



AUTOHAUS BANKENGIPFEL 2016

DIGITALISIERUNG BEI DER ABSATZFINANZIERUNG

HERAUSFORDERUNGEN & CHANCEN FÜR DIE ZUKUNFT

JAN PHILIP WIENERS
KIWI PROJECTS GMBH BERLIN



Jan Philip Wieners

KIWI PROJECTS GMBH BERLIN



- 1982 Gründung einer Leasinggesellschaft zur Absatzfinanzierung
- 1985 Gründung der AFB Absatz-Finanzierungs- Beratung GmbH & Co. KG
- seit 1995 Gründungsgesellschafter und Aktionär der afb Application Services AG
- 1995-2013 Vorstand bei der afb u.a. für Vertrieb, Business Development, M&A
- 1999-2004 Geschäftsführer im Joint-Venture AutoEuro/AutoBild.de
- 2013 VC & M&A Projekte mit internationalen Partnern im FINTEC-Bereich
- 2015 Mentor beim Inkubator Axel Springer Plug and Play, Berlin
- 2015 Geschäftsführender Gesellschafter der KIWI PROJECTS GMBH BERLIN

DIGITALSIERUNG



Definition: Digitalisierung

- **Digitalisierung** bezeichnet die Überführung analoger Größen in diskrete Werte zu dem Zweck, sie elektronisch zu speichern und zu verarbeiten. Im weiteren Sinne wird mit dem Begriff auch der Wandel hin zu elektronisch gestützten Prozessen mittels Informations- und Kommunikationstechnologie bezeichnet (siehe Digitale Revolution).

Quelle: WIKIPEDIA



Digitalisierung Autohandel & Autofinanzierung 1986 - 2000

- ab 1926 - 1985 | ANALOGE TECHNIK
Autofinanzierung via Brief, Telefon, Fax, Telex
- 1986 | BEGINN DER DIGITALISIERUNG
ProFiLe war das weltweit erstes MS-DOS PC/BTX basierte POS-System der Absatz-Finanzierungs- Beratung GmbH & Co. KG zur Absatzfinanzierung im Autohaus (DG Leasing für Automobile)
- 1987
PAC Bank führt mit ELSE als erster CAPTIVE ein flächendeckendes POS-System bei allen Citroen und Peugeot Händler in Deutschland ein
- 1999
FFS BANK führt das erste webbasierte POS-System im Autohandel als ASP-Lösung ein
- ab 2000
OPEL BANK (GMAC) führt mit Response als Captive das erste webbasierte POS-System bei den Händler zur Abwicklung von Kredit- und Leasingverträge incl. Full-Service Komponenten in Deutschland ein

Digitalisierung Autohandel & Autofinanzierung 2001 - 2016

- Erweiterung der am POS angebotenen Produktportfolios um Kombi-Produkte wie z.B. KFZ-Versicherung, Wartungspaketen, Reifenersatz usw.
- Teilweise Schaffung durchgängiger Prozessketten von der EKF bis hin zur Absatzfinanzierung mit integrierten Kreditprüfungs-, Bearbeitungs- und Vertragsverwaltungsfunktionalitäten
- Keine echten Innovationen seit 2000

Wandel der Erwartungen der Kunden beim Autokauf

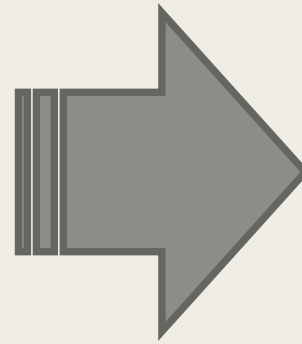
- Transparent
- Einfach
- Bequem
- Schnell
- Kaufprozess muss nicht mehr unbedingt im Autohaus erfolgen
- Finanzierungsangebote müssen im Rahmen des individuellen Mobilitätsbudget liegen

Frequenz der Kundenbesuche im Autohaus bis zur Kaufabschluss

2004 5 Besuche im AH

2015 1,4 Besuche im AH

49% der 19-34 würden
ihr Auto auch online kaufen



**Digitalisierung
ist das
„Schlachtfeld“
im Kampf um den
Kunden**

DISRUPTION



Definition: Disruption

- Während im 20. Jahrhundert die Informationstechnologie (IT) vor allem der Automatisierung und Optimierung diente, Privathaushalte und Arbeitsplätze modernisierte, Computernetze geschaffen und Softwareprodukte wie Office-Programme und ERP Systeme eingeführt wurden, stehen seit Anfang des 21. Jahrhunderts **disruptive Technologien** und **innovative Geschäftsmodelle** sowie **Autonomisierung**, **Flexibilisierung** und **Individualisierung** in Vordergrund. Dieses hat eine neue Richtung genommen und mündet in der vierten industriellen Revolution , die wiederum mit dem Begriff Industrie 4.0 (auch Enterprise 4.0) verbunden wird.

Quelle: Gabler Wirtschaftslexikon



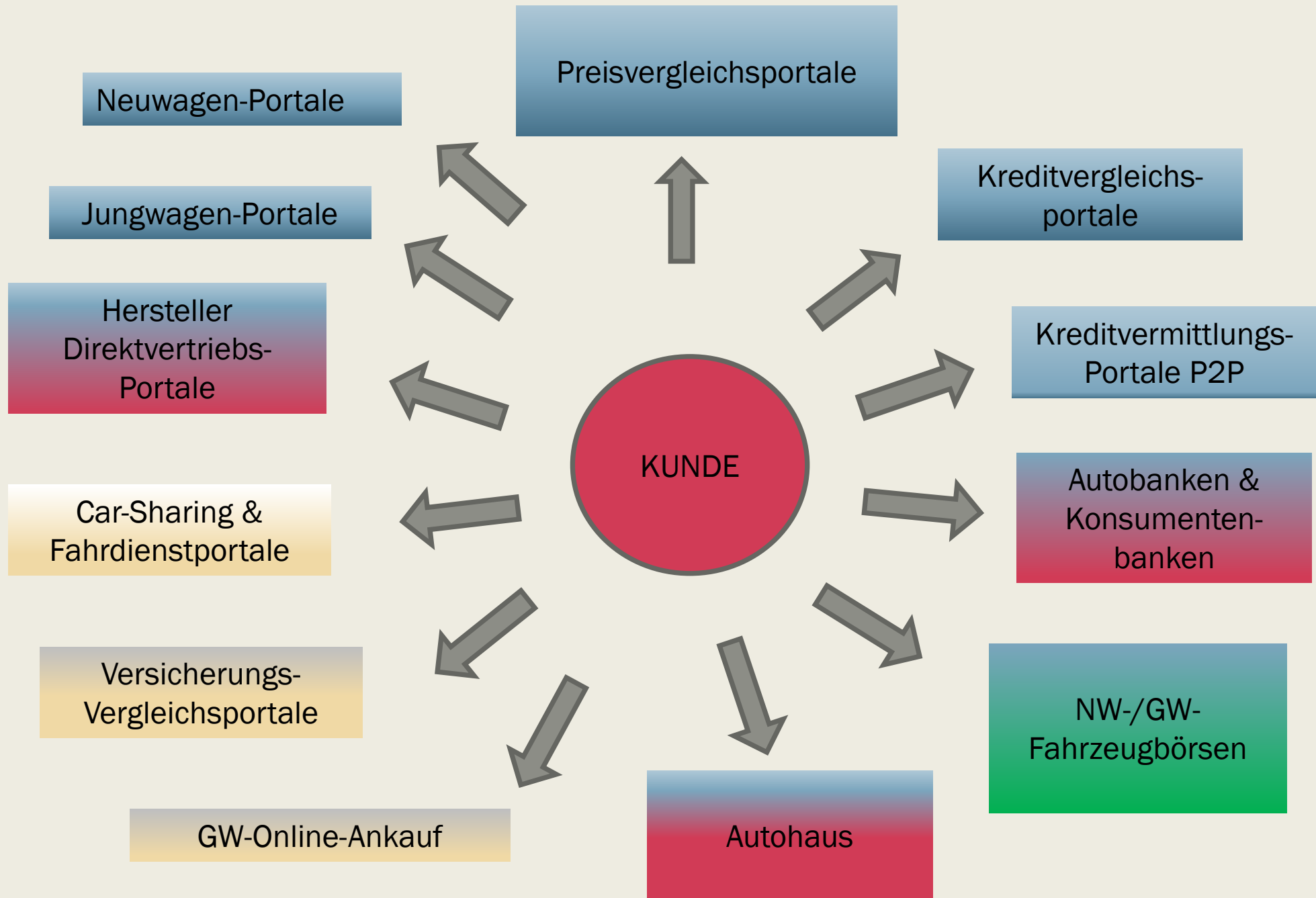
DISRUPTION als Treiber für die Digitalisierung

- Innovative Geschäftsmodelle sind die wahren Treiber für die Digitalisierung
- Innovative Geschäftsmodelle setzen oft auf vorhandene Technologie auf
- Innovative Geschäftsmodelle kommen nicht selten von „Dritten“ und nicht von den etablierten Playern einer Branche



Erste Ansätze für Disruption im Autohandel

- 1996
mobile.de war die erste webbasierte Gebrauchtwagenbörse in Deutschland
- 1999
AutoEuro - AutoBild.de war das erstes Neu- und Gebrauchtwagenportal mit integrierter Absatzfinanzierung in Europa
- Um 1999: Aufkommen der erster Vergleichsportale
- 2000
Gründung des Finanzierungsportals durch die Beisheim Holding. Erstmals wurden in Deutschland im Internet Online Kredite für die Autofinanzierung angeboten





Neue disruptive Geschäftsmodelle

- Hersteller versuchen sich im Online Neuwagen Direktvertrieb (z.B. Mercedes-Benz)
- Gebrauchtwagen Online Ankauf (z.B. wirkaufendeinauto.de)
- Online Autokredite
Finanz- und Preisvergleichsportale bieten gezielt Autofinanzierungen für „Barkäufer“ an (z.B. Check24, SMAVA)
- Kreditvermittlungsplattformen von Privat zu Privat (z.B. Lendico)
- Neuwagenportale (z.B. Autohaus24.de – AutoBild/Sixt)
- Jungwagenfinanzierungsportale (z.B. Wroomer.com mit AutoScout24.de)
- Absatz- und Einkaufsfinanzierungsportale für den Autohandel (z.B. YARETO.de)
- Car Sharing (z.B. Car2Go, DriveNow, Drivy.com)
- Online Fahrvermittlungsdienste (z.B. UBER)

Beispiel für ein disruptives Geschäftsmodell im Autohandel

ONLINE KUNDE



FAHRZEUGQUELLE



Für das Autohaus entgangener Ertrag
aus der Finanzierungsvermittlung ca.

300 € - 500 €



700 € - 1.100 €



Verivox

Strom Gas DSL Handy Versicherungen Finanzen Reisen Auto Immobilien

Startseite > Auto > Automarken > BMW > BMW 1er > 125 Über Verivox Finanzen

BMW 125 Gebrauchtwagen - jetzt Angebote vergleichen!

Neue Angebote per E-Mail

Sortieren: Neueste Angebote

★ gemerkte Fahrzeuge (0) ✓ Fahrzeuge verglichen (2)

BMW 125 i Cabrio Autom. Sportsitze/Xenon/Le... **17.700 €**
Autokredit monatl. **313,83 €**¹⁾

47249 Duisburg, Duisburg
Neu: autoscout24.de heute gefunden

EZ 07/2008 85.62 km 218 PS / 160 kW Benzin

Gebraucht, Automatikgetriebe, ABS, Zentralverriegelung, Servolenkung, ESP, Bordcomputer, Nebelscheinwerfer, Klimaanlage, Beifahrerairbag, 9,1l/100km (komb.)**, 217g CO2/km (komb.)**

Vergleichen Merken

¹⁾ Repräsentatives Beispiel gem. § 6a PAngV 2/3 aller Kunden erhalten von der Bank of Scotland plc, Berlin: effektiver Jahreszins 3,3%, gebundener Sollzinssatz 3,25%, Monatsrate 320 €, Laufzeit 60 Monate, Nettodarlehensbetrag 17.700 €, Gesamtbetrag 19.201 €

BMW 125 d 3-Türer M-Sport Sport-Autom. Navi ... **37.350 €***
Autokredit monatl. **662,24 €**¹⁾

63303 Dreieich, Offenbach
Neu: autoscout24.de gefunden vor 1 Tagen 2 Stunden

EZ 08/2015 2.047 km 224 PS / 165 kW Diesel

Jahreswagen, Automatikgetriebe, Klimaanlage, ABS, Zentralverriegelung, Servolenkung, ESP, Bordcomputer, Nebelscheinwerfer, Klimaanlage, Beifahrerairbag, 4,6l/100km (komb.)**, 121g CO2/km (komb.)**

BMW AG Niederlassungen

KONDITIONSVERGLEICH
18 ONLINE BANKEN
125 ZINSENSÄTZE von OFFLINE BANKEN



E-BANKING

AUTOFINANZIERUNG - MOBILITÄTSRATE






Definition: E-Banking

- **Electronic Banking, E-Banking, Online-Banking, Home Banking** oder **Elektronisches Bankgeschäft** (E-Bank) ist die Abwicklung von Bankgeschäften über Datenleistungen mit Hilfe von PCs, Smartphones und anderen elektronischen Endgeräten ...


Quelle: WIKIPEDIA



Ca. 48%* der Autokäufer denken vor der Wahl des Fahrzeugs über die Finanzierung nach!

- Die Herausforderung für den Autohandel und die etablierten Autobanken besteht jetzt darin, die Kunden sehr frühzeitig zum Thema der Fahrzeugfinanzierung digital abzuholen
- Je mehr Daten ich über den Kunden und seine Fahrzeuggewohnheiten und Finanzierungssituation habe, desto besser gelingt mir die gezielte Lead-Generierung

*Studien 2013 E&Y – 2016 AKA Arbeitskreis der Autobanken



Ca. 75%* aller Neuwagen werden finanziert

- Nichts ist so emotionslos und vergleichbar wie ein Kreditzins bzw. eine monatliche Kreditrate
- Differenzierung durch Mobilitätsraten für frei konfigurierbare Leistungspakete als alternative zur klassischen Finanzierungsrate

* Bankenfachverband Jahresbericht 2016



DIFFERENZIERUNG

- Mobilfunktarife als Vorbild für Mobilitätsangebote im Autohandel
- Finanzdienstleistungen werden Bestandteil der Mobilitätsangebote
- Kundenindividuelle Mobilitätsflatrates

IT-SYSTEME

ALS SCHLÜSSELFAKTOR FÜR DIE DIGITALISERUNG



MOBILITÄSANGEBOTE AN DEN P.O.S.s

- Um möglichst freie und flexible zu konfigurierende Mobilitätspakete anbieten zu können, benötige ich für die P.O.S.s webbasierte IT-Systeme, welche die unterschiedlichsten Leistungspaket in einer für den Kunden und Verkäufer leicht verständlichen Art und Weise darstellen können



IT-Systeme als Digitalisierungsplattform

- Für die Wettbewerbsfähigkeit ist es unabdingbar, dass diese Mobilitätspakete in einer voll digitalisierten Prozesskette abgebildet werden können
- Dieses umfasst neben der Angebotserstellung, die Vertragsprüfung und Abrechnung nebst Vertragsverwaltung und deren Endabrechnung mit unterschiedlichsten Partnern bzw. Systemlandschaften.

IT-Systemlandschaften

- Die bestehenden heterogenen IT-Systeme bei den Herstellern, Banken, Versicherungen und dritten Dienstleister sind das größte Risiko für die zeitnahe, flexible und schnelle Umsetzung von Mobilitätsprodukten



FAZIT

FAZIT

- Trotz aktuell sehr guter Konjunktur werden die Neuzulassungen und die Besitzumschreibungen tendenziell rückläufig sein
- Online Vergleichs- und spezialisierte Autoportale werden besonders in den unteren und mittleren Fahrzeugpreissegmenten weitere Marktanteile hinzugewinnen
- Die Kundenhoheit ist schon heute das strategische Thema und wird für die Zukunft kriegsentscheiden sein
- Nur durch maßgeschneiderte Finanzierungs- und Mobilitätsangebote kann sich der klassische Autohandel von den Online Wettbewerbern differenzieren und bestehende Kunden binden und neue gewinnen
- Die bestehende IT-Infrastruktur bei den OEMs, den Autobanken und im Handel sind die größte technische Herausforderung bei der Umsetzung von flexiblen Finanzierungs- und Mobilitätsprodukten sein.



2 ZITATE





„Ich denke jeden Tag darüber nach, wer
mir wie mein Geschäftsmodell kaputt
machen könnte“

Travis Kalanick, UBER CEO
auf der NOAH 2016, Berlin



„Car2Go wird bald Car2Come sein“

Dr. Dieter Zetsche, Daimler AG

Chairman of the Board of Management
auf der NOAH 2016, Berlin

VIELEN DANK

KIWI PROJECTS GMBH –Joachimsthalerstr. 34 - 10719 Berlin

T +49 30 67511843

M +49 172 3008905

E jan@kiwiprojects.de