

Jahresbericht 2014



**Bank Deutsches
Kraftfahrzeuggewerbe**



www.bdk-bank.de

Die Bank zum Auto.



Inhalt

1. Vorwort	Vorwort der Geschäftsführung	4
2. Organe und Bereiche	2.1 Aufsichtsrat	7
	2.2 Geschäftsführung	8
	2.3 Bereichsleiter	9
	2.4 Vertriebsleiter der Regionen	10
3. Gastbeitrag	Grußwort des Präsidenten des ZDK	11
4. Marktbericht	4.1 Deutsche Wirtschaft	12
	4.2 Automobilmarkt	16
5. Gastbeitrag	Jens Diehlmann: Digitalisierung und Multikanalvertrieb: Neue Chancen für Automobilhandel und Autofinanzdienstleister im deutschen Markt	18
6. Spezial	Autohausformate: Flagship-Stores, Pop-up-Stores & Co.	21
7. BDK	7.1 Die Bank in Zahlen	23
	7.2 Die Bank als Arbeitgeber	25
	7.3 Produkte	26
	7.4 Rückblick	28
	7.5 Ausblick	31
	7.6 Soziales Engagement	34
	7.7 Mitgliedschaft und Verbundenheit	36
	Impressum	38



Matthias Sprank

Dr. Hermann Frohnhaus

1. Vorwort

Geschäftsführung der Bank Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe

Unter Beteiligung des Zentralverbands Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe (ZDK) wurde die Bank Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe im Jahr 2000 gegründet. Eine Bank von der Branche für die Branche.

Seit rund 15 Jahren sind wir verlässlicher Finanzierungspartner für die Automobilbranche. Durch die Nähe zu Ihnen, unseren Handelspartnern, wissen wir um Ihre Bedürfnisse – insbesondere in Finanzierungsfragen. Wir nehmen Ihre Perspektive ein und bieten Ihnen maßgeschneiderte Finanzierungslösungen und Dienstleistungen rund ums Automobil. Produkte, in denen wir unser Wissen und unsere Erfahrung bündeln, überzeugen Ihre Kunden und sichern Ihren Erfolg – in Absatz, Umsatz und Ertrag. Das ist unser Auftrag als Branchenbank.

Finanzdienstleistungen sind ein notwendiger und hilfreicher Baustein im Verkaufsprozess. Die Kunden verstehen das Autobudget immer häufiger als Komplettpaket, das weit über die reine Autofinanzierung hinausgeht: inklusive Versicherungen, Wartungsarbeiten und Mobilitätsgarantie. Als einzige herstellerunabhängige Bank verfügen wir über eine vollständige Produktpalette, übernehmen Restwertisiken und vermarkten Fahrzeuge über den Autohandel. Ihren Autohauskunden bieten wir Finanzierungs- und Leasingverträge, Versicherungen und Services bis hin zu Flatrate-Paketen. Diese umfassen zum Beispiel eine Garantieverlängerung und Kreditabsicherung zu niedrigen Zinssätzen. Für die Investitionen in Ihren Betrieb oder den Einkauf von Fahrzeugen stellen wir Ihnen verschiedene Angebote in der Händlerfinanzierung und Investitionsfinanzierung bereit.

Der Begriff „Digitalisierung“ ist in aller Munde. Auch bei der Bank Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe ist sie ein zentrales Thema. Wir haben eine „Digitale Strategie“ implementiert, die schrittweise umgesetzt wird. Die Strategiebausteine 2014 waren unter anderem der Online-Finanzierungsrechner und ein Webservice. Mit dem Webservice stellen wir eine Software-Schnittstelle zur Verfügung, die einen direkten Einstieg in unser POS-System inklusive Übernahme der bereits vorhandenen Fahrzeug- und Kundendaten ermöglicht. Dies führt zu einer deutlichen Prozessverschlankeung und Arbeitserleichterung in Ihrem Autohaus. Unser Online-Finanzierungsrechner lässt sich in die Fahrzeugangebote auf Ihrer Internetseite integrieren. So kann neben dem Kaufpreis die Finanzrate dargestellt werden. An dieser Stelle wollen wir nicht zu viel vorwegnehmen, mehr zu diesem Thema finden Sie im Kapitel Rückblick.

Im Jahr 2014 hat sich unser Geschäft erfreulich positiv entwickelt und dafür möchten wir uns an dieser Stelle herzlich bedanken – Sie haben durch Ihr Vertrauen in unsere Bank einen wichtigen Beitrag dazu geleistet. Die Rahmenbedingungen für 2015 stimmen und sind auf Zuwachs ausgerichtet. Auf den folgenden Seiten unseres Jahresberichts können Sie einen Blick in den Rückspiegel werfen und gleichsam einen Ausblick nach vorne wagen.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß beim Lesen.

Dr. Hermann Frohnhaus
Sprecher der Geschäftsführung

Matthias Sprank
Geschäftsführung

2. Organe und Bereiche



2.1 Aufsichtsrat

Zusammensetzung zum Stichtag 31. Dezember 2014

Aufsichtsratsvorsitzender:

Jochen Jehmlich

GEFA Gesellschaft für Absatzfinanzierung mbH und
GEFA-Leasing GmbH
Geschäftsführer

Stellvertretender Aufsichtsratsvorsitzender:

Dr. Harry Brambach

Zentralverband Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe e. V.
Vorstandsmitglied

Mitglieder des Aufsichtsrats:

Robert Rademacher

Zentralverband Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe e. V.
Ehrenpräsident

Dr. Axel Koblitz

Zentralverband Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe e. V.
Hauptgeschäftsführer

Wilfried Multusch

ALD Lease Finanz GmbH
Mitglied des Verwaltungsrats

Eric Delarue

Societe Generale International Banking
and Financial Services
Regional Supervisor

Jean-Hugues Delvolvé

Compagnie Generale de Location d'Equipments S.A.,
Societe Generale Gruppe
CEO

Esko Thüllen

Auto Thüllen Gruppe
Geschäftsführender Gesellschafter

Axel-Sven Malkomes

(seit 1. November 2014)
Societe Generale Corporate & Investment Banking
Global Head of Healthcare CIB

Guido Zoeller

(ausgeschieden zum 31. Oktober 2014)
Societe Generale Corporate & Investment Banking
Chief Country Officer

2.2 Geschäftsführung



Dr. Hermann Frohnhaus ist im November 2003 zum Vorstandssprecher der Bank Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe berufen worden. Seither leitet der promovierte Jurist die Geschäfte der Bank. Er verantwortet die Geschäftsfelder Vertrieb, Marketing, Öffentlichkeitsarbeit, Unternehmensentwicklung, Personal und die Service Center.

Nach seinem Studium an der Universität Köln begann er seine berufliche Laufbahn 1982 als Vertreter des Syndikus der WTB Westdeutsche Kreditbank GmbH und WTB Leasing GmbH, Köln. 1986 zog es Dr. Frohnhaus vom Rhein ins Bergische Land nach Wuppertal zur GEFA Gesellschaft für Absatzfinanzierung und GEFA-Leasing GmbH. Hier war er zunächst in der Kreditabteilung, später dann im Vertrieb tätig. Nachdem er ab 1991 die Zentrale Vertriebs- und Marketingabteilung der Diskont und Kredit AG und der Disko Leasing GmbH mit Sitz in Düsseldorf leitete, kehrte er 1996 zurück zur GEFA und übernahm die Leitung der Filiale Hannover. Nach erfolgreichen Jahren in der Leine-Metropole wechselte Dr. Frohnhaus als Vertriebsleiter in die GEFA-Zentrale.

Im Oktober 2003 folgte der Wechsel im Konzern. Dr. Hermann Frohnhaus übernahm die Position des Sprechers der Geschäftsführung der ALD AutoLeasing D GmbH, Hamburg, und wurde zum Vorstandssprecher der Bank Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe AG berufen – zu diesem Zeitpunkt firmierte die Bank als Aktiengesellschaft. Im Zuge der Neustrukturierung der Automobilsparte durch die Muttergesellschaft Societe Generale übernahm er die Geschäftsführung der ALD Lease Finanz GmbH, Hamburg, und schied aus der Geschäftsführung der ALD AutoLeasing D GmbH im Juni 2005 aus.

Dr. Hermann Frohnhaus, 1957 geboren, ist verheiratet und Vater von zwei Töchtern.

Matthias Sprank wurde zum 1. April 2004 in den Vorstand der BDK berufen. Der diplomierte Wirtschaftsmathematiker verantwortet heute die Geschäftsfelder Kredit, Finanzen, IT, Organisation, Risk Compliance sowie Forderungsmanagement.

Matthias Sprank hat das Bankgeschäft von der Pike auf gelernt. Nach seiner Ausbildung zum Bankkaufmann absolvierte er im Anschluss ein Studium an der Universität Hamburg. Frisch von der Uni, trat er 1994 seinen ersten Job bei der ALD AutoLeasing D GmbH in Hamburg an. Bereits Anfang 1997 führte ihn diese Tätigkeit ins Ausland: In der tschechischen Tochterfirma der ALD hatte er zunächst die Funktion des Innenleiters Rechnungswesen/EDV inne und wurde zum Jahresende 1997 in Prag zum Geschäftsführer berufen.

Nach einem Abstecher nach Rüsselsheim zur Master Lease Germany GmbH in der Funktion des Bereichsleiters Finanz- und Rechnungswesen kehrte Sprank im April 2003 nach Hamburg als Gesamtleiter Finanzen und Risiko der ALD AutoLeasing zurück. Im April 2004 wurde Matthias Sprank in den Vorstand der Bank Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe berufen.

Matthias Sprank, 1967 geboren, ist verheiratet und Vater von zwei Söhnen.

2.3 Bereichsleiter

Henning Bublitz (seit 01.01.2015)
Marketing und Produktmanagement

Martin Guse
Unternehmensentwicklung

Frank Hägele
Gesamtvertrieb

Patricia Hahndl
Service Center Forderungsmanagement

Hans Josef Hemmerlein
Service Center Ankauf/Vertragsservice

Matthias Krönke
Service Center Kredit/Leasing
Remarketing/E-Commerce

Joachim Landow
Personal

Hans-Heiner Lüdemann
Christian Barthels (seit 01.04.2015)
Regionenvertrieb

Magnus Piliptschuk
Rechnungswesen und Controlling

Annalisa Roth
Zentralvertrieb

Dr. Ulrike Schumann-Giesler
Peter Schnell (stellv., seit 01.10.2014)
IT-Koordination und Organisation

Markus Steuernagel
Credit Risk Management

2.4 Vertriebsleiter der Regionen



Stefan Meede
Region Nord



Stefan Persch
Region Ost



Annette Jorns
Region West



Achim Kreyenpoth
Region Südwest



Jörg Bugiel
Region Süd



Kirsten von Vett
Händler-Service-Center

3. Gastbeitrag

des Präsidenten des
Zentralverbands Deutsches
Kraftfahrzeuggewerbe e. V.



Das Autojahr 2014 ist aus Sicht des Kfz-Gewerbes insgesamt zufriedenstellend verlaufen, jedoch lediglich bezogen auf das Umsatzwachstum. Die vorläufige Durchschnittsrendite ist mit 1 bis 1,2 Prozent noch etwas niedriger als im Vorjahr ausgefallen und absolut nicht ausreichend, um damit die steigenden Anforderungen an die Autohäuser und Werkstätten dauerhaft erfüllen zu können. Mehr verkaufte Neufahrzeuge und ein stabiles Gebrauchtwagengeschäft bescherten dem Kfz-Gewerbe im Jahr 2014 ein Umsatzwachstum von 6,6 Prozent auf 147,8 Milliarden Euro. Eine Delle gab es mit minus 3,4 Prozent beim Service.

Fast 85 000 mehr verkaufte Neuwagen ließen den Umsatz in diesem Geschäftsfeld um 7 Prozent auf 55,7 Milliarden Euro steigen. Getragen wurde der Zuwachs von den gewerblichen Zulassungen. Die Privatkunden bedienen sich immer häufiger im Bereich der jungen Gebrauchtwagen. Trotz stagnierender Anzahl der Besitzumschreibungen setzte das Kfz-Gewerbe 51,9 Milliarden Euro und damit 12,5 Prozent mehr mit dem Handel von Gebrauchtwagen um. Das Werkstattgeschäft hat uns im vergangenen Jahr nicht ganz so viel Freude gemacht. Umsätze und Werkstattauslastung blieben unter den Vorjahreswerten. Ein milder Winter, hohe Fahrzeug- und Teilequalität, verlängerte Serviceintervalle und kostengünstige Flatrates trugen zu dieser Entwicklung bei.

Mit verhaltenem Optimismus blicken wir auf das laufende Jahr. Aufgrund der geringen Wachstumserwartungen der Wirtschaftsweisen und politischer Krisenszenarien etwa in Russland und der Ukraine sowie in der Eurozone rechnen wir in diesem Jahr mit etwa 2,95 Millionen Neuzulassungen und

einem stabilen Gebrauchtwagengeschäft mit zirka sieben Millionen Besitzumschreibungen. Das Servicegeschäft sollte sich auf dem Niveau des Jahres 2014 bewegen.

Das Kfz-Gewerbe agiert also in einem herausfordernden Umfeld. In solchen Zeiten ist es besonders wichtig, sich auf bewährte Tugenden der Unternehmensführung zu besinnen. Dazu zählen engagiertes Bemühen um die Motivation der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, konsequent kundenorientiertes Denken und Handeln, straffes Kostenmanagement und vorsichtige Investitionspolitik. Dazu gehört zwingend aber auch das Angebot kreativer Finanzdienstleistungen. Deren Bedeutung nimmt immer mehr zu. Nicht nur um den vermittelnden Betrieben zusätzliche Ertragschancen zu erschließen, sondern auch um die Kunden enger an sich zu binden. Als kompetenter, vertrauenswürdiger Partner des Kfz-Gewerbes bietet die BDK maßgeschneiderte Lösungen, abgestimmt auf die speziellen Marktbedingungen in unserer Branche – ein Vorteil, der für sich spricht und den Kfz-Betrieben das Leben leichter und erfolgreicher macht.

Jürgen Karpinski

Präsident

Zentralverband Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe

4. Marktbericht



4.1 Marktbericht

Deutsche Wirtschaft im Jahr 2014 in solider Verfassung

Die deutsche Wirtschaft hat sich im Jahresdurchschnitt 2014, trotz des schwierigen weltwirtschaftlichen Umfelds, insgesamt als stabil erwiesen. Sie profitierte vor allem von einer starken Binnennachfrage. Das preisbereinigte Bruttoinlandsprodukt (BIP) stieg im Vergleich zum Vorjahr um 1,5 Prozent. Damit lag es laut Statistischem Bundesamt über dem Durchschnittswert von 1,2 Prozent der letzten zehn Jahre. In den beiden vorangegangenen Jahren fiel der Zuwachs deutlich geringer aus (2013 um 0,1 Prozent und 2012 um 0,4 Prozent).

Einkommen und Konsum

Der wichtigste Wachstumsmotor war der Konsum. Das verfügbare Einkommen der privaten Haushalte nahm 2014 um 2,2 Prozent zu und belief sich auf 1.719 Milliarden Euro. Angesichts der historisch niedrigen Zinsen lag die Sparquote der privaten Haushalte im Jahr 2014 bei 9,2 Prozent und damit nur knapp über dem Wert von 2013 (9,1 Prozent). Dafür stiegen die privaten Konsumausgaben preisbereinigt um 1,1 Prozent, die des Staates um 1,0 Prozent. Auch die Investitionen legten zu: Im Inland investierten Unternehmen und Staat zusammen 3,7 Prozent mehr in Ausrüstungen als noch ein Jahr zuvor – vor allem in Maschinen und Geräte sowie Fahrzeuge.

Entwicklung der Wirtschaft

Der deutsche Außenhandel gewann im Jahresdurchschnitt 2014 trotz eines weiterhin schwierigen außenwirtschaftlichen Umfelds etwas an Dynamik. Deutschland exportierte preisbereinigt 3,7 Prozent mehr Waren und Dienstleistungen als im Jahr 2013. Damit bleibt Deutschland Wachstumsmotor in der Europäischen Union. Das spiegelt auch der Arbeitsmarkt wider, der sich 2014 weiterhin positiv entwickelte.

Energiepreise dämpfen Preisanstieg

Die Preisentwicklung in Deutschland war im Jahr 2014 auf allen Wirtschaftsstufen deutlich gedämpft. Zurückführen lässt sich das vor allem auf gesunkene Preise für Mineralölzeugnisse sowie Strom und Gas. Allen voran begünstigte der Preisverfall des Rohöls die Positiventwicklung. Der Barrelnpreis halbierte sich im Laufe des Jahres und pendelt seither bei der psychologisch wichtigen Marke von 50 US-Dollar.

Die Inflationsrate ist 2014 auf den niedrigsten Stand seit 2009 gesunken. Sie beträgt dem Statistischen Bundesamt zufolge nur noch 0,9 Prozent.

Der Arbeitsmarkt

Die Zahl der Erwerbstätigen erreichte 2014 mit 42,7 Millionen das achte Jahr in Folge einen neuen Höchststand. Das waren 371 000 Personen oder 0,9 Prozent mehr als im Vorjahr. Im vergangenen Jahr waren laut Agentur für Arbeit bundesweit im Durchschnitt 2,9 Millionen Menschen arbeitslos. Das sind 52 000 weniger als 2013. Damit lag die Arbeitslosenquote im Jahresmittel bei 6,3 Prozent.

Verbraucher- und Firmeninsolvenzen

Die Zahl der Firmeninsolvenzen war 2014 im fünften Jahr in Folge weiterhin rückläufig und erreichte den niedrigsten Stand seit 1999. Im vergangenen Jahr mussten 24 549 Unternehmen Insolvenz anmelden. Das ist ein Rückgang von 8,2 Prozent im Vergleich zu 2013. Hauptgrund für den erneuten Rückgang der Insolvenzzahlen ist die gefestigte Konjunktur.

Im Jahr 2014 gab es allerdings auch Entwicklungen, die die Euphorie dämpften. Firmeninsolvenzen waren ein Problem mit einer hohen volkswirtschaftlichen Relevanz. Die durch Insolvenzen verursachten Schäden beliefen sich 2014 auf knapp 26 Milliarden Euro. Zudem waren erneut über 100 000 Arbeitnehmer von der Insolvenz eines Unternehmens betroffen.

Im Oktober 2014 zählte Deutschland 6,67 Millionen überschuldete Privatpersonen. Das ist ein leichter Anstieg im Vergleich zum Vorjahr, in dem die Zahl bei 6,8 Millionen lag. Die Schuldenquote stieg von 9,81 auf 9,90 Prozent. Dafür sank die individuelle Schuldenhöhe von 33.000 Euro im Mittel auf 32.600 Euro.

Zinspolitik der Europäischen Zentralbank

Die Europäische Zentralbank (EZB) mit Sitz in Frankfurt ist verantwortlich für die Geldpolitik in Europa und sorgt für die Preisstabilität in der Eurozone. Sie legt den Leitzins fest und definiert damit, zu welchen Konditionen sich Geschäftsbanken Geld leihen können. Im Kampf gegen die drohende Deflation hat die EZB im September 2014 den ohnehin niedrigen Zinssatz auf ein Rekordtief von 0,05 Prozent abgesenkt. Im Juni lag er noch bei 0,15 Prozent. Damit setzten die Währungshüter die expansive Geldpolitik fort und statteten die Banken großzügig mit der nötigen Liquidität aus. Der Einlagezins wurde erstmals seit Einführung des Euro faktisch auf unter null abgesenkt. Seither müssen Banken, die über Nacht Geld bei der Zentralbank hinterlegen, einen „Strafzins“ von 0,2 Prozent zahlen.



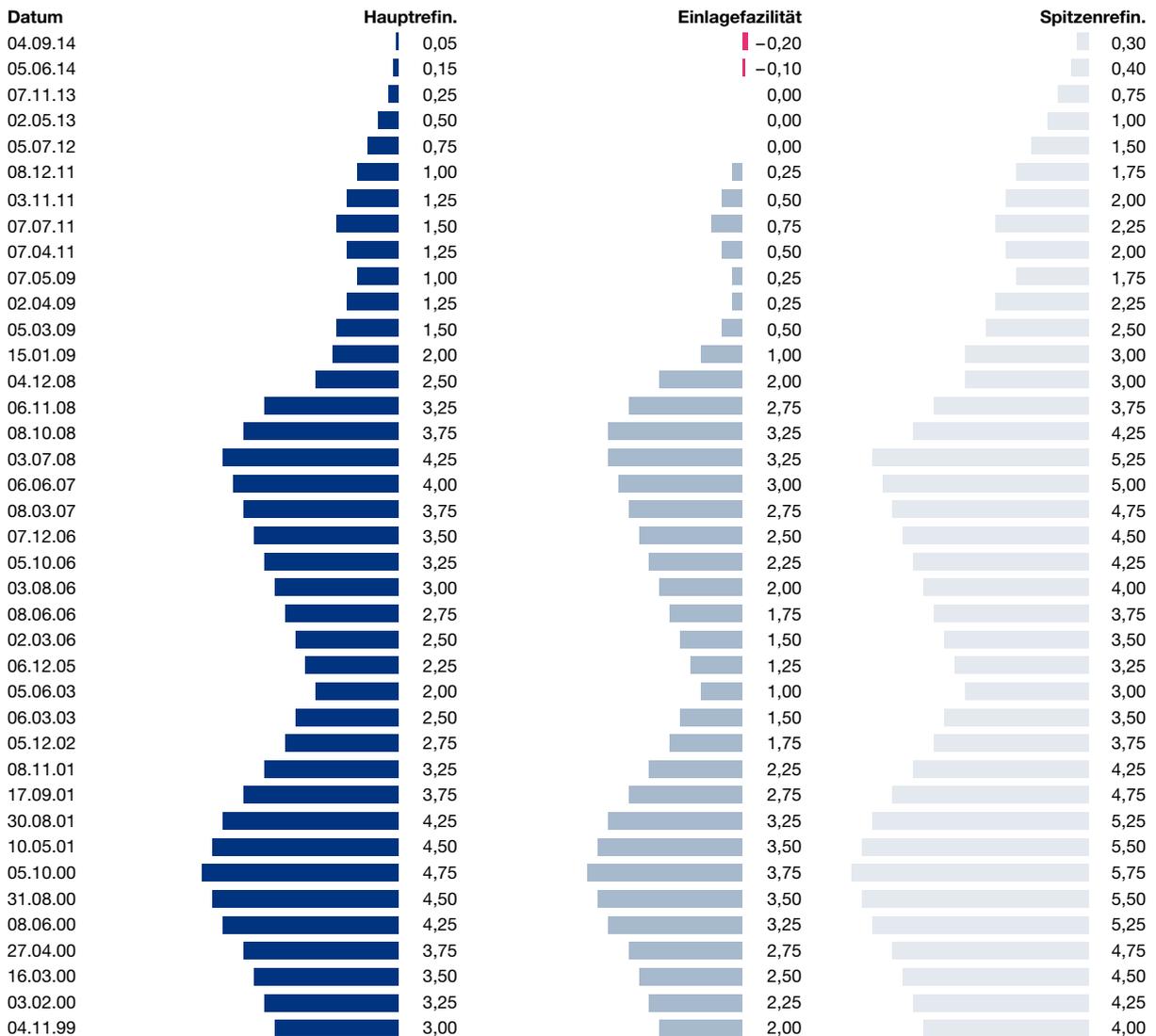
Zinsschritte der Europäischen Zentralbank (EZB)

Quelle: EZB (alle Daten ohne Gewähr)



Zinsschritte der Europäischen Zentralbank (EZB)

Quelle: EZB (alle Daten ohne Gewähr)



4.2 Automobilmarkt

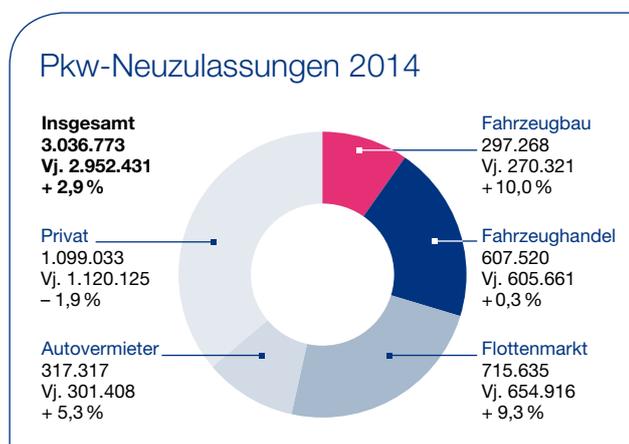
Das Autojahr 2014 war vor allem von zwei Impulsen geprägt: dem Verfall des Ölpreises und der positiven Entwicklung der allgemeinen Wirtschaftslage. Das führte zu einem Absatzplus beim Neuwagengeschäft und damit zu einem Umsatzplus in der Branche. Mehr verkaufte Neufahrzeuge und ein stabiles Gebrauchtwagengeschäft bescherten dem Kfz-Gewerbe im Jahr 2014 ein Umsatzwachstum von 6,6 Prozent auf 147,8 Milliarden Euro (Vorjahr: 138,6 Milliarden Euro).

Der deutsche Automarkt entwickelte sich 2014 mit einem Plus von 2,9 Prozent deutlich positiv. Insgesamt wurden bundesweit laut Kraftfahrt-Bundesamt (KBA) rund 3,04 Millionen und damit knapp 85 000 mehr Neuwagen als 2013 erstmals zugelassen. Die Positiv-Bilanz hat allerdings einen Schönheitsfehler: Die Neuzulassungen von Privatfahrzeugen verringerten sich im fünften Jahr in Folge – von 42,7 Prozent 2013 auf 36,2 Prozent 2014, was 6,5 Prozentpunkten entspricht. Für den Zuwachs waren die Zulassungen im gewerblichen Bereich verantwortlich: Vermieter, Flottenmarkt, Hersteller und Händler. Sie verbuchten 63,8 Prozent der Neuzulassungen.

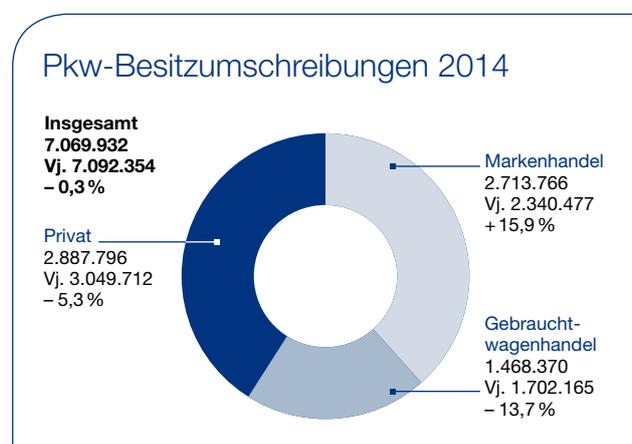
Die Besitzumschreibungen bewegten sich ungefähr auf Vorjahresniveau: 7,07 Millionen 2014 gegenüber 7,09 Millionen 2013.

Das Kfz-Gewerbe setzte 51,9 Milliarden Euro mit dem Handel von Gebrauchtwagen um – ein Plus von 12,5 Prozent (2013: 46,1 Milliarden Euro). Zurückzuführen ist der Zuwachs vor allem auf die steigende Anzahl junger und damit hochwertiger Gebrauchtwagen, die sich aus dem über 900 000 Einheiten umfassenden Pool der Händler- und Herstellerzulassungen speisten.

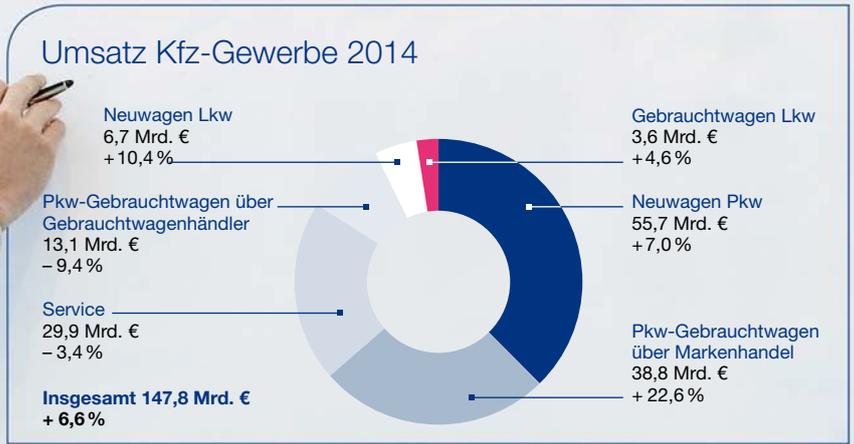
Betrachtet man das Umsatzwachstum, kann das Autojahr 2014 als „insgesamt zufriedenstellend“ für die 38 500 Autohäuser und Werkstätten bilanziert werden, wenngleich der Umsatz im Service schwächelte. Besorgniserregend ist die Entwicklung der Rendite: Mit 1 bis 1,2 Prozent fiel die vorläufige Durchschnittsrendite noch niedriger als im Vorjahr (1,3 Prozent) aus. Um notwendige Investitionen zu tätigen und Mitarbeiter vernünftig aus- und weiterzubilden sowie angemessen bezahlen zu können, sollte eine Umsatzrendite zwischen 1 bis 4 Prozent angestrebt werden.



Quellen: KBA, DAT, ZDK



Stand: 24.2.2015



Quelle: ZDK

Stand: 24.2.2015

Kfz-Betriebe

Die Anzahl der Kfz-Betriebe ist mit 38 500 auf dem Niveau von 2013 geblieben. 17 500 Betriebe sind fabrikatgebunden, 21 000 Betriebe sind freie Werkstätten. Die Beschäftigungszahl ist leicht um 0,4 Prozent auf 462 000 Mitarbeiter angestiegen.

Im vergangenen Jahr hat das Kfz-Gewerbe seinen Stellenwert als eine der größten Ausbildungsbranchen gefestigt. Allein zum 30. September traten rund 27 000 Lehrlinge ihre Ausbildung an. Das ist ein Plus von 4 Prozent. Demgegenüber verzeichnete die gesamte duale Ausbildung branchenübergreifend ein Minus von fast 2 Prozent. Insgesamt hatte das Kfz-Handwerk im abgelaufenen Jahr 90 700 junge Menschen in Ausbildung (2013: 87 490).

Pkw-Bestand

Der Fahrzeugbestand ist laut Kraftfahrt-Bundesamt (KBA) weiter gewachsen und erreichte einen neuen Höchstwert: Am 1. Januar 2015 waren in Deutschland 44,4 Millionen Pkw gemeldet. Das Durchschnittsalter der Pkw betrug knapp neun Jahre.

Die Segmente Kleinwagen (19,9 Prozent), Kompaktklasse (26,4 Prozent) und Mittelklasse (16,3 Prozent) decken annähernd zwei Drittel des gesamten Pkw-Bestands ab.

Benzin (67,2 Prozent) und Diesel (31,2 Prozent) waren bei der Bestandszählung die häufigsten Kraftstoffarten. Die Entwicklung bei den alternativen Antrieben war unterschiedlich: Deutlich nach oben ging es bei Hybrid- (107 754/plus 25,9 Prozent) und Elektroantrieb (18 948/plus 55,9 Prozent). Mit 494 148 Einheiten ging der Flüssiggas-Anteil um minus 1,3

Prozent auf 1,1 Prozent zurück. Mit 81 423 Erdgas-Pkw stieg dieser Anteil um 3,0 Prozent auf jedoch lediglich 0,1 Prozent.

Um den Schadstoffausstoß zu reduzieren, gelten seit Jahrzehnten zunehmend strengere Abgasnormen für Kraftfahrzeuge. Der Anteil der Fahrzeuge mit der derzeit strengsten Norm „Euro 6“ betrug 2,3 Prozent. Zwei Drittel aller Pkw entsprachen den Normen „Euro 5“ (29,2 Prozent) beziehungsweise „Euro 4“ (37,5 Prozent). Der Anteil an „Euro 1“ ist weiter auf 2,5 Prozent gesunken.

Ölpreis: Benzin ist so günstig wie seit Jahren nicht mehr

Autofahrer haben 2014 nach Auskunft des ADAC im Schnitt so günstig getankt wie zuletzt 2010. Der Ölpreis war zuletzt laut Mineralölwirtschaftsverband (MWW) inflationsbereinigt so niedrig wie seit 1981 nicht mehr. Ein Barrel (159 Liter) der Nordsee-Sorte Brent hat im Durchschnitt des vergangenen Jahres 73,79 Euro gekostet. Zum Jahresende 2014 ist der Preis auf 49 Euro gefallen.

Der deutliche Preisrückgang beim Erdöl hat gerade im zweiten Halbjahr Benzin und Diesel spürbar vergünstigt. Im Schnitt kostete ein Liter Super E10 im vergangenen Jahr 1,493 Euro. 2013 waren es noch 5,6 Cent mehr – und das war im Vergleich zum Rekordjahr 2012 bereits ein Rückgang. Damals war der Preis für einen Liter Super E10 zeitweise auf mehr als 1,70 Euro geklettert. Von dieser Marke waren die Kraftstoffpreise 2014 weit entfernt. Diesel kostete 2014 im Durchschnitt 1,350 Euro je Liter, 7 Cent weniger als 2013. Der im bundesweiten Durchschnitt günstigste Tanktag war laut ADAC der 31. Dezember mit 1,281 Euro je Liter Super E10.

5. Gastbeitrag

Jens Diehlmann, EY



Digitalisierung und Multikanalvertrieb: Neue Chancen für Automobilhandel und Autofinanzdienstleister im deutschen Markt

Weltweit und in Deutschland musste mehr als jedes zweite Unternehmen in den vergangenen fünf Jahren deutliche Änderungen am eigenen Geschäftsmodell vornehmen. Grund sind in erster Linie neue Technologien, die das Kundenverhalten ändern und neue Wettbewerber auf den Plan treten lassen. Bisher besonders betroffen sind die Telekommunikations- und Medienbranche sowie Automobil- und Handelsunternehmen. Und die digitale Revolution erfasst immer mehr Branchen und zwingt in Zukunft immer mehr Unternehmen, sich zunehmend neu zu erfinden, vor allem deutsche Betriebe: Nach einer aktuellen Studie von EY richtet sich fast jedes zweite Unternehmen in Deutschland darauf ein, dass neue Technologien künftig das eigene Geschäftsmodell infrage stellen werden – mehr als in allen anderen untersuchten Ländern.

Deutschland ist ein Hochtechnologie- und Industriestandort. Hier bekommen die Unternehmen die Folgen der digitalen Revolution ganz unmittelbar zu spüren. Gleichzeitig entstehen in den kommenden Jahren neue Geschäftsmodelle und Wachstumschancen. Verlieren werden die Unternehmen, die zu lange an ihrem über Jahre oder Jahrzehnte bewährten Geschäfts- und Vertriebsmodell festhalten und nicht in alternativen oder diversifizierten Modellen denken. Gerade die Automobilbranche steht vor großen Veränderungen, die durch die Digitalisierung erst ausgelöst werden. Beispiele auf technologischer Seite sind die Vernetzung der Fahrzeuge sowie das Thema autonomes Fahren, aber auch und insbesondere das veränderte Käuferverhalten hinsichtlich

Kommunikation, Informationsgewinnung und Kaufentscheidung bei der Finanzierung von Fahrzeugen.

Eine wesentliche Feststellung ist, dass das Kundenerlebnis beim Kauf eines Fahrzeuges essenzieller geworden ist und in Verbindung mit den angebotenen Produkten und Dienstleistungen ausgestaltet werden sollte. Der Kunde von heute ist selbstbewusst, individualistisch veranlagt, informiert, kritisch und anspruchsvoll.

Der Einzug der Digitalisierung und des Internets in nahezu alle Lebensbereiche hat radikale Veränderungen der Produkte, Technologien und Geschäftsmodelle ausgelöst – auch und insbesondere in der Automobilindustrie, dem Automobilvertrieb sowie in der Finanzdienstleistungsbranche. Die Einführung und Übernahme von Technologien aus anderen Branchen vollziehen sich in einer rasanten Geschwindigkeit. Der Kunde ist heute jederzeit online und erreichbar. Er wendet sich in der Regel von alten Rollenschemata ab, denn er will verwöhnt und umworben werden. Kundenorientierung und Vertrieb gelangen somit in neue Dimensionen. Eine interaktive, individuell angepasste und zweckmäßige Informationsbereitstellung durch Automobilhersteller, Vertriebsorganisationen und Finanzdienstleister ist dabei Grundvoraussetzung für den Kunden.



Die EY-Studie „Multikanalvertrieb – Erfolgsschlüssel für Automobilhandel und Autobanken“ hat gezeigt, dass sich der Großteil der Kunden im Rahmen des Autokaufs bereits vor der Marken- und Modellwahl über Finanzierungsmöglichkeiten und -konditionen informiert. Das Internet ist die am stärksten genutzte Informationsquelle im Automobilkaufprozess. Dies verdeutlicht, dass Automobilfinanzdienstleister einen starken eigenen Internetauftritt brauchen und darüber hinaus die Internetpräsenz der Händler als essenzielles Medium nutzen sollten, um möglichst viele Kunden mit ihren Produkten zu erreichen.

Der Kunde wechselt ständig zwischen Online- und Offlinekanälen und filtert die für sich relevanten Informationen. Seine Erwartung insbesondere an den Automobilhandel und die Finanzdienstleister ist, dass die Anbieter ihn dabei begleiten, seine Bedürfnisse erkennen und darauf reagieren. Er erwartet, jederzeit und über alle Kanäle mit dem Anbieter in Kontakt treten zu können. Gerade Autofinanzdienstleister stehen vor der Herausforderung, sich viel stärker dem Thema Information und Kommunikation mit Endkunden über alle Vertriebskanäle hinweg widmen zu müssen.

Absatzunterstützer für den Handel müssen gemeinsam mit dem Handel Lösungen für den Kunden schaffen. Das gemeinsame Wissen über den Kunden sollte zu einem integrierten Kundenerlebnis im Rahmen des Automobilkauf- und -finanzierungsprozesses zusammengeführt werden. Der Kunde bestimmt den Zeitpunkt, den Ort und die Art der Kommunikation selbst. Somit müssen Unternehmen ihr Produkt- und Serviceangebot auf eine kanalübergreifende Kundenbindung anpassen. Die „Customer Journey“ ist für den Automobilhandel, die Hersteller und die Autobanken

eine der entscheidenden Initiativen, um sich strategisch im Markt zu positionieren.

Während die Digitalisierung das Marketing und den Vertrieb der Hersteller schon weitestgehend verändert hat, steht dieser Prozess sowohl Automobilfinanzdienstleistern wie auch dem Automobilhandel vielfach noch bevor.

Was ist zu tun? Damit die Automobilfinanzdienstleister in Deutschland ihre Erfolgsgeschichte fortschreiben können, sind sie gefordert, in allen Vertriebskanälen kurzfristig aktiv zu werden. Attraktive Finanzierungs- und Mobilitätskonzepte für Endkunden sollten unter Einbindung des Automobilhandels entwickelt und in einem kundenorientierten Käuferlebnis über alle Kontaktpunkte und -kanäle hinweg angeboten werden. Weiterhin ist es entscheidend, gerade für junge und urbane Kundengruppen innovative Mobilitätskonzepte unter Einbeziehung der kompletten Modell- und Servicepalette der Hersteller und des Handels sowie gegebenenfalls von anderen Verkehrsträgern zu entwickeln.

Jens Diehlmann

Partner EMEA Financial Services bei EY
Global Leader Automotive Finance



6. Spezialthema

Autohausformate: Flagship-Stores, Pop-up-Stores & Co.

Ein bekanntes Bild: Menschen flanieren am Sonntagnachmittag durch Reihen von Fahrzeugen auf den Höfen der Händler, und die auf Hochglanz polierten Autos strahlen mit den Augen der Besucher um die Wette. Dieses Bild verändert sich, denn das klassische Autohaus unterliegt dem Wandel der Zeit. Verschiedene Autohausformate mit neuen Vertriebsansätzen wurden geboren.

Der Flagship-Store

Der Flagship-Store ist das Aushängeschild einer Marke. Flagship-Stores existieren in der Regel in geringer Zahl. In bestimmten Fällen hat ein Unternehmen nur ein einziges dieser Vorzeigeobjekte. Sie stärken die Präsenz der Marke im allgemeinen Bewusstsein, fördern ihr Image und tragen zur Kundenbindung bei.

Der Hyundai Flagship-Store an der Frankfurter Automeile ist der europaweit erste und gleichzeitig größte der Marke. Dort startete Ende Dezember 2014 die Pilotphase der Digitalisierung im Showroom. Verkäufer beraten die Kunden heute mithilfe von Tablet-Computern.

In Hamburg hat Hugo Pfohe den ersten Flagship-Store nach Vorbild des neuen Ford-Store-Konzepts eröffnet. Das imposanteste digitale Element: die Powerwall. Auf diesem überdimensionalen Bildschirm können die Kunden künftig mit dem Verkaufsberater ihr Wunschfahrzeug konfigurieren und nahezu in Originalgröße visualisieren.

Der Pop-up-Store

Ein Pop-up-Store ist ein kurzfristiges und provisorisches Geschäft für einen begrenzten Zeitraum, um den Launch eines neuen Modells anzuschließen. Durch das plötzliche Auftauchen und die Werbung mittels Mundpropaganda sollen Begehrlichkeiten für die Marke geweckt werden.

Vor der offiziellen Markteinführung des „Adam“ eröffnete Opel für zwei Wochen einen Pop-up-Store, in dem der neue Kleinwagen präsentiert wurde. Kaufen oder bestellen konnten die Kunden das Auto dort nicht. Ziel war es, mit potenziellen Kunden in Kontakt zu kommen.

Showrooms in Citylage

Im Showroom steht nicht die physische Präsenz der Fahrzeuge im Vordergrund. Atmosphäre, Markenpräsenz und die virtuelle Präsentation machen die konzeptionelle Idee dahinter aus. Bei effizienterer Flächennutzung auf kleinem Raum in Innenstädten wird den Kunden ein neuartiges, umfassendes Produkterlebnis ermöglicht.

Ein Beispiel ist der digitale Schauraum von Audi, „Audi City“ genannt. Der erste Showroom wurde 2012 in London eröffnet. Peking und Berlin folgten. Audi schreibt auf seiner Internetseite: „Mit Audi City entsteht ein innovativer Raum für die Interaktion zwischen Marke, Mensch und Produkt, mitten in der Innenstadt. Mit digitalem Zugang zu allen Modellen in Echtgröße und in Echtzeit.“

Auch für Mercedes ist klar: Der junge Kunde lebt entweder in der Stadt oder im Internet, und genau da will Mercedes ihn künftig besser erreichen. Im Sommer 2014 eröffnete Mercedes den ersten „Mercedes me Store“. In prominenter Lage am Hamburger Ballindamm an der Binnenalster. Auch hier steht nicht die Platzierung der Marke vor Ort im Vordergrund. Der „Mercedes me Store“ soll sich als allgemeiner Treffpunkt etablieren. Ein angesagtes Café, in dem sich Besucher zu erlesenen Events treffen. Oder man nimmt die Dienste des sogenannten mobilen Verkaufsberaters in Anspruch und bestellt ein Auto.

Bei allen Konzepten wird deutlich: Früher gingen die Kunden ins Autohaus. Heute muss sich das Autohaus interessanter machen, um Kunden anzulocken. Oder das Autohaus kommt zu den Kunden – in die Innenstädte der Metropolen.

7. Bank Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe



7.1 Die Bank in Zahlen

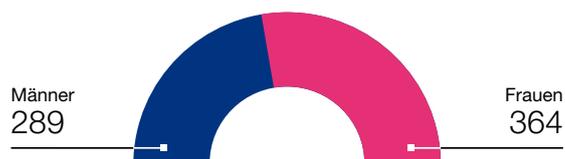
2014 war ein Rekordjahr für die Bank Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe. Beim Finanzierungs- und Leasinggeschäft verbuchten wir mit 3,559 Milliarden Euro das höchste Bestandsvolumen seit Gründung der Bank. Im Vergleich zum Vorjahr ist das ein Zuwachs von fast 10 Prozent, trotz rückläufigem Kooperationsgeschäft bedingt durch Chevrolets Rückzug vom europäischen Markt.

Mit unserem bundesweiten Außendienst, unserer Zentrale in Hamburg und einer Niederlassung in Stuttgart betreuen wir im abgelaufenen Geschäftsjahr rund 4000 aktive Geschäftspartner.

Am Hauptsitz in Hamburg sind die Geschäftsbereiche Gesamt- und Zentralvertrieb, Unternehmensentwicklung, Marketing und Produktmanagement, Credit Risk Management, IT und Organisation, Personal, Rechnungswesen und Controlling sowie die Service Center angesiedelt. In unserer Zweigstelle in Stuttgart gibt es ein weiteres Service Center mit der Schwerpunkttätigkeit Bonitätsprüfung, Kreditentscheidung und -auszahlung. Insgesamt beschäftigte die BDK-Gruppe zum Jahresende 2014 bundesweit 653 Mitarbeiter. Damit ist der Mitarbeiterstamm um gut 60 Fachkräfte in den unterschiedlichen Disziplinen angewachsen.

Das freut uns, da es unseren wirtschaftlichen Erfolg als Mittelständler widerspiegelt. Schließlich gilt die einfache Formel: mehr Arbeit, mehr Personal – und im Falle der Bank Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe – mehr Geschäft. Damit können wir zufrieden sein. Ebenfalls zufrieden sind wir mit unserem Frauenanteil in der Belegschaft, der deutlich über 50 Prozent liegt. Auch ohne Quote haben wir in unserem erweiterten Management Board bereits einen Anteil von 25 Prozent Frauen.

Verhältnis Frauen/Männer



Entwicklung der Händlerzahlen seit 2006



Bestandsentwicklung Kredit und Leasing seit 2006





7.2 Die Bank als Arbeitgeber

Personalentwicklung ist der Schlüssel zum Erfolg

Ein Unternehmen ist nur so gut wie seine Mitarbeiter. Motivierte und engagierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die in Entwicklungsprozesse eingebunden sind und Konzernstrategien deshalb mittragen, sind im besten Wortsinne Mitwisser und Multiplikatoren.

Bei der Personalentwicklung legen wir großen Wert darauf, Angebote zu bieten, die im Einklang mit den persönlichen Zielen der Mitarbeiter und der Unternehmensstrategie stehen. Auf diese Weise kann das Personalwesen einen maßgeblichen Beitrag zum Unternehmenserfolg leisten. Das Entwicklungspotenzial jedes einzelnen Mitarbeiters spielt dabei eine tragende Rolle: Um hier das optimale Ergebnis sowie höchste Zufriedenheit zu erreichen, haben wir ein neues Personalentwicklungs-Tool entwickelt. Das Tool ermöglicht es, Zielvereinbarungen und Beurteilungsprozesse in beide Richtungen transparent zu halten und die Mitarbeiterentwicklung zu fördern.

Personalentwicklung gewinnt mit Blick auf den demografischen Wandel und den damit einhergehenden Fachkräftemangel zunehmend an Bedeutung. In der Metropolregion Hamburg zählt unsere Bank zu den beliebtesten Arbeitgebern. Das attestieren uns unsere zufriedenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den regelmäßigen Mitarbeiterbefragungen.

Wir geben jungen Menschen die Chance einer beruflichen Ausbildung und bilden in zwei Berufsfeldern aus: Groß- und Außenhandelskauffrau/-mann und Kauffrau/Kaufmann für Dialogmarketing. Darüber hinaus bieten wir Studierenden im dualen System die Möglichkeit, ihren Bachelor of Science Business Administration bei uns zu absolvieren. Im Jahr 2014 hatten wir insgesamt zwölf Auszubildende und dual Studierende im Haus. Vier davon sind 2014 neu dazugekommen. Gleichzeitig haben wir vier Auszubildende in ein unbefristetes Arbeitsverhältnis übernommen.

Um unsere Attraktivität als Arbeitgeber weiter zu steigern, Mitarbeiter zu motivieren und zu binden, bieten wir besondere Leistungen. Dazu gehören Angebote der Gesundheitsprophylaxe, Betriebssport, Zuschüsse zu notwendigen Hilfsmitteln oder kostenlose Beratungs- und Vermittlungsleistungen, zum Beispiel für Kinderbetreuung und Lebenslagen-Coaching über das Fürstenberg Institut.

7.3 Produkte

Angebot für Händler: Refinanzierung

Einkaufsfinanzierung

Die Einkaufsfinanzierung der BDK – eine attraktive Finanzierung für den Einkauf von Kraftfahrzeugen – sorgt dafür, dass der Händler liquide bleibt und finanzielle Engpässe vermieden werden. Die Konditionen orientieren sich am Kapitalmarkt. Für alle Fahrzeuge eines Händlers gilt ein einheitlicher Zinssatz – fair und transparent.

Einkaufsfinanzierung^{Start}

Mit Einkaufsfinanzierung^{Start} hat der Händler die Möglichkeit, unbürokratisch und schnell in die Zusammenarbeit mit der BDK zu starten. Nach einer vereinfachten Bonitätsprüfung wird eine Kreditlinie von 100.000 Euro zur Verfügung gestellt. Die erste Tilgung ist erst nach 180 Tagen und nur in Höhe von 20 Prozent des Finanzierungsbetrags fällig. Die Abwicklung erfolgt über das Webportal EKF-Online.

Einkaufsfinanzierung^{Plus}

Bei Einkaufsfinanzierung^{Plus} erstattet die BDK dem Händler gezahlte Zinsen, auf Basis von vermittelten Absatzfinanzierungs- und Absatzleasinggeschäften. Für die Ermittlung der Quote werden auch Fahrzeuge berücksichtigt, die nicht bei der BDK einkaufsfinanziert sind.

bdkinvest

Eine gut eingerichtete Werkstatt erleichtert den Arbeitsalltag und ist die Visitenkarte eines Autohauses. Mit der Investitionsfinanzierung *bdkinvest* kann der Händler zum Beispiel ein neues EDV-System, eine zeitgemäße Werkstattaufrüstung oder eine moderne Waschanlage anschaffen.

bdkinvest ist ein Produkt in Zusammenarbeit mit unserer Schwestergesellschaft GEFA Gesellschaft für Absatzfinanzierung mbH.

Angebot für Endkunden: Finanzierung

Klassische Finanzierung

Bei der klassischen Finanzierung wird eine monatlich gleichbleibende Rate vereinbart, die über eine individuell gewählte Laufzeit den kompletten Darlehensbetrag tilgt.

Schlussratenfinanzierung

Bei der Schlussratenfinanzierung tilgt der Darlehensnehmer während der vereinbarten Laufzeit nur einen Teil des aufgenommenen Kredits. Am Ende begleicht er seine Restschuld mit einer Schlussrate. Die Schlussrate fällt höher aus, um die vorhergehenden Raten möglichst niedrig zu halten.

3-Wege-Finanzierung

Die 3-Wege-Finanzierung bietet dem Darlehensnehmer höchste Flexibilität. Am Ende der Vertragslaufzeit kann er zwischen drei Möglichkeiten wählen: Rückgabe des Fahrzeugs an den Händler, Zahlung der Schlussrate und somit vollständige Rückzahlung des Darlehens oder eine Anschlussfinanzierung für die Schlussrate.

Finanzierung^{Plus}

Unser Gebrauchtwagen-Paket Finanzierung^{Plus} beinhaltet eine Garantie, die laufzeitunabhängig von der Finanzierung gewählt werden kann, inklusive Mobilitätsschutz und GAP-Versicherung. Der Darlehensnehmer sichert sein Fahrzeug damit umfassend gegen mögliche Risiken, zum Beispiel unvorhergesehene Reparaturkosten, ab.

Zubehör- und Reparaturfinanzierung

Mit der Zubehör- und Reparaturfinanzierung besteht die Möglichkeit, Reparaturen am Fahrzeug zu finanzieren. Der Finanzierungsbetrag steht darüber hinaus für die Anschaffung von Zubehör wie zum Beispiel einer Standheizung, eines Fahrradträgers, Winterreifen usw. zur Verfügung.

Angebot für Endkunden: Leasing

Kilometervertrag

Der Kilometervertrag ist ein Leasingvertrag, der auf Basis der Kilometerleistung über die Vertragslaufzeit kalkuliert wird. Am Ende der Vertragslaufzeit wird das Fahrzeug an uns zurückgegeben. Wir übernehmen die Vermarktung. Die Abweichung zwischen vereinbarter und tatsächlicher Kilometerleistung und über den normalen Verschleiß hinausgehende Schäden werden mit dem Leasingnehmer abgerechnet.

Restwertvertrag

Bei dieser Vertragsvariante wird der Restwert des Leasingfahrzeugs zum Datum des Vertragsablaufs vertraglich festgelegt – auf Basis des Fahrzeugalters und der angenommenen Laufleistung. Am Vertragsende benennt der Leasingnehmer einen Käufer. Liegt der Verkaufserlös über dem Restwert, erhält der Leasingnehmer eine anteilige Vergütung von 75 Prozent – bei Folgegeschäft sogar 100 Prozent. Liegt der Verkaufserlös unter dem Restwert, ist die Differenz auszugleichen.

Angebot für Endkunden: Versicherungen & Services

Restschuldversicherung (RSV)

Die RSV wird in Verbindung mit einer Fahrzeugfinanzierung abgeschlossen und als Einmalbetrag in der Darlehenssumme mitfinanziert. Die RSV sichert den Kreditnehmer, beziehungsweise dessen Hinterbliebene, im Fall von Arbeitsunfähigkeit und Tod ab. Im Versicherungsfall werden die monatlichen Raten übernommen. Interessant ist die RSV für Arbeitnehmer, Selbstständige und Freiberufler.

Restschuldversicherung^{Plus} (RSV^{Plus})

Über die Leistungen der RSV hinaus sichert die RSV^{Plus} den Darlehensnehmer zusätzlich bei unverschuldeter Arbeitslosigkeit ab. Die monatlichen Raten werden im Versicherungsfall übernommen.

GAP-Versicherung und GAP-Deckung

Wird ein finanziertes oder geleastes Fahrzeug gestohlen oder erleidet es einen Totalschaden, kann der Wiederbeschaffungswert des Fahrzeugs von der bestehenden Restforderung aus dem Vertrag abweichen. Die Differenz zwischen beiden Werten wird GAP (englisch für „Lücke“) genannt. Der Darlehens- oder Leasingnehmer muss dann eine Restzahlung leisten. Unsere GAP-Versicherung/GAP-Deckung schließt diese Lücke: Im Schadenfall wird die Differenz zwischen dem Wiederbeschaffungswert und der Restforderung aus dem Darlehens- oder Leasingvertrag ersetzt.

GAP^{Plus}-Versicherung

GAP^{Plus} entspricht der GAP-Versicherung mit dem Unterschied, dass im Schadenfall die Differenz zwischen dem Wiederbeschaffungswert und dem ursprünglich gezahlten Kaufpreis erstattet wird. GAP^{Plus} bietet damit einen höheren Schutz. Diese Versicherung mit Kaufpreisschutz ist nur in Verbindung mit einer Finanzierung möglich.

Technik-Service

Ein Service für private und gewerbliche Kunden ergänzend zum Kilometerleasingvertrag bei Neufahrzeugen. Gegen eine monatliche Servicegebühr werden anfallende Kosten für Inspektionen und Wartungen, Verschleißreparaturen, Gebühren für HU/Prüfplakette sowie Abschleppkosten übernommen.

7.4 Rückblick

GAP^{Plus} – die Versicherung mit Kaufpreisschutz

Im September 2014 wurde die Produktneuentwicklung einer GAP-Versicherung mit Kaufpreisschutz eingeführt. GAP^{Plus} ist ein Versicherungsprodukt für Kunden, die sich für den Fall des Totalschadens oder Diebstahls ihres kreditfinanzierten Fahrzeugs finanziell absichern möchten. GAP^{Plus} ergänzt die Kfz-Versicherung, die im Schadenfall nur den Wiederbeschaffungswert des Fahrzeugs trägt, und leistet bis zur Höhe des ursprünglich gezahlten Kaufpreises. Der Darlehensnehmer bekommt mit GAP^{Plus} mehr Leistung und finanzielle Sicherheit. Die unmittelbare Beschaffung eines neuen gleichwertigen Fahrzeugs nach einem Schadenfall wird ohne monetäre Einbußen möglich. Partner für das Versicherungsangebot ist Genworth Financial Deutschland.

0-Prozent-Zubehör- und Reparaturfinanzierung

Die Bank Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe hat exklusiv für die Innungsbetriebe des Zentralverbands Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe eine Sonderkondition für die Zubehör- und Reparaturfinanzierung eingeführt. Der effektive Jahreszins von 0 Prozent wird aufgrund der starken Nachfrage den Innungsbetrieben auch 2015 zur Verfügung stehen. Werkstattkunden, die Reparaturen oder eine Wartung am Fahrzeug durchführen lassen und Teile oder neues Zubehör zinsfrei kreditfinanzieren wollen, können eine ihren Möglichkeiten angepasste Ratenzahlung vereinbaren. Das Angebot ist ab einer Darlehenssumme von 800 Euro und für Vertragslaufzeiten von 12 bis 84 Monaten verfügbar. Der Darlehensbetrag wird dabei direkt an den Betrieb ausgezahlt. Die Aktion erhöht die Kundenzufriedenheit und -bindung und sorgt darüber hinaus für eine bessere Werkstattauslastung und zusätzliche Ertragsmöglichkeiten für die Betriebe durch Cross-Selling.

Fahrzeugpreis: 15.000,- Euro
- Wiederbeschaffungswert: 12.000,- Euro

= Leistung GAP^{Plus}: 3.000,- Euro





Relaunch des Gebrauchtwagen-Pakets Finanzierung^{Plus}

Finanzierung^{Plus} wurde im vergangenen Jahr mit veränderten Produktbestandteilen neu eingeführt. Das Kombiprodukt – bestehend aus Gebrauchtwagen-Finanzierung, Garantie inklusive Mobilitätsschutz und GAP-Versicherung – gibt es jetzt mit einer wahlweise kürzeren Vertragslaufzeit von 24 Monaten neben 36, 48 und 60 Monaten. Gleichzeitig wurden Garantiezeitraum und Vertragslaufzeit entkoppelt, die zuvor deckungsgleich waren. Der Hintergrund: Mit steigendem Fahrzeugalter erhöhten sich die Garantiekosten. Wenn ein Kunde eine Finanzierung über 60 Monate mit einer möglichst niedrigen monatlichen Belastung wollte, reichte zwar die Finanzierung aus, aber durch die höheren Garantiekosten wurde die monatliche Rate stark erhöht. Die Entkopplung hat den Vorteil, dass die Gesamtbelastung für den Kunden geringer ist.

Der Online-Finanzierungsrechner

Wer sein Auto finanzieren möchte, den interessiert vor allem die Höhe der monatlichen Aufwendungen. Aus diesem Grund haben wir einen Online-Finanzierungsrechner entwickelt, den Autohändler auf ihren Webseiten einbinden können. Dabei können sie Parameter, wie zum Beispiel den Effektivzins, vorkonfigurieren. Die Kunden haben dann die Möglichkeit, durch die Eingabe von Fahrzeugpreis, Anzahlung, Laufzeit und Schlussrate selbstständig die monatliche Finanzrate zu ermitteln und ihre Finanzierungsanfrage an den Händler zu senden. Der Online-Finanzierungsrechner

bietet also nicht nur einen erweiterten Service des Händlers für seine Kunden, sondern auch einen Ansatz zur Neukundengewinnung. Die monatliche Finanzierungsrate ist dafür der Schlüssel: Weil sie flexibel ist, wird ein Fahrzeug für jedes Budget darstellbar. Für den Kunden werden die Fahrzeugangebote erschwinglicher und das eröffnet dem Händler Chancen für höheren Absatz, mehr Umsatz und Gewinn.





© Pascal Stittler/REA

Societe Generale – eine Geschäftsbank feiert Geburtstag

Die Societe Generale ist eine der wichtigsten und erfolgreichsten Geschäftsbanken Europas. Und das seit 150 Jahren. Ein guter Grund zu feiern, und so luden wir unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an allen Standorten zum Frühstück ein – natürlich typisch französisch mit Baguette, Croissants und Café au Lait ...

Das Geldinstitut wurde 1864 zu Zeiten von Napoleon III. gegründet. Erklärtes Geschäftsziel war, die Entwicklung des Handels sowie der Industrie in Frankreich zu fördern – und damit die großen Projekte der damaligen Zeit. Wie beispielsweise den Bau des Pariser Eiffelturms. Damit die Eisenfachwerkkonstruktion nach zwei Jahren Bauzeit pünktlich zur Weltausstellung 1889 von Gustave Eiffel fertiggestellt werden konnte, sprang die Societe Generale ein und gewährte einen Großkredit. Eiffel trug einen Großteil der Baukosten von rund 8,5 Millionen Goldfranken, ließ sich dafür die Nutzungskonzession für 20 Jahre überschreiben und gab „Eiffelturm-Aktien“ aus. Ein innovatives Refinanzierungsmodell. Das Konzept ging auf. Millionen strömten und strömen noch auf den Turm. Die Baukosten hatten sich bereits nach anderthalb Jahren amortisiert.

Der Eiffelturm war unter den Franzosen im Vorfeld hoch umstritten. Die Societe Generale bewies derweil sachliches Kalkül, unternehmerischen Weitblick und Innovationspotenzial, indem sie den Bau des heutigen Wahrzeichens von Paris durch die Kreditvergabe ermöglichte.

Die erste Niederlassung in Deutschland wurde bereits 1886 in Frankfurt gegründet. Damit ist die Societe Generale eine der ältesten Auslandsbanken Deutschlands, die heute mit sieben Standorten und mehr als 3200 Mitarbeitern im Bundesgebiet vertreten ist. Die Bank Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe ist seit 2001 – heute über den Gesellschafter ALD Lease Finanz – in die Unternehmensgruppe der Societe Generale eingebunden und dadurch Teil dieses finanzstarken Netzwerks.

Die Societe Generale Gruppe leistet in Deutschland einen wichtigen Beitrag zur Finanzierung von Industrie und Mittelstand und bietet effiziente Marktzugänge und Absicherungsstrategien für die unterschiedlichen Fragestellungen in der Vermögensverwaltung. Die Societe Generale betreut mit rund 148300 Mitarbeitern in 76 Ländern gut 32 Millionen Kunden.

BUILDING TOGETHER
TEAM SPIRIT  SOCIETE GENERALE



7.5 Ausblick



Geschäftserwartung

Wir haben uns für 2015 vorgenommen weiter zu wachsen. Großes Vertrauen setzen wir in das Konzept der Nachhaltigkeit und fairen Partnerschaft mit dem Handel, und glauben daran, dass wir unsere Position weiter ausbauen können. Unser Außendienst übernimmt hierbei eine tragende Rolle: Als kompetente Ansprechpartner vor Ort unterstützen wir die Handelspartner und fungieren als Berater in allen Fragen rund um die Finanzprodukte der BDK. Dabei vermitteln wir ebenso Fachwissen wie Verkaufs-Know-how.

In den vergangenen Jahren sind wir stark durch das Kooperationsgeschäft gewachsen. Unsere grundsätzliche Ausrichtung, bestehende Kooperationen zu festigen und neue Kooperationen einzugehen, wird auch in Zukunft Bestand haben. Dennoch werden wir uns in diesem Jahr auf den Ausbau unseres klassischen Geschäfts, das Gebrauchtwagen-geschäft, konzentrieren. Die Hersteller bieten hier in der Regel keine Subventionsprogramme für die Händler an. Als herstellerunabhängige Bank können wir gezielt unterstützen und den wichtigen Absatz von Gebrauchtwagen fördern.

Aktuell arbeiten wir an neuen Produkten in der Einkaufsfinanzierung, um den Händlern für den Fahrzeugeinkauf mehr Liquidität günstig zur Verfügung stellen zu können.

Der Markt für automobiler Finanzdienstleistungen sieht weiterhin vielversprechend aus. Rund die Hälfte der Neuwagenkäufer und ein Drittel der Gebrauchtwagenkäufer nutzen Finanzierungs- oder Leasingprodukte. In den vergangenen Jahren sind die Fahrzeugpreise insgesamt gestiegen. Die meisten Menschen müssen daher ihr verfügbares Autobudget in Monatsraten aufteilen.

Doch durch die Kreditvergabe im Internet droht die Barzahlungsquote im Autohandel zuzunehmen. Die große Herausforderung in den nächsten Jahren wird demnach sein, das Finanzierungsgeschäft am Point of Sale im Autohaus zu machen, um die daraus resultierenden Erträge erhalten zu können und auch um die Kundenbindung zu erhöhen. Dafür müssen Prozesse verändert werden. Für deren Umstellung arbeiten wir eng mit unseren Handelspartnern zusammen, denn der Austausch auf Augenhöhe ist die Voraussetzung für den Erfolg von Finanzdienstleistungen – beim und für den Automobilhandel.

Die beste Vertriebsmannschaft aller Zeiten

Unsere Außendienstmannschaft ist im vergangenen Jahr um rund 10 Prozent auf mehr als 60 Mitarbeiter gewachsen. Gemeinschaftlich betreut das Team seit dem 1. Januar 2015 in fünf Regionen rund 50 Gebiete. Unsere große Vertriebsregion „Nordost“ wurde geteilt – in „Nord“ und „Ost“. Stefan Meede betreut weiterhin den Norden. Stefan Persch, ein langjähriger und erfahrener Kollege, kümmert sich fortan als Vertriebsleiter um die neue Region „Ost“.

Um der neuen Aufteilung und dem personellen Wachstum gerecht zu werden, bekommt auch Vertriebsdirektor Hans-Heiner Lüdemann ab dem 1. April 2015 im Regionenvertrieb Verstärkung. Während er sich künftig auf die nördliche Hälfte Deutschlands konzentriert, wird Christian Barthels, der zuvor über 15 Jahre in leitender Position bei der GEFA Gesellschaft für Absatzfinanzierung mbH tätig war, Vertriebsdirektor Regionenvertrieb Süd und Südwest.

30 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Zentralvertrieb kümmern sich unter der Leitung von Vertriebsdirektorin Annalisa Roth um maßgeschneiderte Lösungen für Kooperationspartner und nichtstandardisiertes Absatzgeschäft. Die Finanz- und Leasingexperten in unserer Zentrale in Hamburg finden Lösungen für Anforderungen abseits des Standards und unterstützen Händler bei Anfragen, die sich nicht über unser Online-Kalkulationssystem PHOENIX abbilden lassen, beispielsweise im Behörden- oder Großkundengeschäft. Damit bieten wir unseren Handelspartnern, insbesondere im Leasing, einen echten Mehrwert.

Das Händler-Service-Center unter der Leitung von Kirsten von Vett zählt acht Mitarbeiter, die aus der Zentrale in Hamburg heraus Kfz-Händler betreuen.

Die App zum Online-Finanzierungsrechner

Nachdem wir im vergangenen Jahr den Online-Finanzierungsrechner für Autohaus-Internetseiten entwickelt haben, gehen wir in unserer Web-Offensive den nächsten Schritt: Voraussichtlich Mitte des Jahres kommt die Finanzierungsrechner-App für mobile Endgeräte. Sie wird als Version für Apples iOS und Android angeboten. Die App ermöglicht Autohaus-Mitarbeitern direkt am Fahrzeug, gemeinsam mit dem Kunden, schnell und einfach eine individuelle Finanzierungsrate zu errechnen.



Hauptsponsor des Fabrikatshändlerkongresses

Im Jahr 2015 wird die Bank Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe den Fabrikatshändlerkongress wieder als Hauptsponsor begleiten. 2008 war der Zentralverband Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe mit dem 1. Fabrikatshändlerkongress gestartet – nun geht es in die vierte Runde. Initiator und Schirmherr ist ZDK-Vizepräsident Ulrich Fromme. Ziel der Veranstaltung ist es, die Anliegen des Markenhandels in die Öffentlichkeit zu tragen.

Der diesjährige Kongress steht unter dem Motto „Alte Welt versus neue Welt“. Die technologischen Neuerungen haben das Kundenverhalten und die Kaufprozesse verändert. Die Digitalisierung ist somit für das produzierende Gewerbe eine ebenso zukunftsentscheidende Herausforderung wie für den Dienstleistungssektor. Die Auswirkungen sind selbstverständlich auch im Automobilhandel spürbar.

Der vierte Fabrikatshändlerkongress beleuchtet das Thema von unterschiedlichen Seiten und greift verschiedene Aspekte auf. Die geladenen Referenten und Branchenexperten werden interessante Denkanstöße und Diskussionsgrundlagen liefern – für eine erfolgreiche Veranstaltung in Berlin.

Führungsakademie Sylt

Die Übernahme einer Führungsaufgabe stellt eine große Veränderung im Berufsleben dar: Der Rollenwandel muss gestaltet, der persönliche Führungsstil gefunden werden. Die Verantwortung für die Mitarbeiter sowie das Erkennen, Nutzen und Fördern der Mitarbeiterpotenziale rücken neben der fachlichen Expertise in den Vordergrund. Führungskräfte nehmen eine Schlüsselposition im Unternehmen ein. Ihre Entwicklung versteht die Bank Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe als Investition in die Zukunft des Kfz-Gewerbes. Im Rahmen der Herbstakademie auf Sylt wurde bekanntgegeben, dass die Bank Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe künftig auch die Führungsakademie Sylt vom Verband des Kfz-Gewerbes Schleswig-Holstein fördert.



4. FABRIKATSHÄNDLERKONGRESS

5. MAI 2015 IN BERLIN



Eine Veranstaltung des Zentralverbands
Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe e. V.



Erfahren Sie mehr unter:
www.fuehrungsakademie-sylt.de/
bank-deutsches-kfz-gewerbe-bdk

7.6 Soziales Engagement

Hamburg Leuchtf Feuer

Der Umgang mit dem Tod ist für Sterbende und deren Angehörige ein sensibles Thema, das eine intensive Auseinandersetzung fordert. Die Hospizbewegung leistet seit Jahren intensive Aufklärungsarbeit, bietet Sterbe- und Trauerbegleitung und hilft Kranken wie Angehörigen, ein Stück Alltagsnormalität zu bewahren. So wie Hamburg Leuchtf Feuer, das sich seit 1994 für ein menschenwürdiges Leben und Sterben einsetzt. Die gemeinnützige Organisation betreibt ein Hospiz, betreut HIV-positive Menschen psychosozial, vermittelt ihnen Wohnraum und unterhält mit dem 2007 eröffneten „Lotsenhaus“ in Altona einen Raum für Trauer, Abschied und Gedenken. Seit fünf Jahren unterstützen wir die Arbeit von Hamburg Leuchtf Feuer und tragen unseren Teil dazu bei, dass es auch künftig hell leuchtet.



DKMS Deutsche Knochenmark- spenderdatei

Alle 16 Minuten erhält ein Mensch in Deutschland die Diagnose Blutkrebs. Viele Patienten sind Kinder und Jugendliche, deren einzige Chance auf Heilung eine Stammzellspende ist. Doch jeder fünfte Patient findet keinen Spender. Darum ruft die Deutsche Knochenmarkspenderdatei (DKMS) unermüdlich dazu auf, sich typisieren zu lassen. Je mehr bereitwillige und identifizierte Spender es gibt, desto höher die Überlebenschance der Betroffenen. Denn nur ein Drittel der Patienten findet innerhalb der Familie einen geeigneten Spender. Der Großteil benötigt einen nicht verwandten Spender. Die Wahrscheinlichkeit, einen passenden Spender außerhalb der eigenen Familie zu finden, liegt bei 1 zu 20000 bis 1 zu mehreren Millionen. Unter Umständen findet sich auch unter mehreren Millionen niemand.

Nachdem 2014 eine Kollegin an Leukämie erkrankte, hat eine von uns ins Leben gerufene Typisierungsaktion eine Welle der Bereitschaft losgetreten. Viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben sich typisieren lassen, um ihrer Kollegin zu helfen. Wir wünschen ihr auf diesem Wege gute Besserung!

Um die wertvolle Arbeit der DKMS zu unterstützen, haben wir auch im Jahr 2014 die DKMS mit einer Geldspende bedacht.





PRYVIT – Hilfe für Tschernobyl-Kinder e. V.

Ein Alptraum wird Wirklichkeit: Am 26. April 1986 explodiert der Reaktor des Atomkraftwerks Tschernobyl. Bei dem Super-GAU tritt Radioaktivität aus, die die 200fache Dosis der Hiroshima-Bombe hat, und verstrahlt weite Flächen. Tausende erkranken in den Folgejahren an Krebs. Der Fall-out ergießt sich damals über halb Europa. Die radioaktive Belastung ist bis heute selbst in Deutschland messbar. Obwohl das Areal in der Ukraine weiträumig als Sperrgebiet klassifiziert ist, leben Menschen dort – und leiden an den Spätfolgen: Leukämie, Schilddrüsenkrebs oder Immunschwäche. Allen voran die Kinder.

Der Verein PRYVIT – Hilfe für Tschernobyl-Kinder e. V. engagiert sich seit über 20 Jahren in der Tschernobyl-Hilfe und organisiert Jugendfreizeiten als Erholungsurlaub. Unsere Spende soll auch 2015 helfen, dass betroffene Kinder aus der Ukraine für einige Wochen dem Alltag entrinnen können, um sich im Schullandheim „Erlenried“ in Großhansdorf zu erholen. Die Kinder werden von den freiwilligen Helfern rund um die Uhr betreut. Spiel und Spaß, gesunde Ernährung, kostenlose Arztbesuche und medizinische Hilfe sollen helfen, das Immunsystem der Kinder zu stärken. „Pryvit“ heißt übrigens „Hallo“ auf Ukrainisch. Wir sagen „Pryvit“ und heißen die kleinen Gäste willkommen.



7.7 Mitgliedschaft und Verbundenheit

Bankenfachverband

Der Bankenfachverband vertritt die Interessen der Kreditbanken in Deutschland. Seine Mitglieder sind die Experten für die Finanzierung von Konsum- und Investitionsgütern sowie Kraftfahrzeugen aller Art. Die Kreditbanken haben aktuell mehr als 140 Milliarden Euro an Verbraucher und Unternehmen ausgeliehen und fördern damit Wirtschaft und Konjunktur.

Als Mitglied des Bankenfachverbands sind wir uns der Verantwortung als Kreditgeber bewusst. Wir haben grundsätzlich ein Interesse daran, dass die Kunden unserer Handelspartner das geliehene Geld zurückzahlen können, deshalb handeln wir nach dem Kodex der „Verantwortungsvollen Kreditvergabe“. Der Kodex schreibt Standards bei der Kreditvergabe fest und enthält eine Reihe verbraucherfreundlicher Regelungen, die über die bereits bestehenden Gesetze hinausgehen. Darunter fällt zum Beispiel der verständnisvolle Umgang mit Menschen in Zahlungsschwierigkeiten.

Zentralverband Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe

Der Zentralverband Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe (ZDK) vertritt die berufsständischen Interessen der 38.500 Kfz-Meisterbetriebe in Deutschland. Die Mitgliedsbetriebe sind in 237 Innungen und 14 Landesverbänden auf der einen sowie in 37 Markenverbänden auf der anderen Seite organisiert. Der ZDK ist Gesellschafter der Bank Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe. Das spiegelt sich in unserer täglichen Arbeit wider. Wir arbeiten mit dem ZDK zusammen und engagieren uns auf unterschiedlichen Messen und Veranstaltungen des Verbands wie der Automechanika oder dem Fabrikatshändlerkongress.



Erfahren Sie mehr unter:
www.kredit-mit-verantwortung.de



Mitglied
im Bankenfachverband





Impressum

Kontakt

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

Telefon: (040) 480 91-0
Telefax: (040) 480 1940
E-Mail: info@bdk-bank.de
Internet: www.bdk-bank.de

Quellen

ADAC, audi.de, AUTOHAUS online, BaFin, Bankenfachverband, Bundesagentur für Arbeit, Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi), Bürgel Wirtschaftsinformationen, Creditreform, Deutsche Automobil Treuhand (DAT), Deutsche Bundesbank, Deutsche Knochenmarkspenderdatei, Die Presse Digital, Europäische Zentralbank, EurotaxSchwacke, faz.net, GW-trends online, Hamburg Leuchfeuer, Institut für Weltwirtschaft (IfW), [kfz-betrieb online](http://kfz-betrieb.com), Kraftfahrt-Bundesamt, mercedes-benz.de, motor-talk.de, Pryvit, puls Marktforschung, Statistisches Bundesamt, tagesschau.de, Tecson, Verband der Automobilindustrie (VDA), Zentralverband Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe (ZDK)

Gestaltung

Kitazo AG, Hannover

Fotos

Bank Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe GmbH,
Pryvit, Wavebreak Media Ltd/123rf, IS_ImageSource,
plainpicture/Fancy Images, Pascal Sittler/REA

Redaktionsschluss: 24. März 2015; erschienen im Mai 2015

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