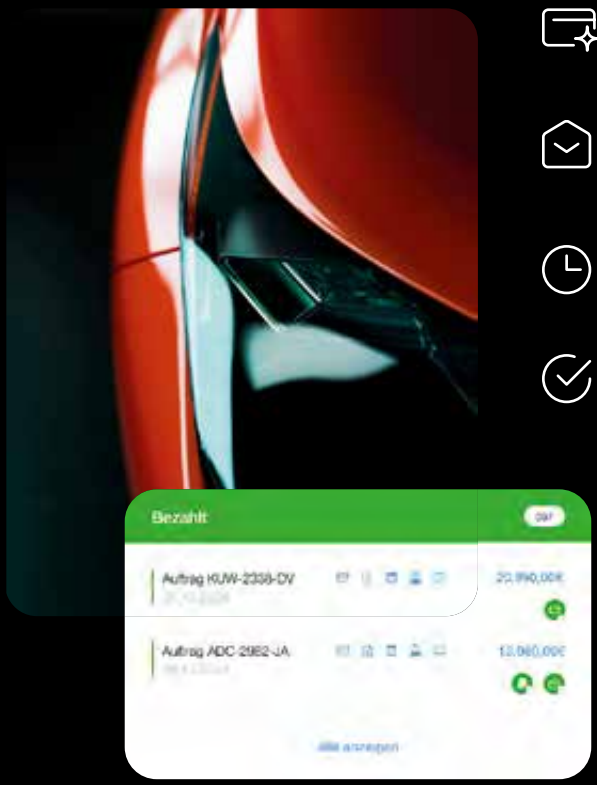
RAMSPERGER AUTOMOBILE
... die Menschen machen den Unterschied!

» **ramsperger-automobile.de**

bezahl//de

Für Autohäuser gemacht: Schnellere Liquidität und weniger manueller Aufwand

Von Rechnungsstellung bis Mahnwesen: Optimieren Sie Ihr gesamtes Zahlungsmanagement mit unserer Komplettlösung.



- Modernes Bezahlerlebnis
- Zeitgemäße Zahlungsarten
- Live-Bezahlstatus
- 100% Datenqualität

NX Technologies GmbH
vertrieb@bezahl.de
www.bezahl.de

ZWEI NEUE ZENTREN FÜR PORSCHE

DOPPELTER SPATENSTICH AM 4. JUNI 2024: NEUE HOCHMODERNE PORSCHE ZENTREN FÜR GLINICKE AUTOMOBILGRUPPE

Von links nach rechts: Frank Brecht (Geschäftsführer Glinicke Automobil Holding GmbH & Co. KG), Alexander Pollich (Vorsitzender der Geschäftsführung der Porsche Deutschland GmbH), Nikolas Sturmowski (Geschäftsführer Porsche Zentrum Kassel), Florian Glinicke (Inhaber und Geschäftsführer Glinicke Automobil Holding GmbH & Co. KG).

Die beiden symbolischen Spatenstiche markierten den offiziellen Baubeginn für die neuen Standorte in Kassel und Minden. Die Porsche Zentren werden gemäß den neuesten Corporate-Identity-Richtlinien gestaltet und das wegweisende Retail-Konzept »Destination Porsche« präsentieren.

Effektive und nachhaltige Energiegewinnung stehen dabei im Fokus. Sowohl am neuen Standort in Minden an der Zechenstraße als auch in Kassel in der Lossestraße. Die zweigeschossigen Gebäude mit später über 3.300 m² Fläche erhalten extensiv begrünte Dächer und PV-Anlagen. Überdachte Parkplätze liefern dank PV-Modulen Energie für E-Ladestationen, und eine Anlage zur biologischen Wasseraufbereitung ermöglicht die interne Wasserrückgewinnung. In großzügigen und hellen Showrooms mit einladenden Beratungsorten und eleganten Fitting Lounges wird Kunden ein exklusives Porsche Erlebnis und Rundum-Service geboten.

Das umfangreiche Investitionsvolumen in Höhe von ca. 13,7 Millionen Euro für das Porsche Zentrum Minden und 13,8 Millionen Euro für das Porsche Zentrum Kassel unterstreicht das Vertrauen und das hohe Engagement von **Glinicke** in und für die Marke Porsche. So ließ es sich Alexander Pollich, Vorsitzender der Geschäftsführung der Porsche Deutschland GmbH, nicht nehmen, beide Spatenstiche zu begleiten und in seiner Ansprache die enge Partnerschaft zu betonen.

An den Feierlichkeiten nahmen zahlreiche geladene Gäste teil. Unter anderem Vertreter der Stadt wie Oberbürgermeister Michael Jäcke in Minden und Stadtkämmerer Matthias Nölke in Kassel. Florian Glinicke, Geschäftsführer der **Glinicke Automobil Holding GmbH & Co. KG,** zeigte sich begeistert: *»Wir freuen uns außerordentlich über die Erweiterung unserer Präsenz mit Porsche. Porsche steht für herausragende Qualität und Leistung, und wir sind stolz darauf, unsere langjährige Partnerschaft mit dieser angesehenen und starken Premiummarke weiter auszubauen.«*

Glinicke freut sich darauf, die neuen Porsche Zentren voraussichtlich Ende 2025 zu eröffnen – und allen Porsche Enthusiasten und Sportwagenfans ein einzigartiges Erlebnis bieten zu können.

ZAHLEN, DATEN, FAKTEN: **GLINICKE DIENSTLEISTUNGS GMBH**

Standorte	» 26 Standorte in Hessen, Nordrhein-Westfalen, Niedersachsen und Thüringen
Marken	» VW, VW Nutzfahrzeuge, Audi, ŠKODA, SEAT, CUPRA, Porsche, Jaguar, Land Rover, Peugeot, Citroën, Hyundai, Fiat Professional, MG, BYD, Glinicke Classic Cars
Mitarbeiterzahl	» ca. 1.700

» **glinicke.de**

Glinicke
einfach mobil

STRAHLENDE BILANZ

CLEANGUIDE BRINGT **GEBÄUDEREINIGUNG** UND **FAHRZEUGAUFBEREITUNG** VON AUTOHÄUSERN AUF VORDERMANN

Attraktive Ausstellungsflächen, drinnen wie draußen, sind das Aushängeschild eines jeden Autohauses – und eine der größten wiederkehrenden Kostenstellen. Wie sich diese effizienter und effektiver verwalten lässt, zeigt die Beratungsgesellschaft Cleanguide Management. Seit mehr als 12 Jahren unterstützt das Hamburger Unternehmen den Fahrzeughandel bei Einkauf, Steuerung und Optimierung von Leistungen in der Gebäudereinigung.

Auch **TECHNO** Gesellschafter verlassen sich auf **Cleanguide.** Mehr als 490 Standorte sind ausgeschrieben und so ca. 3,5 Millionen Euro eingespart worden. Eine echte Erfolgsgeschichte für beide Seiten. Neben den monetären Ergebnissen entsteht durch die Zusammenarbeit ein hohes Maß an Transparenz und Steuerbarkeit der eigenen Infrastruktur, sodass Gesellschafter Einblicke in die eigentlichen Abläufe der sonst sehr intransparenten Leistungserbringung erhalten.

Weil sich auch die Fahrzeugaufbereitung ähnlich »undurchsichtig« gestaltet, wurde diese jüngst, angestoßen durch **TECHNO** Gesellschafter, als weitere **Cleanguide** Leistung ins Portfolio der erfahrenen Berater aufgenommen. Um dabei die Steuerung möglichst verständlich zu halten und schnell zugänglich zu machen, wurde die App Cleanguide XPRESS einbezogen. Gemeinsam konnte so die Fahrzeugaufbereitung inklusive Einkaufsprozessen, Marktvergleichen und mehr neu strukturiert und in ein praktikables Schritt-für-Schritt-System für den Autohausalltag überführt werden.

NEU!

FAHRZEUGAUFBEREITUNG MIT CLEANGUIDE:

- Aufnahme der Zustände am jeweiligen Standort (Ausstattung, Mietflächen, Parksituation, Gerätebestand etc.)
- Erstellen von Ausschreibungsunterlagen und Kalkulationsblättern über »Standard-Leistungen« und buchbare Zusatzleistungen
- Durchführung der Ausschreibung und Vergabegespräche – Gesellschafter treffen in jedem Schritt die Entscheidung/erteilen die Freigabe
- Auswertung der Angebote, Plausibilitätsprüfung und Vergabeempfehlung
- Implementierung der Cleanguide XPRESS App (z. B. Leistungsabnahme, Beauftragung, Meldung von Zuständen/Verzögerungen/Fehlern etc.)

Weitere Bereiche zur Entlastung sind denkbar.

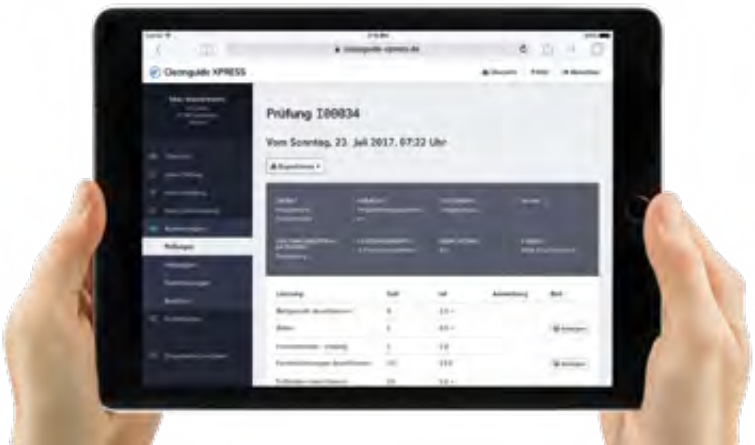
CLEANGUIDE UND TECHNO:

ca. 21 betreute TECHNO Gesellschafter

ca. 490 Standorte

ca. 829.961 m² ausgeschriebene Fläche im Autohandel (ohne Teilelager und Werkstätten)

ca. 3,5 Mio. €/Jahr maximale jährliche Einsparung durch Ausschreibung über Cleanguide



HABEN SIE FRAGEN?
WIR BERATEN SIE GERNE.

Jens Mönnig | Inhaber
T: 040.2878 2297
E: jensmoennig@cleanguide.eu

» **cleanguide.eu**

Cleanguide Management

RAD CENTER DERKUM GMBH
Herstellung und Vertrieb von Felgen und Reifen

STARKE MARKEN
FÜR EINE ERFOLGREICHE PARTNERSCHAFT.

Als Full-Service Anbieter umfasst unser Sortiment Leichtmetallfelgen der Marken Brock und RC-Design, Stahlfelgen in Erstausrüsterqualität, sowie Markenreifen der führenden Hersteller. Ebenso die gängigen Reifendruck-Kontrollsysteme, Felgenschlösser und Montagezubehör.

B45
7.0x17, 7.5x18
5x108, 112, 118, 120, 127, 130, 160
6x120, 130, 139

B44
8.0x18, 8.5x19, 8.5x20
5x100, 108, 112, 114, 120

RC34
6.0x16, 6.5x16, 6.5x17, 7.0x17, 7.5x17, 7.0x18, 7.5x18,
8.0x18, 8.5x18, 7.0x19, 7.5x19, 8.0x19, 8.5x20
4x98, 100, 108 - 5x100, 108, 110, 112, 114, 120

Die neuen Brock und RC-Design Felgen für 2024 direkt verfügbar.

www.rcdesign.de

ELEKTRIZITÄT: BRANDURSACHE NR. 1

ELEKTROGERÄTEPRÜFUNG NACH DGUV V3 MIT MAKRA

Im Büro, in der Werkstatt oder in den eigenen vier Wänden – wir sind umgeben von zahlreichen Elektrogeräten, die unser Leben bereichern und komfortabel machen. Und es werden immer mehr. Dabei sind es gerade elektrische Geräte, die mit etwa 32 % die Spitzenposition bei Brandursachen belegen. Das bedeutet, dass jeder dritte Brand durch Elektrizität verursacht wird.

Herausgefunden und belegt hat dies das Institut für Schadenverhütung und Schadenforschung der öffentlichen Versicherer e. V., kurz IFS. Potenzielle Gefahrenquellen sind dabei unter anderem überlastete Mehrfachsteckdosen, unsachgemäßer Gebrauch und veraltete oder defekte Geräte.

SICHERN SIE SICH UND IHREN BETRIEB IM BRANDFALL AB UND SETZEN SIE AUF DIE REGELMÄSSIGE ELEKTROGERÄTEPRÜFUNG NACH DGUV V3 MIT MAKRA.

Unbemerkte Schwelbrände oder Funkenschläge treffen auf Frischluft und entflammbares Material: Schon brennt es lichterloh in der Werkstatt, im Büro oder in der Lagerhalle. Ein Worst-Case-Szenario für jeden Unternehmer. Die meisten aller Brände können auf Elektrogeräte als Verursacher zurückgeführt werden. Wenn angebrochene Kabel oder überlastete Steckdosen zum Brandfall führen, kommen auf Betriebe viele Konsequenzen zu, darunter hohe Kosten oder Personenschäden. Im schlimmsten Fall haftet die Versicherung nicht, wenn keine entsprechenden Sicherheitsvorkehrungen getroffen wurden.

Jedes Unternehmen mit elektrischen Geräten ist dazu verpflichtet, seine ortsveränderlichen Elektrogeräte jährlich prüfen zu lassen und eine rechtssichere Dokumentation mit Inventurliste vorliegen zu haben. Bei einer geringen Fehlerquote kann das Prüfungsintervall sogar auf alle zwei Jahre erhöht werden

MAKRA ist Ihr kompetenter Partner für Arbeitssicherheit in Ihrem Betrieb und übernimmt für Sie die jährliche Kontrolle aller Geräte in Ihrem Betrieb nach DGUV V3. Elektrofachkräfte prüfen jedes Gerät auf Funktionalität und mögliche Defekte, führen eine ordentliche Dokumentation durch und stellen Ihnen alle notwendigen Unterlagen zur Verfügung, damit Sie im Brandfall bestens abgesichert sind und vollständigen Versicherungsschutz genießen.

WIR BIETEN IHNEN DIE LÖSUNG UND HELFEN GERNE WEITER:

Ralf Müller
T: 0176.169 99 055
E: rmueller@makra.de

Matthias Freundorfer
T: 0176.169 99 077
E: mfreundorfer@makra.de

» **makra.de**

MAKRA
MAXIMALE KRAFT.

TOTAL ÜBERTRIEBEN?
LEIDER REALITÄT!

MAKRA

MAXIMALE KRAFT.

BRANDSCHUTZ MIT MAKRA

SICHER UND PRÄVENTIV

Lassen Sie Ihre Elektrogeräte regelmäßig von uns prüfen. Mit der DGUV V3 Elektrogeräteprüfung sind Sie MAXIMAL SICHER:

› Prüfung aller ortsveränderlicher Elektrogeräte
› Festlegung gerätebezogener Prüfungsintervalle
› Absicherung im Schadenfall

MAKRA.de

NACHHALTIGES FAHRVERGNÜGEN AN 13 STANDORTEN

JACOBS GRUPPE & THE MOBILITY HOUSE: WEG IN DIE E-MOBILITÄT

Seit über 100 Jahren ist die Jacobs Gruppe eine feste Größe in der Region Aachen, Düren, Heinsberg und Bergheim. Das Familienunternehmen verfolgt dabei eine klare Mission: die Zukunft der Mobilität aktiv mitzugestalten und die Jacobs Gruppe als führenden Anbieter im Bereich E-Mobilität zu positionieren.

Gemeinsam mit dem **TECHNO** Lieferanten **The Mobility House** wurden dafür die nötigen Weichen gestellt und ein umfassender Transformationsprozess angestoßen. Neben einer Vertiefung des eigenen Fachwissens wurde zudem nach einer Lösung gesucht, wie Ladesäulen effizient und kosteneffektiv betrieben, Leistungsspitzen vermieden und eine zukunftsfähige Infrastruktur geschaffen werden konnte. Das Ziel: hohe Kosten bei künftigen Ausbaustufen zu vermeiden.

Die erfolgreiche Integration von E-Mobilität in den Autohausalltag stellt für die **Jacobs Gruppe** nicht nur einen wichtigen Schritt in die Zukunft dar, sondern hatte auch im Hier und Jetzt handfeste Vorteile. Da die Ladestationen, die neu gebaut oder umgerüstet wurden, auch für die Öffentlichkeit zugänglich sind, konnten Fördermittel in Höhe von 200.000 Euro genutzt und so das Gesamtinvestitionsvolumen auf unter eine Million Euro reduziert werden.

AUCH DIE NAHE ZUKUNFT IST VIELVERSPRECHEND

Aktuell ist die Integration einer Photovoltaik-Anlage am Standort der **Jacobs Gruppe** in Bergheim auf Kurs. Außerdem stehen weitere Projekte auf der Agenda, wie etwa die Wallbox-Vermarktung durch die **Jacobs Gruppe** als Partner.

SIE MÖCHTEN EBENFALLS DEN WEG IN DIE E-MOBILITÄT GEHEN? WIR UNTERSTÜTZEN SIE GERNE.

Schreiben Sie uns einfach eine E-Mail an
automotive@mobilityhouse.com

JACOBS GRUPPE

THE MOBILITY HOUSE

» jacobs-gruppe.de

» mobilityhouse.de

SO WURDE DIE JACOBS GRUPPE »TRANSFORMIERT«:

SCHRITT 1

UMFASSENDE STANDORTANALYSE UND PLANUNG

In nur drei Tagen wurden Standorte mit Fokus auf bauliche Struktur und laufenden Betrieb analysiert, dabei optimale Plätze für Ladestationen identifiziert und Leerrohre für Ausbaustufen geplant. Im Anschluss wurde die Ladeinfrastruktur an acht Standorten aufgebaut.

SCHRITT 2

EFFIZIENTE UMSETZUNG DURCH LOKALE PARTNERSCHAFT

In enger Zusammenarbeit mit dem regionalen Installationspartner Kempka wurde das Projekt schnell und kosteneffizient realisiert. Dabei übernahm **The Mobility House** die Koordination aller Prozesse und die Beauftragungen zusätzlicher Dienstleistungen.

SCHRITT 3

NAHTLOSE INTEGRATION UND PRÄZISE ABRECHNUNG

Bestehende Ladestationen von ABB und Compleo wurden nahtlos in das herstelleroffene Lade- und Energiemanagementsystem ChargePilot® von **The Mobility House** integriert und eichrechtskonform nachgerüstet. Insgesamt wurden 114 AC- und DC-Ladepunkte installiert – für Dienstwagen, öffentliche E-Autos, die eigene Flotte und den Werkstattservice. Standardisierte Schnittstellen zu zuverlässigen Partnersystemen machen dabei eine kWh-genaue Abrechnung möglich.

Mobile DC Ladestationen von EkoEnergetyka

Ideal für Werkstätten, Parkplätze, enge Tiefgaragen oder Orte an denen keine Tiefbauarbeiten für eine DC Ladesäule erfolgen können. Der Plug Charger in den Leistungsstufen 30, 40, 60 und 80 kW bietet Plug&Play Installation und flexible Ladung von Elektrofahrzeugen und Vans, Bussen und Trucks.

Direkt zum Produkt:

Kontaktiere uns für ein unverbindliches Angebot unter automotive@mobilityhouse.com

BEREIT FÜR DAS, WAS ALS NÄCHSTES KOMMT

TECHNO GRATULIERT MOBIL 1™ MOTORÖL
ZUM 50-JÄHRIGEN JUBILÄUM

Angefangen mit dem ersten vollsynthetischen Motoröl und später erweitert um eine Reihe von Markenölen ist die Marke Mobil 1 seit fünf Jahrzehnten führend im Bereich des Motorschutzes für gasbetriebene Fahrzeuge und neuerdings auch für Hybrid- und Elektroautos.

Im Jahr 2024 wird die Marke ihre 50-jährige Geschichte mit einer Reihe von Initiativen feiern und dabei historische, aktuelle und neue Beziehungen zu OEMs, Motorsportpartnern und mehr in den Mittelpunkt stellen. Schließlich ist sich ExxonMobil bewusst, dass der Erfolg der Marke **Mobil 1** auch das Ergebnis der engen Zusammenarbeit mit führenden Automobilherstellern, Rennteams und Branchenexperten ist. Diese Kooperationen haben es **Mobil 1** ermöglicht, sich ständig weiterzuentwickeln und neue Branchenstandards zu setzen.

»ExxonMobil ist sehr stolz auf das Erbe der Marke Mobil 1 als revolutionäres synthetisches Motorenöl«, sagte Laura Bustard, Global Brand Manager von **Mobil 1**. *»Seit seinen Anfängen vor 50 Jahren hat **Mobil 1** Motoröl stets den Standard für Qualität und Leistung gesetzt und wird sich auch in den nächsten 50 Jahren weiter verbessern und auszeichnen. Jeder, der sich in der Automobilbranche oder im Rennsport auskennt, weiß, wie ikonisch diese Marke war und sein wird.«*

Eine der zentralen Komponenten im Jubiläumsjahr 2024 ist ein Kurzfilm mit dem ehemaligen Formel-1-Rennfahrer und McLaren-Piloten David Coulthard, der die Geschichte von **Mobil 1** erzählt. Außerdem werden während der gesamten Motorsportsaison speziell entworfene Lackierungen und andere Highlights der umfangreichen Rennsportgeschichte der Marke **Mobil 1** präsentiert.

Der Weg, den die Marke **Mobil 1** in den letzten 50 Jahren zurückgelegt hat, kann durchaus als Beweis gesehen werden, wie fähig ExxonMobil ist, Leistung und Nachhaltigkeit in einer Marke zu vereinen. Ein Grund, warum **Mobil 1** die vertrauenswürdige Wahl von führenden Automobilherstellern, professionellen Rennfahrern und Millionen von Fahrern weltweit ist. Nicht zuletzt dank der fortschrittlichen Ölformulierungen, die Schutz vor Motorverschleiß bieten, die Lebensdauer des Motors verlängern und die Wartungskosten für die Verbraucher senken.

»Die Marke Mobil 1 ist nach wie vor bestrebt, bedeutungsvolle Beziehungen zu pflegen und auszubauen«, sagte Robert Shearer, Director of Global Sponsorships. *»Auf dem Weg in die Zukunft freuen wir uns auf die Fortsetzung der gemeinschaftlichen Innovation und Intelligenz, die aus unserer Arbeit mit Automobilherstellern, Rennteams und anderen großartigen Partnern resultiert. Mit jeder Verbesserung des **Mobil 1** Motoröls wird die Technologie von der Rennstrecke auf die Straße übertragen.«*

» **mobil.com.de**

DER ONE-STOP-GO-TO-VERTRIEBSPARTNER

GROFA: FÜHRENDER GROSSHÄNDLER FÜR BIKE-, SNOW-, POWER- UND ACTIONSPORT

Mittlerweile setzen über 5.000 Fachhändler auf das umfassende Sortiment an Premiummarken und aufstrebender Labels des GROFA House of Brands. Der bewährte Distributor legt großen Wert auf langfristige Partnerschaften, hochwertige Produkte und erstklassigen Kundenservice.

Mit BESV hat **GROFA** ein Unternehmen im Portfolio, das sich auf hochwertige Elektrofahrräder spezialisiert hat – von City und Urban über Trekking und E-MTB bis hin zu Gravel-Bikes. Alle BESV-E-Bikes, so **GROFA,** punkten dabei mit fortschrittlicher Softwaretechnologie. Neben E-Bikes setzt das Unternehmen mit Stammsitz Bad Camberg auch auf die hochwertigen E-Roller und Mofas des führenden Anbieters für zweirädrige E-Mobilität: Segway-Ninebot.

JETZT DIE EXKLUSIVEN TECHNO KONDITIONEN FÜR E-BIKES UND KICK-SCOOTER SICHERN

HABEN SIE FRAGEN?
WIR BERATEN SIE GERNE.

T: 06434.200 82 00
E: info@grofa.com

» **grofa.com**

GROFA
HOUSE OF BRANDS

BESTELLE JETZT BESV PREMIUM E-BIKES, SEGWAY-NINEBOT-SCOOTER & GOAL ZERO POWER STATIONS ZU SPEZIELLEN TECHNO-KONDITIONEN!

+49 (0) 6434 2008 200

info@grofa.com

BESV Premium e-bikes

GOALZERO

Segway-Ninebot

VOLLE PRODUKT-POWER. BESTER SCHUTZ.

SICHER FÜR DIE UMWELT UND DIE ANWENDENDEN PERSONEN: **DIE NEUE »RESPONSIBLE«-LINIE DER BERNER GROUP**

Als eines der ersten Unternehmen der Branche hat die BERNER Group ein Angebot auf den Markt gebracht, das Kfz-Profis eine klare Orientierung für den Einsatz umwelt- und gesundheitsschonenderer Chemie-Produkte liefert. Die neue »Responsible«-Linie mit den Labeln »ECO PROTECT« und »USER PROTECT« macht es Profis dabei so leicht wie noch nie, sich über die Nachhaltigkeit und Sicherheit der jeweiligen Lösungen zu informieren.

Das Sortiment umfasst bereits mehrere Dutzend Produkte für viele gängige Anwendungen in Werkstätten oder Autohäusern – von der Oberflächenreinigung über die Geruchsbeseitigung bis hin zur Ölfleckentfernung. Viele Betreiber von Werkstätten oder Autohäusern würden sich gerne für umwelt- und gesundheitsschonendere Lösungen entscheiden, es fällt ihnen jedoch schwer herauszufinden, welche Angebote ohne Performance-Verluste funktionieren. Durch die »Responsible«-Linie der **BERNER Group** lässt sich direkt erkennen, welche Chemie-Produkte den ökologischen Fußabdruck verbessern und bei voller Leistungsstärke den Arbeitsschutz erhöhen.

DER SMARTE BESTELLPROZESS SMARTSCAN.

Mit SMARTscan begann eine neue Ära der anpassbaren, modularen Regalsysteme. Das Schreiben von Einkaufslisten oder Erinnerungen an längst überfällige Nachbestückungen gehört so der Vergangenheit an: **Einfach mit dem am Regal integrierten Scanner den Code des Regaletiketts, des Produkts selbst oder direkt im Katalog abscannen, und die Nachbestückung ist auf dem Weg.** So kann eine schnelle und bequeme Auftragserteilung den Bestellprozess beschleunigen und fehleranfällige, manuelle Prozesse reduzieren.

ZWEI LABEL, EINE KLARE PHILOSOPHIE:

ECO PROTECT

Nachhaltigeres Arbeiten und ein verantwortungsbewussterer Umgang mit der Natur.

Das **BERNER** Label garantiert Kfz-Profis, dass die Produkte bei sachgemäßer Anwendung das Ökosystem nicht belasten und alle erforderlichen Normen eingehalten werden. Die entsprechenden Angebote sind laut OECD-Kriterien leicht biologisch abbaubar und frei von Mikroplastik.

USER PROTECT

Sicheres Arbeiten und ein verantwortungsbewussterer Umgang mit der Gesundheit.

Dazu setzt **BERNER** neue Maßstäbe für einen risikoärmeren Werkstattalltag, denn bei gleicher Leistungsstärke verzichten die Chemie-Produkte auf Styrol, Diisocyanate, Phthalate, MEKO oder ähnliche Stoffe, die das körperliche Wohlbefinden negativ beeinträchtigen können.

WARUM SICH BERNER FÜR VERANTWORTUNGSVOLLES HANDELN EINSETZT, ERFAHREN SIE HIER:

HABEN SIE FRAGEN?
ICH BERATE SIE GERNE.

Marion Steiger
T: 0151.14 01 24 16
M: marion.steiger@berner.de

» **shop.berner.eu**

BERNER

BERNER
PUSHING
THE LIMITS
FOR A BETTER
TOMORROW
BERNER
X-treme
Parts Cleaner
DE Teilereiniger X-treme
FR Nettoyant pièces mécaniques X-treme
ES X-treme Limpiador de piezas
1l e
BERNER
BERNER
BERNER
BERNER
DESTIX
BERNER
BERNER
Entdecke unsere
nachhaltigen Produkte

DIE BLEIBEN AN ORT UND STELLE

ERFOLGREICHER »CRASHTEST« FÜR PARKSCHEIBEN VON NEEDIT: ALLE ERFÜLLEN HÖCHSTE SICHERHEITSSTANDARDS

Die Parkscheiben von Needit wurden einem in der Automobilindustrie bekannten »Abzugstest« unterzogen. Das Ergebnis: Alle Prüfteile haben den geforderten Mindestwert von 51 Newton erreicht und überschritten. Mit dem Test stellt das dänische Unternehmen unter Beweis, dass Kunden von TECHNO Gesellschaftern, beispielsweise bei einem Auffahrunfall, nicht durch Needit Produkte verletzt werden können.

In dem anspruchsvollen Abzugstest mussten strenge Vorgaben eingehalten werden, um die Sicherheit der Fahrzeuginsassen im Falle eines Unfalls zu gewährleisten. Auch unter extremen Bedingungen blieben Park Lite, Park Mini und Co. sicher und zuverlässig an der Windschutzscheibe haften. Grund hierfür ist neben der Robustheit der Artikel die Klebefixierung, die nun, offiziell bestätigt, die aktuell einzige nach Industriestandards getestete und für sicher befundene Fixierung von elektronischen Parkscheiben an der Frontscheibe im Fahrzeug ist.

»Der zeitgleich erfolgte Testsieg im Fachmagazin AUTO ZEITUNG unterstreicht unser Engagement für Qualität und Sicherheit und bestätigt, dass unser gesamtes Sortiment an elektronischen Parkscheiben den hohen Standards der Automobilindustrie entspricht«, erörtert **Needit** Geschäftsführer Peter Vikkelsø Skou. *»Wir sind stolz darauf, unseren Kunden Produkte anbieten zu können, die nicht nur funktional und benutzerfreundlich sind, sondern auch höchste Sicherheitsstandards erfüllen.«*

SIE MÖCHTEN MEHR ERFAHREN?
SPRECHEN SIE MICH GERNE AN.

Matthes Suk | Account Manager
T: 030.5858 351-82
M: 0160.555 86 99
E: ms@needit.de

» **needit.dk**

Needit

Park Lite: die Parkscheibe mit gutem Preis-Leistungs-Verhältnis.

Park Mini: die kleinste elektronische Parkscheibe der Welt.

Park Micro: bietet viel für wenig Geld.

Park Lite Solar: modern und solarbetrieben.

Park Lite One: im klassisch runden Design.

Alle Needit Parkscheiben (außer Parklite Micro) sind in traditionellem Blau und elegantem Schwarz erhältlich.

Needit

Melden. Warnen. Schützen. Auf Knopfdruck.

Im Straßenverkehr sicher unterwegs:
mit dem elektronischen Drive One Gefahrenwarner.

Verkehrswarngerät Drive One

- ✓ Dekorativer, diskreter und benutzerfreundlicher Verkehrsalarm
- ✓ Warnung vor Unfällen und allen Arten von Radarfallen
- ✓ Echtzeitwarnungen – bis zu 5 Millionen aktive Nutzer
- ✓ Keine Abo-Kosten
- ✓ Längste Batterielaufzeit und höchste Stabilität auf dem Markt
- ✓ Benutzerfreundliche App für iOS und Android für individuelle Einstellungen nach Bedarf

www.needit.dk

»IN EINER WELT DES STÄNDIGEN WANDELS IST VERBINDLICHKEIT DER SCHLÜSSEL ZUM LANGFRISTIGEN WIRTSCHAFTLICHEN ERFOLG.«

Jack Welch

Warum das Zitat von Jack Welch, US-amerikanischer Top-Manager und langjähriger CEO von General Electric, universelle Gültigkeit hat und wie TECHNO es schafft, regelmäßig den »Beweis« dafür anzutreten.

Gerade in den letzten Jahren hat die Autohaus-Kooperation gezeigt, wie effektiv sie Verbindlichkeit einzusetzen und zu schaffen weiß. Angefangen bei Commitment-Paketen bis hin zur Integration neuer Consulting-Solutions-Partner. Immer wieder wurden so dank des verbindlichen gemeinsamen Handelns Skaleneffekte realisiert, die Gesellschaftern und **TECHNO** Partnern gleichermaßen zugutekamen.

Heute ist die Kooperation eine schlagkräftige Interessengesellschaft von Autohändlern, die in der Automobilbranche einen Außenumsatz von mehr als 42 Milliarden Euro realisieren und circa 100.000 Mitarbeiter beschäftigen. Eine Schlagkraft, die sich sowohl in den Lösungen bemerkbar macht, die alle Anforderungsprofile im Autohausalltag abbilden als auch in den neuen Wegen, die die Kooperation geht, um Verbindlichkeit möglich zu machen.

»Neue Wege gehen« steht dabei nicht allein für neue Partner, die ins Netzwerk geholt, oder Trends, Technologien und Themen, die in der Kooperation abgebildet werden. »Neue Wege« bedeutet vor allem die Schaffung neuer Formate für eine optimale Vernetzung über und mit **TECHNO**. Durch das Zusammenbringen von Gesellschaftern, Lieferanten, Dienstleistern und Consulting-Solutions-Partnern kann die Kooperation als zentraler Treiber wichtige Impulse setzen. Gerade die Kombination, die über **TECHNO** aus den Erfahrungswerten der Autohaus-Praxis und dem hochspezialisierten Know-how der Partner gebildet wird, gestaltet eine exzellente Basis, um durch verbindliches gemeinsames Handeln Skaleneffekte zu generieren.

BEST PRACTICE FÜR COMMITMENT:
Wie gut neue TECHNO Formate für intensiven und verbindlichen Austausch funktionieren, zeigen die Ergebnisse der **TECHNO THINK NEXT**. **Mehr dazu ab Seite 30.**

»MIT UNSEREN IMPULSEN SENDEN WIR WICHTIGE SIGNALE«

Georg Wallus

EIN GESPRÄCH ÜBER INTENSIVEN AUSTAUSCH, VERBINDLICHE ZUSAGEN UND WARUM ABWECHSLUNG IM NETWORKING DEN UNTERSCHIED MACHT.

Herr Wallus, TECHNO bietet Networking-Events in verschiedensten »Fassungen« an. Von Spezialmessen bis hin zu Diskussionsrunden mit geladenen Keynote Speakern. Warum wird hier so klar unterschieden?

Georg Wallus: *»Weil wir nur so einen wirklich intensiven Austausch zu einem Thema ermöglichen können. Das ist entscheidend, wenn wir unsere Impulse zu bestimmten Themen setzen wollen und diese wirksam werden sollen. Dazu wählen wir auch genau aus, wer geladen wird, um den Kreis nicht zu groß, aber dennoch sehr relevant werden zu lassen. Darum entwickeln wir, wie mit der* ***THINK NEXT,*** *auch immer wieder neue Formate, die wir dann testen. Auch um zu sehen, wie wir in einem fordernden Arbeitsalltag maximalen Erkenntnisgewinn durch Fokussierung erzielen können.«*

War die Fokussierung ein Grund, warum sich dazu entschieden wurde, die THINK NEXT auf Mallorca zu veranstalten?

Georg Wallus: *»Absolut. Hier ging es auch darum, abseits der üblichen Wege mit unseren Gesellschaftern zu reflektieren. Das ist meiner Erfahrung nach sehr wichtig, um Entscheidungen treffen zu können. Da spielt auch die Abwechslung eine große Rolle und eben die klare Fokussierung auf bestimmte Kernthemen, wie wir es für Mallorca getan haben. Raus aus dem üblichen Trott, in dem man sehr oft keine Zeit oder auch keine Ressourcen hat, um sich intensiv mit einem Thema auseinanderzusetzen. Genau an dem Punkt haben wir angesetzt, um das für unsere Gesellschafter zu schaffen.«*

Mit Sicherheit kann diese Fokussierung auch dazu beitragen, mehr Verbindlichkeit zu erzeugen.

Georg Wallus: *»Auf jeden Fall. Durch das fehlende ›daily business‹ kann einem nichts dazwischenfunken. Der Rahmen ist klar gesteckt, sodass der Austausch intensiv und nachhaltig stattfinden kann. Themen können besser identifiziert und Fragen direkt geklärt werden. Es findet ein intensiver Austausch statt, der unmittelbar ins Handeln überführt werden kann. Dass das nicht nur Worte sind, zeigt uns das Feedback, das wir bereits auf Mallorca und auch danach erhalten haben.«*

»MIT DER TECHNO THINK NEXT WOLLTEN WIR UNS UND DEN GESELLSCHAFTERN DIE CHANCE BIETEN, ZU EINEM THEMA WIRKLICH WIRKSAM ZU KOMMUNIZIEREN. UND DAS IST UNS GELUNGEN.«

Auf der THINK NEXT wurde sich für die drei Kernbereiche Business, Prozesse und Aftersales für den Austausch entschieden. Warum gerade diese?

Georg Wallus: *»Sie sind Kern jedes Autohauses und relevant für die Zukunft, unabhängig von der Ausrichtung der eigenen Autohausmarke. Daher sollten sie auch mit einem Blick auf das große Ganze, wie in der Business-Masterclass, bis hin zu den Detailthemen, die sich mit Bereichen befassen, von allen Beteiligten besprochen werden. Hier war das Ziel, den Austausch zu forcieren, weiteres Verständnis für die treibenden Themen zu generieren und so Verbindlichkeit für das sinnvolle gemeinsame Handeln zu schaffen.«*

Wenn Sie die THINK NEXT auf zwei oder drei Begriffe »runterdampfen« müssten, welche wären das?

Georg Wallus: *»Das wären mit Sicherheit die beiden Begriffe ›Skaleneffekte‹ und ›Verbindlichkeit‹. Beides war Kern jeder Masterclass und wurde so auch von den Gesellschaftern mitgenommen, wie mir zurückgespielt wurde. Und damit haben wir ein wichtiges Ziel erreicht: In einem abwechslungsreichen Rahmen erneut Impulse setzen zu können und gemeinsam verbindlich zu agieren.«*

Herr Wallus, vielen Dank für Ihre Zeit!

Mehr zur Masterclass
von Georg Wallus
auf Seite 31.

»KOOPERATIONEN WIE TECHNO SIND UNGLAUBLICH WICHTIG FÜR DIE ZUKUNFT.«

Warum Kommunikation eine zentrale Rolle für den Erfolg spielt und wie sie effektiv für die eigene Sache eingesetzt werden kann, erläuterte der »Top 100 Excellent Speaker« Frank Asmus in seiner Keynote »Impact! The Power of Influence – strategische Kommunikation von Apple bis Zalando« auf der TECHNO THINK NEXT auf Mallorca.

***»Strategische Kommunikation ist nichts anderes als vorbereitete, zielgerichtete Kommunikation«*, betont Frank Asmus in seiner Keynote. Kommunikation braucht Gliederung und Struktur. Nicht nur im Unternehmen selbst, sondern auch in Präsentationen, im Marketing. Die magische Zahl ist hier die Drei. Das belegt auch die Kognitionspsychologie, die hervorhebt, dass man sich drei Dinge auf die Schnelle gut merken könne, es danach aber schwierig werde. Kein Wunder also, dass sich auch seine Keynote auf drei Punkte konzentrierte: Logos, Pathos und Ethos.**

Mit den drei Punkten fasst der Top Executive Coach den Kern der strategischen Kommunikation zusammen. Zum einen brauche diese Klarheit auf der Sachebene: Logos. Bestes Beispiel dafür sei Apple. Das US-amerikanische Unternehmen habe früh erkannt, dass klare und einfache Kommunikation mindestens genauso bedeutend sei wie die Qualität der Produkte. Darum fokussierte sich auch Steve Jobs in seinen Produktpräsentationen immer auf drei Kernbotschaften – und addierte am Ende als Überraschung eine vierte hinzu, das heute so berühmte »One more thing …«.

»WIR SIND WOHL SO GEBAUT, DASS WIR PRODUKTE, DIENSTLEISTUNGEN, UNTERNEHMEN UND SOGAR MENSCHEN IN EINEM SATZ IDENTIFIZIEREN.«

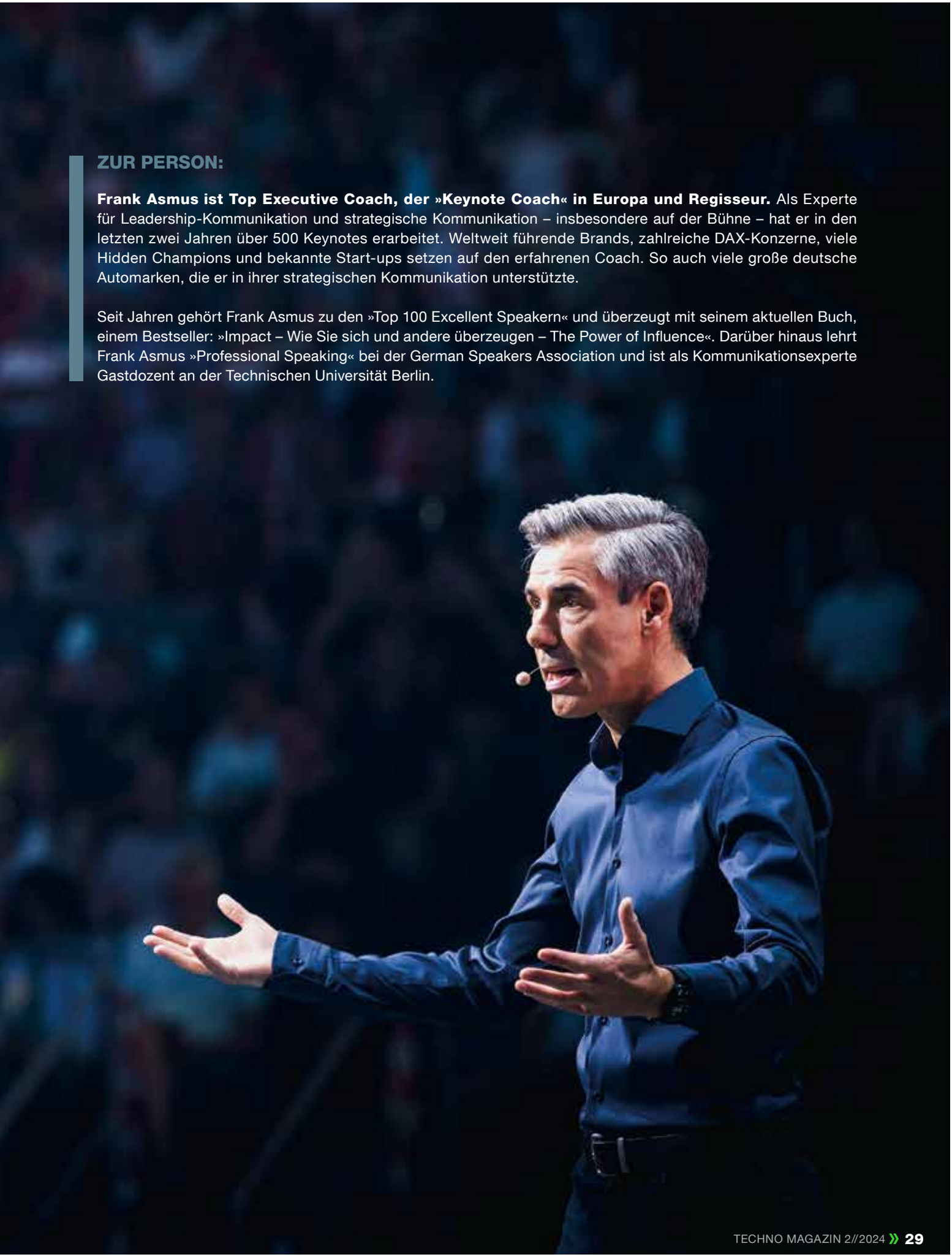
Mit Pathos, dem zweiten Punkt, kommen in der Kommunikation, so Asmus, die Emotionen ins Spiel. Schließlich gehe es immer um den Menschen. Er bilde den Rahmen für die Kommunikation, für die Sprache, die gewählt werde, und die Botschaften, die gesendet würden. *»Hier werden wir besonders wirksam, wenn unsere Sprache auf grundlegende Bedürfnisse abzielt«,* erläutert Asmus und nennt dazu ein Modell, dass sich auf sechs Bedürfnisse fokussiert: Sicherheit, Abwechslung, Bindung (Zugehörigkeit), Bedeutsamkeit, Wachstum (Weiterentwicklung) und Beitrag leisten. Gerade in Bezug auf Bindung (Zugehörigkeit) könne der Autohandel punkten, wenn er regional als Personenmarke über die eigenen Verkäufer, die eigenen Berater sichtbar wird, hebt Asmus hervor. So könne man Menschen emotional für sich gewinnen.

Der dritte Punkt Ethos beendet die Keynote. Hier gehe es vor allem um die Glaubwürdigkeit als Person und als Marke. Welche Werte werden vertreten? Welche Glaubenssätze gelebt? *»Ich rate jedem Unternehmen in der heutigen Zeit, die eigenen Werte zu bestimmen. Denn Werte steuern das tägliche Tun. Die Werte, oder auch Glaubenssätze, strahlen nach innen und nach außen. Ich rate dazu, eine Marke zu werden. So wird Identität zu Identifikation«,* betont Asmus. *»Seien Sie klar auf der Sachebene. Denken Sie daran, dass es immer um Emotionen geht und dass sich Menschen in der Tiefe mit Menschen oder Marken verbinden, sich mit ihnen identifizieren.«*

ZUR PERSON:

Frank Asmus ist Top Executive Coach, der »Keynote Coach« in Europa und Regisseur. Als Experte für Leadership-Kommunikation und strategische Kommunikation – insbesondere auf der Bühne – hat er in den letzten zwei Jahren über 500 Keynotes erarbeitet. Weltweit führende Brands, zahlreiche DAX-Konzerne, viele Hidden Champions und bekannte Start-ups setzen auf den erfahrenen Coach. So auch viele große deutsche Automarken, die er in ihrer strategischen Kommunikation unterstützte.

Seit Jahren gehört Frank Asmus zu den »Top 100 Excellent Speakern« und überzeugt mit seinem aktuellen Buch, einem Bestseller: »Impact – Wie Sie sich und andere überzeugen – The Power of Influence«. Darüber hinaus lehrt Frank Asmus »Professional Speaking« bei der German Speakers Association und ist als Kommunikationsexperte Gastdozent an der Technischen Universität Berlin.



BUSINESS. PROZESSE. AFTERSALES. ÜBER ZENTRALE BOOSTER DES AUTOHAUSGESCHÄFTS

EIN BLICK ZURÜCK AUF DIE THEMEN DER DREI **MASTERCLASSES** AUF DER TECHNO **THINK NEXT 2024**.

Fernab vom Alltag in den Austausch zu treten und über Best Practices, die Chancen der Prozessoptimierung und Handlungsansätze für das Heute und Morgen der Kooperation zu sprechen – ein hohes Ziel, das für die **TECHNO THINK NEXT** formuliert wurde. Auf Mallorca wurde es erreicht. In Bestzeit.

Möglich machten dies die extra für die **THINK NEXT** konzipierten Masterclasses und ihre Referenten. Damit jeder teilnehmende Gesellschafter jede Masterclass besuchen konnte – und um ein effektives Arbeiten zu ermöglichen –, wurden die Anwesenden in drei Gruppen aufgeteilt.

TECHNO Geschäftsführer Georg Wallus sorgte in der herausragenden Masterclass A **»Business-Booster«** zusammen mit **Arnd-Dierk Müller** und **Frank Asmus** für zentrale Impulse. In Masterclass B von **Jens Reiher**, **Axel Hülsen** und **Patrick Sönke** wurde über wichtige **»Prozess-Booster«** in der Beschaffung gesprochen. Einen eindrücklichen Blick auf die Potenziale des Digitalgeschäfts warf die Masterclass C **»Aftersales-Booster«,** geführt von **Marion Langheld** und **Dietmar Scheck**. Beim gemeinsamen Wrap-up zum Abschluss der Masterclasses wurden die gewonnenen Erkenntnisse geteilt, die getroffenen Verbindlichkeiten festgehalten und ein Blick auf die Visual Recordings geworfen, die Illustratoren pro Masterclass angefertigt hatten.

»Ich möchte mich auch an dieser Stelle noch einmal sehr herzlich bei allen Gesellschaftern bedanken, die auf Mallorca dabei waren«, betonte Georg Wallus am Ende des Wrap-ups. *»Das waren drei ›heftige‹ Stunden – mit einem für Sie und für uns großartigen Ergebnis.«*

Werfen Sie auf den nächsten Seiten einen Blick zurück auf die Inhalte der Masterclasses oder lesen Sie sich ein, wenn Sie auf Mallorca nicht dabei sein konnten.

THINK NEXT

» MASTERCLASS A

BUSINESS-BOOSTER

ÜBER **VERBINDLICHKEIT SKALENEFFEKTE** REALISIEREN. **VON UND MIT TECHNO PROFITIEREN**. BUSINESS-BOOSTER NUTZEN – VON C-TEILEN ÜBER REIFEN BIS HIN ZUM WERKSTATTGESCHÄFT.

»Sie alle wissen, dass der allgemeine Druck groß ist und die Veränderungen in unserer Branche massiv sind. Und dass Lösungen gefragt sind«, betont **Georg Wallus** zu Beginn der Masterclass. Mit den Stichworten »neue Antriebstechnologien«, »neue Autohausverträge«, »der Einstieg großer europäischer Autohausgruppen in Deutschland« nennt der **TECHNO** Geschäftsführer dabei nur einige der aktuellen und akuten Veränderungen.

»Dieser Wandel fordert andere Vorgehensweisen«, verdeutlicht Georg Wallus. *»Darum ist für uns Verbindlichkeit von zentraler Bedeutung, um nachhaltige Skaleneffekte zu realisieren und um die Impulse, die wir geben, auch richtig ›verwerten‹ zu können.«* Als Beleg für die Wirksamkeit und die Bedeutung von Verbindlichkeit für die Kooperation legt der Geschäftsführer die Zahlen der Kooperation von 2023 zugrunde, die im Vergleich zu 2014 eine Umsatzsteigerung von fast 96 % zeigen. *»Kurz: In den letzten Jahren haben wir uns gut positioniert! Dennoch brauchen wir, um den Weg so fortzusetzen, mehr Verbindlichkeit.«*

Konkret gehe es bei Verbindlichkeit nicht um zusätzliche Ausgaben oder gar Neugeschäft, das für die Gesellschafter relevant sei, sondern schlicht und ergreifend um Ausgaben, die so oder so getätigt würden. Würden diese durch konsolidiertes Agieren fokussiert abgewickelt, seien positive Skaleneffekte auslösbar, die sich wirtschaftlich nicht nur besser kalkulieren lassen, sondern auch nachhaltig die Position der Kooperation stärken können. *»Nur wenn wir mehr auf Verbindlichkeit setzen, können wir weitere Skaleneffekte erzielen.* ***TECHNO*** *ist daher bestrebt, immer wieder Anstöße und Impulse zu geben, wie zusätzliche Erlöse erzielt werden können. Mit Themen wie Glas oder Lack. Mit Konzepten wie* ***OT REGIO*** *oder* ***WIBS****.«*

Den Abschluss der Masterclass bildete daher auch der direkte Austausch, bei dem über weitere Themen, die **TECHNO** gemeinsam mit den Gesellschaftern angehen kann, gesprochen wurde. Eine gern genutzte Gelegenheit, die zudem ein Thema hervorbrachte, das von **TECHNO** im Anschluss mit auf die eigene Agenda gesetzt wurde.

»Vielen Dank. Die geäußerte Verbindlichkeit ist ein super Ergebnis. Das ist wirklich ein Schritt für uns in Richtung Zukunft.«

Georg Wallus, Geschäftsführung
TECHNO – DIE AUTOHAUS-KOOPERATION

Referenten Masterclass A:
Georg Wallus, Arnd-Dierk Müller und Frank Asmus

THINK NEXT

» MASTERCLASS B

PROZESS-BOOSTER

WELCHE POTENZIALE DIE DIGITALISIERUNG DER BESCHAFFUNG – STICHWORT **»E-PROCUREMENT«** – MIT SICH BRINGT, WIE SICH DAS THEMA SMART AUF DIE STRASSE BRINGEN LÄSST UND WAS DER AUTOHANDEL VON ANDEREN BRANCHEN LERNEN KANN.

Referenten Masterclass B:
Jens Reiher, Axel Hülsen und Patrick Sönke

Dass der Beschaffungsbereich außerhalb des Neuwagengeschäfts im Autohaus nicht immer im Fokus liegt, wird gleich zu Anfang der Masterclass deutlich. Jens Reiher, Axel Hülsen und Patrick Sönke zeigen Rückmeldungen, die sie in Bezug auf die Beschaffung und deren mögliche Digitalisierung in Gesprächen mit den jeweils Verantwortlichen bei unterschiedlichen Autohausgruppen erhalten haben.

So zeigt sich, dass heute bei vielen Gesellschaftern ein so komplexer Prozess entstanden ist, dass es sich nicht einfach in »Eigenleistung zentral und digital« abbilden lässt. Wie **TECHNO** hier unterstützen kann, ist daher Inhalt der Masterclass, denn die Kooperation hat den »Umstand« der komplexen Beschaffung erkannt und in Möglichkeiten umgewandelt. So wird gemeinsam ein Blick auf das Gesellschafter-E-Procurement, kurz GeP, von **TECHNO** geworfen. Mit dem smarten Baukasten-System, so die Referenten, könne ein eigenes zentrales Beschaffungs-Portal mit eigenen Regeln, vernetzt mit eigenen Systemen, aufgebaut werden.

Unter anderem dank der Prozesse, die als Leitplanken für alle Mitarbeiter der Gesellschafter individuell in GeP definiert werden, lasse sich, führen die Referenten weiter aus, eine Kostenersparnis im Einkauf von bis zu 20 % realisieren. Bei gleichzeitiger Entlastung der gesamten Belegschaft sowie Transparenz und Reduktion von unberechtigten oder nicht benötigten Einkäufen oder auch falschen Lieferanten-Abrechnungen eröffnen sich hier interessante Einsparpotenziale.

Zudem wird aufgezeigt, dass das eigene Beschaffungs-Portal auch bei vielen Nutzern und natürlicher Fluktuation, bei vielen Standorten und unterschiedlichen Strukturen in der Organisation und den Markenwelten sowie bei wechselhaften Lieferantenbeziehungen funktioniert. *»Obwohl es sich um ›noch ein IT-Projekt‹ handelt, freut es uns umso mehr, dass sich viele von Ihnen für eine Umsetzung des Projektes entschieden haben«,* verkündet Jens Reiher.

»Wir sehen den großen Vorteil, dass eben alle Bereiche auch vorhanden sind. Dass es nur einen abgespeckten Artikelstamm gibt, der von uns generiert wird. Dass alle Kollegen im Autohaus auf das gleiche Artikelspektrum bzw. auf verhandelte Preise zugreifen. Dadurch entfällt das mühsame Suchen, weil man den direkten Überblick auf einer Plattform hat.«

Matthias Öhm, Leiter Einkauf,
AVAG Holding SE

»Die automatische Rechnungskontrolle und die Verbuchung auf die jeweilige Kostenstelle ist ein sehr großer Vorteil, weil es uns sehr viel Zeit erspart.«

Sarah Stölzl, Sortimentsmanagerin,
AVAG Holding SE

IN ALLER KÜRZE:
GeP, GESELLSCHAFTER-E-PROCUREMENT

- **Idealer Prozess, ideales System, volle Kontrolle:**
  Beschaffungs-Portal mit eigenen Regeln, vernetzt mit den eigenen Systemen; gewünschte Inhalte maximal ausschöpfen anhand der Elemente des gemeinsam entwickelten Baukastens.
- **Prozess-Steuerung:**
  Klare Leitplanken für den Einkaufsprozess der Mitarbeiter; automatisierte Folgeprozesse bis zur Rechnungsverbuchung.
- **Kurzfristig implementierbar:**
  Sofortige Verfügbarkeit aller Bausteine sowie Begleitung beim Aufbau der benötigten Inhalte/Lieferanten.

THINK NEXT

» MASTERCLASS C

AFTERSALES-BOOSTER

WIE DIE **TECHNO WHITE-LABEL-ONLINE-SHOP-LÖSUNG** DAS GESCHÄFT VORANBRINGEN UND GLEICHZEITIG EINEN RELEVANTEN BEITRAG ZUR POSITIONIERUNG DER EIGENEN AUTOHAUSMARKE LEISTEN KANN.

Referentin und Referent Masterclass C:
Marion Langheld und Dietmar Scheck

*Quelle: automotiveit.eu, Online-Artikel »Google wird zum Visionär des Aftermarkets«.

Das Digitalgeschäft boomt und wird bekanntermaßen immer mehr zu einem weiteren und wichtigen Wirtschaftsfaktor für den Autohandel. *»Es besteht Handlungsdruck«,* betonen Marion Langheld und Dietmar Scheck direkt am Anfang ihrer Masterclass. Belege gibt es dafür auch aus den eigenen Gesellschafter-Reihen. Hier hatten viele, die vorab befragt wurden, angegeben, dass ihre Businessziele vor allem starke digitale Prozesse beinhalten.

Auch Online-Shops wurden mit Blick auf die Geschäftsentwicklung als hochrelevant eingestuft. Ebenso die Bedeutung des Bereichs Aftersales und Services im E-Commerce. Auf einigen Gesellschafter-Webseiten, die für die Masterclass analysiert wurden, fand sich entsprechend ein Online-Shop, ein Terminvergabe-Tool oder auch eine Verlinkung zu einem externen Marktplatz wieder. Allerdings waren nur wenige eigene Online-Shops vertreten, während der Rest Hersteller-Shops anderer Anbieter oder externe Marktplätze nutzt.

Dass Online-Präsenz essenziell ist, konnte in der Masterclass mit eindeutigen Zahlen belegt werden: Allein in Deutschland werden pro Jahr 300 Mio. Suchanfragen für Aftermarket-Services abgesetzt.* *»Hier mit der eigenen Autohausmarke wahrgenommen zu werden, ist also entscheidend«*, führt Marion Langheld aus. Wie das funktionieren kann, zeigte die Referentin anschließend mithilfe der **TECHNO** White-Label-Lösung für Online-Shops. *»Die White-Label-Lösung beinhaltet neben dem Online-Shop-System einen Service-Navigator, mit dem Online-Services rund um die Uhr reserviert werden können. Inklusive Preisauskunft passend zum eigenen Fahrzeug.«*

Neben dem reinen Verkaufen von Zubehör und Teilen sowie dem Buchen von Services leistet die White-Label-Lösung einen weiteren und essenziellen Dienst im Online-Geschäft: Sie sorgt für Kundenbindung und die Gewinnung von Kundendaten. Ohne dabei abhängig von anderen zu sein. Das stärkt die eigene Handlungsposition im digitalen Markt, zumal der Online-Shop umfassend an das eigene Markendesign angepasst werden kann. *»Ein nicht zu unterschätzender Faktor«, betont Marion Langheld. »Zudem kann mit einem eigenen Online-Shop eine unabhängige und freie Preisgestaltung gepflegt werden und man muss nicht, wie auf fremden Marktplätzen, hohe Provisionen, geringe Margen und Austauschbarkeit in Kauf nehmen.«*

Wie erfolgreich sich die White-Label-Lösung am Markt behauptet hat, zeigt ein Blick auf die Zahlen und ihre Entwicklung: So stiegen die Netto-Umsätze allein im Zeitraum von 2021 bis 2023 um 343 %. Auch die digitalen Kontaktanfragen wuchsen in der Zeit um 130 %. *»Damit ist klar, dass die White-Label-Online-Shop-Lösung einen entscheidenden Beitrag zur eigenen Online-Positionierung leisten kann«*, betonten Marion Langheld und Dietmar Scheck zum Ende der Masterclass.

»Wir haben angefangen, auch Nischenartikel über den TECHNO Shop anzubieten. Aufgrund der deutlich günstigeren Kostensituation konnten wir deutlich bessere Bruttoerträge erzielen. Auch für Restposten, insbesondere Reifen und Räder, hat sich der Online-Shop bewährt.«

Dirk Busse, Geschäftsführer,
Autohaus Tobaben

»Ein entscheidender Vorteil des Online-Shops über TECHNO ist, dass wir alle Marken und Standorte unter unserer Autohausmarke abbilden können. Damit haben wir nur einen zentralen Shop, sind unabhängig und flexibel und stärken die Marke Gottfried Schultz.«

Ralph Egidi, Leiter After Sales,
Gottfried Schultz Gruppe

»Das Online-Shop-System von TECHNO vereint verschiedene Aspekte, die wir so bei keinem anderen Anbieter gefunden haben. Wir haben über 25 Center und teilweise bis zu vier Marken und können trotzdem alles über ein Backend steuern.«

Heiko Taube, E-Commerce-Team,
Nord-Ostsee Automobile

IN ALLER KÜRZE:
WHITE-LABEL-ONLINE-SHOP-LÖSUNG & SERVICE-NAVIGATOR

- Tool zur digitalen Kundenbindung und -gewinnung
- Reduktion kritischer Abhängigkeiten von Online-Marktplätzen
- 100 % im »Look & Feel« der Autohausmarke
- Unterstützung bei der Online-Positionierung der Autohausmarke
- Keine umsatzabhängigen Gebühren
- Lösungen aus der Branche für die Branche

STIMMEN ZUR TECHNO THINK NEXT 2024

DAS SAGEN **GESELLSCHAFTER** UND **LIEFERANTEN-PARTNER**.

*»Durch die perfekt konzipierten Masterclasses konnte ich neue Einblicke gewinnen und wichtige Impulse mitnehmen. Der Austausch mit den anwesenden Handelskolleginnen und -kollegen sowie mit den Sponsoren war sehr interessant und fördernd. Dass wir Gesellschafter der **TECHNO** sind, stellt für uns einen großen Mehrwert dar.«*

Michael Webels, Geschäftsführer,
Hülpert Shared Service GmbH

Hülpert Automobile

»Was für ein außergewöhnliches Format! Es ist Ihnen gelungen, eine tolle Mischung aus Masterclasses, spannender Keynote des Top Speakers Frank Asmus und abwechslungsreichem Rahmenprogramm zusammenzustellen. Bitte halten Sie unbedingt an dem Format fest, wir würden uns sehr auf eine Wiederholung freuen und sagen schon heute unsere Teilnahme zu!«

Florian Glinicke, Geschäftsführender Gesellschafter,
Autohaus Glinicke GmbH

Glinicke einfach mobil

»Sehr gute Organisation – ob Workshops, Abendgestaltung oder Ausflüge. Informativ, innovativ, exklusiv.«

Juliane Böttche, Marketing, Autohaus Böttche GmbH

Böttche Mein Auto. Mein Böttche.

»Eine sehr gute Veranstaltung mit konstruktiven Workshops, die zum Nachdenken anregten. Mir gefiel insbesondere der Austausch mit Kollegen von anderen Marken.«

N. J. Dunning, Vorstandsvorsitzender,
Gottfried Schultz Automobilhandels SE

GOTTFRIED SCHULTZ 100

»Der ungezwungene Erfahrungsaustausch mit netten Kollegen, die entspannte Atmosphäre, die praxisrelevanten Fachvorträge sowie die rundum perfekte Organisation der Veranstaltung haben meine Erwartungen bei Weitem übertroffen und mich restlos überzeugt.«

Karl Diehm, Geschäftsführer,
Robert Kunzmann GmbH & Co. KG

KUNZMANN Die *neue* Service-Dimension

*»Alle Beteiligten sind mit dem dynamischen Verlauf, den erstklassigen Ergebnissen und der noch engeren Vernetzung durch **THINK NEXT** sehr zufrieden.«*

Hans Jürgen Persy, Vorsitzender des Vorstands,
LÖHR & BECKER Aktiengesellschaft

löhr gruppe

»Es hat mich gefreut, sehr viele langjährige Branchenkontakte zu treffen und in den Austausch zu gehen.«

Michael Speh, Leitung PKW Service,
LUEG AG & Co.KG

THE LUEG. WAY

»Die Diskussionen und Workshops haben gezeigt, dass durch gemeinsame Anstrengungen und den Austausch von Know-how erhebliche Synergien geschaffen und Prozesse optimiert werden können. Ich bin überzeugt, dass die Impulse und Anregungen aus der Tagung uns helfen werden, unsere Ziele für die kommenden Jahre effektiv umzusetzen.«

Benjamin Jakob, Geschäftsführer,
Autohaus Jakob GmbH

*»Danke **TECHNO** für die wunderbaren Tage. Nun weiß ich auch, dass man auf Mallorca arbeiten und ganz besonders den Vertrieb ›antreiben‹ kann. Alles wirklich BEST! Warum eigentlich nur alle drei Jahre? Ich könnte nächstes Jahr auch.«*

Burkhard Weller, Geschäftsführender Gesellschafter,
Wellergruppe Holding SE & Co. KG

*»Ich möchte mich recht herzlich für die tolle Organisation, die Durchführung und die Möglichkeit, als Sponsorenpartner der **THINK NEXT** dabei sein zu können, bedanken. Es war eine großartige Gelegenheit, mit vielen Gesellschaftern von **TECHNO** und anderen Lieferanten-Partnern in Kontakt zu kommen. Die gut vorbereiteten Inhalte und der reibungslose Ablauf haben es uns ermöglicht, unser eigenes Portfolio und unsere Lösungen erfolgreich zu präsentieren.*
Die Gespräche und der Austausch mit den Gesellschaftern waren sehr inspirierend und haben konkrete Ideen für eine zukünftige Zusammenarbeit gebracht. Es war erfreulich zu sehen, wie viel Interesse an unseren innovativen Ansätzen besteht. Wir konnten unsere Marktpräsenz stärken und wertvolle Partnerschaften knüpfen.
Aus Sicht eines Sponsorenpartners war für mich natürlich auch die Platzierung der eigenen Marke wichtig – und diesbezüglich hatte ich zu jeder Zeit das Gefühl, hier nicht zu kurz zu kommen. Man hat gemerkt, dass sich äußerst viel Mühe gegeben und bei der Gestaltung der Werbemittel Gedanken gemacht wurde, damit man bei den Gesellschaftern neben der eigenen persönlichen Präsenz immer ins Auge fiel. Egal, ob vor Ort mit Roll-ups, Beachflags, Roomdrops und beim Meet and Greet oder bei der Berichterstattung, zum Beispiel auf LinkedIn. Wir freuen uns sehr auf weitere erfolgreiche Veranstaltungen und sagen noch einmal ›Danke schön‹.«

Andreas Tissen, Geschäftsführer,
Tissen Kruck GmbH

*»Vielen Dank für ein sehr gelungenes Event auf Mallorca, in dem ein intensiver Austausch mit allen Gesellschaftern möglich war. Ich konnte viele gute Gespräche führen. **TECHNO** schafft es immer wieder, außergewöhnliche Events zu planen und zu veranstalten. Bis zum nächsten Mal.«*

Olaf Kühle, Head of Sales & Cooperation,
kabemaconsulting

»Danke für das unglaublich gelungene Event auf Mallorca! Es war beeindruckend, wie viele wichtige Ansprechpartner/Entscheider aus dem Gesellschafterkreis anwesend waren, was die Veranstaltung besonders wertvoll machte. Die entspannte Atmosphäre ermöglichte es, auf effektive und angenehme Weise neue Kontakte zu knüpfen und bestehende zu vertiefen. Ich kann ohne Übertreibung sagen, dass dies die beste Netzwerkveranstaltung der letzten Jahre war, die ich besucht habe – noch nie konnte ich so intensiv und gleichzeitig entspannt netzwerken! Diese Veranstaltung hat die Messlatte für Netzwerkevents ein ganzes Stück höhergelegt – eine perfekte Mischung aus professionellem Austausch und entspanntem Beisammensein. Die Atmosphäre auf Mallorca hat es uns ermöglicht, auf ganz natürliche Weise intensive Kontakte zu knüpfen – genau so sollte Networking sein! Ohne Zweifel: Beim nächsten Mal sind wir wieder dabei! Ihr habt etwas Großartiges geschaffen, das lange in Erinnerung bleiben wird.«

Torben Ullmann, Geschäftsführer,
pixelconcept GmbH

VERBIND-LICHSTEN DANK

»VOLLER ERFOLG« FÜR DIE TECHNO THINK NEXT AUF MALLORCA.

Im St. Regis Mardavall Mallorca Resort fanden sich vom 14. bis 17. April 60 Gesellschafter und zehn Lieferanten-Partner für die TECHNO THINK NEXT ein – für aufschlussreiche Masterclasses, für gezieltes Networking und für vier Tage ganz im Zeichen des Heute und Morgen der Autohaus-Kooperation.

Den Anfang machte dabei am ersten Tag die Keynote des Speakers Frank Asmus (mehr dazu auf Seite 28), der einen anregenden Auftakt für die drei darauffolgenden Masterclasses bot. Nach den arbeitsreichen Masterclass-Stunden fand der erste Tag einen entspannten Ausklang mit angeregten Gesprächen und einem hervorragenden Dinner im Beach-Club UM Beach, begleitet von einem wunderbaren Blick auf das Mittelmeer.

Am zweiten Tag folgten die Rahmenprogramme, die den Gästen der **TECHNO THINK NEXT** eine ungezwungenere Atmosphäre boten, ins Gespräch zu kommen und zu netzwerken. Und dass bei bestem Wetter auf dem Land, zu Wasser und in historischen Gemäuern. Die zahlreichen Eindrücke wurden bei der abschließenden Abendveranstaltung geteilt und in entspannter Atmosphäre weiter partnerschaftlich der Austausch gesucht.

Wie erfolgreich die **TECHNO THINK NEXT** war, zeigte das Fazit der Gäste am Abreisetag: »wichtige Erkenntnisse«, »eindrucksvolle Vorträge«, »nachhaltige Vereinbarungen« und »viele gute Impulse« waren als Rückmeldungen von der großen Mehrzahl der Teilnehmenden zu vernehmen. Für **TECHNO** Ansporn und Bestätigung zugleich – für weitere Treffen mit gemeinsam vereinbarten Zielen, beeindruckenden Momenten und anregenden Insights.

Wir möchten uns bei allen für ihre Teilnahme, den intensiven Austausch, ihr Commitment und ihren Input bedanken!

»WELCOME

KEYNOTE

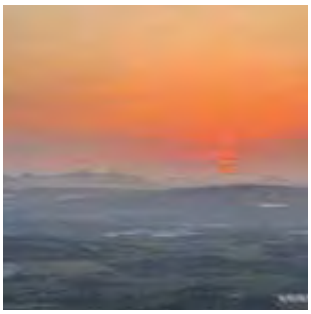
» MASTERCLASSES

» MEET & GREET

» DINNER UM BEACH

»DINNER UM BEACH

»RAHMENPROGRAMM – BALLONFAHRT, GOLF, VALLDEMOSSA



» RAHMENPROGRAMM – JEEPTOUR, KATAMARAN

» ABSCHLUSS-DINNER

» WIR BEDANKEN UNS BEI UNSEREN SPONSOREN:

AutoScout24 · BANK 11 · bezahl.de · DRS · kabemadigital

Mobil 1 50 YEARS READY FOR WHAT'S NEXT™ · NÜRNBERGER VERSICHERUNG · pixel concept · TISSEN KRUCK · WÜRTH

IMPULS

DR. KONRAD WESSNER BLICKT VORAUS, HINTERFRAGT UND KOMMENTIERT

AUTOSUCHE IM WANDEL. WIE SICH AUTOMOBILHÄNDLER DURCH DIGITALE BEDARFSANALYSEN UND EMPFEHLUNGEN PASSENDER AUTOS DIFFERENZIEREN KÖNNEN

»Autohändler, die sich vom Point of Sale zum Point of Experience weiterentwickeln, liegen am Puls der Zeit: Aus unserem White Paper zum Automobilvertrieb der Zukunft wissen wir, dass die Walk-ins in Autohäusern bei Neuwagenkäufern von durchschnittlich 1,8 (2021) auf aktuell 2,4 Besuche (ohne Auslieferung) zulegen.

Kein Wunder: Neue Antriebe und Ausstattungen wollen erklärt und via Probefahrten ›erlebbar‹ gemacht werden. Dies gilt insbesondere für Premiummarken wie Mercedes und BMW, deren Interessenten sogar durchschnittlich 3,1 bzw. 3 Besuche beim Händler machen, bei dem sie sich für einen Neuwagen entscheiden. ***Starke Händler sind für starke Automarken von daher insbesondere dann unverzichtbar, wenn die digitale Kundenansprache UND die persönliche Beratung nahtlos miteinander verknüpft werden.***

Der Blick auf die Kontaktpunkte der Autointeressenten zeigt, dass stationäre Automobilhändler diesen Wettbewerbsvorteil stärker ausspielen sollten. So gewinnen einerseits Online-Kontaktpunkte für den Aufbau einer ersten Präferenz und andererseits die persönliche Verkaufsberatung und Probefahrten als ›Final Moments of Truth‹ gleichzeitig an Bedeutung. Je intensiver sich Autointeressenten online informieren, desto mehr suchen sie andererseits die persönliche Beratung und maßgeschneiderte Probefahrterlebnisse. Die nahtlose Verknüpfung von Online-Ansprache und ›Human Touch‹ im Autohaus gelingt aber umso besser, je durchgängiger der gesamte Kundengewinnungsprozess durch Bedarfsorientierung geprägt ist. Je besser es gelingt, Autointeressenten bereits digital bei ihren Mobilitätsbedürfnissen abzuholen, desto mehr Druck kommt in den Sales Funnel und die Online-Offline-Conversion.

Damit sind wir bei den überraschenden Ergebnissen unserer Studie bei 1.007 Autokäufern zur Frage, wie Neu- und Gebrauchtwageninteressenten nach Fahrzeugen suchen. ***Mit 48 % steht die budgetorientierte Suche ganz oben.*** *Kein Wunder: In wirtschaftlich unsicheren Zeiten sind die Mittel in vielen Fällen begrenzt. Knapp dahinter folgt in 44 % der Fälle bereits die bedarfsbezogene Suche nach Fahrzeugen, die zum Fahrprofil und den Mobilitätsbedürfnissen des jeweiligen Interessenten passen. Erst dann folgen mit Abstand die Suche nach bestimmten Automarken (39 %), Fahrzeugmodellen (36 %) und Händlern (16 %). Kein Wunder: Immer mehr und insbesondere jüngere Autointeressenten sind nicht mit Audi, BMW und Co., sondern mit Apple, Netflix und Co. aufgewachsen und haben deshalb auch immer weniger ausgeprägte Präferenzen für bestimmte Automarken oder Autohändler. Von daher gehört DEN Händlern die Zukunft, die Autointeressenten bei ihren Mobilitätsbedürfnissen abholen, passende Fahrzeuge und Mobilitätsangebote vorschlagen und dann im Handel bedarfsorientiert beraten.* ***Je selbstbestimmter sich die Kunden dabei fühlen, desto erfolgreicher gelingt die Kundengewinnung.«***

DR. KONRAD WESSNER

ist seit 1992 Geschäftsführer bei *puls* Marktforschung, berät und begleitet mit seinem Team Unternehmen und Institutionen beim Strategiewandel und vermittelt sein Expertenwissen als gefragter Referent und Autor, insbesondere in der Automobilbranche. Im TECHNO MAGAZIN wird der erfahrene Ökonom regelmäßig aktuelle Branchenthemen beleuchten, bewerten und Anregungen geben.

WIE SUCHEN SIE NACH EINEM PASSENDEN NEU- ODER GEBRAUCHTWAGEN?

Umfrage unter NW- und GW-Käufern

	GESAMT	NW	GW
Budgetbezogen: Ich suche nach Fahrzeugen, die in meinen Budgetrahmen passen.	48 %	40 %	56 %
Bedarfsbezogen: Ich suche nach Fahrzeugen, die meine Mobilitätsbedürfnisse (z. B. lange Strecken, kurze Strecken, Platzbedarf etc.) am besten erfüllen.	44 %	43 %	45 %
Automarkenbezogen: Ich bevorzuge eine bestimmte Automarke und suche innerhalb dieser Marke nach einem bestimmten Fahrzeug.	39 %	33 %	36 %
Modellbezogen: Ich suche gezielt nach einem bestimmten Fahrzeugmodell.	36 %	34 %	37 %
Händlerbezogen: Ich präferiere einen bestimmten Automobilhändler und suche dort nach einem passenden Fahrzeug.	16 %	20 %	11 %

Basis: Gesamt=1.007; NW=500; GW=507

Quelle: *puls* Marktforschung GmbH

"Digital und emotional"

Whitepaper zum Automobilvertrieb der Zukunft

Download unter:
www.puls-marktforschung.de/zukunft

puls mobility4.me

TECHNO GIPFEL 2024

T»EXPO 2024

ZUKUNFT IST HEUTE

HAMBURG | 26.09.2024

Zukunftsweisende Themen, Produkte und Dienstleistungen sowie viel Gelegenheit zum Netzwerken: Im September startet mit der **T»EXPO 2024** in Hamburg wieder die große Branchenmesse mit zahlreichen Ausstellern. Direkt im Anschluss an den **TECHNO GIPFEL 2024** können Sie sich so über Entwicklungen und Neuigkeiten der Lieferanten-, Dienstleistungs- und Consulting-Solutions-Partner informieren. **Wir freuen uns auf Sie!**

Mit freundlicher Unterstützung von:

Mobil 1 50 YEARS READY FOR WHAT'S NEXT · AutoScout24 · DRS · K&K · MAKRA

TERMINE
2024

» T»EXPO 2024 — 26 Sept. Hamburg

» TECHNO GIPFEL 2024 — 26 Sept. Hamburg

» OFFIZIELLE TERMINE

BERATERAUSSCHUSS:

10.–11.09.2024 | Hamburg
19.–20.11.2024 | Hamburg

SITZUNG DES AUFSICHTSRATES:

25.09.2024 | Hamburg
26.11.2024 | Frankfurt

SITZUNG DES STRATEGIE-AUSSCHUSSES:

07.11.2024 | Frankfurt

» TECAR INTERNATIONAL TERMINE

TECAR SUPERVISORY BOARD MEETING:

16.09.2024 | Virtuell
28.–29.11.2024 | Hamburg

» IMPRESSUM

HERAUSGEBER:
TECHNO Marketinggesellschaft mbH & Co.KG
Georg Wallus (v. i. S. d. P.) | Essener Straße 110 | 22419 Hamburg | 040.526 099 0
marketing@technoeinkauf.de | techno-kooperation.de
Marion Langheld | 040.526 099 150 | langheld@technoeinkauf.de
Luna Pusch | 040.526 099 154 | pusch@technoeinkauf.de

ANZEIGENDISPOSITION:
Luna Pusch | 040.526 099 154
pusch@technoeinkauf.de
KONZEPT & DESIGN:
yellowmonkey | ymnky.de
DRUCKEREI:
Lehmann Offsetdruck und Verlag GmbH

petex®
Der starke Autoausstatter

STARKES
AUTOZUBEHÖR

Seit 1981

Alle Artikel online
www.petex.de

PETEX Auto-Ausstattungs-GmbH
Lauterbachstraße 44 | 84307 Eggenfelden | Tel.: +49 (0) 87 21 / 96 97 0 | kontakt@petex.net

OFFIZIELLER LIEFERANTEN-PARTNER
DEUTSCHLANDS GRÖSSTER AUTOHAUS-KOOPERATION
TECHNO
DIE AUTOHAUS-KOOPERATION

Kraftvolle Vermarktung Ihrer Gebrauchten

Ihr Auktions-
partner fürs
Remarketing

Für höhere Ertragschancen im GW-Geschäft

Sie wollen Ihre Gebrauchten schnell und revisionssicher vermarkten? Überzeugend einfach und zum tagesaktuellen Bestpreis? Dann kommen auch Sie dahin, wo Fakten überzeugen: 35 Jahre Auktionserfahrung, internationale Vermarktung an 25.000 registrierte Kfz-Händler, rund 140.000 verkaufte Fahrzeuge pro Jahr, 9 eigene Auktionszentren – und mit bundesweit 17 Standorten immer in Ihrer Nähe.

TOP 100 top100.de

Bereits 3x als Top-Innovator ausgezeichnet

Top-Innovator 2023

Wann sprechen wir über Ihre Gebrauchten?
Kontakt: +49 611 44796-750 oder autobid@auktion-markt.de

Mehr am Zukauf interessiert?
Dann gleich online registrieren und aus einem Angebot von täglich bis zu 1.500 Fahrzeugen wählen.

autobid.de auto-auktionen · CLASSICBID automobile · propertybid.de IMMOBILIEN

Entdecken Sie die Vielfalt der Auktion & Markt AG

autobid.de auto-auktionen