

# WIE SICH DIE FAHRSCHULWELT VERÄNDERT PHILIPP HAHN – DER DISRUPTOR





Top 100 Excellent European Speaker



Real Transformation Academy

Business Consulting

Our references:

- BMW GROUP
- Electrolux
- MAN SCHWARZ
- Mercedes-Benz Das Beste oder nichts.
- VW
- Bristol Myers Squibb
- Boehringer Ingelheim
- Fraunhofer LIFE SCIENCES
- Pfizer
- VIFOR PHARMA
- ACTIVE NUTRITION INTERNATIONAL
- Dr.Oetker
- KRAFT
- VOITH
- AIRBUS
- DRÄXLMAIER
- MANN+HUMMEL
- preh
- faurecia
- Capgemini
- EUROPACE
- GENOPACE
- KPMG
- Porsche Consulting
- FUJITSU
- salesforce
- Sparkasse
- POLIZEI
- SWAROVSKI

Creativity of an agency, knowledge of a management consultancy and expertise about constant change.

Rabl & Hahn, the transformer.

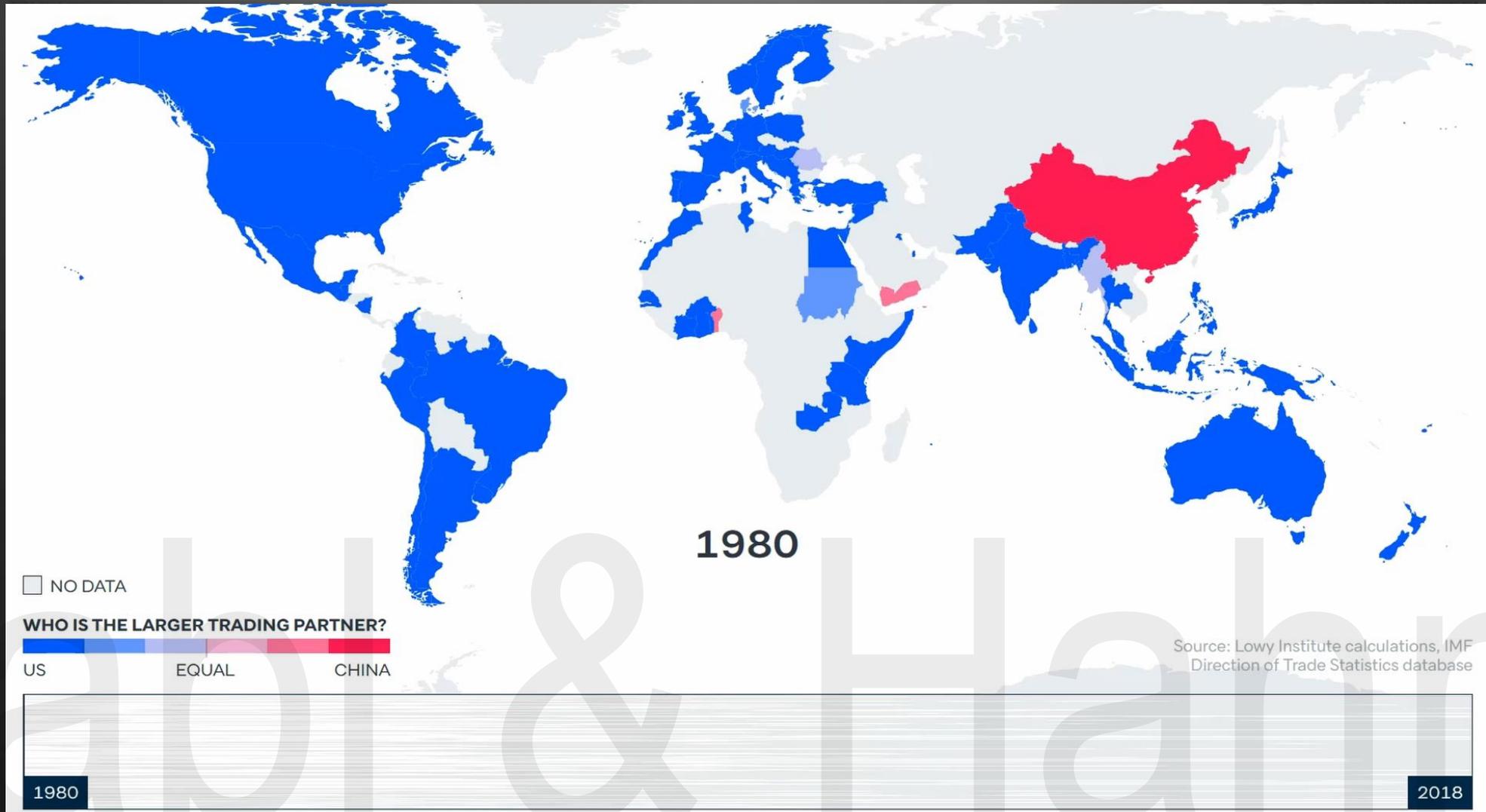
AUS DER VERGANGENHEIT LERNEN  
DEM HIER UND JETZT INS AUGEN SEHEN  
EINEN KLAREN KOPF FÜR'S ÜBERMORGEN  
SPASS HABEN



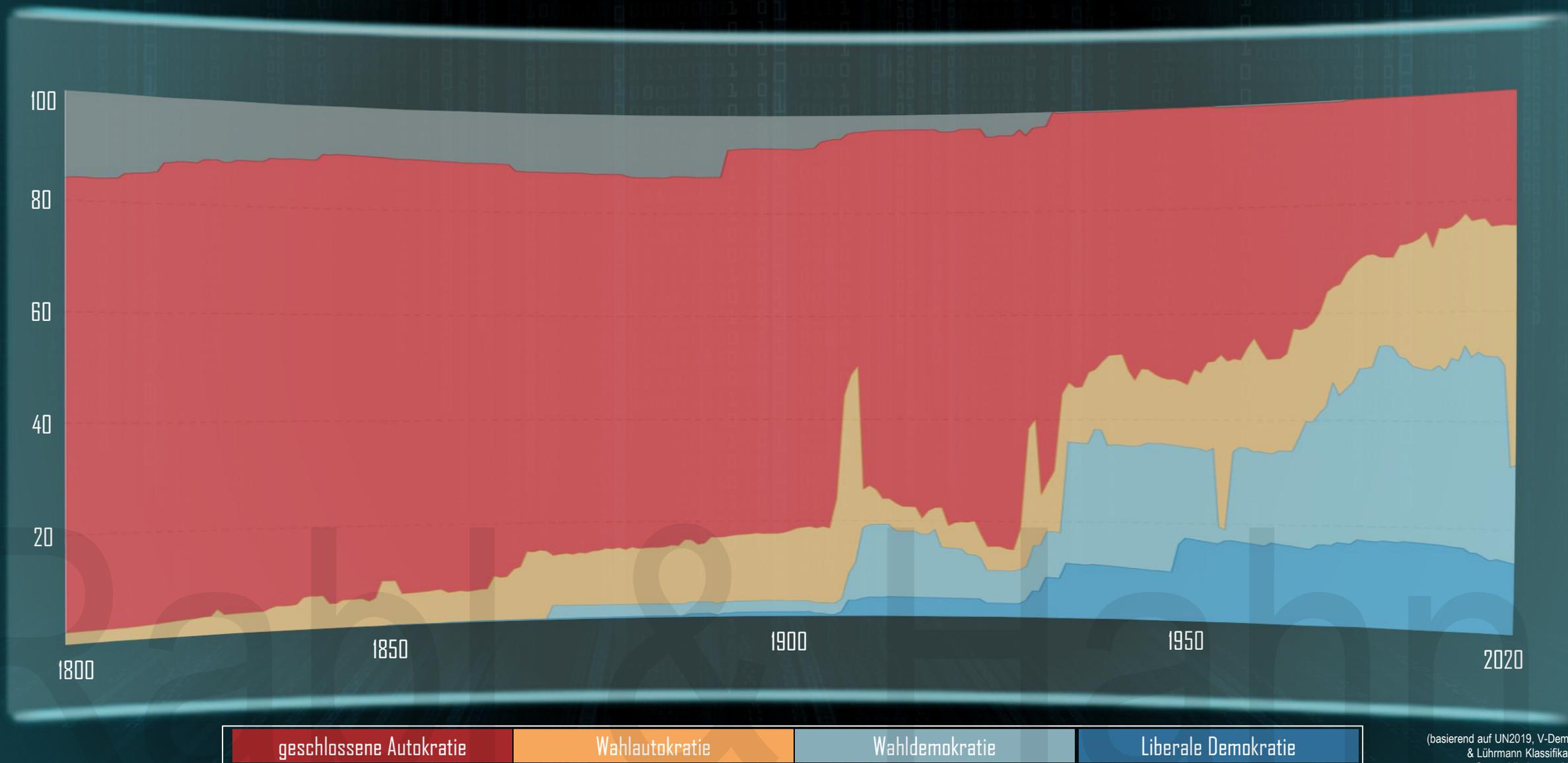
© 2020 H2020



# GRÖSSTES HANDELSPARTNER

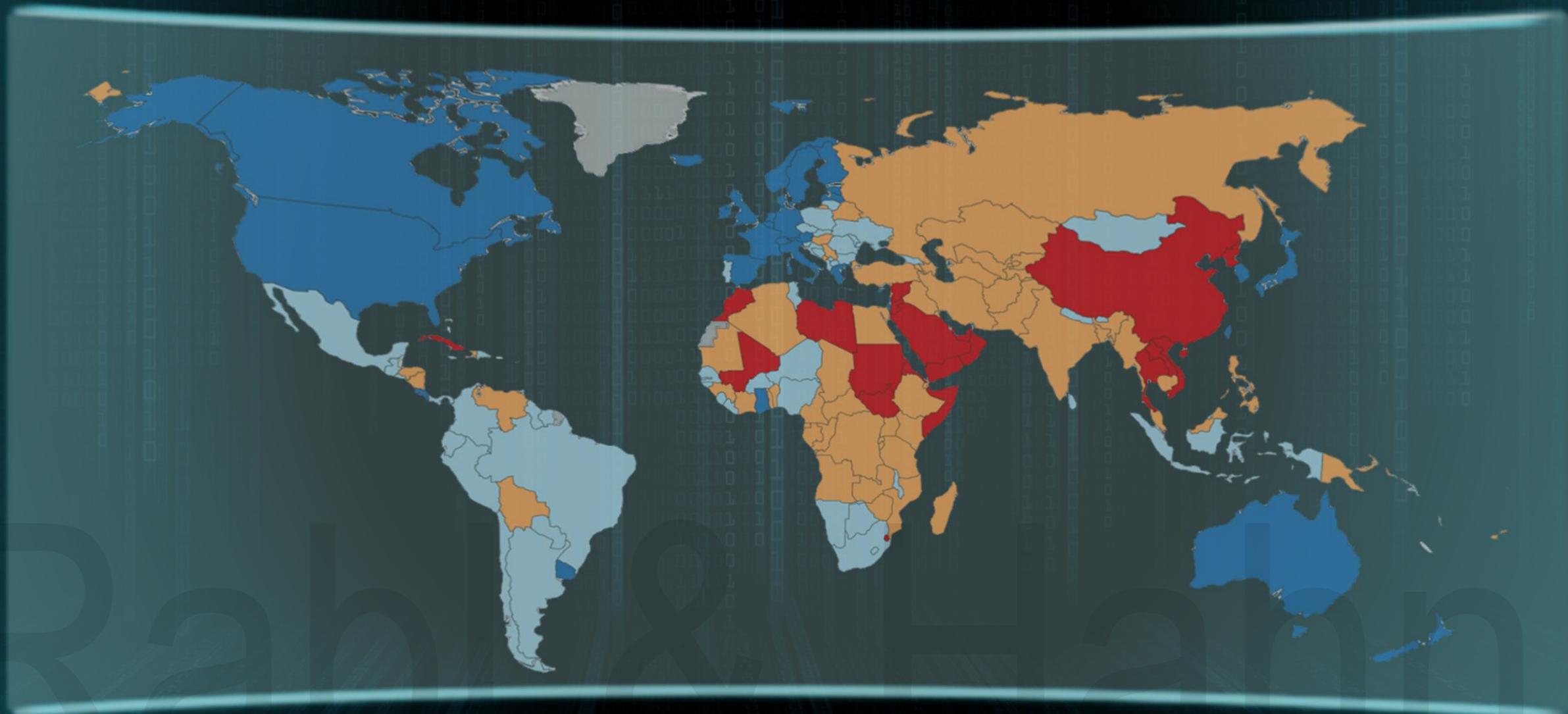


# POLITISCHE REGIME 1800-2020



# POLITISCHE REGIME 2020

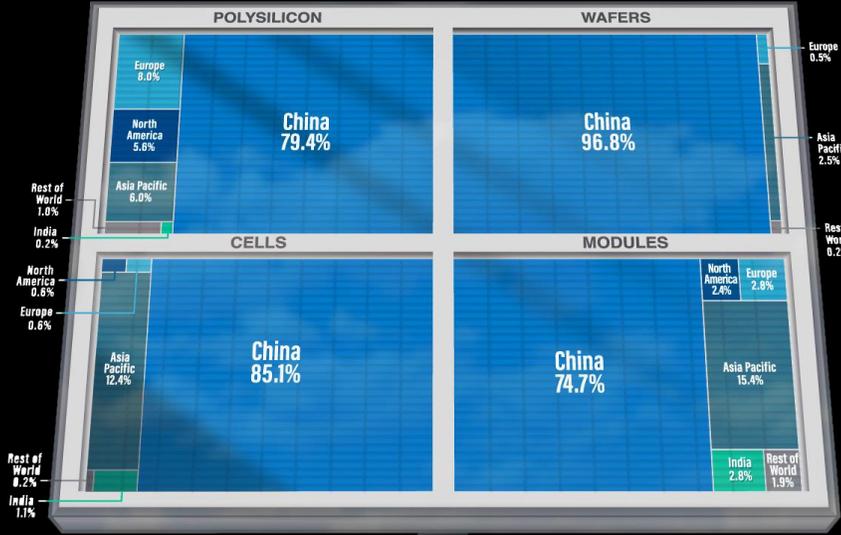
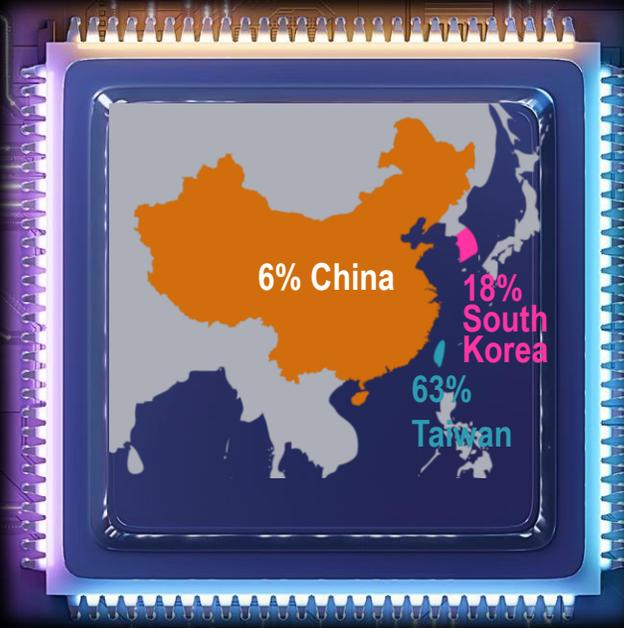
(BASIEREND AUF V-DEM'S EXPERTS & LÜHRMANN KLASSIFIKATION 2018)



87% aller Halbleiter kommen aus

~89% der Solar PV

Hauptpartner US Staaten



China made up 55% of global solar panel manufacturing capacity in 2010, with its share rising to 84% in 2021.

The total value of global solar PV related trade increased by more than 70% YoY to reach over \$40B in 2021.

Indem uns die wesentlichen Durchbrüche in Schlüsseltechnologien und Kernbereichen gelingen, werden wir eine globale Führungsmacht für Innovationen sein. Außerdem werden wir eine neue Form der Industrialisierung erreichen, verbesserte IT Anwendungen, Urbanisierung und landwirtschaftliche Modernisierung und den Aufbau eines modernen Wirtschaftssystems abgeschlossen haben.



„Im Jahr 2049 in allen Bereichen auf dem Spitzenplatz: politisch, kulturell, ethisch, sozial und ökologisch.“

## Technologien beschleunigen



- IoT & Wearables
- Konnektivität
- Krieg der Konzepte: HEV, PHEV, BEV, FCEV ....
- Automatisierung, Big Data
- IT Weiterqualifizierung
- Wissenstransfer
- Digitale Emissionen
- Überwachungswirtschaft
- Radikale Durchbrüche
- AI

## Klima & Ressourcen



- Extremes Wetter
- Klimamigration
- Wachstumsrücknahme
- Beyond GDP
- Grüner Kapitalismus
- Belastung für die Natur
- Saubere Energie
- Kreislauf Wirtschaft
- Öko-Angst
- Aktionärsinteressen
- Food System Stress

## Global vs. Lokal



- Verbreitung von Protektismus
- Märkte und Regulation
- Verlangsamung der Globalisierung
- Lieferketten
- Neue Migrationsflüsse
- Neue Wohlstandszentren
- Heimatstolz
- Entwicklung der Identität
- Remote Work
- Globaler Tourismus pausiert

## Urbanes Mindset



- Rasante Urbanisierung
- Fehlende Infrastruktur
- Lokale Präpositionen
- Zunahme von Megacities
- Urbane Mobilität
- Convenience Kultur
- Wandel der Tätigkeiten
- Sozialisation
- Urbane Resilienz
- Ängste im öffentlichen Raum
- Urbane Ungleichheit

## Demographie



- Geschlechtsidentität
- Alternde Bevölkerung
- Baby Boom vs Baby Bust
- Fallende Fertilitätsrate
- Verzögertes Erwachsensein
- Solo Living
- Rückgang der Religionen
- Zukunft des Glaubens
- Lebenserwartungen
- Inklusivität

## Zweckentfremdete Welt



- Politische Polarisierung
- DEPC Dominanz
- Mediale Hinrichtungen
- Systematische Ungleichheiten
- Wohlstands-Kluft
- Demographie
- Polarisierung
- Post-truth Gesellschaft
- Bildungslücke
- Kulturkriege
- Automatisierung von Jobs

*Umwelt*

*2. Maschinenzeitalter*

*Geldflut*

*Pandemie*

*Verlagerung in den Osten*

*Freiheitsbewegung*

# STIMMUNG AM ARBEITSPLATZ



## Job Satisfaction Hits 20-Year Low Across U.S. Workforce, Lowest Among 'Zillennials'

Handelsblatt

UNTERNEHMEN TECHNOLOGIE FINANZEN MOBILITÄT KARRIERE

### „90 Prozent sind mit ihrem Job unzufrieden“

Fleiß, Disziplin, Pünktlichkeit - die Deutschen sind für ihre Sekundärtugenden bekannt. Doch tatsächlich fühlen sich viele in ihrem Beruf nicht wohl: 90 Prozent sind unzufrieden, wie Studien belegen.

BUSINESS INSIDER

### Deutsche arbeiten mitunter am wenigsten

Deutsche Angestellte genießen vier bis sechs Wochen Urlaub im Jahr und haben außerdem relativ kurze Arbeitswochen verglichen mit zahlreichen anderen Ländern. In Fabriken ist es üblich, nur 35 Stunden pro Woche zu arbeiten — was weit von der 49-Stunden-Arbeitswoche entfernt ist, die durchschnittliche US-amerikanische Angestellte erwarten können.

Ohne Entspannung kann man nicht produktiv sein

Capital

WIRTSCHAFT UND GESELLSCHAFT

Sie hassen Ihren Job? Dann sind Sie in guter Gesellschaft. Die emotionale Bindung der Mitarbeiter an ihren Arbeitsplatz ist erschreckend gering. Und das hat fatale Folgen. Zeit, die Gründe zu analysieren.

Noch dramatischer dürfte es in Deutschland aussehen, betrachtet man die Ergebnisse des Gallup-Engagement-Index, der jährlich in 155 Ländern erhoben wird. Laut der aktuellen Studie hinkt Deutschland im Hinblick auf die Mitarbeiterbindung den USA sogar noch meilenweit hinterher: Die den Spitzenplatz unter den führenden Industrienationen belegen. Nur 15 Prozent der Arbeitnehmer sind hierzulande (in den USA sind es 33 Prozent) emotional hoch an ihren Arbeitgeber gebunden und entsprechend motiviert bei der Arbeit. Um eine Plattform zu benutzen: Gerade mal jeder sechste Arbeitnehmer brennt für seinen Job. Genau das ist das Problem. Viele haben bereits innerlich gekündigt. Und die große Mehrheit von 70 Prozent schiebt Dienst nach Vorschrift.

The Denver Gazette

## SoFi at Work Study Reveals Three in Four Workers Are Stressed About Financial Issues, Spending 9+ Working Hours Per Week Dealing With Personal Finances

Business Wire 11 hrs ago

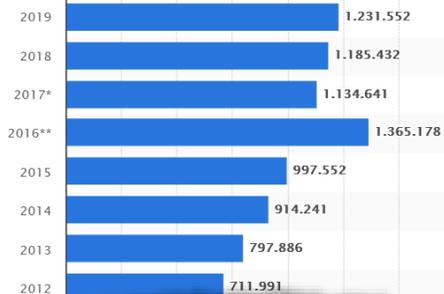
SAN FRANCISCO--(BUSINESS WIRE)--Mar 30, 2022--

Of four U.S. workers (75%) are facing at least one source of major financial stress, and more than half (51%) felt more stressed about their finances in 2021 than ever before, according to new research published today by SoFi at Work — a leading holistic, financial and education assistance benefits Partner to more than 1,000 companies — and Workplace Intelligence, an HR technology company. The result shows that workers are increasingly stressed about their finances, with 75% of workers reporting that they are facing at least one source of major financial stress.

In der Europäischen Union sieht es noch schlimmer aus: Im Schnitt sind EU-weit sogar nur elf Prozent aller Arbeitnehmer emotional stark an ihren Arbeitgeber gebunden.

## Zillennials are the least satisfied with their jobs

HR leaders should check in with employees in this age group because chances are they need help



## Wenn Hochqualifizierte gehen und wenig Gebildete kommen



3,4 Millionen deutsche Auswanderer haben sich im Ausland niedergelassen. 2,7 Millionen sind im Erwerbsalter von 15 bis 64 Jahren. Die meisten Deutschen (außerhalb Deutschlands) leben in den USA, im Vereinigten Königreich und der Schweiz. Innerhalb Europas (und außerhalb Deutschlands) leben mit 1,8 Millionen mehr Deutsche als im Rest der Welt. Die meisten Zuzüge gab es in den letzten Jahren in der Schweiz und in Österreich.

undermotivated, this could impact revenues. Job satisfaction is low: 30% of Americans do not love their work and are actually inspired to walk the extra mile for their employers.



# GENERATIONEN



**Silencer**  
xxxx-1945

- Wirtschaftliche und politische Instabilität
- Krieg/kollektives Trauma



**Gen M (Babyboomer)**  
1946-1964

- Erste tolerante Generation
- Wirtschaftsboom
- Technik-Allergie
- Polarisierend



**Gen X(-verschuldet)**  
1965-1980

- Scheidungskinder
- Hochverschuldet
- Ozonloch, Tschernobyl
- Technischer Fortschritt
- Botschafter zwischen den Welten



**Gen Y (-olo/Millennials)**  
1981-1996

- 9/11
- Arme Erbgeneration
- Multioptionsgesellschaft
- Nachhaltigkeit
- Aktive Selbstverwirklichung
- In Unternehmen angekommen



**Gen Z (Digital Natives)**  
1997-2010

- Konzentriert auf eigene Ziele,
- Einzelkämpfende Individualisten
- Maximierung risikoarmer Erlebnisse
- Keine festen Strukturen/Abläufe



**Gen A (Alpha)**  
2010-20xx

- Politische Instabilität
- Demografischer Wandel

**Überleben**

**Eigenheim**

**Eigenheim, Luxus Sportwagen, Karriere**

**Freizeit & Freiheit**

**Selbstverwirklichung**

**Nachhaltigkeit**

**Berufstätig**

2 %

33 % Babyboomer

35 % X

29 % Y

**Ökonomische Macht**

17 % Silencer

43 % Babyboomer

18 % X

10 % Y

3 % A

# USER PERSONA GEN Z: DIGITAL NATIVES



GEN Z

## WAS ERLEBEN SIE?



- Materiellen Überfluss, Unsicherheit, finanzielle Grundsicherung
- exzessive Nutzung von Social Media
- Persönlich-subjektive Welt stark geprägt Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, YouTube, Pinterest oder Snapchat
- Betäuben sich mit (vermeintlich) glücklichen Leben von Menschen, die sie oft nicht persönlich kennen.

## WAS DENKEN UND FÜHLEN SIE?



- Smartphone immer mit dabei
- Hinterfragt den Sinn (der Arbeit etc.)
- Wählt die beste Option
- Wählt gerne den Weg des geringsten Widerstandes
- Benching (auf die lange Bank schieben)

## Fun Facts



- Rund 50 % dieser Zielgruppe aus den USA, FR und DE sagen, dass sie ein zweites, anonymes Profil nutzen, um heimlich die Accounts anderer zu lesen und sich anonym zu äußern
- 93 % gaben an, dass Social Media einen Negativ-Effekt auf ihr Selbstwertgefühl ausübt und das persönliche Selbstbild nachhaltig beeinflussen.

ExpressVPN hat 4.500 Menschen aus der Generation Z befragt  
Menschen zwischen 16 und 24 Jahren gaben an

## WIE ARBEITEN SIE?

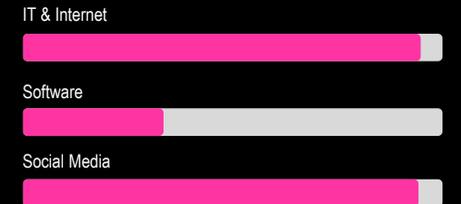


- Verändern bereits jetzt die Arbeitswelt
- Anonymität als Schutz/Vermeiden direkte Kritik  
> Ghosting (polnischer Abgang)  
> blaue Haken deaktivieren
- Enorm multitaskingfähig (blitzschnell zwischen der realen und virtuellen Welt hin und her)

## PERSÖNLICHKEIT



## TECHNOLOGIE



## MOTIVATION





Rabi & Hahn



Autonomes Fahren (für die Masse)



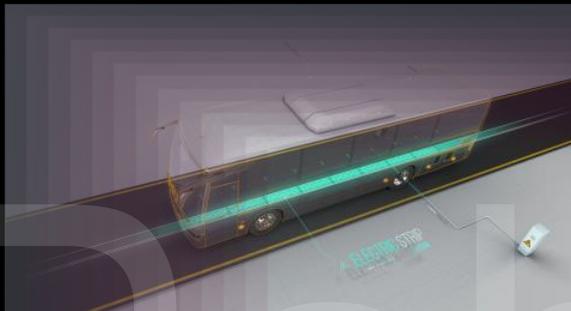
BEV und FCEV, PHEV oder HEV?



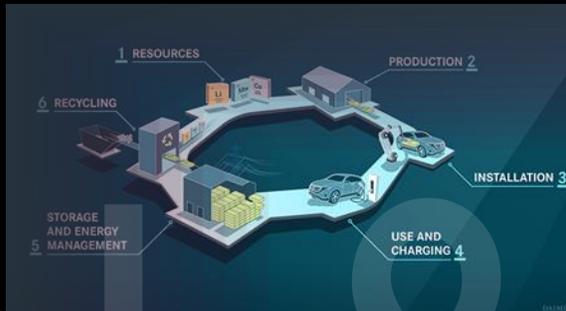
Taktgeber für Innovationen



Fluide Soft & Hardware



Langstecke  
Elektronische Superhighways & TEV



Nachhaltig & Circular



Submarken / New Business



Luxus / Premium +

# OFFIZIELLE STRATEGIEN GLOBALER HERSTELLER

## APPLE

- Umfassendes Ökosystem
- Beste Benutzererfahrung.
- Innovative Hardware.
- Innovative Software und Dienstleistungen.
- Digital Twin



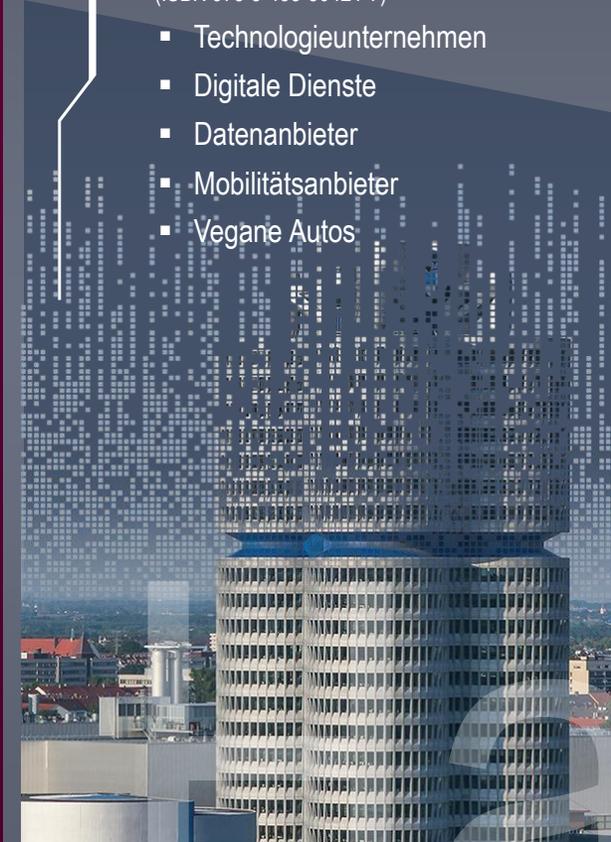
## TESLA

- Umfassendes Ökosystem
- Digital Twin
- Software als Vorteil (Bitsystem)
- Next-Level-Lösungen
- Inhouse-Kompetenz & Produktion



## BMW

- Next 100 Strategie (ISBN 978-3-455-50421-7)
  - Technologieunternehmen
  - Digitale Dienste
  - Datenanbieter
  - Mobilitätsanbieter
  - Vegane Autos



## VW

- NEW AUTO Strategie <https://www.volkswagen-newsroom.com>
- Mobility for Generations to Come
  - End-to-End-Elektronik-Architektur
  - „Software Plattform selbst entwickeln“





zugekauft

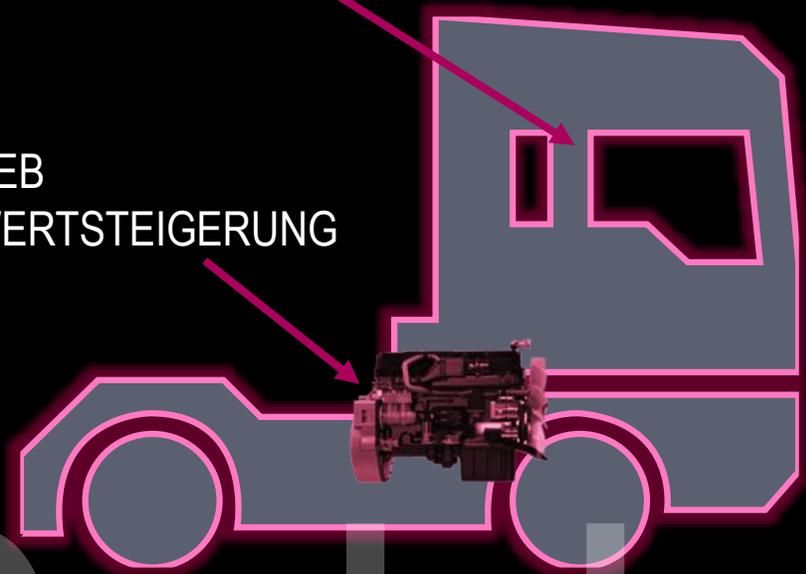
zugekauft

Rabbi & Hahn

# NEUE FAHRZEUGKOMPONENTEN WERDEN LEISTUNGSBESTIMMEND SEIN

KABINE/ INTERIEUR  
25% WERTSTEIGERUNG

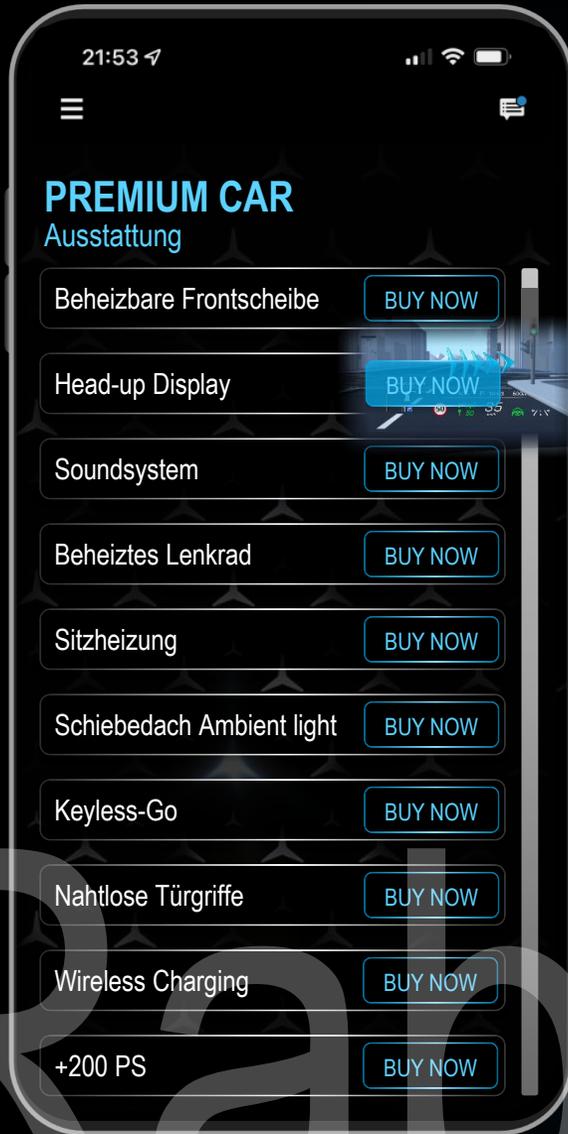
ANTRIEB  
50% WERTSTEIGERUNG



**MOTOR UND KABINE SIND KERNKOMPETENZ DER OEMS UND „ERTRAGSBRINGENDE“ KOMPONENTEN**

EINFACHE BASISFAHRZEUGE MIT SELBSTFAHRENDEM SYSTEM (SDS) UND BATTERIE ALS "LEISTUNGSBESTIMMENDE" KOMPONENTEN

# HOLISTISCHE KUNDENORIENTIERUNG: CUSTOMER (LIFETIME) JOURNEY ... UND EINNAHMEN

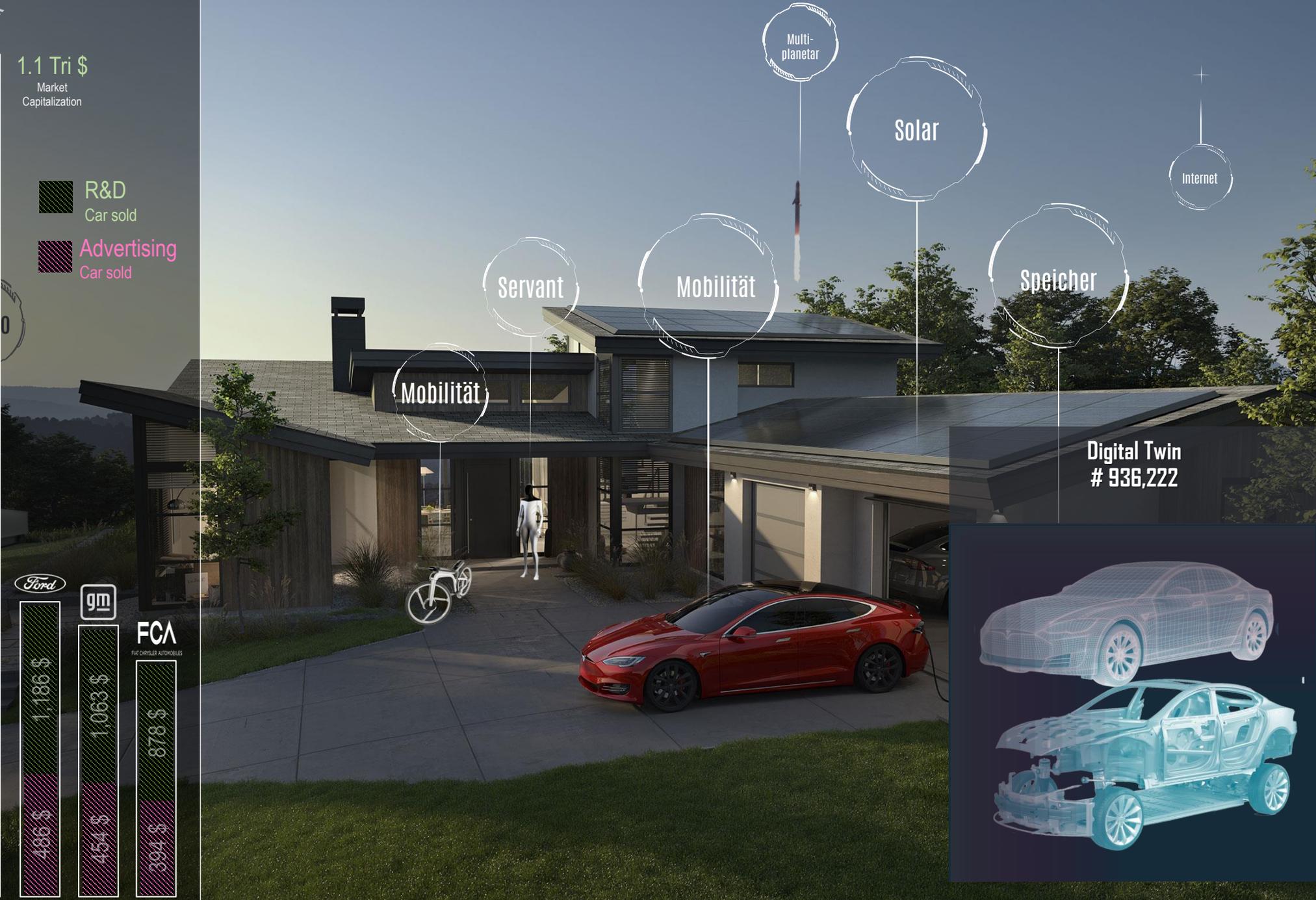


Rad & Helm

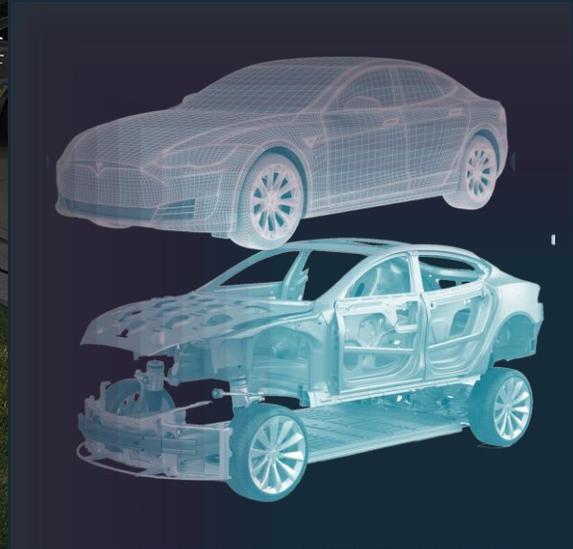
1.1 Tri  
Next 10  
Automakers



1.1 Tri \$  
Market  
Capitalization



Digital Twin  
# 936,222

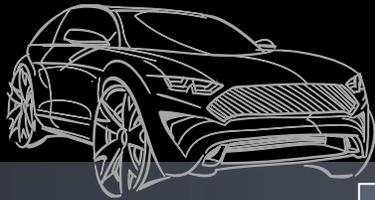


# FAHRZEUGENTWICKLUNG

**Phase 1:** Formfindung & Konzeptfestlegung

**Phase 2:** Modell-/Konzeptvalidierung & Finaler Strak/Auskonstruktion

**Phase 3:** Serienwerkzeug-Erstellung, Industrialisierung & Werksintegration



 Fahrzeug Homologation /EU-Typengenehmigung

Kleine Änderungen alle 2,5 Wochen, große alle 5-7 Jahre

ZIEL DER DEUTSCHEN AUTOHERSTELLER

heute

~**40/ 54-60** Monate

STELLANTIS

STELLANTIS

~**38-42** Monate



NIO

~**38** Monate



XPENG

~**34** Monate

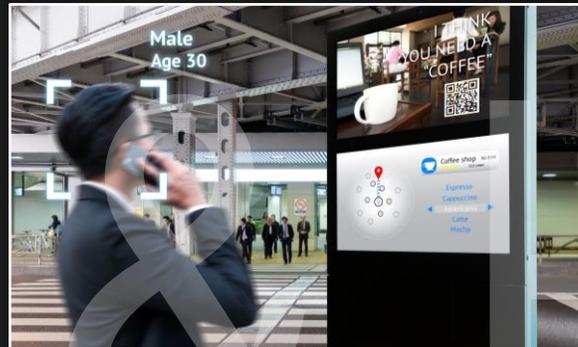
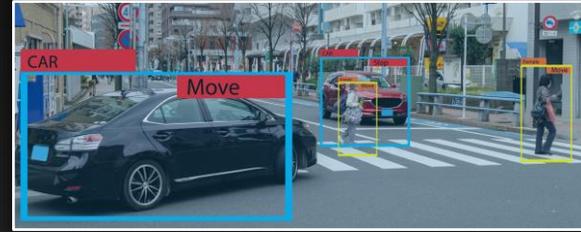


Tesla

~**30-42** Monate

Wir möchten jede Woche ein besseres Fahrzeug (20 Änderungen pro Modell / Woche)

Raport & Hahn



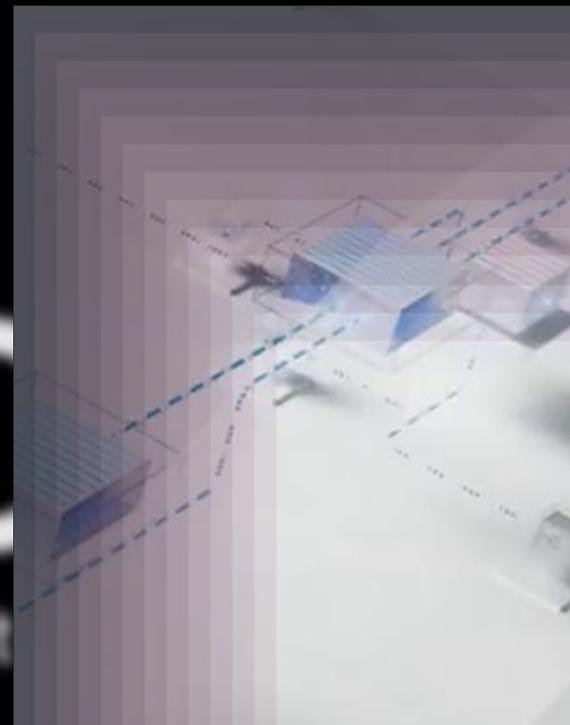
Rap & Hahn

# DAS ERSTE DURCHGÄNGIGE, KOLLABORATIVE, OFFENE DATENÖKOSYSTEM FÜR DIE AUTOMOBILINDUSTRIE DER ZUKUNFT



## Offenes Datenökosystem

... in denen alle Partner gleichberechtigt sind, über ihre Daten souverän verfügen und keine Lock-In Effekte entstehen.



## Technologie des durchgängigen Datenaustauschs

Für die Digitalisierung der Lieferketten insbesondere auch für mittelständische und kleine Unternehmen eine nachhaltige Lösung bereitstellt und



## Wertschöpfung für alle

Kooperation und Zusammenarbeit von Marktteilnehmern und Wettbewerbern unterstützen.

Rap & Hahn

# 28 STARKE PARTNER KOOPERIEREN FÜR DEN INITIALEN AUFBAU DIESES DATEN-ÖKOSYSTEMS >>> CATENA-X.



Recycling

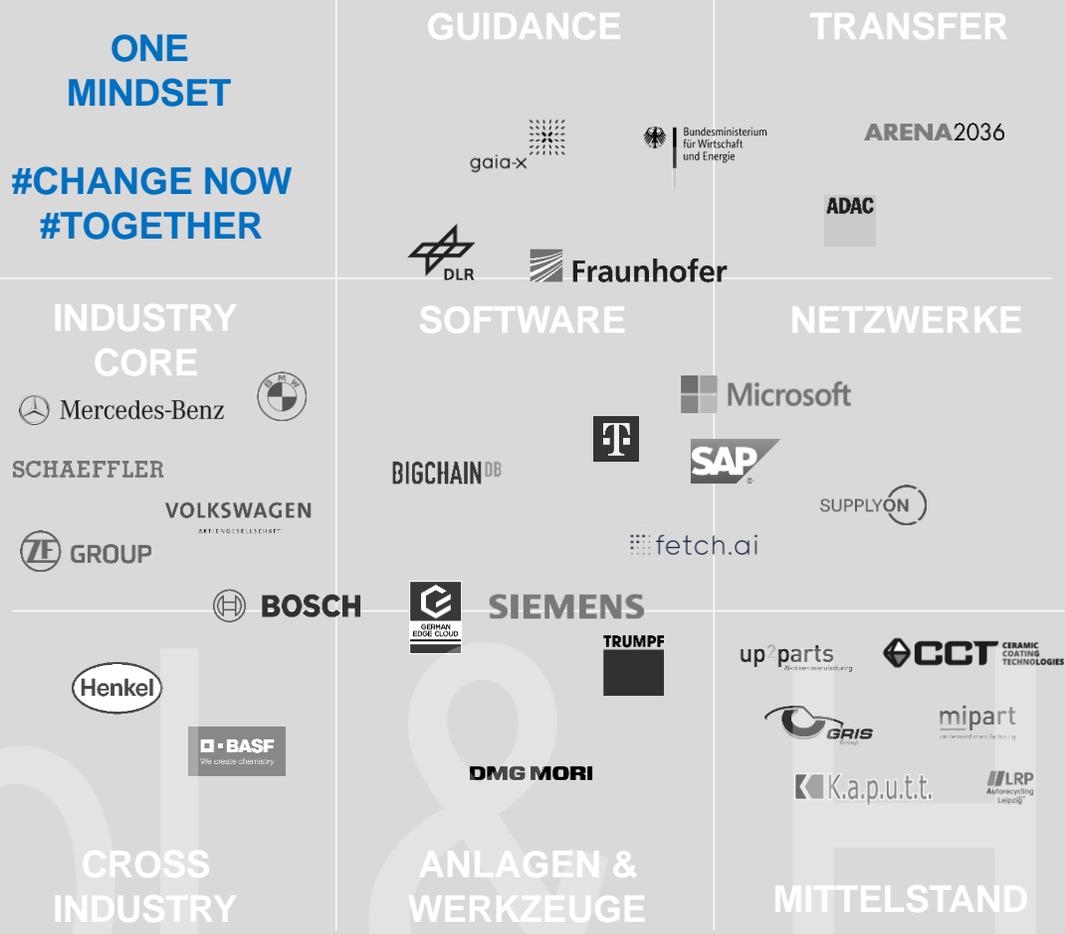
...

OEMs

Tier-1

Tier-2

Tier-n



Zeitraum und Aufgabenschnitt:  
08/2021 – 07/2024

**10x**  
**Anwendungsfälle**  
Antworten auf aktuelle Top Themen der europäischen Automobilindustrie

**1x**  
**Betriebssystem**  
Industrialisierung und Kombination von GAIA-X, IDSA + Catena-X

**High-Speed Transferansatz**  
Aktivierung und Anbindung von Anwendern und Anbietern

## Zeitraum 2020 – 2030 +

### Level 2

Starkes Wachstum bis 2030



- Keine Fahrzeugübernahme in 10 Sekunden
- Keine Veränderung der bestehenden Architektur

### Level 3

Schwaches Wachstum bis 2030



- Fahrzeugübernahme in 10 Sekunden
- Keine Veränderung der bestehenden Architektur

## Zeitraum 2030 +

### Level 4

Technologische Reife?



- Fahrzeugübernahme in 30 Sekunden
- Sehr starke Veränderung der bestehenden Architektur

### Level 5

Technologische Reife?



- Fahrzeugübernahme niemals nötig
- Komplette Veränderung der bestehenden Architektur

I-TAFEL, MIKO und TVKL bleiben in ihrer Form und Funktion bis 2030 bestehen

Premium Sales Forecast nach Regionen 2019-2032:

Chinesischer Markt wächst bis 2032 am stärksten.

Fahrzeug-Absatz [Mio.]

2019 2032  
10,2 Mio. 13,4 Mio.

+31%

Nordamerika



+13%

Europa



+24%

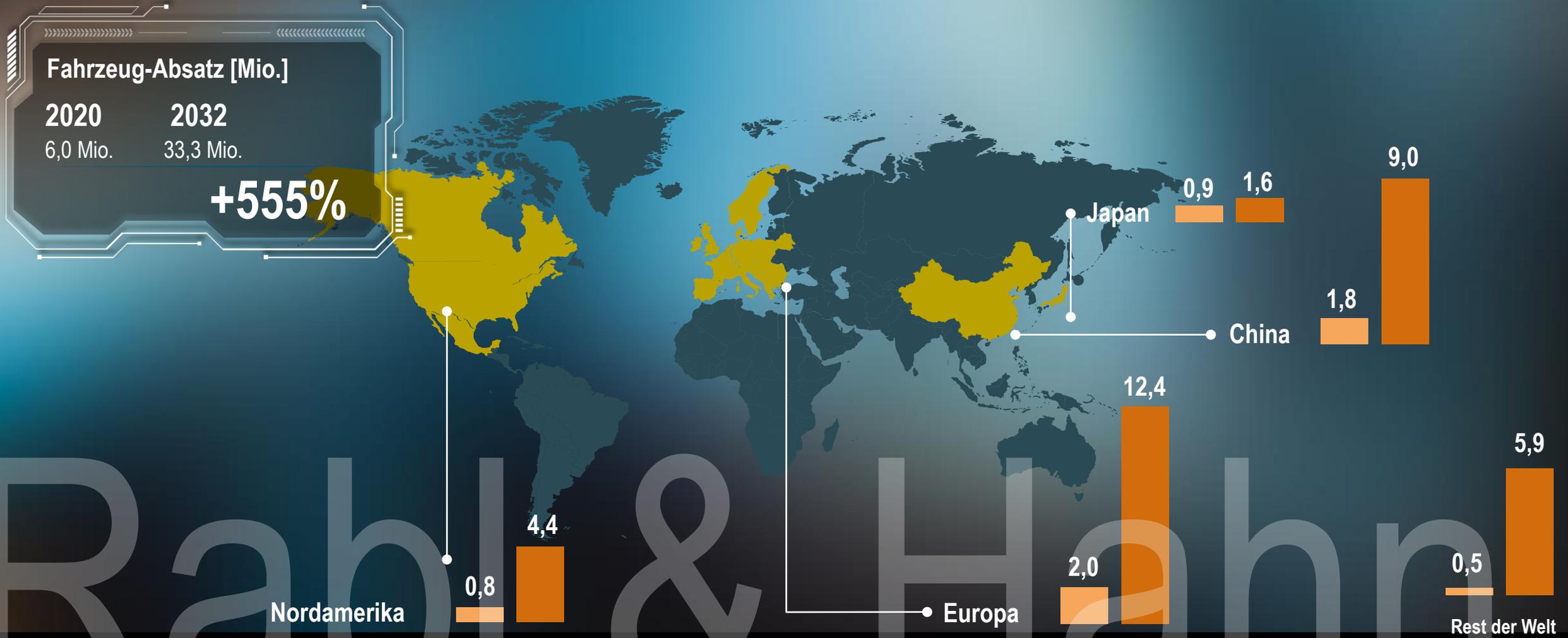
China



+55%

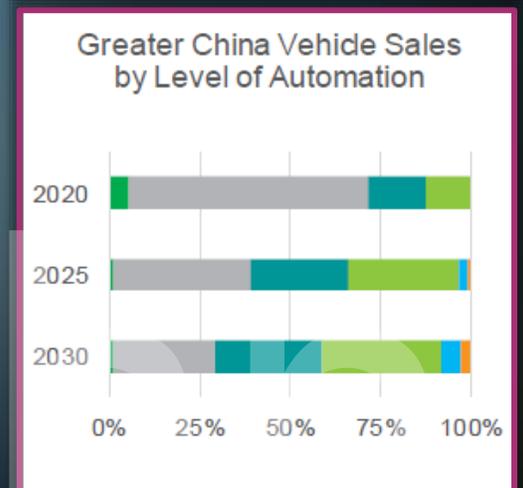
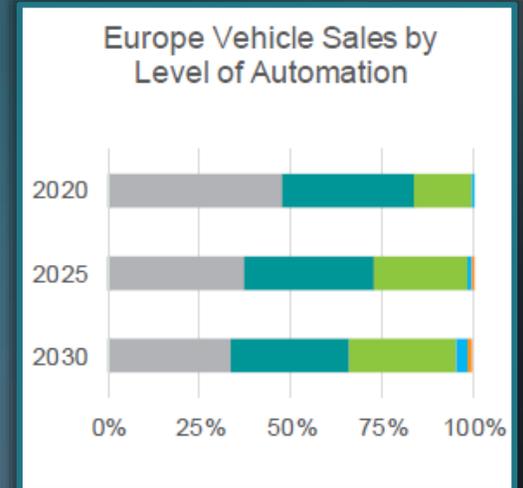
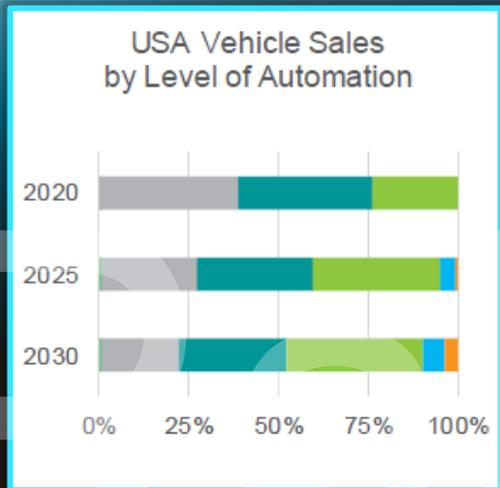
# Entwicklung E-Fahrzeuge nach Region weltweit 2020-2032:

Europäischer und chinesischer Markt dominieren.



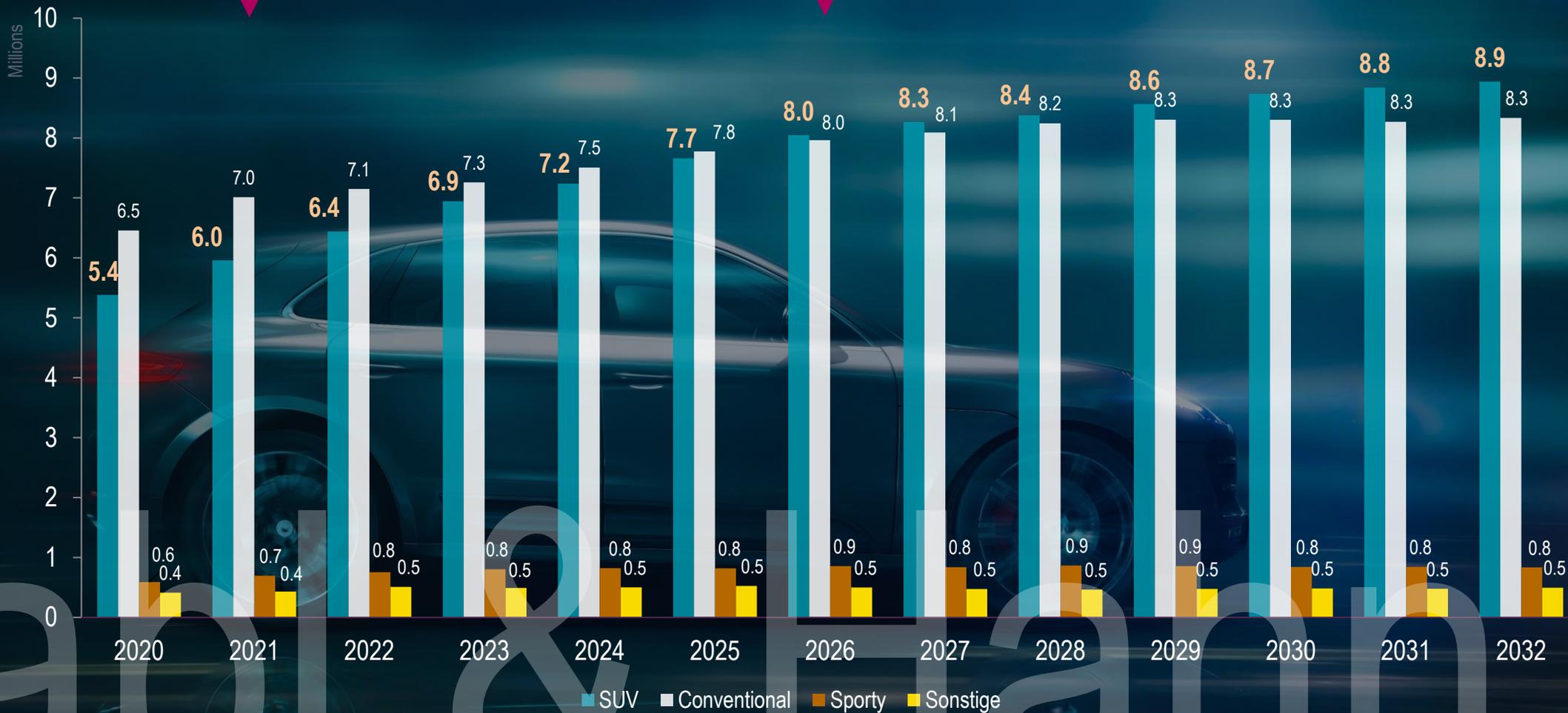
# Autonomes Fahren nach Stufen Regionen 2020-2030:

- L0
- L1
- L2
- L3
- L4



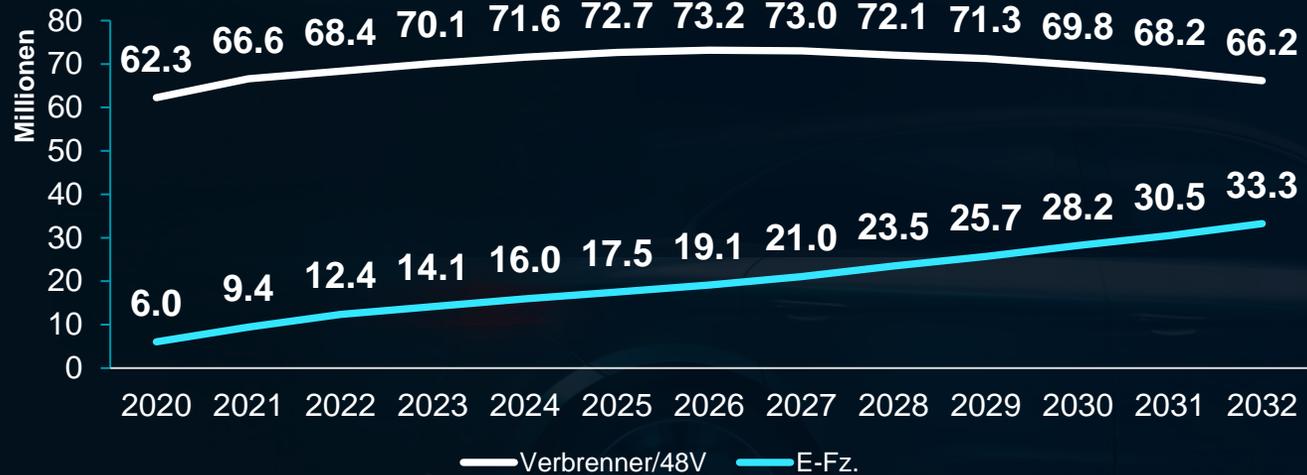


SUV forecast: ab 2027 dominiert SUV.



„Take aways“ Marktentwicklungen.

### Sales Forecast E-Fahrzeug weltweit 2020-2032



### Faktoren

Politische



Joe Biden

Euro 7

Regionale



OEM

Trennen sich konsequent von Diesel und Benzin



# Alles oder nichts: Corona wird zur härtesten Probe für Carsharing-Dienste



New Mobility | Nachrichten, die bewegen.

## We Share verschiebt Expansion und plant neues Abo-Modell

Helena Düll | 25. Juni 2020



Auch die VW-Tochter We Share ist von der Krise nach hinten.



## GM shuts down car-sharing service Maven

The coronavirus pandemic was the final nail in the coffin

By Sean O'Kane | @sokane1 | Apr 21, 2020, 2:13pm EDT

# Automobil

DIE BRANCHEN- UND WIRTSCHAFTSZEITUNG

Freitag, 22. Mai 2020, 09.45 Uhr

## Nachfrage schrumpft: Corona-Krise verändert Fahrzeugmarkt



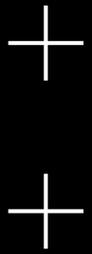
POLITIK ÖKO GESELLSCHAFT KULTUR SPORT BERLIN NORD WAHRHEIT

Carsharing in der Corona-Krise

## Buchungen brechen ein

Wegfahren unerwünscht: Nur noch wenige Leute mieten ein Auto bei einem Carsharing-Anbieter. Ein Drittel der Firmen fürchtet um die Existenz.

Rap & Mail



# Carsharing

## Moia



**Hannover und Hamburg**  
Wegen Corona-Pandemie am  
24.12.20 eingestellt

## ZOOX



## G.M.Cruise



## Hyundai



- **Motional:** Joint Venture von Aptiv/Hyundai
- **Ziel:** Entwicklung einer Plattform für autonome Fahrzeuge (Level 4)

## Lyft/ Motional



Ridesharing-Anbieter Lyft plant,  
ab 2023 in mehreren US-Städten  
autonome Taxis anzubieten

## VW



## ID.Buzz als Robo-Taxi

ID.Buzz im Gegensatz zu Moia  
soll bis 2025 Passagiere autonom  
befördern



+

+

Das Automobil wird komplexer bevor es simpler wird

# Fun facts aus der allgegenwärtigen Praxis

ZITAT KUNDE BEI DER RÜCKGABE SEINES FAHRZEUGES:

„ICH HABE GAR NICHT GEWUSST,  
DASS ICH EIN STAUFACH HABE.“

Rabbi & Hahn

# Fun facts aus der allgegenwärtigen Praxis

ZITAT KUNDE BEIM VERKAUFSTERMIN

„HM ... ICH KANN IHNEN LEIDER  
NICHT SAGEN WIEVIEL PS MEIN  
FAHRZEUG HAT.“

Rabbi & Hahn

# Fun facts aus der allgegenwärtigen Praxis

GESPRÄCHSVERLAUF BEIM SERVICETERMIN

SERVICEMITARBEITER:

„WIE SIND SIE MIT DER LADEGESCHWINDIGKEIT IHRE HYBRIDEN SEIT DEM KAUF VOR Ü. 1 JAHR ZUFRIEDEN?“

KUNDE:

„ICH HABE DAS NOCH GAR NICHT GETESTET. MIT BENZIN FAHREN MACHT JA AUCH VIEL MEHR SPASS“.

Rabbi & Hahn



# Fun facts aus der allgegenwärtigen Praxis

GESPRÄCHSVERLAUF BEI DER PREISVERHANDLUNG:

KUNDE:

„DER NACHLASS IST MIR BESONDERS WICHTIG. IHRE MITBEWERBER GEBEN 15 %.

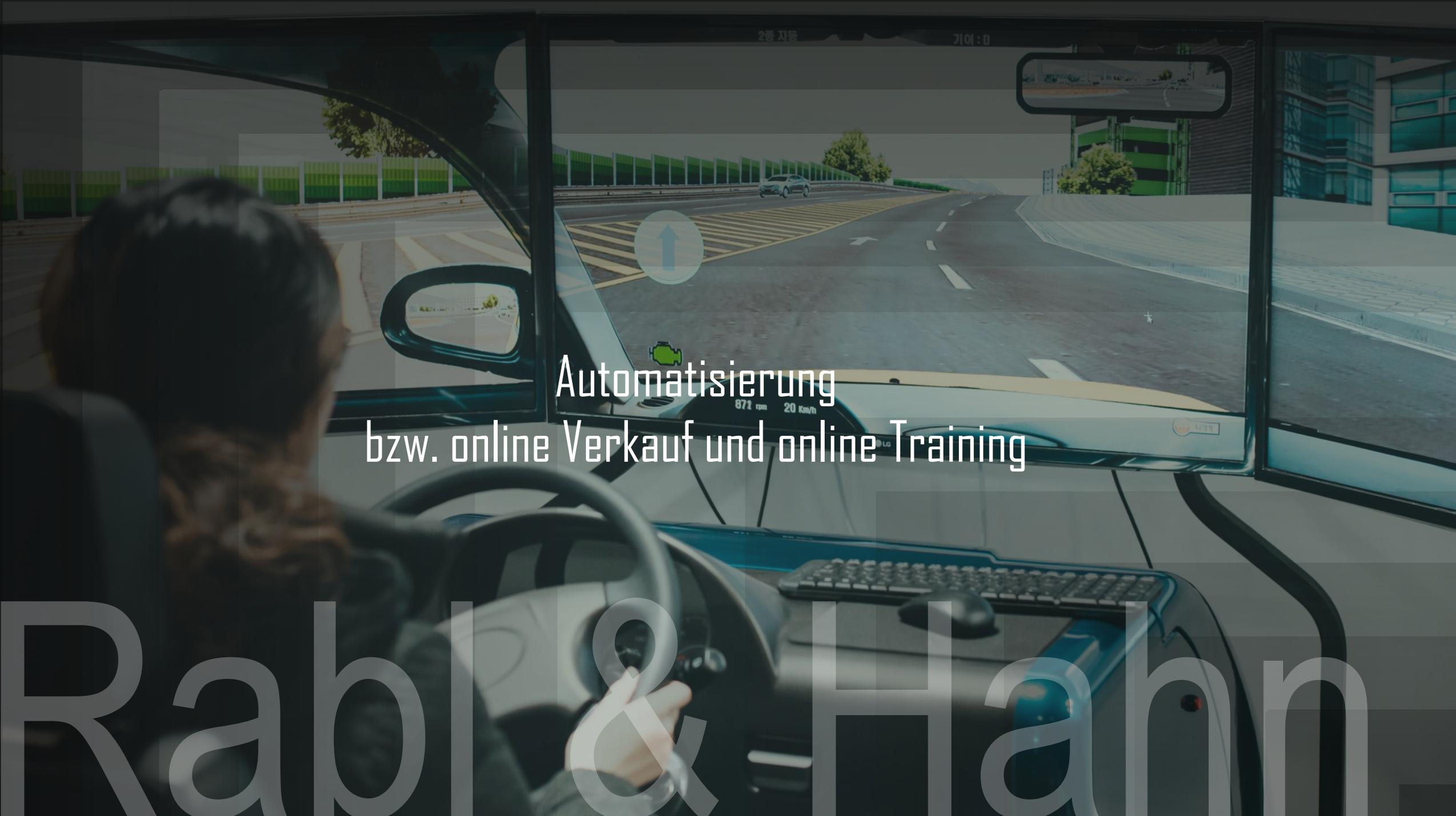
VERKÄUFER

„WAS ZAHLEN SIE DENN IM MOMENT AN LEASINGRATE? WELCHES FAHRZEUG HABEN SIE MIT WELCHER AUSSTATTUNG?

KUNDE:

„OH, DA MUSS ICH MAL NASCHHAUEN ...“

Rabbi & Hahn



Automatisierung  
bzw. online Verkauf und online Training

Rapl & Hahn

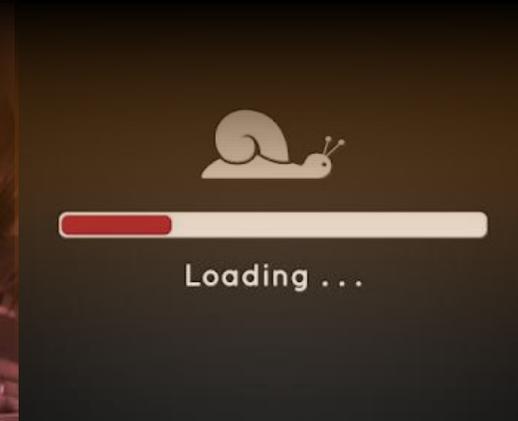
Gab es Schwierigkeiten im Zusammenhang mit dem digitalen Unterricht  
und wenn ja, welche?



46 % klagen über keine einheitliche Vorgehensweise



26 % Selbstorganisation war belastend



9 % schlechtes Internet

1

Kann den  
Präsenzunterricht  
nicht ersetzen

2

Fehlt an  
klare Vorgaben

3

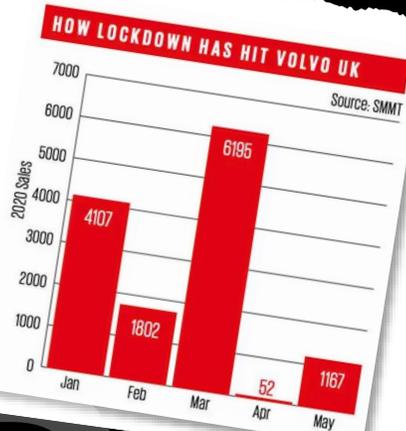
Austausch digital  
Lehrmittel analog

- 1 Lehrkräfte benötigen verpflichtende Fortbildungen zur Nutzung digitaler Lernformate
- 2 Institute sollten öfter neue oder digitale Lernformen ausprobieren/ wieder verwerfen, wenn sie nicht funktionieren
- 3 Unterrichtskonzepte müssen in Zukunft mehr auf die digitale Welt angepasst werden

# ONLINE VERTRIEB

## Volvo: Lockdown has changed car sales forever

The push to expand online car due to the Covid-19 lockdown will change the way new vehicles are sold forever, according to Volvo's UK boss.



### Press Releases

## As the Car-Buying Process Moves Online, Satisfaction Climbs to an All-Time High

Monday January 25, 2021

"According to our data, car buyers have never been happier," notes Cox Automotive Vice President of Research & Market Intelligence Isabelle Helms. "Consumers have long asked for a process that is more efficient and requires less time at the dealership. With more steps moving online, that's exactly what they are getting. And it is not just consumers who are benefitting. Dealers, too, are seeing the advantages of a more efficient, streamlined purchasing process."

With a high level of buyer certainty, the amount of time spent actively shopping and buying dropped significantly in 2020, according to the study. Buyers reported spending an average of just over 13 hours in the entire process, from start to finish, down from nearly 15 hours in 2019. **New-car buyers spent just over 11 hours on the necessary steps, everything from shopping and negotiating the deal to taking delivery of the new vehicle.** The biggest time savings in 2020 was in the online shopping phase.

## FINANCIAL TIMES

Manufacturers bypass dealers as Covid and electric cars change the way customers buy

"By 2025, 25 per cent of our passenger car sales will be made via online channels," said Daimler sales boss Britta Seeger. The company, she added, was investing a "triple-digit million-euro amount" in streamlining the shopping experience, and building so-called digital dealerships.



Previously, Ms Seeger explained, car buyers used to visit dealerships up to eight times before they purchased a vehicle. "Now it's more like only up to two times, because they research online beforehand," a trend accelerated by Covid-19. In Germany, **the number of daily visitors to Mercedes' sales websites increased by 70 per cent between April and June 2020, she added. This puts the pressure on retailers to make radical changes as more business moves online.**



## More consumers are shopping online for cars. Can dealerships keep up?

"Online becomes a portal to a showroom," one insider said.

By [Morgan Korn](#)  
March 28, 2021.

More consumers are shopping online for cars. Can dealerships keep up? "Online becomes a portal to a showroom," one insider said.

E-commerce will likely make up the core of dealership sales in a decade, with the pandemic only accelerating the inevitable, Haig said.

"Young people in particular want to purchase or lease a vehicle by using their cellphone,"

he said. "Online becomes a portal to a showroom. When consumers come to dealerships now, they're there to buy."

# SELBSTBEWERTUNG



Ist eine Maßnahme möglich, die einen Kaufprozess ermöglicht?

Ausgelöst durch: Anzahlung, Willenserklärung, Vertragsabschluss, verbindlicher Kauf

## Key trigger

### 1 Pre-Sales

Auto Konfiguration	Verfügbare Produktinformation	Persönlicher Rat	VR/AR Erlebnis	Testfahrt	Generelle UX
--------------------	-------------------------------	------------------	----------------	-----------	--------------

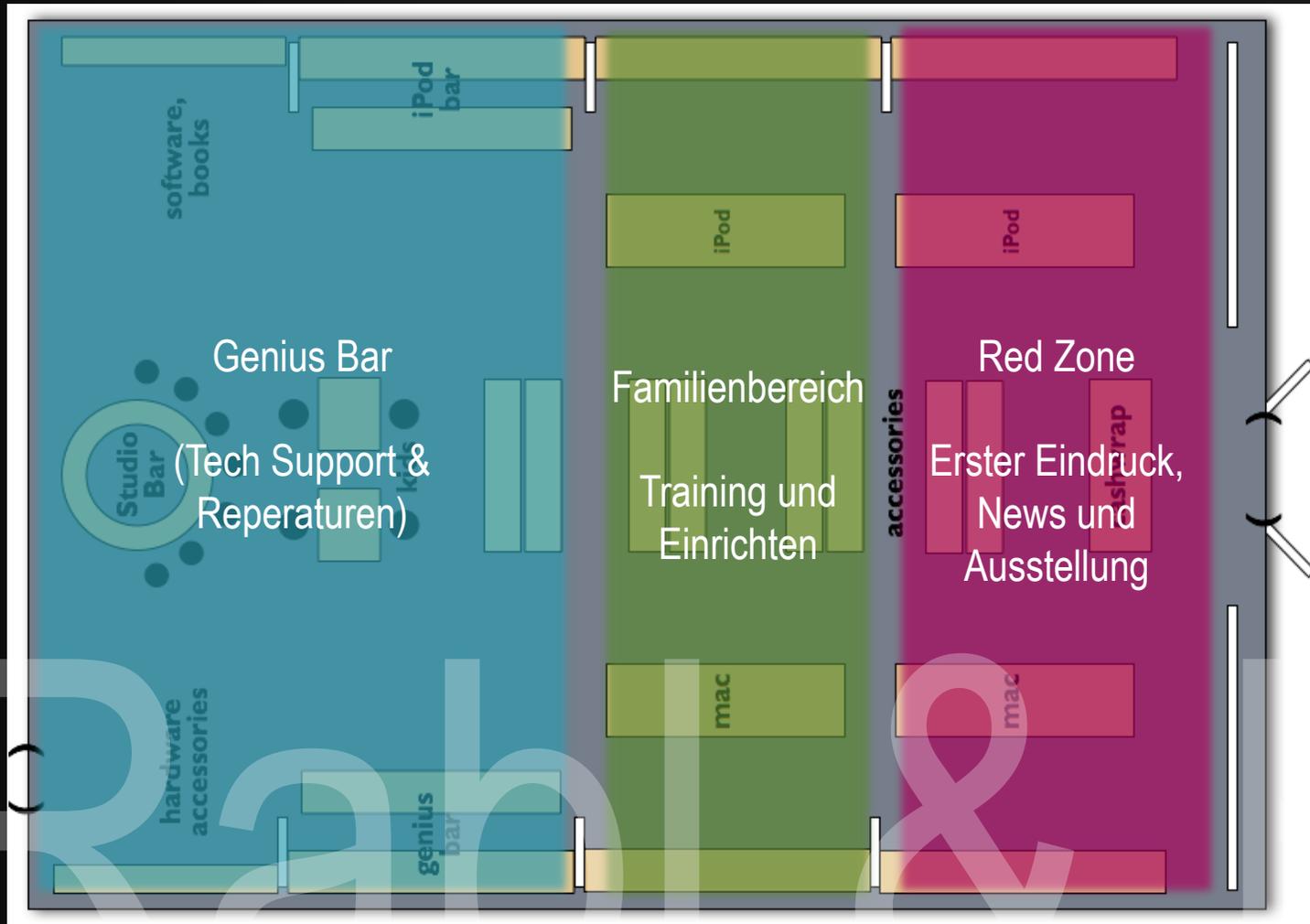
### 2 Sales

Online Kauf	Kaufmethode	Finanzierung/Leasing	Eintausch	Stornierung der Bestellung	Rückgaberecht
-------------	-------------	----------------------	-----------	----------------------------	---------------

### 3 Übergabe

Abholung beim Händler	Abholung beim Händler	Drop-off	Tracking der Lieferung	Übergabeprozess
-----------------------	-----------------------	----------	------------------------	-----------------





# DIE ZUKUNFT VON SALES & SHOWROOMS



**Ultra Customized Experience  
Leading Edge IT**



**Mehr Berater**



**Ein Preis**



**Übergabe**



**Seamless (no-Silo) Experience**



**Wohnzimmer Atmosphäre**



**Event Agentur**



**Zuhause / Familie**

Rap & Haran

# KUNDENSITUATIONEN

1. Erster Kontakt:  
Straße/Exterieur/Showroom



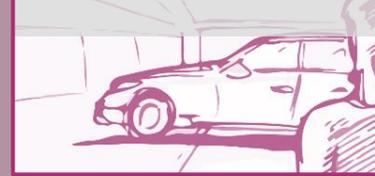
2. Recherche/Vergleiche/Nutzen  
& Konfiguration/Nutzen



3. Identifikation



4. Sich dem Fahrzeug nähern



5. Transportmöglichkeiten



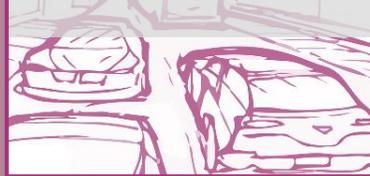
6. Fit, Feel, Finish



7. Ruhe



8. Urbanes Fahren/viel Verkehr



9. Chauffiert werden/chauffieren



10. Entertainment



11. Gemeinsames Erlebnis



12. Autobahnfahrt, High Speed



13. Autobahn: viel Verkehr –  
Stop & Go



14. Unglückliche Umstände



15. Assitenzsysteme



16. Status



17. Stoppen / Parken /  
Rangieren



18. Tanken / Aufladen



19. Storytelling



20. Ownership



# DATENPFLEGEBEISPIEL ANHAND DREI FIKTIVER KUNDEN.

**IRINA M.** M3

STAMMDATEN

**100%**

- i3, BMW M2, i7 (Ehemann Alexander)
- BMW GS Motorrad (Cash bezahlt)
- Hobbies: Golf, Hunde, Tochter 17 J.
- Maserati (Auslauf kommendes Jahr, Zulassungsstempel WMZ)

**LISA** MINI

STAMMDATEN

**60%**

- Kauft alle 5 Jahre ein neues Auto (Leasing)

**BERT** X5

STAMMDATEN

**0%**

- Keine Daten vorhanden
- Ist nicht bereit seine Daten bekannt zu geben
- Erhält dennoch ein BMW Angebot

Cases

All Open Cases

New Case Close Change Owner

Change Status

00001000	Our Widg...	Escalated	High	Hogan, M...
00001001	The widg...	On Hold	High	Amos, Jon
00001002	Cannot tr...	On Hold	Medium	Amos, Jon
00001005	Problem ...	New	Medium	Hogan, M...
00001010	Transport...	Escalated	Medium	Hogan, M...
00001011	Impact D...	On Hold	High	Amos, Jon

1-6 of 6 0 Selected

Previous Next

00001011 00001010 00001000 00001001

The widgets we received are the wrong size.

Email Community Post More

Click here to expand the Email action.

All Updates All Emails Attached Articles More

- Gautam Vasudev** Today at 2:23 PM  
We've emailed the customer and are waiting for more information.
- John Smith** changed Priority from Low to High. August 17, 2015 at 1:54 PM
- John Smith** changed Status from New to On ... August 17, 2015 at 1:54 PM
- John Smith** changed Priority from High to Low. August 17, 2015 at 1:52 PM
- John Smith** changed Status from On Hold to ... August 17, 2015 at 1:52 PM
- Gautam Vasudev** changed Status from New ... August 7, 2015 at 2:18 PM
- Gautam Vasudev** OrderSummary.png August 7, 2015 at 2:17 PM

Experts Show More

Michael Ramsey

Files Show All

OrderSummary.png

Recent Tabs Bookmarks

- 00001010 0 subtab(s)
  - 00001000 0 subtab(s)
  - 00001001 0 subtab(s)
  - 00001011 0 subtab(s)
- Clear

Macros Knowledge History

# SPRECHE IN DER SPRACHE DEINER ZIELGRUPPE



## ANALYTISCHER DENKER

> Charts, Tests, Benchmarks, Vergleiche, Details

**Wägt immer ab** und/oder **vergleicht** z.B. Modelle/ Produkte/ Fakten. **Offen für Diskussionen auf sachlicher Ebene.** Entscheidet nach **sorgfältiger Abwägung aller Fakten und Argumente.**

## LÖSUNGSORIENTIERT

> **Audiovisuell: bevorzugt Zeichnungen, Bilder, Videos, Zitate, Idole, kompakte Information**

Sie wollen eine **schnelle Entscheidung** treffen und bevorzugen möglichst qualifizierte, aber nicht zu detaillierte Ergebnisse.



## HILFSBEREIT UND SOZIAL

> **Sympathie, Augenkontakt, ruhige Stimme, Reaktionen anderer Menschen, Austausch**

Sie treiben Veränderungen voran, wenn auch **andere** davon **begeistert** sind und sie sich intensiv **austauschen.**

## MACHER

> **Selber machen, Interaktion, Vorführungen, Workshops.**

Sie sind leicht ablenkbar, **optimistisch, kreativ** und **begeisterungsfähig** – wenn sie **mitgestalten** können/dürfen.



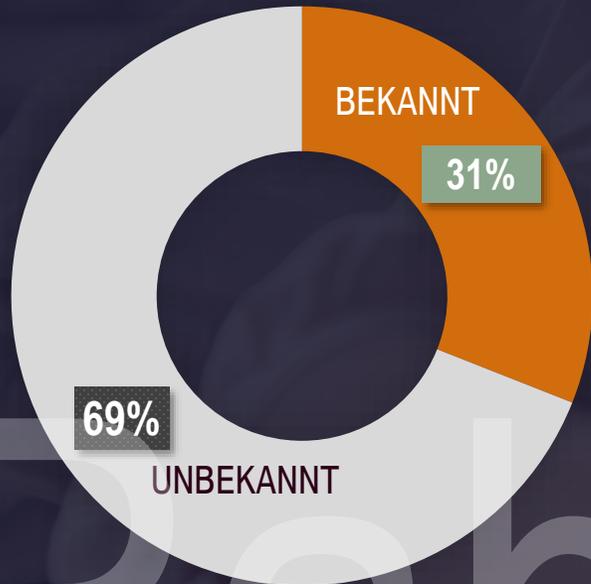
Das Wissen über die **vierfarbige** Sprache der Zielgruppe ist essenziell, um überhaupt Menschen **gewinnen** zu können.

WAS MACHEN, WENN MAN KEINEN DIGITAL TWIN HAT?

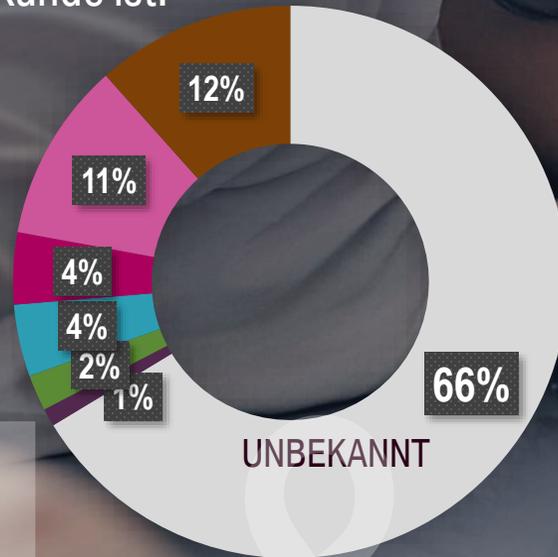
Rapl & Hahn

# BLACKBOX KUNDE. WER SITZT HINTER WELCHEM STEUER?

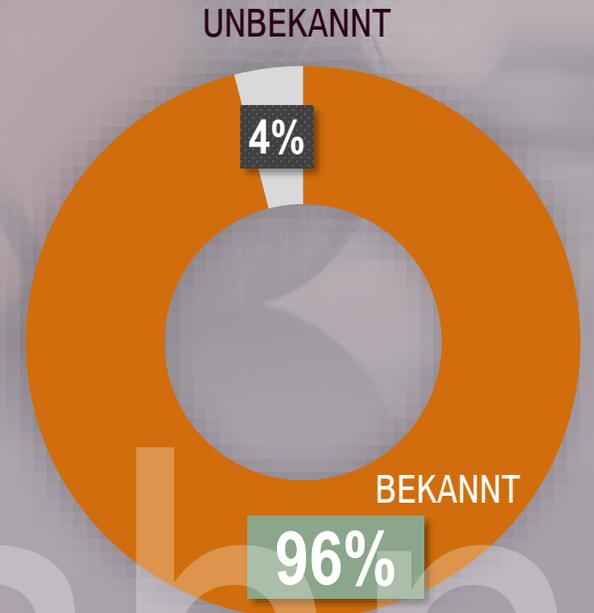
## DATENVERFÜGBARKEIT DER KUNDEN



Bei **9** von **10** Kunden weiß der Automobilhersteller nicht, wie alt der Kunde ist.



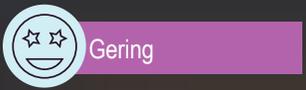
## DATENVERFÜGBARKEIT SALES



# SCHLÜSSELELEMENTE



Rabbi & Halva



Gering



Mittel



Hoch

ZWEIDEUTIGKEIT

NIEDRIGE  
STANDARDS

KÜNSTLICHE  
HARMONIE

DOMINANZ VON  
STATUS UND EGO

FEHLENDE  
OFFENHEIT

SONSTIGES

1

2

3

4

5

6

Rabl & Hahn

ENTDECKT

ADRESSIERT

AKTION NOTWENDIG

AKTION NOTWENDIG

ADRESSIERT

ENTDECKT

# MITTENDRIN, STATT NUR DABEI. WER EINE TRANSFORMATION PLANT UND NICHT ZEITGEMÄSS KOMMUNIZIERT, VERLIERT.



85 %

empfinden es als Motivation, wenn das Mngt. sie regelmäßig über Neuigkeiten im Unternehmen informiert. ([Link](#))



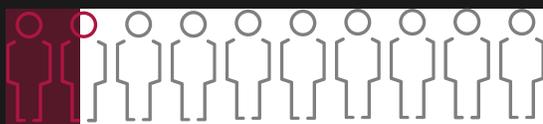
15 %

Fühlen sich informiert und involviert ([Link](#))



97 %

... der Führungskräfte sind der Ansicht, dass sie gut führen ([Link](#))



17 %

... der Mitarbeiter:innen fühlen sich gut geführt ([Link](#))



**Die Schere zwischen Intranet und zeitgemäßer Kommunikation e.g. Social Media war nie größer**

„Interne Kommunikation ist nicht mehr zeitgemäß, wird von Chefetagen gesteuert, ist unpersönlich und die Nutzer dienen als Konsumenten und nicht als Gestalter.“

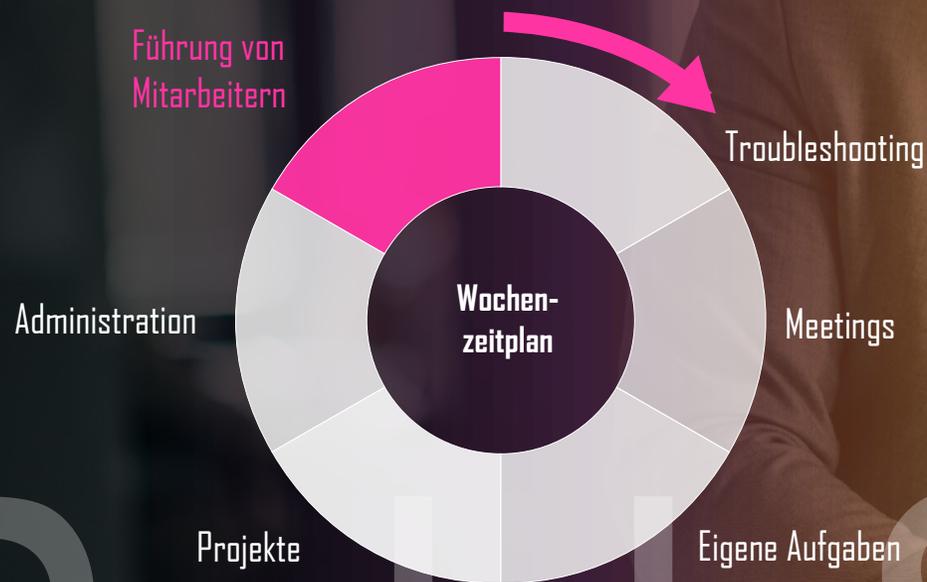
**Führungskräfte laufen relativ blind durchs Leben. Fremdbild und Selbstbild passen nicht zusammen**

Die interne Kommunikation, in einer Transformation, ist eine der stärksten Disziplinen innerhalb eines Unternehmens und wird immer wichtiger, da sich die Arbeitswelt – getrieben durch die Digitalisierung und Globalisierung – stark verändert. **Gut informierte und zufriedene Mitarbeiter sind die Basis für den Erfolg des gesamten Teams.**

Die Mitarbeiter wollen **Teil der Zukunft** sein und **Chefs auf Augenhöhe** begegnen.

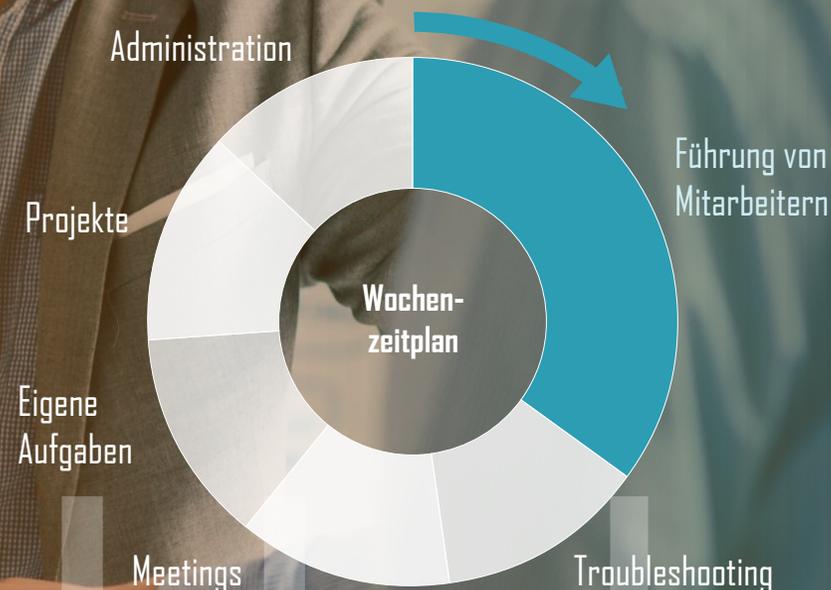
# RAHMENBEDINGUNG 4: RAUM FÜR FÜHRUNG ERST DIE ARBEIT, DANN DIE FÜHRUNG – ODER IST FÜHRUNG GAR DIE ARBEIT?

Das mache ich alles selbst,  
schneller und dann geht nichts schief.

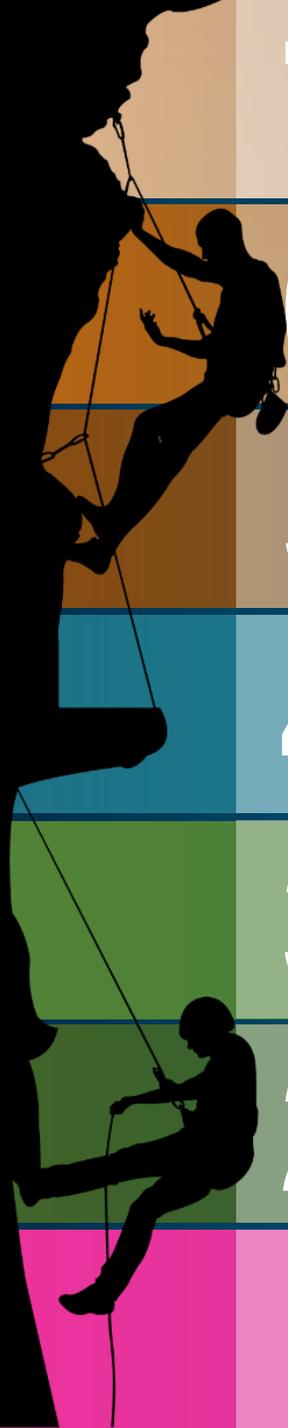


„Ich kümmere mich zuerst um meine Aufgaben.  
Die noch verbleibende Zeit verwende ich für meine Mitarbeiter.“

Wer von meinen Mitarbeitern könnte es tun?  
Delegieren und Führen an erster Stelle



„Welche Aufgabenblöcke habe ich? Und wie sehr verlangsamt sich der Prozess wenn ich Aufgaben übertrage? Wie gehe ich vor wenn Vereinbarungen nicht eingehalten werden? Welchen Raum habe ich, damit ich meine Mitarbeiter führen kann?“. Das Management muss die Prioritäten verschieben, damit Raum für Führung entstehen kann.

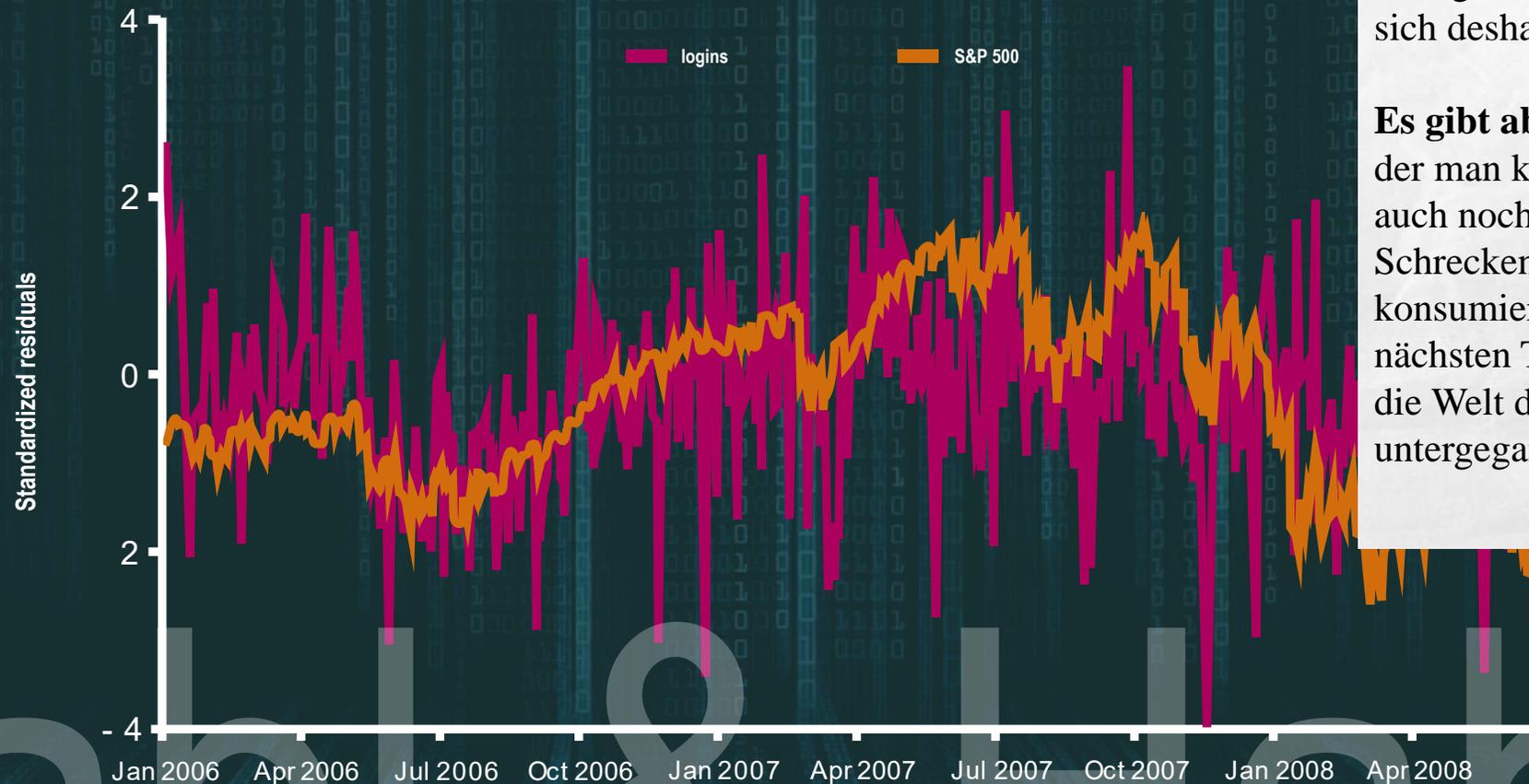


7	<b>LEVEL #VISIONÄR #WEISHEIT</b> Menschen folgen Dir und respektieren Dich, aufgrund dessen <b>was Du bist und darstellst</b>	Dienst an der Menschheit Langfristige Perspektive, zukünftige Generationen, Ethik	+	
6	<b>LEVEL #COACH #MENTOR &amp; SUPERVISOR</b> Menschen folgen Dir, aufgrund der <b>Dinge, die Du für Sie und andere getan hast</b>	Coach, Mentor & Supervisor in einer Person, stellt sich individuell auf Dich ein, hilft Dir und anderen	<b>WO STEHT IHR?</b>	
5	<b>LEVEL #INTEGRATOR</b> Menschen folgen Dir, aufgrund der <b>Dinge, die Du für das Unternehmen/Bereich getan hast</b>	Organisationsentwicklung, Gemeinschaftstreiber, Kreativkultur, Change Treiber		
4	<b>LEVEL #INFLUENCER #INSPIRIERER</b> Menschen folgen Dir, weil sie es <b>möchten</b>	Promotet Lernen und Attitüde, Team Building, befähigt Individuen		
3	<b>LEVEL #ENABLER</b> Menschen folgen Dir, weil es <b>effizient und effektiv</b> ist.	Produktivität, Effizienz, Skills, Systeme und Prozesse		Bürokratie, Complacency
2	<b>LEVEL #BEZIEHUNGS MANAGER</b> Menschen folgen Dir, weil sie dich <b>brauchen</b>	Kommunikation zwischen Mitarbeitern, Kunden und Lieferanten		Stakeholder, Manipulation
1	<b>LEVEL #KRISEN #MANAGER</b> Menschen folgen Dir, weil sie es <b>müssen</b>	Richtungsweisend, führend, priorisierend		Autorität, Ausbeutung, Über-Kontrolle

Positiver Fokus

Exzessiver Fokus

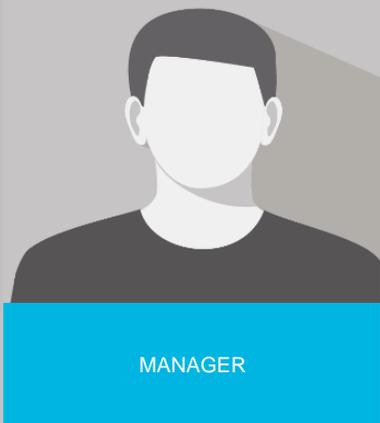
# BEREITSCHAFT, SCHLECHTE NACHRICHTEN & MARKTSITUATIONEN ZU BEOBACHTEN



Für den Journalismus heißt das:  
**Negatives wird eher**  
wahrgenommen und verkauft  
sich deshalb auch besser.

**Es gibt aber eine Grenze**, ab  
der man keine Lust mehr hat,  
auch noch die nächste  
Schreckensnachricht zu  
konsumieren – nur um am  
nächsten Tag festzustellen, dass  
die Welt doch wieder nicht  
untergegangen ist."

# EMPATHY MAP USER PERSONA TEMPLATE



## WAS HÖREN SIE?



- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

## WAS DENKEN UND FÜHLEN SIE?



- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

## PERSÖNLICHKEIT

Extrovertiert  Introvertiert

Denken  Fühlen

Urteilen  Wahrnehmen

## TECHNOLOGIE

IT & Internet

Software

Social Networks

## WAS TUN SIE?

- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

## MOTIVATIONS

Einfluss

Angst

Erfolg

Wachstum

Macht

Sozial

## WAS SEHEN SIE?



- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

## WAS SAGEN SIE?



- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

## WAS sollen Sie können BZW. wissen?



- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

# CUSTOMER REVIEWS



CUSTOMER REVIEWS  
**3 Star**  
★★★★

= 25%  
Kaufwahrscheinlichkeit

CUSTOMER REVIEWS  
**5 Star**  
★★★★★

= 35%  
Kaufwahrscheinlichkeit



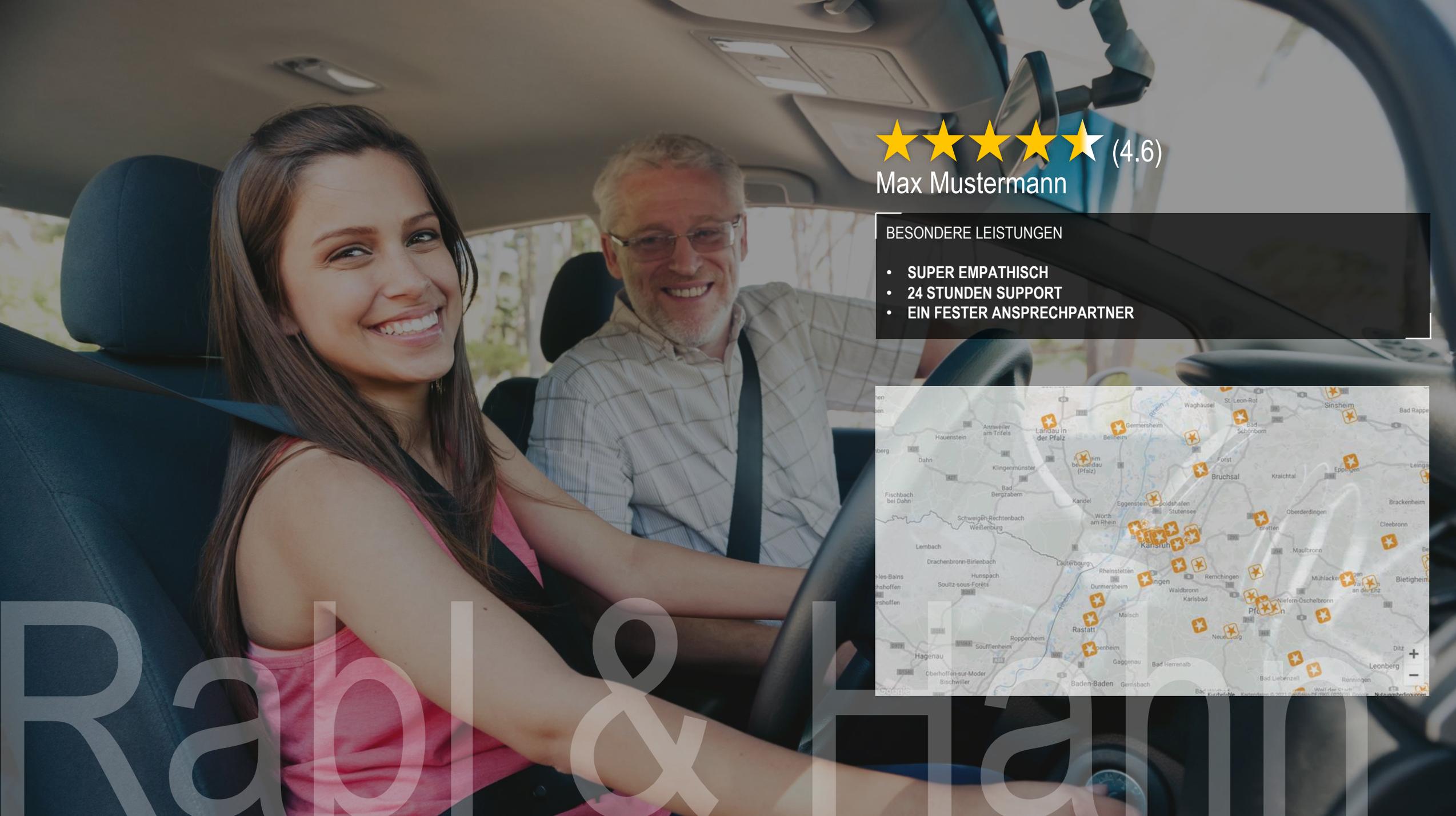
ANDERE KUNDEN VERTRAUEN AUF	
Fahrschule K. 4.6 Sterne (512 Ratings)	
Fahrschule M. 4.5 Sterne (200 Ratings)	
Fahrschule S. 4.3 Sterne (195 Ratings)	
Fahrschule B. 4.1 Sterne (12 Ratings)	

Fahrschule K: 4.6 Sterne, 512 Ratings

*Kununu: „Ein geiler Arbeitgeber.  
Hier macht es Spaß zu arbeiten“*

- BESONDERE LEISTUNGEN
- FREIE FAHRLEHRER WAHL
  - GELD ZURÜCK GARANTIE BEI SPAß-MANGEL
  - NACHHALTIGKEITSKONZEPT FÜR DEIN PKW/ MOTORRAD



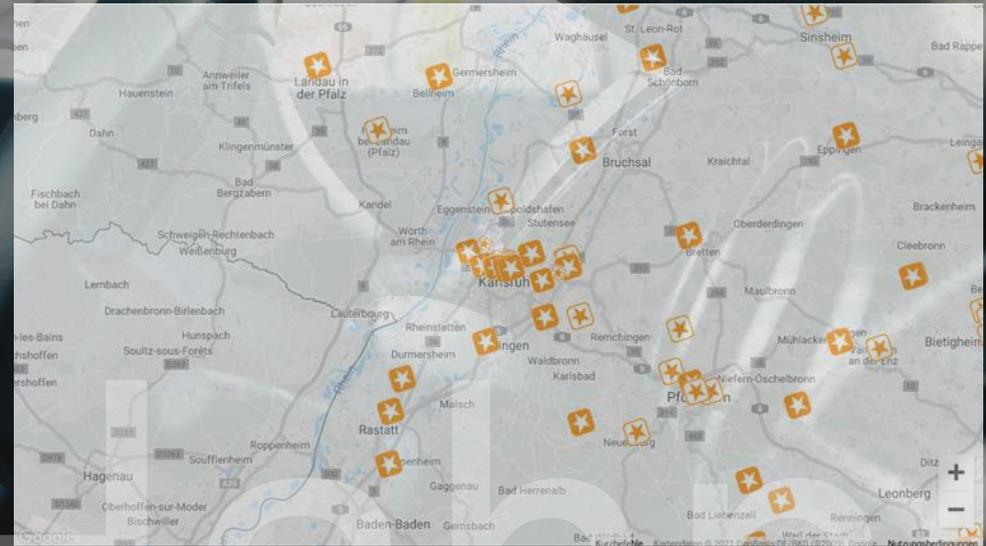


★★★★★ (4.6)

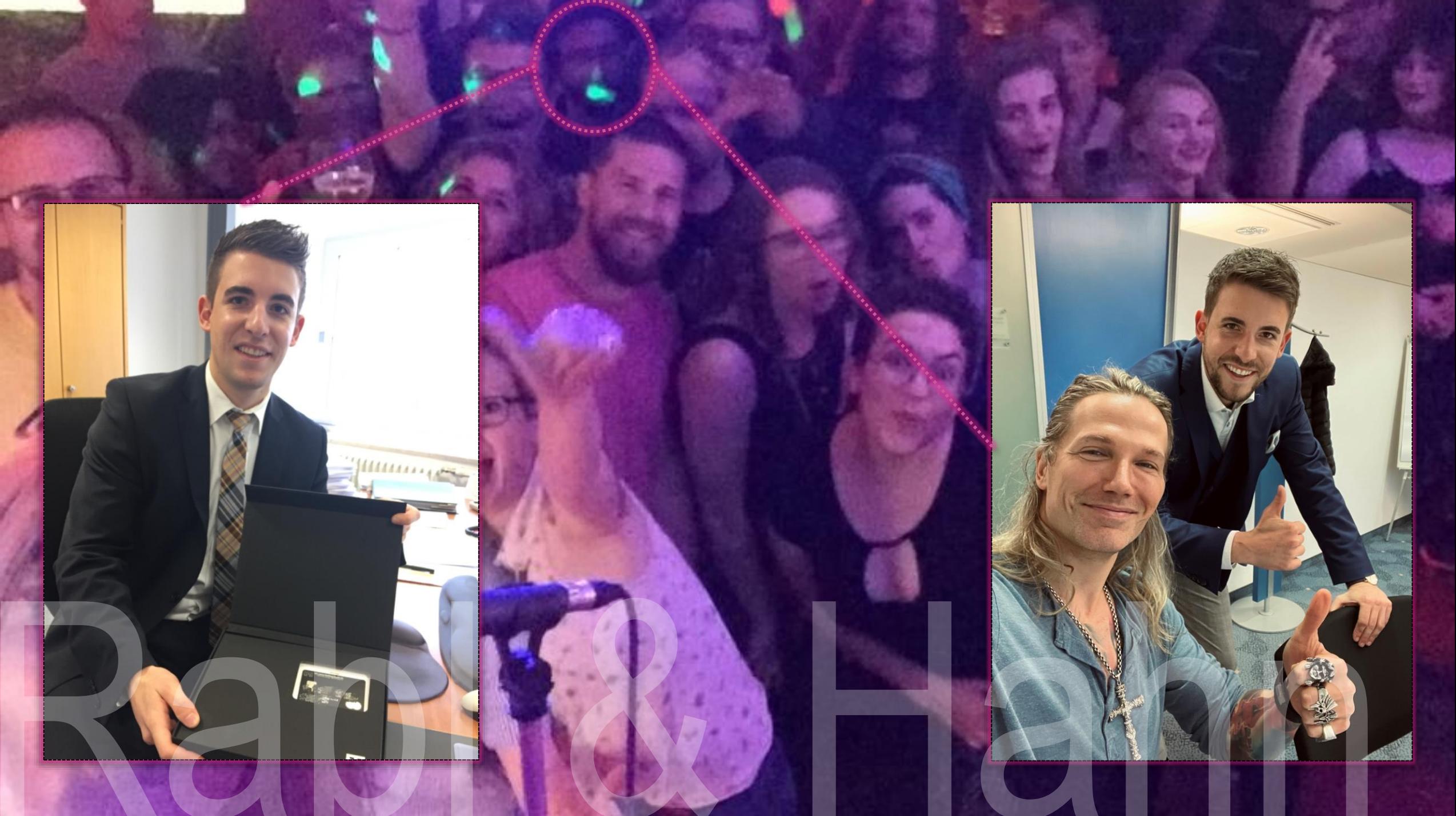
Max Mustermann

BESONDERE LEISTUNGEN

- SUPER EMPATHISCH
- 24 STUNDEN SUPPORT
- EIN FESTER ANSPRECHPARTNER



Rabobank & Rabobank



# BEZIEHUNGEN ...

## 1. ERLEBTES

Unsere Erinnerungen, Hoffnungen, Ängste, Meinungen und besonders Wahrnehmung und Kommunikation

## 2. GEHEIMES

Unsere Ticks, Traumas, Sehnsüchte, verbotenes

## 3. ZUKUNFT

Nutzen und Hoffnungen, aber auch Ängste

## 4. WIRKUNG, AUSSEHEN UND AUTHENTIZITÄT

Methodik, Didaktik, Körpersprache etc.

## 5. WERTE

Was den Menschen im Kern ausmacht

## „ÜBERLAPPUNG/BRÜCKE“

Wenn es Überlappungen gibt, sind wir uns einig, dann fällt es uns leicht, mit den anderen zu kommunizieren, da wir die Dinge ähnlich sehen. Je „größer“ die eigene Insel ist, desto mehr Überschneidungen können sich mit unserem Gegenüber ergeben.

Je kleiner die eigene Insel ist, desto mehr mangelt es uns an „fruchtender Überlappung“.

SEI DU SELBST DIE VERÄNDERUNG, DIE DU DIR WÜNSCHST FÜR DIESE WELT

Danke