



DIGITALE LÖSUNGEN
agil · nachhaltig · sicher

BREDEX GmbH

Digitalpartner für den Autohandel

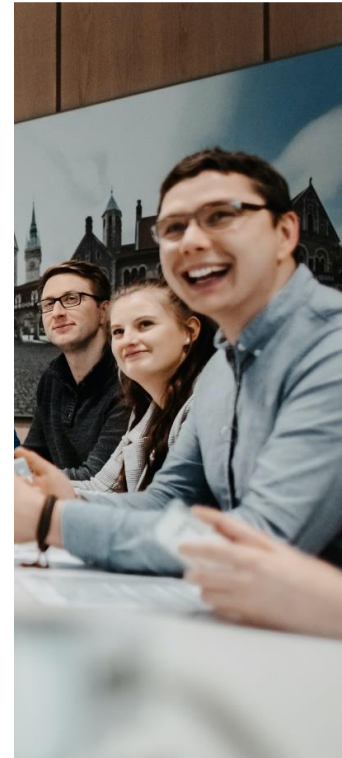


BREDEX

Ihr Partner in der digitalen Welt

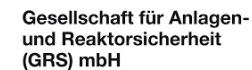


- **Seit 1987** maßgeschneiderte Lösungen im Bereich der Digitalisierung
- >200 Mitarbeiter
- Standorte in **Braunschweig** & Bideritz (Ungarn)
- Betreuung von öffentlicher Verwaltung, Mittelständlern und Konzernen
- Mitglied des i3Systems e.V.
- Zertifizierungen u.a.: **TISAX**, DEKRA, Oracle, Java, ISTQB, UXQB, iSQI, ISO 9001, ISO 27001



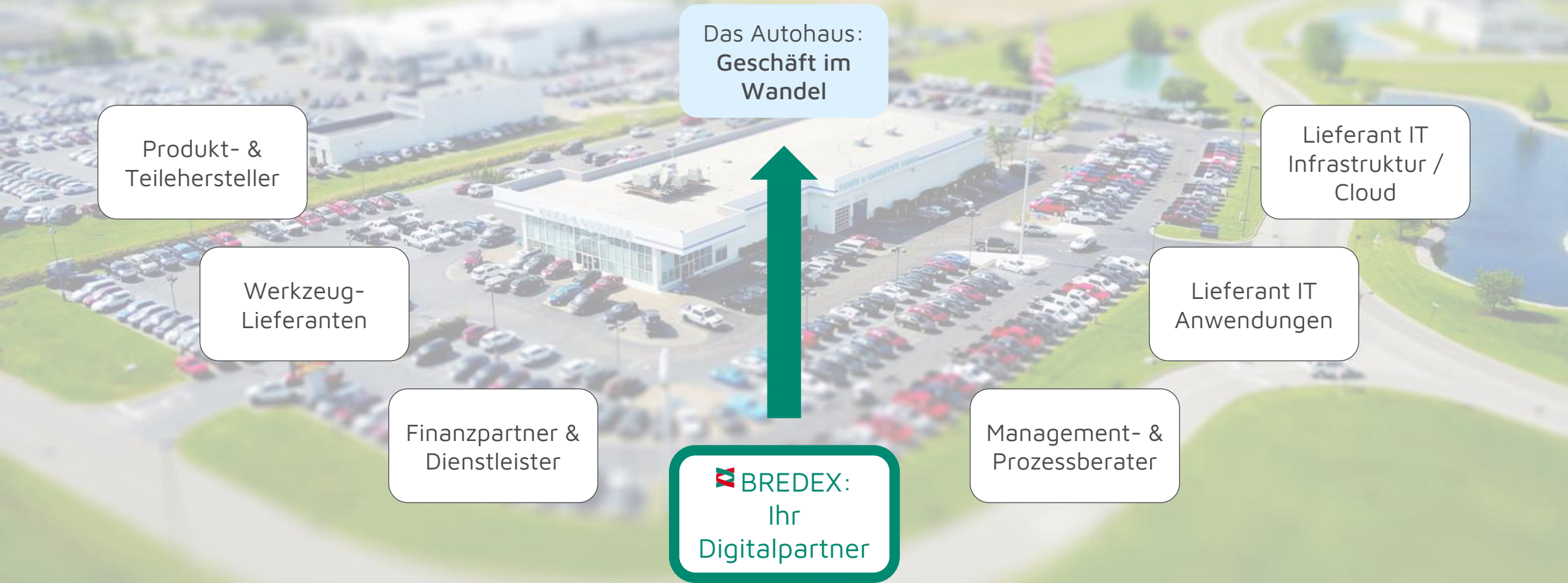
Referenzen

Wir betreuen namhafte Vertreter des Mittelstands sowie Konzerne



Wir sehen enormes Potential im Autohandel

Digitalisierung erfordert einen neuen Ansatz



Denn Kunden und Mitarbeiter verändern sich

Durch digitale Effizienz lassen sich beide besser binden

Reputation ist für potentielle Autokäufer wichtig

85%

Der Verbraucher geben an, dass Bewertungen bei der Auswahl des Autohauses wichtig sind

65%

Sagen, ein Händler muss mindestens eine 4-Sterne Bewertung haben, um einen Kauf bei ihm in Betracht zu ziehen

70%

Der Verbraucher sind bereit, mehr als 32km zu einem erstklassig bewerteten Händler zu fahren

Auto Reputation Report, Auto Summit 2023

Die Kundenerwartungen beim Autokauf werden sich in den kommenden Jahren stark verschieben

Today

Product driven



Verbrauch



Sicherheit



Qualität

2030

CX driven



Persönalisierung



Nachhaltigkeit



Entertainment



Convenience



Intelligence



Effizienz

Kann auf Mitarbeiter übersetzt werden



„Durch die Einkaufserlebnisse, die in anderen Branchen geschaffen werden, erwartet der Kunde auch mehr vom Erlebnis beim Autokauf. Für viele ist bei der Kaufentscheidung das Erlebnis wichtiger als das Fahrzeugdesign. Dadurch entstehen neue Möglichkeiten für Händler.“

Cappgemini, Auto Summit 2023

Deloitte & Google, Auto Summit 2023

Die Rahmenbedingungen im Aftersales ändern sich

Je früher sich Marktteilnehmer anpassen, desto besser schützen sie ihre Umsätze



Brief

Aftersales: Der stille Fluch der Fahrassistenzsysteme

Bain-Prognose 2035: Mit der zunehmenden Verbreitung von Fahrassistenzsystemen nimmt das Umsatzpotenzial pro Fahrzeug bereits kurzfristig deutlich ab. Langfristig verstärkt die wachsende Zahl von Elektrofahrzeugen den Rückgang noch einmal.

Von Karl Stempel, Eric Zayer, und Dominic Seeberger

16. Oktober 2020 • 3 Min. Lesezeit



-4%

Umsatzeinbruch durch Fahrassistenzsysteme bis 2035, da Unfälle abnehmen und der Verschleiß optimiert wird

-2%

Umsatzeinbruch durch Elektromobilität, da Wartung & Service Intensität abnehmen und weniger Verschleißteile benötigt werden

Noch 12 Jahre

Bis diese Effekte nicht mehr durch den Fahrzeugbestand kompensiert werden, danach beginnt der Markt zu schrumpfen

3 Stellschrauben

Strukturen und Kosten sollten schon heute an die neuen Rahmenbedingungen angepasst werden!



Kosten und Preise optimieren



Service erweitern & Kunden binden



Abläufe & Service operativ optimieren

Digitalisierung wird immer noch als Bedrohung wahrgenommen

Dabei bringt die Digitalisierung viele Chancen und frischen Wind

AUTOHAUS

Autohändler und die Digitalisierung: Zögern und Zaudern

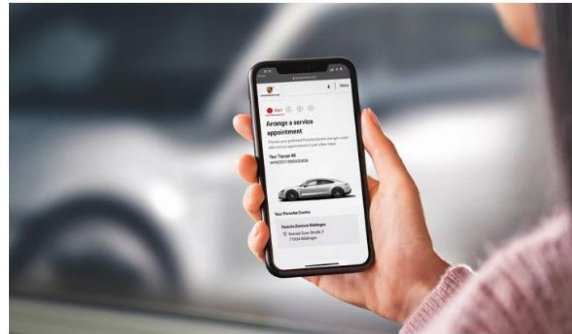


Laut einer neuen Studie sind Autokunden für digitale Angebote entlang der gesamten Customer Journey sehr aufgeschlossen.

„Corona hat dem Online-Absatz von Produkten einen mächtigen Push gegeben. Doch der Autohandel begegnet digitalen Kanälen nach wie vor zurückhaltend. Das steht diametral den Wünschen der Kunden entgegen.“

AUTOHAUS

Automobilhandel: Lücken bei der Digitalisierung



Das Autohaus ist zweifellos digitaler geworden. Die Anstrengungen in den vergangenen zwei Jahren haben aber sicher nicht ausgereicht, um eine zukunftsfähige Digitalstrategie zu installieren.

„Die Digitalisierung in den Autohäusern ist vor allem ein Know-how-Problem, und genau an dieser Stelle gilt es anzusetzen: 43% der befragten Händler sehen bei sich Informationsdefizite.“

ABO

WirtschaftsWoche

AUTOHANDEL

Wieso Autohäuser viele Probleme haben – und dennoch nicht ganz aussterben werden

von Annina Reimann
17. Dezember 2021



„Die Welt des Autohandels wird immer digitaler. Autohäuser verlieren an Bedeutung. Heute arbeiten dort rund 95.000 Menschen weniger als noch 1999. Die Autohäuser müssen raus aus der analogen Welt – doch nur digital geht es auch nicht.“

LDB Gruppe

Der Autohandel wird immer digitaler

Februar 8, 2022



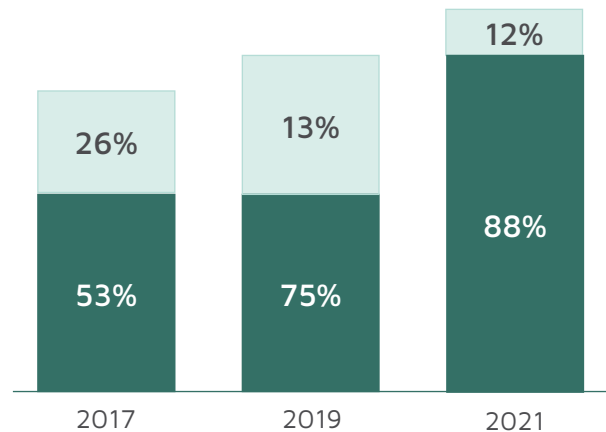
„Mit neuen Geschäftsmodellen, effizienteren Prozessen und neuer Ausrichtung können Autohändler die Herausforderungen meistern und sich weiterhin am Markt behaupten.“

Bei zunehmender Cyberkriminalität kein Wunder

Zunehmende Digitalisierung bietet auch zunehmend Angriffsfläche

Deutsche Wirtschaft mehr denn je von Angriffen betroffen

War Ihr Unternehmen in den letzten 2 Jahren von Diebstahl, Industriespionage oder Sabotage betroffen?



Bitkom Research 2021

■ Vermutlich betroffen
■ betroffen

>230 Mrd. € Schäden in Deutschland

Seit 2019 stiegen die Schäden um 358%



Neue Zürcher Zeitung

Cyberangriff auf Emil Frey: Heute keine Autos zu verkaufen!

Am Dienstag griffen Cyberkriminelle den Autohändler Emil Frey an. Alle Systeme sind heruntergefahren, wahrscheinlich besteht eine Lösegeldforderung. Zu Besuch in einer Filiale, wo nichts mehr geht.

Rewert Hoffer

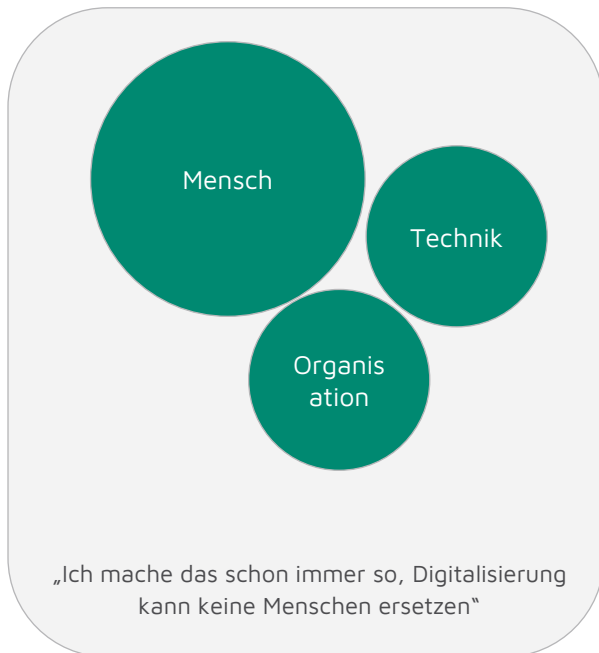
13.01.2022, 05.30 Uhr

Wir haben es oft mit 3 Unternehmensarten zu tun

Jede hat ein schwaches Glied...

... und jedes schwache Glied macht Unternehmen anfällig für Kriminalität, führt zu negativen Mitarbeit- und Kundenerlebnissen und höheren Kosten

David



Goliath



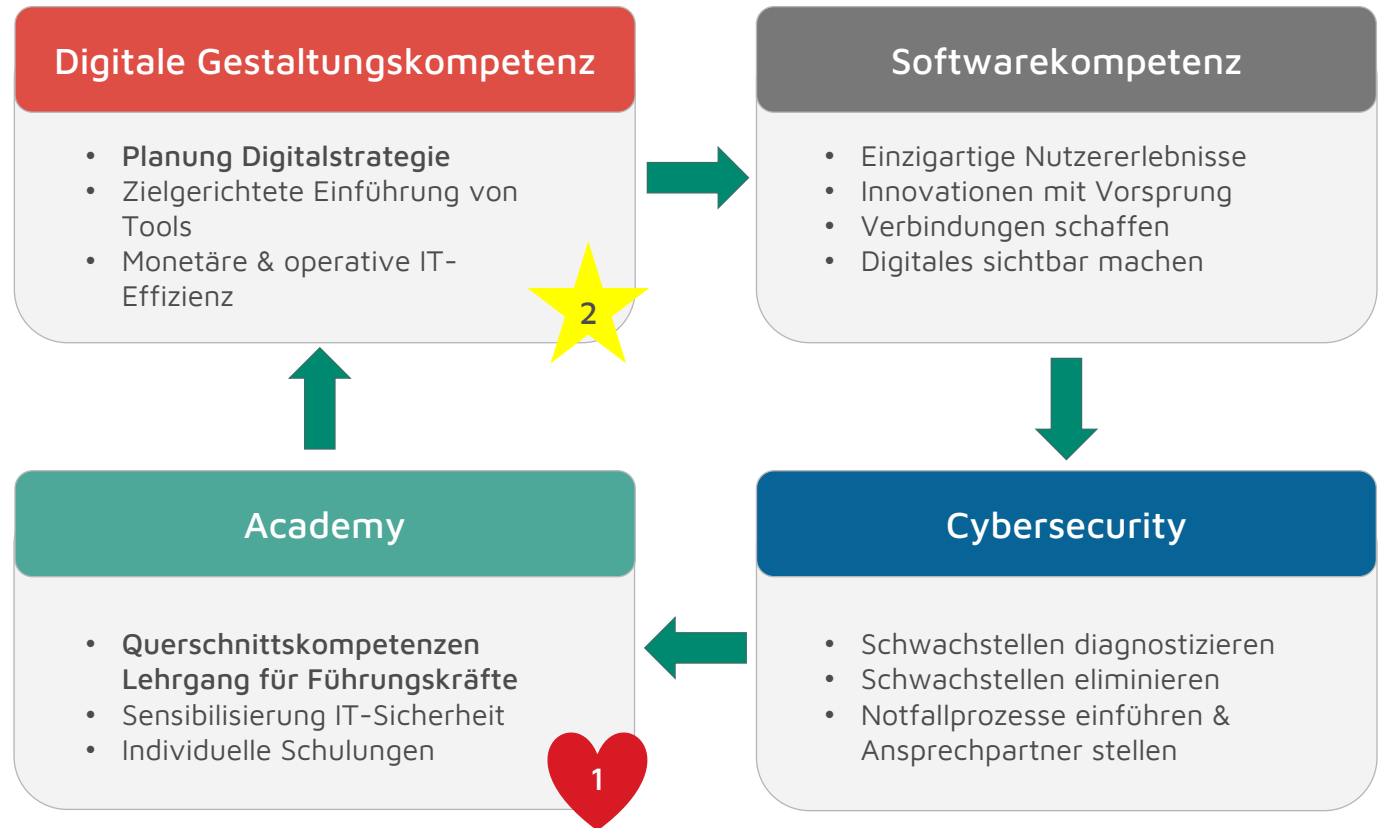
Steve Jobs



Wir gehen davon aus, dass die Zukunft denen gehört, die im täglichen Geschäft mit operativer Effizienz hervorstechen!

Wir sind ein ganzheitlicher Digitalisierungsanbieter

Willkommen bei BREDEX



Unser Einstieg mit dem Workshop für Führungskräfte

Mit Fokus auf die Digitalisierung im Autohaus



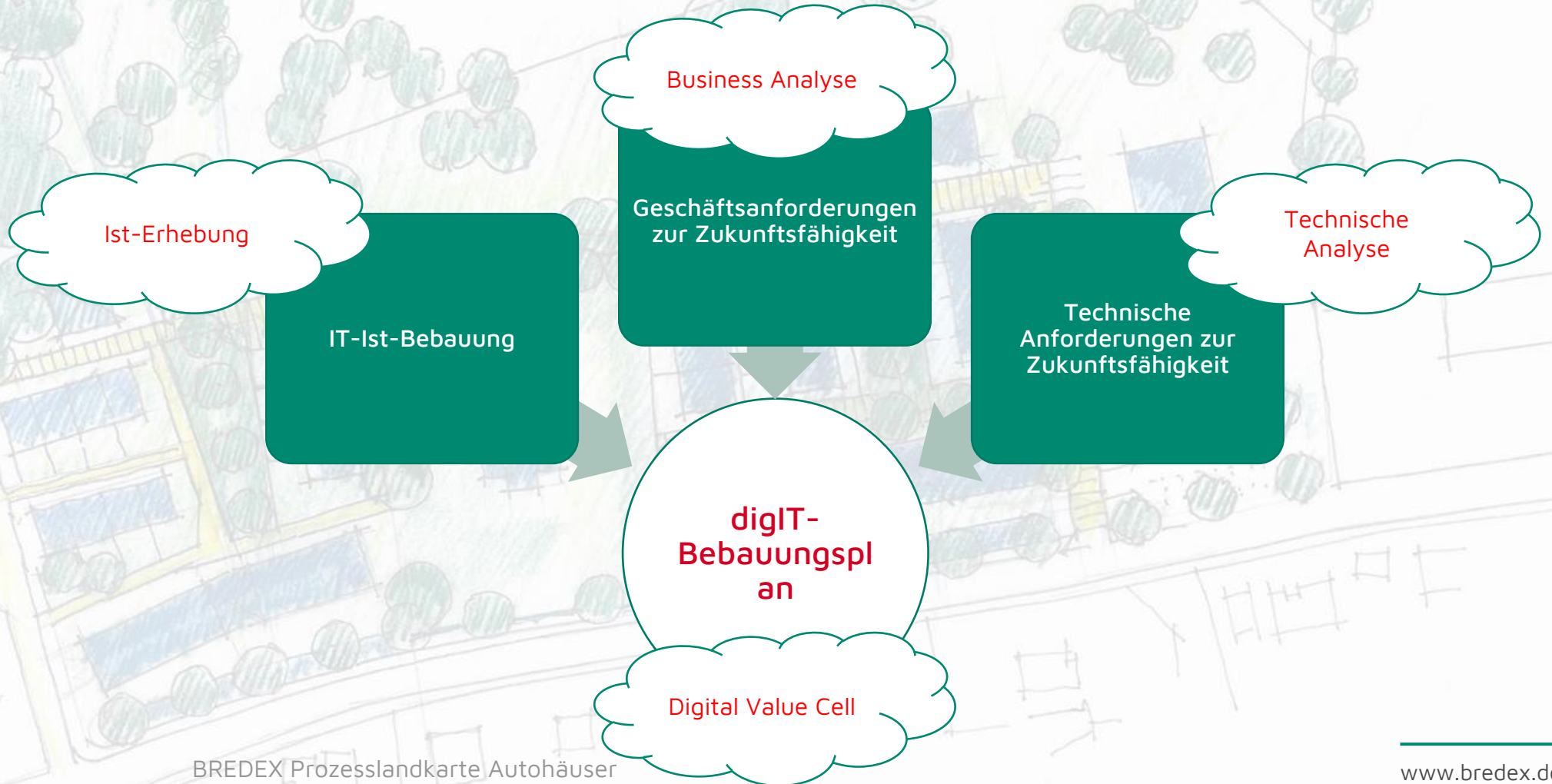
- 1 Meine Rolle bei der Digitalisierung
- 2 Digitale Technik, Digitalisierung und digitale Transformation – Schaffung einer gemeinsamen Sprache
- 3 Was haben wir geschafft – was hat uns geschafft?
- 4 Status Quo – Digitalisierungsgrad, Potentiale und Angriffsflächen
- 5 Wie plane ich die Digitalisierung meiner Organisation?
- 6 Phasen der Umsetzung meiner Digitalstrategie
- 7 Digitalisierung weckt Emotionen – wie gehen wir damit um?
- 8 Digitalisierung und Unternehmensführung
- 9 Digitalisierung im Recht – Wie ändert Digitalisierung die rechtlichen Rahmenbedingungen?
- 10 Auswirkungen von Digitalisierung auf Unternehmen, Mitarbeitende, Kunden und Wettbewerb

„Der **digIT-Bebauungsplan**
bringt auch im Mittelstand
Ordnung in Eure **digitale**
Transformation.“



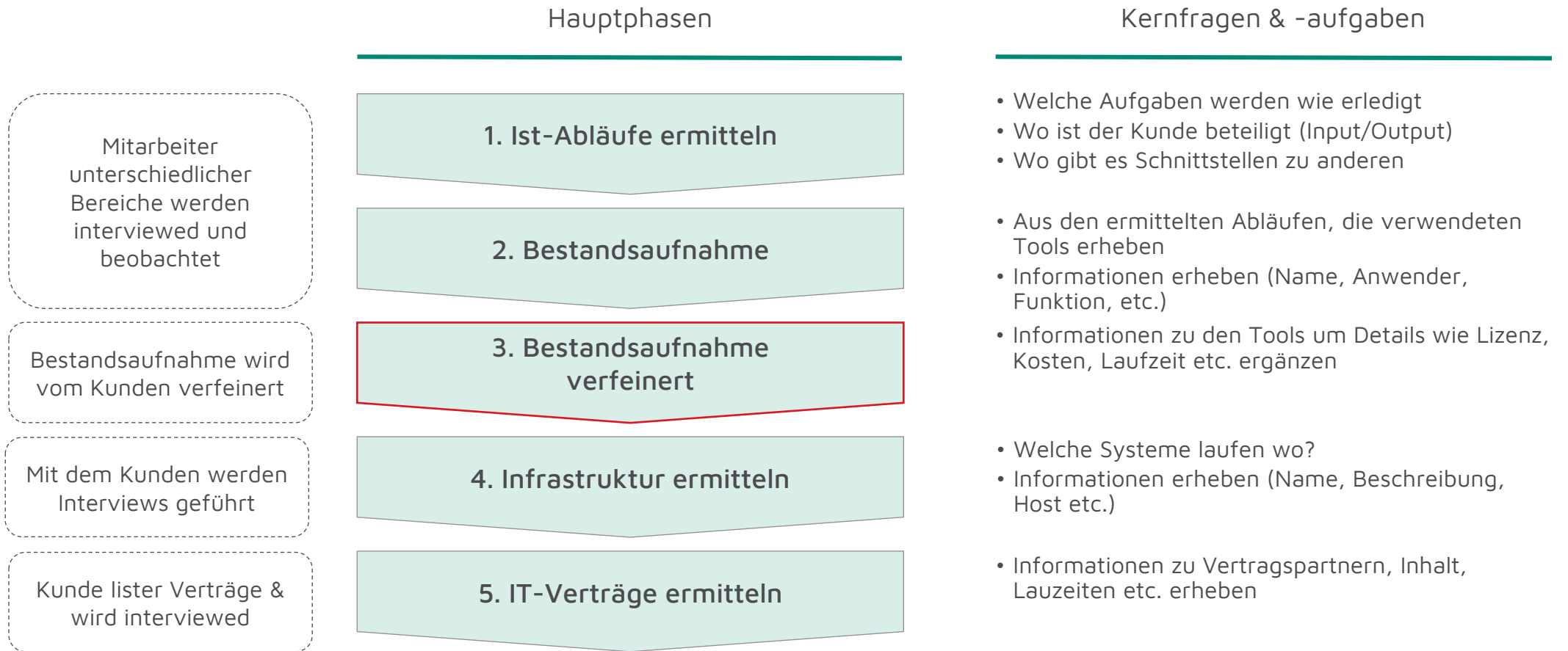
Der individuelle digIT-Bebauungsplan als Wegweiser

Die Antwort auf die Fragen der digitalen Zukunft des Hauses



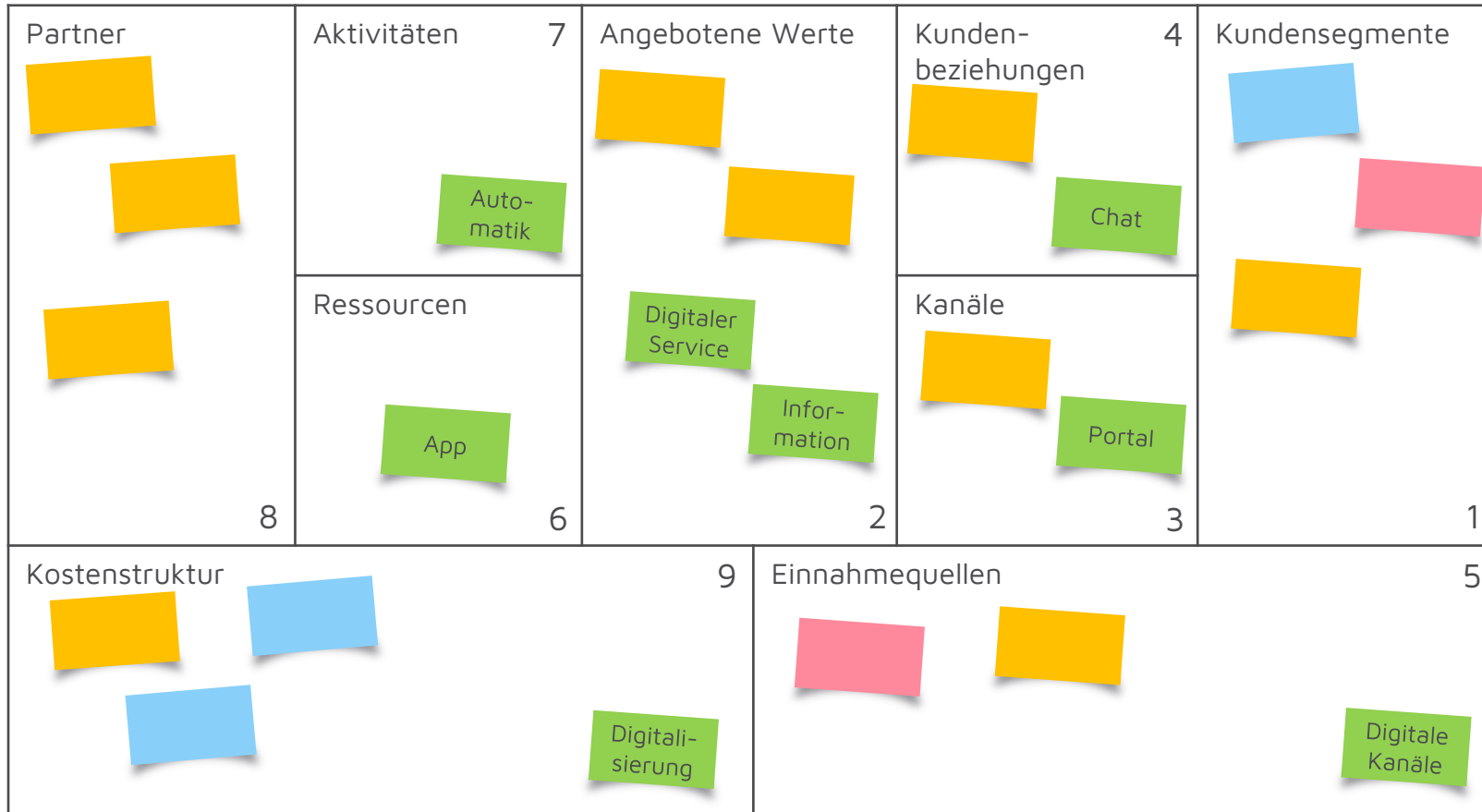
Ist-Erhebung in 5 Schritten

Anwendungen, Apps, Infrastruktur, Netzwerke, Verträge



Business Analyse

Welche digitalen Mittel fördern ihr Geschäftsmodell?

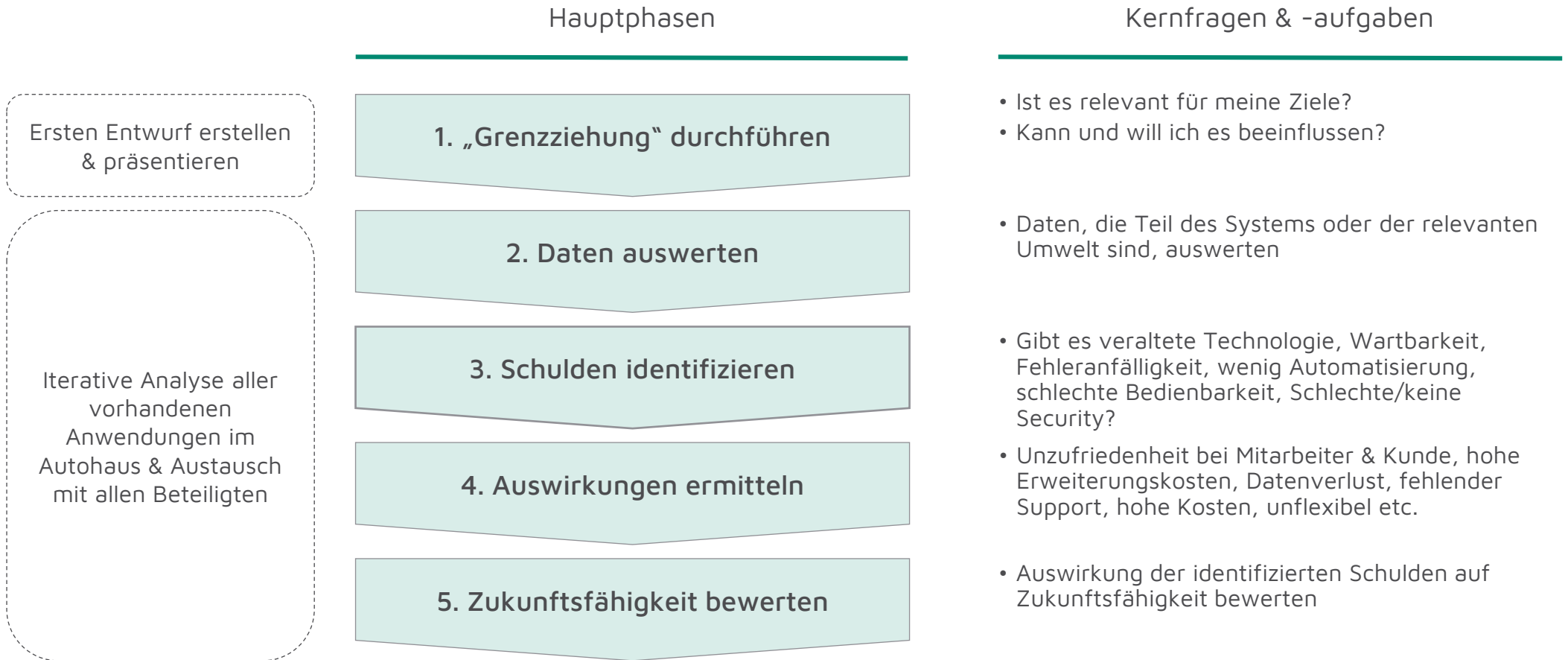


- Ihr Geschäftsmodell wird auf einem Business Canvas modelliert und visualisiert.
- Ggf. sind mehrere Blätter erforderlich.
- Die digitalen Elemente werden gesondert (hier grün) hervorgehoben und priorisiert.

So entsteht schnell ein gemeinsames Verständnis.

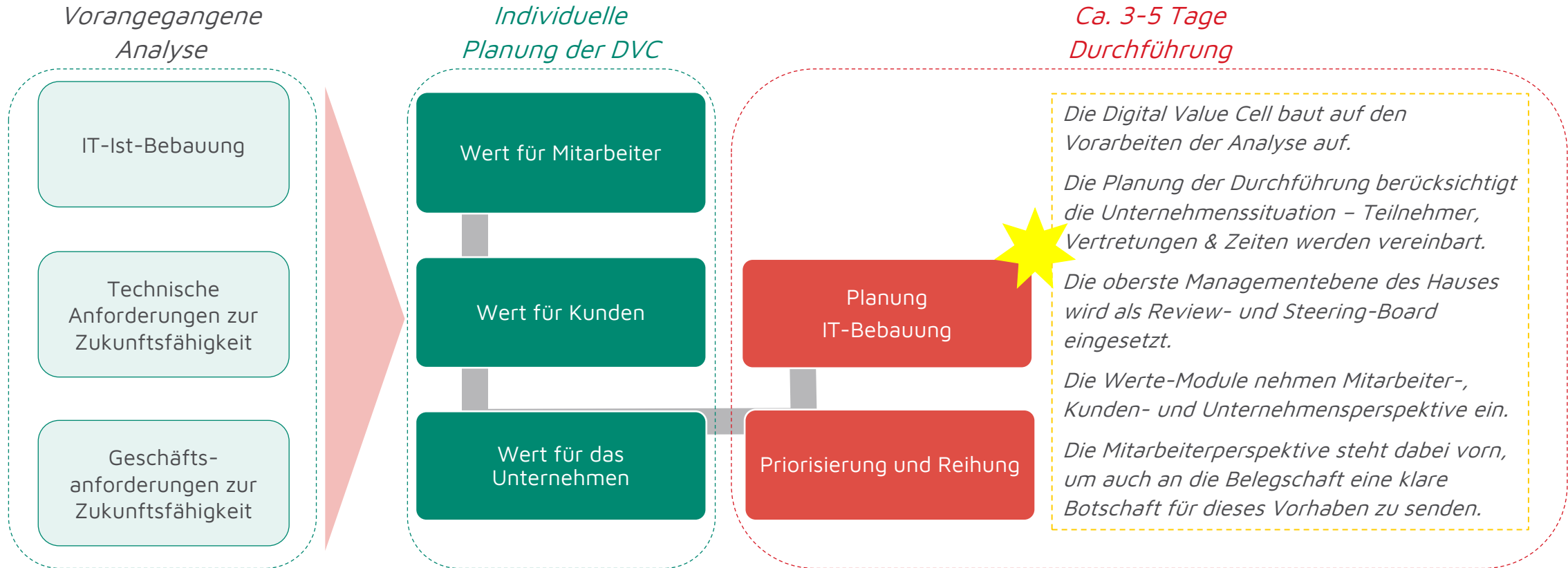
Technische Analyse in 5 Schritten

Welche technischen Schulden haben sich angehäuft?



Digital Value Cell (DVC)

Nachhaltige Digitalisierung durch Wertorientierung



Ergebnis der Digital Value Cell

Sie bekommen einen Fahrplan für ihre digitale Bebauung

A.

Sachlogischer Grobplan
(Ziele, Risiken, Kosten, Ablauf, ...)

=

Maßnahmen-
steckbrief

Programm-
planung

B.

Kommunikationsunterlagen
Belegschaft, Partner, Gesellschafter

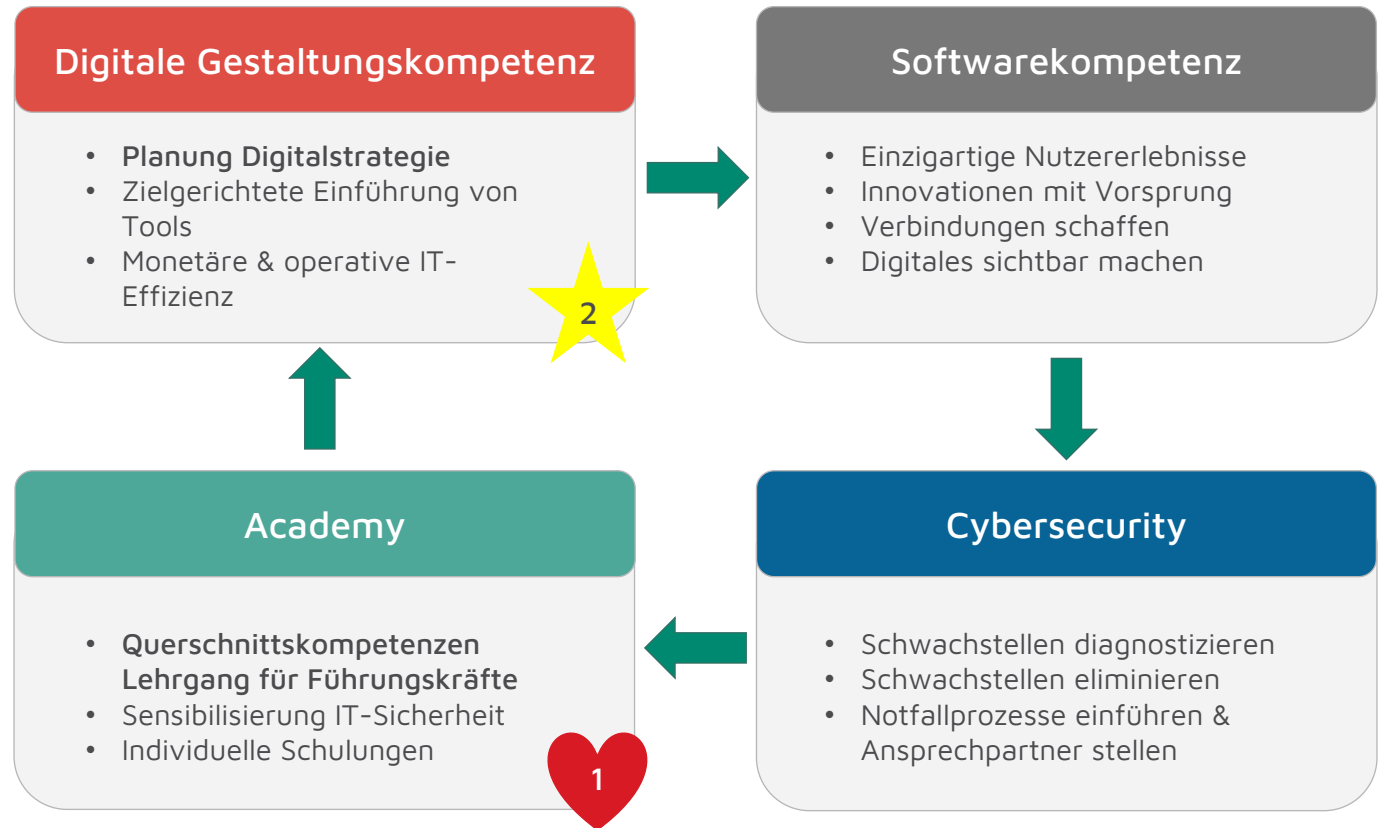
=

Handlungsfelder &
Werte
Maßnahmen
Zeitplan
...

Die Digital Value Cell ist Kombination aus herkömmlicher Programmplanung (Wochen – Monate) und dem erfolgreichen Konzept der [„Innovation Cell“](#) der phasix GmbH

Wir sind ein ganzheitlicher Digitalisierungsanbieter

Willkommen bei BREDEX



„Es gibt nichts gutes,
außer: Man tut es!“

Erich Kästner