



Quelle: www.next.bmw

Future Retailing: Automobilhandel von morgen – Disruption oder Evolution

?

Autohaus Bankengipfel 2016; Neufarn 19. Juli 2016 von Norbert Irsfeld

Megatrends

Digitalisierung

Globalisierung

Urbanisierung

Nachhaltigkeit

Automobile Industrietrends

- Ökosysteme
- Autonomes Fahren
- Kundendaten



Traditionelle Wettbewerber



Consumer-led Wettbewerber



- Downsizing
- Sharing Economy
- Konzentration Menschen und Einkommen





Ausgewählte Auswirkungen

Bedeutung für Handel

Wirkung auf Handel

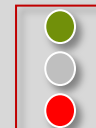
Megatrend: Digitalisierung

„car as a platform“ + Ökosystem

„Smart Customers“



Werkstatt-
bindung

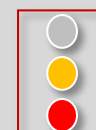


Kunde, nicht
Interessent

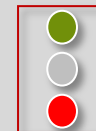
Megatrend: Globalisierung

new customer-focused player

Zeit vor Raum



Kein Partner



Virtuell vor
Stationär

Ausgewählte Auswirkungen

Bedeutung für Handel

Wirkung auf Handel

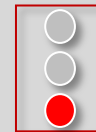
Megatrend: Urbanisierung

Kundenströme Konzentration

„Sharing Mobility“ + neue Erlöse



Weniger
Standorte

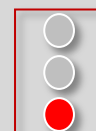


nice to use not
to have

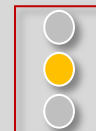
Megatrend: Nachhaltigkeit

„Zero Emission“ als Langfristziel

„Downsizing“



electrocar kills
aftersales

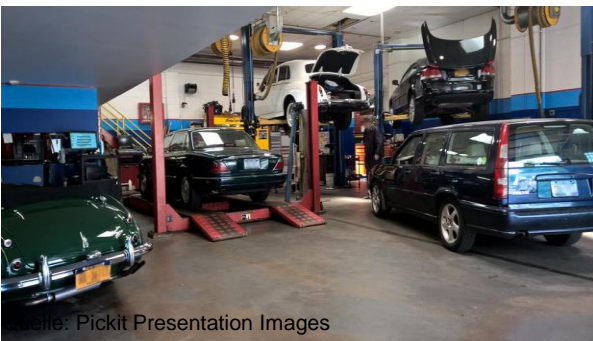


Erträge je NW
fallen

Die Entwicklung der Automobilhandelsbranche in den nächsten 10 Jahren

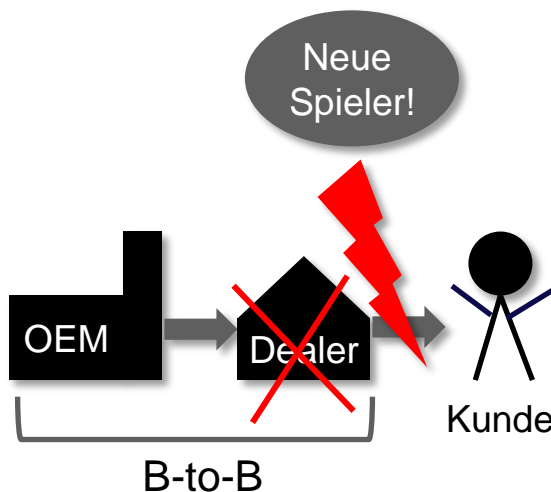
Szenarium A

Car Business As Usual



Szenarium B

Retail Disruption



Szenarium C

Dealer Evolution



Die technologischen Veränderungen setzen sich viel langsamer durch als der Hype heute verspricht. Der Automobilhandel verändert sich inkrementell.

Full-Flate-Dealers gibt es nicht mehr. Der stationäre Automobilhandel ist Partner im Ökosystem der Marken und liefert automobile Dienstleistungen.

In den Metropolzentren Brand-Stores. Am Stadtrand die VFW- und GW-bzw. Aftersales-Zentren. Auf dem Land wenige Full-Flates.

**Sind das bereits alle Antworten,
die in uns in die Lage versetzen,
seriöse Geschäftsmodelle
zu entwerfen?**

Denken wir doch einmal radikal anders:
Der Ausgangspunkt ist das Fahrzeug als
Plattform zur Etablierung eines Ökosystems

eCommerce & Sharing

- Using Flat Rate
- Auto als Point of Sales
- Ride Sharing

Energie

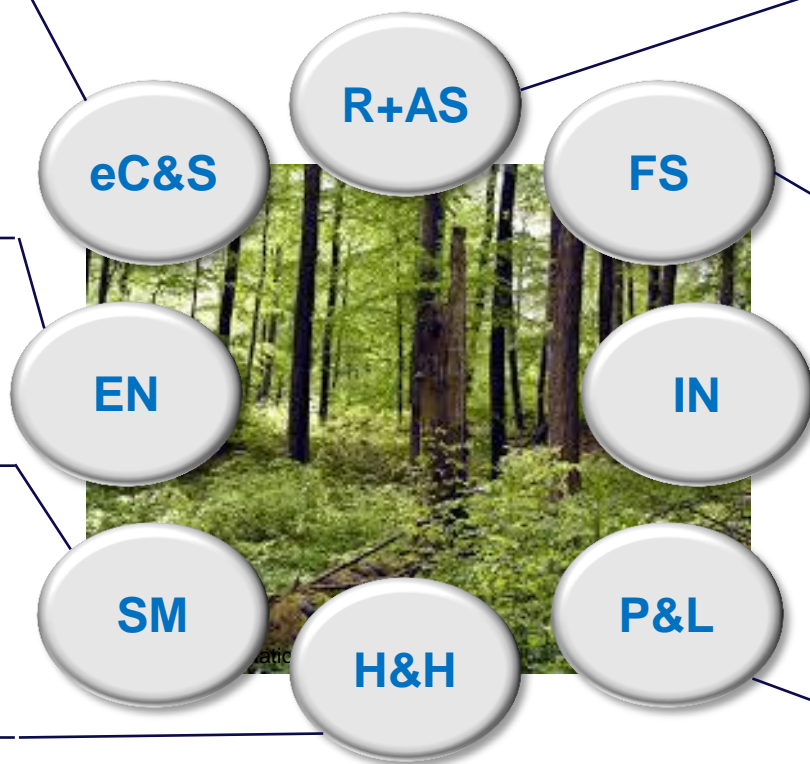
- Recharge Stationen
- Energiebörsen

Social Media

- Connected Provider
- Live Driver Contests
- Werbung im Fahrzeug

Gesundheit & Hilfe

- Sensorenmessung
- Emergency Service



Retailing & Aftersales

- Online-Verkauf
- Virtuelle Verkaufshilfen
- Remote-Services
- Service Online

Financial Services

- Besitzfinanzierung
- Nutzungsfinanzierung
- Neue E-Flotten-Finanz.

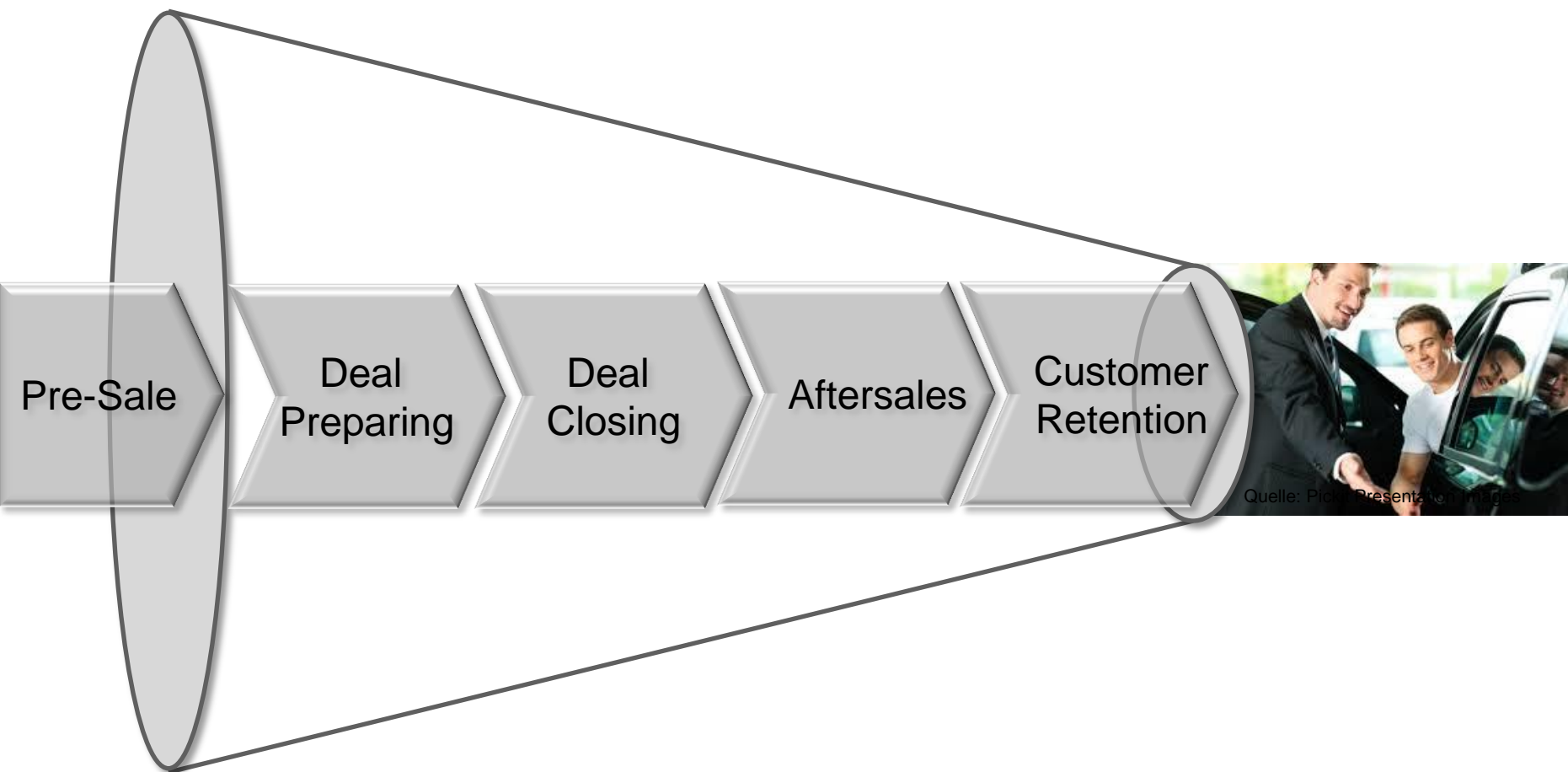
Versicherungen

- Verhaltensorientierte Kfz-Versicherung
- „pay-per-meter“
- Zweitnutzerversicherung

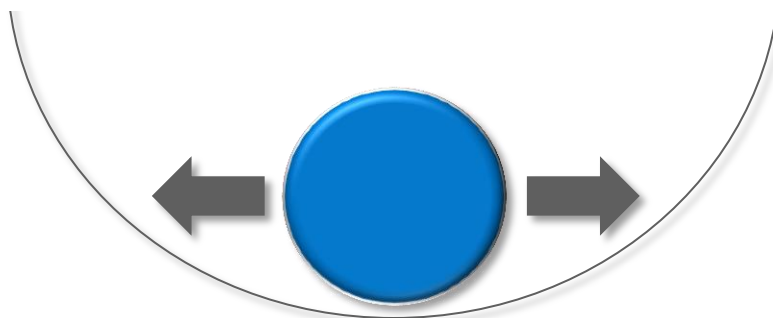
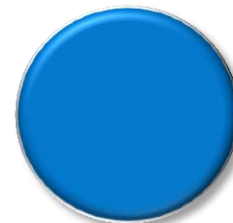
Public & Logistik

- Öffentlicher Verkehr
- Vallet-Parking
- Car Sharing
- Taxi Service

Dekonstruktion des bestehenden Geschäftsmodells und Gestaltung neuer Business Cases für den stationären Automobilhandel in partnerschaftlicher Zusammenarbeit zwischen OEM und Retailer



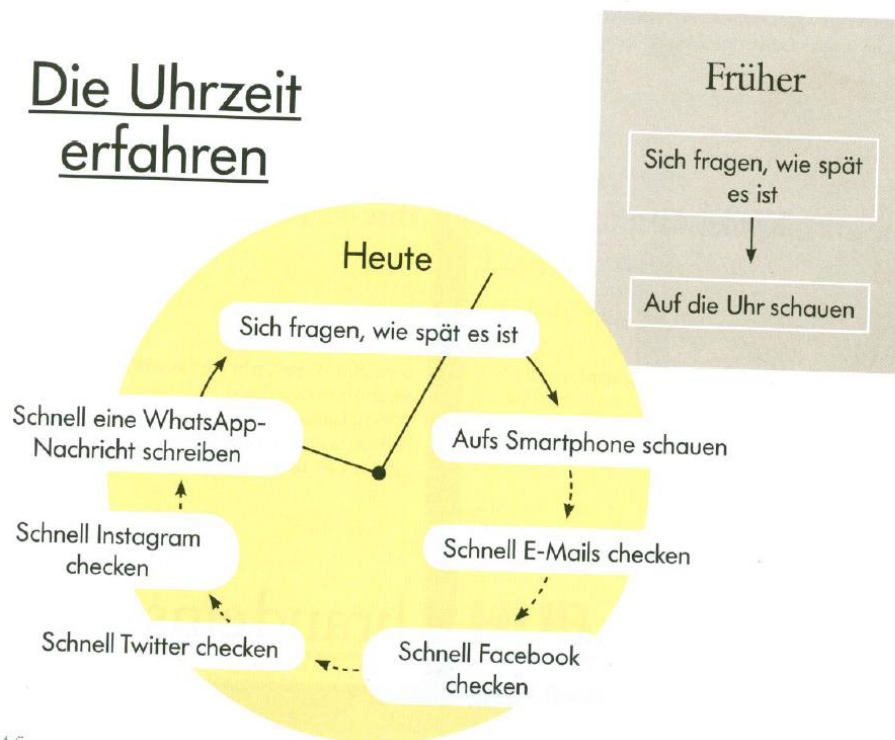
Automobilhandel von morgen



Automobilhandel von heute

Die Verheißung der Moderne hält nicht immer das, was sie vermeintlich verspricht

Die Uhrzeit erfahren



BRANDEINS 07/16

Vielen Danke für Ihre Aufmerksamkeit.