

IfA direct 10/2023

Institut für Automobilwirtschaft (IfA)

TOP Themen

Händlerzufriedenheit 2022 mit Rekordbeteiligung
TOP 100 Händlergruppen mit großer Resilienz
Studie zu Beschäftigungseffekten im Kfz-Gewerbe
Omnikanal-Strukturen in Autohäusern
Studie zu Perspektiven von Freien Werkstätten
Prozess- und Kostenanalyse im Neuwagenverkauf
Simulatoren zur Vermittlung von Schaltkompetenz
Simulator-Einsatzmöglichkeiten in Fahrschulen
Prognosen zum Markthochlauf der Elektromobilität
Definition geeigneter Dienstleistungsportfolios
Online-Plattformen: Lead Value Measurement
Zukunftsfähigkeit von Autohausbetrieben
Soziale Nachhaltigkeit in der Lieferkette
Datenbasierte Geschäftsmodelle für Autohäuser
Unterstützung von KMU-Zulieferern im Südwesten
Zukunftswerkstatt 4.0: Innovative Technologien
Informationstool für das Kfz-Gewerbe
Strukturelle Stärkung der Zukunftswerkstatt 4.0
Beste Autohaus Arbeitgeber 2023
IfA Branchengipfel 2023: New Business Conditions
Automotive TopCareer 2023
Attraktivste Arbeitgeber der Automobilbranche
IfA Autohausgipfel 2023
Group Dealer Executive Program
ESG-Nachhaltigkeitsberichtspflicht
Qualifizierungsprogramm zu Management-Skills
AAMPACT Stipendien für Abschlussarbeiten
Master-Studierende in Leipzig, Dresden und Berlin
35 Jahre Hochschulstandort Geislingen
Transformation von Forschung und Lehre
Forum Automotive mit Top Managern der Branche
Institut für Automobilwirtschaft in den Medien
ZDK-Preise für außerordentliche Leistungen
Berufsbegleitend zum Bachelor und Master

Editorial

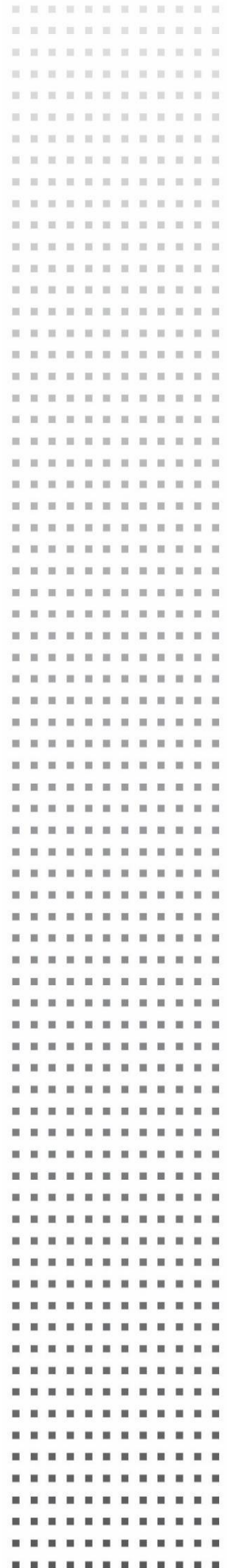
Die internationale Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Automobilwirtschaft ist offensichtlich in Gefahr – dies zeigen nicht zuletzt schwächelnde Absatzzahlen, rasch schmelzende Auftragsbestände sowie Nachfrageschwächen im In- und Ausland. Deutsche Unternehmen sind dabei zusätzlich konfrontiert mit hohen Energiekosten, anhaltendem Arbeitskräftemangel bei hohem Lohnniveau sowie fiskalpolitischer und bürokratischer Schwerfälligkeit. Schonungslos ist der heimische Markt in diesem Jahr zudem getrieben durch die inflationäre Entwicklung – einhergehend mit gesamtwirtschaftlichen Einbrüchen und wirtschaftspolitischen Entscheidungsdefiziten. Nationale Subventionswettläufe und Protektionismus in relevanten Absatz- und Beschaffungsregionen sowie die Globalisierungsstrategien neuer Wettbewerber lassen sich dabei nicht durch die Ansiedelung einzelner High-Tech-Unternehmen im Inland kompensieren. Nicht zu unterschätzen sind ebenfalls gesellschaftliche und politische Strömungen, die verstärkt zu Verunsicherungen auf relevanten Märkten beitragen. Die Automobilbranche hat es also mit veränderten und hochdynamischen Rahmenbedingungen zu tun, die konsequentes und gezieltes Handeln in Politik und Wirtschaft erfordern.

Die aus der skizzierten Situation resultierenden Einschnitte treffen die Automobilwirtschaft in einer Zeit des Umbruchs und der Transformation. Bislang verdeckte Strukturschwächen werden schonungslos offengelegt. Global strukturierte Abhängigkeiten von einzelnen Produktions- und Absatzmärkten, die sich nicht auflösen lassen und auch nicht aufgegeben werden sollten, entwickeln sich zum zentralen Prüfstein. Wenngleich die Globalisierung mehr Vor- als Nachteile bieten dürfte, ist eine Aufarbeitung der Krisenmomente in Wirtschaft und Politik unumgänglich, um die Zukunft proaktiv zu gestalten.

Unternehmen müssen sich noch stärker und dynamischer als zuvor auf die relevanten Zukunftsfelder fokussieren – politische Entscheidungsträger sind aufgerufen, brauchbare und nachhaltige Rahmenbedingungen zu schaffen. Die Zukunft ist aus einer unsicheren Situation heraus anzugehen, die sicherlich auch Chancen zur Nachjustierung und Umorientierung bezüglich der Wertschöpfungsarchitektur bietet.

Ich möchte Sie einladen, die damit verbundenen Herausforderungen für die Automobilindustrie sowie für die Autohausbetriebe und Werkstätten gemeinsam anzugehen.

Herzlichst,
Ihr Stefan Reindl



25. IfA MarkenMonitor mit Rekord-Beteiligung

Rekordbeteiligung: Befragung von rund 1.200 Autohaus-Führungskräften

Mit der Gesamtdurchschnittsnote von 3,41 (Vorjahr 3,36) stellen die Vertragshändler und Agenten ihren Herstellern und Importeuren im MarkenMonitor 2023 das schlechteste Zufriedenheitszeugnis seit Beginn der Erhebungen im Jahr 1998 aus. Positive Signale gehen aber von einer Rekord-Beteiligung in Höhe von rund 1.200 Vertretern markengebundener Autohausunternehmen aus. Nicht zuletzt das große Engagement der Befragten belegt das große Interesse der Handelsstufe an einer partnerschaftlichen Zusammenarbeit in den Vertriebssystemen.



Dr. Christoph Buchmann (AutoScout24) und Prof. Dr. Stefan Reindl (IfA) bei der AWARD-Verleihung an die Marke Porsche (Bildquelle: IfA)

Dabei standen die Vorzeichen für einen Stimmungsaufschwung vor dem Hintergrund solider Autohaus-Renditen nicht schlecht. Trotzdem wird der Negativrekord des vergangenen Jahres nochmals überboten. Hintergrund hierfür ist – dies belegen insbesondere die Freitextantworten –, dass Geschäftspartner und Investoren auf der Handelsebene bei der Bewertung der Beziehungsqualität neben der Vergangenheits- und Gegenwarts-komponente so stark wie noch nie auch Zukunftsperspektiven in ihre Bewertungen einbeziehen.



Preisverleihung im voll belegten Drivers and Business Club München mit AutoScout24 als Projektpartner und Gastgeber (Bildquelle: IfA)

Erstmals erfolgten die Ergebnispräsentation und Preisverleihung mit über 100 geladenen Gästen im Drivers and Business Club München. Gastgeber war AutoScout24. Das Unternehmen unterstützt den IfA MarkenMonitor seit 2020, wirkt

seither maßgeblich an der Umsetzung der Studie mit und dient zudem als Multiplikator und Sprachrohr in die Branche.

Die Konzeption des IfA MarkenMonitors mit seinen insgesamt 41 Einzelkriterien sowie deren Zuordnung zu fünf zufriedenheitsrelevanten Beziehungsfeldern erlaubt tiefgreifende Analysen:

- Die größten Rückgänge sind im Bereich „Produkt und Marke“ zu verzeichnen. Wenngleich die Zufriedenheit hier um 0,18 Notenpunkte zurückgeht, erfährt das Beziehungsfeld die beste Bewertung (Note 3,09). In den weiteren vier beziehungsrelevanten Feldern fallen die Rückgänge geringer aus und bewegen sich zwischen -0,05 und -0,07 Notenpunkten. Wie im Vorjahr bleibt der größte Kritikpunkt das GW-Geschäft (Note 3,71). Auch die Vertriebspolitik wird mit der Note 3,69 ähnlich schlecht bewertet.
- Lediglich acht der insgesamt 29 analysierten Marken schaffen es, die Händlerzufriedenheit gegenüber dem Vorjahr zu steigern. Aus den Ergebnissen ist abzulesen, dass sich vor allem die von großen Unsicherheiten geprägten Zukunftsperspektiven negativ und tendenziös auf die Stimmungslage der Handelsstufe auszuwirken.
- Darüber hinaus spiegeln zahlreiche Verschiebungen das sehr heterogene Stimmungsbild innerhalb der Branche wider. Lediglich Volkswagen und Porsche können sich über die Verteidigung des Gruppensiegs aus dem Vorjahr freuen. Den Gruppensieg regelrecht erkämpft haben sich durch ihre durchweg positive Entwicklung die Marken Mercedes-Benz, SEAT und Subaru.

Zudem nimmt der IfA MarkenMonitor auch in diesem Jahr branchenaktuelle Fragestellungen ganz besonders intensiv unter die Lupe. Neben der Einführung von Agenturmodellen und der Bedeutung neuer Automobilmarken zur Erweiterung des Angebotsportfolios steht auch das Themenfeld der Weiterbildung und Qualifizierung im Mittelpunkt der Analysen.

Die Ergebnisse basieren auf rund 1.200 Meinungsbildern von Verantwortlichen von Autohausunternehmen und werden anhand einer Notenskala von 1 (=sehr gut) bis 6 (=ungenügend) ausgewiesen.

Die nächste Erhebungswelle startet im April 2024. Markenindividuelle Auswertungen zur Händlerzufriedenheitsanalyse sowie markenspezifische Fragestellungen für 2024 sind realisierbar: www.ifa-info.de | mail@ifa-info.de | 07331 22 440

Alexander Wottge (M. A.)

IfA-DAT HändlergruppenMonitor 2023

TOP 100 Händler mit großer Resilienz

Das Institut für Automobilwirtschaft (IfA) der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt (HfWU) und die Deutsche Automobil Treuhand GmbH

(DAT) präsentieren auch in diesem Jahr im Rahmen des „IfA Branchengipfels“ die Studie zu den 100 größten Automobilhandelsgruppen. Die Traditionsstudie analysiert seit mittlerweile 19 Jahren die wichtigsten Daten, darunter den Neu- und Gebrauchtwagenabsatz, Rendite, Mitarbeiterzahlen und Umsatz. Sie enthält Darstellungen zur längerfristigen Entwicklung der größten Händlergruppen mit Daten für die Jahre 2007 bis 2021 genauso wie Detaildarstellungen zu den TOP-20-Gruppen.



Die zentralen Erkenntnisse für das analysierte Geschäftsjahr 2022 lauten:

- Im Neuwagenabsatz beträgt der Zuwachs der 100 größten Händlergruppen im Vergleich zum Vorjahr 6,3 Prozent, während der Gesamtmarkt in Deutschland um lediglich rund ein Prozent wächst. Rund 29 Prozent aller neu zugelassenen Pkw vermarkten 2022 die großen Händlergruppen Deutschlands.
- Im Gebrauchtwagengeschäft sinken die Absatzzahlen im gleichen Zeitraum um 8,7 Prozent – analog zum Gesamtmarkt. Etwas mehr als 12,4 Prozent aller Gebrauchtwagen in Deutschland werden 2022 über die Top 100-Händlergruppen ausgeliefert.
- Der Umsatz der Top 100-Händlergruppen steigt 2022 gegenüber 2021 um 14,7 Prozent. Das Wachstum ist deutlich größer als im Gesamtmarkt.
- Die Beschäftigtenzahlen der TOP 100 Händlergruppen steigen auf über 93.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, das sind rund 21 Prozent aller im Kfz-Gewerbe (Handel und Werkstätten) beschäftigten Personen.
- Die Umsatzrendite (EBT) verbessert sich 2022 deutlich auf einen Durchschnitt von 3,1 Prozent – ein wesentlich höherer Wert im Vergleich zum Branchendurchschnitt mit 1,9 Prozent.

Daneben geht die Studie auf die Situation, Strukturen und aktuelle Herausforderungen sowie zur strategischen Ausrichtung der Unternehmen ein. Dazu ist festzuhalten, dass die betriebswirtschaftliche Tragfähigkeit der großen Automobilhändler Deutschlands auf einem hohen und stabilen Niveau verharrt. Allerdings lassen sich die langfristigen Auswirkungen der globalen Krisensituation auf den Automobilhandel in Deutschland noch

nicht vollumfassend darlegen. Gerade die vielfältigen Herausforderungen hinsichtlich der Transformation, der parallel verlaufenden Wachstums- und Konsolidierungspfade sowie bezüglich der Etablierung neuer Vertriebsmodelle, Marken- und Angebotsportfolios in einem gesamtwirtschaftlich schwierigen Umfeld stimmen nachdenklich. Hinzu kommen mittlerweile nennenswerte Übernahmen von ausländischen Handelsgruppen, die langfristig zu Verschiebungen innerhalb der Gruppenrankings führen könnten.

Weitere Details zur Studie, zur Methodik und zur Bestellmöglichkeit: <https://top100.dat.de> sowie unter www.ifa-info.de

David Sosto Archimio (M. A.)

ifa automotive
business school

Hochschule für
Wirtschaft und Umwelt
Nürtingen-Geislingen

ifa Institut für
Automobilwirtschaft

Studie von Fraunhofer und IfA

Beschäftigungseffekte im Kfz-Gewerbe für die Jahre 2030 und 2040

Das Kfz-Gewerbe und seine Mitarbeitenden müssen sich verstärkt auf neue Antriebsvarianten, veränderte Vertriebsmodelle und digitale Arbeitsweisen einstellen. Wie verändern sich aber Beschäftigung, Arbeitsvolumen und Jobprofile konkret? Und wie kann sich das Kfz-Gewerbe zukunftsfähig aufstellen?

Diesen und weiteren Fragen gingen das Institut für Automobilwirtschaft und das Fraunhofer IAQ im Auftrag der Landesagentur e-mobil BW sowie dem Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus Baden-Württemberg nach.



Unterstützt wurde das Projektteam zudem durch den Verband des Kraftfahrzeuggewerbes Baden-Württemberg e.V. und die IG Metall Baden-Württemberg.

Die Studie prognostiziert sowohl deutschland- als auch landesweit eine Abnahme der Beschäftigtenzahlen im Kfz-Gewerbe. Die zunehmende Fahrzeugdigitalisierung, die Digitalisierung von Geschäftsprozessen, die Elektrifizierung des Antriebsstrangs und veränderte Vertriebsmodelle sind hauptverantwortlich für den Wandel im Kfz-Gewerbe. Um Geschäftsmodelle neu auszurichten, fallen zudem hohe Investitionskosten an.

Langfristig prognostizieren die Studienautoren vom Fraunhofer IAO und dem Institut für Automobilwirtschaft daher, dass sich fabrikatsunabhängige Betriebe deutlich schwerer im Wettbewerb behaupten können und sich fabrikatsgebundene Betriebe vermehrt zusammenschließen werden.



Professor Benedikt Maier bei der Studienpräsentation (Bildquelle: IfA)

Die Vermittlung von Mobilitätsdienstleistungen und Zusatzangeboten kann einen neuen Tätigkeitsschwerpunkt in Autohäusern darstellen, um sich über Zusatzleistungen und Beratungsservices vom Wettbewerb abzugrenzen. Der Wandel im Kfz-Gewerbe führt unvermeidlich zur Veränderung klassischer Jobprofile. Mitarbeitende müssen daher neue Kompetenzen erlangen. Erforderlich sind vor allem Hochvolt- und Softwarekompetenzen für die Arbeit an elektrifizierten, vernetzten und automatisierten Fahrzeugen. Auch die Online-Customer-Journey erfordert eine kontinuierliche Weiterbildung der Mitarbeitenden.

Die Studie „Beschäftigungseffekte im Kfz-Gewerbe 2030/2040“ sowie weitere Publikationen sind kostenfrei bei der Landesagentur e-mobil BW erhältlich.

Weiterführende Informationen unter: <https://www.e-mobilbw.de/service/publikationen>

David Sosto Archimio (M. A.)

TÜV Nord-/AUTOHAUS-/IfA-Studie

Autohäuser und Werkstätten im Omnikanal-Modus

Steigende Energiekosten, inflationsbedingte Kaufzurückhaltung und ein zunehmend verschärfter Fachkräftemangel stellen das Konzept und Geschäftsmodell „Autohaus“ ein weiteres Mal auf den Prüfstand. Um in diesem dynamischen Umfeld Schritt zu halten, sind Anpassungswille, Risikobereitschaft und Höchstgeschwindigkeit bei der Umsetzung geeigneter Konzepte gefragt. Die Branche wird sich wohl daran gewöhnen müssen, Entscheidungen unter Unsicherheiten zu treffen. Wichtiger denn je ist daher eine belastbare Entscheidungsgrundlage – die Digitalstudie 2022 wird hierbei unterstützen.

In ihrer nunmehr vierten Auflage hält die Digitalstudie an Bewährtem fest und ergänzt dies um ganz aktuelle Fragestellungen zum Aufbau und Management des Kundenkontaktmanagements. So bezieht sich auch in dieser Ausgabe das Forschungsinteresse auf die „Kundenreise“ im Kauf- und Werkstattprozess – im engeren Sinne auf die Nutzung von Kanälen und Medien. Insgesamt werden 16 Kundenkontaktmomente berücksichtigt. Darüber hinaus liefert die Digitalstudie 2022 im Rahmen von Sonderthemen wertvolle Antworten auf folgende Fragestellungen:

- In welchen Kontaktsituationen fordern Kundinnen und Kunden einen persönlichen Ansprechpartner ein?
- Welche Bereitschaft zeigen Kundinnen und Kunden für den Online-Kauf von Fahrzeugen?
- Welche Bedeutung haben Kundenrezensionen auf Online-Bewertungsplattformen?
- Welche Anforderungen haben Kundinnen und Kunden an die Dichte von Vertriebs- und Service-netzen?

Wie die Studienergebnisse zeigen, beginnt der „Kampf“ um den Kunden dem Kauf zeitlich weit vorgelagert und entscheidet sich zunehmend online. Die Online-Sichtbarkeit von Autohäusern und Werkstätten entwickelt sich daher zum kritischen Erfolgsfaktor. Diese Entwicklung haben die Autohausverantwortlichen erkannt, denn nie zuvor investierten die Betriebe mehr Geld in Online-Marketing-Aktivitäten als noch im Jahr 2022.

Das Betriebskonzept Autohaus ist aber weiterhin nicht überholt. Trotz der Vielzahl an Online-Touchpoints, nimmt ein relevanter Anteil der Käuferinnen und Käufer von Neu- und Gebrauchtwagen weiterhin die Angebote stationär-persönlicher Kontaktpunkte wahr. Nachfragende werden künftig aber noch zielfokussierter entscheiden und nur diejenigen Betriebe aufsuchen, die sie konsequent in den Mittelpunkt ihrer Aktivitäten stellen. Um diesen Erwartungen gerecht zu werden, müssen Handelsbetriebe eigene und spezifische Omni-Kanäle aufbauen – also Customer Centricity hat Vorrang!

Die Untersuchung stellt ein Kooperationsprojekt zwischen der Fachzeitschrift AUTOHAUS, dem



TÜV Nord und dem Institut für Automobilwirtschaft (IfA) dar. Die aktuelle Studie stützt sich auf repräsentative Befragungen von Automobilkäufern, Werkstattkunden und Autohausunternehmern. Die Gegenüberstellung von Anforderungen der Kundenseite mit anbietenden Händlern und Werkstätten ermöglicht die Identifikation relevanter Handlungsfelder.

Die 2023er Auflage der Studie wird am 27. November 2023 im Rahmen eines Webinars vorgestellt. Neben den Kundenverhaltensweisen in den Sales- und Aftersales-Bereichen werden in der diesjährigen Studie Geschäftsmodelle rund um die Elektromobilität, Functions-on-Demand und neue Hersteller aus China detailliert analysiert.

Ein kostenfreies Whitepaper sowie die Gesamtstudie „Autohäuser und Werkstätten im Wechselspiel zwischen online und offline“ können über den TÜV Nord bezogen werden.

Prof. Dr. Benedikt Maier

Verkaufskosten der Handelsstufe

Prozess- und Kostenanalyse im Neuwagenverkauf

Im Rahmen der neuen Vertriebsstrategie eines Importeurs aus dem Volumensegment suchen Hersteller und Handelsorganisation nach einvernehmlichen Regelungen zur Vergütung der Vertriebsaktivitäten auf der Retail-Ebene. Für die Verhandlung der Margenbestandteile steht vor allem die Frage im Mittelpunkt, welche Kosten die Vermarktung von Neuwagen bei den Vertragspartnern des Herstellers auslöst.

Das Institut für Automobilwirtschaft (IfA) führte von Februar bis März 2023 im Auftrag des Händlerverbands eine Prozess- und Kostenanalyse durch. Die Analyse widmete sich den Fragen, wie sich die Vollkosten über die einzelnen Schritte des Verkaufsprozesses verteilen und welche Unterschiede in der Kostensituation und -struktur zwischen unterschiedlichen Betriebstypen ausmachen sind.

Das Projektteam kann hierzu auf die Absatzzahlen und betriebswirtschaftliche Daten von rund 95 Händlerbetrieben zurückgreifen. Parallel liegt eine Vielzahl an Interviews von Verkaufsberaterinnen und Verkaufsberater zu den Ausübungszeiten einzelner Tätigkeiten im Verkaufsprozess vor. Die bereits abgeschlossenen Analysen beziehen sich auf Händlerbetriebe unterschiedliche Größe und Situation. Inzwischen lässt sich die gegenwärtige Kostensituation für drei Betriebstypen darle-

gen. Verschiedene Szenarien skizzieren die Auswirkungen der Einführung eines Agenturmodells mit einer festgelegten Provisionierung.

Die Ergebnisse werden dem Importeur sowie dem Händlerverband gleichermaßen helfen, eine angemessene Vergütung für die erbrachten Leistungen zu definieren.

Jan Ole Thomas (M. Sc.)

IfA-/Fraunhofer-Studie

Servicemarkt 2040: Perspektiven und Strategien für Freie Werkstätten

Von den insgesamt 36.420 Autohäusern und Werkstätten in Deutschland sind rund 22.000 Betriebe fabrikatsungebunden. Zwei Drittel der Kfz-Betriebe sind demnach Freie Werkstätten mit deutschlandweit

über 105.000 Arbeitsplätzen. Die Unternehmen sind zu großen Teilen Klein- und Kleinstbetriebe. Ihr wirtschaftliches Rückgrat ist das Werkstatt- und Teilegeschäft. Im Rahmen einer Gemeinschaftsstudie zwischen IfA und Fraunhofer IAO werden die im Servicemarkt vorherrschenden Umsatz- und Ertragsstrukturen sowie Akteurskonstellationen erfasst. Dabei liegt ein Fokus der Untersuchung auf den Auswirkungen von acht Veränderungstreibern auf den Servicemarkt. Denn die E-Mobilität, die weiterhin unklaren Zugangsregelungen für die Akteure des Kfz-Ökosystems zu Fahrzeugdaten, der Arbeitskräftemangel, die zunehmende Komplexität der Fahrzeuge, die Zunahme der „gesteuerten“ Werkstattaufträge verändern das Servicegeschäft mit einer äußerst hohen Dynamik.

Die acht Veränderungstreiber werden in der Studie ausführlich dargelegt und deren Handlungsdruck auf Basis einer Online-Befragung auf die Geschäftsmodelle der Werkstätten bewertet. Zudem blickt die Studie in die Zukunft. Unter Berücksichtigung möglicher Entwicklungspfade erfolgt eine Prognose der Beschäftigungsvolumina für die Jahre 2030 und 2040 sowie eine Prognose bezüglich des Servicemarktvolumens (Umsatz) für das Jahr 2030.





Mitwirkende auf der Studienpräsentation in der Zukunftswerkstat 4.0 in Esslingen (Bildquelle: IfA)

Ferner beinhaltet die Studie eine empirisch gestützte Prognose zur künftigen Bedeutung einzelner Anbietergruppen. Die Ergebnisse fließen abschließend in vier grundsätzliche Strategieoptionen für Freie Werkstätten ein. „Toolboxen“ zeigen zudem Möglichkeiten auf, wie Werkstätten die gewählte Strategie erschließen können. Folgende Kernergebnisse sind bezüglich der Entwicklung des Servicemarktes festzuhalten.

- Der Bestand an Fahrzeugen mit Verbrennungsmotoren wird das Servicemarktvolumen bis 2030 auf hohem Niveau stabilisieren.
- Automobilhersteller werden Fahrzeuge länger an die eigene Organisation binden.
- Ein nachhaltiger Konsolidierungsprozess ist auch bei den Freien Werkstätten zu erwarten.
- Hersteller und Spezialisten gewinnen an Bedeutung. Für Freie Werkstätten als „Allrounder“ wird es zunehmend schwerer, sich zu positionieren.
- Die Stundenverrechnungssätze steigen bis 2030 um 44 Prozent an.
- Der Personalbedarf im freien Markt nimmt bis 2030 um 16 Prozent ab.
- Die Bindung der Bestandskunden hat einen höheren Stellenwert als die Neukundenakquisition.

Die neue Studie wird von der Landesagentur e-mobil BW und der Landeslotsenstelle Transformationswissen BW herausgegeben. Der Verband des Kraftfahrzeuggewerbes Baden-Württemberg e.V. hat die Studie inhaltlich begleitet.

Die Studie „Servicemarkt 2040: Perspektiven und Strategien für freie Werkstätten“ sowie weitere Publikationen sind kostenfrei bei der Landesagentur e-mobil BW erhältlich. Weiterführende Informationen unter: <https://www.e-mobilbw.de/service/publikationen>

Prof. Dr. Benedikt Maier und Prof. Dr. Stefan Reindl

Leistungsfähigkeit von Fahrsimulatoren

Simulator-Einsatz in Fahrschulen zur Vermittlung von Schaltkompetenz

Fahrschülerinnen und -schülern kann mittlerweile auch beim Ablegen der praktischen Fahrerlaubnisprüfung auf einem Automatikfahrzeug eine unbeschränkte Fahrerlaubnis erteilt werden, mit der sie zur Führung von Fahrzeugen mit Schaltgetriebe berechtigt sind. Voraussetzungen hierfür ist, dass zusätzlich eine praktische Ausbildung auf einem Schaltfahrzeug mit mindestens zehn Fahrstunden erfolgt. Zudem müssen Fahrlehrerinnen und -lehrer den sicheren, verantwortungsvollen und umweltbewussten Umgang mit Schaltfahrzeugen bescheinigen.

Mit dieser wesentlichen Änderung der gesetzlichen Rahmenbedingungen wird eine Integration von Fahrzeugen mit Schalt- und Automatikgetriebe in die Fahrausbildung erreicht, die es ermöglicht, verstärkt Fahrzeuge mit Automatikgetriebe und damit insbesondere Elektrofahrzeuge in die Fahrausbildung einzubinden. Die geänderten Rechtsvorschriften beeinflussen weitreichend die Organisation der praktischen Fahrausbildung in den einzelnen Fahrschulen. So ist die Vorhaltung von zusätzlichen Fahrzeugen zur Durchführung der Schalt- und Automatikstunden notwendig. Für Fahrschulbetriebe stellt dies eine zusätzliche finanzielle Belastung dar, die sich für die Fahrschülerinnen und -schüler auch in höheren Kosten für die Inanspruchnahme von Fahrschulleistungen äußert.

Die Ergebnisse einer wissenschaftlichen Evaluierung durch das Institut für Automobilwirtschaft (IfA) zeigen, dass der Einsatz von Fahrsimulatoren unter qualitativen als auch ökonomischen Gesichtspunkten eine sinnvolle Alternative zu Übungsstunden im Fahrschul-Pkw darstellen kann. So wurde durch einen deutschlandweit angelegten Feldversuch mit 15 teilnehmenden Fahrschulbetrieben und rund 100 Fahrschülerinnen und -schülern als Probanden die Leistungsfähigkeit von Fahrsimulatoren wissenschaftlich unter Beweis gestellt.

Im zugrundeliegenden experimentellen Versuchsaufbau hat das Forscherteam die Schalt- und Fahrkompetenz von zwei Untersuchungsgruppen mit unterschiedlichen Ausbildungsverläufen gegenübergestellt. Während die Gruppe 1 die konventionell im Schalt-Pkw geschulten Fahrschülerinnen und -schüler umfasste, setzte sich die zweite Untersuchungsgruppe aus Führerschein-

anwärterinnen und -anwärtern mit Ausbildungsstunden, die je zu je 50 Prozent im Simulator und Schalt-Pkw abgeleistet wurden, zusammen. Um einen direkten Vergleich zu gewährleisten, haben die Probanden beider Gruppen eine 20-minütige Testfahrt absolviert. Diese wurde in einem Schaltfahrzeug im realen Straßenverkehr durchgeführt und durch einen neutralen Sachverständigen bewertet.



Feldphase zur Untersuchung der Leistungsfähigkeit von Fahrsimulatoren hinsichtlich der Vermittlung von Schaltkompetenz (Bildquelle: IfA)

In der Gesamtschau belegen die Ergebnisse, dass die – im Vergleich zu der herkömmlichen Fahrausbildung in realen Fahrzeugen – mit Simulatorstunden kombinierte Fahrausbildung das identische Kompetenzniveau vermitteln kann. Dabei eignet sich der Simulator besonders zur Adressierung von Lehrinhalten der grundlegenden Fahrzeugbedienung. Zusammenfassend sind die Ergebnisse als Argument für einen Ausbau des Simulatoreinsatzes in Fahrschulen zu werten.

Auftraggeber und Kooperationspartner des Projektes ist die MOVING International Road Safety Association e. V. mit Sitz in Berlin.

Jan Ole Thomas (M. Sc.) und
Alexander Wottge (M. A.)

IfA-Studie zur Neuausrichtung der Fahrausbildung

Einsatzmöglichkeiten von Simulatoren zur Ausbildung in Fahrschulen

Das Institut für Automobilwirtschaft (IfA) hat im Juni 2023 den Zuschlag für das Projekt „Einsatzmöglichkeiten von Fahrsimulatoren in der Ausbildung von Fahrschülern“ erhalten. Auftraggeberin ist die Bundesanstalt für Straßenwesen (BASt). Das Projekt wurde initiiert vom Bundesministerium für Digitales und Verkehr (BMDV).

Übergeordnetes Ziel ist es, die Fahrausbildung in Deutschland zu modernisieren und zukunftsfähig auszurichten sowie die Ausbildungsqualität und

Verkehrssicherheit dauerhaft zu erhöhen. Beauftragt wurde das Institut für Automobilwirtschaft (IfA) mit der Ausarbeitung eines Nutzungskonzepts für die Einbindung von Fahrsimulatoren in die Fahrausbildung.

Die Fahrausbildung mit Simulatoren birgt nach ersten Zwischenergebnissen konkrete Chancen und Erfolgspotenziale. So sind Fahrsimulatoren beispielsweise aus einer ökologischen Perspektive heraus vorteilhaft, da sich der Energieverbrauch und die CO₂-Emissionen der Simulatorausbildung im Vergleich zum Einsatz eines Realfahrzeuges erheblich senken lassen. Die Ergebnisse zeigen zudem aus einer sozioökonomischen Perspektive heraus, dass die niedrigeren Preise einer Simulatorstunde im Vergleich zu einer „realen“ Fahrstunde insgesamt zur Kostenreduktion für Fahrschülerinnen und -schüler maßgeblich beitragen können.

Auch aus lernpsychologischer Perspektive können die standardisierten Lernbedingungen, die durch Simulatoren geschaffen werden, positive Einflüsse auf die Lernprozesse hervorrufen. So ermöglichen Simulatoren unter anderem die gezielte Wiederholung einzelner Ausbildungsinhalte und die Simulation von Einflüssen und Situationen, die in der Fahrausbildung nur selten auftreten – beispielsweise Wildwechsel, Straßenglätte oder die Begegnung mit Pannenfahrzeugen.

Der Gesetzgeber sieht aktuell jedoch keine Möglichkeit vor, die auf einem Fahrsimulator absolvierten Ausbildungsanteile als fahrpraktische Ausbildung im Sinne von §5 und §5a der Fahrschüler-Ausbildungsordnung anzuerkennen bzw. anzurechnen. Gesamtziel des Projektes ist es deshalb darzulegen, welche Ausbildungsinhalte durch leistungsfähige Simulatoren sowohl in der theoretischen als auch in der praktischen Fahrausbildung vermittelbar sind. Neben der Erarbeitung der konkreten Einsatzmöglichkeiten sind hierfür Kriterien zu definieren, anhand derer sich die Leistungsfähigkeit eines geeigneten Fahrsimulators messen lässt.

Der Bearbeitungszeitraum des Projekts reicht von Juni bis Dezember 2023.

Jan Ole Thomas (M. Sc.)

Prognosemodell zum BEV-Markthochlauf

Market ramp-up

Die Unternehmen der Automobilwirtschaft sind mit zahlreichen, teilweise parallel verlaufenden Veränderungen konfrontiert. Die Transformation

des Wirtschaftszweigs ist offensichtlich durch die Digitalisierung sowie insbesondere durch die Elektrifizierung der Fahrzeuge getrieben. Nicht nur politisch, sondern auch gesellschaftlich ist die Bereitschaft hoch, die CO₂-Emissionen nachhaltig zu senken.

Das heißt auch und insbesondere, der Verkehrssektor – und damit der Individuelle Verkehr (IV) – muss seinen Beitrag zur Erreichung der Klimaziele leisten. Von Bedeutung ist dabei die Elektrifizierung der Fahrzeugflotte, die einen besonders großen Effekt auf die Minderung des CO₂-Ausstoßes verspricht.

Jedoch sind die in den einschlägigen Medien veröffentlichten Zahlen zum Markthochlauf der E-Mobilität nach wie vor von großen Unsicherheiten geprägt. Tragfähige Prognosedaten sind aber nicht zuletzt zur Gestaltung des strukturellen Wandels besonders wichtig. Vor diesem Hintergrund zielt das Projekt „Market ramp-up“ darauf ab, ein analytisch tragfähiges Prognosemodell zu entwickeln, auf dessen Basis sich die Markthochlaufszenerarien der Elektromobilität in Deutschland simulieren lassen.

Ausgangspunkt der Prognosen bildet ein ökonomisches Modell, das empirisch basiert und mittels einer mathematischen Schätzfunktion wissenschaftlich tragfähige Zukunftsszenarien abbilden kann. Mit dieser Funktion kann unter Einbezug der möglichen Einflussfaktoren als erklärende Variablen eine rechnerisch möglichst exakte Prognose des Neuwagenmarkts ermittelt werden. Berücksichtigt sind dabei insgesamt 15 Aspekte und Einflussfaktoren, die aus politischen, ökonomischen, sozialen und technischen Zusammenhängen resultieren.

Die Analysen hinsichtlich der Pkw-Neuzulassungen für das Jahr 2030 weisen auf dieser Basis auf einen Marktanteil an elektrifizierten Fahrzeugen – also insbesondere batterieelektrische und hybridisierte Fahrzeuge – in Höhe von rund 50 Prozent hin. Im Hinblick auf den Fahrzeugbestand ist den Berechnungen zufolge von einem 20-Prozent-Anteil an elektrifizierten Fahrzeugen auszugehen.



ifa Institut für
Automobilwirtschaft

Auftraggeber des Projekts ist die Deutsche Automobil Treuhand (DAT).

Alexander Wottge (M. A)

Buchbeitrag: Wandel im Dienstleistungsmanagement

Transformation des Automobilvertriebs und -handels

Getrieben von technologischen, wettbewerbsseitigen und gesellschaftlichen Umbrüchen stehen die Akteure der Automobilwirtschaft unter massivem Druck. Um die Zukunft der Branchenunternehmen mit geeigneten Leistungsangeboten abzusichern, sind neben dem traditionellen Produktportfolio kundenorientierte und gleichzeitig profitable Dienstleistungsportfolios rund um die Automobilität aufzubauen.

Die Umorientierung hin zu Dienstleistungsstrukturen zeigt sich bereits auf den verschiedenen Wertschöpfungsebenen mit unterschiedlicher Dynamik und Intensität. Der Buchbeitrag von Stefan Reindl zeigt hierzu zunächst auf, dass die aktuell erörterten Angebotsleistungen auf den üblicherweise diskutierten Transformationsfeldern wie der Elektrifizierung von Fahrzeugantriebssträngen, der Konnektivität, Vernetzung und Digitalisierung sowie auf Themenkomplexen rund um innovative Mobilitätsdienstleistungen und autonome Fahrzeugsysteme basieren.

Die tatsächlich realistischen Optionen zur Umsetzung solcher Angebotsstrategien mit einzelnen Leistungsangeboten innerhalb von hersteller- und händlerseitigen Vertriebsstrukturen müssen allerdings bislang im spekulativen Bereich verharren. Der Beitrag nimmt vor diesem Hintergrund zunächst die Diskussion um die Notwendigkeit von Transformationsprozessen im Automobilvertrieb auf, um danach die strategische Neuausrichtung mittels optionaler Dienstleistungs- und Angebotsbündel zu analysieren.

Hierzu werden optionale Dienstleistungen und Angebotsbündel anhand von Dimensionen wie erwartbare „Kundengruppensynergie“ und „Investitionsintensität“ bewertet. Die auf dieser Basis ausgewiesenen mobilitätsschaffenden, mobilitätssichernden und mobilitätserweiternden Dienstleistungsangebote liefern praxisorientierte Ansätze für Vertriebsorganisationen der Hersteller und Fabrikathändler



gleichermaßen, ihre Leistungsportfolios in geeigneter Weise auszubauen. Im Mittelpunkt der Darstellung stehen abschließend insbesondere Kriterien, die eine Ausgestaltung mit innovativen und gleichzeitig kundenfokussierten Leistungsangeboten gewährleisten. Außerdem werden Voraussetzungen bezüglich geeigneter Handlungsfelder, Infrastrukturen und Know-how sowie Lösungsansätze zur Umsetzung von betriebswirtschaftlich tragfähigen Geschäftsmodellen dargelegt.

Der Buchbeitrag von Prof. Dr. Stefan Reindl ist erschienen in: Manfred Bruhn, Karsten Hadwich (Hrsg.): Gestaltung des Wandels im Dienstleistungsmanagement, Band 1: Innovationsperspektive – Digitalisierungsperspektive – Nachhaltigkeitsperspektive, Buchreihe: Forum Dienstleistungsmanagement, Springer Fachmedien, Wiesbaden 2023.

Prof. Dr. Benedikt Maier

Lead Value Measurement

Bedeutung von Online-Plattformen für den Gebrauchtwagenhandel

Gebrauchtwagenkunden lassen sich hinsichtlich ihrer Customer Journey in kein Korsett zwingen. Sie entscheiden selbstselektiv und situativ, welche Kanäle der Information und Kommunikation sie zu welchem Zweck entlang ihrer Reise zu einem neuen Produkt einsetzen. Dabei verschwimmen die einst starren Grenzen zwischen digitalen und analogen Kanälen zunehmend.

Auch im Automobilhandel zählen die Zeiten, in denen Autohausunternehmen als exklusive Ansprechpartner rund um den Fahrzeugkauf agieren, der Vergangenheit an. Mittlerweile erwarten potenzielle Kunden für jeden Schritt ihrer „Reise“ zum Fahrzeugkauf die Wahlmöglichkeit zwischen einer onlinebasierten, einer digitalen oder einer analogen Kontaktoption. Um diese Kundenkontaktsituationen buhlen neben den Herstellern und den Autohausunternehmen insbesondere auch dritte Akteure mit dem Ziel, Anbietende und Nachfragende zusammenzubringen. Das Akteursfeld im Kampf um die Kundenschnittstelle hat daher in den vergangenen Jahrzehnten deutlich an Vielfalt und Wettbewerbsintensität gewonnen. Diese Entwicklung erhöht zweifellos auch die Komplexität in Autohausunternehmen.

Einschlägige Marktstudien zeigen, dass Gebrauchtwagenkunden in den frühen Phasen des Kaufprozesses primär auf Online-Medien setzen. Auf Online-Plattformen Dritter informieren, orientieren, vergleichen, bewerten oder konfigurieren Kaufinteressierte. Dies erfolgt vielfach losgelöst von Hersteller- oder Händlerkontakten. Ob

Kunden den Weg zum Autohausunternehmen finden oder nicht, hängt daher zunehmend von Online-Plattformen ab.

Ziel des Projektes ist es insbesondere, den Stellenwert von Online-Plattformen für Autohausunternehmen zu identifizieren und monetär zu bewerten. Dabei stehen nicht zuletzt Möglichkeiten zur Optimierung von Conversion-Rates sowie die Analyse von maßgeblichen Gründen für den Abbruch individueller Customer Journeys im Mittelpunkt. Daneben sind durch die Gegenüberstellung von Kundenverhaltensweisen und regionalen Unterschieden ebenfalls übergeordnete Strukturen zur Optimierung des Markterfolgs herauszuarbeiten.

Kooperationspartner des Forschungsprojekts ist die AutoScout24 GmbH. Die Laufzeit des Projektes beträgt sieben Monate – nämlich von Juli 2023 bis Januar 2024.

Fabian Keppeler (M. A.)

Zukunftscheck Kfz-Gewerbe

Workshopformat zur Zukunftsfähigkeit von Autohausbetrieben

Das Kfz-Gewerbe und seine Mitarbeitenden müssen sich verstärkt auf neue Antriebsvarianten, veränderte Vertriebsmodelle und digitale Arbeitsweisen einstellen. Es geht dabei nicht zuletzt um die strategische Neuausrichtung etablierter und neuer Geschäftsmodelle des Branchen Zweigs.

Mit dem Zukunftscheck Kfz-Gewerbe entwickeln das Institut für Automobilwirtschaft (IfA) und das Fraunhofer IAO ein halbtägiges Workshopkonzept, um die Betriebe des Kfz-Gewerbes bei ihrer strategischen Ausrichtung zu unterstützen. Das Konzept berücksichtigt die sich im Markt abzeichnenden Veränderungen und übersetzt die sich daraus ergebenden Auswirkungen auf das individuelle Unternehmen. Dazu werden in den Workshops die autohauseigenen Stärken und Schwächen analysiert sowie Chancen abgeleitet, die sich aus externen Trends und Einflussstrebem ergeben. Ebenfalls erfolgt die gemeinsame Definition erster Schritte und Maßnahmen, die zur Ergreifung der Chancen umzusetzen sind. Geleitet werden die Workshops durch qualifizierte Trainer, die eine entsprechenden Train-the-Trainer-Schulung durchlaufen müssen.

Der „Zukunftscheck Kfz-Gewerbe“ wird durch die Landeslotsenstelle Transformationswissen BW,

den Landesverband Kfz-Gewerbe Baden-Württemberg und die Zukunftswerkstatt 4.0 finanziert. Interessierte Autohausunternehmen dürfen gerne direkt auf das Team der Landeslotsenstelle zu gehen: www.transformationswissen-bw.de

Alexander Wottge (M. A.)

Beschaffung von kommunalen Nutzfahrzeugen

Soziale Nachhaltigkeit in der Lieferkette

Kautschuk in Reifen, Lithium in Antriebsbatterien oder Kupfer in Kabelsträngen: In den Lieferketten von Pkw und Nutzfahrzeugen lassen sich zahlreiche Rohstoffe identifizieren, mit deren Beschaffung für die Einkaufsabteilungen der Unternehmen entlang den Lieferketten sowohl menschenrechtliche als auch umweltseitige Herausforderungen verbunden sind.

Dabei ist eine humanitäre Wirtschaftsentwicklung im globalen Kontext nur dann möglich, wenn sich politische, privatwirtschaftliche und zivilgesellschaftliche Entscheidungsträger für die Wahrung der Menschenrechte und die Einhaltung von Sozialstandards einsetzen.

Gerade an dieser Stelle setzt die Studie an: Sie stellt Verantwortlichen in der kommunalen Beschaffung Informationen und Leitfragen zur Verfügung, damit sie die Sachverhalte rund um die soziale Nachhaltigkeit in den Dialog mit Anbietern fundiert einbringen können.



Das Institut für Automobilwirtschaft (IfA) nimmt innerhalb eines Projektkonsortiums eine Schlüsselrolle ein, indem es im Rahmen umfangreicher Untersuchungen sowohl die Bearbeitung der technischen als auch der marktseitigen Themenschwerpunkte verantwortet.

Grundlage der Studie bildet zunächst ein Markt-screening, um die relevanten Anbieter und Lieferanten im Nutzfahrzeugsektor zu identifizieren. Darauf aufbauend sind relevante Lieferketten von Bauteilen dargelegt, um mögliche Menschen-

rechtsverletzungen bzw. Umweltrisiken aufzudecken. Die Auswertung einer Vielzahl an Experteninterviews mit Anbietern entlang der gesamten Wertschöpfungsketten gestattet zudem einen Blick in die Unternehmensrealität zu dieser Thematik.

Die Studie ist zudem darauf ausgerichtet, Beschaffungsverantwortliche bei der Auswahl von Anbietern kommunaler Nutzfahrzeuge zu unterstützen und Kriterien der sozialen Nachhaltigkeit stärker in den Fokus von Vergabeentscheidungen zu rücken.

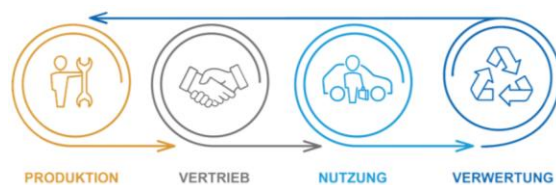
Initiator des Projekts ist die Engagement Global gGmbH, einer durch das Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung beauftragte Institution.

Alexander Wottge (M. A.)

BMWK-Forschungsprojekt

Datenbasierte Geschäftsmodelle für Autohäuser und Werkstätten

Die Relevanz digitaler und dienstleistungsbasierter Geschäftsmodelle wirkt sich zunehmend auf die Wertschöpfungsketten in der Automobilbranche aus. Wo in der Vergangenheit das physische Produkt „Automobil“ im Mittelpunkt stand, sind es künftig die Nutzerinnen und Nutzer, die ihre individuellen Bedürfnisse nach Automobilität deutlich machen. Jedoch stellen insbesondere fehlendes Know-how sowie fehlender finanzieller Spielraum Eintrittsbarrieren für Unternehmen dar, neue und digitalisierte Geschäftsmodelle zu verfolgen und zu realisieren.



Die vier Dimensionen im Projekt (Bildquelle: IfA)

Das Projekt DiSerHub verfolgt die Zielsetzung, Transformations-Hubs für Digitale Services und Geschäftsmodelle aufzubauen. Dies wird für eine verbesserte, nachhaltigere Nutzung geeigneter Infrastrukturen sorgen. Ziel ist die Bereitstellung eines kosten- und diskriminierungsfreien Zugangs zu On-Demand und Live-Formaten, die insbesondere der Vernetzung und dem Wissenstransfer rund um datenbasierte Geschäftsmodelle dienen. Das Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK) stellt als Fördergeber ein Finan-

zierungsvolumen von ca. 3,4 Mio. € für die Laufzeit von September 2022 bis Juni 2025 bereit. Mit dem FIR e. V. an der RWTH Aachen, der Universität Paderborn, dem An-Institut für Transfer und Weiterbildung der TU Chemnitz, der Fraunhofer-Allianz autoMOBILproduktion und dem Institut für Automobilwirtschaft (IfA) besteht das Projektkonsortium aus fünf Forschungseinrichtungen verschiedener Automobilregionen Deutschlands, die unterschiedliche Schwerpunktthemen übernehmen. Das Institut für Automobilwirtschaft (IfA) und die Zukunftswerkstatt 4.0 bilden den Transformations-Hub Südwest. Als Zielgruppen des Hub Südwest stehen der Kfz-Handel und die Kfz-Werkstätten im Mittelpunkt. Schwerpunkt bildet die datenbasierte Autohausökonomie mit der Fragestellung, inwiefern dahingehend Geschäftsmodelle ertragsgenerierend für das Kfz-Gewerbe umsetzbar sind?



Mitarbeitende des Projektkonsortiums in der Zukunftswerkstatt 4.0 (Bildquelle: IfA)

Im Mittelpunkt der IfA-Projektschwerpunkte stehen die Vernetzung von potenziellen Diensteanbietern sowie der Transfer von datenbasierten Geschäftsmodellen in Richtung der Autohäuser und Werkstätten. Unternehmen sind eingeladen, im Hub aktiv mitzuwirken und von den Kontakten und Erkenntnissen zu profitieren. IfA-Kontakt: jan.thomas@ifa-info.de

Jan Ole Thomas (M. Sc.)

AuToS SW-BW

Unterstützung der KMU-Automobilzulieferer im Südwesten

Das Institut für Automobilwirtschaft (IfA) ist stolz darauf, seit Oktober 2022 an der Seite seiner Konsortialpartner – IHK Schwarzwald-Baar-Heuberg, Hahn-Schickard Gesellschaft (HSG) für angewandte Forschung e. V., Hochschule Furtwangen (HFU) und Berufliche Bildungsstätte Tuttlingen GmbH – ein Teil des Projekts „AuToS SW-BW“ zu

sein und gemeinsam zukunftsweisende Themen der Zulieferindustrie im Südwesten Baden-Württembergs anzugehen.

Im Mittelpunkt des Projekts „AuToS SW-BW“ steht die Region Schwarzwald-Baar-Heuberg im Südwesten Baden-Württembergs, die mit über 25.000 Arbeitsplätzen in der Automobilwirtschaft zu den Top-100-Automobilregionen Deutschlands zählt. Das bis Juni 2024 vom Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK) geförderte Projekt mit einem Fördervolumen gesamt: ca. 2,8 Mio. € möchte einen maßgeblichen Beitrag dazu leisten, die lokalen Unternehmen der Automobilwirtschaft auf dem Weg in ein postfossiles, digital-vernetztes und globales Zeitalter zu unterstützen und deren Innovationskraft zu fördern.



Projektteam AuToS SW-BW. Vom IfA mit dabei: Jakob Holz, Alexander Wottge und Benedikt Maier (Bildquelle: IfA)

Strukturell ist die automobiler Zuliefererlandschaft der Region stark durch kleine und mittlere Betriebe geprägt, die aufgrund ihrer Tätigkeitsschwerpunkte in Bereichen der mechanisch gefertigten Einzelteile und ihrer Positionierung als Tier-2- oder 3-Lieferanten einem hohen Transformationsdruck ausgesetzt sind. Unter aktivem Einbezug dieser KMU-Betriebe und weiterer Institutionen sind Geschäftsmodelle zukunftsorientiert auszurichten, Mitarbeiter zu qualifizieren sowie den Wissenstransfer sicherzustellen.

Das Institut für Automobilwirtschaft (IfA) ist federführend für den Projektschwerpunkt „Zukunftsfelder und Transformation“ verantwortlich. Vor diesem Hintergrund sind Zukunftsperspektiven und Strategien für die Automotive-Region Schwarzwald-Baar-Heuberg und deren ansässige Automobilzulieferer darzulegen. Im Fokus dabei stehen KMU-Betriebe, deren Produkt- und Leistungsspektrum sich aktuell vorrangig im Umfeld des Verbrennungsmotors bewegt.

Weiterführende Informationen unter: <https://www.autos-sw-bw.de>



Fabian Keppeler (M. A.)

Zukunftswerkstatt 4.0

Innovative Technologien und Anwendungen von rund 130 Partnern

Die Zukunftswerkstatt 4.0 ist als offene Plattform konzipiert und dient nicht zuletzt als Innovationschauffenster mit einem der bedeutendsten Netzwerke der Branche. Eine Vielzahl an Unternehmen entlang der automobilen Wertschöpfungskette trifft sich hier auf Augenhöhe und rüstet sich gemeinsam für technologisch getriebene Transformationsprozesse. Im Sommer fand beispielsweise das erste Partner-Networking-Event der Zukunftswerkstatt 4.0 mit über 150 Teilnehmenden, interaktiven und themenbezogenen Formaten und einer Keynote der Volkswagen-Vertriebsvorständin Imelda Labbé statt – sie ist zudem im Konzern für das Aftersales-Geschäft verantwortlich.

Die Zukunftswerkstatt 4.0 ist als Bindeglied zwischen Theorie und Praxis aufzufassen. Zentrales Ziel der Zukunftswerkstatt 4.0 ist es, Menschen an innovative Technologien erfolgreich heranzuführen. Erfolgsfaktor des Konzepts ist dabei das stetig wachsende Partnernetzwerk mit aktuell rund 130 Partnerunternehmen. Im ersten Halbjahr 2023 durfte die Zukunftswerkstatt 4.0 in Esslingen rund 2.500 Interessierte begrüßen und zum Austausch einladen.



Blick in die Zukunftswerkstatt 4.0
(Bildquelle: Tobias Fröhner Photography)

Das Team ist ebenfalls gewachsen und umfasst nun drei Vollzeit-Mitarbeitende: Nico Hofmann ist gelernter Kfz-Mechatroniker und Bachelor of Engineering der Fahrzeugtechnik und stellt als Technischer Leiter die Funktionsfähigkeit aller Anwendungen in der Zukunftswerkstatt 4.0 sicher. Selina Kuhn ist – mit einem abgeschlossenen Studium im Bereich Messe-, Kongress- und Eventmanagement sowie einer Ausbildung als Fachkraft für Veranstaltungstechnik – zuständig für die Organisation und Umsetzung von Events, Seminaren und Trainings. Edith Pisching ist als Direktorin für die Gesamtleitung, kaufmännische Sachverhalte, das

Marketing und die Umsetzung des Tagesgeschäfts verantwortlich.



Weiterführende Informationen unter:
<https://www.zkw-inno.de>

Edith Pisching (Mag. rer. soc. oec.)

Innovationsradar Kfz-Gewerbe

Informationstool für das Kfz-Gewerbe

Entlang der Autohausprozesse informiert das Innovationsradar über innovative Technologien und Veränderungstreiber. Das interaktive Webtool stellt relevante Trends und Zusammenhänge leicht verständlich dar. Die intuitiv bedienbare Visualisierung entlang der Customer Journeys in den Sales- und Aftersales-Bereichen ermöglicht ein zielgerichtetes Ansteuern von Antworten auf zentrale Fragen des Tagesgeschäfts in Kfz-Betrieben. So erfahren Fachkräfte nahezu spielerisch, wie sich die Transformation auf die Abläufe im Autohaus auswirkt. Die Navigation durch das „Ökosystem Kfz-Gewerbe“ ist sowohl online als auch real in der Esslinger Zukunftswerkstatt 4.0 möglich. Zudem hält das Innovationsradar umfangreiche Informationen zur aktuellen und künftigen Ausgestaltung von relevanten Autohausprozessen bereit.



Customer Journey im Aftersales-Bereich
(Bildquelle: Zukunftswerkstatt 4.0)

Das Webtool ist in enger Kooperation mit der Landeslotsenstelle Transformationswissen BW entstanden. Auf Basis des Strategiedialogs Automobilwirtschaft Baden-Württemberg erfährt das Projekt Unterstützung durch das Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus Baden-Württemberg. Das Innovationsradar ist kein „Lehrbuch“. Vielmehr sind darin konkrete Lösungen zur Umsetzung der Autohausprozesse dargelegt. Dies erfolgt selbstverständlich mittels Einbindung von

Anwendungen der Innovationspartner. Wir laden Sie ein, sich durch die Customer Journey zu navigieren und spannende Anwendungen zur optimierten Umsetzung Ihres Tagesgeschäftes zu identifizieren.

Weiterführende Informationen unter:
www.zkw-inno.de/innovationsradar

Nico Hofmann (B. Eng.)

Stärkung der Zukunftswerkstatt 4.0

Wirtschaftsministerium unterstützt die Zukunftswerkstatt 4.0

Um nachhaltig Transformationsprozesse zu unterstützen, muss sich die Zukunftswerkstatt 4.0 kontinuierlich weiterentwickeln. Dazu sind Leistungsangebote, Kommunikationsstrategien sowie die prozessuale Ausgestaltung des Tagesgeschäftes fortlaufend auf die Marktsituation anzupassen.



Wirtschaftsministerin Frau Dr. Hoffmeister-Kraut in der Zukunftswerkstatt 4.0 (Bildquelle: Zukunftswerkstatt 4.0)

Insofern ist es von Bedeutung, dass die Umsetzung folgender vier Einzelprojekte in den Jahren 2023 und 2024 mit einer Fördersumme in Höhe von EUR 149.850 vom Wirtschaftsministerium Baden-Württemberg unterstützt wird:

- Aufbau eines branchenspezifischen und transformationsfokussierten Seminar- und Qualifizierungsprogramms
- Entwicklung eines mehrwertstiftenden Partnerprogramms für Werkstätten und Autohäuser
- Einführung eines CRM-Tools für das Partnermanagement

Die Fördermittel sind gut angelegt und werden gezielt dem Branchenzweig der Kfz-Werkstätten und Autohäuser gewidmet.

Edith Pisching (Mag. rer. soc. oec.)

Fünfte Auflage: Beste Autohaus Arbeitgeber (BAA)

Employer-Branding im Autohandel

Autohäuser haben oft Mühe, qualifizierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu gewinnen oder zu binden. Zu wenige Betriebe betreiben eine aktive

Personalentwicklung. Potenzielle Bewerberinnen und Bewerber nehmen Autohausunternehmen häufig als Betriebe mit unzureichenden Aufstiegschancen wahr. Deshalb haben die Automobilwoche und das Institut für Automobilwirtschaft (IfA) bereits im Jahr 2019 die Initiative „Beste Autohaus Arbeitgeber“ ins Leben gerufen.

Automobilwoche

BESTE AUTOHAUS ARBEITGEBER

Datengrundlage bildet eine Mitarbeiterbefragung von April bis Juni dieses Jahres in insgesamt 330 Autohausbetrieben. Das Untersuchungsdesign zur Mitarbeiterzufriedenheit setzt sich aus verschiedenen Elementen zusammen. Neben geschlossenen Fragestellungen zu 38 Einzelkriterien aus sechs unterschiedlichen Beziehungsfeldern ist die Befragung seit Anbeginn durch drei offene Fragen sowie durch drei Sonderfragen zu den Themen „Nachhaltigkeit“, „Fachkräftemangel“ und „digitale Transformation“ flankiert.



Preisverleihung BAA 2022 (Bildquelle: Tim Wegener/Automobilwoche)

Seit dem Jahr 2023 kooperiert das Institut für Automobilwirtschaft (IfA) im Rahmen der Initiative mit dem Beratungsunternehmen MSR Consulting Group aus Köln, das als Spezialist für Experience Management und Plattform Host in die Initiative involviert ist.

Durch die neu geschlossene Partnerschaft wurden die betriebsindividuellen Auswertungen in diesem Jahr erstmals in einem interaktiven Online-Tool zur Verfügung gestellt. Das Tool bietet den Betriebsverantwortlichen die Möglichkeit zur

individuellen Auswertung hinsichtlich zahlreicher Kriterien. So erhalten teilnehmende Betriebe umfassende Daten zur Mitarbeiterzufriedenheit und somit die Möglichkeit, gezielt Maßnahmen zur Steigerung der Zufriedenheit zu implementieren. Zudem ergibt sich für teilnehmende Betriebe die Chance, sich als Top-Arbeitgeber zu positionieren.

Die Prämierung der TOP-platzierten Unternehmen findet im November 2023 im Rahmen einer exklusiven Abendveranstaltung statt. Mit dem Award „Beste Autohaus Arbeitgeber“ zeichnet die Automobilwoche in Zusammenarbeit mit dem Institut für Automobilwirtschaft (IfA) Autohäuser für herausragende Leistungen bezüglich der Mitarbeiterzufriedenheit und Unternehmenskultur aus.



Automobilwoche
DIE BRANCHEN- UND WIRTSCHAFTSZEITUNG

ifa Institut für
Automobilwirtschaft

Melden Sie sich jetzt für das Projekt „Beste Autohaus Arbeitgeber 2024“ an – die Befragungen starten im April 2024. Weitere Informationen sind unter www.beste-autohaus-arbeitgeber.de abrufbar.

David Sosto Archimio (M. A.)

Kooperation mit der Automechanika Frankfurt

Zukunftswerkstatt 4.0 und ZDK mit gemeinsamer Präsentationsfläche

Als Innovation-Hub der Branche bündelt die Zukunftswerkstatt 4.0 vom 10. bis 14. September 2024 auf der Automechanika in Frankfurt zukunftsgerichtete Themen auf einem Gemeinschaftsstand mit dem Zentralverband Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe (ZDK). Die internationale Leitmesse für Ausrüstung und Zubehör im Kfz-Gewerbe zählt regelmäßig mehrere Zehntausend Besucherinnen und Besucher aus über 170 Ländern, die sich sowohl vor Ort als auch online über die Innovationen der Automobilbranche informieren.



Rückblick: Messeauftritt der Zukunftswerkstatt 4.0 auf der Automechanika Frankfurt im Jahr 2022 (Bildquelle: IfA)

Gemeinsam mit rund 30 Partnerunternehmen bietet die Zukunftswerkstatt 4.0 auf mehreren

Hundert Quadratmetern Besucherinnen und Besuchern die Möglichkeit, innovative Technologien aus dem Aftersales-Geschäftsbereich live vor Ort zu erleben sowie Prozesse und Geschäftsmodelle kennenzulernen.

An jeder Themeninsel präsentieren Vertreterinnen und Vertreter von bis zu drei Partnerunternehmen der Zukunftswerkstatt 4.0 innovative Produkte, Technologien und Lösungen für das Werkstattgeschäft von heute und morgen. Expertinnen und Experten vor Ort setzen so anwendungsbezogene Impulse im jeweiligen Themenbereich. Durch die themenfeldbezogene Strukturierung von Innovationen bietet der Messeauftritt den Besucherinnen und Besuchern eine neue Möglichkeit, sich zu informieren und auszutauschen.

Zusätzlich gestaltet die Zukunftswerkstatt 4.0 drei Foren im Rahmen der Automechanika Academy mit Impulsstatements und daran anschließenden Diskussionsrunden mit Vertreterinnen und Vertretern innovativer Unternehmen. Das Team der Zukunftswerkstatt 4.0 bedankt sich herzlich für das Vertrauen und freut sich bereits auf die Messe im September 2024.

David Sosto Archimio (M. A.)

24. IfA Branchengipfel 2023

New Business Conditions – Redefine Strategies

Die Akteure der Automobilwirtschaft sind sowohl aus ökonomischer als auch aus gesellschaftlicher Perspektive mit veränderten und hochdynamischen Rahmenbedingungen konfrontiert, die konsequentes und gezieltes Handeln in Politik und Wirtschaft erfordern.

Der 24. IfA Branchengipfel nahm sich am 18. und 19. Oktober 2023 dieser Entwicklung an und stand ganz im Zeichen der Identifizierung geeigneter Strategien unter der thematischen Klammer „New Business Conditions – Redefine Strategies“.

VDA-Präsidentin Hildegard Müller und ZDK-Präsident Arne Joswig legten zum Kongressauftakt ihre Sichtweise auf den Umgang mit neuen Wettbewerbern und den damit verbundenen Herausforderungen sowie auf die Repositionierung der deutschen Automobilwirtschaft dar. Martin Daum, Vorstandsvorsitzender der Daimler Truck AG, zeigte auf, wie sich die Chancen der aktuellen Transformation auf dem Weg zum nachhaltigen Transport nutzen lassen.

Karl Schregle, CEO von Mercedes-Benz Cars Europe, erläuterte seine Sicht auf die On- und Off-line-Vertriebsstrukturen und die damit für den Automobilhandel verbundenen Chancen. Florian Huettl, CEO der Opel Automobile GmbH, vermittelte seine Ansicht auf die Frage, wie die Marke Opel im Stellantis-Konzern erfolgreich und wettbewerbsdifferenzierend agieren kann und wie der Spagat zwischen Synergien und eingeschränkter Selbständigkeit gelingen kann.



Mitwirkende des IFA Branchengipfels 2023 (Bildquelle: IFA)

Klaus Zellmer, Vorstandsvorsitzender der ŠKODA AUTO a.s., lies sich mit Stefan Reindl auf ein Gespräch über herkömmliche und elektrische Antriebs- und IT-Technologien ein und zeigte dabei auch Kritik an Strategien etablierter Automobilhersteller auf. Martin Sander, Vorsitzender der Geschäftsführung der Ford-Werke GmbH, fragte, ob die Elektromobilität mit Verspätung eine Strategie mit Erfolgspotenzial sein kann.

Abschließend zeigte Arnd Franz, Vorsitzender der Konzern-Geschäftsführung der MAHLE GmbH, im Gespräch mit Stefan Reindl neue Wettbewerbs- und Marktstrukturen im globalen Kontext auf und ging zudem auf die Herausforderungen und Chancen für die deutsche Zulieferindustrie ein.

Flankiert wurde der IFA Branchengipfel von drei spezifischen Foren: Im Sales Forum, im Retail Forum sowie im Forum New Brands kamen Vertriebschefs von Herstellern und Importeuren sowie Entscheider führender Automobilhandelsgruppen der Branche ausführlich zu Wort. Im Mittelpunkt stand die Identifikation geeigneter Strategiepfade, um möglichst gestärkt aus der Krisensituation hervorzugehen und die Geschäftsmodelle zukunftsfähig auszurichten.

Die Vorabendveranstaltung in der Kreuzkirche Nürtingen bot wie gewohnt die Gelegenheit für intensive Gespräche, begleitet von Lounge-Musik und Slow Food. Das Programm am Vorabend wurde abermals von Studierenden der automobil- und mobilitätswirtschaftlichen Studiengänge der

HfWU gestaltet. Im fachlichen Teil der Veranstaltung ließen sich Roman Still, Sprecher des Vorstands der AVAG Holding SE, sowie Dr. Kurt-Christian Scheel, ZDK-Hauptgeschäftsführer, auf Fachgespräche mit Studierenden ein. Zudem wurden die vom ZDK gestifteten Preise an die besten Absolventinnen und Absolventen der automobil- und mobilitätswirtschaftlichen Studiengänge der HfWU verliehen.

Die Verantwortlichen des 24. IFA Branchegipfels 2023 bedanken sich gerne bei allen Mitwirkenden sowie bei den rund 600 Besucherinnen und Besuchern während der beiden Kongresstage sowie beim IFA-Team für die Organisation und Umsetzung von zwei hochinteressanten und „wissenserweiternden“ Tagen am Hochschulstandort Nürtingen.

David Sosto Archimio (M. A.)

Die Karrieremesse der Branche

automotive TopCareer 2023

Auch die 12. Auflage der Karrieremesse „automotive TopCareer“ hat das Institut für Automobilwirtschaft – wie bereits in den vergangenen Jahren – in Kooperation mit der Branchenzeitung Automobilwoche ausgerichtet.



Messebetrieb auf der automotive TopCareer 2023 (Bildquelle: IFA)

Die Kontaktmesse mit rund 50 Unternehmen der Automobil- und Mobilitätswirtschaft fand am 11. Mai 2023 in den Wagenhallen Stuttgart statt. Teilnehmende Unternehmen treffen dort jährlich auf Studierende, Absolventinnen und Absolventen sowie auf wechselbereite Young-Professionals. Die direkte Kontaktaufnahme der Unternehmensvertreterinnen und -vertreter mit den qualifizierten Nachwuchskräften steht seit Anbeginn im Mittelpunkt der Veranstaltungsreihe.

Wie schon im Vorjahr präsentierten namhafte Automobilhersteller wie Porsche oder Daimler Truck, Zulieferer wie Valeo oder MAHLE, absatzstarke Automobilhandelsgruppen wie die Emil

Frey Gruppe oder die Hahn Gruppe sowie Dienstleister und Consultants wie MHP, DAT, Bertrandt oder Capgemini konkrete Einstiegs- und Weiterentwicklungsmöglichkeiten ihrer Unternehmen.



Fahrsimulator am Stand der Emil Frey Gruppe Deutschland auf der automotive TopCareer 2023 (Bildquelle: IfA)

Auch 2023 konnten Partnerschaften mit drei „Student Racing Teams“ eingegangen werden. So zeigten die Rennställe der Universität Stuttgart, der Hochschule Esslingen sowie der Hochschule Pforzheim auf der automotive TopCareer ihre Formel-Fahrzeuge und knüpften auch mit den ausstellenden Unternehmen zahlreiche Kontakte. Mit der TopCareer App powered by talentfinder.de wurde die Präsenzmesse erneut um zahlreiche digitale Funktionen wie einer Matchmaking- sowie einer Chat-Funktion oder einer digitalen Jobwall optimal ergänzt – für Besucherinnen und Besucher sowie für die ausstellenden Unternehmen entstand so ein zusätzlicher Mehrwert.

Neben dem Messebetrieb erwartet die Besucherinnen und Besucher der automotive TopCareer auch im nächsten Jahr ein umfassendes Rahmenprogramm: Neben zahlreichen Unternehmensvorträgen werden den Besucherinnen und Besuchern auch Workshops sowie ein kostenfreies Fotoshooting für Bewerbungsfotos angeboten. Die automotive TopCareer 2024 findet am 20. Juni abermals in den Stuttgarter Wagenhallen statt.

automotive | TopCareer
DIE KARRIEREMESSE

Alle Informationen: www.automotive-topcareer.de

David Sosto Archimio (M. A.)

automotive TopCareer AWARD 2023

IfA und Automobilwoche küren attraktivste Arbeitgeber der Branche

Das Institut für Automobilwirtschaft (IfA) und die Wirtschaftszeitung Automobilwoche haben auch in diesem Jahr die attraktivsten Arbeitgeber der Automobil- und Mobilitätsbranche ermittelt. Hierzu

wurden die Meinungen von Studierende sowie Young Professionals via Online-Befragung erhoben.

Die Ergebnisse präsentierten IfA-Direktor Prof. Dr. Stefan Reindl sowie Automobilwoche-Chefredakteur Burkhard Riering am 11. Mai im Rahmen der Karriere-messe „automotive TopCareer“ und zeichneten die attraktivsten Unternehmen mit dem TopCareer AWARD aus.

Im Vergleich zum vergangenen Jahr war die Arbeitgeberattraktivität der Automobilbranche insgesamt rückläufig. Branchenbezogen ist abermals auf ein Attraktivitätsgefälle hinzuweisen. Das heißt, dass Dienstleister sowie der Automobilhandel schlechter abschneiden als Beratungshäuser, Hersteller und Zulieferer. Erstmals seit Erhebung der Studie büßen die Automobilhersteller ihre Spitzenposition als attraktivste Akteursgruppe ein und müssen diese Position den Beratungsunternehmen überlassen. Trotzdem bleibt der Stuttgarter Automobilhersteller Porsche für die Befragten der attraktivste Arbeitgeber der Branche.



Die Preisträger der automotive TopCareer Awards 2023 (Bildquelle: IfA)

Neben der Attraktivität einzelner Unternehmen und Akteursgruppen zeigen die Befragungsergebnisse auch die Anforderungen, die Studierende und Young Professionals an ihre künftigen Arbeitgeber und die beruflichen Tätigkeiten stellen. Auf einer Bewertungsskala von 1 = „sehr wichtig“ bis 5 = „unwichtig“ ist den Befragten ein „Gutes Betriebsklima“ (1,31), ein „Sicherer Arbeitsplatz“ (1,61) sowie ein „Hohes Gehaltsniveau“ (1,73) im Hinblick auf die Arbeitgeberauswahl am wichtigsten.

Die weiterhin hohe Inflation und die damit verbundenen gestiegenen Lebenshaltungskosten sorgen für einen Anstieg bei den Gehaltsvorstellungen. Im Vergleich zum Vorjahr steigt das Wunschgehalt von Bachelor-Studierende um 2,5 Prozent auf gut 46.000 €. Bei den Master-Studierenden steigt das Wunschgehalt um ca. 4,4 Prozent auf knapp 52.500 €. Auffällig im Vergleich zu den Vorjahren ist, dass Studierende der Wirtschaftswissenschaften höhere Gehaltsvorstellungen haben als Studierende aus technischen oder ingenieurwissenschaftlichen Studiengängen.

Hochschule für
Wirtschaft und Umwelt
Nürtingen-Geislingen

Automobilwoche
DIE BRANCHEN- UND WIRTSCHAFTSZEITUNG

ifa Institut für
Automobilwirtschaft

Informationen: www.automotive-topcareer.de

Steffen Grimske (B. A.)

IfA Autohausgipfel 2023

Händler sprechen für Händler – zwei Tage im Zeichen der Strategie

Der zweitägige IfA Autohausgipfel bot Entscheidern aus Autohäusern, Werkstätten und Handelsguppen eine spezifische Plattform, ihre Geschäftsmodelle, Leistungsangebote und Prozesse fit für die Zukunft zu machen. Am 4. und 5. Mai 2023 stellten rund 20 Vertreterinnen und Vertreter von Autohausunternehmen ihre innovativen Ansätze vor und berichteten über die wesentlichen Faktoren zur erfolgreichen Umsetzung. In den Foren und an den Marktplätzen kamen ausschließlich Vertreterinnen und Vertretern aus Autohausunternehmen zu Wort. Die Zukunftswerkstatt 4.0 bot hierzu das passende Umfeld. Gastgeber der zweitägigen Veranstaltung waren das Institut für Automobilwirtschaft (IfA), die efisma.group, der TÜV Süd und Branchenexperte Jürgen Stackmann.



Tag 1: Zukunftsforum Autohaus – Fachkonferenz mit Netzwerkabend: Am Nachmittag des 04. Mai standen die beiden Themenfelder „Gewinnung und Bindung von Mitarbeitenden“ und „Erschließung von Geschäftsfeldern abseits des Kerngeschäfts“ im Mittelpunkt. In beiden Foren stellten Autohausvertreterinnen und -vertreter ihre Ansätze vor. Die Ergebnisse der Foren wurden jeweils im Rahmen einer abschließenden Podiumsdiskussion zusammengefasst. Teilnehmende erhielten somit einen komprimierten Überblick aus erster Hand. Das abendliche Get-together bot ausreichend Raum, die aufgezeigten Ansätze zu vertiefen und wertvolle Kontakte zu knüpfen.

Tag 2: Retail Strategy Circle – Strategietag mit Ideenpool: Der zweite Tag des IfA Autohausgipfels knüpfte an die Diskussionen des Vortags an und unterstützte die Teilnehmerinnen und Teilnehmer dabei, die gehörten Ansätze in ihren individuellen Unternehmensbezug zu setzen. Der kompakte Strategietag bot einerseits Möglichkeiten

für Fokus-Sessions mit den IfA-Branchenexperten um Stefan Reindl, Jürgen Stackmann, Norbert Irsfeld und Benedikt Maier. Zudem konnten sich Teilnehmerinnen und Teilnehmer an Marktplätzen mit Autohausverantwortlichen über ihre Erfahrungen innerhalb der erfolgreichen Umsetzung relevanter Retail- und Servicethemen austauschen. Der Retail Strategy Circle vereint somit maximale Praxisnähe, Interaktion und strategische Impulse.



Die Mitwirkenden des Retail Strategy Circle in der Zukunftswerkstatt 4.0 (Bildquelle: IfA)

Die Arbeit und der Austausch in Kleingruppen ist elementarer Bestandteil des Retail Strategy Circle. Dieses Konzept ermöglicht einerseits tiefe Einblicke in die Chancen und Risiken neuer Formate und Prozesse. Andererseits lässt es ausreichenden Raum für Problemlösungen in der Gruppe und Perspektivenaustausch auf Unternehmerlevel.

Der zweitägige IfA Autohausgipfel in der Zukunftswerkstatt 4.0 in Esslingen wartete mit einem Überraschungsgast auf: Burkhard Weller, Chef der gleichnamigen WELLERGRUPPE mit Unternehmenssitz in Berlin, sprach über die aus seiner Sicht bedeutenden Herausforderungen des Kfz-Gewerbes und des Zentralverbands sowie über die Beweggründe für seine überraschende Kandidatur.



Burkhard Weller und Stefan Reindl im Gespräch am IfA Autohausgipfel 2023 (Bildquelle: IfA)

Weller ist nicht nur erfolgreicher Unternehmer, in Anerkennung seines Engagements für Wissenschaft und Lehre am Hochschulstandort Geislingen ist er seit 2018 Ehrenszenator der Hochschule

für Wirtschaft und Umwelt (HfWU) und damit Mitglied der Hochschule. Die WELLERGRUPPE ist heute mit 35 Autohäusern, rund 2.000 Mitarbeitenden, sechs Automobilmarken und einem Fahrzeugabsatz von etwa 38.000 Neu- und Gebrauchtwagen (Stand: 2022) eines der größten Automobilhandelsunternehmen Deutschlands.

David Sosto Archimio (M. A.)



Zertifikatsprogramm für Autohausmanager Group Dealer Executive Program

Seit dem Programmstart im April 2022 qualifizieren die Trainingsabteilungen der Marken Audi, Skoda und Volkswagen etablierte und angehende Führungskräfte der Handelsstufe. Das neu konzipierte Programm ist in engem Schulterschluss der Markenorganisationen mit dem Institut für Automobilwirtschaft (IfA) entstanden.



Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer des GDEP-Programms während der Abschlussfeier in der Zukunftswerkstatt 4.0 (Bildquelle: IfA)

Das Zertifikatsprogramm ist speziell auf die Führungs- und Leitungsfunktionen von Geschäftsführerinnen und Geschäftsführer in den Unternehmen und Betrieben auf der Handelsstufe verschiedener Marken des Volkswagen-Konzerns fokussiert. Im Zentrum der Kurse steht die „Business Excellence“, die – im besten Sinne des Wortes – auf die Herausbildung exzellenter Managementstrukturen in den Partnerbetrieben in den einzelnen Vertriebsorganisationen fokussiert ist.

Zielsetzung ist die anwendungsbezogene Vermittlung von Fachwissen auf Hochschulniveau. Inhaltlich ist das Programm in die Bereiche „General Management“, „Automotive und Mobility Management“ und „Automotive Marketing“ gegliedert. Um eine praxistaugliche Umsetzung der Studienprogramminhalte in den Handelsbetrieben zu

gewährleisten, setzt das didaktische Konzept gleichermaßen auf Vorträgen und anwendungsbezogenen Case-Studies auf. Die Gruppengröße von 20 Teilnehmenden ist Teil des auf Interaktion ausgerichteten didaktischen Konzeptes.

Umgesetzt werden die Formate durch ausgewählte Professorinnen und Professoren der HfWU sowie weiteren Fachexpertinnen und -experten mit einschlägiger Branchenerfahrung. Das Konzept des IfA umfasst 21 Präsenztage, die auf drei Semester verteilt und durch Fallstudien „on the job“ ergänzt werden. Als Trainingsort stehen die Räumlichkeiten der Zukunftswerkstatt 4.0 in Esslingen zur Verfügung.

Im Sommer 2023 schlossen die Teilnehmenden des ersten Kurses das Programm erfolgreich ab und erhielten das Hochschulzertifikat „Master of Business Excellence“ – ein Certificate of Advanced Studies. Das Zertifikat verdeutlicht, dass die einzelne Führungskraft die neuen Herausforderungen in einem zunehmend dynamisierten Unternehmensumfeld annimmt und das Streben nach Spitzenleistungen nicht als Selbstzweck versteht, sondern als Managementaufgabe. Zusätzlich ermöglicht das Zertifikationsprogramm den Absolventinnen und Absolventen eine Anrechnung einzelner Prüfungsleistungen für das berufsbegleitende Masterstudium „Automotive and Mobility Management“ (M. Sc.).

Prof. Dr. Benedikt Maier

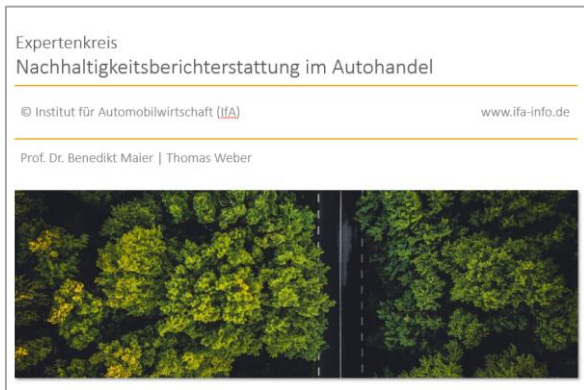
Expertenkreis und Webcast

ESG-Nachhaltigkeitsberichtspflicht

Für die meisten Autohäuser ist es ein eingespielter Prozess, wenn vor dem Jahreswechsel die ersten Vorbereitungen für den Jahresabschluss erfolgen, der dann jeweils im folgenden Jahr mit der Veröffentlichung von Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, dem Anhang und einem Lagebericht abgeschlossen wird. Kapitalmarktorientierte Unternehmen mit mehr als 500 Mitarbeitenden haben darüber hinaus nach HGB §289b seit 2017 die Pflicht zur Abgabe einer nichtfinanziellen Erklärung. Ab dem Jahr 2025, das heißt im Rahmen des Lageberichts im Jahr 2026, wird die Berichtspflicht auf Nachhaltigkeitsaspekte ausgeweitet. Sobald zwei der folgenden drei Kriterien erfüllt sind, gelten die Berichtspflichten, unabhängig von der Rechtsform:

- Umsatzerlöse über 40 Mio. €
- Bilanzsumme über 20 Mio. €
- Beschäftigte im Durchschnitt über 250 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Gerade in großen Automobilhändlergruppen dürften solche Grenzwerte schnell erreicht sein.



In Zusammenarbeit mit der Fachzeitschrift AUTOHAUS stellen Thomas Weber und Benedikt Maier einzelne Berichtsaspekte detailliert vor und übertragen diese auf das Autohausgeschäft. Daneben bauen Weber und Maier einen Expertenkreis zur ESG-Nachhaltigkeitsberichterstattung auf. Mit Vertretern von Autohausunternehmen, Energieexperten und Nachhaltigkeitsspezialisten möchte der Expertenkreis eine anwendbare Metrik definieren, anhand derer Autohäuser den Berichtspflichten nachkommen können. Interessierte dürfen sich gerne unverbindlich zur Mitwirkung im Expertenkreis anmelden: mail@ifa-info.de

Prof. Dr. Stefan Reindl

AUDI-Qualifizierungsprogramm

Management-Skills für Marketing und Digitalisierung

Das vom Institut für Automobilwirtschaft konzipierte Trainingsmodul „Marketing und Digitalisierung“ im Retail-Management-Qualifizierungsprogramm der AUDI AG geht in die Durchführungsphase. Das Modul soll den Entscheiderinnen und Entscheidern in den Autohausunternehmen der Audi-Partnerbetriebe das notwendige Rüstzeug an die Hand geben, um die relevanten Veränderungen in spezifischen Handlungsfeldern frühzeitig zu erkennen und unternehmensindividuell geeignete Maßnahmen abzuleiten.

Im Mittelpunkt des Konzepts steht das Kundenbeziehungsmanagement – von der Kundengewinnung über die Bindung bis hin zur Rückgewinnung. All dies ist mit kundengerichtetem Fokus sowie – bezüglich interner Autohausprozesse – effizient und effektiv auszugestalten. Eine große Bedeutung kommt in diesem Zusammenhang der Digitalisierung von analogen Prozessen zu. Durch geeignete Maßnahmen werden Effizienzgesichtspunkte berücksichtigt, um gleichzeitig die Qualität

des Kundenkontaktes zu optimieren und neue Wertschöpfungspotenziale zu erschließen.

Erfolgreiche Managerinnen und Manager müssen nicht zwangsläufig tiefe Fachkenntnisse zu den zahlreichen Einzelaspekten vorweisen. Vielmehr ist ein Gesamtüberblick gefragt, um die Mitarbeitenden entsprechend zu befähigen und zu steuern. Die Management-Seminare sind darauf gerichtet, den Führungskräften dieses Rüstzeug im Themenbaustein „Marketing und Digitalisierung“ an die Hand geben. Ganz bewusst setzt das didaktische Konzept auf Kleingruppen, Interaktion und Austausch.

Prof. Dr. Benedikt Maier

AAMPACT-Stipendien für Abschlussarbeiten

Optimierung der Forecasting-Prozesse in der Aftersales-Wertschöpfung

Der AAMPACT e.V. ist die internationale Interessengemeinschaft von 53 namhaften und marktführenden Herstellern von Autoteilen. Im Rahmen einer Kooperation zwischen dem Institut für Automobilwirtschaft (IfA) und dem AAMPACT e. V. werden jährlich Stipendien an Studierende der automobil- und mobilitätswirtschaftlichen Studiengänge der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt (HfWU) vergeben.

Das finanzielle Engagement von AAMPACT ist an kooperative Abschlussarbeiten gebunden. Während des Förderprogrammes stehen die Studierenden jeweils in engem Kontakt mit dem AAMPACT e. V., dessen Mitgliedsunternehmen und dem Institut für Automobilwirtschaft (IfA).



Im Mittelpunkt einer aktuellen Abschlussarbeit steht die Optimierung der Forecasting-Prozesse von Ersatzteillieferanten im Independent Aftermarket. Unter dem Arbeitstitel „Bedarfsplanung und -steuerung – Optimierung des Prognoseprozesses in der Aftersales-Wertschöpfungskette“ führt Sebastian Wottge als Stipendiat zunächst eine Prozessanalyse der aktuell in den Unternehmen angewandten Forecasting-Prozesse durch. Als wertvolle empirische Basis dienen Experteninterviews mit Führungskräften und Spezialisten verschiedener Teilelieferanten im freien Ersatzteilmarkt.

Parallel dazu wird im Rahmen eines Marktscreenings eine Übersicht mit innovativen digitalen Lösungen erarbeitet. Diese sind in einem zweiten Schritt dahingehend zu bewerten, inwiefern sie sich zur Optimierung und zukunftsgerichteten Weiterentwicklung der aktuellen Prognoseprozesse eignen. Ziel der Abschlussarbeit ist die wissenschaftlich-fundierte Ausarbeitung eines innovativen Prozessmodells, das den AAMPACT-Mitgliedsunternehmen als wertvolle Grundlage zur Weiterentwicklung der Prognoseprozesse dienen kann.

Die Ergebnisse werden am 10. November im Rahmen der AAMPACT Mitgliederversammlung in Frankfurt am Main vorgestellt.

Prof. Dr. Stefan Reindl

Exkursion des Masterabschluss-Semesters

Leipzig - Dresden - Berlin

Bei den Kursen des Masterprogramms (M. Sc.) handelt es sich je Studiensemester um einen exklusiven Kreis von 15 bis 20 Studierenden, die sich auf eine Karriere in Unternehmen und Institutionen auf verschiedenen Wertschöpfungsstufen der Automobil- und Mobilitätswirtschaft vorbereiten. Die Studierenden, die im Präsenzmodus, aber auch berufsbegleitend ihr Studium absolvieren können, haben einen hohen Branchenbezug sowie einen fachbezogenen Wissensstand mit strategischer Ausrichtung im Hinblick auf die aktuellen und künftigen Herausforderungen der Automobilbranche.



Diskussionsrunde bei Auto Weller in Leipzig (Bildquelle: IfA)

Ziel ist es, im Rahmen von Exkursionen und den damit verbundenen Diskussionsrunden mit Entscheiderinnen und Entscheidern der beteiligten Unternehmen aktuelle und künftige Herausforderungen zu thematisieren, um praxistaugliche Lösungen und Ansätze der Branchenunternehmens kennenzulernen. Diesem Anspruch ist die fünftägige Exkursion des Masterabschluss-Semesters, die von Dresden und Leipzig nach Berlin und

Arnstadt führte, in bester Weise gerecht geworden. Selbstverständlich sind die sozialen Kontakte zwischen den Verantwortlichen der Unternehmen und den Studierenden sowie das gesellige Beisammensein nicht zu kurz gekommen.

Zu danken ist in diesem Zusammenhang vor allem den Verantwortlichen der Exkursionsstationen, nämlich Henriette Zelmer vom Porsche Experience Center Leipzig, Michael Franz von Auto Weller bzw. Auto Saxe in Leipzig, Maximilian Timmermanns von der WELLERGRUPPE in Berlin, Anja Richter und Katharina Edel, Marketing-Verantwortliche der Gläsernen Manufaktur in Dresden, Kristin Leschinski und Thomas Koch, Vorstandsvorsitzender der Koch Gruppe Automobile AG in Berlin, Greta van der Veer und Changyang Li vom NIO House in Berlin, Kenneth Hädecke von der Autoland AG, der TESLA-Crew „Mall of Berlin“ sowie Constance Ulbrich von CATL in Arnstadt.

Zudem ist die großartige Unterstützung der Exkursion durch Burkhard Weller, Wilfried Wilhelm Anclam und Holger Schade hervorzuheben. Sie haben organisatorisch und finanziell tatkräftig unter die Arme gegriffen. Die Exkursion wurde durch die Institutsleitung – also von Stefan Reindl und Benedikt Maier – begleitet.

Prof. Dr. Stefan Reindl

Jubiläum des Hochschulstandorts Geislingen

35 Jahre Hochschulstandort Geislingen – mehr als 30 Jahre Automobil- und Mobilitätswirtschaft

Bereits 1988 nahmen 52 Studierende an dem damals als Außenstelle bezeichneten Hochschulstandort Geislingen ihr Betriebswirtschaftsstudium auf. Mittlerweile sind am Geislinger Standort rund 2.300 Studierende in sechs Bachelor- und fünf Masterstudiengängen sowie im Rahmen zahlreicher Angebote aus dem berufsbegleitenden Programm der Weiterbildungsakademie anzutreffen. Das Jubiläum fand am Samstag, dem 17. Juni 2023, tagsüber mit Aktionen für Alumni, Live-Musik und Food-Trucks sowie mit Club-Atmosphäre während der Abend- und Nachtstunden statt.

Seit nunmehr 31 Jahren werden in Geislingen auch Inhalte rund um die Automobilwirtschaft gelehrt, zunächst in den Vertiefungsrichtungen des Betriebswirtschaftsstudiums sowie seit 2008 in einem eigenständigen Studiengang mit Bachelor- und Masterprogrammen. Die Transformation macht aber auch vor dem Studium nicht halt! Dies

gilt nicht zuletzt für die Automobil- und Mobilitätswirtschaft, deren Vertreter sich aktuell mit Zukunftsthemen wie der Vernetzung von Fahrzeugen und Personen, der Umsetzung des autonomen Fahrens, der Etablierung neuer Geschäftsmodelle für „Mobility as a Service“ sowie mit dem Einsatz alternativer Antriebsformen auseinandersetzen. Nicht zu vernachlässigen ist die vierte industrielle Revolution, die unter dem Schlagwort „Industrie 4.0“ bekannt ist. Sie setzt die digitalisierte Kommunikation und Kooperation zwischen Menschen, Maschinen, Anlagen und Produkten voraus.



© Springer Fachmedien, München

Dies gilt aber auch für die Adjustierung der Forschungstätigkeit am Institut für Automobilwirtschaft, das bereits 1995 durch Professor Dr. Willi Diez gegründet wurde. Die neuen Zukunftsfelder der Automobilwirtschaft nehmen heute bereits einen breiten Raum ein – etwa bei Projekten zur Innovations- und Technologiefolgeabschätzung sowie zur Umsetzung digitalisierter Vertriebsformen.

Noch stärker als in der Vergangenheit sind die Verantwortlichen gefordert, innovative Geschäftsmodelle – vor allem im Hinblick auf multimodale Mobilitätskonzepte sowie hinsichtlich der wertschöpfungsübergreifenden Zusammenarbeit in der Mobilitäts- und Automobilwirtschaft – in den Fokus der Forschung und Lehre zu rücken. Dabei werden vor allem so genannte Eco-Systeme, die mit einer Vielzahl an Marktakteuren netzwerkförmig aufgebaut sind, eine große Rolle

einnehmen. Nicht zuletzt ist die IfA-Monitoring-Reihe ausbauen, um über das Handelsgeschäft und die Hersteller-Händlerbeziehung hinaus auch die Aktivitäten der Hersteller-, Zulieferer- und Dienstleistungsebene anhand der aktuellen und künftigen Herausforderungen zu reflektieren. Der Einsatz moderner Forschungskonzepte und -instrumente wird dabei ebenfalls eine große Rolle einnehmen – beispielsweise über das neu gegründete Methodenlabor an der Hochschule.

Prof. Dr. Stefan Reindl

Studiengang News

Transformation von Forschung und Lehre

Die Umbrüche in der Autobranche beeinflussen auch die Arbeit in den automobil- und mobilitätswirtschaftlichen Studiengängen, die aus einzelnen Vertiefungsmodulen im betriebswirtschaftlichen Studiengang des Jahres 1988 hervorgegangen sind. Die Herausforderungen für den Studiengang und die vier dort angesiedelten Studienprogramme haben bereits Eingang in die kurz- und mittelfristige Planung und Umsetzung gefunden: Neben einer Stärkung des forschungsseitigen Profils – ohne die Praxisorientierung und die wirtschaftswissenschaftliche Ausrichtung zu vernachlässigen – waren die Anstrengungen im vergangenen Jahr auf die Umwidmung der Studienabschlüsse zum Bachelor und Master of Science (B. Sc. und M. Sc.) gerichtet. Dabei wurden bereits die Studieninhalte stärker auf relevante Produkt-, Dienstleistungs-, Prozess- und Technologieinnovationen ausgerichtet.

Die Integration neuer Lehr- und Lernmethoden sowie der Einsatz digitaler Medien sind weitere Herausforderungen, denen die Verantwortlichen derzeit in der Fakultät sowie an den beiden Hochschulstandorten mit großem Engagement begegnen. Dies gilt ebenso für die Internationalisierung der Studienprogramme. Sie sieht sowohl einen stärkeren Studierenden- und Dozentenaustausch mit Hochschulen und Universitäten im Ausland – insbesondere mit Nordamerika und China – als auch die Integration englischsprachiger Veranstaltungen vor. Konzeptionell ist die heutige Strategie darüber hinaus darauf gerichtet, die Studienprogramme auch ins Ausland zu „exportieren“, um eine institutionalisierte und strukturell gefestigte Organisation des etablierten Auslandsengagements zu erreichen.

Die Anstrengungen zur Neuausrichtung der Aktivitäten am Institut für Automobilwirtschaft (IfA)

sowie in den automobil- und mobilitätswirtschaftlichen Studiengängen haben inzwischen Fahrt aufgenommen, einzelne Meilensteine wurden bereits verwirklicht. Die Verantwortlichen werden intensiv daran arbeiten, die noch umzusetzenden Ziele mit gefestigten Strukturen zu erreichen. Dabei werden die aktuelle Situation sowie die bevorstehenden Umbrüche stets im Auge behalten, um die Hochschule in die Lage zu versetzen, kurzfristig notwendige Adjustierungen im Transformationsprozess zu berücksichtigen. We create future!

Prof. Dr. Stefan Reindl

Forum Automotive

Top-Manager aus der Praxis referieren an der HfWU

Im Rahmen des Forum Automotive dozieren in wöchentlichem Rhythmus hochkarätige Gastreferentinnen und Gastreferenten an der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt. Seit dem Wintersemester 2022 findet das forum automotive in Kooperation mit der Fachzeitschrift AUTOHAUS und der Zukunftswerkstatt 4.0 statt. So konnten die Initiatoren und Gastgeber, Benedikt Maier, Ralph Meunzel und Frank Stenner bereits eine Vielzahl an Vertriebschefs von Automobilherstellern, Führungskräften von führenden Automobilhandelsgruppen sowie Manager und Eigentümer von innovativen Dienstleistern und Zulieferern für Gastvorträge an der Geislinger Hochschule gewinnen.



Audi-Deutschlandchef, Philipp Noack, spricht im Forum Automotive (Bildquelle: IfA)

In der mittlerweile weithin anerkannten Vortragsreihe geben Manager, Inhaber und Gründer aus den verschiedensten Bereichen der Automobil- und Mobilitätswirtschaft tiefe Einblicke in ihr unternehmerisches Wirken und ihre jeweils spezifischen Tätigkeitsfelder. Studierende und Referierende nutzen dieses Format als Plattform des Austausches und der Inspiration.

Besonders wertvoll für die Studierenden sind die anhand von Praxisbeispielen dargelegten Managemententscheidungen der Führungskräfte.

Die erlernten Inhalte aus dem Studium lassen sich somit anhand der Kernaussagen aus den Vorträgen reflektieren. Das Theoriegerüst wird so durch die wertvollen praktischen Erfahrungen aus den Beiträgen der erfahrenen Persönlichkeiten angereichert. Die Abendrunden finden im Wechsel an der Hochschule und in den Räumlichkeiten der Zukunftswerkstatt 4.0 statt. Seit dem Sommersemester 2023 besuchen die Studierenden je Semester eine Gastreferentin oder eine -referent in im Rahmen zweitägiger Exkursionen.

Prof. Dr. Benedikt Maier

Öffentlichkeitsarbeit

IfA Expertisen in den Medien

Im Rahmen von Pressemeldungen informiert das Institut für Automobilwirtschaft (IfA) die Fachpresse sowie die überregionalen Medien über aktuelle Themen und bezieht dazu Stellung.



IfA-Direktor Stefan Reindl im Interview zur Situation in der Automobilwirtschaft (Bildquelle: ZDF heute)

Ebenfalls äußert sich das IfA in zahlreichen Medienbeiträgen zu aktuellen und zukunftsgerichteten Entwicklungen in der Automobil- und Mobilitätswirtschaft. Die Mitglieder des Instituts stehen regelmäßig als Interviewpartner und Experten bezüglich branchenspezifischer Sachverhalte in Rundfunk und Fernsehen sowie in Online- und Printmedien in fundierter Weise Rede und Antwort. Hinzu kommen zahlreiche Fach- und Presseartikel zu den Forschungstätigkeiten am Institut sowie die Publikation eigener Fachbeiträge in den einschlägigen Medien der Automobilwirtschaft.

David Sosto Archimio (M. A.)

ifa automotive business school

Berufsbegleitend zum Bachelor und Master of Science

Die berufsbegleitenden Studienprogramme zur Automobil- und Mobilitätswirtschaft werden seit September 2021 in einem hybriden Lehrkonzept

angeboten. Die Vermittlung der Lehr- und Seminarinhalte erfolgt seither während dreier Präsenzphasen sowie einer Online-Phase je Semester. Die Online-Phase wird mittels Synchronlehre über moderne Online-Tools umgesetzt, wodurch die mediengestützte Interaktion sowie auch der direkte Kontakt zu den Dozenten sichergestellt ist. Die Prüfungen werden innerhalb der Präsenzphasen abgelegt. Umgesetzt werden die Präsenzveranstaltungen am Geislinger Hochschul-Campus und in den Räumlichkeiten der Zukunftswerkstatt 4.0 in Esslingen. Programmstart ist jährlich, jeweils zum Wintersemester.

Die berufsbegleitenden Studienprogramme zum Bachelor und Master of Science entsprechen inhaltlich und strukturell dem bewährten und akkreditierten Konzept der Vollzeit-Studiengänge in Geislingen. Die Studieninhalte sind auf aktuelle und künftige Herausforderungen der Automobil- und Mobilitätsbranche ausgerichtet. Ergänzt werden diese um Management-Skills bezüglich der innovativen Dienstleistungsbereiche in der Automobil- und Mobilitätswirtschaft. Hinzu kommen ökonomische und betriebswirtschaftliche Herausforderungen, die sich aus dem Einsatz neuer Antriebskonzepte und digitalisierter Angebotsleistungen ergeben. Es werden also konsequent die aktuellen Branchenentwicklungen und Zukunftsthemen behandelt. Darauf aufbauend schließen sich die kritische Hinterfragung der Zukunftsfähigkeit bestehender Geschäftsmodelle und Möglichkeiten zu deren etwaigen Redesign an.



Kleine Kursgrößen ermöglichen einen individuellen Kontakt zu den Dozierenden (Bildquelle: IfA)

Der Geislinger Studien- und Forschungszweig stellt die größte automobil- und mobilitätswirtschaftliche Einrichtung an einer deutschen Hochschule dar. Er kann dabei nicht nur auf Erfolge innerhalb der nunmehr 35-jährigen Historie verweisen, er geht auch neue Wege der Wissensvermittlung.

Weiterführende Informationen unter: www.ifa-info.de

Preise für herausragende Studienleistungen

ZDK ehrt die besten Absolventinnen und Absolventen

Bereits im März 2023 haben die Absolventinnen und Absolventen des Wintersemesters 2022/23 die Abschlusszeugnisse und Urkunden erhalten. Besonders gute Abschlussnoten erzielten Paul Volk (1,3) im Bachelor-Präsenzstudium, Patrick Alexander Kaufhold (1,5) im Master-Vollzeitstudium sowie die Absolventen des berufsbegleitenden Studiums: Mike Schnierer mit 1,6 (Bachelor of Science) und Patrick Körmندی mit 1,5 (Master of Science).

Mit ausgezeichneten Noten im Sommersemester 2023 konnten Bernd Dillhage mit der Note 1,2 das Bachelor-Studium, Marisa Isabel Koehn mit 1,5 das Master-Studium und Marvin Müller mit 1,5 das berufsbegleitende Bachelorstudium abschließen.

Die frisch gebackenen Absolventinnen und Absolventen des Jahres 2023 wurden am 18. Oktober 2023 während des IfA-Branchengipfels in Nürtingen durch den Zentralverband Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe (ZDK) – vertreten durch Hauptgeschäftsführer Dr. Kurt-Christian Scheel – mit den ZDK-Preisen ausgezeichnet.



Übergabe der Preise an die besten Absolventinnen und Absolventen im Jahr 2022

Der ZDK stiftet je Abschluss-Semester die mit jeweils 600 € dotierten Geldpreise für besonders gute Leistungen in den automobil- und mobilitätswirtschaftlichen Bachelor- und Masterprogrammen. Das Team des Instituts für Automobilwirtschaft bedankt sich herzlich für das Engagement des Zentralverbands und wünscht den Preisträgerinnen und Preisträgern weiterhin alles Gute für den beruflichen und persönlichen Werdegang.

David Sosto Archimio (M. A.)

IfA-Aktivitäten in den sozialen Netzwerken

Vernetzen, Austauschen & Informieren

Soziale Medien bilden eine ideale Plattform zur Vernetzung, Austausch und der Adressierung von Inhalten und Informationen. Auch das Institut für Automobilwirtschaft (IfA) ist in den sozialen Netzwerken aktiv und freut sich, über die digitalen Kanäle mit Partnern und Freunden in Kontakt zu stehen.

Darüber hinaus informiert das Institut für Automobilwirtschaft über die Plattformen LinkedIn und Instagram fortlaufend über aktuelle Projekte, Forschungsergebnisse und bevorstehende Veranstaltungen.

Wollen auch Sie sich mit uns vernetzen?



(Bildquellen: LinkedIn, Instagram)

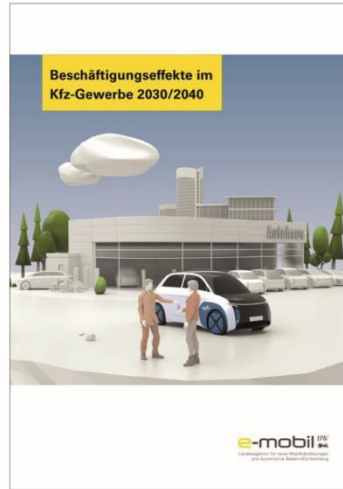
Das Social Media-Team des Instituts für Automobilwirtschaft freut sich jedenfalls über zahlreiche Kontakte.

Alexander Wottge (M. A.)

Studien und Forschungsberichte



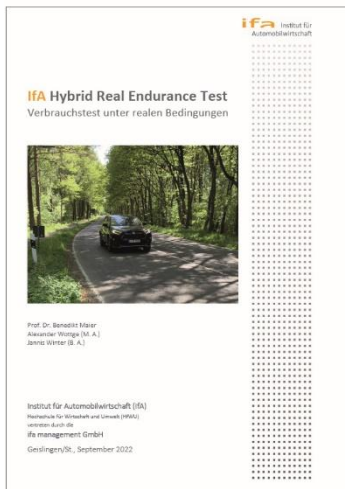
Reindl, S.; Sosto Archimio, D.:
Die TOP 100 Automobilhändlergruppen in Deutschland
IfA/DAT 2023



Herrmann, F.; Maier, B.; Sosto Archimio, D.
et al.: **Beschäftigungseffekte im Kfz-Gewerbe 2030/2040**
e-mobil BW GmbH 2023



Maier, B.; Block, L.; Reindl, S. et al.:
Servicemarkt 2040: Perspektiven und Strategien für freie Werkstätten
e-mobil BW GmbH 2023



Maier, B.; Wottge, A.; Winter, J.:
IfA Hybrid Real Endurance Test
IfA/Toyota 2022



Reindl, S.; Maier, B.; Sosto Archimio, D.:
Zukunftsmodelle für Autohausunternehmen
IfA/icdp/ZDK 2022



Rostek, S.; Pieper, W.:
High Performance im B2B-Markt
Verlag Springer Fachmedien 2022

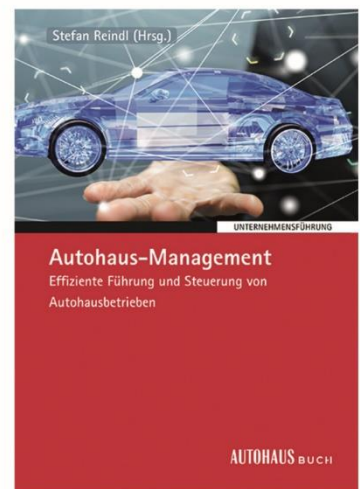
Buchpublikationen



Diez, W.: **Verlorene Größe – Neue Horizonte – Das Ende von Daimler**
Verlag: Vahlen 2022



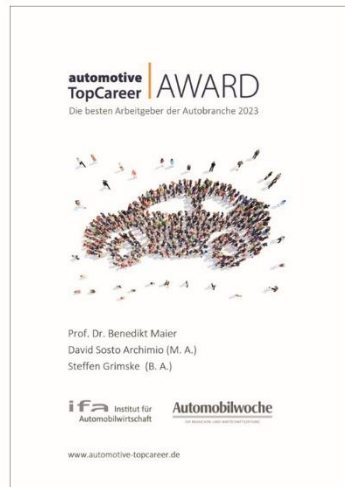
Maier, B.: **Automobilvertrieb 2030**
Verlag: Springer Automotive Media 2019



Reindl, S. (Hrsg.):
Autohaus-Management
Autohaus Buch und Formular 2017



Reindl, S.; Wottge, A.:
IFA MarkenMonitor 2023
Institut für Automobilwirtschaft (IfA)
2023



Maier, B.; Sosto Archimio, D.;
Grimske, S.:
Die besten Arbeitgeber der Autobranche
Institut für Automobilwirtschaft (IfA) 2023



Maier, B.:
Autohäuser im Wechselspiel zwischen Online und Offline
Springer Fachmedien 2022



Reindl, S.; Sosto Archimio, D.:
Die TOP 100 Automobilhändlergruppen in Deutschland
IfA/DAT 2022



Maier, B.: **Handel und Werkstätten vor den Herausforderungen des Omnikanal-Vertriebs**
Verlag: Springer Fachmedien 2021



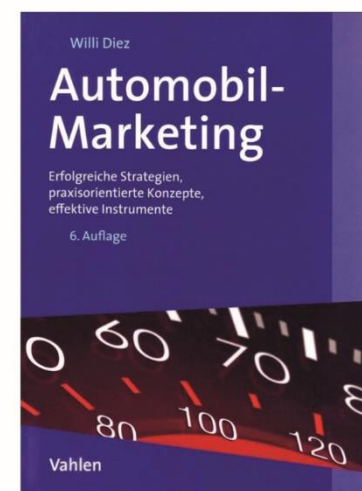
Reindl, S.; Maier, B.; Sosto Archimio, D.;
Wottge, A.: **Wissen Kompakt – Digitalisierung im Automobilhandel**
e-mobil BW 2020



Diez, W.: **Wohin steuert die deutsche Automobilindustrie**
Verlag: De Gruyter 2017



Diez, W.; Reindl, S.; Brachatz, H. (Hrsg.):
Grundlagen der Automobilwirtschaft
Verlag: Autohaus Buch und Formular 2016



Diez, W.:
Automobil-Marketing
Verlag: Vahlen 2015

Gehören Sie zu Deutschlands Besten Autohaus Arbeitgebern?



Automobilwoche **BESTE AUTOHAUS ARBEITGEBER**

AWARD-Verleihung
November

Ergebnisse je Betrieb
August

Befragungen
April - Juni

Motivation für BAA

- » Schaffung von Transparenz zur Mitarbeiterzufriedenheit
- » Bekämpfung der hohen Fluktuation
- » Stärkung der Positionierung auf dem Arbeitsmarkt
- » Unterstützung bei der Personalakquise
- » Veröffentlichung von Best Practice-Beispielen

Ihre Benefits

- » Interaktives Online-Tool ermöglicht individuelle Auswertungen hinsichtlich zahlreicher Kriterien
- » Stärken- und Schwächenprofil Ihres Betriebs mit Branchenvergleichswerten
- » Abgleich des Management-Blickwinkels mit der Sichtweise der Mitarbeitenden
- » Wünsche und Kritik der Mitarbeitenden

Untersuchungsdesign

- » Online-Befragung im Schulnotensystem
- » Bearbeitungsdauer je Bogen ca. 7 Minuten
- » Darstellung für mobile Endgeräte optimiert
- » Geschlossene Fragen aus sechs Beziehungsfeldern
- » Einbezug von Arbeitgeber- und Arbeitnehmermeinungen sowie Branchenvergleichswerten
- » Offene Fragen zur Äußerung von Lob und Kritik

Auswertungspakete

Die Teilnahme an Beste Autohaus Arbeitgeber und das Auswertungspaket „Basic“ sind kostenfrei.

Zudem bieten wir detaillierte Auswertungspakete an:

- » Basic kostenfrei
- » Professional EUR 290,- je Betrieb
- » Expert 360° EUR 490,- je Betrieb

Berichterstattung

- » Laufende Berichterstattung durch die Fachzeitung Automobilwoche
- » Veröffentlichung der TOP 50 Betriebe sowie der TOP 10 Betriebe je Größenklasse
- » Sonderheft „Beste Autohaus Arbeitgeber“ mit Zahlen und Fakten sowie Unternehmensprofilen und Fotos der TOP 50 Betriebe

Beziehungsfelder

Mitarbeiterführung und
-einbindung

Transparenz und
Kommunikation

Arbeitsbelastung

Unternehmenskultur und
Zusammenarbeit

Arbeitsbedingungen
und -schutz

Vergütung und Entwick-
lungsmöglichkeiten

www.ifa-info.de/beste-autohaus-arbeitgeber

ifa Institut für
Automobilwirtschaft



David Sosto Archimio (M. A.)
Projektleiter

Mail: david.sosto@ifa-info.de
Phone: +49 7331 22441

