



# **Chief Customer Officer**

## **Die Antwort der Autobanken auf das veränderte Kundenverhalten**

Autohaus Bankengipfel

19. Juli 2016

# Autobanken werden zukünftig eine aktivere Rolle spielen

## Executive Summary

---

„ *Die Kunden geben den Takt vor. Autobanken **orchestrieren** zukünftig für OEM und Händler die Interaktion mit den Kunden um gemeinsam den neuen Mobilitätsbedürfnissen gerecht zu werden.*





**Das einzig  
Konstante  
ist die  
Veränderung**





# Die stationäre und produktzentrierte automobile Wertschöpfungskette der Vergangenheit hat ausgedient



# Der Rahmen für die zukünftige Entwicklung der Autobanken wird von vier Megatrends bestimmt

## EMPOWERED CUSTOMERS

Erhöhte Transparenz und Entscheidungsmacht der Kunden durch wachsende Verfügbarkeit von Daten und Informationen

**5 Mrd.**

Internet Nutzer 2020

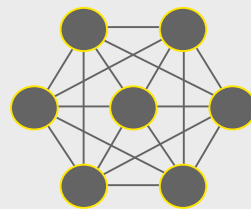


## THE FUTURE OF SMART

Digitale Innovationen wie Internet of Things, Artificial Intelligence, Augmented Reality und Robotics verändern die Art wie wir leben und arbeiten

**80 Mrd.**

Vernetzte Geräte in 2020



## URBAN WORLD

Die Urbanisierung und die dadurch entstehenden Herausforderungen verlangen zunehmend nach Innovationen

**~60%**

Der Erdbbevölkerung lebt 2020 in Städten

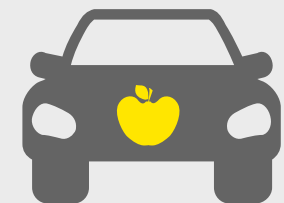


## INDUSTRY REDEFINED

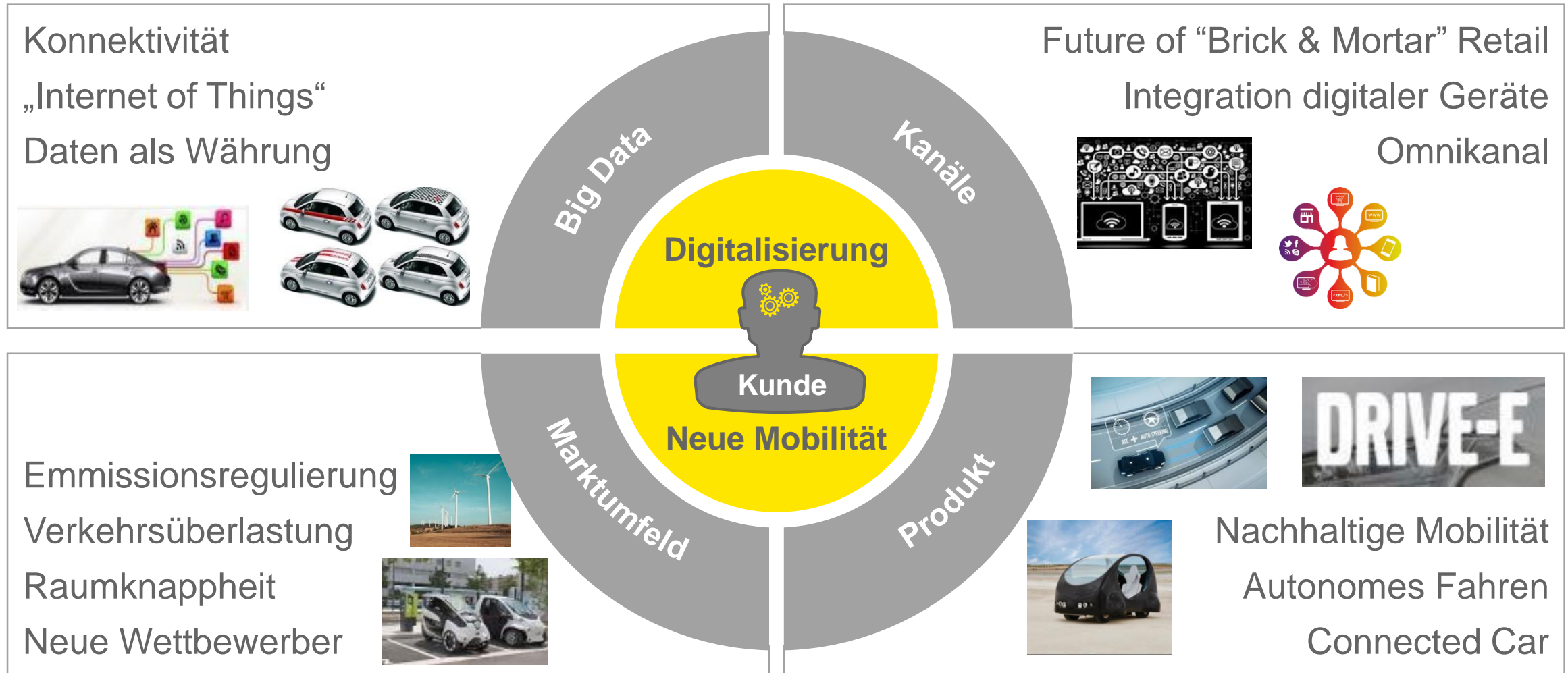
Technologien und digitale Medien verändern alle Industrien und ermöglichen Markteintritte von neuen Wettbewerbern

**\$4,7 Mrd.**

Apple F&E Ausgaben für „Car/Services“ 2013-15



# Auch die Automobilindustrie wird durch Digitalisierung und neue Mobilität nachhaltig verändert werden

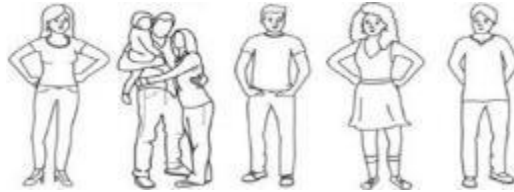


# Autobanken müssen den individuellen Bedürfnissen und Erwartungen unterschiedlichster Kunden entsprechen



## Traditionelle Autokäufer

- ▶ Hohe Markenloyalität
- ▶ Fordern Sicherheit
- ▶ Bevorzugen Fahrzeugbesitz
- ▶ Einfache Prozesse



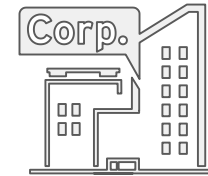
## Hybrid Mobilist

- ▶ Nutzen > Marke
- ▶ Kombination aus Produkten und Services
- ▶ Möchten neue Erfahrungen machen
- ▶ Offen für neue Mobilitätskonzepte



## Millenials

- ▶ Flexibilität > Marke
- ▶ 'Early adopters' von Mobilitätslösungen
- ▶ 'Sharing spirit'
- ▶ Gut informiert, up-to-date



## Firmenkunden

- ▶ Kosten sensibel
- ▶ Umweltbewusst
- ▶ Imagebewusst
- ▶ Effiziente Balance zwischen Eigentum und Nutzung

**Kunden lassen sich nicht mehr in traditionelle Kundengruppen segmentieren**



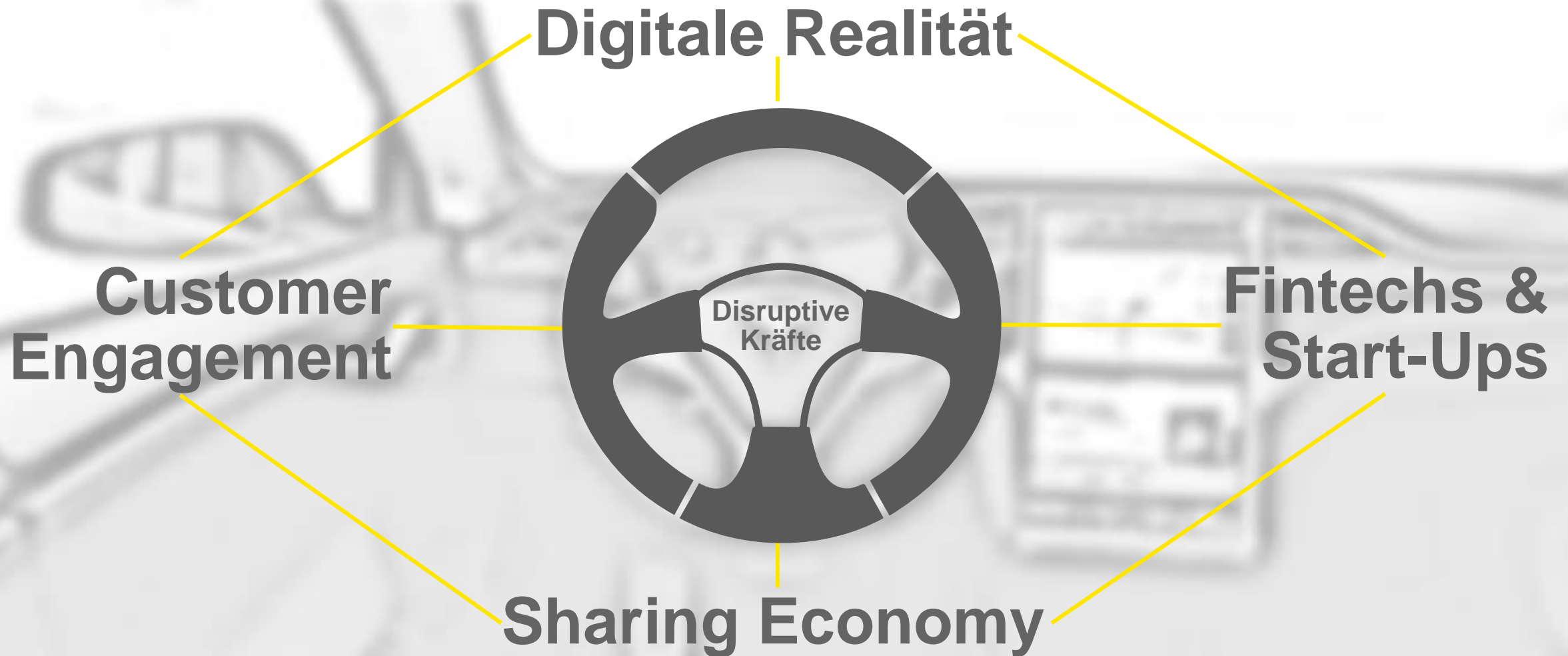
**Der Kunde  
sitzt im  
Fahrsitz**





# Das Verständnis von 4 sich selbst verstärkenden disruptiven Kräften führt zu besserem Kundenverständnis

---

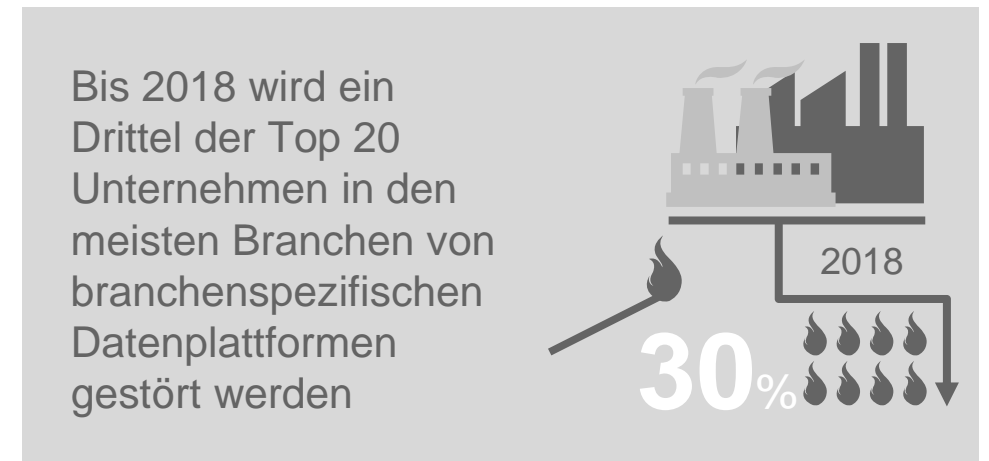
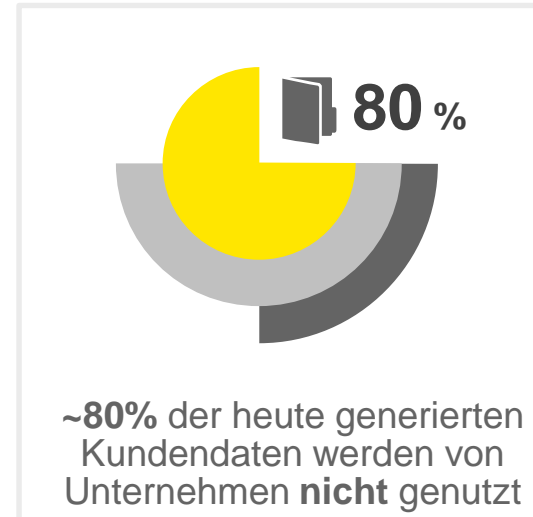
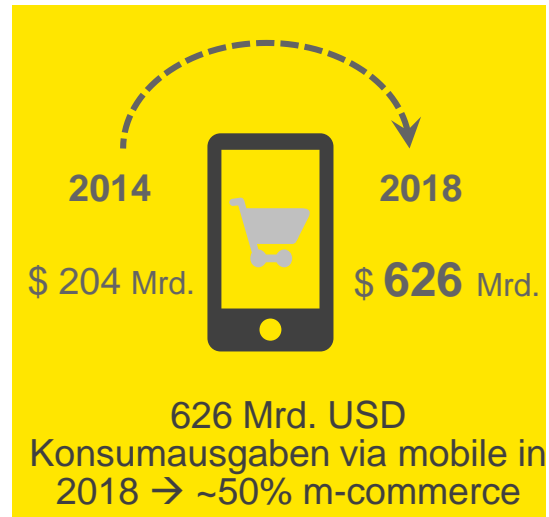
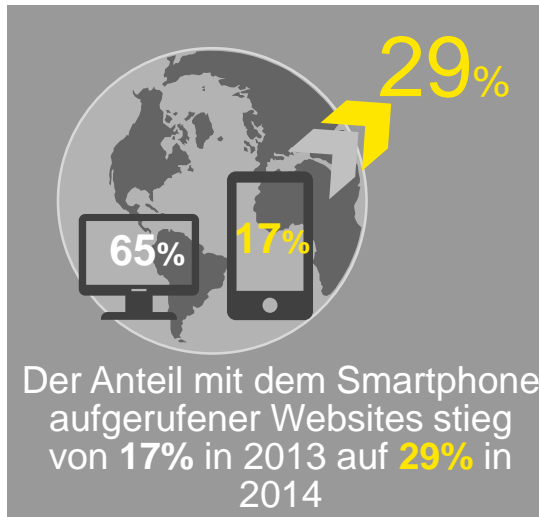


# Digitale Realität



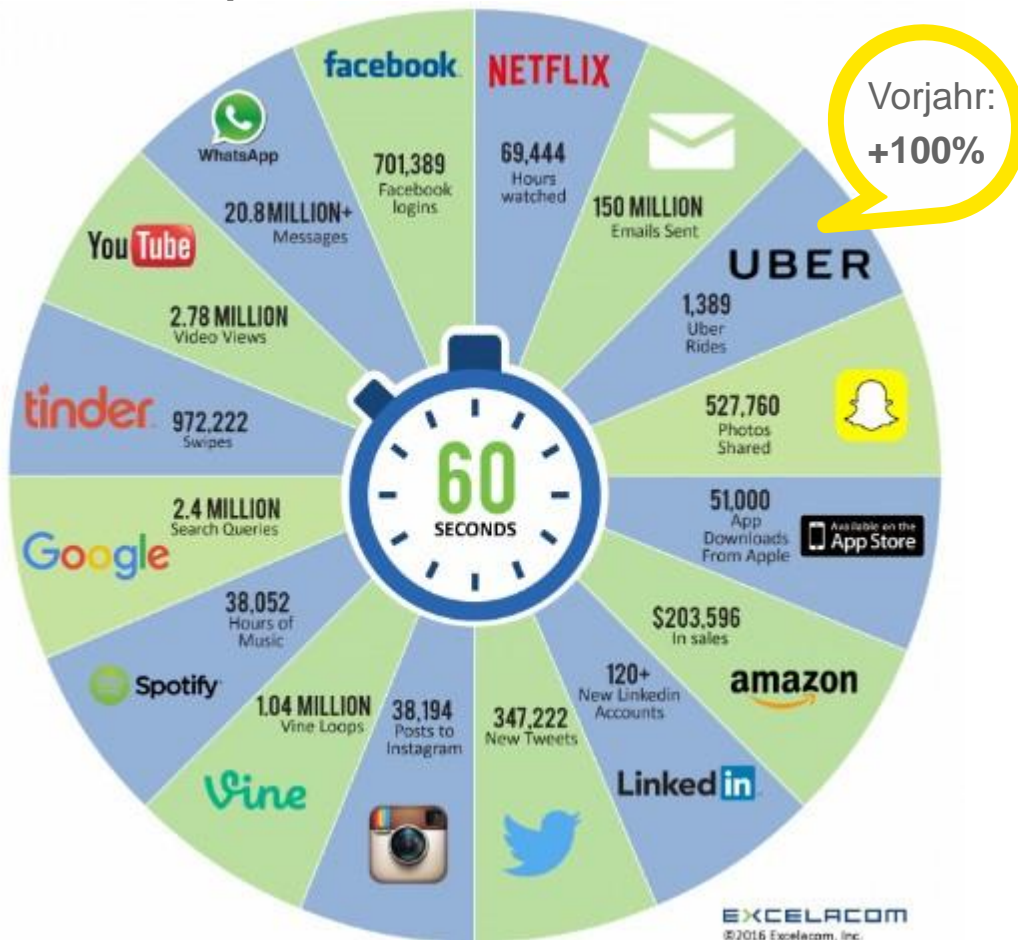


# Zunehmende Konnektivität führt zu einer ‚mobile first world‘ mit Auswirkungen auf Design, Produkte und Operations

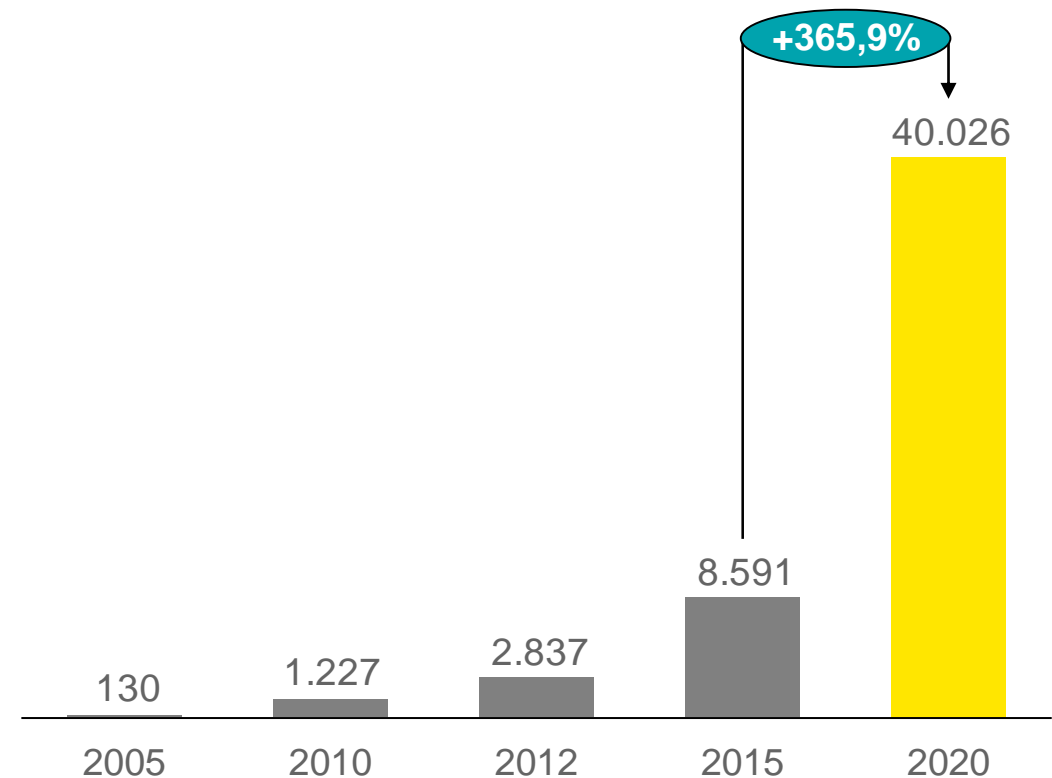


# Die Geschwindigkeit der technischen Fortschritte nimmt zu wodurch Daten in riesigen Mengen generiert werden

2016: Was passiert in 60 Sekunden im Internet



Volumen der jährlich generierten Datenmenge  
(in Exabyte = Milliarden Gigabyte)





# Auch Autobanken müssen Kooperationsmodelle finden um die digitale Transformation zu meistern

## Inkubation

### Förderung von Start-Ups

- ▶ BMW FS Innovation Lab
- ▶ BMW Startup Garage
- ▶ BMW TechFounders
- ▶ BMW i Ventures
- ▶ Daimler Startup Autobahn
- ▶ VW ERL Technology Accelerator
- ▶ Ford Techstars Mobility
- ▶ GM Ventures
- ▶ Honda Silicon Valley Lab
- ▶ und mehr...



- ▶ Daimler → MyTaxi u. Blacklane
- ▶ Daimler → GottaPark
- ▶ Audi, BMW und Daimler → HERE von Nokia
- ▶ VW → Gett
- ▶ Toyota → Uber

### Kauf von/Beteiligung an innovativen Unternehmen

## Kooperation

### Zusammenarbeit mit Vorreitern der digitalen Industrie und Wissenschaft

- ▶ Audi + FAU Erlangen-Nürnberg: Nachhaltige Mobilität
- ▶ BMW + TUM: Mobilitätskonzepte
- ▶ BMW + Intel + Mobileye: Autonomes Fahren
- ▶ BMW + Baidu: Autonomes Fahren
  - ▶ VW + Mobileye: Autonomes Fahren
  - ▶ Volvo + Microsoft: Connected Car
  - ▶ Fiat Chrysler + Google: Autonomes Fahren
- ▶ und mehr...



## Beteiligung

# Fintechs & Start-Ups















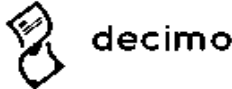





# Die Digitalisierung durch Fintechs vollzieht sich extrem dynamisch und ist unumkehrbar

---



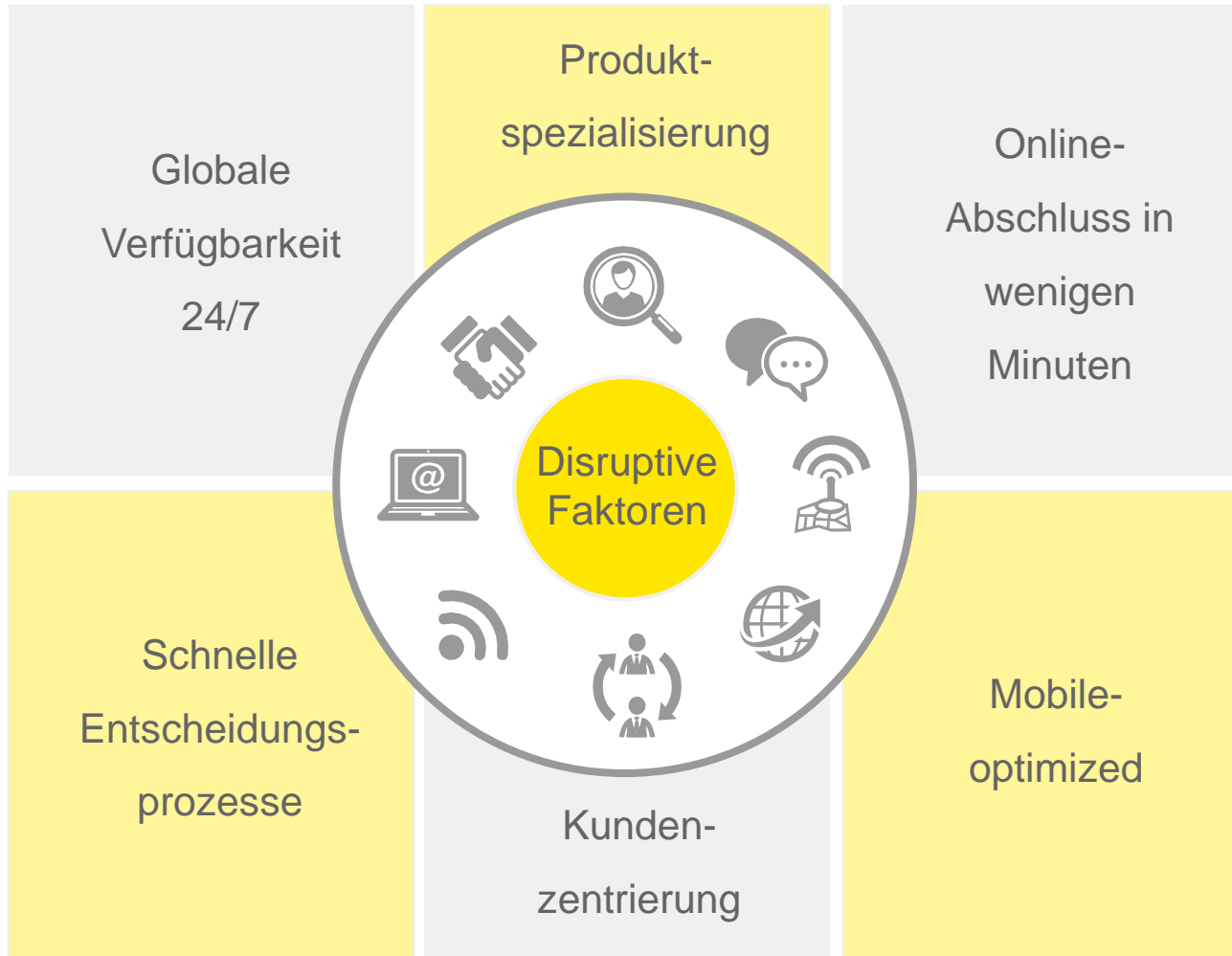
# Fintechs treiben bereits heute digitale Innovationen in allen Bereichen des Finanzsektors voran

Zahlungs- verkehr	Finanzdaten- analyse	Enabling Processes & Technology	RegTech	Banking 2.0 Kreditgeschäft Crowdfunding	InvestTech	Virtuelle Marktplätze, Aggregatoren Finanz- intermediäre	InsurTech
							
							


Quellen: Unternehmenswebsites




# Exzellenter Kundenservice, Spezialisierung, leichte Bedienbarkeit und ‚asset light‘ als Eckpfeiler des Erfolgs



Top Gründe **FÜR**/GEGEN die Nutzung von Fintechs:

43%   
Einfache Kontoeröffnung

 53%  
Wusste nicht, dass es sie gibt

# Auch die Automobilindustrie wird durch innovative Disruptoren zunehmend herausgefordert und beeinflusst



Quellen: Unternehmenswebsites



# Sharing Economy



# Konvergierende Trends befeuern den Paradigmenwechsel vom Besitz zur reinen Nutzung von Fahrzeugen



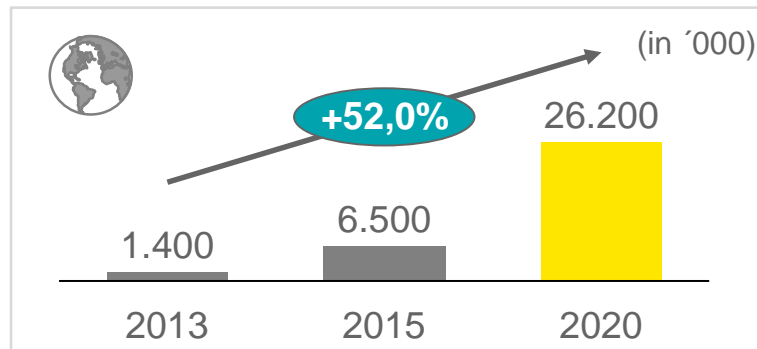
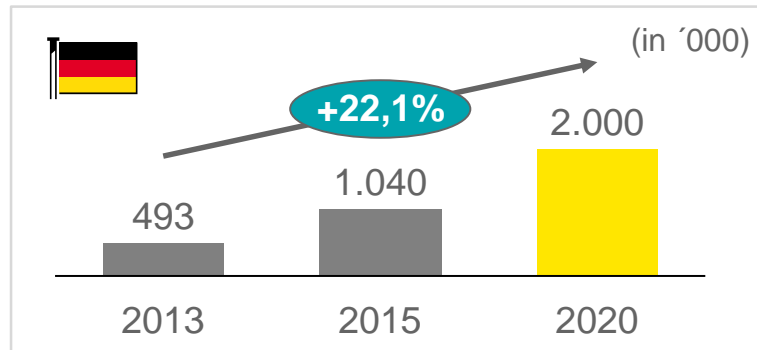
Quellen: EY Analyse



# Die Bedeutung und Größe von alternativen Mobilitätskonzepten nimmt in den kommenden Jahren rasant zu...

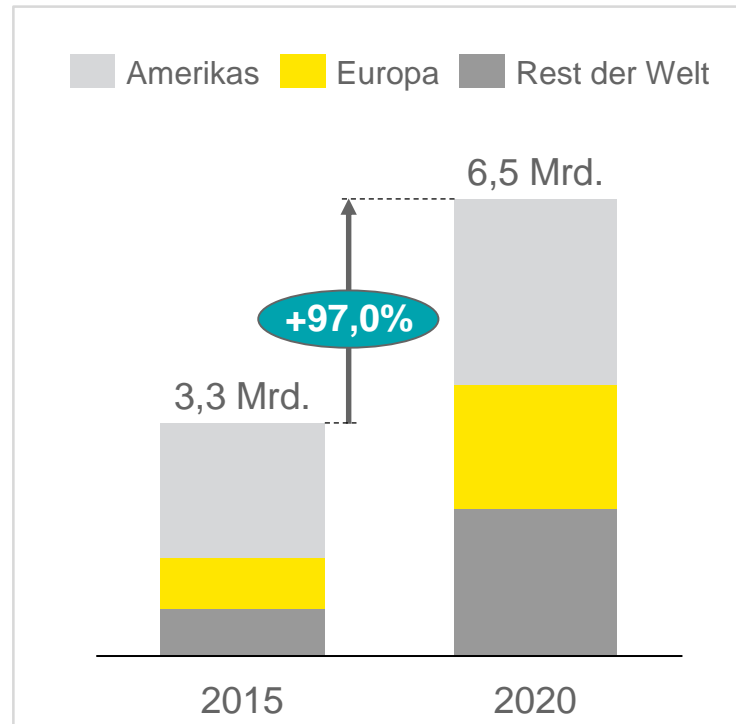
## Car-Sharing

### Anzahl Nutzer



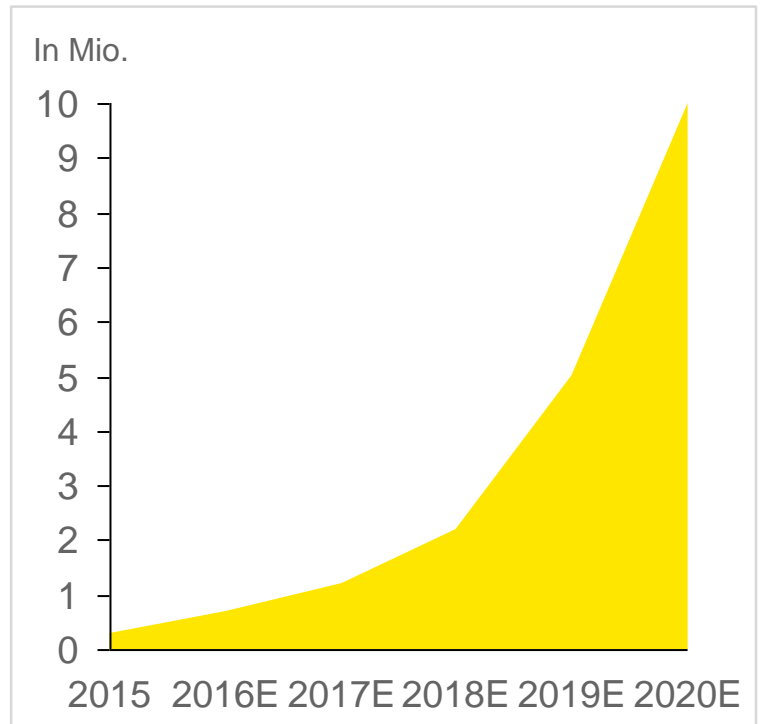
## Ridesharing

### Umsatz



## Autonomes Fahren

### Anzahl global selbstfahrender Autos



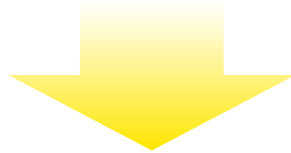
Quellen: Berg Insight; AIM Carsharing-Barometer 2014; Statista; Juniper Research, 2016; BI Intelligence Estimate, 2015

# ...mit großen Auswirkungen auf die Automobilindustrie und den dahinter liegenden Geschäfts- und Ertragsmodellen



## 1 Stunde

Derzeitige Ø PKW-Fahrzeit pro Tag  
Entspricht 4% PKW-Auslastung



## 7 Stunden

Angenommene Ø PKW-Fahrzeit pro Tag  
Entspricht 30% PKW-Auslastung



## 75-80%

Reduktion der Anzahl von benötigten Neuwagen



### Benchmark:

Die durchschnittliche Fahrzeit der Taxis in der Stadt New York beträgt **12** Stunden pro Tag (=50% Auslastung)

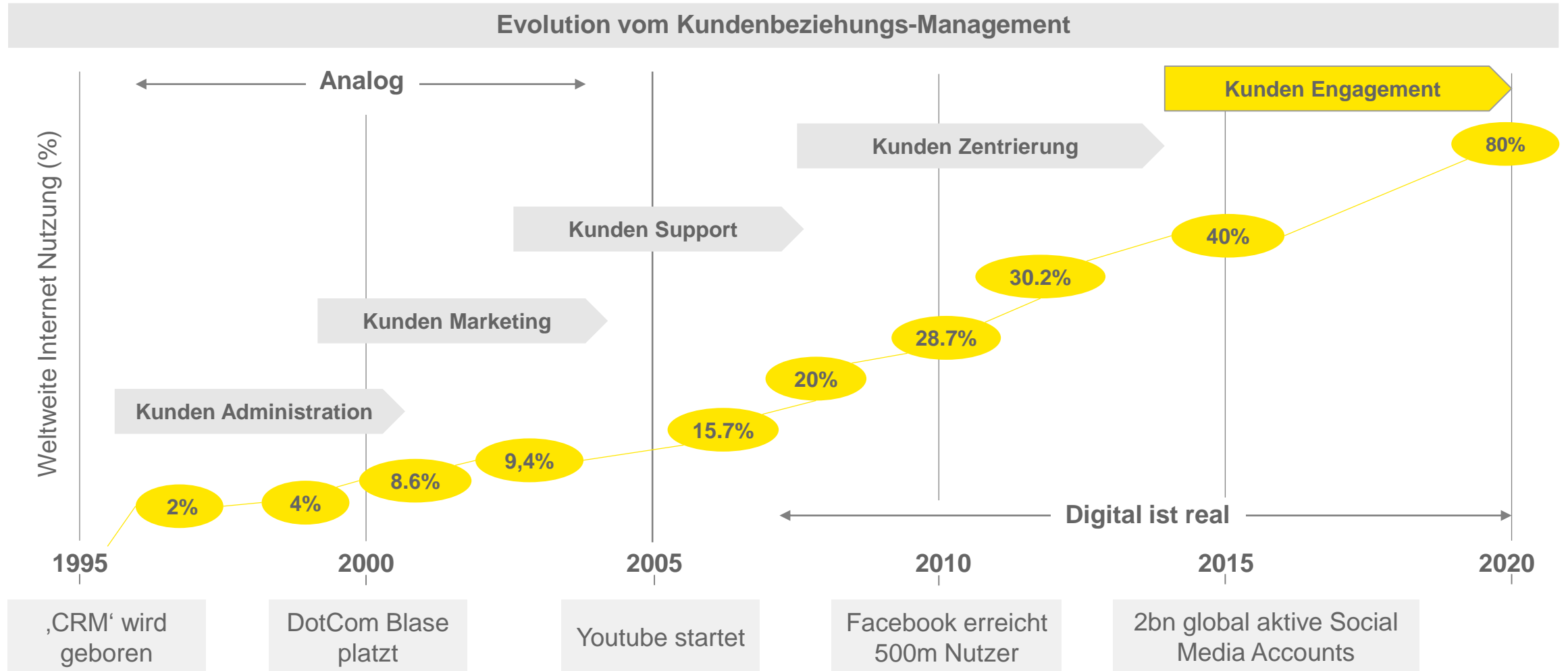
Quellen: "Get ready: open to sharing means open for business", EY Studie; "Spaced Out: Perspectives on parking policy," RAC Foundation



# Customer Engagement

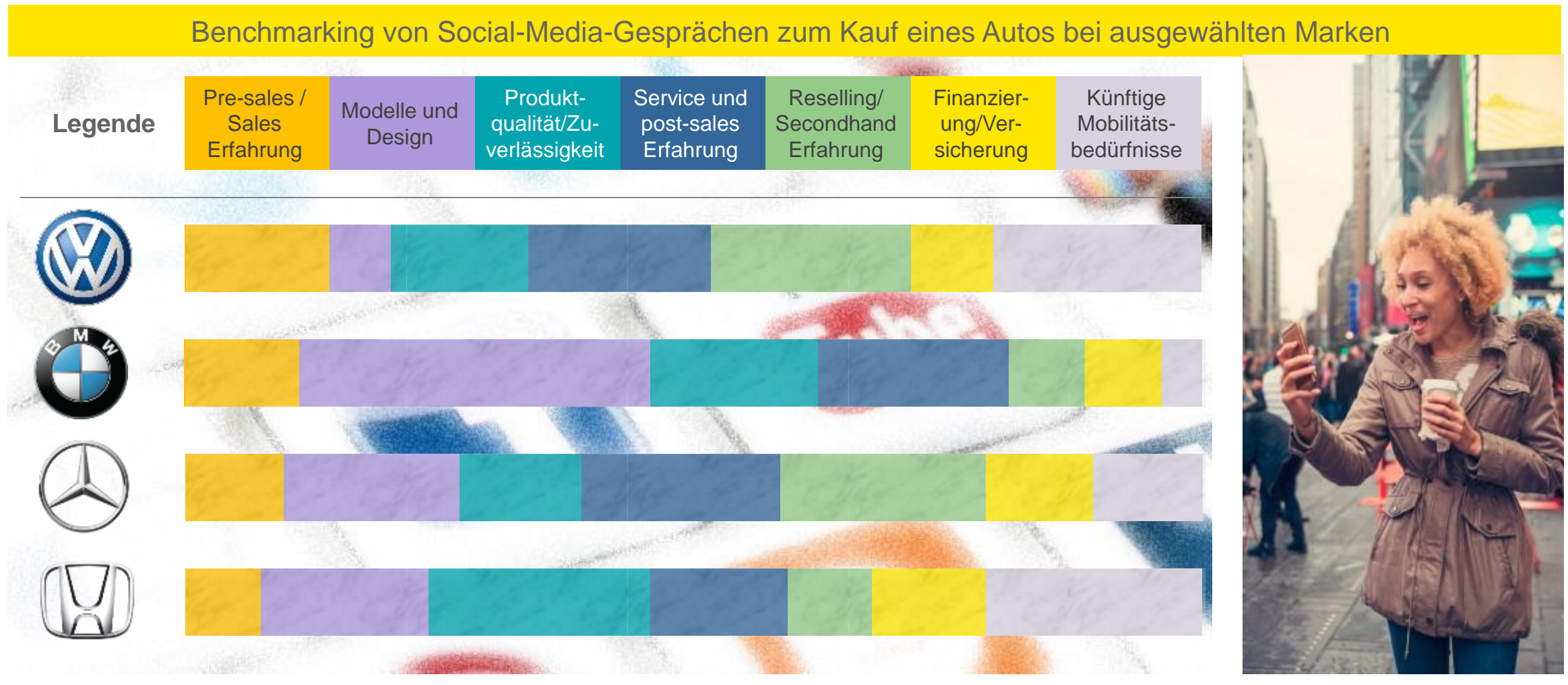


# Kunden werden zukünftig nicht mehr nur gemanagt - mit Ihnen wird interagiert um sie aktiv an die Marke zu binden



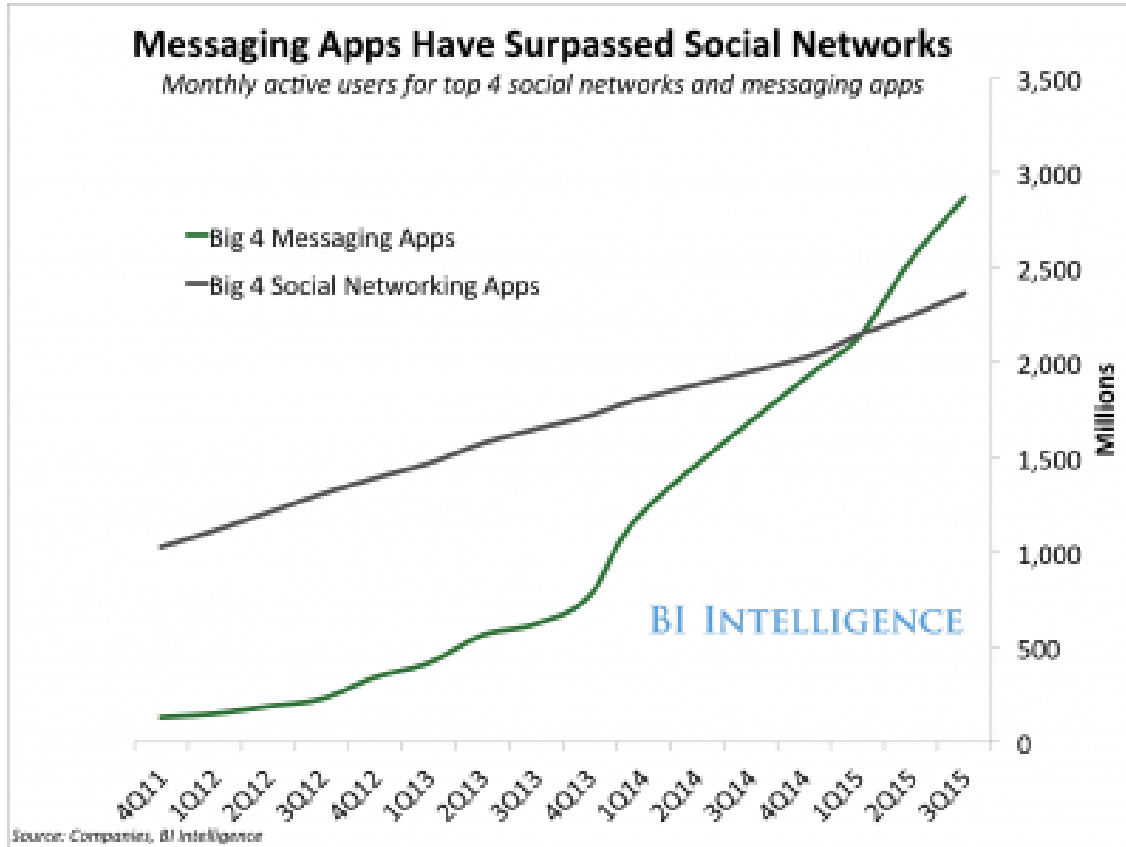
Quellen: EY Analyse

# Die gesamte automobile Wertschöpfungskette räsontiert in den sozialen Medien der Kunden






# Die Bedeutung von Messaging Apps und „Conversational Commerce“ nimmt zu




**Big 4 Messaging Apps:** WhatsApp, WeChat, Line, Snapchat

**Big 4 Social Networking Apps:** Facebook, LinkedIn, Yelp, Twitter

Quellen: Business Insider Intelligence, EY Analyse



## Chatbots



ermöglichen es Unternehmen mit Kunden  
24/7 direkt über deren Smartphone zu  
interagieren



# Was kann man von anderen Industrien lernen?

---



# LEGO nutzt ‚Co-Creation‘ um Kunden in den Entwicklungsprozess von neuen Sets mit einzubeziehen

## Popular this Week

403 New Supporters



**In-N-Out Burger...**  
Furmania  
Jul 04, 2016

**497** SUPPORTERS | **357** DAYS LEFT

4k 90 89

## Projects in Review



**Jedi High Council...**  
Iojaco  
Sep 02, 2015


✓ **10,000** SUPPORTERS

State: In Review

153k 550 2k

## Products on Shelves

**SOLD OUT**




**NASA Mars Scienc...**  
Perjove  
Build the NASA Mars Science Laboratory Curiosity Rover.

**SOLD OUT**

View project

**LEGO Ghostbusters**  
BrentWaller  
Bust ghosts with the LEGO® Ghostbusters™ Ecto-1 vehicle, including 4 minifigures.



Go to Online Store

View project

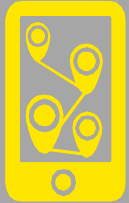
Quelle: LEGO Ideas



# Pokémon GO Mania: ‚Gamification‘ als möglicher Ansatzpunkt Kunden zukünftig in Autohäuser zu dirigieren

## Was Pokémon GO ist:


Location-based  
augmented reality  
**mobile game**



Launch



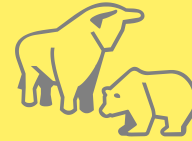
## Fakten:

**4,5 h**   
von Launch bis Platz 1 der  
AppStore Charts

**5%**  
der aktiven Android Geräte  
in den USA

**43 Min.**  
tägl. Nutzungsdauer  
Pokémon Go

**30 Min.**  
tägl. Nutzungsdauer von  
Whatsapp



**+ \$9 Mrd**  
Marktkapitalisierung von  
Nintendo seit Launch



**Wie sollten  
sich die  
Autobanken  
zukünftig  
positionieren**



# Die Kunden entscheiden was für Sie einen echten Wertbeitrag liefert und geben zukünftig verstärkt den Takt an

## Bedürfnisse der Kunden:

Was?

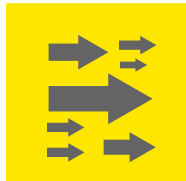
Wann?

Wie?

## Fokus der Captives auf:



**Kundenzentrierung**



**Omnikanalvertrieb**



**Business Intelligence**



**Innovation und  
Mobilität**

## Captives...

...fungieren als Schnittstelle zum Kunden und orchestrieren für diese die Customer Journey

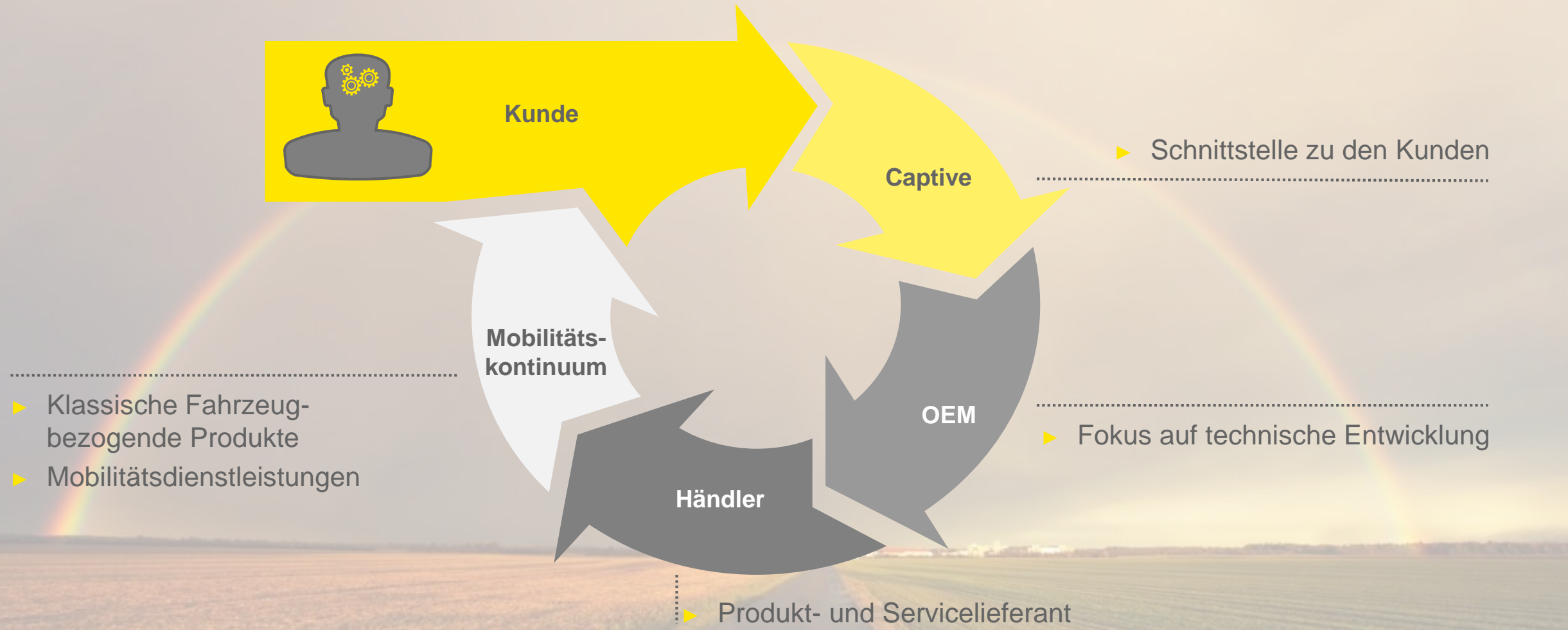
...gehen proaktiv auf Handel und Hersteller zu und treiben digitale Innovation auf allen Kanälen voran

...bauen und verwalten Plattformen für interne und externe Nutzer zum Gebrauch der generierten Daten

...sind mutig und disruptiv und agieren als interner Innovations- und Kundenmanager



# Als Chief Customer Officer erfassen die Autobanken die Impulse der Kunden und koordinieren OEM und Handel



**Orchester  
haben  
keinen  
eigenen  
Klang; den  
macht der  
Dirigent.**

Herbert von Karajan, österr. Dirigent (1908-1989)



# Ansprechpartner



**Jens Diehlmann**

**Ernst & Young GmbH**

Partner  
Global Automotive Finance Leader

Mergenthalerallee 3–5  
65760 Eschborn  
Telefon +49 6196 996 24797  
Jens.Diehlmann@de.ey.com



**Michael Gröger**

**Ernst & Young GmbH**

Senior Consultant  
Automotive Finance

Arnulfstr. 59  
80636 München  
Telefon +49 89 14331 19477  
Michael.L.Groeger@de.ey.com



## EY | Assurance | Tax | Transactions | Advisory

### Die globale EY-Organisation im Überblick

Die globale EY-Organisation ist einer der Marktführer in der Wirtschaftsprüfung, Steuerberatung, Transaktionsberatung und Managementberatung. Mit unserer Erfahrung, unserem Wissen und unseren Leistungen stärken wir weltweit das Vertrauen in die Wirtschaft und die Finanzmärkte. Dafür sind wir bestens gerüstet: mit hervorragend ausgebildeten Mitarbeitern, starken Teams, exzellenten Leistungen und einem sprichwörtlichen Kundenservice. Unser Ziel ist es, Dinge voranzubringen und entscheidend besser zu machen — für unsere Mitarbeiter, unsere Mandanten und die Gesellschaft, in der wir leben. Dafür steht unser weltweiter Anspruch „Building a better working world“.

Die globale EY-Organisation besteht aus den Mitgliedsunternehmen von Ernst & Young Global Limited (EYG). Jedes EYG-Mitgliedsunternehmen ist rechtlich selbstständig und unabhängig und haftet nicht für das Handeln und Unterlassen der jeweils anderen Mitgliedsunternehmen. Ernst & Young Global Limited ist eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung nach englischem Recht und erbringt keine Leistungen für Mandanten.

**Weitere Informationen finden Sie unter [www.ey.com](http://www.ey.com).**

In Deutschland ist EY an 21 Standorten präsent. „EY“ und „wir“ bezieht sich auf die Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

© 2016 Ernst & Young GmbH  
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft  
All Rights Reserved.

[www.de.ey.com](http://www.de.ey.com)