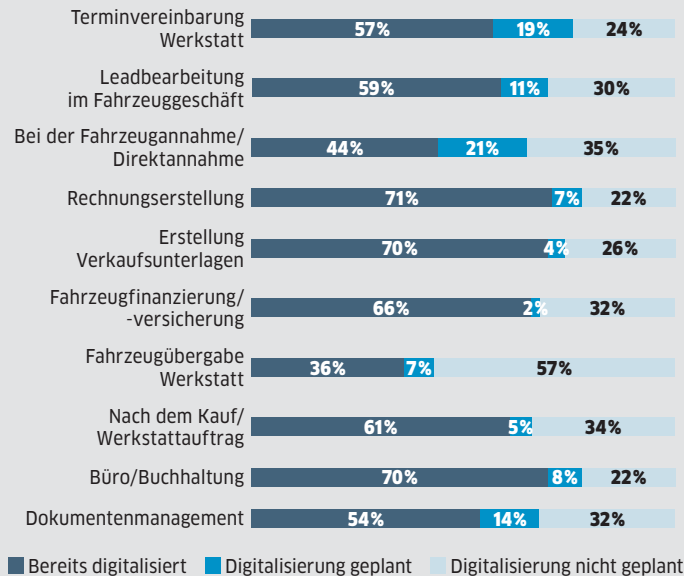


DIGITAL-BIX: 1. QUARTAL 2018

# Ziele und Strategien formulieren

## Markenbetriebe

Welche Unternehmensbereiche sind in Ihrem Unternehmen bereits digitalisiert bzw. in welchen Bereichen planen Sie Änderungen?



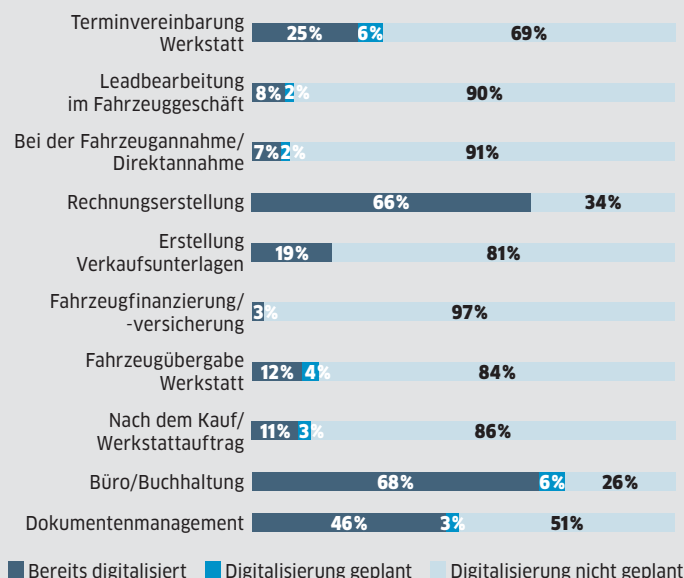
In den Markenbetrieben sind vor allem die Bereiche Rechnungserstellung, Verkaufsunterlagen, Dokumentenwesen und Buchhaltung digital umgesetzt.

Quelle: BBE Automotive/»kfz-betrieb«

kfz-betrieb

## Freie Servicebetriebe

Welche Unternehmensbereiche sind in Ihrem Unternehmen bereits digitalisiert bzw. in welchen Bereichen planen Sie Änderungen?



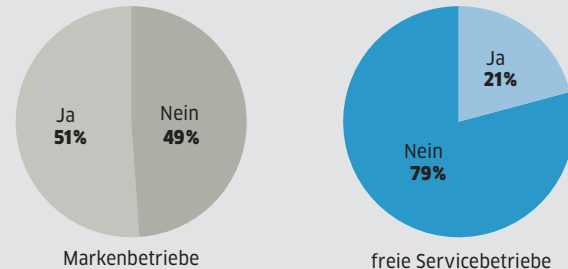
Die freien Werkstätten sind bei der Digitalisierung der Verwaltung weiter als bei der Digitalisierung für das Kerngeschäft in der Werkstatt.

Quelle: BBE Automotive/»kfz-betrieb«

kfz-betrieb

## Unternehmensführung

Haben Sie ein klares Konzept bzw. eine Strategie für die Digitalisierung in Ihrem Unternehmen?



49%

der Markenbetriebe haben eine klar formulierte Strategie für die Digitalisierung. Bei den freien Servicebetrieben sind es lediglich 21%.

Quelle: BBE Automotive/»kfz-betrieb«

kfz-betrieb

Hätten Sie das gedacht? 51 Prozent der Autohäuser und 79 Prozent der Servicebetriebe verfügen über keine eigene Digitalstrategie. Wahrscheinlich hätten Sie das gedacht. Es ist schließlich ein offenes Geheimnis, dass im Kfz-Gewerbe großer Nachholbedarf in Sachen Bits und Bytes herrscht. Wie aber können die Betriebe die Herausforderung meistern?

Der neue Digital-BIX von »kfz-betrieb« und BDK gibt der Diskussion über den digitalen Wandel im Kfz-Gewerbe Struktur. Wir betrachten dabei das Thema Digitalisierung aus unterschiedlichen Blickwinkeln: von der strategischen Aufstellung der Unternehmen über die Funktionalitäten ihrer Internetpräsenzen bis hin zum Umgang mit Kundenbewertungen und Social Media. Dieser Branchenindex gibt einen Überblick darüber, wie sich die Betriebe der digitalen Herausforderung stellen.

Das kann einem den Spiegel vorhalten, aber auch inspirieren. Denn wenn beispielsweise 53 Prozent der Autohäuser E-Mail-Newsletter zum effektiven Kundenkontakt nutzen, sollte das ein Ansporn für andere sein. Und

warum nutzt nur ein Bruchteil der Servicebetriebe dieses klassische Instrument des Online-marketings? Das ist eine verpasste Chance, beim Kunden auch über den Pflichttermin Reifenwechsel hinaus in positiver Erinnerung zu bleiben.

Nutzen Sie also die Informationen, die Ihnen der Digital-BIX bietet. Hinterfragen Sie Ihren Status quo, schauen Sie, was andere machen, und setzen Sie sich eigene Ziele. Der Weg zur Digitalstrategie ist für Ihren Betrieb dann nicht mehr weit. Denn darauf, eigene Leads zu generieren, kann künftig kein Händler und keine Werkstatt verzichten.

DR. HERMANN FROHNHAUS



Bild: BDK

Dr. Hermann Frohnhaus ist Sprecher der BDK-Geschäftsführung.

### kfz-betrieb DIGITAL

Unter [www.kfz-betrieb.de/branchenindex](http://www.kfz-betrieb.de/branchenindex) finden Sie das Branchenindex-Archiv.