

BDK



Ihre Bank zum Auto.

Jahresbericht 2021



Inhaltsverzeichnis

- | | | | |
|-----------|---|-----------|---|
| 05 | Vorwort | 14 | Der deutsche Automarkt 2021 |
| 06 | Die Geschäftsführung im Interview:
Veränderung als Chance | 16 | Arbeitgeber BDK:
Viele Wege zur erfolgreichen Karriere |
| 10 | Verabschiedung Dr. Hermann Frohnhaus:
Ein großes Dankeschön | 18 | Eine spannende Saison für JuhuAuto |
| 12 | Grußwort Jürgen Karpinski,
Präsident des Zentralverbands Deutsches
Kraftfahrzeuggewerbe e. V. | 21 | B2B-Blog Bit-amin D:
Profitipps für Nichtexperten |
| 13 | Grußwort Guido Zoeller,
Group Country Head Societe Generale
Deutschland & Österreich | 22 | Kampagnenmanager:
Suchmaschinen-Werbung leicht gemacht |
| | | 24 | Vertriebliche Aktivitäten:
BDK macht Schule |
| | | 26 | Soziale Verantwortung |
| | | 28 | Die BDK im Überblick |



Liebe Leserin, lieber Leser!

Viele von uns hätten sie sicher gerne: die Glaskugel, mit der sich ein Blick in die Zukunft werfen lässt. Im Hinblick auf die aktuellen schwerwiegenden Herausforderungen vielleicht sogar dringender als in früheren Jahren. Wir alle wüssten gerne, wann die Corona-Pandemie wirklich hinter uns liegt und in der Ukraine wieder Frieden einkehrt.

Die Zukunft vorhersehen können auch wir bei der BDK natürlich nicht. Was wir aber tun können, ist, im Hier und Heute unser Bestes zu geben, den Zusammenhalt zu stärken und effektive Unterstützung zu bieten. Als guter Arbeitgeber für unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Als Dienstleister mit Engagement für unsere Handelspartner und Kunden. Und als Unternehmen auch durch unseren Einsatz für gesellschaftlich relevante Themen. Ein starkes Miteinander ist heute wichtiger denn je.

Ihre BDK-Geschäftsführung



Martin Guse



Matthias Sprank

Zuversicht können wir als BDK daraus gewinnen, dass wir in unserem eigenen Umfeld vieles bewegen. Dabei hilft uns der Erfahrungsschatz, den wir über zwei Jahrzehnte auch in schwierigen Phasen – ob in der Finanzkrise oder in den vergangenen beiden Corona-Jahren – gesammelt haben. Mit der Bereitschaft, neue Wege zu gehen, entwickeln wir immer wieder neue Ideen und setzen diese in konkrete Lösungen um. So stärken wir den Mehrwert, den wir Autohandel und Autokäufern bieten.

Viele Beispiele dafür finden Sie in diesem Jahresbericht 2021. Blicken Sie mit uns zurück auf erfolgreiche Projekte des vergangenen Jahres und lassen Sie uns daraus das Vertrauen ziehen, dass wir gemeinsam auch künftig viel erreichen können.



Veränderung als Chance

„Bleibt alles anders“ heißt ein Song von Herbert Grönemeyer. Alles andere als normal war auch das Jahr 2021 mit einem komplexen Marktumfeld, großen Herausforderungen – und viel „Juhu“. Im Interview blicken unsere Geschäftsführer zurück und berichten, was die BDK auch in Zukunft zu einem starken Partner für Autohäuser und ihre Kunden macht.



Im Autoland Deutschland steht die Automobilbranche schon immer im Blickpunkt. Eine so starke Veränderungsdynamik wie heute gab es aber wohl selten zuvor – Digitalisierung und Elektromobilität sind da nur zwei Stichworte. Wie stellt sich die Entwicklung aus der Sicht einer Autobank dar?

Martin Guse: Es ist richtig, die Komplexität hat enorm zugenommen. Die Customer Journey, also der Weg des Kunden zum neuen Auto, startet heute in der Regel im Internet. Dort werben viele – Händler, Hersteller und auch neue Akteure – um die Aufmerksam-

keit der Nutzer. Es reicht jedoch nicht, digital einfach nur präsent zu sein. Autohäuser, und damit mittelbar auch wir, müssen mit den Möglichkeiten der Digitalisierung aktiv auf potenzielle Autokäufer zugehen. Das ist für die Betriebe eine große Herausforderung, bei der wir sie intensiv unterstützen.

Matthias Sprank: Die Elektromobilität auf der anderen Seite bietet dem Handel Potenziale, da viele Kaufinteressenten einen hohen Beratungsbedarf verspüren. Und in der Beratung liegt die große Stärke der Betriebe. Wir unterstützen diese beispielsweise mit unserer großen Leasing-Expertise, damit die Elektromobilität für sie nachhaltig zum Erfolg wird.

Wie wird sich aus Ihrer Sicht das Verhältnis des Autohandels zum Kunden entwickeln? Und welche Rolle kann die BDK dabei spielen?

Martin Guse: Über die Frage der künftigen Kundenbeziehung sollte sich tatsächlich jede Autohaus-Unternehmerin, jeder Autohaus-Unternehmer intensiv Gedanken machen. Ich denke, wir werden künftig eine größere Vielfalt bei den Geschäftsmodellen von Autohäusern sehen. Viele Betriebe werden den Kundenkontakt aber weiterhin in den eigenen Händen behalten wollen. Dafür müssen sie investieren und brauchen starke Partner. So wie wir es sind, mit unseren digitalen Lösungen, beispielsweise zur Optimierung der Händler-Website. Findet ein Kunde dort alles, wonach er sucht, braucht er keinen Umweg über andere Anbieter zu gehen. Ich sehe also eine zentrale Rolle für uns als BDK bei der Frage, wie der Kunde im Handel über digitale Kanäle das optimale Angebot findet. Das ist ein großer Veränderungsprozess, der aber auch viele Chancen mit sich bringt.

Seit zwei Jahren muss die Branche neben dem Mobilitätswandel und der digitalen Transformation mit der Corona-Pandemie auch eine Krise

historischen Ausmaßes bewältigen. Bremsen Sie Entwicklungen oder beschleunigt sie vielleicht sogar Prozesse – zum Beispiel durch einen Digitalisierungsschub?

Matthias Sprank: Da gibt es Licht und Schatten. Aktuell bremsen die durch die Pandemie ausgelöste Halbleiterkrise den Markt eindeutig aus. Die Nachfrage ist da, kann aber von den Herstellern nicht ausreichend bedient werden. Das ist eine Situation, die sich sukzessive verbessern sollte, auf die wir oder der Handel allerdings keinen Einfluss haben. Positive Entwicklungen sehe ich dagegen in der digitalen Transformation. Viele Betriebe investieren immer mehr Zeit und finanzielle Ressourcen in eigene digitale Aktivitäten, also beispielsweise in Online-Marketing, in Video-Beratung oder die Weiterentwicklung des eigenen Internetauftritts. Wir unterstützen sie dabei, wie Martin Guse eben beschrieben hat, mit unseren Lösungen und Beratung. Gleichzeitig hat sich der Blick auf das Auto durchaus verändert. Für viele Menschen ist es in der Pandemie wieder zum bevorzugten Fortbewegungsmittel geworden.

Martin Guse: Das ist jedenfalls in der medialen Wahrnehmung so. Faktisch lagen schon in den Jahren vor dem Ausbruch der Corona-Pandemie die Zulassungszahlen auf einem hohen Niveau. Aber natürlich ist es erfreulich, dass über den praktischen und emotionalen Wert eines eigenen Autos positiv berichtet wird.

Von außen betrachtet muss das Jahr 2021 für die BDK trotzdem ein schwieriges gewesen sein: Corona-Pandemie und Lockdown, Lieferengpässe im Automarkt und zum Jahreswechsel bahnte sich bereits der Krieg in der Ukraine an. Wenn Sie zurückblicken, welche Entwicklungen haben das Unternehmen besonders geprägt und wie bewerten Sie die erreichten Ergebnisse?



Kurzvita Martin Guse

Martin Guse verbindet eine lange Geschichte mit der BDK. Bereits Ende der 1990er Jahre war er als Mitarbeiter der GEFA in Wuppertal eng in die Gründung unserer Bank involviert. Der Wechsel nach Hamburg erfolgte dann 2003. Seitdem war er in unserem Unternehmen in unterschiedlichen Führungspositionen tätig und ab 2016 Generalbevollmächtigter. 2020 folgte die Berufung in unsere Geschäftsführung. Im Juli 2021 hat Martin Guse dann von Dr. Hermann Frohnhaus die Funktion als Sprecher der Geschäftsführung übernommen.

Martin Guse: Wir leben ganz klar in einer Zeit ungewöhnlich großer Herausforderungen. Das gilt nicht nur für uns als BDK, sondern gleichermaßen für den Autohandel und unsere Wettbewerber. Der Krieg in der Ukraine wird sicherlich langfristige Folgen haben, die in ihrer ganzen Dimension noch nicht absehbar sind. Da können wir als Unternehmen aktuell vor allem im Hinblick auf unsere soziale Verantwortung einen Beitrag leisten.

Matthias Sprank: Unser Geschäft direkt beeinträchtigt haben in erster Linie der Lockdown Anfang des vergangenen Jahres und später dann die Lieferengpässe im Automarkt. Uns ist es aber gut gelungen, auch unter diesen schwierigen Bedingungen die Zusammenarbeit mit unseren Handelspartnern zu intensivieren und sich bietende Verkaufschancen gemeinsam zu nutzen. Unter dem Strich können wir mit dem Erreichten zufrieden sein.

Wie hat sich das Angebot der BDK für den Handel 2021 weiterentwickelt?

Matthias Sprank: Gerade nach dem Lockdown zu Jahresbeginn kam es darauf an, eine erfolgreiche Aufholjagd zu starten. Dabei haben wir die Betriebe gezielt mit Sonderkonditionen unterstützt, damit sie unsere gemeinsamen Kunden mit attraktiven Angeboten überzeugen konnten. Auch

den Black Friday im November haben wir genutzt. Mit unserer eigenen „BLUE WEEK“-Aktion konnten unsere Handelspartner zu dieser konsumstarken Jahreszeit mit äußerst günstigen Konditionen bei Autokäufern punkten. Das war eine starke Reaktion auf kurzfristige Herausforderungen des Handels mit hohem Mehrwert für Autokäuferinnen und Autokäufer.

Martin Guse: Wir haben aber auch den Blick nach vorne gerichtet und beispielsweise im Vorgriff auf regulatorische Veränderungen unsere neue Reparaturkostenversicherung eingeführt. Neu ist seit 2021 unser breites Angebot an Online-Seminaren, mit denen wir unsere Handelspartner zum Beispiel bei der Weiterentwicklung ihres Gewerbekundengeschäfts unterstützen. Und nicht zu vergessen: Auf unserer Gebrauchtwagen-Plattform JuhuAuto sind Fahrzeuginserate für Autohäuser wieder kostenfrei.

JuhuAuto ist ein gutes Stichwort. Wie schlägt sich die „Gebrauchtwagen-Findemaschine“ denn im starken Wettbewerb unter den verschiedenen Online-Börsen?

Martin Guse: Wir gehen unkonventionelle Wege und bieten Kunden und Autohäusern damit eine wirkliche Alternative. Das zeigt sich aus. Eine Endkundenbefragung hat ergeben, dass wir unter acht Online-Börsen bei

der Kundenzufriedenheit hinter den beiden Marktführern bereits auf Platz drei liegen. Bei den Themen, die uns besonders am Herzen liegen, also den attraktiven Finanzierungsmöglichkeiten und der Sicherheit, die ein Autokauf bei zuverlässigen Händlern bietet, schneiden wir sogar schon am besten ab. Wer uns kennt, findet uns gut! Einen starken Fokus legen wir darauf, die Bekanntheit von JuhuAuto weiter zu steigern, beispielsweise durch unser Kiezkönig-Sponsoring beim FC St. Pauli. Das war im Jahr 2021 sportlich betrachtet ein großer Erfolg und für uns ein echter Meilenstein. 2022 wollen wir da für unsere Handelspartner und Kunden, die im Internet einfach ein neues Auto finden wollen, noch mehr erreichen.

Richten wir den Blick noch einmal nach innen. Im Jahr 2021 musste immer noch größtenteils unter den starken Einschränkungen der Corona-Pandemie gearbeitet werden. Wie hält man den Teamgeist aufrecht, wenn sich Kolleginnen und Kollegen teilweise über Monate nur noch digital begegnen?

Matthias Sprank: Das ist eine Aufgabe, die auf viele Schultern verteilt ist. Und sie ist vielschichtig. Sie beginnt in den einzelnen Teams und ihren Abteilungen, die von den digitalen Möglichkeiten zum gemeinsamen Austausch über die anstehenden Themen guten und effektiven Gebrauch gemacht ha-

Kurzvita Matthias Sprank

Seine Laufbahn begann Matthias Sprank 1994 bei der ALD AutoLeasing D GmbH. Automobile Finanzdienstleistungen sind also seit jeher sein Metier. Es folgten Tätigkeiten für die tschechische Tochter der ALD sowie die Master Lease Germany GmbH. 2003 kehrte Matthias Sprank als Gesamtleiter Finanzen und Risiko zur ALD AutoLeasing D zurück, bevor er ein Jahr später, im April 2004, in die Geschäftsführung der Bank Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe berufen wurde.



ben. Dabei ist auch die soziale Komponente nicht zu kurz gekommen – auch für Team-Events gibt es inzwischen ja ein breites Online-Angebot. Wie groß der interne Zusammenhalt ist, hat sich beispielsweise bei unserer unternehmensweiten Impfkation gezeigt, zu der sich viele freiwillige Helfer gemeldet haben.

Martin Guse: Anfang 2021 hat auch unsere Vertriebstagung mit über 100 Teilnehmerinnen und Teilnehmern erstmals komplett digital stattgefunden und war in diesem Format ein großer Erfolg. Wir kommunizieren regelmäßig und transparent über unsere Ziele, Erfolge, Veränderungsprozesse oder auch notwendige Corona-Maßnahmen und nutzen da das breite Repertoire digitaler Medien und Tools. Aber natürlich freuen wir uns alle auch schon darauf, wenn wieder mehr persönlicher Kontakt stattfindet.

Es ist sicher nicht verkehrt zu sagen, dass im Sommer 2021 bei der BDK eine Ära geendet hat. Dr. Hermann Frohnhaus ist nach 18 Jahren an der Unternehmensspitze in den Ruhestand eingetreten und Sie, Martin Guse, haben die Funktion als Sprecher der Geschäftsführung übernommen. Welches Fazit ziehen Sie nach den ersten Monaten?

Martin Guse: Diese Beurteilung müssen unsere Mitarbeiterinnen und

Mitarbeiter und die Handelspartner der BDK vornehmen. Ich möchte einfach meinen Dank dafür ausdrücken, wie Hermann Frohnhaus unser Unternehmen über eine so lange Zeit erfolgreich geführt hat. Auch der Übergang war mit großer Weitsicht, die ihn immer ausgezeichnet hat, vorbereitet. Das war ein reibungsloser Wechsel, und ich denke, das spürt man nach innen und außen auch.

Ein großer Wechsel steht für die BDK in räumlicher Hinsicht mit dem Umzug an den SG Campus an. Wann ist es so weit und worauf können sich die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter freuen?

Matthias Sprank: Im August 2021 konnten wir Richtfest feiern und ich bin optimistisch, dass wir unseren Neubau im Herbst 2022 beziehen können. Die Projektpartner leisten unter den Bedingungen und Einschränkungen der Pandemie eine wirklich hervorragende Arbeit. Uns als Unternehmen steht in Bezug auf das Arbeitsumfeld ein Quantensprung mit modernen Arbeitsplätzen, Co-Working-Spaces, grünen Außenanlagen und einer großen Cafeteria bevor. Und wir sind endlich wieder alle unter einem Dach vereint und nicht mehr über verschiedene Standorte verteilt. Was auch immer ansteht, von den täglichen Routinetätigkeiten bis zur kreativen Projektarbeit, für jede und jeden finden sich dann die bestmög-

lichen Arbeitsbedingungen. Das wird noch einmal einen großen Motivations Schub geben, steigert unsere Attraktivität als Arbeitgeber und zahlt sich am Ende ganz sicher auch für unsere Kunden und Handelspartner aus.

Was kann man darüber hinaus 2022 noch Neues von der BDK erwarten?

Martin Guse: Mit JuhuAuto wollen wir unseren attraktiven digitalen Vertriebskanal für den Handel weiter etablieren. Gleichzeitig ist es uns ein zentrales Anliegen, dass unsere Handelspartner ihren eigenen Kundenkontakt im Internet stärken. Ein wichtiger Baustein ist dabei die Möglichkeit, auch Finanzierungsanträge digital stellen zu können. Unsere Lösung dafür wollen wir 2022 einführen.

Matthias Sprank: Ebenfalls im Fokus steht das Thema Zusatzprodukte. Es treten regulatorische Anpassungen in Kraft, auf die wir effektive Antworten bieten werden. So können Kunden im Handel weiterhin alles aus einer Hand bekommen – also Fahrzeug, Finanzierung und Versicherung – und wir sichern gleichzeitig den Betrieben die Möglichkeit, wichtige Erträge aus der Vermittlung dieser Produkte zu erzielen. Wir haben also einiges in der Pipeline.

Vielen Dank für das Gespräch!



- 1 Warme Worte zur Verabschiedung durch den Aufsichtsratsvorsitzenden Dr. Rolf Hagen
- 2 Ein Highlight: Dr. Hermann Frohnhaus präsentiert mit Christian Barthels (links) und Martin Guse den Pokal des AUTOHAUS BankenMonitors
- 3 Mit Matthias Sprank, dem Hamburger Finanzsenator Dr. Andreas Dressel und Alexander Otto von der ECE (v. l. n. r.) beim Spatenstich für den SG Campus.
- 4 Zwei wichtige Persönlichkeiten der Autobranche: Jürgen Karpinski und Dr. Hermann Frohnhaus

Ein großes Dankeschön

Die Geschichte eines Unternehmens passiert nicht einfach – es sind Menschen, die sie schreiben. Wie Dr. Hermann Frohnhaus, der die BDK 18 Jahre lang maßgeblich geprägt hat. Im Juni 2021 haben wir ihn in den wohlverdienten Ruhestand verabschiedet und für vieles Danke gesagt.

Immer den einfachen Weg zu gehen, ist seine Sache nicht. Das machte Dr. Hermann Frohnhaus schon mit seiner Berufung an die Spitze unseres Unternehmens im Jahr 2003 klar. Denn anstatt morgens und abends relativ bequem die knapp 20 Kilometer zwischen seinem Heimatort Solingen zur GEFA nach Wuppertal zu pendeln, lag seine neue Wirkungsstätte am Hamburger Nedderfeld nun über 400 km entfernt. Einmal pro Woche hin und wieder zurück – umgerechnet hat er dabei über die 18 Jahre ca. 17 Mal die Erde umrundet, um die BDK zu dem zu machen, was sie heute ist.

Eine „Reise“, die sich gelohnt hat, wie Dr. Rolf Hagen, Aufsichtsratsvorsitzender der BDK, zur Verabschiedung von Dr. Hermann Frohnhaus formulierte: „Wir sind ihm zu großem Dank dafür verpflichtet, wie er das Unternehmen mit seiner starken Persönlichkeit, Entscheidungsfreude und Weitblick geleitet hat. Dass die BDK heute zu den führenden Spezialbanken Deutschlands zählt, ist nicht zuletzt sein Verdienst.“

Im Jahr 2003 war diese rasante Entwicklung keine ausgemachte Sache. Viele Weichen waren zu stellen, ein komplettes Produktportfolio aus Finanzierung, Leasing und Versicherungen aufzubauen und Lösungen für den digitalen Wandel zu entwickeln. Chancen und Risiken frühzeitig zu antizipieren und abzuwä-

gen, um dann auch konsequente Entscheidungen zu treffen, diese Fähigkeit zählte sicher zu Dr. Frohnhaus großen Stärken. Und dieser „Mut zur Veränderung“ – sein Mantra, das unser Unternehmen weiterhin prägt – ist sicher ein Grund dafür, warum die BDK sich auch in Krisenzeiten von ihrer besten Seite zeigt. Nach außen als verlässlicher Partner, nach innen als guter Arbeitgeber.

Wer ihn näher kennt, weiß um die großen menschlichen Qualitäten von Dr. Hermann Frohnhaus. Er strahlt Autorität aus, schenkt aber gleichzeitig Vertrauen. Man hat immer gerne mit ihm zusammengearbeitet, und viele Kolleginnen und Kollegen haben das sehr lange getan – nicht zuletzt sein Nachfolger als Sprecher der Geschäftsführung, Martin Guse. Von der für Dr. Frohnhaus typischen Weit-

sicht geprägt, war dieser Wechsel an der Spitze bestens vorbereitet und eine konsequente Entscheidung mit vielen Vorteilen, wie unser Aufsichtsratsvorsitzender Dr. Hagen betont: „Martin Guse schreibt die Erfolgsgeschichte der BDK seit ihrer Gründung im Jahr 2000 maßgeblich und in führenden Funktionen mit. Ich freue mich, dass wir so beste Voraussetzungen für eine weiterhin dynamische Entwicklung im Sinne des Unternehmens, unserer Handelspartner und Kunden geschaffen haben.“

Einer großen Verabschiedungsfeier stand am Ende die Corona-Pandemie im Weg. So fiel zwar der Rahmen kleiner aus, der Dank aus dem Unternehmen aber keineswegs. Viele Kolleginnen und Kollegen sammelten in einem Fotobuch Grüße und Wünsche, und zum „You'll never walk alone“ eines BDK-Chores flimmerten Erinnerungen aus 18 Jahren Dr. Hermann Frohnhaus bei der BDK über die Leinwand. Dass er es sich eben nicht immer einfach macht und Dinge gerne in die Hand nimmt, dafür steht symbolisch (und ganz praktisch) ein weiteres Abschiedsgeschenk: eine Nudelmaschine.

So ganz hinter sich lässt Dr. Hermann Frohnhaus die BDK aber nicht. Und wir profitieren davon, dass er nun als Mitglied unseres Aufsichtsrats die Entwicklung des Unternehmens mit seiner Erfahrung und Expertise weiter eng begleitet. Danke, Hermann!



Harte Zeiten nach der Pandemie



Jürgen Karpinski

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

Wie sich die Bilder gleichen: Auch das Jahr 2021 war zunächst wieder durch einen monatelangen Lockdown und danach durch die erheblichen Lieferverzögerungen bei Neufahrzeugen geprägt. In den ersten Monaten des Jahres 2022 hat sich die Situation wegen des Krieges in der Ukraine weiter verschärft. Denn aufgrund der Versorgungsengpässe bei Fahrzeugteilen und -systemen ist die Produktion in vielen Herstellerwerken massiv beeinträchtigt. Hinzu kommen die enorm gestiegenen Energiekosten. Insofern haben wir erneut ein schwieriges Autojahr vor uns.

Und wir können momentan nicht davon ausgehen, dass sich die schlechten Zahlen von 2021 in diesem Jahr deutlich verbessern werden. Lediglich 2,62 Millionen neu zugelassene Pkw bedeuten ein Minus von zehn Prozent, verglichen mit dem schon sehr schwachen Jahr 2020. Besonders deutlich wird die prekäre Lage im Vergleich zu 2019: Da haben wir im Handel rund eine Million neue Pkw mehr verkauft als 2021. So langsam geht das an die Substanz vieler Autohäuser.

Der Neuwagen-Mangel hat bei den Kunden die Gebrauchtwagen in den Fokus gerückt. Die Folge: schwindendes Angebot und steigende Preise. Im zurückliegenden Jahr wechselten rund 6,7 Millionen Pkw die Besitzer, das waren 4,5 Prozent weniger als im Jahr 2020. Zumindest das Reparatur- und Servicegeschäft nähert sich inzwischen wieder dem Vorkrisenniveau an.

Beim Zukunftsthema Elektromobilität trifft uns neben der mangelnden Lieferfähigkeit von Neufahrzeugen auch die Verunsicherung der Menschen beim

Umweltbonus. Die aktuelle Richtlinie gilt nur noch bis zum 31. Dezember. Maßgebend für den Förderantrag ist das Datum der Fahrzeugzulassung. Ob das noch in diesem Jahr klappt, steht bei den langen Lieferzeiten in den Sternen. Daher fordern wir, dass der Umweltbonus an das Bestelldatum geknüpft wird. Dann wissen alle Beteiligten, woran sie sind. Und auch die Förderung der Plug-in-Hybride darf nicht enden. Denn diese Fahrzeuge bilden den niedrighschwelligsten Einstieg in die E-Mobilität. Und dieser Einstieg muss attraktiv bleiben.

Außerdem plädieren wir vor dem Hintergrund der explodierenden Energiepreise dafür, den Mix bei der Energieerzeugung neu zu bewerten. Um die Unabhängigkeit von importierten fossilen Energieträgern voranzutreiben und die Bestandsfahrzeuge mit Verbrennungsmotoren in die CO₂-Minderung einzubeziehen, müssen insbesondere synthetische Kraftstoffe, aber auch Wasserstoff und Flüssiggas massiv gefördert werden.

Abschließend möchte ich es nicht versäumen, mich bei Dr. Hermann Frohnhaus anlässlich seines Eintritts in den Ruhestand für sein erfolgreiches Wirken als langjähriger Sprecher der BDK-Geschäftsführung zu bedanken. Mit strategischem Weitblick sowie hoher Fach- und Führungskompetenz hat er die erfolgreiche Entwicklung der BDK kontinuierlich über einen langen Zeitraum verstetigt. Mit seinem Team hat er damit eine solide, tragfähige Basis für die Fortsetzung der BDK-Erfolgsgeschichte geschaffen, die nun Martin Guse als neuer Sprecher der Geschäftsführung verantwortet. Ihm wünsche ich persönlich und im Namen des gesamten ZDK alles Gute und viel Glück!

Jürgen Karpinski

Kontinuität in herausfordernden Zeiten



Guido Zoeller

Group Country Head Societe Generale
Deutschland & Österreich

Die BDK hat den Turbulenzen an den Märkten und der Weltwirtschaft 2021 gut getrotzt. Der Geschäftsbereich der Societe Generale hat sich in den mehr als 20 Jahren seit seiner Gründung zu einer wichtigen Säule im ganzheitlichen Angebot an Finanzdienstleistungen unserer Gruppe entwickelt.

Mit ihrem Geschäftsmodell hat die BDK ihre Handelspartner in diesen schwierigen Zeiten massiv unterstützt. Das Jahr 2021 begann mit einem Lockdown, der auch den Autohandel betroffen hatte. Dazu kam noch die Halbleiterkrise, die bis heute anhält. Die meisten Hersteller konnten und können deshalb weniger Fahrzeuge bauen und fristgerecht ausliefern. Dementsprechend leiden die Kfz-Händler unter geringeren Absatzzahlen. Die BDK hat das ihr Mögliche getan und mit guten Konditionen ihre Partner unterstützt, damit diese wiederum ihre Kunden und Kundinnen mit attraktiven Angeboten zum Abschluss überzeugen können.

An dieser Stelle möchte ich mich herzlich bei Dr. Hermann Frohnhaus für seinen Einsatz und seine Führungsqualitäten bedanken, der nach fast 18 Jahren als Sprecher der Geschäftsführung im Juli 2021 den Staffelstab an Martin Guse, Gründungsmitglied der BDK, übergeben hat. Wir sind sehr glücklich über diese Nachfolge. Sie steht für Kontinuität in diesen herausfordernden Zeiten. Dafür spricht auch die Ernennung von Herrn Dr. Frohnhaus zum Mitglied des Aufsichtsrats der BDK.

Die BDK positioniert sich neben der klassischen Finanzdienstleistung zunehmend auch im Bereich Digitalisierungsberatung. Spezialisten helfen den Händ-

lern dabei, ihre Kunden online optimal zu erreichen und die Kundenbeziehung digital genauso erfolgreich zu pflegen wie im persönlichen Kontakt vor Ort. Das ist für alle Beraterinnen und Berater der BDK eine wichtige Entwicklung und eine spannende Aufgabe. Ziel dabei ist es, die Unabhängigkeit der Händler zu stärken, die ohne eigene digitale Transformation ansonsten Gefahr liefen, die Hoheit über ihre Kundenkontakte zu verlieren.

Die vor mehr als zwei Jahren an den Markt gegangene Online-Plattform JuhuAuto hat sich sehr positiv entwickelt. Die Gebrauchtwagen-Börse für Privatpersonen und Händler trifft den Nerv der Zeit und bietet einen alternativen digitalen Vertriebskanal für den stationären Handel. Ein wichtiger Faktor ist auch das 2021 neu vereinbarte Kiezkönig-Sponsoring des Fußballclubs FC St. Pauli, das die Marke JuhuAuto prominent bei der Zielgruppe positioniert.

Unsere Mobilität wandelt sich: Derzeit wird über Energieeinsparung, über Antriebe, über Verkehrsinfrastruktur und vieles mehr diskutiert und nach den besten Lösungen gesucht. Die BDK ist mit ihrem Partnermodell, ihren digitalen Angeboten und mit ihren sehr engagierten Mitarbeitenden gut aufgestellt für Finanzdienstleistungen rund um die Mobilität der Zukunft.

Guido Zoeller

Der deutsche Automarkt 2021

Fahrzeugzulassungen

	2021	2020	Veränderung in %
Pkw-Neuzulassungen	2.622.132	2.917.678	-10,1
Pkw-Besitzumschreibungen	6.703.245	7.021.204	-4,5

Fahrzeugpreise

	2021	2020	Veränderung in %
Neuwagen	37.790 €	36.340 €	+4,0
Gebrauchtwagen	15.740 €	14.730 €	+6,9

Kfz-Handel

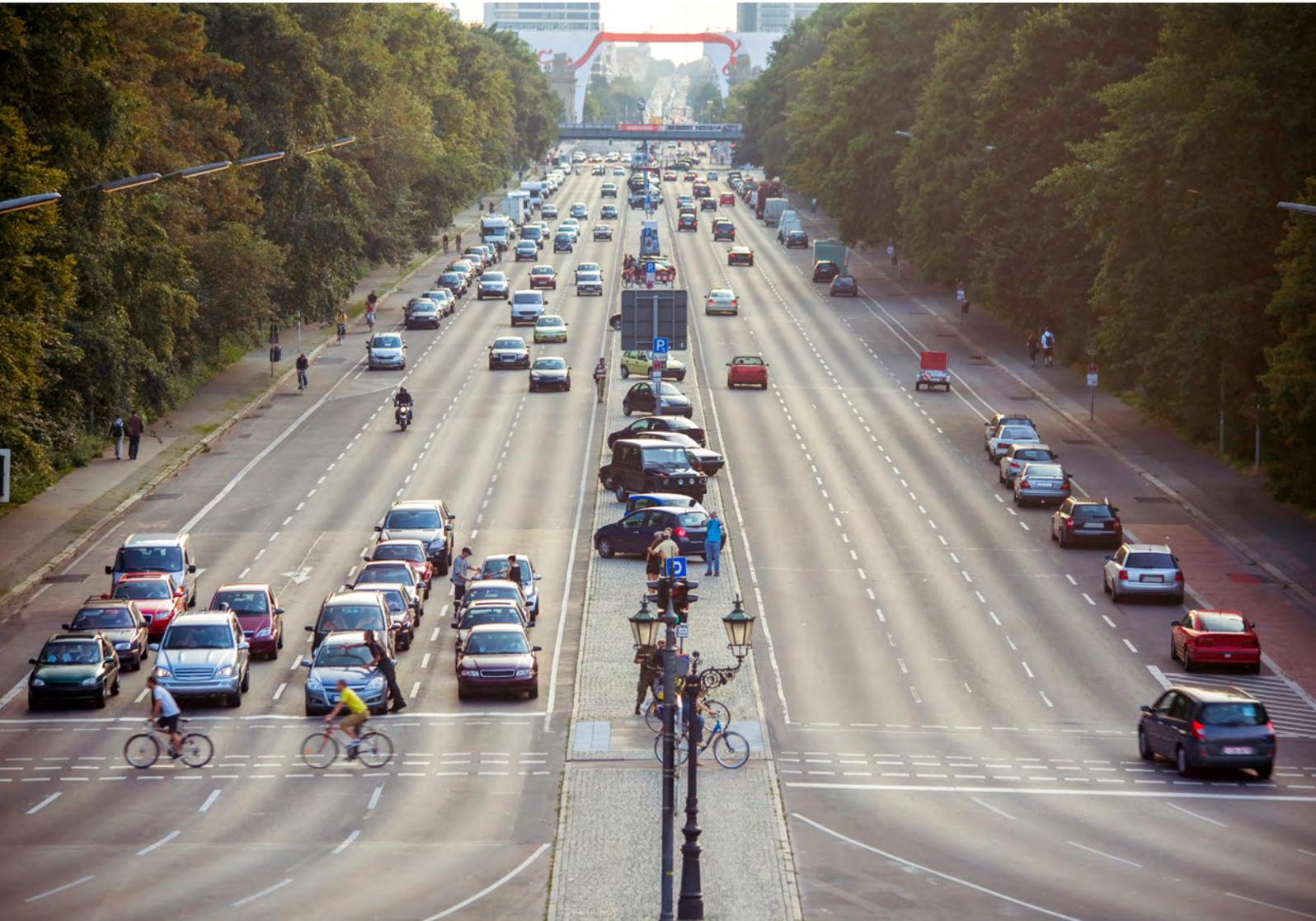
	2021	2020	Veränderung in %
Betriebe	36.570	36.580	-0,03
Mitarbeiter	435.000	436.200	-0,3

Entwicklung Elektromobilität

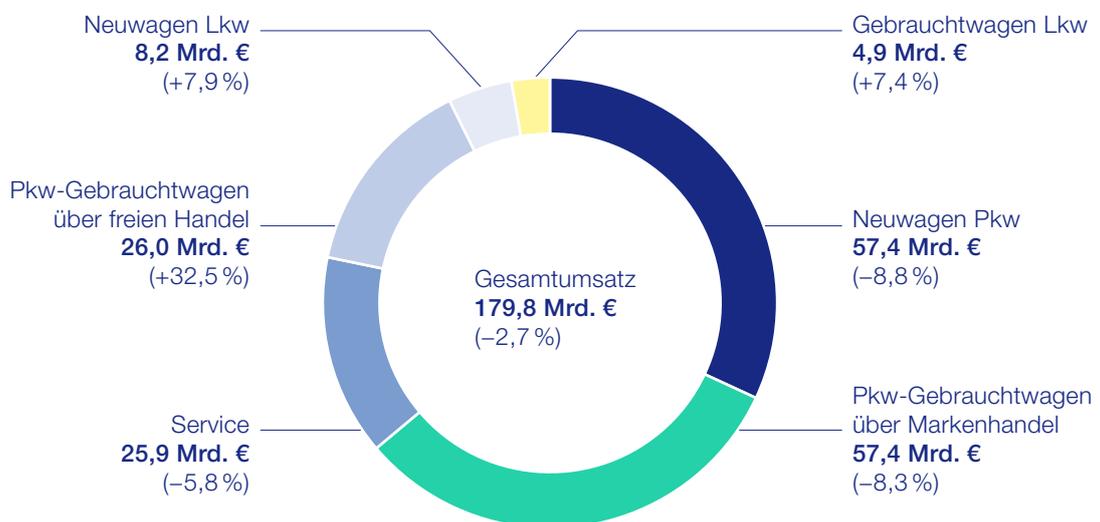
Jahr	Elektro*	Hybrid*
2013	7.114	64.995
2014	12.156	85.575
2015	18.948	107.754
2016	25.502	130.365
2017	34.022	165.405
2018	53.861	236.710
2019	83.175	341.411
2020	136.617	539.383
2021	309.083	1.004.089

*jeweils Fahrzeugbestand





Umsatz Kfz-Gewerbe 2021





Viele Wege zur erfolgreichen Karriere

Ende 2021 hat unser Personalbereich das neue Talentprogramm „Lernen im Netzwerk“ ins Leben gerufen. 14 Kolleginnen und Kollegen nehmen am Premierendurchgang teil und bereiten sich auf unterschiedliche Werdegänge in unserer Bank vor.

Wenn die Gruppe der BDK-Talente sich trifft, geht es nicht zu wie bei einer Casting-Show. Die Gewinner stehen schließlich schon vorab fest. Sie sind es alle, die Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Programms genauso wie die BDK als Unternehmen. Hart für den Erfolg gearbeitet wird selbstverständlich trotzdem.

„Für die Weiterentwicklung unseres Unternehmens sind die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Schlüssel“, sagt Lucia Pohl aus der Personalentwicklung, die das Programm federführend betreut. „Das Besondere an unserem Ansatz ist,

dass wir mit unseren Talenten auf unterschiedliche Karrierepfade hinarbeiten. So können sie für sich die optimale Rolle als Führungskraft, Expertin oder Projektmanager finden.“ Know-how und Persönlichkeit sind eben in unterschiedlichen Rollen von zentraler Bedeutung und werden entsprechend von uns gefördert.

Noch bis zum Sommer 2022 durchlaufen die 14 Kolleginnen und Kollegen die erste Staffel des Programms, das aus vielfältigen Bausteinen, von der gemeinsamen Projektarbeit bis zum individuellen Mentoring, besteht. „Neben der persönlichen Förderung ist die Vernetzung innerhalb des Unternehmens ein zentra-

ler Bestandteil des Programms“, erklärt Lucia Pohl. „Wir schaffen für die Talente mit ihren jeweils eigenen Fähigkeiten eine starke Sichtbarkeit im Unternehmen, von der viele profitieren und die eine optimale Basis für ihren nächsten Karriereschritt bietet.“ Einen wertvollen Beitrag für diese Entwicklung leisten auch die Teilnahme an Networking-Events unserer Konzernmutter Societe Generale und Auslandsaufenthalte bei Schwestergesellschaften innerhalb der Gruppe.

Hier gilt also wirklich einmal das Motto „Viel hilft viel“. Kein Wunder, dass das Feedback der aktuellen Teilnehmerinnen und Teilnehmer überaus positiv ausfällt. Wir alle freuen uns jedenfalls auf neue Expertinnen, Projektmanager und Führungskräfte, die mit dem BDK-Talentprogramm den nächsten Schritt in ihrer Karrierelaufbahn gehen und einen wichtigen Beitrag zur positiven Entwicklung der BDK leisten werden. Ein zweiter Durchgang dieses neuen Talentprogramms mit Start im zweiten Halbjahr 2022 ist schon in Vorbereitung. Unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern attraktive Möglichkeiten zur persönlichen Weiterentwicklung zu bieten, ist für uns nämlich ein Anliegen, das wir nachhaltig verfolgen.

Film ab!

Schauspielerisches Talent bewiesen einige unserer Auszubildenden und dual Studierenden bei der Produktion unseres Videos, mit dem wir um den Nachwuchs werben. Wobei – schauspielern mussten unsere jungen Kolleginnen und Kollegen eigentlich gar nicht. Denn davon, dass die BDK ein sehr guter Ort für den Einstieg ins Berufsleben ist, haben sie sich ja selbst überzeugt. Das merkt man ihnen im Film auch an. Chapeau! Das Ergebnis kann man sich auf der Karriereseite auf www.bdk-bank.de anschauen.



Ideenwerkstatt

In vielen Unternehmen gibt es ihn noch: den Briefkasten für das betriebliche Vorschlagswesen. Hier platziert man Verbesserungsvorschläge, die dann in entsprechende Gremien wandern. Einen neuen und transparenten Weg haben wir 2021 mit der Einführung unserer Ideenwerkstatt eingeschlagen. Wer Impulse setzen will, reicht seine Idee nun einfach auf einer speziellen Seite im Intranet ein. Kolleginnen und Kollegen können dann Likes abgeben, kommentieren und sich für die Mitarbeit am Thema melden. Alles offen, für jede und jeden sichtbar und transparent. Findet sich dann noch ein Sponsor aus den zuständigen Fachabteilungen, kann es an die Umsetzung gehen. Für erfolgreiche Projekte gibt es am Ende auch eine schöne Belohnung.

Bewegte Pause

Im Homeoffice arbeiten zu können, kommt bei vielen gut an. Eine unerwünschte Nebenwirkung allerdings können Rücken-, Schulter- und Nackenschmerzen sein. Um diesem Risiko vorzubeugen, haben wir unseren Kolleginnen und Kollegen das Angebot der „Bewegten Pause“ gemacht. Dazu war es nicht einmal nötig, den Heimarbeitsplatz zu verlassen, denn es handelte sich um einen Live-Online-Kurs mit dem Ziel, effektiv den Kreislauf in Schwung zu bringen, Dysbalancen zu vermeiden und Verspannungen vorzubeugen. Eine wohltuende Abwechslung zwischen notwendigen Routinetätigkeiten, konzentrierter Projektarbeit und digitalen Meetings.



Bald alle unter einem Dach

2022 ist es endlich so weit und wir können unseren Neubau in Hamburg-Barmbek beziehen. Einen wichtigen Meilenstein haben wir am 13. August 2021 mit dem Richtfest gefeiert. Die beteiligten Projektpartner machen auch unter den erschwerten Bedingungen einer globalen Pandemie einen hervorragenden Job und treiben die Arbeiten am Campus konsequent voran. Entsprechend groß war die (Vor-)Freude, die beim Richtfest mit dem Hamburger Wirtschaftssenator Michael Westhagemann als prominentem Gastredner spürbar war. Ab dem dritten Quartal 2022 heißt es dann Kisten packen, umziehen und anschließend in die neue Arbeitswelt der BDK eintauchen.



Eine spannende Saison für JuhuAuto

Im Januar 2021 war Anpfiff für die Partnerschaft zwischen JuhuAuto und dem FC St. Pauli. Seitdem ist die Gebrauchtwagen-Plattform der BDK vor allem bei den Heimspielen des Kultclubs vom Millerntor präsent. Die Zusammenarbeit geht aber über klassisches Sponsoring hinaus. Großes Engagement zeigt JuhuAuto vor allem in der Nachwuchsförderung.

Das passt wirklich gut zusammen: JuhuAuto, der Newcomer im Markt der Online-Fahrzeughörsen, und die Kiezkicker des FC St. Pauli. In ihren jeweiligen Ligen sind sie Herausforderer mit einem Hang zum Unkonventionellen. Alles außer gewöhnlich eben. Seit Januar 2021 ist die Gebrauchtwagen-Findemaschine Kiezkönig-Sponsor beim FC St. Pauli und tritt bei den Heimspielen der 2. Fußball-Bundesliga am Hamburger Millerntor in Erscheinung – unter anderem über Bandenwerbung

oder bei ausgewählten Matches mit unterschiedlichen Aktionen als „Sponsor of the Day“. So lernen Fußballfans, ihre Freunde und Familien auf unterschiedlichen Wegen und Kanälen JuhuAuto kennen und erfahren, dass es hier ganz einfach ist, das neue Wunschauto zu finden.

Neben klassischen und kreativen Sponsoring-Aktivitäten ist die Nachwuchsförderung ein ganz zentrales Element der Partnerschaft. Und wenn es beim FC St. Pauli um Aktivitäten

für Kinder geht, ist meistens von den Rabauken die Rede. Eine Fußballschule, u. a. mit Feriencamps, Schulkoooperationen, Stadionführungen, ein Kids-Club mit 3.000 jungen Mitgliedern, verschiedenste Ausflüge und auch ein eigener FUNIÑO-Trainings- und Spielbetrieb gehören zum umfangreichen Programm. Klar, dass bei so vielen über ganz Deutschland verteilten Aktivitäten das Thema Mobilität eine große Rolle spielt. Deshalb ist bei den Rabauken die Freude groß, dass sie mit JuhuAuto einen fachkundigen Partner an ihrer



Seite wissen. Als ein erstes und deutlich sichtbares Ergebnis dieser kreativen Kooperation ist seit September 2021 der Ride-'n'-Roll-Van rund um Hamburg unterwegs.

Dass sich die Plattform JuhuAuto bei den Rabauken mit ihrem automobilen Know-how einbrachte, war ein naheliegender Schritt. „Wir haben bei uns ja für die Organisation der Camps schon

immer mehrere Kleinbusse im Einsatz. Dazu kam dann der Gedanke, dass wir gemeinsam etwas machen wollten, um nochmal die Sichtbarkeit und Attraktivität nach außen hin zu erhöhen“, erläutert Jan-Oliver Hetze, Leiter Kinder- und Jugendmarketing beim FC St. Pauli. So entstand die Idee zum Ride-'n'-Roll-Van.

Der Bus sollte nicht nur Kinder, Staff und Material transportieren, sondern auch als

Turnierzentrale genutzt werden können sowie als Blickfang für Aufmerksamkeit sorgen. Dass neben einer auffälligen Optik vor allem auch die inneren Werte stimmen müssen, war allen Beteiligten beim Blick auf die Wunschliste der Rabauken schnell klar. Eine Musikanlage sollte an Bord passen, dazu ein Fernseher, um Spielpläne und Videos zu zeigen, und am wichtigsten natürlich das mobile Spielfeld mit aufblasbarer Umrandung.



Das Ergebnis lässt keine Wünsche offen, wie Hetze betont: „Wir verfügen jetzt gewissermaßen über eine Turnierleitung auf vier Rädern. Das wurde von allen Seiten mit sehr viel Liebe umgesetzt. JuhuAuto und die Experten für Fahrzeugumbauten von Vartan Rocks haben sich große Mühe gegeben, unsere Wünsche bis ins Detail zu erfüllen. Das fing damit an, ein geeignetes Fahrzeug zu finden, und ging bis hin zur richtigen Optik mit Details wie dem passenden Nummernschild.“

Für die Rabauken ergeben sich so ganz neue Betätigungsfelder. Der Van ist fast täglich unterwegs und sorgt bei den Camps und im Hamburger Stadtgebiet



im Rahmen der sonstigen Bewegungsangebote für staunende Kinderaugen. „Wir haben damit die Möglichkeit, überall wo Platz ist, ein Angebot für die Kids auf

die Beine zu stellen. Dass wir auch eine Musikanlage einsetzen können, schafft nochmal eine ganz andere Atmosphäre. Das spricht nicht nur die Kinder an, die sowieso schon dabei sind, sondern macht darüber hinaus auf die Rabauken und den FC St. Pauli aufmerksam“, erklärt Jan-Oliver Hetze die Vorteile.

Und in Zukunft soll das noch häufiger der Fall sein. Denn gemeinsam mit JuhuAuto planen die Rabauken – wenn die Corona-Situation es zulässt – eine Turnierserie an verschiedenen Orten in Hamburg. Zu viele Details lässt sich Hetze aber noch nicht entlocken. „Wir möchten noch nicht zu viel verraten, aber man darf sehr gespannt sein“, verrät er mit einem Augenzwinkern. „Ich kann aber versprechen, dass der Van auf jeden Fall dabei sein wird.“

Top-Transfer für die Rabauken: Spielmacher mit geringer Laufleistung

Ob Streetsoccer Cup oder Fußballschule, unser neues „Ride 'n Roll“ Rabauken-Mobil bringt den FCSP zu den Kids. Kiezclub to go, quasi. Und für deine eigenen Auto-Transfers gibt es uns: JuhuAuto, die Gebrauchtwagen-Findemaschine.



.juhu.AUTO
Die Gebrauchtwagen-Findemaschine

Jetzt wünschen wir aber erstmal viel Spaß beim heutigen Heimspiel und unseren Kiezkickern drei Punkte gegen den FC Ingolstadt!

Kommt gut an

Geht es nach unseren Nutzern, steht JuhuAuto in vielen Kategorien auf dem Siebertreppchen. Bei einer großen im Februar 2021 durchgeführten Markenbefragung unter 1.000 Autofahrerinnen und -fahrern belegte unsere Plattform beispielsweise bei der Frage nach „attraktiven Finanzierungsangeboten“ den Spitzenplatz im Vergleich unter acht in Deutschland aktiven Online-Börsen. Auf Platz 1 steht JuhuAuto dank unseres starken Händler-Fokus auch, wenn es darum geht, Kaufinteressenten im Internet die Unsicherheit bezüglich der Qualität zu nehmen. Und dass es bei uns Spaß macht, ein neues Auto zu finden, zeigt dieses Ergebnis: Keine andere Plattform ist aus Sicht der Nutzer so humorvoll wie JuhuAuto.

JuhuAuto kostenfrei

Günstiger geht es nicht: Seit Herbst 2021 inserieren JuhuAuto-Handelspartner ihre Fahrzeuge wieder und dauerhaft kostenfrei auf unserer Plattform. Eine Win-win-Situation, denn mit der größeren Zahl an Fahrzeugangeboten steigt auch die Attraktivität unserer Gebrauchtwagen-Findemaschine für Menschen, die online ihr neues Auto finden wollen. Und das tun sie natürlich weiterhin mit den typischen JuhuAuto-Vorteilen – einfach und schnell, mit Fahrzeug und Finanzierung aus einer Hand und immer mit der Sicherheit, bei zuverlässigen Händlern zu kaufen.

Bank Deutsches Kraftfahrzeuggewe... ***

BDK 904 Follower:innen
7 Monate · 📍

Inserate auf JuhuAuto sind jetzt kostenfrei. Wir machen es Autohäusern also denkbar einfach, ihr Fahrzeugangebot auf unserer Gebrauchtwagen-Findemaschine zu präsentieren. Und das ist nur einer von vielen Vorteilen. Interessiert? Dann schauen Sie doch schnell vorbei:

www.juhu.auto
www.bdk-bank.de/juhuauto

.juhu.AUTO
Die Gebrauchtwagen-Findemaschine

Profitipps für Nichtexperten

Wie man Autohäusern bei der digitalen Transformation zu mehr Schub verhelfen kann? Eine unserer Antworten auf diese Frage lautet: Bit-amin D. In unserem B2B-Blog präsentieren Expertinnen und Experten aus unserem Haus seit Anfang 2021 Themen und praktische Tipps rund um die Digitalisierung im Kfz-Handel.

Welche Bedeutung die Betriebe digitalen Projekten inzwischen beimessen, machen die Ergebnisse einer Befragung deutlich, die wir zum Jahreswechsel 2021/22 gemeinsam mit dem Fachmagazin kfz-betrieb und den Marktforschern von BBE Automotive durchgeführt haben. Ganze 85 Prozent der befragten Autohäuser haben solchen Aktivitäten im vergangenen Jahr eine mindestens ebenso hohe Priorität eingeräumt wie schon 2020. 40 Prozent der Unternehmerinnen und Unternehmer wollen 2022 sogar noch einen draufsetzen und den Fokus stärker auf digitale Projekte richten. Es ist also keine Frage, ob die Betriebe die Möglichkeiten der Digitalisierung nutzen wollen – vielmehr geht es um das Wie.

Konkrete Impulse liefern wir ihnen in unserem Blog „Bit-amin D“. Welche sieben Schritte sind notwendig, um Kunden mit der Video-Beratung eine neue, flexible Kontaktmöglichkeit zu bieten? Wie tragen Online-Kampagnen dazu bei, die eigenen Absatzziele effizienter zu erreichen? Und wieso kennt eigentlich fast jeder ein SERP-Snippet, ohne zu wissen, was es ist und warum man sich damit beschäftigen sollte? Das sind nur drei Beispiele für Themen, die verständlich aufbereitet und mit umsetzbaren Tipps versehen echte Mehrwerte

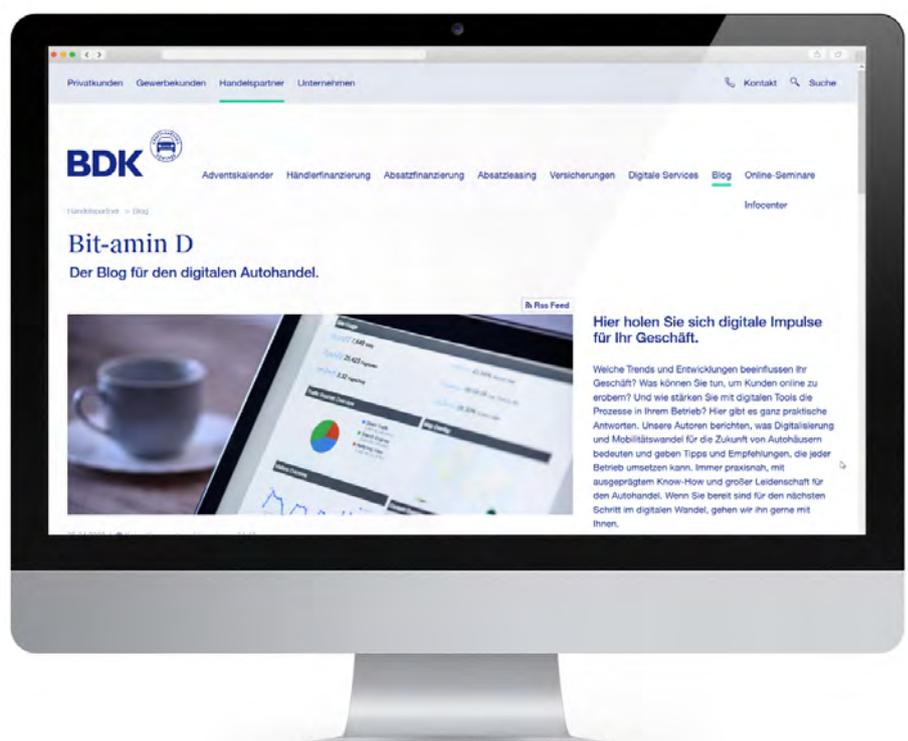
für unsere Blog-Leserinnen und -Leser bieten. Denn sie lernen dabei nicht nur etwas Neues, sondern können vieles davon gleich im eigenen Betrieb implementieren.

Der Anspruch dabei ist gar nicht, Autohaus-Profis zu Digitalisierungsexperten zu machen, sondern vielmehr ein Verständnis für die kleinen und großen Potenziale unterschiedlicher digitaler Projekte zu fördern. Wenn daraus eine Initialzündung zur Umsetzung solcher Themen in den Betrieben wird, umso

besser. Wie die Blog-Beiträge zeigen, lassen sich viele Verbesserungen sogar mit recht einfachen Mitteln erzielen. Und bei größeren Themen sorgen unsere Autorinnen und Autoren durch ihr Expertenwissen dafür, dass Autohäuser mit ihren Agenturen auf Augenhöhe reden können.

Wer also Kunden online erobern oder digitale Prozesse im Betrieb optimieren will, dem ist die „Einnahme“ von Bit-amin D sehr zu empfehlen!

www.bdk-bank.de/handelspartner/blog





Suchmaschinen-Werbung leicht gemacht

In zwei Pilotprojekten haben wir 2021 gemeinsam mit der Digital-Agentur moccamedia den Kampagnenmanager an den Start gebracht. Unser Ziel: Die Position von Autohäusern im Wettbewerb um digitale Kundenkontakte zu stärken.

Sie ist so etwas wie der „Hidden Champion“ unter den Marketingmaßnahmen – die Suchmaschinen-Werbung, auch unter der Abkürzung SEA (Search Engine Advertising) bekannt. Nicht jeder weiß, wie sie eigentlich funktioniert. Anders als große Kreativkampagnen in TV oder Social Media hinterlässt sie auch nicht unbedingt einen bleibenden Eindruck beim Betrachter. Aber gut gemacht ist sie äußerst effektiv. Zum Beispiel wenn es darum geht, Menschen zum Autokauf zu motivieren.

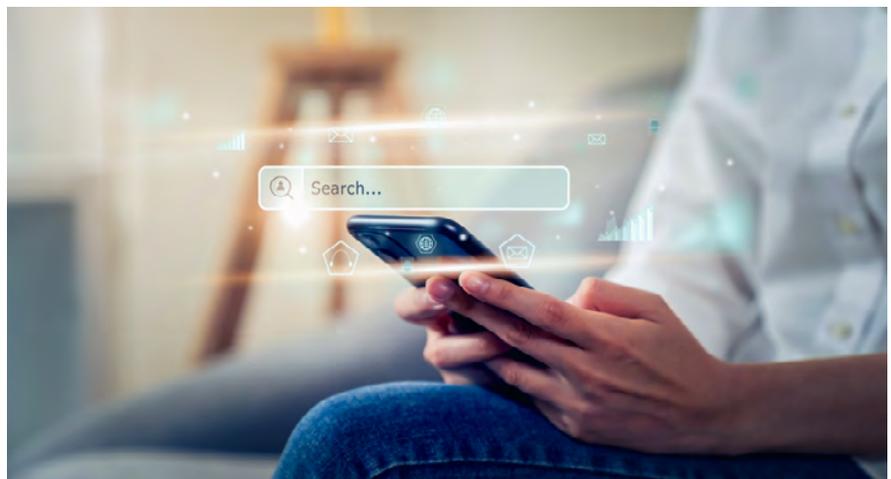
Dem DAT-Report 2021 zufolge nutzen bereits 39 Prozent der Neuwagen- und ganze 46 Prozent der Gebrauchtwagenkäufer eine Suchmaschine als Online-Informationsquelle. Tendenz steigend. Google & Co. nehmen auf dem Weg zu einer Kaufentscheidung also an Bedeutung zu, und diese Entwicklung bietet Autohändlern durchaus Chancen. Denn wer zu diesem frühen Zeitpunkt beim Kaufinteressenten positiv auffällt, kann den Kunden am Ende auch für das eigene Angebot gewinnen.

Die Herausforderung ist allerdings komplex. Effektive Suchmaschinen-Werbung erfordert nämlich ein hohes Maß an digitaler Kompetenz, viel mehr noch als Kreativität. Wie erreiche ich mit meinem Angebot Internetnutzer, die daran echtes Interesse haben könnten? Was macht es ihnen dann einfach, mit meinem Betrieb Kontakt aufzunehmen? Die entsprechenden Fähigkeiten in einem Autohaus aufzubauen, ist kompliziert – und da kommen wir von der BDK mit unserem Partner moccamedia und dem Kampagnenmanager ins Spiel.

Den unkomplizierten Einstieg in die Suchmaschinen-Werbung haben wir Handelspartnern 2021 in zwei Pilotprojekten ermöglicht. Das Ziel: mit attraktiven Fahrzeug- und Leasingangeboten potenzielle Autokäufer ganz am Anfang ihrer digitalen Autosuche zu erreichen und zu überzeugen. Die Aufgabenverteilung war denkbar einfach, denn das Fahrzeug kam vom teilnehmenden

Händler, das entsprechende Leasingangebot von uns aus der BDK und alles, was digital notwendig war, von moccamedia. So wurden für jedes Autohaus personalisierbare Landingpages zum konkreten Fahrzeugangebot mit einfachen Kontaktmöglichkeiten gestaltet sowie Google-Anzeigen entwickelt und mit viel dahinterliegendem Know-how ausgespielt, um möglichst viele digitale Kundenleads zu generieren. Der jeweilige Händler musste sich nur für ein Budget-Paket entscheiden, das er in die Kampagne investieren wollte. Der Clou des Kampagnenmanagers: Jedem

Wie es 2022 weitergeht? Nach den zunächst auf ausgewählte Marken und Modelle begrenzten Pilotprojekten wollen wir gemeinsam mit moccamedia den Kampagnenmanager zu einem für möglichst viele BDK-Handelspartner verfügbaren Service weiterentwickeln. Von den Chancen effektiver Suchmaschinen-Werbung sollte schließlich jedes Autohaus profitieren können.



wurde eine dem gewählten Paket entsprechende Zahl von Online-Besuchen auf der eigenen Landingpage garantiert. Fast 40 Autohäuser beteiligten sich an den beiden Aktionen.

Aufseiten der BDK war unser Bereich Produkt- und Kooperationsmanagement federführend in der Umsetzung der beiden Pilotkampagnen. Und dort ist man mit den Ergebnissen sehr zufrieden: Die sogenannte Click-Through-Rate – sie beschreibt, wie oft Nutzer im Verhältnis zur Gesamtanzahl der Impressionen eines Werbebanners dieses angeklickt haben – lag deutlich über den Erwartungen. Entsprechend konnte das Ziel für die Zahl der Besucher auf den Landingpages übertroffen werden und die teilnehmenden Händler freuten sich über entsprechend viel digitale Aufmerksamkeit und Anfragen von Kaufinteressenten.

Unser Partner moccamedia

Media-Kampagnen so zu konzipieren, dass sie zielgerichtet und regional maximal Wirkung entfalten, ist schon seit der Gründung im Jahr 1989 die zentrale Idee von moccamedia. Heute natürlich mit einem starken Fokus auf digitale Kanäle. Eine besondere Expertise hat sich die Agentur im Bereich des Automobilhandels erworben. Die perfekte Basis für eine erfolgreiche Kooperation mit uns von der BDK. Neben dem Unternehmenssitz in Trier ist moccamedia noch an vier weiteren Standorten in Deutschland, Österreich und der Schweiz aktiv.



BDK macht Schule

2021 haben wir unser Schulungsangebot für den Autohandel auf neue Beine gestellt – digital und mit vielfältigen Inhalten. Ein weiterer wertvoller Beitrag, um die Betriebe in ihrer Weiterentwicklung bestmöglich zu unterstützen.

Ballannahme, Kopfballsport und Standardsituationen – sogar Profifußballer trainieren immer wieder die Basics. Manchmal setzen Trainer auch ganz neue Impulse und heben Teams so auf ein höheres Niveau. Diese Kombination von Inhalten, die für das Tagesgeschäft, aber auch den nachhaltigen Erfolg von Autohäusern wichtig sind, zeichnet auch unser neues Angebot an Online-Seminaren aus.

„Wir wollen den Betrieben so viel Know-how wie möglich vermitteln, damit sie Kunden bestmöglich beraten und gleichzeitig ihr eigenes Potenzial optimal ausschöpfen

können“, erklärt unser Vertriebsdirektor für den Regionenvertrieb, Christian Barthels. „Dazu müssen die Teilnehmerinnen und Teilnehmer unserer Schulungsangebote nicht einmal mehr ihren Arbeitsplatz verlassen, denn unsere Coaches erreichen sie auf digitalem Wege.“

Wählen konnten sie dabei 2021 zwischen den vier Themen Finanzierung, Leasing, kommunales Behördenleasing sowie Gewerbekundengeschäft. Wir haben unseren Handelspartnern also ein breites inhaltliches Spektrum geboten und großen Wert auf engen Praxisbezug gelegt. Alle Coaches sind für uns, zum Beispiel

als Kolleginnen und Kollegen im Außendienst, viel in den Betrieben unterwegs und daher bestens mit den Bedürfnissen des Verkaufspersonals und der Inhaberrinnen und Inhaber vertraut. Um auch im digitalen Format Nähe zu schaffen und Abwechslung zu bieten, nutzen sie in den Webinaren immer wieder interaktive Elemente. Die Zeiten des reinen Frontalunterrichts sind schließlich lange vorbei.

Das kam gut an, und wir konnten 2021 über 700 Teilnehmerinnen und Teilnehmer bei unseren digitalen Schulungsangeboten begrüßen. „Ganz besonders freuen wir uns über das positive Feedback, das wir von ihnen bekommen“, sagt Christian Barthels und blickt voraus: „Wir werden 2022 aufgrund der hohen Nachfrage zusätzliche Termine anbieten und unsere Themenfelder ebenfalls weiterentwickeln.“ Denn auch wenn die Schulzeit für die meisten von uns schon länger zurückliegt – es gibt immer etwas dazuzulernen.

Informationen zum aktuellen BDK-Schulungsangebot gibt es unter www.bdk-bank.de/online-schulungen.

Kaffeepause mit Lerneffekt

Schon seit einigen Jahren arbeiten wir eng mit der Führungsakademie Sylt zu Themen der Mitarbeiterführung und -entwicklung zusammen. Die exklusiv für BDK-Handelspartner organisierten und von den erfahrenen Coaches der Führungsakademie Sylt durchgeführten Präsenzseminare erfreuen sich schon lange großer Beliebtheit. Im Mai 2021 haben wir erstmals ein innovatives Digi-

talformat angeboten: An fünf aufeinanderfolgenden Tagen gab es jeweils 30 Minuten kompakten Input zu wichtigen Führungsfragen. Die Resonanz auf diese erste Staffel der Führungsakademie Sylt digital war mit fast 100 Teilnehmerinnen und Teilnehmern aus dem Handel überwältigend. Kein Wunder, dass wir für 2022 gleich eine zweite und dritte Staffel angesetzt haben.

Immer eine gute Kondition

Wenn eine Aufholjagd ansteht, ist eine ausgezeichnete Kondition von großem Vorteil. Unsere Lösung: eine Sonderaktion mit Turbo-Konditionen für den Kickstart aus dem Lockdown im Frühjahr 2021. So haben wir Autohäuser effektiv dabei unterstützt, Autokäufer

mit außergewöhnlich günstigen Raten von ihren Angeboten zu überzeugen. Eine Win-win-win-Situation, könnte man sagen, von der alle profitieren haben. Im Herbst haben wir mit unserer „BDK BLUE WEEK“-Aktion sogar noch einmal nachgelegt.



Neu: Der BDK ReKoSchutz

Auch bei bestens gepflegten Autos bleiben Reparaturen und der Austausch von Verschleißteilen mit der Zeit nicht aus. Dem können Kunden, die unseren neuen BDK ReKoSchutz abschließen, ganz gelassen entgegenblicken. Denn diese Reparaturkostenversicherung, die wir in

Partnerschaft mit CarGarantie aufgelegt haben, schützt vor den potenziell hohen Kosten einer Reparatur und sie enthält darüber hinaus einen Mobilitäts- und Reifenschutz. So bleibt man mobil, auch wenn das eigene Auto in die Werkstatt muss.



Hilfe in der Not

Die Hochwasserkatastrophe im Ahrtal und anderen Teilen Deutschlands im Juli 2021 hat viele Menschenleben gekostet und zu großen Verwüstungen geführt. Auch für uns war es eine Selbstverständlichkeit, in dieser Situation unbürokratisch und wirksam zu helfen – beispielsweise durch Tilgungsstundungen für betroffene Autohäuser und die Stundung von Finanzierungs- oder Leasingraten für Kunden. Mit einer Null-Prozent-Finanzierung haben wir darüber hinaus flutbedingte Pkw-Neuanschaffungen unterstützt und Hochwasser-Geschädigten damit zu wertvollen finanziellen Spielräumen verholfen.



Soziale Verantwortung

Als Spezialbank bestimmen automobiler Finanzdienstleistungen unseren Alltag. Doch behalten wir immer auch Themen im Blick, die über unser Kerngeschäft hinausgehen. Denn: Als Unternehmen begreifen wir uns als Teil der Gesellschaft mit sozialer Verantwortung. Und als solcher unterstützen wir Projekte von gesellschaftlicher Relevanz. Ob die Eingliederung von Kindern und Jugendlichen in den sozialen wie beruflichen Alltag oder die Förderung von Kunst und Kultur – wir agieren gemeinsam und füreinander und leisten so unseren Beitrag.



Kids in die Clubs

Das Gefühl von Teamgeist, gemeinsames Auspowern und Erfolge feiern – all das verbindet der Mannschaftssport. Von klein auf erlaubt er uns, uns auszutesten, Stärken wie Schwächen zu erforschen und Freunde zu finden. Genau das sollte unserer Meinung nach jedem Kind und jedem Jugendlichen ermöglicht werden. Das Programm Kids in die Clubs hat sich genau diesem Ziel verschrieben. Es finanziert Familien mit geringem Einkommen die Mitgliedschaft in Sportvereinen. Wir schätzen dieses Engagement und freuen uns, Kindern den Zugang zu sportlichen und sozialen Freizeitaktivitäten zu erleichtern.

www.hamburger-sportjugend.de

Azubi-Spendenaktion 2021

Kinder und Jugendliche entdecken während ihrer Entwicklung das eigene Potenzial, stärken ihre Talente und werden auf ein selbstständiges Leben vorbereitet. Doch nicht alle Familien können ihrem Nachwuchs hierbei so unter die Arme greifen, wie es notwendig wäre. Der Freundeskreis Die ARCHE Hamburg e. V. unterstützt und berät betroffene Familien: Hier wird unter anderem eine sinnvolle Freizeitgestaltung, ein warmes Mittagessen, die Teilnahme an regelmäßigen Feriencamps oder Hilfe bei den Hausaufgaben gestellt. Unsere Azubis steuerten zu diesem wertvollen Engagement ihren Anteil in Form der Einnahmen ihrer Weihnachtsspendenaktion bei.

www.kinderprojekt-arche.de



Leseleo e. V.

Sich ausdrücken, lesen und schreiben zu können, ist für eine aktive Teilnahme an unserem gesellschaftlichen Leben essenziell und doch nicht selbstverständlich – auch heutzutage nicht. Damit so vielen Kita- und Grundschulkindern wie möglich eine Förderung der Sprach- und Lesefähigkeit zugutekommt, wurde der Hamburger Verein Leseleo gegründet. Ehrenamtliche Lesepaten schenken Kindern ihre Zeit für gemeinsames Lesen, Vorlesen und Sprechen. Damit wird der Nachwuchs, unabhängig von seinem sozialen Hintergrund, individuell gefördert und eine Unterstützung geboten, die den teilnehmenden Kindern zuhause nicht ermöglicht werden kann.

www.leseleo.de



Millerntor Gallery



Hören wir vom FC St. Pauli, denken wir an Fußball. Doch das Hamburger Millerntor-Stadion der Kiezkicker hält seit 2011 noch mehr bereit. Jährlich findet hier die Millerntor Gallery statt, initiiert durch die Non-Profit-Organisation Viva con Agua und den FC St. Pauli. Die Herausforderungen der vergangenen zwei Jahre haben auch das Kunst-, Musik- und Kultur-Festival getroffen. Damit sich weiterhin zeitgenössische Kunst internationaler Künstler im Stadion bestaunen lässt, sind wir dem Aufruf der Organisatoren gefolgt und haben dieses Event 2021 in besonderer Weise unterstützt.

www.millerntorgallery.org

JOBLINGE e. V.

Der Arbeitsalltag prägt unser aller Leben. Werden wir arbeitslos, steht unser Tagesablauf Kopf und wir sehen uns mit zahlreichen Einschränkungen konfrontiert. Auch Jugendliche trifft der Ausschluss aus dem beruflichen Leben hart. Um Betroffenen mit schwierigen Startbedingungen eine Beschäftigung zu ermöglichen, die ihren Stärken entspricht, wurde die Organisation Joblinge gegründet. Die Initiative unterstützt durch Qualifizierung, ehrenamtliches Mentoring und Begleitung der Jugendlichen während ihrer Ausbildung. So werden echte Jobchancen geschaffen und die nachhaltige Integration in Arbeitsmarkt und Gesellschaft bewirkt. Unsere Spende trägt dazu bei, dass rund 75 % der Teilnehmer den Sprung in das Berufsleben schaffen.

www.joblinge.de



Move for Youth

Das Ziel, Bildungsprojekte zu unterstützen, verfolgt auch unser Mutterkonzern. Mit der Hilfe der Societe-Generale-Stiftung und der Aktion „The Future Is You“ werden zahlreiche Programme gefördert – vor allem solche, die auf die Vermittlung von Bildung durch Musik und Sport abzielen. Gemeinsam leisten alle Unternehmen der SG und ihre Tochtergesellschaften sowie die Mitarbeiter selbst einen Beitrag zu diesem Vorhaben. Auch wir als BDK – zum Beispiel durch die Teilnahme an Mitmachaktionen wie „Move for Youth“. Hierbei wurden die zurückgelegten Schritte und Fahrradkilometer aller teilnehmenden Mitarbeiter in Spendenzahlungen umwandelt.

www.foundation.societegenerale.com

Die BDK im Überblick

Die BDK in Zahlen



Mitarbeiter

802



Handelspartner

3.521



Bestandsvolumen

5,4 Mrd. €

Die Produkte der BDK

Absatzfinanzierung

- / Klassische Finanzierung
- / Schlussratenfinanzierung
- / 3-Wege-Finanzierung
- / Finanzierung^{Plus}
- / Restschuldversicherung
- / Restschuldversicherung^{Plus}
- / GAP-Versicherung
- / GAP^{Plus}-Versicherung
- / **Neu 2021:** BDK ReKoSchutz
- / Zubehör- und Reparaturfinanzierung

Absatzleasing

- / Kilometerleasing
- / Restwertleasing
- / Technik-Service
- / GAP-Deckung

Händlerfinanzierung

- / Einkaufsfinanzierung^{Start}
- / Einkaufsfinanzierung
- / Einkaufsfinanzierung^{Plus}
- / Einkaufsfinanzierung^{Flex}
- / bdk *invest*

Digitale Services

- / DIGEO Online-Kalkulator
- / DIGEO Neuwagenkonfigurator
- / DIGEO Webservice

Gebrauchtwagen-Plattform

- / JuhuAuto

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 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

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 fast 168 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

Die Organisation der BDK

Geschäftsführung

Martin Guse

Sprecher der Geschäftsführung

Matthias Sprank

Geschäftsführer

Vertrieb

Für jeden Bedarf die passende Betreuung durch:

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



Aufsichtsrat

Dr. Rolf Hagen

Diplom-Ökonom (Aufsichtsratsvorsitzender)

Dr. Harry Brambach

Zentralverband Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe e. V.,
Vorstandsmitglied (stellv. Aufsichtsratsvorsitzender)

Eric Delarue

Societe Generale Group, Business Unit Euro,
Deputy Head

Dr. Hermann Frohnhaus

ehem. Sprecher der Geschäftsführung der BDK
und ALD Lease Finanz

Cécile Le Bon

Societe Generale S. A., Head of Restructuring and
Collection of the French Retail Banking Business

Jürgen Karpinski

Zentralverband Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe e. V.,
Präsident

Dr. Axel Koblitz

Zentralverband Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe e. V.,
Hauptgeschäftsführer

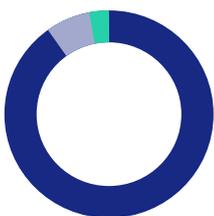
Esko Thullen

Auto Thullen Gruppe, Geschäftsführender Gesellschafter

Guido Zoeller

Societe Generale, Group Country Head Germany &
Austria, Head of Corporate & Investment Banking

Die Gesellschafter der BDK



- **Societe General Group** (über die ALD Lease Finanz GmbH)
90 Prozent der Stimmrechte
- **Beteiligungsgesellschaft des Kfz-Gewerbes mbH**
7 Prozent der Stimmrechte
- **TECHNO Versicherungsdienst GmbH**
3 Prozent der Stimmrechte

Impressum

Kontakt

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

Quellen

ZDK, Deutsche Automobil Treuhand (DAT), Kraftfahrt-Bundesamt
(Automarkt 2021 Seiten 14–15)

Umsetzung

Beckmann Verlag GmbH & Co. KG, Lehrte

Fotos

Bank Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe GmbH; Societe Generale; ZDK;
iStockphoto.com: naphtalina; deepblue4you; jacoblund; dragana991;
Sompong Lekhawattana; nortonrsx; drazen_zigic; jojotgdc; FatCamera
Nico Bizer; AUTOHAUS, FC St. Pauli; Hamburger Sportjugend; Millerntor
Gallery, Die Arche, Joblinge e.V., Leseleo e.V.
Titelmotiv: iStockphoto.com: skynesher

Redaktionsschluss: April 2022; erschienen im Juli 2022

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

