

**BDK**



Ihre Bank zum Auto.

# Jahresbericht 2019/20



# Das erwartet Sie

## Inhaltsverzeichnis

- 04** Vorwort
- 07** Grußwort Dr. Andreas Dressel,  
Finanzsenator der Freien und Hansestadt  
Hamburg
- 08** Grußwort Jürgen Karpinski, Präsident  
des Zentralverbands Deutsches  
Kraftfahrzeuggewerbe e. V.
- 09** Grußwort Guido Zoeller, Group Country Head  
Société Générale Deutschland & Österreich
- 10** 20 Jahre BDK
- 18** 3×5 Fragen an die Chefs
- 22** JuhuAuto
- 27** Ein neues Mitglied für die  
DIGEO Produktfamilie
- 28** Unsichtbares Virus mit heftigen Folgen
- 30** Campus Hamburg:  
Darauf kann man aufbauen
- 32** Wissen teilen, optimal zusammenarbeiten
- 34** Spezialisten für gute Geschäfte
- 36** BDK vor Ort
- 38** Gelebte Verantwortung
- 40** Die BDK im Überblick

# Liebe Leserin, lieber Leser!



**D**as vergangene Jahr war alles – außer gewöhnlich. Um nicht mit dem ganz Offensichtlichen zu beginnen: Als BDK haben wir unser 20-jähriges Jubiläum begangen. Ein guter Grund zum Feiern, wäre nicht die globale Corona-Pandemie dazwischengekommen. Uns alle hat sie vor große Herausforderungen gestellt, die uns auf absehbare Zeit noch beschäftigen werden. Und doch können wir aus den Erfahrungen des vergangenen Jahres Stärke ziehen und zuversichtlich in die Zukunft blicken. Denn wir wissen, dass wir gemeinsam in einer allumfassenden Krise nicht nur bestehen, sondern aus einer solchen Zeit – gerade im Hinblick auf digitale Themen – auch nachhaltigen Nutzen ziehen können. Ausgehend von der starken Basis, die wir

**Dr. Hermann Frohnhaus**  
Sprecher der Geschäftsführung



seit der Gründung der BDK im Jahr 2000 geschaffen haben, können wir auch in schwierigen Zeiten die Betriebe des Kfz-Handels effektiv unterstützen sowie unseren Kunden individuelle Mobilität mit dem eigenen Auto ermöglichen.

Gerade jetzt zeigt sich doch der Wert echter, enger Partnerschaft. Wer Handelspartner oder Kunde der BDK ist, kann sich auf uns als verantwortungsvollen und zuverlässigen Kreditgeber verlassen. Und profitiert von unseren innovativen Lösungen, die Autokäufer und Autohäuser auch online zueinanderführen. Wie JuhuAuto, unsere „Gebrauchtwagen-Findemaschine“, die wir im November 2019 gelauncht haben. Ein Meilenstein, den wir Ihnen in diesem Jahresbericht 2019/20 mit vielen weiteren Themen vorstellen. Zwei Jahre, die unterschiedlicher nicht hätten sein können. In denen wir aber auch unter ungewohnten Umständen unsere Ziele im Sinne unserer Handelspartner und Kunden konsequent verfolgt haben.

Herzlichen Dank für Ihr Interesse und Vertrauen – und viel Freude beim Lesen!

**Martin Guse**  
Geschäftsführer

**Matthias Sprank**  
Geschäftsführer

# Grußworte, Rückblick, Statements & Stimmen

20  
Jahre  
BDK



**Dr. Andreas Dressel**

Finanzsenator der Freien und Hansestadt  
Hamburg

# Eine Bereicherung für Hamburg

**S**eit etwas über 20 Jahren ist die Bank Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe GmbH (BDK) erfolgreich im Feld der Autofinanzierung mit innovativen Ideen präsent. Schon wenige Jahre nach der Gründung hat man sich für Hamburg als Firmensitz entschieden und diese Entscheidung bis heute nicht bereut. Die BDK als Spezialbank ist eine Bereicherung am Banken- und Versicherungsstandort Hamburg, der sich besonders durch seine Vielfalt auszeichnet.

Die Verbundenheit mit Hamburg zeigt sich auch an anderer Stelle: Mit dem Bau des neuen Bankenstandortes wird ein lange geplantes Vorhaben realisiert: Ein modernes, offenes Bürogebäude verbindet sich mit denkmalgeschützten Gebäuden, die eng mit der Geschichte des Stadtteils Barmbek verbunden sind.

Es hat mich besonders gefreut, dass die BDK und natürlich auch die Société Générale als Konzern mit diesem wichtigen städtebaulichen Projekt ein klares Bekenntnis zum Standort Hamburg abgegeben haben. Die über 750 Mitarbeiter der BDK werden hier ab 2022 eine hervorragende Arbeitsumgebung vorfinden. Die Entwürfe für die künftigen Büros zeigen, dass hier moderne Arbeitsformen im besten Sinne ermöglicht werden.

Eine Autobank finanziert Mobilität. Umweltgerechte Mobilität ist einer der drei Hauptstränge des Hamburger Klimaplanes. Zur Reduzierung der CO<sub>2</sub>-Emissionen setzt Hamburg auf emissionsarme Antriebsarten und erweitert fortlaufend das Angebot an öffentlich zugänglichen Ladeinfrastrukturen, auch im Bereich Wasserstoff. Unter optimalen Förderbedingungen könnte Hamburg bis 2030 einen E-Mobilitäts-Anteil von 20 Prozent erreichen. Die BDK ist dabei ein wichtiger Partner für Finanzierung und Vertrieb der entsprechenden Fahrzeuge.

Ich wünsche der BDK auch für die Zukunft alles Gute, weiterhin innovative Ideen im Autobanking und auf gute Zusammenarbeit hier in Hamburg – auch in den kommenden 20 Jahren!

**Dr. Andreas Dressel**



**Jürgen Karpinski**

Präsident des Zentralverbands  
Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe e. V. (ZDK)

# Perspektiven in der Pandemie

**W**enn dieser Jahresbericht erscheint, können uns die Kunden hoffentlich wieder in den Autohäusern besuchen und uns helfen, den erneuten Rückstand im Neu- und Gebrauchtwagengeschäft aufzuholen. Denn die COVID-19-Pandemie geht insbesondere an die Substanz der rund 14.600 Markenhändler. So mussten wir im vergangenen Jahr einen Umsatzeinbruch im Neuwagengeschäft von minus 14,4 Prozent auf rund 63 Milliarden Euro verzeichnen. Die Zahl der Neuzulassungen lag um minus 19,1 Prozent unter dem Wert von 2019.

Und das Jahr 2021 begann ja wieder mit einem Lockdown, von dem auch der Automobilhandel erneut betroffen war – mit massiven Folgen. So verzeichneten unsere Betriebe im Januar und Februar 60 Prozent weniger Aufträge für Neuwagen im Geschäft mit Privatkunden sowie 50 Prozent weniger Aufträge bei Gewerbekunden, dies das Ergebnis einer Blitzumfrage des ZDK Ende Februar bei rund 2.000 Betrieben.

Das Geschäft mit Gebrauchtwagen hat im Jahr 2020 nicht ganz so massiv gelitten. Bei minus 2,4 Prozent weniger Besitzumschreibungen stieg der Umsatz mit Gebrauchtwagen im Markenhandel um 14,8 Prozent auf rund 62 Milliarden Euro. Das lag vor allem am deutlich höheren Durchschnittspreis sowie am Trend zu jungen Gebrauchtwagen, da Neufahrzeuge in der ersten Jahreshälfte 2020 teilweise nicht verfügbar waren.

Wer gedacht hatte, die Werkstätten seien aufgrund ihrer Systemrelevanz außen vor, sah sich allerdings getäuscht. So brachte das Jahr 2020 im Geschäftsfeld Service und Reparatur einen Umsatzrückgang von minus 8,3 Prozent auf rund 27,5 Milliarden Euro. Die Kontaktbeschränkungen trugen zur Verunsicherung der Kunden bei. Werkstattaufträge wurden storniert oder verschoben. Darüber hinaus führte das verminderte Verkehrsaufkommen zu weniger unfallbedingten Reparaturaufträgen.

Wir im ZDK sowie in den Landes- und Fabrikatsverbänden bis hin zu den Innungen setzen uns auf allen politischen Ebenen und in Zusammenarbeit mit Verbänden und Gewerkschaften für verlässliche Perspektiven im Automobilhandel ein. Und wir arbeiten weiter unverdrossen an vielen anderen wichtigen Themen für unsere Branche in herausfordernden Zeiten.

Wie sich das Jahr 2021 wirtschaftlich entwickeln wird, ist schwierig vorauszusagen. Ein zweites schlechtes Jahr wird vielen Betrieben große und teilweise existenzielle Probleme bringen. Da ist auch ein starker Partner wie die BDK gefragt. Seit 20 Jahren steht sie mit ihren Fachleuten an der Seite unserer Betriebe und entwickelt sich ständig weiter. Der für 2022 geplante Umzug in eine neue Unternehmenszentrale ist auch eine Investition in die Zukunft. Gemeinsam vertrauen wir auf erfolgreiche Geschäfte nach der Pandemie.

**Jürgen Karpinski**



**Guido Zoeller**

Group Country Head Société Générale  
Deutschland & Österreich

# Eine führende Spezialbank

**A**

m 1. September 2000 startete die Bank Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe in Wuppertal ihre Geschäftstätigkeit. Heute, 20 Jahre später, zählt sie zu den führenden Spezialbanken im deutschen Markt und ist eine wichtige Geschäftseinheit der Gruppe Société Générale in Deutschland. Herzlichen Glückwunsch!

Der Erfolg spricht für sich. Der BDK ist es gelungen, sich zusammen mit ihren Handelspartnern dem fortlaufenden Wandel in Wirtschaft und Gesellschaft anzupassen, Veränderungsprozesse in der Digitalisierung voranzutreiben und Innovationen zu nutzen.

Gerade in der Corona-Krise hat sich bewährt, auch während des Lockdowns einen engen Kontakt zu den Kunden zu halten und sie in dieser noch nie da gewesenen Ausnahmesituation zu begleiten und tatkräftig zu unterstützen. Zusammenzuhalten, wenn es ernst wird. Das war und ist die Voraussetzung dafür, die besondere Bewährungsprobe der Pandemie zu meistern. So wird es auch in den kommenden Monaten sein, da sich im Moment noch gar nicht absehen lässt, wann sich die Wirtschaft wieder vollständig normalisieren wird. Zudem ist davon auszugehen, dass einige aktuelle Entwicklungen dauerhaft sein werden, in der Art und Weise, wie wir leben und arbeiten, aber auch mit Blick darauf, wie wir produzieren und was wir konsumieren.

Corona hat ebenso gezeigt, dass der Online-Handel in allen Branchen rasant zugenommen hat. Viele E-Commerce-Unternehmen werden heute an der Börse sehr attraktiv bewertet. Von dem neuen Online-Boom profitieren nicht nur die reinen Online-Händler, sondern auch die Online-Marktplätze. Im November 2019 hat die BDK ihre Gebrauchtwagen-Plattform JuhuAuto auf den Markt gebracht. Sie spielt Handelspartnern qualitativ hochwertige digitale Kundenleads zu. Ziel ist es, die Nutzer schnell und einfach zum Wunschfahrzeug zu führen. JuhuAuto ist nun bereits mehr als ein Jahr erfolgreich tätig. Momentan hat die Plattform jeden Monat eine sechsstellige Zahl an Besuchern mit steigender Tendenz.

Ein weiterer großer Meilenstein wird für die BDK sicherlich der Umzug in das neue Bürogebäude Campus Hamburg im Stadtteil Barmbek sein. Zusammen mit der Hanseatic Bank und dem deutschen Team der Société Générale Insurance werden die Kolleginnen und Kollegen die modernen Büroräume beziehen, zertifiziert nach aktuellen Nachhaltigkeitsstandards. Die Grundsteinlegung fand im August 2020 statt, die Fertigstellung ist für das Frühjahr 2022 geplant.

Dieses Projekt ist zum einen ein wichtiger Baustein zur Stärkung des Bankenstandorts Hamburg und zum anderen bekräftigt es das Engagement der Société Générale Gruppe für die BDK und für Deutschland.

**Guido Zoeller**



„Autohändler gründen eigene Bank“  
titelte das Handelsblatt im Juli 2000  
– und machte damit deutlich, was die  
BDK von ihren Wettbewerbern unter-  
scheidet. Sie ist eine Bank, die aus dem  
Kfz-Gewerbe selbst erwachsen ist.

# Eine Bank wie keine andere

**S**eit ihrer Gründung vor 20 Jahren ist der Autohandel für die BDK daher nicht einfach nur ein attraktives Geschäftsfeld. Er ist der Mittelpunkt unseres Handelns. Dabei ist primäres Unternehmensziel, den nachhaltigen Erfolg unserer Handelspartner und die Unabhängigkeit der Betriebe zu stärken.

Heute ist dieser Auftrag wichtiger denn je. Bevor Autokäufer den Weg ins Autohaus finden, buhlen schließlich online viele weitere Akteure um ihre Gunst. Online-Börsen, Vergleichsplattformen, aber auch die Hersteller selbst stehen mit den Betrieben im Wettbewerb um den digitalen Kundenkontakt. Hinzu kommen Themen wie die Elektromobilität, neue Mobilitätsdienstleistungen oder künftig auch das autonome Fahren, die das Geschäftsmodell der Betriebe im Kfz-Handel nachhaltig beeinflussen.

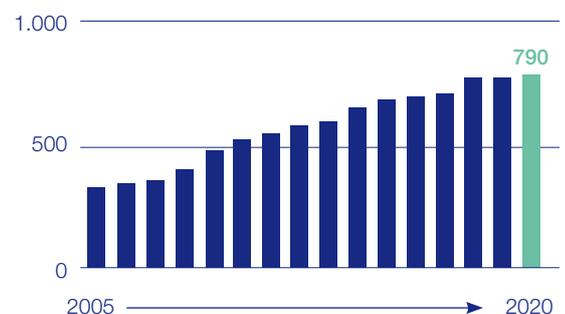
Die BDK steht dabei heute wie vor 20 Jahren eng an der Seite ihrer Handelspartner. Unsere Finanzdienstleistungen machen die individuelle Mobilität mit dem eigenen Pkw für Autokäufer erschwinglich und steigern gleichzeitig die Erträge im Autohaus. In der Händlerfinanzierung verschaffen wir Kfz-Unternehmern durch liquiditätsschonende Produkte wichtige finanzielle Freiräume. Und innovative digitale Angebote, wie die Gebrauchtwagen-Plattform JuhuAuto, führen Kaufinteressenten und Händler auch im Internet zueinander. So können die Betriebe im aktuellen Tagesgeschäft erfolgreich sein und mit uns die Zukunft aktiv gestalten.

Was die BDK als Partner des Handels noch auszeichnet? Unsere Fähigkeit zuzuhören, Bedürfnisse zu verstehen und Ideen in die Tat umzusetzen. Mehr als 90 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind im Außendienst tätig, halten engen Kontakt zu den Unternehmen und beraten persönlich vor Ort. Auch mit Spezialisten für die Digitalisierung, die Händlerfinanzierung und das Gewerbekundengeschäft. Alles, damit der Handel Kundenbedürfnisse heute optimal erfüllen und auch morgen erfolgreich sein kann.

## 20 gute Jahre. Die Entwicklung der BDK in Zahlen

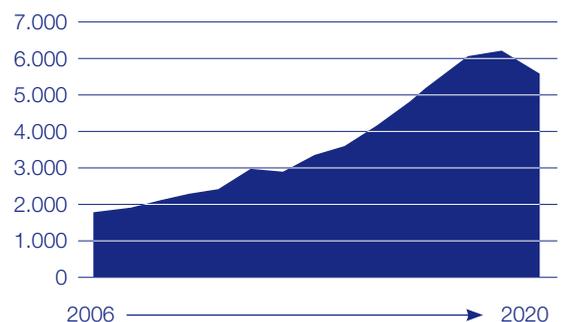
Ob Boomphase oder Finanzkrise: Seit ihrer Gründung ist die BDK kontinuierlich gewachsen und bietet inzwischen attraktive Arbeitsplätze für fast 800 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

### Mitarbeiter



### Geschäftsentwicklung

Bestandsvolumen in Mio Euro



## 2000 Geburtsstunde

Am 1. September nimmt die Bank Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe am Robert-Bosch-Platz in Wuppertal ihre Geschäftstätigkeit auf.

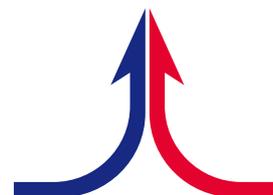
## 2001 Salut!

Die französische Großbank Société Générale wird Mehrheitsgesellschafterin der BDK.



## 2005 Besser leasen

Als Leasingpartner der BDK geht die ALD Lease Finanz GmbH an den Start.



## ab 2007 1 + 1 > 2

Die BDK setzt verstärkt auf Kooperationen, beispielsweise mit der Ford Händler-Dienstleistungsgesellschaft mbH und dem Verband Deutscher Opel-Händler e. V.

## 2003 Moin!

An der Automeile am Hamburger Nedderfeld findet die noch junge Autobank ihre neue Heimat.



## 2004 BDK online

Damals hat man das so gemacht. Der Internetauftritt der BDK in den Anfangsjahren des noch jungen Unternehmens.

## ab 2009 Kooperation 2.0

Nicht zuletzt durch die Finanzkrise bedingt, entdecken auch Hersteller die BDK als Kooperationspartner für das Neuwagen- und Gewerbekundengeschäft für sich.



2020

## Da wächst etwas

Am künftigen Standort in Hamburg-Barmbek wird der Grundstein für die neue Zentrale der BDK und weiterer Tochtergesellschaften der Société Générale gelegt.



2010

## Das geht schnell

Im neuen Portal EKF-Online wickeln Handelspartner der BDK die Einkaufsfinanzierung neuer Fahrzeuge unkompliziert ab. Und das mit gerade einmal zwei einfachen Angaben.

2019

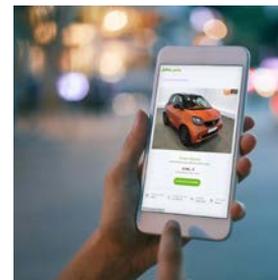
## Grund zur Freude

JuhuAuto ist da! Mit ihrer neuen Gebrauchtwagen-Findemaschine macht die BDK einen mutigen Schritt in den Markt der Online-Börsen.

2015

## Auf einen Klick

Die BDK präsentiert den Online-Kalkulator als ersten digitalen Service für die Händler-Website. Und 2019 dann den DIGEO Kundenkalkulator als Nachfolger dieses Online-Tools.



2010

## Lauter Applaus

Die BDK freut sich über zehn erfolgreiche Jahre und ist zu diesem Zeitpunkt bereits die zweitgrößte unabhängige Autobank Deutschlands.



2016

## Win-win

Über den neuen Remarketing-Prozess spielt die BDK ihren Handelspartnern ihre Leasingrückläufer als attraktive Kommissionsware zu.

2017

## Ihre Bank zum Auto

Die BDK präsentiert sich mit einem neuen Markenauftritt. Und unterstreicht damit den Wert, den die enge Partnerschaft mit dem Handel und vertrauensvolle Kundenbeziehungen für sie spielen.





## Die BDK: Immer eine gute Lösung

Hugo Stintzing ist bei der BDK ein Mann der ersten Stunde und seit dem Jahr 2000 an Bord. Wer ihm einmal die Hand geschüttelt hat, weiß: Er macht keine halben Sachen. Wie haben sich Bank und Markt in den vergangenen 20 Jahren verändert und was macht den Erfolg der BDK aus? Im Interview berichtet Hugo Stintzing über seine Erfahrungen.

### Erinnerst du dich noch an deine Anfänge bei der BDK? Mit welchen Erwartungen hast du damals deinen Job bei uns angetreten?

Gereizt hat mich vor allem die konsequente Ausrichtung auf das Kraftfahrzeuggewerbe. Vor meinem Wechsel zur BDK hatte ich bereits bei einem anderen Finanzdienstleister das Autogeschäft im Vertrieb mit aufgebaut und dabei die Kombination von Fahrzeug und Finanzierung für mich entdeckt. Ausschlaggebend für meinen Wechsel zur BDK waren die hohen Ambitionen dieser damals noch jungen Autobank. Und meine Erwartungen an ihr großes Potenzial haben sich dann ja auch erfüllt.

### Wie hast du die Entwicklung seitdem erlebt – was ist heute ganz anders als im Jahr 2000?

Die Rahmenbedingungen haben sich natürlich deutlich verändert. Vor 20 Jahren haben wir die Handelspartner noch mit Servern und Druckern ausgestattet und waren entsprechend im Außendienst teilweise auch als Techniker unterwegs. Dafür konnte man früher eine Kfz-Finanzierung auf drei Blatt Papier abwickeln. Heute ist ein solcher Vertrag durch die rechtlichen Vorgaben wesentlich umfangreicher. Das starke Wachstum der BDK hat sich natürlich auch ausgewirkt. Wir bieten eine große Produktvielfalt, inklusive digitaler Lösungen. Und ich habe viel mehr Kolleginnen und Kollegen im Außendienst. Auf die persönliche Beratung hat die BDK schon immer großen Wert gelegt und auch dieses Angebot mit Spezialisten für Digitalisierung, Händlerfinanzierung und das Gewerbekundengeschäft in den vergangenen Jahren deutlich ausgebaut.

### Du arbeitest ja im Außendienst und hast dein Ohr dadurch ganz dicht am Handel. Welche Fragen stellen die Betriebe heute, die vor 20 Jahren noch nicht aktuell waren?

Also eines ist klar: Die Top-Priorität aller unserer Handelspartner ist heute wie damals, möglichst viel Geschäft zu generieren. Das Tagesgeschäft steht an erster Stelle und Händler wissen den direkten Draht zur BDK und unsere Lösungskompetenz sehr zu schätzen. Nicht überraschend ist, dass das Internet vieles verändert hat. Gerade die jüngere Generation von Autohausinhabern und künftigen Nachfolgern widmet sich der Digitalisierung mit großem Engagement. In diesem Themenfeld sind wir ihnen ja auch ein starker Partner.

### Welche Antworten kannst du ihnen für die BDK auf ihre Fragen und Anforderungen geben?

Im Tagesgeschäft helfe ich ihnen dabei, unser breites Produktportfolio so gut wie möglich für sich zu nutzen. Und bei den digitalen Themen bringe ich unsere digitalen Services ins Spiel: Den DIGEO Kundenkalkulator und den DIGEO Neuwagenkonfigurator beispielsweise, mit denen Autohäuser ihre Kunden auch im Internet optimal ansprechen. Und natürlich JuhuAuto, unsere Gebrauchtwagen-Findemaschine. Wir unterstützen die Betriebe dabei, im digitalen Kundenkontakt ihre eigene Unabhängigkeit zu stärken. Das kommt gut an.

### Die Digitalisierung bringt ja auch für dich einige grundlegende Veränderungen mit sich. Wie stellst du dich darauf ein und wie hilft dir die BDK als Arbeitgeber dabei?

Ich muss natürlich selbst offen sein für diese Veränderungen und setze mich intensiv damit auseinander, welche Auswirkungen der digitale Wandel für unsere Handelspartner hat. Ein großer Vorteil ist, dass ich ja nicht nur theoretisch über mögliche Lösungen sprechen muss, sondern diese aus dem BDK-Produktportfolio direkt anbieten kann. Und will ein

Autohaus die Beratung an dieser Stelle auf ein höheres Niveau heben, kann ich immer unsere Digitalisierungsspezialisten mit ins Boot holen.

### Was ist dein eigenes Erfolgsrezept, wenn du Autohäuser berätst? Mit welchen Stärken der BDK kannst du deine Gesprächspartner überzeugen?

Zuverlässigkeit und Fairness sind da ganz wichtige Kriterien, bei mir immer gepaart mit Beharrlichkeit. Wendet sich ein Handelspartner mit einem Problem an mich, soll er das immer im Vertrauen darauf tun können, dass ich mit meinen Kolleginnen und Kollegen auch eine Lösung dafür finde. Wir sind auch dann erreichbar und verlässlich, sollten die Umstände – wie in der Corona-Pandemie – schwierig sein. Das macht für unsere Handelspartner einen großen Unterschied aus.

### Wage doch mal einen Blick in die Glaskugel. Wie gelingt es dem Handel, die aktuellen Herausforderungen zu meistern? Und welchen Beitrag kann die BDK dazu leisten?

Das Tempo nimmt in jeder Hinsicht zu. Kunden wollen ihre Fragen schnell und auch digital beantwortet bekommen, und diese Erwartung muss der Handel erfüllen. Wir helfen da mit unseren digitalen Services. Gleichzeitig bin ich überzeugt, dass die große Stärke des Autohandels, nämlich der persönliche Kundenkontakt, auch in Zukunft von großer Bedeutung sein wird. Auch wer sich digital informiert, will am Ende gerne mit Menschen reden. Das gilt für Autokäufer genauso wie für die Autohändler, mit denen ich jeden Tag zu tun habe. Beides, das Digitale und das Persönliche, optimal miteinander zu verbinden, zählt sicher zu unseren großen Stärken als BDK.

# Wir gratulieren!

Starke Partnerschaften zu pflegen, gehört seit 20 Jahren zu unserer DNA. Denn uns geht es um den gemeinsamen Erfolg und eine positive Entwicklung des Kraftfahrzeuggewerbes. Und das kommt gut an, wie diese Stimmen aus dem Markt zeigen.



„Wie cool wäre es, wenn das Deutsche Kfz-Gewerbe eine eigene Bank hätte!“ Dieser seit langem gehegte Wunsch von Kfz-Unternehmern sollte dann doch schneller in Erfüllung gehen, als gedacht. Die Entwicklung der Bank Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe zu einem der größten und relevantesten Partner des Kfz-Handels bestätigte, wie wichtig es war, dieses Bankhaus zu gründen. Dass sich dabei eine so enge und bereichernde Partnerschaft wie z. B. bei der Führungsakademie Sylt ergeben hat, freut uns als Landesverband Schleswig-Holstein natürlich besonders!

**Jan-Nicolas Sontag, Geschäftsführer  
Verband des Kfz-Gewerbes Schleswig-Holstein e. V.**



„Die BDK war die erste unabhängige Autobank, mit der wir vor inzwischen über 20 Jahren eine Zusammenarbeit gestartet haben. Und das zum gegenseitigen Vorteil! Wir schätzen vor allem die gute Betreuung unserer Verkaufsberater und die Bereitschaft, gemeinsam um jedes Geschäft ‚zu kämpfen‘. Dabei gibt es eine kontinuierliche Weiterentwicklung, bis hin zu Tools für den digitalen Kundenkontakt, die wir heute gerne nutzen.“

**Anja Sticht, Geschäftsführerin MGS Motor Gruppe Sticht**



„20 Jahre BDK nehme ich gerne zum Anlass, mich für die langjährige Zusammenarbeit zu bedanken. Unsere Projekte waren und sind stets von dem Ziel geprägt, lernbereite Automobilhändler bei der digitalen Transformation ihrer Geschäftsmodelle zu unterstützen. Dabei zeigt sich immer wieder, dass die Zukunftsfähigkeit des Handels stark davon abhängt, ob es gelingt, die eigene Kundenschnittstelle zu verteidigen. Nur der direkte Kontakt zu Autokäufern und Auto-Interessenten sichert langfristig die Unabhängigkeit des Automobilhandels. Wir freuen uns darauf, die BDK dabei auch weiterhin zu unterstützen.“

**Dr. Konrad Weßner, Geschäftsführer puls Marktforschung GmbH**



„Als neuer Handelspartner hat mich vor allem die Einkaufsfinanzierung überzeugt, zur BDK zu wechseln. Zu dieser Entscheidung hat auch das große Engagement des Gebietsleiters der BDK beigetragen, der mich über Monate immer wieder mal auf einen Kaffee besucht und den Kontakt gehalten hat. Die Kreditlinie war dann schnell genehmigt und im Tagesgeschäft läuft die Abwicklung einwandfrei. Da nutze ich natürlich nun auch die Produkte der BDK zur Absatzfinanzierung gerne und habe mich zusätzlich zur Teilnahme bei JuhuAuto entschlossen, weil mich diese Börse überzeugt.“

**Peter Beil, Geschäftsführer Autohaus Hartmann**



„Durch ihr Engagement in den vergangenen zwei Jahrzehnten sichert sich die BDK seit vielen Jahren eine Top-Position im deutschen Kfz-Gewerbe. Auf das Erreichte können Sie zu Recht stolz sein, es ist eine ausgezeichnete Basis für die Zukunft. Angefangen von der klassischen fachjournalistischen Arbeit über den Austausch auf Messen und Konferenzen bis hin zu gemeinsamen Veranstaltungen erlebe ich Sie als kompetente und verlässliche Wegbegleiter. Und selbst in herausfordernden Zeiten – wie wir sie derzeit alle erleben – halten Sie an bestehenden Partnerschaften fest. Ein solches Verhalten ist heutzutage alles andere als selbstverständlich. Aber genau diese Verlässlichkeit schätzen Ihre Kunden und Partner. Für die Zukunft wünsche ich Ihnen: Bleiben Sie gesund und bleiben Sie erfolgreich!“

**Wolfgang Michel, Chefredakteur „kfz-betrieb“**



„Eine Bank ist eine Bank, ist nur eine Bank? Nicht die BDK, die mit eigener Digitalberatung sowie digitalen Mehrwert-Features den Handel stärkt und Kundenkontakte da lässt wo sie hingehören – nämlich beim Händler! Herzlichen Glückwunsch zum 20-jährigen Jubiläum, verbunden mit der Hoffnung auf ein ‚Weiter so‘!“

**Dr. Jörg von Steinaecker, Steinaecker Consulting**



„Seit 2008 wächst die intensive Partnerschaft zwischen der BDK und der AVAG. Aus unserer unpolitischen und unabhängigen Zusammenarbeit ergeben sich gemeinsam immer wieder neue Ideen und Ansätze, die zu Lösungen reifen. Das darf auch gerne die nächsten 20 Jahre weiter so klappen. Wir gratulieren zum Jubiläum.“

**Roman Still, Vorstandssprecher AVAG Holding SE**



„Die BDK ist eine ‚Story of Success‘ – und wäre sie nicht bereits seit mehr als 20 Jahren fest etabliert, sie müsste erfunden werden. Zwar erscheint die Idee, aus dem Kfz-Gewerbe heraus eine unabhängige Autobank zu gründen, zunächst wie eine logische Schlussfolgerung. Aber der Weg war angesichts der breit gefächerten Interessenlagen der Branchenbetriebe dann doch nicht so unbeschwerlich. Dennoch: Es hat sich gelohnt, die Vertrauensbasis ist groß!“

**Prof. Dr. Stefan Reindl, Direktor Institut für Automobilwirtschaft (IfA)**

Vom Launch der eigenen Gebrauchtwagen-Plattform bis zum Umgang mit einer globalen Pandemie – große Themen haben die Entwicklung der BDK in den vergangenen beiden Jahren bestimmt. Im Interview berichten unsere Geschäftsführer über ihre Erfahrungen und Erwartungen an die Zukunft.

3×5

# Fragen an die Chefs



## Dr. Hermann Frohnhaus

Welchen Kurs nimmt die BDK? Als Sprecher der Geschäftsführung ist Dr. Hermann Frohnhaus seit 2003 bei der BDK mit den strategischen Grundsatzzfragen befasst. Gleichzeitig ist er Geschäftsführer der ALD Lease Finanz GmbH, des Leasing-Partners der BDK. Der promovierte Jurist war vor seiner aktuellen Tätigkeit viele Jahre in leitenden Funktionen u. a. für die GEFA Gesellschaft für Absatzfinanzierung, die GEFA-Leasing GmbH sowie die Diskont und Kredit AG/Disko Leasing GmbH tätig.

### 20 Jahre gibt es die BDK, 18 davon stehst du an der Spitze des Unternehmens. Waren 2019 und 2020 die außergewöhnlichsten Jahre in dieser langen Zeit?

Sie stehen natürlich heraus, wenn auch aus ganz unterschiedlichen Gründen. 2019 haben wir uns mit dem Start unserer Gebrauchtwagen-Findemaschine JuhuAuto auf neues Terrain begeben und sind als Autobank selbst Plattform-Betreiber geworden. Unser Jubiläumsjahr 2020 hat uns dann, wie jedes andere Unternehmen auch, durch die Corona-Pandemie vor unerwartete Herausforderungen gestellt. Erfreulicherweise haben wir diese bislang auf allen Ebenen gut gemeistert.

### Ist Erfahrung in solchen Situationen ein Vorteil – oder fällt es einem vielleicht manchmal sogar eher schwer, sich auf Veränderungen einzustellen?

Also aus Erfahrung kann ich schon einmal sagen, dass man immer offen für Veränderungen sein sollte. Wandel eröffnet schließlich Chancen. Die wollen wir mit JuhuAuto nutzen. Und manchmal sind es äußere Umstände, die Flexibilität erfordern. Wir haben bewiesen, auch in schwierigen Zeiten für unsere Handelspartner, Kunden und Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im besten Sinne eine sichere Bank zu sein. Denn wir kombinie-

ren erfolgreich einen breiten Erfahrungsschatz mit dem Antrieb, immer neue Lösungen zu finden.

### Wie hält man ein Unternehmen wie die BDK auf Kurs, wenn sich plötzlich die Grundlage für das eigene Geschäft – und die Art und Weise, wie man zusammenarbeitet – ändert?

Natürlich fährt man dann in gewisser Weise auf Sicht – und muss häufig kurzfristig Entscheidungen treffen. Man braucht ein Team um sich, das auf das jeweilige Thema bezogen schnell alle notwendigen Informationen zusammenträgt, damit Lösungen auf einer soliden Faktenbasis diskutiert und Maßnahmen verabschiedet werden können. Und natürlich ist Kommunikation extrem wichtig. Wir legen hohen Wert darauf, klar und transparent mitzuteilen, was wir machen, und welchem Ziel die jeweilige Entscheidung dient.

### Digitalisierung und E-Mobilität, der Mobilitätswandel überhaupt, sind zentrale Zukunftsthemen, die Fahrt aufnehmen. Was bedeutet das für die BDK und ihre Handelspartner?

Wir haben früh entschieden, uns nicht auf die Rolle des klassischen Finanzdienstleisters zu beschränken. Unsere Strategie setzt bereits an dem Punkt an, an dem potenzielle Kunden sich zuhause

online mit dem Thema Autokauf zu befassen beginnen. Wir tun viel dafür, dass unsere Handelspartner sie dann ganz gezielt und effektiv erreichen – und damit quasi die Poleposition einnehmen. Denn die Digitalisierung verändert nachhaltig die Art und Weise, wie Kunden und Betriebe zueinanderfinden. Dass emissionsfreie Antriebsarten auf dem Vormarsch sind, kann man nur begrüßen. Und da auch Elektroautos geleast oder finanziert werden, können wir diese Entwicklung mit unserem bestehenden Geschäftsmodell positiv begleiten.

### Wie sind die Jahre 2019 und 2020 im Hinblick auf die Zukunft des deutschen Automarktes zu bewerten?

Die Branche befindet sich in einem Wandel, der Fahrt aufnimmt. Für die Betriebe ist die große Herausforderung, diesen neben dem Tagesgeschäft zu bewältigen. 2019 war das Niveau der Neuzulassungen hoch, 2020 hat die Corona-Pandemie Autohaus-Unternehmern alles abverlangt. Dabei ist ihnen allerdings auch die Bedeutung effektiver digitaler Kundenkommunikation noch einmal besonders deutlich geworden. Positiv ist, dass sie nun immer mehr digitale Projekte anschieben – und in dieser Hinsicht sind wir von der BDK ihnen ein starker Partner. Was die Zukunft angeht, bin ich entsprechend zuversichtlich.

## Matthias Sprank

Er ist der Mann der Zahlen und der Technik: Finanzen, Risikomanagement, IT und Organisation sind wesentliche Aufgabenfelder, die Matthias Sprank als Geschäftsführer der BDK verantwortet. Bevor er im April 2004 in die Geschäftsführung unseres Unternehmens berufen wurde, hat der Diplom-Wirtschaftsmathematiker zehn Jahre für die ALD AutoLeasing D GmbH sowie die Master Lease Germany GmbH gearbeitet.



### Bei der BDK bist du unter anderem für das Risikomanagement zuständig. Was geht einem durch den Kopf, wenn Autohäuser – die ja unsere Produkte vermitteln – von einem auf den anderen Tag schließen müssen?

Da gilt es zunächst einmal, einen kühlen Kopf zu bewahren. Grundsätzlich haben wir uns in 20 Jahren am Markt eine starke Basis erarbeitet – das gibt einem in solch einer außergewöhnlichen Lage natürlich Sicherheit. Von daher habe ich sehr schnell nach vorne geblickt und die Dinge in den Fokus genommen, die wir beeinflussen konnten.

### Welche Themen standen da ganz oben auf der Agenda?

Zwei Dinge. Zum einen hatten wir für unsere Handelspartner und Kunden auch unter Pandemie-Bedingungen das gewohnt hohe Serviceniveau sicherzustellen. Gleichzeitig war der Schutz unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für uns von höchster Priorität. Fast alle Tätigkeiten, inklusive der Service-Center-Telefonie, konnten innerhalb kurzer Zeit auch von zuhause aus erledigt werden. Nun wollen wir uns nicht an das Homeoffice als Dauerzustand gewöhnen – aber es ist eine positive Überraschung, wie schnell und gut die Zusammenarbeit zwischen Teams, Abteilungen und Bereichen auch über digitale Kanäle funktioniert.

### Autohäuser, Kredit- und Leasingnehmer sind ja ebenfalls von den Auswirkungen der Pandemie stark betroffen. Ist das für die BDK nicht ein großes Risiko? Und wie gehen wir damit um?

Da kommt uns wieder die starke Basis zugute, die ich eben angesprochen habe. Bei unserem Risikomanagement legen wir seit eh und je einen starken Fokus auf Solidität. Damit machen wir in „normalen“ Zeiten vielleicht nicht jedes Geschäft, das grundsätzlich möglich wäre, profitieren aber jetzt davon, Spielräume zu haben. Die Kreditlinien für unsere Handelspartner in der Einkaufsfinanzierung haben wir beispielsweise uneingeschränkt aufrechterhalten und für private wie gewerbliche Kreditnehmer kulante Lösungen gefunden. Beides trägt am Ende dazu bei, Risiken zu senken – und zwar sowohl für uns als Bank als auch für unsere Handelspartner und Kunden.

### Was ist aus finanzieller Sicht dein Fazit zu den Geschäftsjahren 2019 und 2020?

2019 war ja noch von einer hohen Dynamik im Automarkt und vielen Neuzulassungen geprägt und entsprechend positiv für uns. Gleichzeitig haben wir viel investiert, unter anderem in IT und Produktentwicklung. Ein gutes Ergebnis sagt ja erst einmal nur etwas über die

Arbeit in der Vergangenheit aus und ist keine Garantie dafür, dass es einfach so weitergeht. Deshalb haben wir auch 2020 weiter mutig auf Weiterentwicklung gesetzt. Wir können damit zufrieden sein, wie dieses außergewöhnliche Jahr für uns gelaufen ist und positiv in die Zukunft schauen.

### Blicken wir zum Abschluss einmal ins Jahr 2022, wenn die BDK in einen Neubau in Hamburg-Barmbek zieht. Wie geht es auf der Baustelle voran?

Das ist schon spannend. Man sieht, wie der Bau von der ersten in die zweite Etage wächst, ist aber gleichzeitig schon lange mit der Planung der Innenausstattung befasst. Erfreulicherweise liegt dieses Projekt trotz der Umstände gut im Zeitplan. Und auch, wenn sich das Homeoffice durchaus großer Beliebtheit erfreut – alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der BDK können sich schon darauf freuen, an einem modernen, attraktiven Arbeitsplatz gemeinsam innovative Lösungen für unsere Handelspartner und Kunden zu entwickeln und individuelle Mobilität mit dem Auto zu ermöglichen.

## Martin Guse

Projekte und Digitalisierung sind sein Metier: Seit 1. Januar 2020 ist Martin Guse Mitglied der Geschäftsführung der BDK und u. a. für das Produktmanagement, die Unternehmensentwicklung sowie die 2019 gelaunchte Gebrauchtwagen-Plattform JuhuAuto verantwortlich. Noch als Mitarbeiter der GEFA Gesellschaft für Absatzfinanzierung hat Martin Guse ab 1999 an der Gründung der BDK mitgewirkt, bevor er seit 2003 in unserem Unternehmen verschiedene Stationen durchlief und 2016 zum Generalbevollmächtigten ernannt wurde.



### Seit Januar 2020 bist du neu in der Geschäftsführung der BDK. Den Start hättest du dir sicher unkomplizierter vorgestellt, oder?

Eine globale Gesundheitskrise habe ich jedenfalls damals nicht vorhergesehen, das ist richtig. Aber auch so eine Herausforderung muss man annehmen und das Beste daraus machen. Im Krisenmodus lernt man das eigene Unternehmen aus einer neuen Perspektive kennen. Dabei habe ich viele positive Entwicklungen gesehen, aber natürlich auch Dinge, die zu verbessern sind. Am Ende bin ich überzeugt, dass diese Erfahrung in all ihren Facetten einen nachhaltigen Nutzen hat.

### Kannst du Beispiele nennen?

Einen Geschäftsbetrieb mit rund 800 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern fast komplett ins Homeoffice zu verlegen, ist eine große Aufgabe. Es müssen alle mitmachen und offen für diese Veränderung sein. Unsere digitalen Kommunikationskanäle und internen Plattformen zum Wissenstransfer werden stärker genutzt denn je, virtuelle Meetings sind Alltag geworden. Das bedeutet, dass eine IT-Infrastruktur außergewöhnliche Belastungen bewältigen können muss. Wir können aber auch Rückschlüsse daraus ziehen, was für eine flexible und moderne Arbeitswelt wirklich wichtig ist. Auch wenn der persönliche Kontakt fehlte,

haben wir nicht an Tempo verloren und Zukunftsthemen weiter angeschoben. Der Spagat zwischen Tagesgeschäft und Weiterentwicklung ist gut gelungen.

### Es mag viele überraschen – aber von allen drei Geschäftsführern bist du am längsten, nämlich seit dem Start der BDK vor 20 Jahren, im Unternehmen. Hättest du damals gedacht, einmal für eine Gebrauchtwagen-Plattform verantwortlich zu sein?

Nein, sicher nicht. Auf der anderen Seite ist es ja von jeher unser Auftrag, die Unabhängigkeit des Kfz-Handels zu stärken. Um dieses Ziel zu erreichen, muss man bereit sein, neue Wege zu gehen. Von daher ist es am Ende wiederum gar nicht so ungewöhnlich, dass wir dem Handel nun seit über einem Jahr mit JuhuAuto einen attraktiven digitalen Verkaufskanal bieten. Für Handelspartner und Nutzer ist da eher überraschend, wie stark sich unser Angebot auf den verschiedenen Ebenen – von der Plattform selbst bis hin zum Marketing – von anderen Anbietern unterscheidet.

### Verändert das die Wahrnehmung, die man von der BDK im Markt und darüber hinaus hat?

Das kann man sicher sagen. Wir zeigen, dass wir über den digitalen Wandel nicht nur mitreden, sondern ihn aktiv gestalten

und auch den gerade durch die Corona-Pandemie gestiegenen Erwartungen des Handels gerecht werden wollen. Und wir machen das als Bank aus der Branche für die Branche – was uns als Partner für die Betriebe umso wertvoller macht. Darüber hinaus steigern diese Aktivitäten auch unsere Attraktivität als Arbeitgeber.

### Warum ist gerade jetzt eine gute Zeit, bei der BDK zu arbeiten – oder sich bei uns zu bewerben?

Mit der Kombination aus abwechslungsreichen Aufgaben und den Möglichkeiten, sich individuell weiterzuentwickeln, machen wir ein attraktives und spannendes Angebot. Wir sind eine Autobank – aber eben auch Anbieter digitaler Produkte. Und wir legen besonderen Wert darauf, die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auf allen Ebenen bei unseren Entwicklungsprozessen mitzunehmen. Ihre Ideen, ihr Know-how, ihr Engagement sind schließlich die Grundlage dafür, dass wir unsere Handelspartner und Kunden immer wieder von uns überzeugen. Jeder kann und soll sich einbringen, auch über die eigene Tätigkeit hinaus. Denn unser Erfolg ist am Ende immer das Ergebnis eines Teamworks.

# In wenigen Klicks zum Ziel



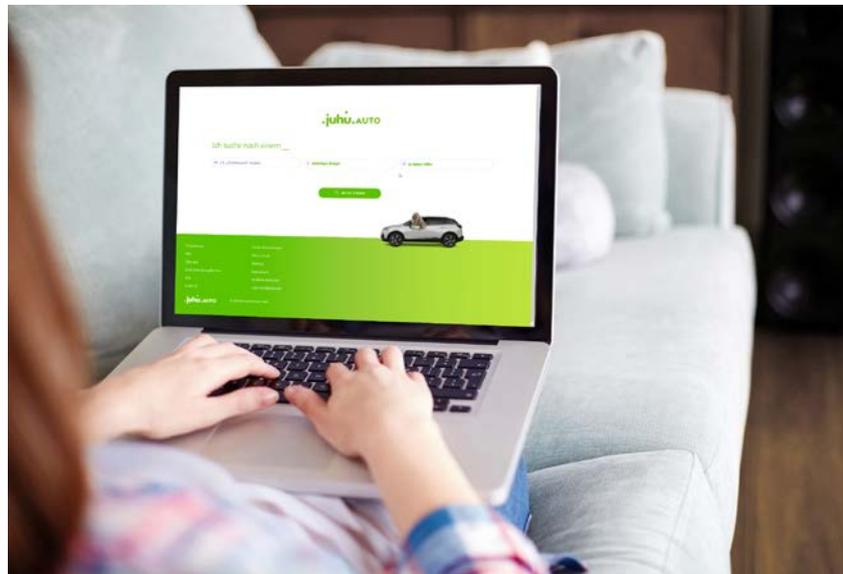
Warum betreibt man eine Gebrauchtwagen-Plattform – wenn man als Autobank eigentlich gar nicht so der Typ dafür ist? Und das in einem Markt, den bislang vor allem zwei große Akteure dominieren?

„Es liegt einfach in unserer DNA, mutig neue Wege zu gehen“, erklärt Martin Guse, bei der BDK als Geschäftsführer maßgeblich verantwortlich für JuhuAuto. „Und wir waren von Anfang an überzeugt, dass unser Ansatz mit einer einfachen, schnellen Freitextsuche ohne viele Filter viele Nutzer von unserer Plattform überzeugen wird.“

# Wer sucht, der findet ... bei JuhuAuto!

**D**enn obwohl es Online-Börsen an sich schon seit vielen Jahren gibt, läuft die Suche bei den meisten Anbietern nach einem scheinbar bewährten Muster ab: Marke wählen, Modell aussuchen, über Filter die Suchergebnisse eingrenzen. Logischerweise passen diese dann immer ziemlich genau zu den Suchkriterien – aber entsprechen sie auch den wirklichen Kundenbedürfnissen?

„Wer nach einem Familienauto mit sieben Sitzen, einem Fahranfängerauto für den Nachwuchs oder einem roten Cityflitzer mit Klimaanlage sucht, ist ja gar nicht immer auf einen bestimmten Hersteller festgelegt. Und ob ein Auto nun 29.000 oder schon 31.000 Kilometer auf dem Tacho hat, spielt für den Interessenten an dieser Stelle ebenfalls keine wesentliche Rolle – für die Platzhirsche unter den Plattformen aber schon“, erklärt Martin Guse. „Auf JuhuAuto dagegen beschreiben unsere Nutzer in der Freitextsuche in eigenen Worten, wonach sie suchen – und bekommen dann Fahrzeuge angezeigt, die ihren Bedürfnissen wirklich entsprechen.“ Statt Dutzender Angebote fast identischer Modelle präsentiert JuhuAuto also mitunter eine größere Vielfalt, diese aber immer übersichtlich sowie passend zum Budget und zur Präferenz des Suchenden. Und natürlich immer von einem zuverlässigen Autohändler.



Apropos Handel. Gerade ihn will die BDK mit ihrer Gebrauchtwagen-Findemaschine im Wettbewerb um wertvolle digitale Kundenleads unterstützen. Über Online-Fahrzeuggestbörsen generierte Kundenkontakte sind heute schließlich wertvoller denn je, in der Regel aber auch teuer erkaufte. Umso besser für die Betriebe, wenn sich ihnen mit JuhuAuto eine echte Alternative bietet. „Bei uns steht das teilnehmende Autohaus im Mittelpunkt“, sagt dazu Martin Guse. Deswegen ist bei jedem Fahrzeuginserat aus einer optionalen Kartenansicht ersichtlich, wo genau sich der entsprechende Betrieb befindet. Und will ein Nutzer mehr wissen, gelangt er über eine Verlinkung direkt zur Händler-Website. „Wer das Autohaus seines Vertrauens schon kennt, kann auch einfach den Namen des Unternehmens in die Freitextsuche auf der Startseite eingeben und gelangt direkt zu den konkreten Angeboten dieses Händlers“, ergänzt Martin Guse.

Ein weiteres Plus der Plattform: Zu fast jedem Fahrzeug bietet JuhuAuto gleich die passende Finanzierungsoption mit an. Auf Wunsch auch direkt mit einer Kreditvoreinschätzung. Das ist praktisch für den Kunden – und auch im Sinne der Händlerorientierung konsequent. Für die Betriebe erhöhen sich damit schließlich die Leadqualität und auch die Wahrscheinlichkeit eines Abschlusses deutlich. Darüber hinaus können sie ihre Erträge durch die Vermittlung von Finanzdienstleistungen steigern.

„Unser Antrieb, eine Gebrauchtwagen-Plattform zu betreiben, macht für den Handel einen großen Unterschied. Automobile Finanzdienstleistungen sind und bleiben das Kerngeschäft der BDK. Über JuhuAuto wollen wir nicht einfach nur an unseren Handelspartnern verdienen, sondern gemeinsam mit ihnen weiter wachsen und eine echte Win-win-Situation schaffen“, hebt Martin Guse hervor.

# Wenn ein Walross Werbung macht

**W**ie wäre es mit ... JuhuAuto?“. Auf eine kurze, nachdenkliche Stille folgt ein zunächst langsames, dann immer überzeugteres Kopfnicken. Und ein: „Ja, das ist gut!“. Der Name für die Gebrauchtwagen-Plattform der BDK war gefunden. Ein großer Schritt für eine neue digitale Plattform, die sich vorgenommen hat, die Phalanx der großen Online-Börsen herauszufordern. Auch das beste Produkt kann am Ende nur erfolgreich sein, wenn potenzielle Kunden es kennen.

„Mit dem Besitz eines Autos verbinden wir positive Emotionen – und ein gutes Gefühl vermitteln wir auch mit unserer Marke JuhuAuto“, erklärt Marketingleiterin Mechthild Broens. „Wir wollen Lust darauf machen, die Suche nach einem neuen Gebrauchtwagen bei uns zu starten, und haben daher gemeinsam mit unseren Agenturpartnern viel kreative Energie in die Entwicklung der Marke und einer überzeugenden Kampagne gesteckt.“ Eine, die mit einem Walross als Hauptdarsteller durchaus überrascht.

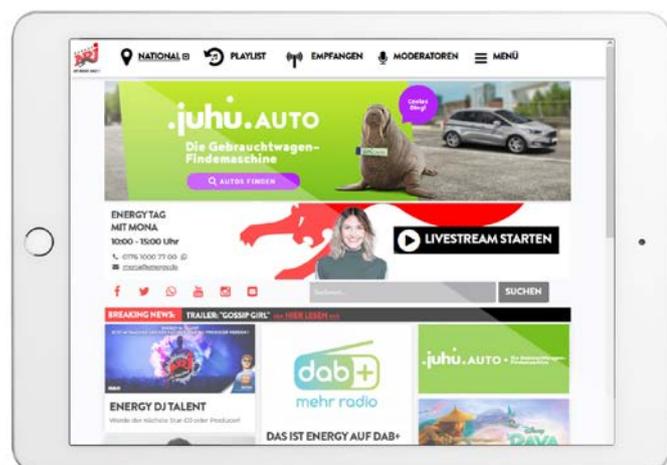
Auf der JuhuAuto-Startseite, in Online-Bannern, überhaupt auf fast allen Werbemitteln und vor allem in den beliebten Werbevideos: Fast immer begegnet einem dieser sympathische Meeresbewohner als Testimonial der selbst-erklärten Gebrauchtwagen-Findemaschine. In den Videos unter anderem begleitet von einem Ninja, einem Vampir oder auch einem Katzenbaby. Das weckt Aufmerksamkeit, womit ein wesentlicher Zweck effektiven Marketings erreicht wäre. Der Auftritt des Walrosses vermittelt aber auch eine klare Botschaft, die der Einfachheit nämlich.

Wie ein nicht ganz schlankes Tier und die hohe Nutzerfreundlichkeit von JuhuAuto zusammenpassen? Nun, wenn man vor einer Herausforderung steht – z.B. der, als Walross ein Katzenbaby retten zu müssen, ist es gut, wenn es eine einfache Lösung gibt. Und für die Autosuche im Internet ist das eben JuhuAuto, die Gebrauchtwagen-Findemaschine.

„Als Herausforderer müssen wir durch kreative Ideen überzeugen“, sagt Mechthild Broens. „Deshalb arbeiten wir auch mit ausgewählten Agenturen zusammen und treiben uns in diesem Prozess immer wieder gegenseitig an. Im Ergebnis hat unsere Kampagne bisher eine sehr gute Wirkung gezeigt.“ Gerade auch, weil sie konsequent digital ausgespielt wird und potenzielle Autokäufer vor allem direkt dort erreicht, wo sie die Autosuche im Internet starten: auf mobilen Endgeräten oder auch am Desktop-Rechner. Bis Dezember 2020 gab es so bereits mehr als 4,3 Millionen Klicks auf die YouTube-Videos der Kampagne, über 570 Millionen Impressions der digitalen Werbemittel wurden verzeichnet. Erstmals kam zum Jahreswechsel zusätzlich digitale Außenwerbung an U- und S-Bahnhöfen zum Einsatz. Ein Highlight war auch eine Gewinnspielkooperation mit Radio Energy in fünf deutschen Großstädten – am Ende freute sich die Gewinnerin über einen 10.000-Euro-Gutschein für den Kauf eines Gebrauchtwagens über JuhuAuto.

Aufmerksamkeit wecken, zum Besuch auf JuhuAuto animieren und dann mit der schnellen und einfachen Suchfunktion überzeugen – das ist die Erfolgsformel, die im Verlauf des ersten Jahres immer mehr Nutzer von der Plattform überzeugt hat. Ein guter Anfang ist also gemacht – und die nächsten Aktionen sind in Vorbereitung, um die Bekanntheit der Marke JuhuAuto weiter zu steigern.





# Ganz nach Plan anders entwickelt

**A**m 18. November 2019 war es so weit: Mit einem Bestand von ca. 38.000 Fahrzeugangeboten an mehr als 400 Händlerstandorten geht JuhuAuto an den Start. Der „rote Knopf“ war gedrückt – bzw. geklickt –, die Gebrauchtwagen-Findemaschine live geschaltet und für jedermann zugänglich. Ein großer Moment nach Monaten der Entwicklung, des Testens und vieler Optimierungen im Kleinen und Großen. Und gleichzeitig doch erst der Anfang einer Reise, die noch viele spannende Etappen zu bieten hat.

„Für eine Autobank ist es sicher keine gewöhnliche Aufgabe, eine Online-Börse zur Marktreife zu führen und sie anschließend zu betreiben“, sagt Elmar Seestädt, Bereichsleiter Digital Transformation bei der BDK. „Gleichzeitig ist das Gefühl, abseits der bekannten Pfade an etwas ganz Neuem mitzuwirken, für alle Beteiligten ungemein motivierend.“

Grundlage für JuhuAuto ist die Zusammenarbeit mit dem britischen e-Commerce-Unternehmen iVendi, das bereits große Erfahrung in der digitalen Vermarktung von Fahrzeugen hat. Und dabei auf die enge Partnerschaft mit dem Handel höchsten Wert legt. Diese Händlernähe ist ein Grund dafür, warum BDK und iVendi sich so gut ergänzen. Ein weiteres Plus war die von den Briten eingesetzte lernende Freitextsuche – nun auch das zentrale Element von JuhuAuto.



„Von Anfang an wollten wir ein Produkt schaffen, das im Markt heraussticht und sich in Design und User-Experience deutlich von den bisherigen Angeboten unterscheidet“, erklärt Elmar Seestädt. „Schnelle Suchergebnisse, die den Wünschen der Nutzer optimal entsprechen, Fahrzeug und Finanzierung aus einer Hand und der klare Bezug zum Händler vor Ort sind wesentliche Vorteile, die wir unseren Nutzern bieten.“

Neben der technischen Entwicklung war eine frühzeitige Einbeziehung des Autohandels ein wichtiges Kriterium für den erfolgreichen Start. Der Vertrieb war also schon Monate vor dem Launch in den Betrieben unterwegs, um für den neuen Player im Markt der Online-Börsen zu werben und mit den Unique Selling Points zu überzeugen. Ein breites Fahrzeugangebot ist schließlich die Voraussetzung dafür, den Nutzer auch zu passenden Suchergebnissen führen zu können. „Da verhält es sich ein bisschen wie mit der Henne und dem Ei – Händler erwarten Leads und Kunden Vielfalt. Aber einer muss den ersten Schritt machen. Wir sind unseren Handelspartnern sehr dankbar für den großen Vertrauensvorschuss, den sie uns gegeben haben“, beschreibt Elmar Seestädt die Herausforderung.

Und blickt zurück: „Wir haben während der Entwicklungsphase und in den ersten zwölf Monaten am Markt sehr viel gelernt, unsere Kompetenzen zielgerichtet ausgebaut und sind die nächsten Entwicklungsschritte angegangen.“ Eine Plattform ist nämlich nie wirklich fertig, denn Nutzerbedürfnisse verändern sich. So gibt es immer etwas zu optimieren und anzupassen. Mit der fortschreitenden Digitalisierung bieten sich auch Möglichkeiten für attraktive neue Funktionalitäten. Das alles hat das JuhuAuto-Entwicklerteam im Blick und für 2021 einiges in der Pipeline. Denn auch in Zukunft will die Gebrauchtwagen-Findemaschine ihre Position als echte Alternative für Händler und Nutzer ausbauen.

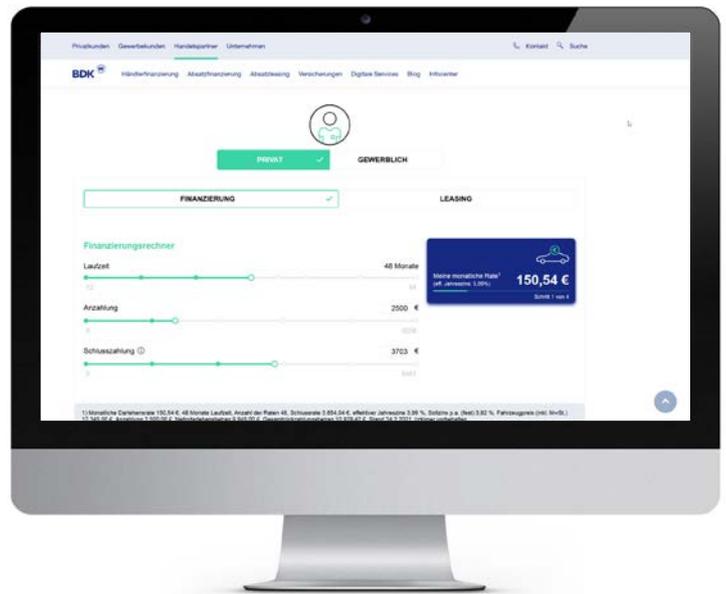
Bei der Entwicklung von JuhuAuto stehen Händler- und Kundennutzen gleichermaßen im Fokus.

# Ein neues Mitglied für die DIGEO Produktfamilie

**O**b aus einem Wunschauto das eigene Auto wird – das hängt für Kaufinteressenten nicht zwangsläufig vom Kaufpreis ab. Oft machen attraktive Finanzierungs- oder Leasingangebote den Unterschied. Und idealerweise finden potenzielle Kunden beides, Fahrzeug und passende Finanzdienstleistung, direkt bei ihrem Besuch auf der Händler-Website.

Der DIGEO Kundenkalkulator, den wir im Mai 2019 vorgestellt haben, macht es möglich. In wenigen Klicks berechnen Internetnutzer mit diesem Online-Tool monatliche Finanzierungs- oder Leasingraten für ihr Wunschfahrzeug, auf Wunsch inklusive GAP- und Restschuldversicherung. Zusätzlich können sie eine Kreditvoreinschätzung abrufen und einen Probefahrtstermin anfragen. Da bleibt keine Frage offen – und zwar für private und gewerbliche Kunden gleichermaßen. Das Tool ist eben ein echtes Multitalent.

Visuell fügt sich der DIGEO Kundenkalkulator der BDK dabei harmonisch in die Internetpräsenz des jeweiligen Autohauses ein – und wird im optimalen Fall direkt bei den Fahrzeugangeboten platziert. So findet der Kunde schnell die Antworten, nach denen er sucht. Und das Autohaus macht es ihm leicht, eine Entscheidung zu treffen.



Digitales Multitasking mit Mehrwert:  
der DIGEO Kundenkalkulator

## Der DIGEO Kundenkalkulator im Überblick

- / Finanzierungsrechner mit Kreditvoreinschätzung
- / Leasingkalkulator
- / Angebot von Versicherungsprodukten
- / Für Privat- und Gewerbekunden nutzbar
- / Probefahrtanfrage

## Ein Lead als Service

**A**traktive Kundenleads bieten wir unseren Handelspartnern auf verschiedenen Wegen, z. B. über JuhuAuto, den DIGEO Kundenkalkulator oder durch Informationen zu auslaufenden Verträgen. Die Kombination von Fahrzeug und Finanzdienstleistung ist dabei ein entscheidendes Qualitätsmerkmal. Denn Internetnutzer, die beides online anfragen, zeigen echtes Interesse am Kauf. Und bei Bestandskunden bieten sich beste Möglichkeiten, Folgegeschäft zu generieren.

Seit dem Herbst 2020 erhalten die Betriebe diese digitalen Verkaufschancen zentral aus dem „LeadService“, dem neuen Daten-Hub der BDK. Per E-Mail, immer DSGVO-konform und mit der Möglichkeit, sie ganz einfach in eigene Leadmanagement-Systeme zu importieren. So tragen wir mit schnellen, sicheren und digitalen Prozessen dazu bei, dass Autohäuser Kunden zum bestmöglichen Zeitpunkt mit dem passenden Angebot effektiv erreichen.

# Unsichtbares Virus mit heftigen Folgen

**S**ARS-CoV-2. FFP-2-Schutzmasken. 7-Tage-Inzidenz. Lockdown. Anfang 2020 waren sich nur Fachleute der möglichen, dann auch eingetretenen dramatischen Auswirkungen des neuen Coronavirus bewusst. Heute haben wir alle – gezwungenermaßen – eine gewisse Expertise im Umgang mit einer Pandemie. Das vergangene Jahr glich einer Achterbahnfahrt. Innerhalb weniger Wochen ging es von den ersten in Deutschland bekannt gewordenen Infektionen in den Lockdown. Gefolgt von einer Phase der Entspannung in der warmen Jahreszeit. Und dann dem umso stärkeren Infektionsgeschehen in den dunklen Monaten mit dem zweiten Lockdown kurz vor dem Jahreswechsel.

Krisenhafte Situationen hat es in der Geschichte immer wieder gegeben. Neu ist, dass durch COVID-19 so gut wie alle Lebensbereiche betroffen sind. Es gibt auch Gewinner, wie die großen Online-Versandhändler. Vor allem aber viele Unternehmen, und damit ihre Inhaber und Angestellten, die mit großen Herausforderungen zu tun haben.

Für uns in der BDK gab es mit Beginn der Corona-Pandemie zwei Prioritäten: das Infektionsrisiko für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter so weit wie irgend möglich zu reduzieren. Und gleichzeitig mit einem hohen Serviceniveau immer für unsere Handelspartner und Kunden da zu sein.

Praktisch bedeutete das: Krisenstab einrichten, technische Voraussetzungen anpassen und Tätigkeiten weitestgehend ins Homeoffice verlagern. Wenn die Pandemie ein Gutes hat, dann den Digitalisierungsschub, den sie mit sich gebracht hat. In kürzester Zeit wurde sogar die wichtige Service-Center-Telefonie vom heimischen Arbeitsplatz aus möglich gemacht. Wobei für die erfolgreiche Um-

Die Corona-Pandemie stellt Wirtschaft und Gesellschaft vor große Herausforderungen.



setzung nicht nur technische Aspekte ausschlaggebend waren: Die Zusammenarbeit im Team auf Distanz will gelernt sein, von Führungskräften und den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern gleichermaßen. Eine gute Kommunikation ist dabei das A und O. So konnte und kann die BDK zu jeder Zeit auch unter Pandemiebedingungen die Betriebe unterstützen, Fahrzeuge mit Finanzierung, Leasing und Versicherungsprodukten zu vermarkten.

Auch im Autohandel hat die Pandemie vieles auf den Kopf gestellt. Von Mitte März bis Ende April galt es zunächst einmal, aus dem zwangsweise geschlossenen Verkaufsbereich heraus den Kontakt zu potenziellen Autokäufern aufrechtzuerhalten. Einen attraktiven Kanal, um das eigene Fahrzeugangebot auch in dieser komplizierten Lage online zu vermarkten, boten wir dem Handel mit JuhuAuto, unserer im November 2019 gelaunchten Gebrauchtwagen-Findemaschine (siehe auch den Beitrag ab Seite 22). Ein „Digital-Paket“ aus DIGEO Neuwagenkonfigurator, DIGEO Kundenkalkulator und intensiver Beratung durch unsere Digitalisierungsspezialisten

**27. Januar**

Bei einem Zulieferer der Automobilindustrie wird der erste Fall einer COVID-19-Infektion in Deutschland nachgewiesen.

**28. Februar**

Die Veranstalter sagen den Genfer Autosalon 2020 ab.

**22. März**

Der erste Corona-Lockdown tritt in Kraft. Verkaufsräume in Autohäusern bleiben bis zum 20. April geschlossen.

**29. April**

In allen Bundesländern gilt nun eine Maskenpflicht.

**29. Juni**

Der Bundestag verabschiedet das zweite Corona-Steuerhilfegesetz und damit u. a. die bis Ende 2020 befristete Absenkung der Mehrwertsteuer.

**8. Juli**

Mit der neuen „Innovationsprämie“ steigen die Fördersätze für Elektrofahrzeuge auf bis zu 9.000 Euro.



war ein weiteres Angebot an die Betriebe, damit diese effektiv auf die neuen Herausforderungen reagieren konnten. Darüber hinaus ging es für sie um ganz praktische, analoge Fragen. Für Auslieferungen waren beispielsweise coronakonforme Prozesse zu entwickeln. Und sie mussten organisatorische Vorkehrungen treffen, um unter Einhaltung von Hygiene- und Abstandsregeln wieder öffnen zu dürfen.

Liquiditätsengpässe zu vermeiden, war für die Betriebe eine weitere, große Aufgabe. Hier haben wir als starker und zuverlässiger Partner des Handels unseren Beitrag geleistet, z. B. durch die Aufrechterhaltung von Kreditlinien sowie die Stundung von Tilgungsraten in der Händlerfinanzierung. Für Autohaus-Unternehmer brachte das notwendige finanzielle Spielräume. Und nicht zu vergessen: Unsere gemeinsamen Kunden, die Autokäufer, konnten sich ebenfalls auf einen kulantem Umgang der BDK mit kurzfristigen Zahlungsschwierigkeiten verlassen.

Auf die Erfahrung einer globalen Virus-Pandemie hätte jeder gerne verzichtet. Sie hat aber mit Sicherheit auch die Anpassungsfähigkeit und

### Das Kfz-Gewerbe

(in Klammern Veränderung zum Vorjahr)

	2020	2019
Pkw-Neuwagenhandel	62,86 Mrd. € (-14,4%)	73,43 Mrd. € (+10,5%)
Pkw-Gebrauchtwagenhandel	82,21 Mrd. € (+18,6%)	69,29 Mrd. € (+4,5%)
Lkw-Handel	12,17 Mrd. € (-8,8%)	13,34 Mrd. € (+7,4%)
Service	27,54 Mrd. € (-8,3%)	30,03 Mrd. € (-10,9%)
<b>Gesamt</b>	<b>184,78 Mrd. €</b> <b>(-0,7%)</b>	<b>186,09 Mrd. €</b> <b>(+4,0%)</b>

### Automarkt Deutschland

	2020	2019
Pkw-Neuzulassungen	2.917.678 (-19,1%)	3.607.258 (+5,0%)
Pkw-Besitzumschreibungen	7.021.204 (-2,4%)	7.195.437 (+0,0%)

### Deutsche Wirtschaft

	2020	2019
Entwicklung Bruttoinlandsprodukt (BIP)	-4,9%	+0,6%
BIP je Einwohner (in Euro)	40.116	41.508

das Miteinander zwischen und in Unternehmen gestärkt. Für die BDK und unsere Handelspartner lässt sich das in jedem Fall sagen. Digitale Tools – ob für Meetings, zur Video-Beratung oder zur Information und Interaktion über Websites – werden immer stärker und effektiver genutzt. Und gerade hier liegt das Potenzial dafür, aus der Krise das Beste zu machen: Denn wer es schafft, unter den Bedingungen eines Lockdowns einen engen Kontakt zu Angestellten und Kunden zu halten, wird auch in besseren Zeiten von dieser Fähigkeit profitieren.

## Eine kurze Corona-Chronologie 2020

### 5. August

Der ZDK kritisiert fortwährende Probleme in den Zulassungsstellen, die zu großen Verzögerungen bei der Auslieferung von Fahrzeugen an Kunden führen.

### 16. Dezember

Nach stark steigenden Infektionszahlen beschließen Bund und Länder einen zweiten, harten Lockdown. Auch Autohäuser müssen ihre Verkaufsräume wieder schließen.

### 21. Dezember

Die Europäische Kommission erteilt dem COVID-19-Impfstoff der Unternehmen BioNTech und Pfizer die europaweite Zulassung.

### 27. Dezember

In Deutschland startet die Impfkampagne zur Eindämmung der Coronavirus-Pandemie.

## Darauf kann man aufbauen

Für den digitalen Wandel in Steine und Mörtel investieren? Das ergibt Sinn. Kreativität benötigt schließlich den entsprechenden Raum, damit innovative Ideen und Lösungen entstehen können.

Da wir bei der BDK Veränderung in erster Linie als Chance begreifen, stellen wir uns auf allen Ebenen für eine gute Zukunft auf. Der Neubau der Unternehmenszentrale ist dafür ein nach außen sichtbares Zeichen. In den Jahren 2019 und 2020 wurden wichtige Etappenziele erreicht.



**K**urz bevor die ersten Bagger anrollten, griffen am 24. September 2019 unter anderem Hamburgs Finanzsenator Dr. Andreas Dressel, Alexander Otto als CEO der Projektgesellschaft ECE, Detlef Zell als Geschäftsführer der Hanseatic Bank und Matthias Sprank, Geschäftsführer der BDK, symbolisch zum Spaten. Nach der im Sommer erfolgten Baugenehmigung konnte es in diesem Moment endlich losgehen, und mit dem Spatenstich fiel der Startschuss für die konkreten Baumaßnahmen. Seitdem entsteht am neuen Standort im Hamburger Stadtteil Barmbek ein hochmoderner Bürokomplex für die BDK, unsere Schwestergesellschaft Hanseatic Bank sowie weitere Hamburger Unternehmenstöchter der Société Générale. In nachhaltiger Bauweise natürlich, mit einer hervorragenden Verkehrsanbindung und einer Arbeitsatmosphäre, die uns künftig zu weiteren Höchstleistungen motiviert.



### Fakten zum „Campus Hamburg“

- / Bruttogeschossfläche von ca. 26.000 m<sup>2</sup>
- / Ca. 1.500 Arbeitsplätze für alle Mieter
- / Co-Working-Area mit ca. 30 Arbeitsplätzen
- / 35 Meeting-Räume
- / Cafeteria mit ca. 250 Plätzen
- / 300 Tiefgaragen-Stellplätze
- / Ca. 200 Fahrradstellplätze



Ein knappes Jahr nach dem Spatenstich waren die beteiligten Projektpartner auf dem Weg zur Fertigstellung bereits einen großen Schritt weiter. Zur offiziellen Grundsteinlegung am 21. August 2020, an der auch der Hamburger Wirtschaftsssenator Michael Westhagemann mitwirkte, wuchsen die ersten Gebäudeteile bereits aus der Baugrube heraus. Der Einfluss der Corona-Pandemie auf die Baufortschritte konnte auch im weiteren Verlauf des Jahres erfreulich klein gehalten werden. So ist fast jeden Tag, an dem man an der Baustelle vorbeikommt, etwas Neues zu entdecken. Und gedanklich hat sich der eine oder andere Kollege vielleicht sogar schon das Innenleben am künftigen Arbeitsplatz vorgestellt. Denn auch hierfür sind die Planungen natürlich in vollem Gange.

„Die Ziele, die wir mit dem Neubau verbinden, sind klar“, sagt Matthias Sprank, der als BDK-Geschäftsführer maßgeblich in das Großprojekt involviert ist. „Wir wollen heutige und künftige Kolleginnen und Kollegen mit optimalen Bedingungen begeistern und unsere Rolle als Impulsgeber und Partner des Kraftfahrzeuggewerbes weiter stärken.“

Innovative Lösungen und hohes persönliches Engagement sind dabei zentrale Bestandteile des Erfolgsrezepts. Auf sie kommt es schließlich in erster Linie an, wenn es darum geht, die Zukunft der BDK und die Partnerschaft mit dem Handel erfolgreich zu gestalten.



# Wissen teilen, optimal zusammenarbeiten

Was macht eigentlich eine unabhängige Autobank? Diese Frage stellt sich vermutlich jeder, der nicht gerade aus der Branche kommt und zum ersten Mal von uns hört.

Und die Antwort ist eigentlich ganz einfach. Wir machen unseren Kunden mit attraktiven Finanzdienstleistungen und Online-Services den Autokauf im Autohandel so leicht wie möglich. Zu ihrem Wunschfahrzeug benötigen viele Menschen schließlich auch die passende Finanzierungs- oder Leasingoption. Und dann kommen wir ins Spiel. Ob Finanzierung, Leasing oder Versicherungsprodukte – durch unsere Zusammenarbeit mit über 3.600 Betrieben erhalten Kunden im Autohaus alles unkompliziert aus einer Hand.

Viele Rädchen greifen ineinander, damit wir unseren Handelspartnern und den Autokäufern ein optimales Erlebnis bieten können. Dabei steigen auch die Anforderungen an uns als Autobank, schließlich beschäftigen sich die meisten Menschen inzwischen zunächst online mit den Themen Fahrzeugkauf und Finanzierung. Das bringt Wandel auf allen Ebenen mit sich, an dem jede Kollegin und jeder Kollege mitwirken kann und soll.

„Veränderungsprozesse gestalten wir auf einer breiten Basis, indem wir Projekte über Abteilungs- und Bereichsgrenzen hinaus gemeinsam vorantreiben“, erklärt Katrin Köster, seit Oktober 2020 Bereichsleiterin Personal der BDK. „Der effektive Wissenstransfer und neue Organisationsmodelle, die unterschiedliche und für den Erfolg notwendige Kompetenzen und Fähigkeiten zusammenführen, spielen dabei eine immer stärkere Rolle.“

Wissen innerhalb der gesamten Organisation verfügbar zu machen, ist also ein wesentlicher Erfolgsfaktor. So berichten die Fachabteilungen inzwischen über ein digitales Kollaborations-Tool kontinuierlich über ihre Aufgaben, Projekte und den aktuellen Stand der Dinge. Auf diese Weise kann sich jeder zu jeder Zeit darüber informieren, welche Fortschritte gemacht werden oder in der nahen Zukunft zu erwarten sind – und mit eigenen Ideen zur Entwicklung beitragen. Die Nutzung dieses Tools und die Interaktion sind 2020 entsprechend exponentiell gestiegen. Und auch bei großen Projekten wie dem Neubau erfolgt die Kommunikation nicht top-down, sondern aus den Teams heraus. Hier informieren sogenannte Change Agents in ihren Bereichen regelmäßig über Neues, sodass sich alle immer gut mitgenommen fühlen.

Ihren großen Wert haben diese transparenten Kommunikationsformen gerade im Corona-Jahr 2020 bewiesen. Denn natürlich haben die Kolleginnen und Kollegen auch aus dem Homeoffice heraus Zugriff auf Informationen, die für ihre eigene Arbeit unmittelbar relevant sind oder ihnen einen Eindruck von anderen wichtigen Entwicklungen im Unternehmen geben. So bleibt immer das große Ganze im Blick, sogar in Zeiten einer Pandemie und des Arbeitens auf Distanz. Und mit diesem breiten Wissen können alle noch besser dazu beitragen, dass wir von der BDK für unsere Handelspartner und Kunden mit unseren Leistungen auch künftig den Unterschied machen.



## Neue Ausbildungsberufe

Einen guten Start ins Berufsleben versprechen unsere Ausbildungsgänge und Möglichkeiten zum dualen Studium. 2019/20 mit neuen Angeboten:

**Fachinformatik Anwendungsentwicklung:** Unsere Azubis in diesem Ausbildungsgang unterstützen die IT bei der (Weiter-)Entwicklung spezifischer Softwarelösungen für unsere Bank. Natürlich agil, unter enger Anleitung erfahrener Kolleginnen und Kollegen und in Zusammenarbeit mit der Beruflichen Schule ITECH.

**Fachinformatik Systemintegration:** Wie plant, installiert und administriert man IT-Systeme und Netzwerke? Das lernen unsere Azubis in diesem Ausbildungsgang, den wir mit der Beruflichen Schule ITECH anbieten.

## Gesünder leben geht gemeinsam leichter

Das Gesundheitsmanagement ist ein großes Thema in der BDK. Von der „Bewegten Pause“ im Homeoffice bis zu den Angeboten der „macht fit“-Plattform bieten wir eine große Bandbreite an Möglichkeiten, sich für Job und Freizeit fit zu halten. Zwei Beispiele:

**Weight Watchers at Work:** Drei Monate mit dickem Minus. In diesem Fall war das eine gute Sache, denn hier purzelten die Kilos. Um durchschnittlich fünf Kilogramm konnten die Kolleginnen und Kollegen, die 2019 an der ersten Runde des Programms teilnahmen, ihr Körpergewicht reduzieren. Und waren damit für viele weitere ein Ansporn, sich 2020 am zweiten Durchgang zu beteiligen.

**Global Corporate Challenge:** Auch oder gerade in der Pandemie tut Bewegung gut. Natürlich mit dem gebührenden Abstand. 203 Kolleginnen und Kollegen machten 2020 verteilt auf 29 Teams bei der Global Corporate Challenge mit, legten dabei die beeindruckende Strecke von 221.000 Kilometern zurück und verabschiedeten sich auf diesem Weg von ganzen 14 Millionen Kalorien.



## EY Corporate Finance Woman of the Year Germany

Eine tolle Auszeichnung für eine starke Kollegin: Im September 2019 hat Friederike Falk bei uns ihr duales Studium zum Bachelor of Business Administration abgeschlossen und im November noch einen daraufgesetzt. Bei LinkedIn hatte sie sich zur Teilnahme am Wettbewerb „EY Corporate Finance Woman of the Year“ des internationalen Beratungsnetzwerks Ernst & Young beworben, wurde angenommen und nach zwei anspruchsvollen wie aufregenden Tagen zur Siegerin 2019 in Deutschland gekürt. Darüber freut sich auch unsere Geschäftsführung, wie Matthias Sprank erklärt: „Wir sind stolz auf Friederike und froh, eine so vielversprechende Mitarbeiterin in unseren Reihen zu wissen!“



## Spezialisten für gute Geschäfte

Ein Terminvorschlag für eine Kfz-Reparatur in drei Tagen? Was sich für einen privaten Kunden gut anhört, kann für Gewerbetreibende ein Problem sein. Nur ein Beispiel dafür, wie sich die Anforderungen gewerblicher Kunden von denen privater Autokäufer unterscheiden.

**G**leichzeitig sind sie für Autohäuser eine hochattraktive Zielgruppe: unter anderem, weil sie oft gleich mehrere Fahrzeuge auf einmal ordern, die Betriebe regelmäßig für Serviceleistungen aufsuchen oder ihren Bestand häufiger als beispielsweise Familien austauschen.

Hier liegt also viel Potenzial, gerade auch für die Handelspartner der BDK. Dieses gemeinsam mit Autohausunternehmern zu heben, ist das erklärte Ziel der Gewerbekundenspezialisten der BDK. Seit 2019 sind sie mit ihrer Kompetenz und dem Produktangebot der ALD Lease Finanz, der Leasinggesellschaft der BDK, auf der Überholspur unterwegs.

„Wir begleiten Händler aller Marken in allen Phasen der Neugeschäftsanhahnung bei gewerblichen Kunden – und darüber hinaus“, erklärt Annette Jorns, seit Oktober 2020 Vertriebsleiterin Gewerbekunden. Und diese Arbeit setzt schon bei ganz grundlegenden Dingen und der Analyse von Prozessen an. Wie ist der jeweilige Betrieb auf die besonderen Bedürfnisse dieser Zielgruppe von der Angebotserstellung bis zu den Aftersales eingestellt? Gibt es im Autohaus schon Experten oder müssen Mitarbeiter erst noch geschult werden? Und wie lassen sich kleine und größere Unternehmen im Umfeld optimal erreichen? Wer die umfassende Beratungsleistung unserer Gewerbekundenspezialisten nutzt, hat also beste Wachstumschancen in diesem attraktiven Segment. Ein weiteres Plus: Über die ALD Lease Finanz können Autohäuser attraktive Full-Service-Leasingraten für alle Fahrzeugmodelle ihres Portfolios bieten und ersparen sich das Jonglieren mit den Konditionstableaus unterschiedlicher Captives und Leasinggesellschaften. Darüber hinaus haben die Betriebe bei Kilometerverträgen die Wahl, ob sie Fahrzeuge am Ende der Laufzeit in den eigenen Bestand aufnehmen oder an die BDK/ALD Lease Finanz abgeben wollen. So gewinnen sie wertvolle Flexibilität bei der Gestaltung der Gebrauchtwagen-Vermarktung.

Dieses breite Angebot wird gerne genutzt, wie Annette Jorns berichtet: „Gerade in unserer Unterstützung bei der Ermittlung von Ausschreibungen durch Behörden und der Abwicklung durch unser Innendienst-Team sehen viele Handelspartner einen klaren Mehrwert für sich und ihre Geschäftsentwicklung“, so die Vertriebsleiterin Gewerbekunden. „Da wir über ein sogenanntes Präqualifizierungszertifikat verfügen, ersparen wir ihnen darüber hinaus einiges an Aufwand bei der Angebotserstellung. Zahlreiche Betriebe schließen auch über uns Rahmenverträge mit großen Endkunden ab.“

Es gibt also gut zu tun für das Team der Gewerbekundenspezialisten, das deswegen auf nunmehr zehn Kolleginnen und Kollegen angewachsen ist. Die Betreuung erfolgt schließlich vor Ort in den Betrieben – jedenfalls so weit wie die Corona-Pandemie dies zulässt – und erfordert entsprechende Kapazitäten.

Dabei gehen wir auch immer wieder neue Wege. Wie mit dem Paket aus Analysegesprächen, individuellem Coaching und Gruppen-Seminar, das wir interessierten Handelspartnern 2020 gemeinsam mit der TRIAS GmbH anbieten konnten. Eine gute Möglichkeit für die teilnehmenden Betriebe, um mit hoher Drehzahl ihr eigenes Gewerbekundengeschäft professionell aufzustellen und es anschließend gemeinsam mit der BDK weiterzuentwickeln. Denn das ist auch klar: Man muss immer am Ball bleiben, um Unternehmer und Unternehmen als Kunden für sich zu gewinnen.

Ein Erfolgsfaktor ist dabei, potenzielle Abnehmer frühzeitig zu identifizieren und gezielt anzusprechen. Ob Pflegedienste, Handwerker oder größere mittelständische Unternehmen: es gibt sie überall, und fast immer besteht ein Bedarf an flexibler Mobilität mit dem Auto. Wer sich frühzeitig bekannt macht, hat dann auch bessere Chancen auf einen Auftrag. „Unser Ansatz ist ganzheitlich, und unsere Unterstützung beginnt schon, bevor bei unseren Handelspartnern eine Anfrage gestellt wird“, sagt dazu Annette Jorns. „Professionalität von der Angebotserstellung bis zum Service ist die Pflichtübung, zielgerichtete und effektive Neugeschäftskampagnen aber die Kür“, so die Vertriebsleiterin Gewerbekunden weiter. Beides von A bis Z optimal zu gestalten, das ist unser Anspruch.



### Annette Jorns

Seit Oktober 2020 ist Annette Jorns Vertriebsleiterin Gewerbekunden der BDK. Schon seit 1998 ist sie im Unternehmen und verfügt damit über langjährige Erfahrungen im Bereich der automobilen Finanzdienstleistungen. Als Leiterin der Region West im Außendienst hat Annette Jorns darüber hinaus in den vergangenen Jahren einen engen Kontakt zum Handel sowie ein tiefes Verständnis für die Bedürfnisse der Betriebe entwickelt. Ihre neue Aufgabe hat sie von Paul Häpp übernommen, der zum Jahreswechsel 2020/21 in den Ruhestand eingetreten ist.



Ja, Videokonferenzen haben sich bewährt und für große Veranstaltungen gibt es inzwischen digitale und hybride Formate. Aber am Ende ist der persönliche Kontakt durch nichts zu ersetzen. Deshalb unterstützen wir als BDK Branchenevents oder bieten eigene Veranstaltungsformate.

# BDK

# E

in Rückblick auf Aktivitäten der Jahre 2019 und 2020, durch die wir Präsenz gezeigt und die Bindung zum Handel gestärkt haben. Einer der schon heute Lust auf die Zeit macht, wenn die Event-Teams der Verlage, Verbände und auch wir selbst in diesem Bereich wieder Vollgas geben können.

# vor Ort

## Digital Automotive Days und Award

Leistung lohnt sich. Und wird belohnt. Im Fall des Digital Automotive Awards der Vogel Communications Group mit einer Auszeichnung für erfolgreiche Digitalprojekte im Autohandel. Bei den Digital Automotive Days gibt es anschließend Input für Betriebe, die morgen zu den Siegern zählen möchten. Das unterstützen wir von der BDK als Partner mit großem Engagement und haben den Teilnehmern 2019 sogar eine Vor-Ort-Digital-Inspektion unserer Digitalisierungsspezialisten geboten.



## DigiDays der BDK

2019 setzten wir mit den ersten DigiDays der BDK ein echtes eigenes Highlight. Fünf Städte, jeweils neun Workshops zu unterschiedlichen digitalen Themen und über 100 zufriedene Teilnehmer aus dem Handel. Die mit ganz praktischen Tipps zur Digitalisierung im eigenen Betrieb auf der Habenseite zufrieden nach Hause gingen. Viele gute Gründe also für eine Neuauflage der Veranstaltungsreihe, wenn Corona erst einmal Geschichte ist.

## ZDK Bundestagung 2019

Wenn die Innungen des Kraftfahrzeuggewerbes sich zu ihrer jährlichen Bundestagung versammeln, sind wir natürlich dabei. Und schätzen die Gelegenheit, Kontakte zu Verbänden und Betrieben zu pflegen sowie neue zu knüpfen. So wie 2019 in Berlin und hoffentlich auch im September 2021 wieder.



## puls Automobilkongress 2020

Dass größere Präsenzveranstaltungen auf längere Sicht pausieren müssen, deutete sich im März 2020 gerade erst an. Umso schöner, dass der puls Automobilkongress 2020 mit der BDK als Partner noch wie geplant stattfinden konnte. Mit einem ersten Zwischenfazit zu JuhuAuto, wenige Monate nach dem Launch der Plattform. Und inhaltlich ganz passend zum Thema der Veranstaltung „Einfach zum Auto“.

## AUTOHAUS Perspektiven

Welche Trends bewegen den Automarkt und wie reagieren Autohäuser auf neue Kundenbedürfnisse? Die Veranstaltungsreihe „AUTOHAUS Perspektiven“ beleuchtet jeweils zum Jahresauftakt tagesaktuelle Fragen und Zukunftsthemen für die Branche. 2019 und 2020 wieder mit uns als Partner und Sponsor.



## Herbstakademie Sylt 2020

Wie man aus einer schwierigen Situation das Beste macht, haben die Veranstalter der Herbstakademie Sylt im November 2020 eindrücklich bewiesen. Aus einem Event, das eigentlich von der Stimmung vor Ort lebt, wenn ca. 200 junge Autohaus-Junioren sich auf der Nordseeinsel versammeln, haben sie in kürzester Zeit ein spannendes Online-Format gemacht. Chapeau! Digital und als Unterstützer präsent: wir von der BDK.





**KNACK DEN KREBS**  
Fördergemeinschaft  
Kinderkrebs-Zentrum  
Hamburg e.V.



## Gelebte Verantwortung

Gemeinsam sind wir stärker – das gilt auch für unser Engagement im sozialen Bereich. 2019 und 2020 haben wir uns wieder als verlässlicher Partner gezeigt, der immer das große Ganze im Blick hat.



## PRYVIT – Hilfe für Tschernobyl-Kinder e.V.

Wer heute 30 Jahre alt ist, kennt die Reaktorkatastrophe von Tschernobyl nur aus Erzählungen der eigenen Eltern – oder aus der Serie eines amerikanischen Streamingdienstes. Die Folgen dieses Super-GAU's von 1986 sind für die Menschen in der Region immer noch allgegenwärtig. Viele Kinder und Jugendliche leiden unter einer Schwächung des Immunsystems, gesunde Lebensmittel sind teuer und der Eigenanbau keine sichere Alternative. Die gemeinnützige Organisation „PRYVIT – Hilfe für Tschernobyl-Kinder“ leistet wertvolle Unterstützung vor Ort und organisiert – mit Ausnahme des Corona-Jahrs 2020 – eine jährliche Sommerfreizeit in Deutschland mit medizinischer Unterstützung für eine Gruppe von Kindern und Jugendlichen aus Tschernobyl und Umgebung. Wir fördern dieses Engagement bereits seit vielen Jahren und haben das 2019 und 2020 gerne auch wieder mit unseren Weihnachtsspenden getan.

[www.pryvit.de](http://www.pryvit.de)

## Knack den Krebs

Wenn Kinder an Krebs erkranken, ist das für die jungen Patienten und ihre Familien eine ungeheure Belastung. Der Verein KNACK DEN KREBS – Fördergemeinschaft Kinderkrebs-Zentrum Hamburg e. V. steht ihnen in dieser schwierigen Lebensphase zur Seite. Dazu zählen beispielsweise die Unterstützung einer optimalen Patientenversorgung, psychosoziale Hilfsangebote oder die Förderung von Forschungsprojekten. Grund genug für unsere Auszubildenden, die Einnahmen aus ihrer Spendenaktion 2019 – aufgestockt mit einer Spende des Unternehmens – dieser wertvollen Arbeit zukommen zu lassen.

[www.kinderkrebs-hamburg.de](http://www.kinderkrebs-hamburg.de)

## Kinder-Hospiz Sternenbrücke

Fußball spielen und damit Gutes tun – das finden wir bei der BDK eine hervorragende Idee. Und nehmen daher regelmäßig im Sommer am Sternenkicker-Turnier der Hamburger Kreativagentur deepblue networks teil. Durch die Antrittsgelder der beteiligten Mannschaften kommt so jedes Jahr ein fünfstelliger Betrag zusammen, der als Spende dem Hamburger Kinder-Hospiz Sternenbrücke zugutekommt. Denn „Kicken hilft“, lautet das Motto der Veranstaltung, dem wir uns nur anschließen können. Und haben auch 2019 und 2020 gerne wieder für diesen guten Zweck gespendet, auch wenn das Turnier im vergangenen Jahr coronabedingt leider ausfallen musste. Für 2021 drücken wir aber die Daumen, dass es wieder klappt!



[www.sternenbruecke.de](http://www.sternenbruecke.de)

## Kids in die Clubs

Sport und die Mitgliedschaft in einem Verein sind natürlich eine gute Sache, um den eigenen Körper fit zu halten. Gerade Kinder machen aber neben dem Spaß an der Bewegung zusätzlich wertvolle Erfahrungen im sozialen Miteinander, die ihnen ihr ganzes Leben über nützen. Umso wichtiger ist es, gerade auch Kindern und Jugendlichen aus einkommensschwachen Familien eine Vereinsmitgliedschaft zu ermöglichen. Und das tut die Hamburger Sportjugend mit ihrem Förderprogramm „Kids in die Clubs“. Ein wichtiger Beitrag zu einer in jeder Hinsicht gesunden Entwicklung der jüngsten unserer Gesellschaft, zu dem wir von der BDK gerne unseren Teil beitragen.

[www.hamburger-sportjugend.de](http://www.hamburger-sportjugend.de)



## Leseleo e. V.

Gut lesen zu können und das Gelesene auch richtig zu verstehen – elementare Fähigkeiten, die Kinder bereits im Grundschulalter erlernen sollten. Doch nicht immer sind Schule und Elternhaus in der Lage, die Kleinen in diesem wichtigen Lernprozess ausreichend zu unterstützen. Hier macht Leseleo – Verein zur Sprach- und Leseförderung von Kita- und Grundschulkindern – ein großartiges Angebot. Lesepatren treffen sich ein Mal pro Woche mit Kindern, um ihnen ganz gezielt bei diesen wichtigen Entwicklungsschritten zu helfen. Vor allem natürlich durch gemeinsames Lesen. Und immer wieder auch im Rahmen von Veranstaltungen des Vereins. Uns hat dieses Engagement so überzeugt, dass wir es gerne mit einer unserer Weihnachtsspenden 2020 unterstützt haben.

[www.leseleo.de](http://www.leseleo.de)

# Die BDK im Über- blick



Mitarbeiter  
790



Handelspartner  
3.627



Bestandsvolumen  
5,6 Mrd. €

## Die Produkte der BDK

### Absatzfinanzierung

- / Klassische Finanzierung
- / Schlussratenfinanzierung
- / 3-Wege-Finanzierung
- / Finanzierung<sup>Plus</sup>
- / Restschuldversicherung
- / Restschuldversicherung<sup>Plus</sup>
- / GAP-Versicherung
- / GAP<sup>Plus</sup>-Versicherung
- / Zubehör- und Reparaturfinanzierung

### Absatzleasing

- / Kilometerleasing
- / Restwertleasing
- / Technik-Service
- / GAP-Deckung
- / Händlerfinanzierung
- / Einkaufsfinanzierung<sup>Start</sup>
- / Einkaufsfinanzierung
- / Einkaufsfinanzierung<sup>Plus</sup>
- / Einkaufsfinanzierung<sup>Flex</sup>
- / bdk invest

### Digitale Services

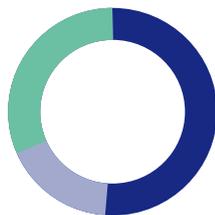
- / **Neu 2020:** DIGEO Kundenkalkulator
- / DIGEO Neuwagenkonfigurator
- / DIGEO Webservice

### Gebrauchtwagen-Plattform

- / **Neu 2019:** JuhuAuto

## Die Gesellschafter der BDK

- **Societe General Group**  
(über die ALD Lease Finanz GmbH)  
51 Prozent der Stimmrechte
- **Beteiligungsgesellschaft des Kfz-Gewerbes mbH**  
34 Prozent der Stimmrechte
- **TECHNO Versicherungsdienst GmbH**  
15 Prozent der Stimmrechte



Alle Angaben Stand 31.12.2020

# Die Organisation der BDK

## Geschäftsführung

**Dr. Hermann Frohnhaus**, Sprecher der Geschäftsführung

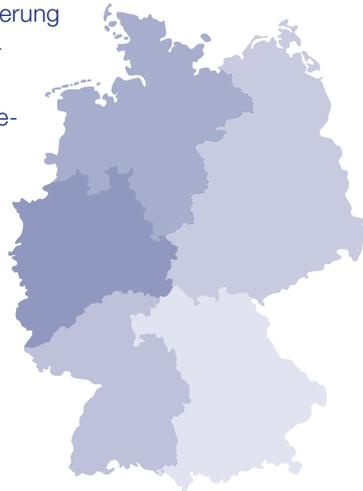
**Martin Guse**, Geschäftsführer

**Matthias Sprank**, Geschäftsführer

## Vertrieb

Für jeden Bedarf die passende Betreuung durch:

- / Vertriebspezialisten im Innendienst
- / Gebietsleiter in den Regionen
- / Spezialisten Digitalisierung
- / Spezialisten Händlerfinanzierung
- / Spezialisten Gewerbe-kundengeschäft



## Aufsichtsrat

**Dr. Rolf Hagen**

Diplom-Ökonom (Aufsichtsratsvorsitzender)

**Dr. Harry Brambach**

ehem. Präsident Verband des Kraftfahrzeuggewerbes Baden-Württemberg e. V. (stellv. Aufsichtsratsvorsitzender)

**Eric Delarue**

Société Générale Group, Business Unit Euro, Deputy Head

**Jean-Hugues Delvolvé**

Société Générale Group, Compagnie Generale de Location d'Equipments S. A., CEO

**Jürgen Karpinski**, Zentralverband Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe e. V., Präsident

**Dr. Axel Koblitz**

Zentralverband Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe e. V., Hauptgeschäftsführer

**Wilfried Multusch**

ehem. Mitglied des Verwaltungsrats  
ALD Lease Finanz GmbH

**Esko Thüllen**

Auto Thüllen Gruppe, Geschäftsführender Gesellschafter

**Guido Zoeller**

Société Générale, Group Country Head Deutschland & Österreich

## Zentralverband Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe

Das enge Verhältnis der BDK zum Zentralverband Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe e. V. (ZDK) leitet sich aus der Entstehungsgeschichte der Bank ab. Es war schließlich eine Initiative des ZDK, die im Jahr 2000 zur Gründung der Bank Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe führte. Der ZDK vertritt die berufsständischen Interessen der aktuell rund 37.000 Kfz-Meisterbetriebe in Deutschland. Die Mitgliedsbetriebe wiederum sind in 234 Innungen und 14 Landesverbänden auf der einen sowie in 36 Fabrikatsverbänden auf der anderen Seite organisiert. Sie profitieren dabei von der engen Zusammenarbeit zwischen ZDK und BDK, beispielsweise bei Veranstaltungen des Verbands, durch das Seminarangebot mit der Führungsakademie Sylt oder auch im Rahmen der Herbstakademie Sylt.

[www.kfz-gewerbe.de](http://www.kfz-gewerbe.de)

## Bankenfachverband

Ihren Fokus auf verantwortungsvolles Handeln unterstreicht die BDK auch durch ihre Mitgliedschaft im Bankenfachverband. Dieser vertritt die Interessen der Kreditbanken in Deutschland und zählt Experten für die Finanzierung von Konsum- und Investitionsgütern sowie von Kraftfahrzeugen aller Art zu seinen Mitgliedern. Die Kreditbanken haben aktuell mehr als 170 Milliarden Euro an Verbraucher und Unternehmen ausgeliehen und fördern damit die Dynamik von Wirtschaft und Konjunktur. Als Mitglied des Bankenfachverbands handelt die BDK nach dem Kodex der „Verantwortungsvollen Kreditvergabe“. Er schreibt Standards bei der Kreditvergabe vor und enthält eine Reihe verbraucherfreundlicher Regelungen, die über den gesetzlichen Rahmen hinausgehen. Dazu zählt beispielsweise der verständnisvolle Umgang mit Menschen in Zahlungsschwierigkeiten.

[www.kredit-mit-verantwortung.de](http://www.kredit-mit-verantwortung.de)



# Impressum

## **Kontakt**

Bank Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe GmbH  
Nedderfeld 95, 22529 Hamburg  
Postfach 57 02 07, 22771 Hamburg

## **Quellen**

ZDK, Deutsche Automobil Treuhand (DAT) (Infografiken „Das Kfz-Gewerbe“ und „Automarkt“, Seite 29), Statistisches Bundesamt (Infografik Deutsche Wirtschaft, Seite 29)

## **Umsetzung**

Beckmann Verlag GmbH & Co. KG, Lehrte

## **Fotos**

Bank Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe GmbH; Nico Bitzer; Société Générale; ZDK, ECE; Daniel Reinhardt/Senatskanzlei Hamburg; iStockphoto.com: atomicstudio; kirin\_photo; deepblue4you; Neustockimages; EmirMemedovski, AliseFox, sturti, shapechange; Hugo Stintzing (privat); Kfz-Gewerbe Schleswig-Holstein; MGS Motor Gruppe Sticht; puls Marktforschung GmbH; Autohaus Hartmann; Steinaecker Consulting; IfA Institut für Automobilwirtschaft; Vogel Communications Group; AVAG Holding SE; Autohaus Rudolph; Friederike Falk (privat); Stefan Bausewein; AUTOHAUS; PRYVIT; deeplue networks; Hamburger Sportbund e. V.; Leseleo e. V.; Knack den Krebs e. V.  
Titelmotiv: iStockphoto.com: andresr

Redaktionsschluss: April 2021; erschienen im Juni 2021

Bank Deutsches  
Kraftfahrzeuggewerbe GmbH  
Nedderfeld 95, 22529 Hamburg  
Postfach 57 02 07, 22771 Hamburg  
T 040 48091-0 · F 040 4801940  
info@bdk-bank.de · www.bdk-bank.de

