

AKA

ARBEITSKREIS DER BANKEN UND LEASINGGESELLSCHAFTEN
DER AUTOMOBILWIRTSCHAFT

Die Banken der Automobilwirtschaft

- Wertbeitrag
- Absatz
- Loyalität
- Mobilität
- Potenzial

Kunde

52 %
Ja

77 %

73 %

45 %



Wertbeitrag

Die Banken der Automobilwirtschaft operieren an den Schnittstellen der automobilen Wertschöpfungskette. Finanzdienstleistungen rund um Mobilität sind entscheidend für die Profitabilität von Herstellern und Handel geworden. Der Wertbeitrag, den Leasing, Finanzierung, Versicherungen und andere autonome Finanzdienstleistungen in der Wertschöpfungskette generieren, liegt bei über 30 Prozent.

Die Gründe für diesen Ergebnisbeitrag liegen im Einfluss der Finanzdienstleistung auf die Kaufentscheidung des Kunden. Der Arbeitskreis der Banken und Leasinggesellschaften der Automobilwirtschaft (AKA) dokumentiert nachstehend die Ergebnisse einer repräsentativen Umfrage vom Juni 2011¹, die Erklärungsansätze für den Wertbeitrag der Autobanken in der automobilen Wertschöpfungskette liefern und ihre Bedeutung für Hersteller, Handel und Kunden dokumentiert.

Herstellerbanken an den Schnittstellen der automobilen Wertschöpfungskette



Aufteilung der Wertschöpfungskette nach ihren Wertbeiträgen

F/E Produktion	13 %
Vertrieb	4 %
Finanzierung/Leasing/Versicherung	33 %
Rental	7 %
Ersatzteilproduktion	6 %
Ersatzteilverkauf (Händler)	16 %
Service/Wartung	18 %
Gebrauchtwagen	3 %
Summe	100 %

Quelle: IBM Global Business Services (2008)

¹ Durchführendes Marktforschungsinstitut: puls Marktforschung GmbH

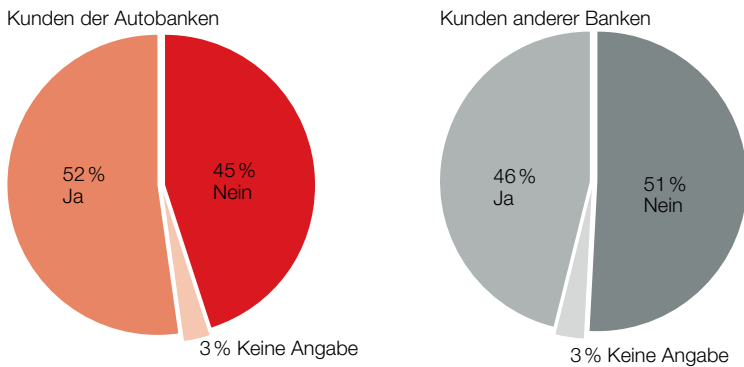
Mobilität

Die automobilen Bedürfnisse der Kunden haben sich gewandelt. Im Mittelpunkt des Interesses stehen nicht mehr die UPE des Fahrzeugs, sondern die Gesamtkosten der Mobilität. Die Autobanken haben diesen Trend erkannt und als erste Bankengruppe ihr Produktportfolio systematisch um autonaher Dienstleistungen erweitert. Die Bündelung dieser Dienstleistungen zu Mobilitätspaketen hat sofort eine hohe Kundenakzeptanz gefunden.

Jeder zweite Kunde einer Autobank entscheidet sich heute auf Basis einer Finanzierung oder eines Leasingvertrages für ein Mobilitätspaket. Zu den wichtigsten Bestandteilen dieser Pakete zählen die Kfz-Versicherung, Wartung und Reparaturkostenversicherung sowie die Garantieverlängerung. Je nach Kundenbedürfnis können mehr als ein Dutzend zusätzlicher Leistungen eingeschlossen werden. Die Pakete machen Mobilität für den Kunden zu einer transparenten sowie kalkulierbaren Größe und schützen ihn vor finanziellen Risiken.

Mobilitätsleistungen

Beinhaltet Ihre Finanzierung weitere Leistungen – sogenannte Mobilitätspakete?



Mobilitätsleistungen

Welche Leistungen beinhaltet Ihr Mobilitätspaket?



■ Kunden der Autobanken

Absatz

Fahrzeugumschlag

Finanzdienstleistungen erhöhen den Fahrzeugumschlag für Hersteller und Handel. Die Kunden der Autobanken nutzen ihr Fahrzeug durchschnittlich 5,2 Jahre, Barzahler hingegen 6,5 Jahre¹. Dank budgetgerechter Monatsraten fahren die Finanzkunden Fahrzeuge auf einem sicherheitstechnisch und ökologisch aktuellen Stand.

Fahrzeugwahl

Das Finanzangebot im Autohaus hat entscheidenden Einfluss auf die Fahrzeugwahl. Kunden der Autobanken kaufen ihr Fahrzeug nicht nur früher als vorgesehen, sie stellen es auch besser aus, entscheiden sich häufig für

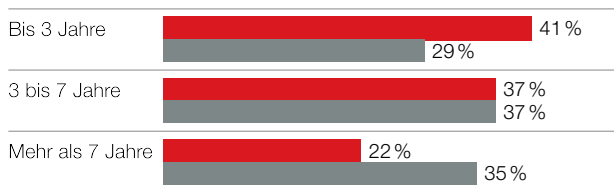
ein größeres Modell als ursprünglich vorgesehen und nahezu vier von zehn Gebrauchtwagenkunden können von einem Neuwagen überzeugt werden.

Kaufpreis

Das Finanzangebot transformiert die vier- oder fünfstelligen UPE in eine zwei- oder dreistellige Monatsrate. Die präzise auf das individuelle Haushaltsbudget zugeschnittene Rate ermöglicht den Kunden der Autobanken eine Entscheidung für höherwertige Fahrzeuge.

Fahrzeugumschlag

Wie lange sind Sie Ihr Vorfahrzeug gefahren?



■ Kunden der Autobanken: Ø 5,2 Jahre
■ Barzahler: Ø 6,5 Jahre

Fahrzeugpreis

Wie hoch war der Kaufpreis Ihres aktuellen Fahrzeugs?



■ Kunden der Autobanken
■ Barzahler

Fahrzeugwahl

Haben Sie sich aufgrund des Finanzierungsangebots ...



■ Kunden der Autobanken

¹ Barzahler sind als Kunden definiert, die ihr Fahrzeug im Autohaus bar bezahlen, unabhängig davon, ob sie den Kaufpreis tatsächlich bar begleichen oder über einen Kredit ihrer Hausbank finanziert haben.

Loyalität

Der deutsche Automarkt ist vom Ersatzbedarf geprägt. Nur noch acht von hundert Neuwagenkunden sind Erstkäufer. Die Loyalität der Kunden ist somit ein zentraler Erfolgsfaktor und von überragender Bedeutung für Hersteller und Handel.

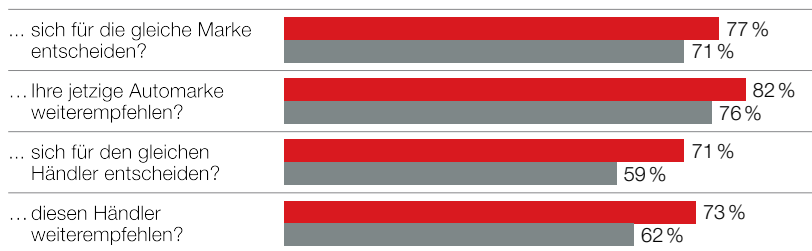
Die Produktangebote der Autobanken und ihre Mechanik generieren eine Kundenloyalität, die durch den Barverkauf eines Fahrzeugs kaum zu erzielen ist.

Verglichen mit anderen im Automarkt tätigen Bankengruppen nehmen auch hier die Herstellerbanken eine Spitzenposition ein.

Kunden, die sich zusätzlich für ein Mobilitätspaket entschieden haben, weisen zudem eine höhere Loyalitätsquote auf als Kunden, die sich auf einen Leasing- oder Finanzierungsvertrag beschränken. Mobilitätspakete sichern Herstellern und Handel treue Kunden.

Treue Kunden für Hersteller und Handel

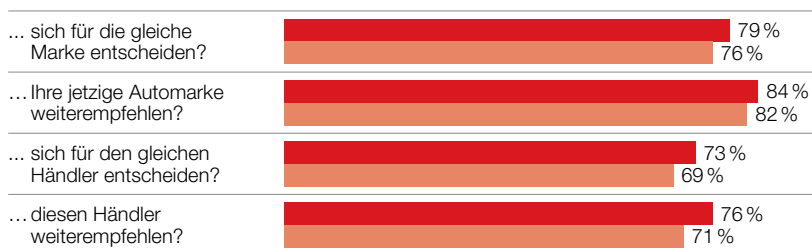
Angenommen, Sie müssten Ihr Auto jetzt ersetzen, wie sicher würden Sie ...



■ Kunden der Autobanken
■ Kunden anderer Banken

Mobilitätspakete stärken die Kundenloyalität

Angenommen, Sie müssten Ihr Auto jetzt ersetzen, wie sicher würden Sie ...



■ Kunden der Autobanken
■ mit Mobilitätspaket
■ ohne Mobilitätspaket

Potenzial

Der Arbeitskreis der Banken und Leasinggesellschaften der Automobilwirtschaft sieht für die Autobanken auch zukünftig hohe Wachstumschancen.

Barzahler

Rund 20 bis 25 Prozent der Autokäufer haben ihr aktuelles Fahrzeug im Autohaus bar bezahlt. Diese Kunden zeigen jedoch eine hohe Bereitschaft, ihr nächstes Fahrzeug am PoS zu finanzieren oder zu leasen. Mit entsprechenden Angeboten der Autobanken und kompetenter Beratung durch den Markenhandel arbeiten beide Partner daran, dieses Potenzial zu erschließen.

Mobilitätsangebote

In Zukunft wird der Verkaufsberater im Autohaus für den Kunden der erste Ansprechpartner für alle Fragen rund um seine Mobilität sein. Dies schließt die Kfz-Versicherung ebenso ein wie die Garantieverlängerung, die

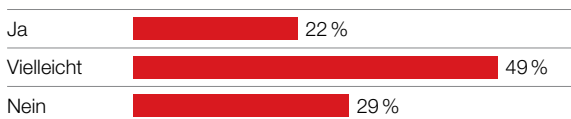
laufenden Wartungskosten oder weitere Dienstleistungen. Hier erschließen sich für die Autobanken hervorragende Wachstumspotenziale.

Innovation

Seit rund 90 Jahren sind die Autobanken innovative Impulsgeber für die Automobilwirtschaft. In den 1920er-Jahren ermöglichten die ersten Autobanken breiten Bevölkerungsschichten den Erwerb eines Fahrzeugs. Die Idee „nutzen statt besitzen“ führte Ende der 1960er-Jahre zur Etablierung des Leasings. Dem Bedürfnis der Kunden nach individueller und bezahlbarer Mobilität trugen die Autobanken mit ihren Paketangeboten Rechnung. Über die Zukunft der Mobilität wird aktuell diskutiert. Die Banken der Automobilwirtschaft liefern hierzu einen substanziellen Beitrag.

Potenzial Barzahler

Könnten Sie sich vorstellen, Ihr nächstes Fahrzeug zu finanzieren?



Potenzial Mobilität

Aktiver Kundenwunsch nach

