Begleiter

25. DOAK
Powered by mobile.de

26. November 2026



MODERATION

Andrea Patzelt & Gerard von dem Bongart

Nicht mitschreiben, was gesagt wird.

Notieren Sie, was es für Ihr Unternehmen bedeutet.

Sie müssen heute nicht alles festhalten. Achten Sie auf drei Dinge:

Das betrifft uns.

Was trifft einen Punkt, der in Ihrem Unternehmen gerade wirklich relevant ist?

Das müssen wir prüfen.

Wo lohnt es sich, nach dem DOAK genauer hinzusehen, Zahlen zu prüfen oder ein Gespräch zu führen?

Das sollten wir entscheiden.

Wo braucht es keine weitere Information, sondern eine klare Entscheidung?

Wenn daraus heute zwei oder drei klare Entscheidungen werden,
hat sich der DOAK für Sie gelohnt.

09:00 Uhr

BEGRÜSSUNG

Andrea Patzelt
Initiatorin und Moderatorin, DOAK

Gerard von dem Bongart
Geschäftsführer, V-max GmbH | Managementberater

Ajay Bhatia
CEO, mobile.de

09:05 Uhr · Begrüßung durch den CEO von mobile.de

WILLKOMMEN

Schön, dass Sie dabei sind.

09:10 Uhr

Burkhard Weller
Geschäftsführender Gesellschafter, WELLERGRUPPE

Vier junge Chefs statt eines Filialleiters. Kann das funktionieren?

Ein Standort mit über 1,5 Millionen Euro Jahresverlust. Weller gibt vier jungen Führungskräften echte Entscheidungsbefugnisse – und stellt Kunden- und Mitarbeiterzufriedenheit zunächst vor den Ertrag.

Nach mehreren erfolglosen Wechseln an der Standortspitze stellt Burkhard Weller das bisherige Führungsmodell infrage. Vier junge Absolventen übernehmen gemeinsam die Verantwortung. Jeder darf über Investitionen bis 10.000 Euro selbst entscheiden. Ob der Neustart gelingt, will Weller unter anderem an besseren Abläufen, kürzeren Standzeiten und zufriedeneren Kunden erkennen.

IHRE FRAGE

Tauschen wir an einem schwierigen Standort immer wieder die Führungskraft aus – obwohl wir eigentlich die Entscheidungswege und Verantwortlichkeiten verändern müssten?

Mein Punkt dazu

09:25 Uhr

Jan Brandt
Interim Executive, Managementberater, Beirat und Aufsichtsrat

Die Autos werden verkauft. Warum wird das Geld trotzdem knapp?

Ein Autohaus verkauft erfolgreich mehrere neue Marken. Doch die Finanzierung hält mit dem Wachstum nicht Schritt – und das gewachsene Servicegeschäft fehlt.

Jan Brandt schildert eine Autohausgruppe, die mit neuen Marken erfolgreich Fahrzeuge verkauft, deren Finanzierung aber nicht mit dem Wachstum Schritt hält. Gleichzeitig fehlen die Erträge eines etablierten Servicegeschäfts. Er empfiehlt eine rollierende Liquiditätsplanung über mindestens 13 Wochen und fordert, frühzeitig zu prüfen, ob das Geschäftsmodell auch langfristig tragfähig ist.

IHRE FRAGE

Wo wächst unser Absatz schneller als unsere Finanzierungsmöglichkeiten und Serviceerträge – und erkennen wir diese Entwicklung früh genug?

Mein Punkt dazu

09:45 Uhr

Richard Stadler
Geschäftsführer, KreuterMedeleSchäfer | Autohaus Allgäu

Was gehört in die Zentrale – und was bleibt im Autohaus?

Welche Aufgaben sollte eine Autohausgruppe zentral regeln – und wo müssen die Geschäftsführer vor Ort selbst entscheiden können?

Wenn aus mehreren Autohäusern eine Unternehmensgruppe wird, müssen Verantwortlichkeiten neu geklärt werden. Doch welche Entscheidungen gehören tatsächlich in die Zentrale? Und wie gelingt es, gemeinsam zu wachsen, ohne die Stärken der einzelnen Standorte zu verlieren? Richard Stadler spricht aus seiner Erfahrung mit der Integration unterschiedlicher Autohäuser.

IHRE FRAGE

Wo sollten wir in unserer Autohausgruppe die Verantwortlichkeiten zwischen Zentrale und Standorten klarer regeln?

Mein Punkt dazu

10:00 Uhr

Uwe Brossette

Rechtsanwalt und Senior Partner, Osborne Clarke

Der Hersteller ändert den Kurs. Wer trägt das Risiko?

Kündigungsfristen allein schützen Investitionen nicht ausreichend. Uwe Brossette erklärt, welche Vereinbarungen Händler treffen sollten und was sich beim Wechsel ins Agenturmodell verändert.

Ein Hersteller verlangt Investitionen, ändert später aber seine Vertriebsstrategie. Uwe Brossette empfiehlt Händlern, bereits vor der Investition schriftlich zu vereinbaren, was bei einer solchen Änderung mit dem eingesetzten Kapital geschieht. Er erklärt außerdem, warum beim Wechsel in die echte Agentur die Verteilung von Kosten und Risiken neu geregelt werden muss.

IHRE FRAGE

Für welche Investitionen in unsere Herstellermarken fehlt uns heute eine verbindliche Vereinbarung, was bei einer Strategieänderung mit unserem eingesetzten Kapital geschieht?

Mein Punkt dazu

10:25 Uhr

Gerard von dem Bongart

Deep Dive 1 · Geschäftsführer, V-max GmbH | Managementberater · LIVE

Marktanteil ist noch keine Marktausschöpfung.

Wie viel Potenzial liegt im eigenen Markt – und wie viel davon schöpft das Autohaus realistisch aus?

Ein hoher Marktanteil bedeutet nicht automatisch, dass ein Autohaus sein Marktpotenzial ausschöpft. Gerard von dem Bongart richtet den Blick darauf, wie viele potenzielle Kunden im eigenen Markt tatsächlich erreicht werden – und welches Geschäft möglicherweise ungenutzt bleibt.

IHRE FRAGE

Wissen wir, wie groß unser tatsächlich erreichbares Marktpotenzial ist – oder beurteilen wir unseren Erfolg vor allem anhand der bisherigen Verkaufszahlen und Marktanteile?

Mein Punkt dazu

10:35 Uhr

Thorsten Jekel · Gerard von dem Bongart

Personal IT-Coach für Führungskräfte
Geschäftsführer, V-max GmbH

Der Kunde hat einen Einwand. Kann KI dem Verkäufer sofort helfen?

Thorsten Jekel und Gerard von dem Bongart stellen ihren gemeinsam entwickelten KI-Assistenten Max vor: Er soll Verkäufern im Kundengespräch helfen, Gespräche dokumentieren und anschließend Feedback geben.

Thorsten Jekel und Gerard von dem Bongart zeigen am KI-Assistenten Max, wie vorhandenes Vertriebswissen genau dann verfügbar werden soll, wenn Verkäufer es brauchen: bei Kundeneinwänden, bei Fahrzeugfragen und in der Gesprächsnachbereitung. Gesprächsprotokolle und individuelles Feedback sollen Verkäufer unterstützen – unter Berücksichtigung von Einwilligung und Datenschutz.

IHRE FRAGE

Welches wertvolle Vertriebswissen liegt bei uns in Schulungsordnern oder in einzelnen Köpfen – statt unseren Verkäufern genau im Kundengespräch zur Verfügung zu stehen?

Mein Punkt dazu

10:45 Uhr

Florian Baur

Chief Sales Officer, mobile.de · LIVE

mo:re 2026: Was sollten Händler jetzt wissen?

Einen Tag nach der mo:re: Florian Baur über die wichtigsten Themen, neue Entwicklungen und die Impulse, die Händler in ihrem Betrieb aufgreifen können.

Einen Tag nach der mo:re-Konferenz blickt Florian Baur auf die Themen und Entwicklungen, die dort diskutiert wurden. Im Mittelpunkt steht die Frage, welche Erkenntnisse für Autohändler relevant sind und welche Veränderungen sie im eigenen Unternehmen prüfen sollten.

IHRE FRAGE

Welchen konkreten Punkt werden wir für unser Autohaus prüfen?

Mein Punkt dazu

11:00 Uhr

Philipp Hempel

Executive Director, Geely Auto Deutschland GmbH

Geely: Was kostet der Einstieg für Händler wirklich?

Philipp Hempel nennt konkrete Investitionsgrößen für neue Geely-Partner und erklärt, wie Händlerbetreuung und Ersatzteilversorgung aufgebaut werden.

Für Händler zeigt sich die Qualität einer neuen Markenpartnerschaft vor allem im Alltag: wenn ein Ersatzteil fehlt, technische Unterstützung gebraucht wird oder der Absatz hinter den Erwartungen bleibt. Hempel beschreibt regelmäßige Kontakte durch District Manager und monatliche Händlerrunden. Bei der Ersatzteilversorgung ist die angestrebte 24-Stunden-Verfügbarkeit noch nicht erreicht.

IHRE FRAGE

Welche Kosten und Zusagen würden wir vor der Aufnahme einer neuen Marke unbedingt schriftlich klären?

Mein Punkt dazu

11:15 Uhr

Oliver Bohn

Geschäftsführer, Kuhn + Witte

720 XPENG in der Hochrechnung. Wie viele Marken verträgt ein Autohaus?

Oliver Bohn über das Wachstum mit XPENG und die Frage, ob Führungskräfte, Mitarbeiter und Prozesse mit jeder zusätzlichen Marke Schritt halten können.

Oliver Bohn erzählt, wie schnell er sich damals für XPENG entschied: Nach einer kurzen Probefahrt und einem Gespräch mit seinem Kollegen stand die Entscheidung. Heute rät er Händlern, genauer hinzusehen: Passt die Marke zu den eigenen Kunden und Mitarbeitern? Für ihn selbst kämen drei oder vier weitere chinesische Marken nicht infrage.

IHRE FRAGE

Nach welchen Kriterien entscheiden wir, ob eine weitere Marke wirklich zu unserem Unternehmen passt – und wann sagen wir bewusst Nein?

Mein Punkt dazu

11:35 Uhr

Marcell Eiselein

Verkaufsleiter, Audi & Volkswagen Zentrum Aachen | Jacobs Gruppe

Der Kunde erlebt ein Autohaus – keine zwei Abteilungen.

Ein Servicekunde interessiert sich für eine E-Auto-Probefahrt. Marcell Eiselein zeigt, wie Verkauf und Service solche Chancen gemeinsam aufgreifen können.

Im Audi Zentrum Aachen treffen sich die Abteilungsleiter jeden Donnerstag zum Austausch. Einmal im Monat kommen sie zusätzlich persönlich am Kundentisch zusammen. Sie besprechen konkrete Kundenanliegen, Reklamationen und Verbesserungsmöglichkeiten. Marcell Eiselein zeigt damit, wie sich die Zusammenarbeit zwischen Verkauf und Service fest im Führungsalltag verankern lässt.

IHRE FRAGE

Wann haben unsere Verkaufs- und Serviceverantwortlichen zuletzt gemeinsam über konkrete Kunden gesprochen – statt nur über die Ergebnisse ihrer Abteilungen?

Mein Punkt dazu

11:50 Uhr

Thomas Schelske

Audi Neuwagen- und Gebrauchtwagenverkäufer, Dipl.-Ing. H. Röder GmbH & Co. KG

Der Kunde sagt, er will kaufen. Was fragen Sie jetzt?

Informationsgespräch oder Entscheidungsgespräch? Thomas Schelske hinterfragt, warum Angebote scheitern – und ob der Preis tatsächlich das Problem ist.

Drei Angebote liegen beim Verkaufsleiter, keines wurde abgeschlossen. Thomas Schelske würde die Erklärung „Wir waren zu teuer“ nicht einfach stehen lassen. Er will wissen, warum es nicht zum Abschluss kam und ob der Verkäufer das Gespräch tatsächlich in Richtung einer Kaufentscheidung geführt hat. Denn mehr Rabatt allein macht aus einem Angebot noch keinen Auftrag.

IHRE FRAGE

Wenn drei Angebote nicht zum Abschluss geführt haben: Welche Fragen stellen wir unseren Verkäufern – außer „Waren wir zu teuer?“

Mein Punkt dazu

12:05 Uhr

Andreas Trienbacher

Performance-Coach für Unternehmer | Fitness Factory GmbH

Mittags gegessen. Nachmittags müde. Muss das sein?

Ein Klient nickte nach dem Mittagessen regelmäßig ein. Andreas Trienbacher berichtet, was er an seiner Ernährung verändert hat, und gibt praktische Tipps für mehr Energie im Arbeitsalltag.

Wer täglich viele Entscheidungen treffen muss, braucht einen klaren Kopf – möglichst bis zum Feierabend. Doch wie bewusst achten wir eigentlich darauf, was unsere Leistungsfähigkeit im Laufe des Tages beeinflusst?

Keto-Club kostenlos ↗

IHRE FRAGE

Was könnte ich an meinem Mittagessen verändern – und wie überprüfe ich, ob ich dadurch nachmittags konzentrierter bin?

Mein Punkt dazu

12:15 Uhr

MITTAGSPAUSE

20 Minuten. Kurz raus. Kurz sortieren.

Was nehmen Sie aus dem Vormittag mit?

Nicht alles festhalten. Nur das, was für Ihr Unternehmen tatsächlich relevant ist.

IHRE FRAGE

Welchen Gedanken aus dem Vormittag möchte ich später noch einmal aufgreifen?

Mein Punkt dazu

12:35 Uhr

Markus Leinemann

Global Head of Fleet Sales, Volkswagen Group Fleet International

Der Rahmenvertrag ist unterschrieben. Und jetzt beginnt die eigentliche Arbeit.

Nicht der Vertrag allein hält den Großkunden: Markus Leinemann setzt auf aktive Betreuung vor Ort und regelmäßigen Austausch zwischen Verkauf und Service.

Auch bei neuen Themen wie Mobilitätsbudgets und Gehaltsumwandlung soll der Flottenverkäufer der zentrale Ansprechpartner für den Kunden bleiben. Dafür braucht er Zeit. Markus Leinemann empfiehlt Händlern, kritisch zu prüfen, welche administrativen Aufgaben sie ihren Flottenverkäufern abnehmen können, damit diese sich stärker auf die Kunden konzentrieren können.

IHRE FRAGE

Welche Aufgaben halten unsere Flottenverkäufer heute davon ab, sich intensiver um ihre Großkunden und deren Potenzial zu kümmern?

Mein Punkt dazu

12:55 Uhr

Belinda Erkner

Geschäftsführerin, Erkner Gruppe

Fachlich war ich fit. Führen konnte ich trotzdem noch nicht.

Was sie selbst erst lernen musste, gibt Belinda Erkner heute weiter: mit praxisnahen Modulen für Auszubildende und individuellen Entwicklungsplänen für Führungskräfte.

Belinda Erkner empfiehlt Autohausunternehmern, bei sich selbst anzufangen. Statt gleich ein großes Schulungsprogramm aufzusetzen, sollten sie sich zunächst ein eigenes Führungsthema vornehmen, neue Werkzeuge ausprobieren und ihre Erfahrungen an die Mitarbeiter weitergeben. Ihr Grundsatz: erst vormachen, dann mitmachen.

IHRE FRAGE

Was erwarten wir von unseren Führungskräften, das wir selbst noch nicht konsequent vorleben?

Mein Punkt dazu

13:10 Uhr

Gerard von dem Bongart

Deep Dive 2 · Geschäftsführer, V-max GmbH | Managementberater · LIVE

Jeder Kunde ist ein Geschäftsmodell.

Wer nur den nächsten Fahrzeugverkauf betrachtet, denkt zu kurz. Gerard von dem Bongart richtet den Blick auf den Wert der gesamten Kundenbeziehung – vom Service bis zum nächsten Autokauf.

Was kostet es, einen Kunden zu gewinnen? Was investieren wir, damit er wiederkommt? Und wissen wir überhaupt, welche Kundenbeziehungen für unser Unternehmen langfristig besonders wertvoll sind? Wer diese Fragen stellt, betrachtet seinen Kundenbestand nicht nur als Quelle für den nächsten Fahrzeugverkauf, sondern als Grundlage für unternehmerische Entscheidungen.

IHRE FRAGE

Wissen wir, welche Kundenbeziehungen für unser Autohaus langfristig besonders wertvoll sind – und richten wir unsere Kundenbetreuung danach aus?

Mein Punkt dazu

13:20 Uhr

Holger Bröer

TEDx Speaker, Bestsellerautor | C-Level Realignment Executive Search

„I was done." Was ist eigentlich noch möglich?

Nach seinem TEDx-Talk spricht Holger Bröer über Neugier und persönliches Wachstum. Und darüber, warum er trotz Kaufabsicht noch immer kein Auto gekauft hat.

Holger Bröer besucht Autohäuser, weil er ein Auto kaufen möchte. Doch statt Interesse erlebt er nach eigener Schilderung häufig, dass Mitarbeiter ihn kaum wahrnehmen und er sich eher als Störung fühlt. Seine Erfahrung zeigt, wie ein möglicher Verkauf schon scheitern kann, bevor überhaupt über das Fahrzeug gesprochen wird.

IHRE FRAGE

Wann haben wir zuletzt selbst überprüft, wie ein unangemeldeter Interessent in unserem Autohaus empfangen wird?

Mein Punkt dazu

13:40 Uhr

Andreas Buhr

Unternehmer und Führungsexperte | Andreas Buhr GmbH

Delegiert – und trotzdem entscheidet wieder der Chef?

Fünf Sätze, drei Minuten, ein Lösungsvorschlag: Andreas Buhr zeigt, wie klare Entscheidungsspielräume Mitarbeitern helfen, selbst Verantwortung zu übernehmen.

Manche Führungskräfte sind gerne unentbehrlich. Sie werden gefragt, lösen Probleme und fühlen sich dadurch gebraucht. Andreas Buhr macht deutlich, dass genau dieses Verhalten die Eigenverantwortung der Mitarbeiter ausbremsen kann. Wer Verantwortung abgeben möchte, muss lernen, auch loszulassen.

IHRE FRAGE

Bei welchen Entscheidungen machen wir uns selbst zum Engpass, obwohl unsere Führungskräfte sie eigenständig treffen könnten?

Mein Punkt dazu

14:00 Uhr

Kristina Holstein · Andrea Patzelt · Gerard von dem Bongart

Kristina Holstein: Head of Dealer Relations & Sales Enablement, mobile.de · Andrea Patzelt & Gerard von dem Bongart: Moderation · LIVE

Gemeinsam für den Handel. Danke, mobile.de!

Zum Abschluss des 25. DOAK danken Andrea Patzelt und Gerard von dem Bongart für die exklusive Partnerschaft mit mobile.de. Gemeinsam mit Kristina Holstein blicken sie auf 2026 zurück und sprechen darüber, was sie für den Handel weiter bewegen möchten.

Ein Kongress soll nicht nur neue Perspektiven eröffnen. Entscheidend ist, was die Teilnehmer anschließend daraus machen. Der gemeinsame Abschluss lädt dazu ein, die wichtigsten Gedanken des Tages noch einmal aufzugreifen und zu überlegen, was davon für das eigene Unternehmen wirklich relevant ist.

IHRE FRAGE

Welche Erkenntnis aus dem heutigen DOAK wollen wir in unserem Unternehmen als Erstes umsetzen?

Mein Punkt dazu

Was bleibt?

Nicht jede Idee dieses Tages gehört in Ihr Unternehmen.

Vielleicht gibt es aber zwei oder drei Punkte, bei denen Sie jetzt klarer sehen als heute Morgen. Entscheidend ist, was daraus konkret folgt.

Das werde ich weiter tun.

Was funktioniert – und sollte bewusst erhalten bleiben?

Das werde ich anders machen.

Wo reicht das bisherige Vorgehen nicht mehr?

Das werde ich nicht mehr tun.

Was kostet Energie, Geld oder Geschwindigkeit – ohne genug Wirkung?

Meine wichtigste Entscheidung aus diesem DOAK

Was entscheide ich konkret?

Bis wann?

Wer übernimmt Verantwortung?