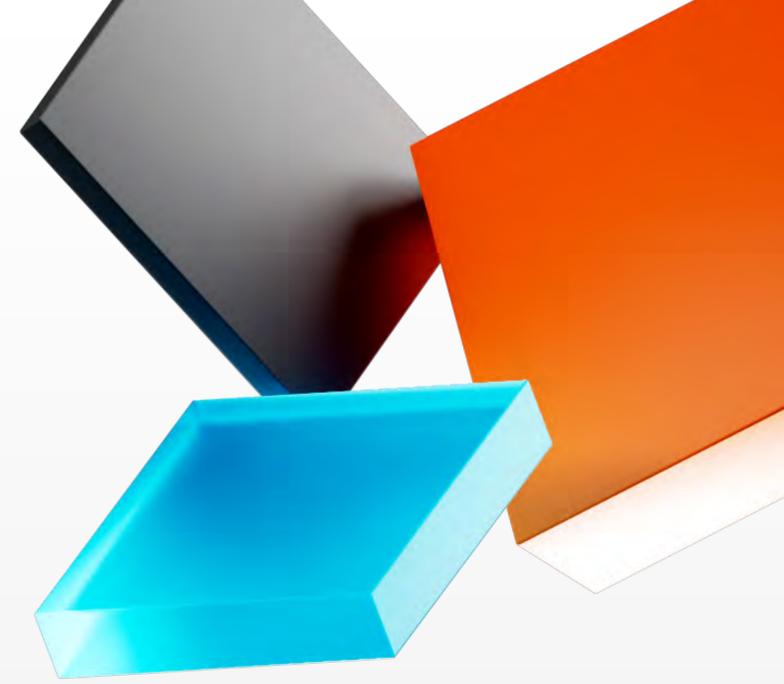


**mo:re** 

# 10

## LEARNINGS

 **mobile.de**



# 1 E-BIKES BIETEN ENORMES MARKTPOTENZIAL



## FAHRRÄDER VS. E-BIKES

1. Jährlich werden ca. 4 Millionen Fahrräder verkauft. Über 50 % davon sind E-Bikes.
2. Der Durchschnittspreis für Fahrräder liegt bei 1.600 Euro. Tendenz vor allem bei E-Bikes steigend.
3. Über 90 % der verkauften Mountainbikes sind E-Mountainbikes.

### Der Fahrradmarkt ist der weltweit größte Mikromobilitätsmarkt.

Doch besonders das Marktvolumen im E-Bike-Sektor wächst stetig und ist von einer Sättigung weit entfernt. Sie möchten Mobilitätsbedürfnisse umfassend abdecken und sich nachhaltiger aufstellen? Dann sollten Sie E-Bikes professionell betrachten und ins Sortiment aufnehmen, betont auch Händler Alexander Beyer von der Ehrhardt AG.

Der diesjährige E-Bike-Launch von mobile.de unterstützt Sie dabei, das enorme Marktpotenzial und die Synergien zwischen der Fahrrad- und Automobilindustrie ideal zu nutzen.

 **ZUR KEYNOTE** „Mikromobilität – Entwicklungen im Fahrradmarkt“ →

**ZUM PANEL** „Wachstumssparte E-Bikes. Wo liegen die Chancen für den Handel?“ →



„E-Bikes sind das new Normal.“

Joost van Schaik  
Head of Sales,  
Accell Central Europe

## MOBILE.DE LAUNCHES E-BIKES IN 2024



Ajay Bhatia (CEO, mobile.de) verkündet die Einführung von E-Bikes auf mobile.de bei der mo:re 23.

### TOP-HERAUSFORDERUNGEN

Hohe Beratungsqualität, ausgeprägtes Fachwissen und ein positiver erster Touchpoint des Konsumenten mit dem E-Bike

### TOP-VERKAUFSARGUMENTE

Nachhaltigkeit und Umweltschutz

### DER E-BIKE-MARKT IN ZAHLEN

24,4 %

aller deutschen Haushalte besitzen schon mindestens ein batteriebetriebenes Fahrrad.

14,5 %

aller deutschen Haushalte planen bereits eine Anschaffung in der Zukunft.

19,1 %

empfinden Umweltschutz als entscheidenden Vorteil für die Nutzung.

# 2 DEN WANDEL MEISTERN WIR GEMEINSAM

„We need a mindset  
not of protectionism but  
of collaboration.“

Brian Pasch  
Founder, Pasch Group



## Die Branche ist in einem faszinierenden Wandel.

Die mo:re ist der Ort, um neugierig und offen darüber ins Gespräch zu kommen. Unter dem Motto „NEXT LEVEL“ und mit den Fokusthemen Innovation, Mobility und Tech wurde auch dieses Mal klar, dass die großen Herausforderungen am besten gemeinsam angegangen werden.

Als Ihr Partner bringt mobile.de daher nicht nur Experten des Autohandels zusammen, sondern verbessert auch stetig die Plattform und teilt dieses Jahr noch mehr Marktführerwissen, damit Sie bessere Entscheidungen für Ihr Geschäft treffen können.

↓  
**MO:RE KONFERENZ  
HIER WIRD  
ZUKUNFT DISKUTIERT**

**400**

Besucher vor Ort

**17.000**

Zuschauer online

**50+**

Speaker



„We have a very simple  
vision, mission and purpose:  
Moving mobility together.“

Ajay Bhatia  
CEO, mobile.de



ZUR ERÖFFNUNG DER KONFERENZ  
„Willkommen auf der mo:re 23“ →



Jedes zweite Auto in Deutschland wird über mobile.de verkauft.

# 3 ZUKUNFT BRAUCHT MUT

„Es gibt aktuell ungemeine Chancen, sich als Mobilitätsdienstleister und nicht nur als Mobilitätsanbieter zu etablieren.“

Fabian Becker

Geschäftsführender Gesellschafter von Elite Consulting



**Wie bleiben Autohäuser weiter wettbewerbs- und zukunftsfähig?** Sie brauchen neben dem Kerngeschäft neue Handlungsoptionen und Geschäftsmodelle. Die eine zukunftssichere Strategie gibt es nicht, meint Fabian Becker (geschäftsführender Gesellschafter von Elite Consulting). Es besteht aber die Chance, dass eine gute Strategie erfolgreich ist. Entscheidend sei zunächst, aus der eigenen Komfortzone herauszutreten und den Mut aufzubringen, Neues zu denken und dann auch umzusetzen.



**ZUM PANEL** „Zukunftssichere Strategien gibt es nicht – man braucht sie trotzdem“ →

**ZUM PANEL** „3 innovative Business-Konzepte für den Autohandel“ →

„Eine gute Strategie ist vor allem eines: einfach.“

Shannon Hellmann

Verwaltungsratsmitglied, WELLERGRUPPE



## **BEST PRACTICE:** Diese 3 Autohäuser machen Zukunft vor

### **1** Innovation von innen heraus: Spindlergarage fördert Mitarbeiterideen

Unter dem Motto Gemeinsam mit Innovationen wachsen, bietet die Spindlergarage Mitarbeitern ein Zuhause für innovative Ideen. Jeder Mitarbeiter kann Ideen einreichen, die in einem strukturierten Prozess evaluiert werden.

### **2** Autohaus der Zukunft? Wellergarage bietet Mix aus Erlebnis, Dienstleistung und Information

Wie bekommen wir Menschen wieder in die Autohäuser? Dahin gehen, wo sie sich aufhalten. Die Wellergruppe ist mit der Wellergarage mitten in die Osnabrücker Innenstadt gezogen.

### **3** Siebrecht Factory: schnellere, kürzere und übersichtlichere Prozesse

Zentral auf ca. 30.000 Quadratmetern bietet die Siebrecht Factory in Uslar Gewerbekunden alle Dienstleistungen rund um Teile, Zubehör, Aufbereitung, Um- und Aufbauten sowie Fahrzeuglogistik aus einer Hand.

# 4 MOBILE.DE WIRD SCHNELLER, BREITER UND INTELLIGENTER

„Wir haben im Oktober  
2023 die größte  
Änderung unserer  
Plattformstruktur  
vorgenommen.“

Florian Baur  
CSO, mobile.de



## SCHNELLER

Leasingangebote in  
Sekundenschnelle erstellen.

## BREITER

Alle Schritte des Onlinekaufs sind  
digitalisiert und frei konfigurierbar.

## INTELLIGENTER

Personalisierte Handlungs-  
empfehlungen für die  
Zukunft und das gesamte  
Unternehmen.



Die Experten auf der mo:re  
Konferenz waren sich einig:  
Unsere Industrie ist aktuell so  
sehr im Wandel begriffen wie  
keine andere.

Wie mobile.de auf die großen  
Veränderungen und die neuen  
Anforderungen von Händlern  
und Kunden reagiert, haben  
CPTO David Gebhardt und  
CSO Florian Baur auf der  
mo:re 23 preisgegeben.



**ZUR KEYNOTE** „What’s NEXT,  
mobile.de?“ (Florian Baur) →

**ZUR KEYNOTE** „What’s NEXT,  
mobile.de?“ (David Gebhardt) →

„Unsere Plattform  
ist immer in  
Bewegung. Wir  
arbeiten  
tagtäglich daran,  
Ihnen einen  
kaufbereiten  
Kunden auf den  
Hof zu bringen.“

David Gebhardt  
CPTO, mobile.de



# 5 TROTZ TIEF: E-MOBILITÄT BLEIBT LANGFRISTIG

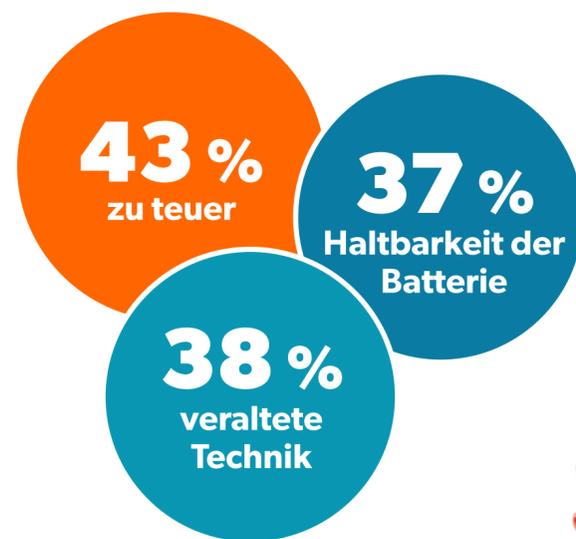
73%

der Kunden, die gerade in der Kaufphase sind, geben an, dass ein gebrauchtes E-Auto grundsätzlich für sie in Frage kommt.

Auch wenn die Nachfrage nach Elektroautos im Moment rückläufig ist, ist der langfristige Trend zur Elektromobilität **ungebrochen**, meint Ajay Bhatia. Der Gebrauchtwagenmarkt steigt hingegen für Elektroautos an, so Anna Asendorf. Eines der wichtigsten Features wird bald das Batteriezertifikat sein.

Laut internen Umfragen würden 92 % der Käufer eher ein gebrauchtes E-Auto kaufen, wenn es über ein Batteriezertifikat verfügt.

## TOP-GRÜNDE FÜR DIE ABLEHNUNG EINES E-GEBRAUCHTEN



„Das Zusammenspiel von OEMs, Händlern und Politik ist wichtig, um die E-Mobilität aus der Talfahrt wieder herauszuholen.“

Marc Christoffer  
Data Analyst, mobile.de



„Wenn Kunden gebrauchte E-Autos kaufen, dann nur mit einem Batteriezertifikat.“

Anna Asendorf  
Product Manager Greener Mobility, mobile.de



„Wenn man ins Autohaus geht, ist es umso wichtiger, dass ich jemanden treffe, der für das Thema brennt.“

Arnie Kröger  
Vorsitzende, Electrified Women



**ZUM PANEL** „Bleibt E-Mobilität? Zwischen Skepsis und Zukunftsperspektiven“ →

**ZUM PANEL** „E-Mobilität auf mobile.de: rasantes Wachstum im Gebrauchtwagenmarkt“ →



### DATA-HIGHLIGHTS

Mit über

74.000

Inseraten ist mobile.de der größte Marktplatz für E-Autos.

82%

der Befragten bewerten das Fahrerlebnis mit E-Autos als gut.

5%

Anstieg verzeichnen die Anfragen für E-Autos von 2022 auf 2023.



# 6 KI – AUCH IM AUTOHAUS EIN MEGATREND



## TOP-EINSATZBEREICHE VON KI

### 1. Marketing

Texte, Fotos und Videos erstellen und bearbeiten

### 2. Sales

Autoreply-Filme mit Mitarbeitern generieren

### 3. Aftersales

Prozesse vorhersagen und optimieren

### 4. Schadensanalyse

## KI-TOOLS FÜR DIE PRAXIS

Adobe Firefly

ChatGPT

DALL-E

ElevenLabs

Inspekt Lab

Kaiber

Midjourney

mubert

RAVIN

Runway

PredictSpark

**Künstliche Intelligenz kann im Autohaus vielseitig eingesetzt werden.** Schon jetzt haben zahlreiche KI-Anwendungen das Potenzial, den Arbeitsalltag zu erleichtern und zu professionalisieren. Dennoch ist es wichtig, die Grenzen der Technik zu kennen.

Reicht die Qualität der Ergebnisse aus? Beachte ich die rechtlichen Fallstricke? In welchen Fällen bevorzugen Kunden lieber persönliche Interaktion? Die Experten sind sich sicher: Jetzt ist die Zeit, es auszuprobieren und sich Vorteile zu sichern, bis der Markt reif ist.



**ZUR KEYNOTE** „KI, autonomes Fahren und humanoide Bots“ →

**ZUM DEEP DIVE** „Beeindruckende Tools für KI im Autohandel“ →



## TOP-VORTEILE VON KI FÜR DIE WIRTSCHAFT

# 3,5

Stunden weniger  
Arbeitszeit pro Woche

# 67%

Steigerung der  
Arbeitsproduktivität

„In zwei Jahren  
wird KI schon sehr  
viel bei uns  
revolutionieren.“

**Alexander Kropf**  
Leiter Digitalisierung,  
Marketing und PR,  
Glinicke Automobil  
Holding GmbH

„KI wird im Autohandel  
ein relevanter Unterstützer sein.  
Das wird sich jetzt dramatisch  
entwickeln. Es ist jedem geraten,  
digital gut aufgestellt zu sein.“

**Tim Klötzing**  
Berater für Autohaus- und Online-Marketing,  
Podcast Benzingsprache



# 7 HERSTELLERVIELFALT MISCHT DEN MARKT AUF

„Wir wollen für jedes Kundenbedürfnis das passende Fahrzeug haben. Da ist BYD für uns ein sehr wichtiger und richtiger Partner.“

Andreas Knipp  
Geschäftsführer, JST Senger GmbH/BYD



Nie gab es mehr Vielfalt auf dem deutschen Automobilmarkt. So verfolgen asiatische Hersteller eine komplett neue Philosophie, die Kundenbedürfnisse stärker wahrnimmt und in das Produkt sowie in das digitale Ökosystem implementiert, erklärt Augustin Friedel.

Aktuelle Zahlen zeigen bereits das Umdenken der Verbraucher. Der Tiefpunkt der Markenloyalität bietet Newcomern eine gute Ausgangslage, macht aber auch die Strahlkraft von Marken und die Kundenbindung umso wichtiger, damit man sich durchsetzen kann.

„Nicht ‚product first‘, sondern ‚customer lifetime first‘ ist die neue Philosophie. Der gesamte Fahrzeugentwicklungsprozess wurde auf den Kopf gestellt.“

Augustin Friedel  
Senior Manager Mobility  
Transformation, MHP –  
A Porsche Company



## TOP-GRÜNDE FÜR DEN KAUF EINES CHINESISCHEN AUTOS

1. Infotainment-System
2. Preis-Leistungs-Verhältnis
3. Qualität des Autos

## HERAUSFORDERUNGEN CHINESISCHER NEWCOMER SIND STÄRKEN DER TRADITIONELLEN OEMS

Vertriebsnetzwerk, Brand Image  
(Vertrauen in die Marke)  
sowie Aftersales und Service  
(Kundenbindung)

## SINKENDE MARKENLOYALITÄT

# 77%

der E-Auto-Besitzer  
haben eine andere Marke  
gekauft als zuvor. 46 % der  
Konsumenten in Deutschland  
können sich vorstellen, ein  
chinesisches Auto zu kaufen.



**ZUR KEYNOTE** „Darum sind chinesische Automarken in Europa erfolgreich“ →

**ZUM PANEL** „Markenloyalität auf dem Tiefpunkt – Chancen für neue Player?“ →

# 8 KUNDEN IN DEN USA KAUFEN LIEBER ONLINE

„Here’s the key: If your website isn’t fast enough, you’re going to have problems. People will bounce and you’ll lose that opportunity to expose your inventory.“

Brian Pasch  
Founder, Pasch Group

**Kundenbedürfnisse und Geschäftsmodelle** sind auch in den USA im Wandel und lassen Chancen entstehen – vorausgesetzt, man kennt die Trends. So stellt Eva Kellershof eindringlich neue Käufertypen vor, die digitale Verkaufsstrecken bevorzugen.

Mit welchen Lösungen sich Best Practices im US-Markt Herausforderungen stellen, weiß Brian Pasch. Ein Top-Learning: Die smarte Bündelung und der Einsatz von Daten sind der Schlüssel zur Verbesserung der Customer Experience, um sich Vorteile zu verschaffen.

-  **ZUR KEYNOTE** „Learnings vom US-Markt: neue Käufertypen, Digitalisierung, EV-Trend“ →
- ZUR KEYNOTE** „Daten als Schlüssel der Customer Experience – Top-Learnings vom US-Online-Autohandel“ →

## KUNDENBEDÜRFNISSE IM US-MARKT

**95%** wollen zumindest Teile des Kaufs online bewältigen. Jeder 10. Autokäufer möchte nur noch online kaufen.

**25%** finden einen angenehmen und einfachen Prozess wichtiger als die Marke oder das Modell, das sie kaufen (Process-Shopper).

**7%** wechseln während der Fahrzeugsuche von Neu- auf Gebrauchtwagen (+10%).

## CHANCEN DURCH DIGITALISIERUNG

12–18 % Mehreinnahmen durch online verkaufte Zusatzdienstleistungen (Versicherungen, Wartungsverträge).  
**Professionalisierung von Helpdesk- und Informationsangeboten.**  
Personalisierung durch KI-Tools.



„Process-Shopper sind ganz neue Käuferschichten.“

Eva Kellershof  
Start-up-Beraterin für FinTech, Mobilität, AutoFinance, Digital und Strategie

## DEEP DIVE: OMNICHANNEL-SHOPPER

**80%** verfügen über ein Fahrzeugbudget > 50.000 USD

**74%** ziehen ein E-Auto in Betracht

**76%** erwarten die jüngste Technologie im Fahrzeug

# 9 DATEN WERDEN ZUM WETTBEWERBSVORTEIL

„Wir helfen mit Empfehlungen auf Basis von Daten das operative Tagesgeschäft und die Strategie von Händlern zu verbessern.“

Eric Goldberg  
Senior Business Development Manager, mobile.de



Daten sind grundsätzlich erst einmal nicht mehr als Informationen. Durch ihre Interpretation werden sie zu Intelligenz. Daten kommen bei Analysen, Entscheidungen und vielen weiteren Verarbeitungszwecken zum Einsatz.

Relevanter Wettbewerbsvorteil wird es zukünftig sein, Daten strukturiert zu erheben, zu speichern und zu nutzen, meint US-Automotive-Experte Brian Pasch.

Auf der mo:re 23 rief er Händler dazu auf, Customer Data Platforms (CDPs) für ihre Datenmengen zu nutzen. Er machte deutlich, wie wichtig Daten für den Handel der Zukunft sind.

„It is my belief that the most profitable dealer holding groups that have vision are investing in a Customer Data Platform right now.“

Brian Pasch  
Founder, Pasch Group

## Was ist eine Customer Data Platform?

Eine Customer Data Platform ist eine Datenbank-Software, mit der Kunden-First-Party-Data aus verschiedenen Quellen gesammelt und miteinander verknüpft werden können.

Damit ist es möglich, vollständige Kundenbilder zu erstellen, um kanalübergreifend Kunden personalisiert anzusprechen. [omr.de, 2023](#)



**ZUR KEYNOTE** „Daten als Schlüssel der Customer Experience – Top-Learnings vom US-Online-Autohandel“ →

**ZUM PANEL** „Experten beleuchten Einsatz von Daten in Produktentwicklung, Sales und Business Development“ →

90%



mobile.de deckt 90 % der Marktdaten ab.

# 10 PERSÖNLICH KOMMEN WIR AM BESTEN IN DEN DIALOG

## Wie können wir die Zukunft konkret gestalten?

Im persönlichen Austausch vor Ort, meint Ajay Bhatia. Indem wir in den persönlichen Dialog miteinander treten, uns zuhören und die wichtigen Fragen stellen. Deswegen haben wir das richtige Setting dafür geschaffen.

Neben den Zukunftsimpulsen auf zwei Hauptbühnen gab es auch intime Runden, in denen Händler und Industrieexperten konkrete Herausforderungen der Branche besprachen.



**„It's very important to ask the questions before presenting the solutions. So I want to ask the questions. I want to connect with people.“**

Ajay Bhatia  
CEO, mobile.de



### ROUNDTABLES: WANDEL ERLEBBAR MACHEN

New Leadership, digitale Zulassung und Caravaning-Markt – an den mo:re Roundtables haben Besucher Markttrends konkret diskutiert.



### LABS: EINE PLATTFORM FÜR ALLE

In den mo:re Labs haben mobile.de-Experten und Händler neue Ideen gesammelt, gebrainstormt und Zukunftsszenarien durchgespielt.



**ES GEHT IN DIE NÄCHSTE RUNDE. SIND SIE BEREIT?**

**mo:re 24**

**13. und 14. November 2024**

**Jetzt voranmelden:**



# mo:re

## WISSEN, WAS IHR GESCHÄFT VORANBRINGT

Das ganze Jahr über Input, Inspiration und Austausch  
für eine Branche im Wandel?

→ [mobile.de/more](https://mobile.de/more)

→ Folgen Sie uns und verpassen Sie keine Neuigkeiten!



The logo for mobile.de, featuring the text "mobile.de" in a bold, black, sans-serif font. The "o" is stylized with a dot. The text is enclosed in a white rounded rectangle with a black border. To the left of the rectangle is a solid orange vertical bar.