



FOCUS ARTICLE

## Der Digitale Wandel im Automobilhandel

Der Digitale Wandel sorgt seit einiger Zeit für einen regelrechten Umschwung in vielen Teilen der Geschäftswelt. Auch der Automobilhandel ist davon betroffen und muss versuchen, mit den Veränderungen entsprechend Schritt zu halten. Bei diesem Veränderungsprozess geht es vor allem darum, einerseits Bewährtes zu behalten, aber andererseits auch neue Verkaufswege und Kundenverhalten einzubeziehen und anzubieten. Doch der Weg dahin ist oft nicht einfach, da neben der passenden Strategie meist auch die richtige Umsetzung fehlt.

Mit Hilfe verschiedener Maßnahmen sind unsere Experten in der Lage, Unternehmen durch diesen oft schwierigen Veränderungsprozess zu begleiten. Basierend auf der aktuellen Digitalisierungs-Bereitschaft der Unternehmen, entwickeln wir eine speziell zugeschnittene Strategie für die erfolgreiche Digitale Transformation.

Im Folgenden beantwortet unser Experte Enrico Herrmann eine Reihe wichtiger Fragen zur Digitalisierung im Autohandel.

### 1) Welche Herausforderungen ergeben sich beim Thema Digitalisierung?

E.H.: Aus unserer Sicht gibt es für die nächsten Jahre vier wesentliche Faktoren, die einen gravierenden Einfluss auf das Geschäftsmodell des Automobilhandels haben. Neben der zunehmenden Entwicklung von E-Mobility und der Nutzung von Shared Services, steht auch die voranschreitende Marktsättigung im Fokus und beeinflusst die Branche nachhaltig. Ein vierter und wichtiger Treiber ist darüber hinaus die Digitalisierung.

Um mit dem wachsenden Druck in Bezug auf die fortschreitenden Veränderungen in der Geschäftswelt und den damit verbundenen Anforderungen Schritt zu halten, müssen sich Unternehmen daher zwangsläufig mit dem Thema Digitalisierung beschäftigen. Das bedeutet, wenn man über das Thema im Automobilhandel spricht, dann ist vor allem von der Veränderung von Prozessen und von Strukturen die Rede. Eine Veränderung, die der Branche hilft, effizienter zu werden und mehr Kundenorientierung zu liefern.

## 2) Digitalisierung greift tief in das Unternehmen ein. Aber wo und wie fängt man mit dem Thema an?

E.H.: Die meisten Mitarbeiter im Management wissen bereits, was die Erfolgsfaktoren für eine funktionierende und erfolgreiche Digitale Transformation sind. Jedoch scheitert es oft an der damit verbundenen Umsetzung. Und genau darin besteht wohl die größte Herausforderung. Auf der einen Seite ist klar, was den Erfolg eigentlich ausmacht, auf der anderen Seite fehlt aber die richtige Strategie dafür.

Um diese zu entwickeln, sollten sich Unternehmen bewusst machen, wo sie aktuell stehen, im Sinne ihrer sogenannten Digital Readiness. Denn darin liegt die Basis für jede Veränderung.

Um die aktuelle Bereitschaft zu ermitteln, sollten drei Fragen geklärt werden. Es muss geprüft werden, ob das Unternehmen eventuell bereits eine klare Strategie und formulierte Ziele zur Umsetzung der digitalen Transformation hat. Des Weiteren sollte festgestellt werden, welche Leistungen tatsächlich digitalisiert werden können. Außerdem muss ein Hauptverantwortlicher für das Thema Digitalisierung benannt werden.

Unsere Experten haben einen digitalen Fragebogen entwickelt, mit dessen Hilfe herausfinden können wo sie aktuell stehen. Aufgrund dieses Wissens kann man die nächsten Schritte der Digitalen Transformation festlegen.

## 3) Ist das Thema Digitalisierung eine reine Management-Frage?

E.H.: Aus meiner Sicht heraus spielt die Geschäftsführung die Schlüsselrolle für den Erfolg eines jeden Veränderungsvorhabens. Sie muss dem gesamten Vorhaben sowohl Sinn als auch Orientierung geben. Nur so können alle Mitarbeiter ins Boot geholt werden, um diese großen Veränderungen mitzutragen.

Bei der Strategieentwicklung müssen zudem die unterschiedlichsten Denkansätze bei den Mitarbeitern berücksichtigt werden. Während dem einen Teil der Beschäftigten der Nutzen des Veränderungsprozesses und die damit verbundenen Änderungen klar sind, lehnt der andere Teil den Wandel eventuell sogar komplett ab. Dann wird es wiederum Mitarbeiter geben, denen ist alles zu unübersichtlich und zu anstrengend.

Die Geschäftsführung muss deshalb in der Lage sein, Krisen, Konflikte und Widerstände entsprechend zu erkennen und zu bewältigen. Das bedeutet für einen Geschäftsführer eben auch, dass er sehr entschieden, beharrlich und vor allem auch konfliktbereit sein muss.

Veränderung tut immer weh und es entstehen automatisch Konflikte. Umso mehr ist das Management gefordert in so einem Veränderungsprozess alle Mitarbeiter abzuholen und entsprechend mit einzubinden.

### UNSER BERATUNGSPROZESS



## 4) Welche Faktoren spielen für die erfolgreiche Umsetzung eine wichtige Rolle?

E.H.: Für die bestmögliche Unterstützung des Managements haben wir eine Art Toolbox entwickelt. Diese unterstützt die

Verantwortlichen dabei, in einen strukturierten und stringenten Veränderungsprozess überzugehen. Abhängig vom aktuellen Reifegrad und den individuellen Bedürfnissen des jeweiligen Handelsbetriebes sowie individuellen Rahmenbedingungen. So kann der Prozess genau so angesteuert werden, dass dem

Unternehmen mit seinen Mitarbeitern und seinen Strukturen der Weg in die Zukunft bestmöglich gewiesen wird. Da das Kernproblem unserer Erfahrung nach vor allem darin besteht, dass Veränderungsprozesse auf halber Strecke aufgegeben werden, muss neben der Strategieentwicklung auch deren anschließende Umsetzung entsprechend begleitet werden. Es wird immer Konflikte geben und genau damit muss die Geschäftsführung lernen umzugehen.

### 5) Welche Konsequenzen ergeben sich, wenn man zu spät auf die Änderungen reagiert?

E.H.: Es gibt für Unternehmen eigentlich nur zwei Möglichkeiten, mit dem digitalen Wandel umzugehen. Entweder sie warten ab, was passiert und reagieren dann auf die Veränderungen. Dann ist es vielleicht zu spät und andere Mitbewerber ziehen an einem vorbei, wie man an Beispielen wie Kodak oder Nokia sehen kann. Oder man gehört selbst zu denen, die künftig die Veränderung mitgestalten.

### 6) Warum DEKRA, wenn es um das Digital Change Management Coaching geht?

E.H.: Wir sind ausgewiesene Experten im Automobilhandel und verfügen über langjährige Erfahrung und Expertise in der Begleitung von Veränderungsprojekten im Handel.

Unsere Coaches begleiten mittelständische Unternehmen seit vielen Jahren mit Beratungs- und Lösungskompetenz in den Bereichen Sicherheit, Cybersecurity und Datenschutz durch die digitale Transformation.

Weltweit leisten wir strategische Beratung, Konzeption und Prozessoptimierung bis hin zur Umsetzung. Unsere Mitarbeiter sichern mit guten Branchenkenntnissen ein pragmatisches sowie lösungsorientiertes Vorgehen und sind in der Lage, das Unternehmen und speziell das Management bei der Umsetzung der entwickelten Strategie zu unterstützen und auch zu entlasten.

Darüber hinaus bieten wir nicht nur die Entwicklung einer Strategie, sondern auch die Unterstützung bei deren Umsetzung an.

#### ENRICO HERRMANN

Enrico Herrmann arbeitet als Manager für den Bereich Coaching & Consulting bei der DEKRA Automotive Solutions Germany GmbH. Seit mittlerweile mehr als 20 Jahren ist er bereits in der Automobilbranche tätig und konnte so entsprechend Erfahrungen und Expertise sammeln. Nach seinem Abschluss als Diplom-Ingenieur für Elektrotechnik und Elektronik in 1993 arbeitete er in einem Autohaus die nächsten sechs Jahre als Leiter des After Sales. Auch danach blieb er der Branche treu und arbeitet nun seit ungefähr 15 Jahren als Coach und Consultant und unterstützt Unternehmen in den Bereichen Neu und Gebrauchtwagen sowie Aftersales.



**Sie interessieren sich auch für eine professionelle Beratung im Bereich Digitale Transformation?  
Vereinbaren Sie jetzt ein Gespräch mit unseren Experten!**

[Werden Sie jetzt zum DigitalChAMP](#)