



## Die Ergebnisse

Die Ergebnisse der empirischen Erhebungen werden von den Projektpartnern mit Hilfe statistischer Verfahren ausgewertet. Für Automobilhändler aller Größenklassen sollen daraus Geschäftsmodelle, Businesspläne und Leitfäden abgeleitet werden, die eingebracht werden:

- **in die Praxis** (Diskussionen in Unternehmen, Workshops mit Unternehmen, Vorträge und Diskussionen auf Branchenkongressen, Artikel in Branchenzeitschriften),
- **in die Forschung** (Artikel in renommierten wissenschaftlichen Zeitschriften, Vorträge) und
- **in die Lehre** (Fallstudien und Seminare)

Die Termine der Workshops und Vorträge werden auf der Homepage des Projektes ([www.deal-ude.de](http://www.deal-ude.de)) bekanntgegeben.

Wenn Sie Interesse an einer unternehmensinternen oder persönlichen Diskussion haben, sprechen Sie uns bitte an.

## Die Projektpartner:



**Prof. Dr. Heike Proff**  
(Projektleiterin)



**Prof. Dr. Gertrud Schmitz**



**Prof. Dr. Margret Borchert**



**Jochen Kampmann**

## Ansprechpartnerin:

**Dipl. Wi.-Math. Katharina Kestner**

☎ 0203 / 379-2567

✉ [katharina.kestner@uni-due.de](mailto:katharina.kestner@uni-due.de)

**Universität Duisburg-Essen**

Lehrstuhl für Allgemeine BWL &  
Internationales Automobilmanagement  
MF425a  
Lotharstr. 1  
47057 Duisburg

[www.uni-due.de/iam](http://www.uni-due.de/iam)

UNIVERSITÄT  
DUISBURG  
ESSEN

*Offen im Denken*



## Dienstleistungsinnovationen und Elektromobilität

**Der Automobilhandel als ganzheitlicher Lösungsanbieter**

### Ein Projekt der Lehrstühle

- für **Allgemeine BWL & Internationales Automobilmanagement** (Prof. Dr. Heike Proff)
- für **Dienstleistungsmanagement und Handel** (Prof. Dr. Gertrud Schmitz)
- für **Personal und Unternehmensführung** (Prof. Dr. Margret Borchert)

### und des Transferpartners

- **Mercator Executive School (MES)**

GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium  
für Bildung  
und Forschung



DLR Projektträger

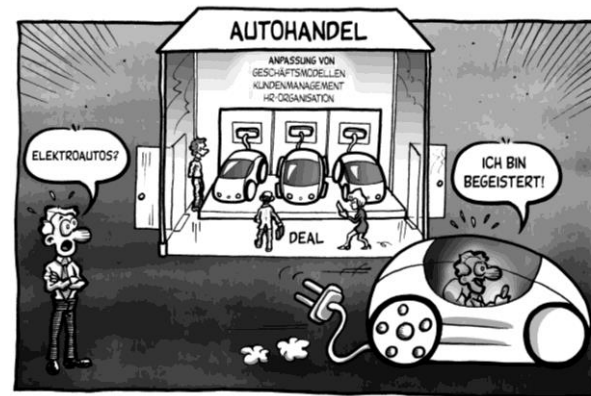
## Die Problemstellung

Der Übergang in die Elektromobilität bedeutet nicht nur eine technologische Weiterentwicklung in der Automobilindustrie, er verändert auch strukturell die Branche und erfordert gemeinsame technologische und betriebswirtschaftliche Anstrengungen von Industrie und Handel. Da die Zahlungsbereitschaft der Kunden für Elektrofahrzeuge bisher eher gering ist, ist eine Verbesserung des Preis-Leistungs-Verhältnisses unbedingt notwendig. Es bedarf nicht nur technologischer Innovationen, sondern auch Innovationen bei produktbezogenen Dienstleistungen und es bedarf einer systematischen Verknüpfung von technologischen Innovationen und neuen Dienstleistungen, um der Elektromobilität zum Durchbruch zu verhelfen. Bisher wird der Automobilhandel in Forschungsaktivitäten und Maßnahmen rund um die Elektromobilität nicht betrachtet, bietet als direkte Schnittstelle zum Kunden allerdings ein hohes Potential. Der Übergang in die Elektromobilität vollzieht sich zügiger, wenn potenzielle Kunden von Händlern ausreichend informiert werden und sich dadurch von der Technologie angesprochen fühlen. Gerade komplexe, neue Produkte wie Elektrofahrzeuge brauchen Erläuterungen der Händler, damit aus Interessenten Käufer werden.

## Die Ziele

Das Projekt setzt sich zum Ziel, Automobilhändler zu Anbietern von Elektromobilitätslösungen zu machen. Hierfür werden neue Dienstleistungskonzepte speziell für den Handel entwickelt, z.B. Versicherungen für neuartige Schadensfälle, Recyclingmodelle für Batterien oder neue Mobilitätsangebote. Die neuen Dienstleistungen werden zusammen mit den Kunden in der Rolle des aktiven Wertschöpfungspartners entwickelt. Daraus entstehen neue Geschäftsmodelle, die den Automobilhandel auf die tiefgreifenden Veränderungen in der Wertschöpfungskette „Mobilität“ vorbereiten. Ergänzt wird dies durch ein neues Konzept für ein darauf ausgerichtetes Personalmanage-

ment. Ziel ist es, im Automobilhandel über geeignete Mitarbeiter zu verfügen, die in der Lage sind, Kunden für Elektromobilität zu begeistern.



## Die Untersuchung

Die Untersuchung teilt sich in vier Arbeitspakete auf:

### AP1: Neue Geschäftsmodelle für Dienstleistungsinnovationen in der Elektromobilität ableiten

Mittels qualitativer Interviews werden die aktuellen Geschäftsmodelle mit Fokus auf die Gewinnverteilung sowie die Kosten- und Erlösstruktur abgeleitet. Durch quantitative Tests der Preisbereitschaft für Dienstleistungsinnovationen und die Verschiebung der Gewinne in der Elektromobilität werden notwendige Anpassungen der Geschäftsmodelle u.a. durch verstärkte Produktbündelung entwickelt. Als Ergebnis des Arbeitspaketes werden Geschäftsmodelle und Businesspläne für innovative Dienstleistungsinnovationen in der Elektromobilität begründet.

### AP2: Interaktive Wertschöpfung bei Elektromobilitätslösungen im Automobilhandel managen

Ausgehend von in der Literatur vorliegenden und mittels qualitativer Interviews ergänzten Erkenntnissen zu kundenseitigen Nutzungsprozessen von (Elektro-) Fahrzeugen und Mobilitätsdienstleistungen wird der wahrgenommene Wert von Elektromobilitätslösungen konzeptualisiert. Innovative Dienstleistungen als integrative Bestand-

teile von Elektromobilitätslösungen stellen eine vielversprechende Möglichkeit dar, diesen wahrgenommenen Wert effektiv zu erhöhen. Um die innovativen Dienstleistungen in Zusammenarbeit mit dem Kunden gezielt zu entwickeln, wird ein Bezugsrahmen erarbeitet, der alle dazu notwendigen Arbeitsschritte und Instrumente aufzeigt. Die als Ergebnisse der vorherigen Arbeitsschritte vorliegenden Konzepte, Instrumente und Gestaltungsempfehlungen werden abschließend zu einem praxisorientierten Leitfaden zusammengefasst, der eine effiziente Umsetzung der Zusammenarbeit mit dem Kunden als interaktiven Wertschöpfungspartner bei Elektromobilitätslösungen im Automobilhandel gewährleistet.

### AP3: Grundarchitektur für eine HR-Organisation im Automobilhandel entwickeln

Auf Basis des qualitativ und quantitativ ermittelten Human Resource Management bei Automobilhändlern sowie den durch Fokusgruppen ermittelten Anforderungen von Herstellern, Netzwerkpartnern, Unternehmensmitgliedern und Kunden an die HR-Organisation findet ein Abgleich von Anforderungen und Status Quo zur Ableitung von Veränderungsbedarf statt. Als Ergebnis des Arbeitspaketes wird ein Leitfaden „HR-Organisation im Übergang in die Elektromobilität“ für den Automobilhandel erstellt.

### AP 4: Ergebnisse in die Praxis transferieren und bekannt machen

Nach Erfassung der aktuellen Einflussfaktoren, Rahmenbedingungen und Gegebenheiten der Personalentwicklung im Automobilhandel erfolgt der Transfer der Forschungsergebnisse in die Praxis durch die Entwicklung entsprechender Schulungs- und Seminarangebote, die dann in Kooperation mit dem Teilvorhaben der UDE und den Umsetzungspartnern umgesetzt, getestet und evaluiert werden.