

Digitalstudie 2017

DIGITALISIERUNG IM AUTOMOBILHANDEL

Herausforderungen
und Handlungsempfehlungen
- Zusammenfassung/Extrakt

Eine Zusammenarbeit von



Hauptveränderungstreiber des Wandels in der Automobilwirtschaft

Relevante Veränderungstreiber

PEST*-Analyse identifiziert die maßgebliche Faktoren des Wandels in der Automobilwirtschaft

Politisch-rechtlich

- Maßnahmen zur Emissionsreduktion, z.B. CO2-Regulierung der EU
- Strengerer Fahrzyklus WLTP (Worldwide Harmonised Light Duty Test Procedure) zur Messung von Verbrauchs- und Abgaswerten, löst NEDC (New European Driving Cycle) im Laufe des Jahres 2017 ab
- Weiterer Verfahren zur Typgenehmigung, um Emissionen im Realbetrieb außerhalb des Prüfstandes zu messen
- Fahr- und Zulassungsverbote zeichnen sich in einer Reihe von Ländern ab (z.B. kein Verkauf von Fzg. mit Verbrennungsmotor ab 2040 UK und Frankreich)

Technological

- Kombination von Konnektivität, Autonomem Fahren und Big Data-Analyse wird Beziehung zwischen Zulieferern, Herstellern und Händlern verändern
- Neue Dienstleistungen und Geschäftsmodelle werden entstehen

Ökonomisch

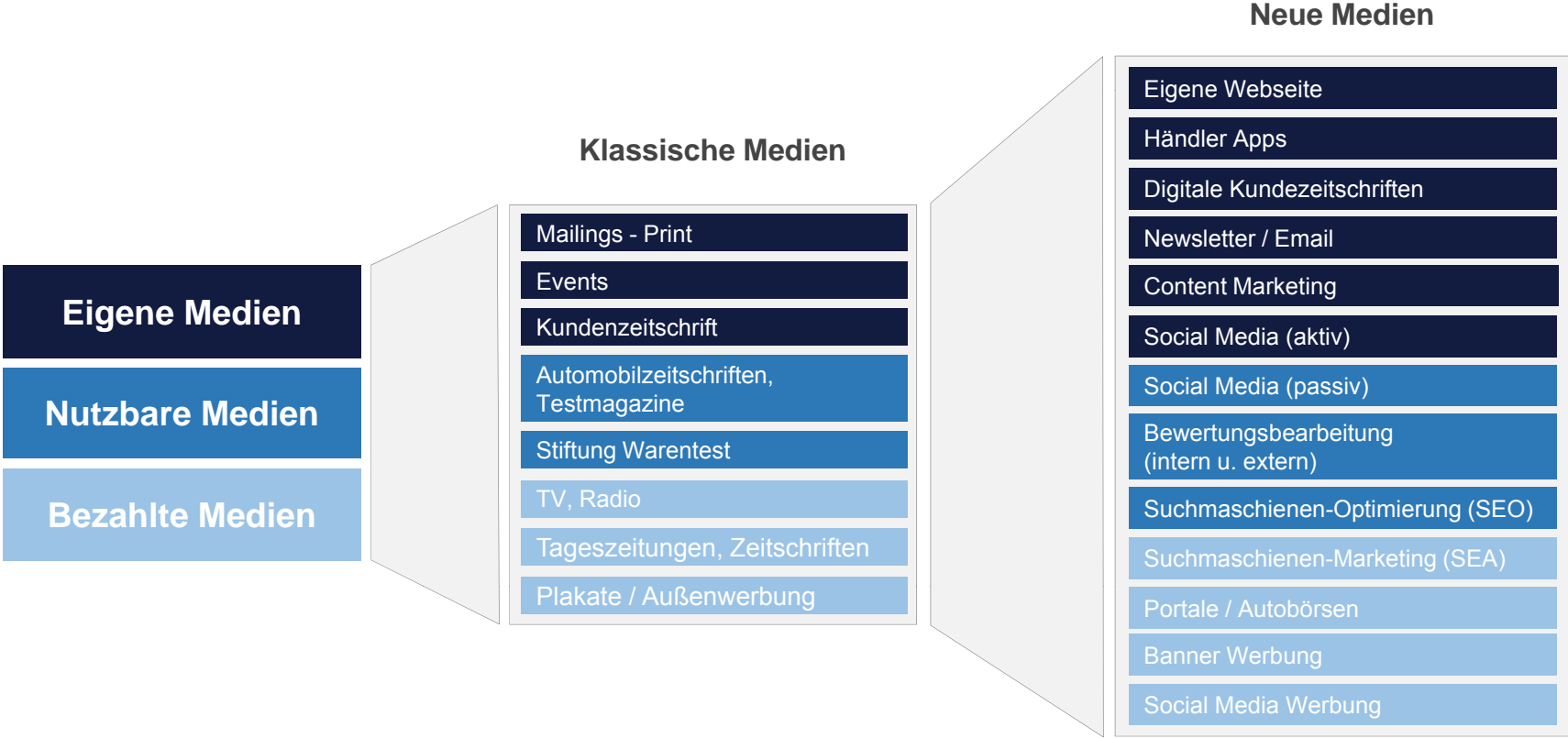
- Share Economy erlaubt die effiziente Nutzung bisher ungenutzter Ressourcen
- Digitale Plattformen schaffen Transparenz, niedrige Transaktionskosten und hohe Skalenerträge durch exponentielles Wachstum
- Zusammengekommen haben Share Economy und digitale Plattformen das Potenzial den B2B- und B2C-Handel nachhaltig zu verändern

Soziokulturell

- Urbanisierung nimmt weiterhin zu
- Bevölkerung in den entwickelten Ländern wird immer älter
- Bedürfnis nach Mobilität wächst weiter

Trends

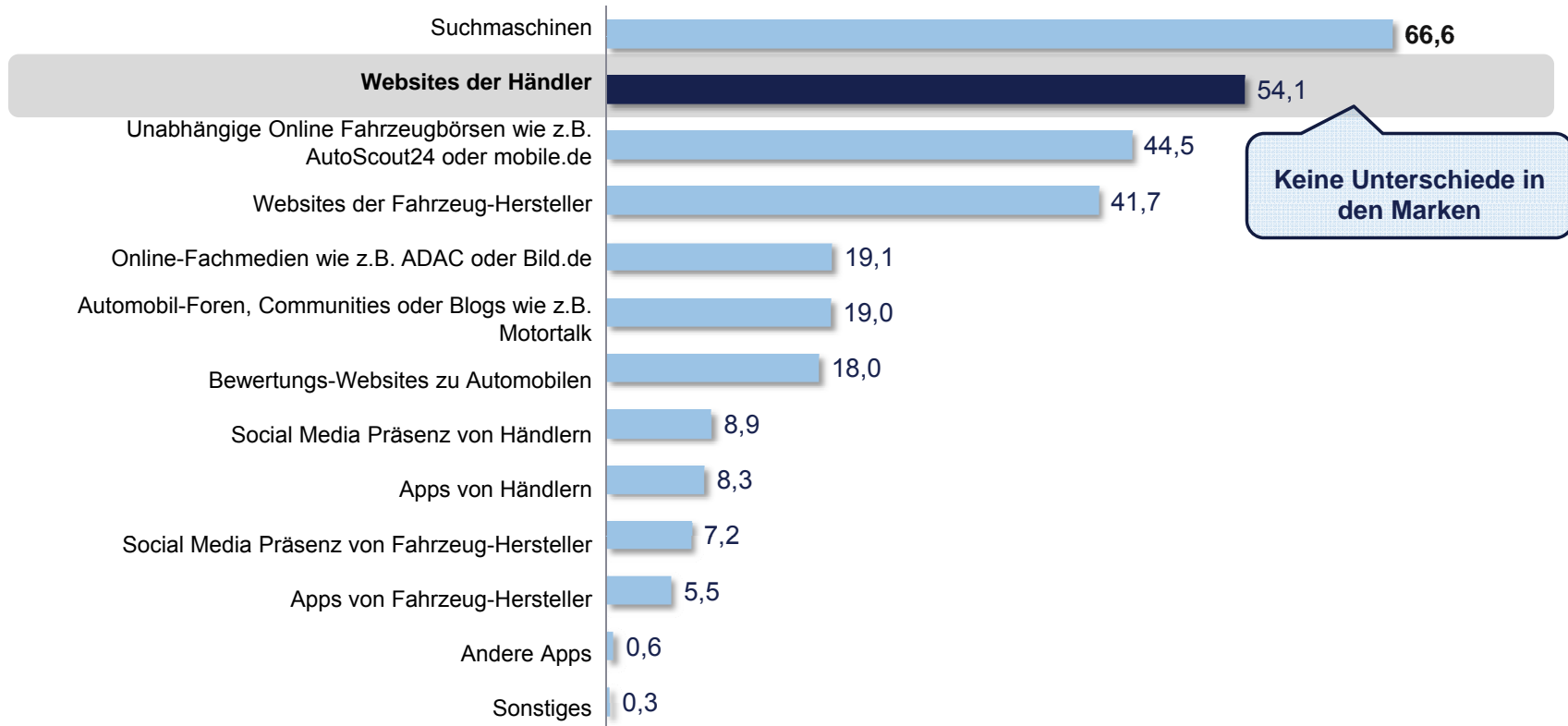
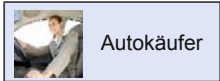
Die Kundenkontaktpunkte ändern sich



Digitalisierung der Medien und des Vertriebs

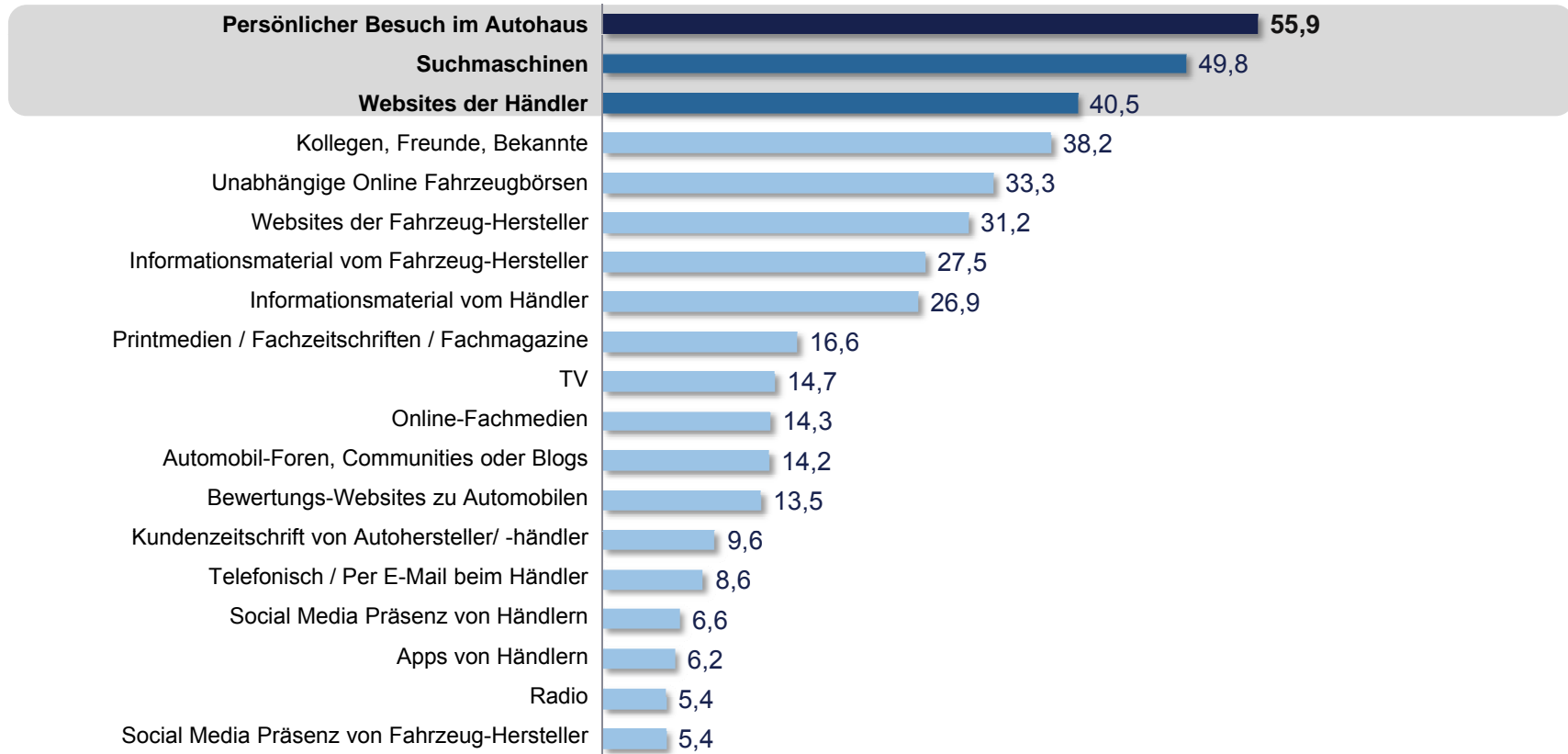
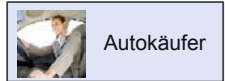
Webseiten der Händler sind für Kunden wichtig

Wo genau haben/werden Sie sich im Internet informieren?



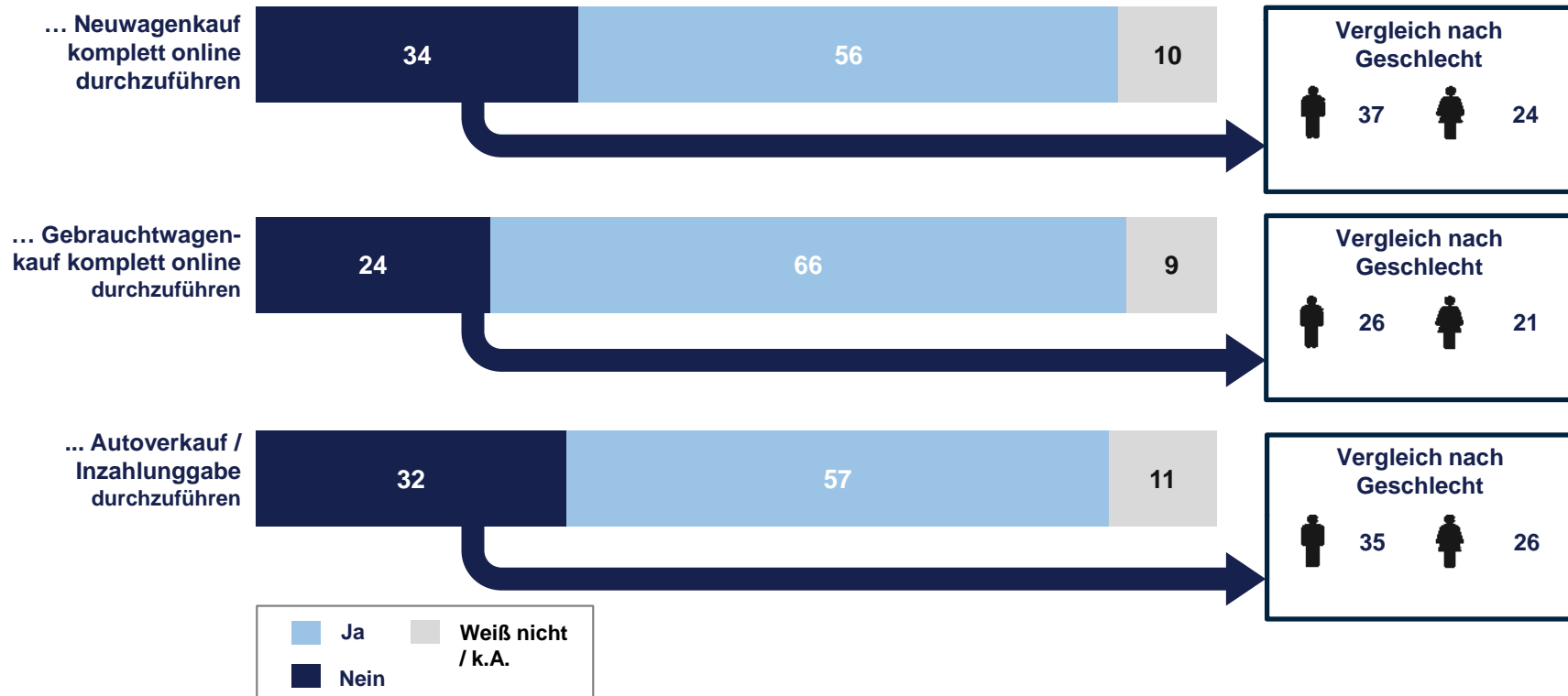
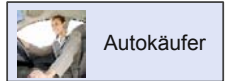
Der Besuch im Autohaus ist entscheidend

Welche der von Ihnen genutzten Informationsquellen haben Ihnen bei Ihrer Entscheidung im Rahmen Ihres Autokaufs am meisten weitergeholfen? Nennen Sie uns die 3 wichtigsten Informationsquellen.



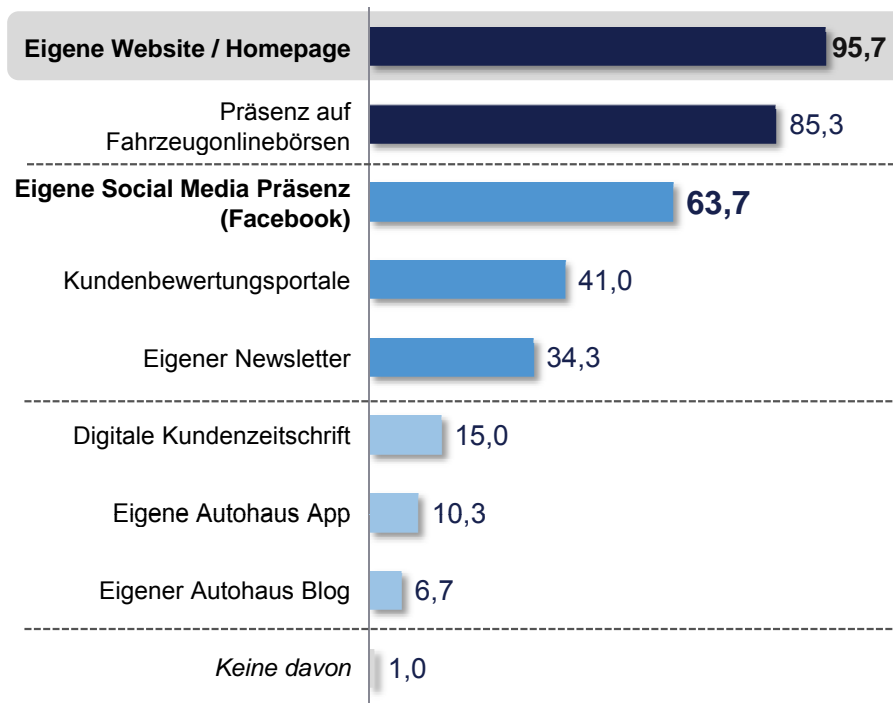
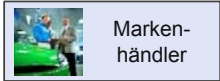
1/3 kann sich den Online Autokauf vorstellen

Überlegen Sie bitte kurz: Könnten Sie es sich grundsätzlich vorstellen, zukünftig den Autokauf und auch den Verkauf Ihres aktuellen Fahrzeuges/Vorfahrzeugs, komplett online abzuschließen/durchzuführen?



Social Media hat noch Potenzial

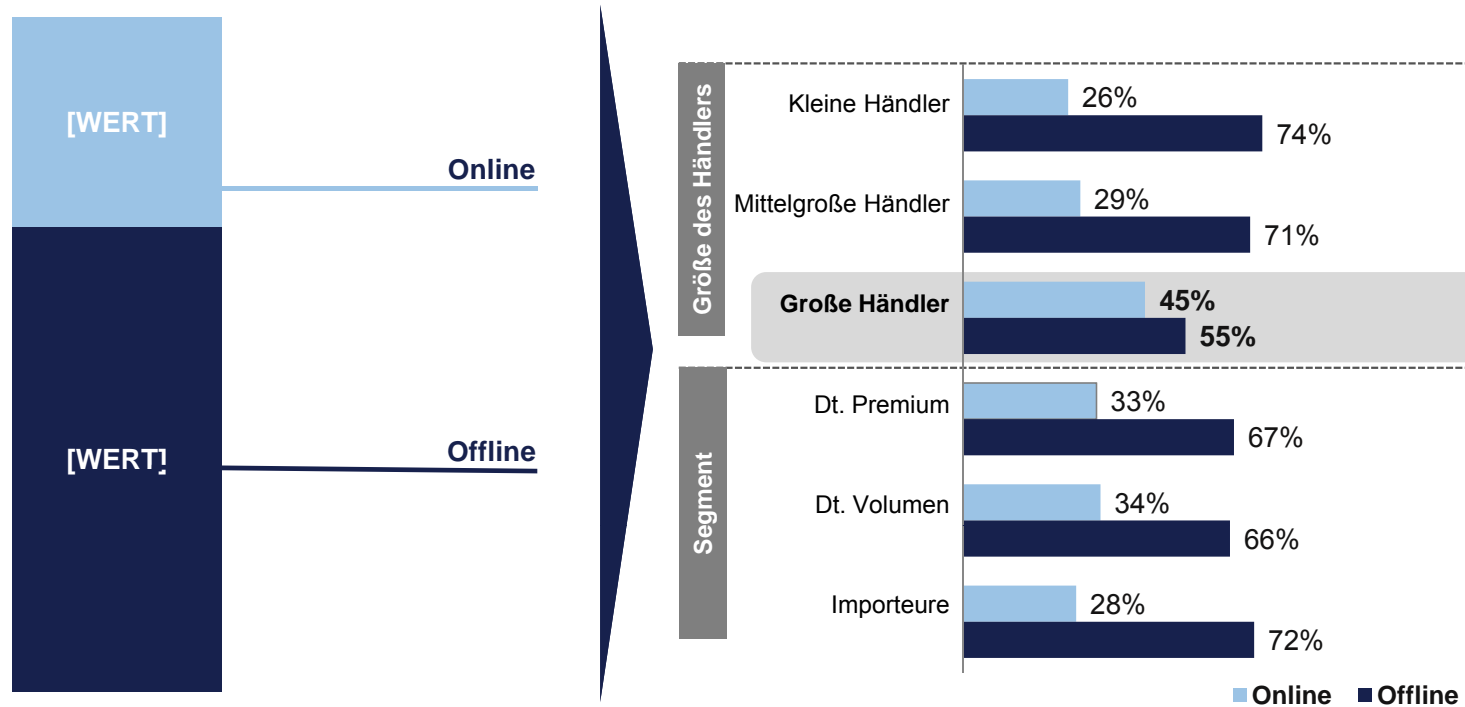
Welche der folgenden neuen Medien bzw. Möglichkeiten sich als Händler online zu präsentieren, nutzen Sie in Ihrem Betrieb aktuell bereits?



| Händlergröße | | |
|----------------|---------------------|---------------|
| Kleine Händler | Mittelgroße Händler | Große Händler |
| 95,6 | 94,0 | 100,0 |
| 78,0 | 84,8 | 98,3 |
| 50,5 | 62,3 | 87,9 |
| 29,7 | 37,1 | 69,0 |
| 19,8 | 29,8 | 69,0 |
| 12,1 | 11,3 | 29,3 |
| 6,6 | 7,3 | 24,1 |
| 6,6 | 5,3 | 10,3 |
| 2,2 | 0,7 | 0,0 |

Die Kunden sind online – die Händler offline

Nun zu Ihren Marketinginvestitionen (inkl. Herstellerzuschüssen): Was schätzen Sie, wie viel Prozent Ihres Marketingbudgets im Jahr 2017 investieren Sie in ...



Die Veränderungsbereitschaft ist begrenzt

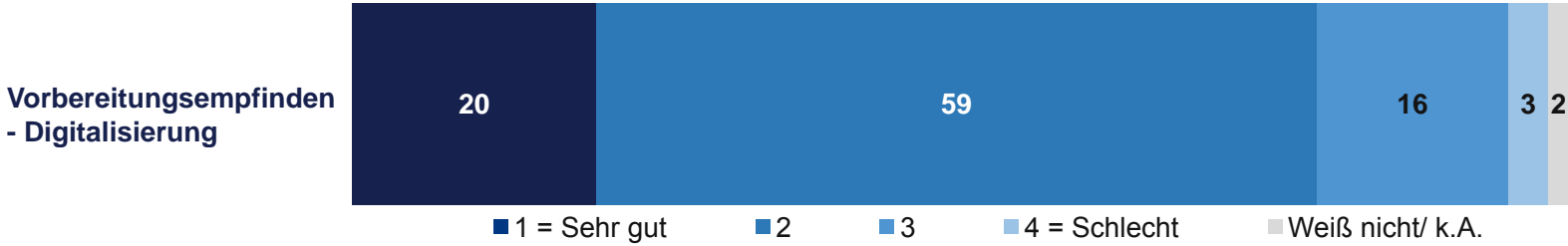
In welche Art von Medien werden Sie zukünftig bis 2020 verstärkt investieren bzw. mehr Personal einsetzen?



| Medien | Gesamt | Stückzahlen | | | Strat. Gruppe | | |
|--|--------|------------------------------|---------------------------------|----------------------------------|---------------|-------------|------------|
| | | Kleine Händler Bis 100 GW | Mittelgr. Händler Bis 499 GW | Große Händler Mehr als 499 GW | Dt. Premium | Dt. Volumen | Importeure |
| Eigene Medien (z.B. eigene Webseite, Social Media Präsenz) | 53,0 | 49,5 | 55,0 | 53,4 | 52,1 | 54,7 | 52,6 |
| Verteilung der Investition bleibt unverändert | 39,7 | 46,2 | 37,1 | 36,2 | 40,8 | 36,0 | 40,9 |
| Bezahlte Medien (z.B. Online Werbung) | 34,7 | 28,6 | 35,8 | 41,4 | 40,8 | 34,7 | 31,8 |
| Nutzbare Medien (z.B. Bewertungsportale) | 25,7 | 25,3 | 27,2 | 22,4 | 26,8 | 26,7 | 24,7 |
| Weiß nicht / k.A. | 5,0 | 2,2 | 6,0 | 6,9 | 2,8 | 6,7 | 5,2 |

Allgemein fühlt man sich gut vorbereitet, die Detailergebnisse zeigen allerdings ein anderes Bild

Wie gut fühlen Sie sich bzw. Ihren Betrieb auf anstehende Änderungen im Zuge der Digitalisierung aktuell vorbereitet?

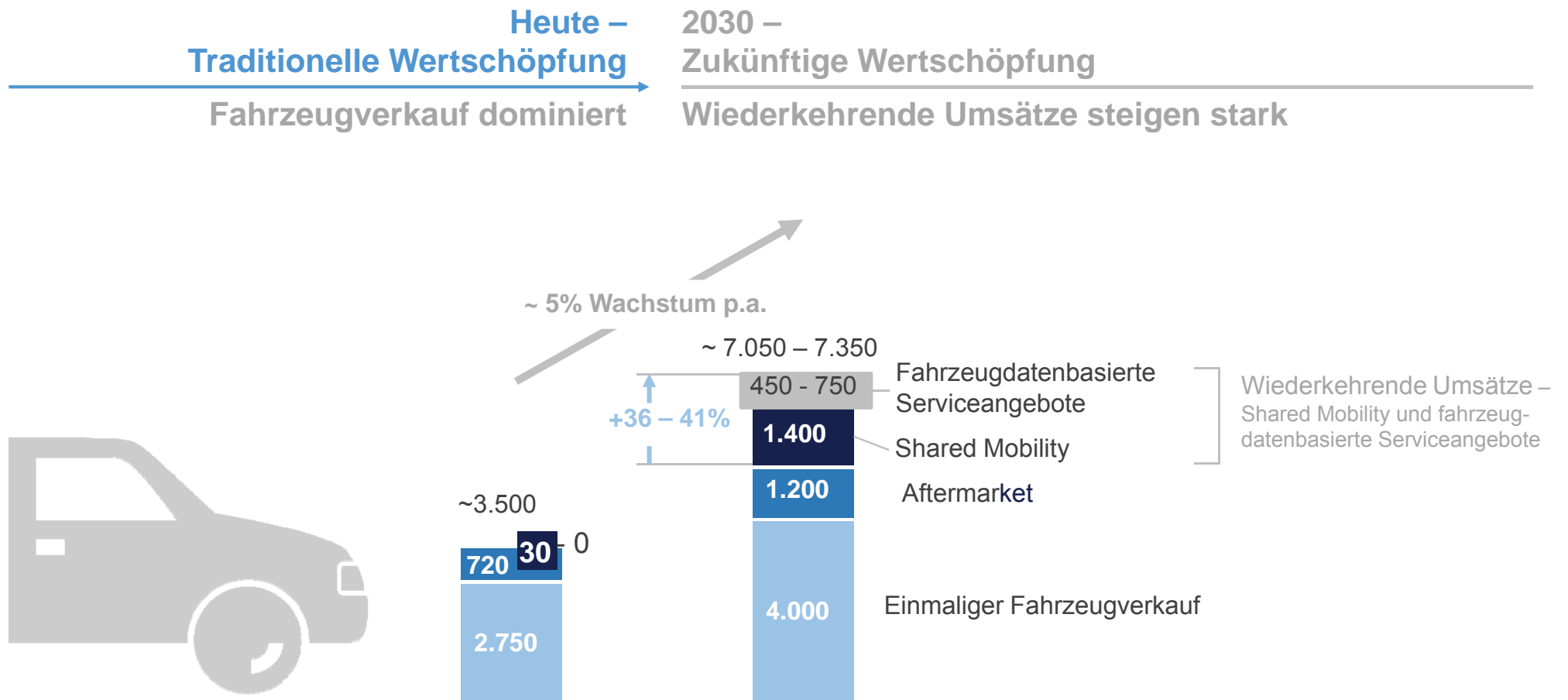


Top-2-Boxes Vergleich nach strat. Gruppe

| | |
|-------------|----|
| Dt. Premium | 87 |
| Dt. Volumen | 84 |
| Importeure | 73 |

Big Data

Daten sind das neue Gold



Interesse an der kompletten
Studie?

Email: digital@tuev-nord.de