

Jahresbericht 2022



Inhaltsverzeichnis

- 04** Vorwort
- 06** SG Campus:
Neue Perspektiven für innovative Lösungen
- 10** Interview mit der Geschäftsführung:
Zuverlässigkeit und Zuversicht
- 12** Grußwort Jürgen Karpinski,
Präsident des Zentralverbands Deutsches
Kraftfahrzeuggewerbe e. V.
- 13** Grußwort Guido Zoeller,
Group Country Head Societe Generale
Deutschland & Österreich
- 14** Der deutsche Automarkt 2022:
Ein Jahr wie kein anderes
- 18** Digital-Inspektion:
Jeden Tag eine gute Tat
- 20** JuhuAuto:
Juhu, wir sind's!
- 22** Gemeinsam besser werden:
Wer Führung bestellt, wird hier bestens
bedient
- 24** Arbeitgeber BDK:
5 gute Gründe, für die BDK zu arbeiten
- 26** Soziales Engagement:
Perspektiven schaffen
- 27** Sonderpreis Leasing:
And the Award goes to: BDK!
- 28** Die BDK im Überblick
- 31** Impressum



Liebe Leserin, lieber Leser!

Wir leben, man muss es so feststellen, in unsicheren Zeiten. Mit dem Krieg gegen die Ukraine, den damit zusammenhängenden politischen Entwicklungen und seinen krisenhaften wirtschaftlichen Auswirkungen erleben wir seit Anfang 2022 eine Situation, wie sie lange Jahre undenkbar schien. Das betrifft natürlich nicht nur uns als Bank Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe. Betroffen sind wir alle, ob als Bürgerin oder Politiker, Arbeitnehmer oder Unternehmerin, Kind oder Rentner.

In dieser Lage tragen wir als BDK Verantwortung. Als vertrauensvoller Partner für den Kfz-Handel. Als verlässlicher Finanzdienstleister für unsere Kundinnen und Kunden. Und als sicherer Arbeitgeber für unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Gemeinsam sind wir den Herausforderungen des vergangenen Jahres aktiv begegnet und haben dabei immer den Blick auch in die Zukunft gerichtet. Denn Themen wie Mobilitätswandel und Digitalisierung bleiben über die aktuellen politischen und wirtschaftlichen Entwicklungen hinaus wichtig, die Welt steht nicht still.

Unsere neue Unternehmenszentrale am SG Campus bietet uns seit Oktober 2022 die bestmöglichen Bedingungen, um innovative Lösungen für positive Veränderungen zu entwickeln. Alle Kolleginnen und Kollegen, Bereiche, Fachabteilungen und Teams unter einem Dach in einem Arbeitsumfeld, das unser Miteinander sowie Kreativität und Innovation fördert – am neuen Standort erleben wir eine Dynamik, die für die Zukunft viel Gutes verspricht.

In diesem Jahresbericht erfahren Sie, was uns 2022 bewegt hat, was wir für Kundinnen, Kunden und Handelspartner bewegt haben und was wir in Zukunft bewegen wollen. Wir wünschen Ihnen viel Freude beim Lesen.

Ihre

Martin Guse

Matthias Sprank



SG Campus: Neue Perspektiven für innovative Lösungen

Viel mehr Platz, viel mehr Möglichkeiten und immer guter Kaffee – am SG Campus im Hamburger Stadtteil Barmbek haben wir unser neues Zuhause gefunden. Das ist top für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, aber auch gut für unsere Handelspartner, Kundinnen und Kunden.

Schon die Gestaltung der Chefetage ist ein Statement, aber eines der etwas anderen Art. Wer elegante Einzelbüros mit Vorzimmer erwartet hatte, wird überrascht: Am SG Campus teilen sich unsere Geschäftsführer nämlich ein Büro – und zwar nicht nur miteinander, auch

die Assistentin und der Referent sitzen mit im Raum. Kommunikation ist King.

„Wir wollen nicht nur Geschäfte reibungslos abwickeln, sondern vor allem uns selbst weiterentwickeln“, erklärt Martin Guse, Sprecher der Geschäftsführung, warum der Neubau für uns bei

der BDK eine große strategische Bedeutung hat und mehr ist als einfach nur ein neues Dach über dem Kopf. „Für innovative Lösungen ist ein Arbeitsumfeld, das Kreativität und den Austausch untereinander fördert, ein zentraler Faktor. Und dieses bietet uns der SG Campus“, so Guse weiter.



Für einen Perspektivwechsel im Alltag bietet es sich beispielsweise an, sich einen Platz in einem der Co-Working-Spaces zu suchen. Zu ersten kreativen Ideen lässt es sich im kleinen Team bestens in einem der Thinktanks brainstormen. Und wird ein Thema richtig vorangetrieben, trifft man sich in größerer Runde in der Projektgarage oder in einem der technisch hochwertig ausgestatteten Meetingräume. Eine Kollegin arbeitet gerade aus dem Homeoffice? Kein Problem, über die Konferenztechnik ist sie dann schnell zugeschaltet. Und natürlich bieten auch die ganz normalen Arbeitsplätze in den Büroflächen mit ergonomischen Möbeln und moderner IT-Ausstattung beste Bedingungen.

Kein Wunder, dass die Freude groß war, als nach drei Jahren Bauzeit am 4. Oktober 2022 der Umzug beginnen konnte. Keine kleine Aufgabe für unsere Abteilung Bankorganisation und alle beteiligten Akteure. Schließlich sollte nicht

nur der Wechsel vom alten ins neue Büro reibungslos funktionieren, es galt ja auch, den normalen Geschäftsbetrieb aufrechtzuerhalten. Da machten sich die gute Planung und intensive interne Kommunikation bezahlt, sodass dieses Mammutprojekt erfolgreich und im Zeitplan abgeschlossen werden konnte.

Wenige Monate nach dem Umzug ist die durch den SG Campus entstandene Dynamik deutlich spürbar. Angeregte Gespräche beim gemeinsamen Mittagessen im Campus Café, intensiver Austausch in den Besprechungsräumen, konzentrierte Konzeptarbeit in Thinktanks und Co-Working-Spaces – die Kolleginnen und Kollegen nutzen die Möglichkeiten, die uns der Neubau bietet. Und was sich so positiv auf unsere Motivation auswirkt, kann am Ende für unsere Handelspartner, Kundinnen und Kunden nur von Vorteil sein!

Mein Lieblingsort am Campus

Der SG Campus bietet uns tausend Vorteile – und viele schöne Ecken. Einige unserer Kolleginnen und Kollegen berichten, wo es ihnen persönlich am besten gefällt.

Die große Küche im 4. Stock

„Von hier aus hat man eine gute Aussicht und kann seine Pause in vollen Zügen genießen. Die Sitzmöglichkeiten lassen keine Wünsche offen, und auch die Möglichkeit, sich an der Obstschale zu bedienen, ist super.“

**Joelle Liebetanz – Auszubildende/
Förderungsmanagement**



Die Fahrradständer

„Da ich schon immer gerne mit dem Rad zur Arbeit fahre, bildet der Fahrradständer meinen ersten Anlaufpunkt am Morgen und erinnert mich an den Fortschritt, den wir als BDK bereits gemacht haben. Er ermöglicht zusätzlich mit Sicherheit und Komfort in Bewegung zu bleiben.“

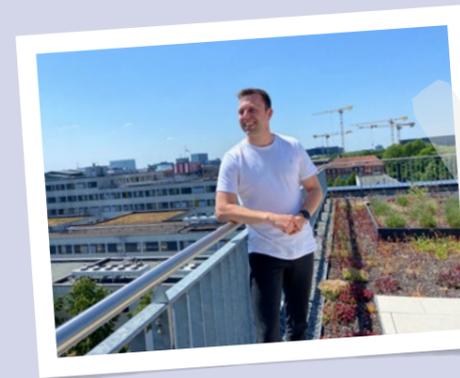
Andreas Goldmann – Zentralvertrieb



Die Dachterrasse

„Weil ich von hier oben einen tollen Blick über die Stadt habe. Die frische Luft und Ruhe lassen mich wunderbar entspannen und neue Energie tanken.“

**Luca Plassman – dual Studierender/
Entscheidung**



Das Campus Café

„Das Mittagessen da finde ich immer sehr lecker, und es gibt jeden Tag eine gute Auswahl. Ich freue mich jeden Tag im Büro auf die Auszeit zum Mittag mit den Kollegen.“

Frank Witte – Compliance

Die Konferenzräume

„Weil ich es toll finde, wenn viel los ist und man in größeren Gruppen zusammenkommt. Sie eignen sich perfekt für solche Meetings.“

Lucia Pohl – Personalbereich





Zuverlässigkeit und Zuversicht

In Zeiten außergewöhnlicher Herausforderungen zeigt sich die BDK stabil. Im Interview berichten unsere Geschäftsführer Martin Guse und Matthias Sprank über den Einfluss großer Veränderungsprozesse auf unser Unternehmen und warum wir gerade in dieser Lage ein starker Partner sind.

Für uns als Spezialbank für den Kfz-Handel ist die Situation im Automarkt von großer Bedeutung. Nun war das Autojahr 2022 wieder von außergewöhnlichen Entwicklungen geprägt. Welche davon waren für die BDK besonders signifikant, und wie haben sie unser Geschäft im vergangenen Jahr beeinflusst?

Martin Guse: Am Anfang des Jahres überstieg die Nachfrage am Markt das Angebot, was zumindest über die Unternehmensgeschichte der BDK hinweg betrachtet eine ungewöhnliche Situation war. Die Ursache dafür waren Lieferengpässe, die zunächst Folge der Pandemie waren und sich dann durch den Krieg gegen die Ukraine weiter verschärften. Für uns als unabhängige Autobank waren die Auswirkungen vor allem im Gebrauchtwagenmarkt spür-

bar – denn wenn wenige Neuwagen verfügbar sind, sinkt gleichzeitig die Menge an Gebrauchtfahrzeugen im Handel. Ein reduziertes Warenangebot bietet uns entsprechend weniger Möglichkeiten, Geschäfte zu machen. Gemeinsam mit unseren Handelspartnern ist es uns aber gelungen, wieder das Vorjahresniveau zu erreichen. Das ist unter den gegebenen Umständen eine gute Leistung.

Hinzu kamen die hohe Inflation und Zinserhöhungen durch die Europäische Zentralbank – sicher auch für uns eine Herausforderung in dieser komplexen Marktlage.

Matthias Sprank: Ganz klar. Wobei Zinsbewegungen an sich eigentlich nichts Besonderes sind. Der sprunghafte Anstieg der Inflation und die daraus resultierenden häufigen Zinsschritte der EZB, also die große Dynamik, stellen die Herausforderung dar. Das betrifft natürlich nicht nur uns und unsere Branche. Unsere Kundinnen und Kunden sowie Handelspartner haben aber in uns einen verlässlichen Partner, der ihnen auch in dieser Situation Stabilität bietet. Gerade das Thema Einkaufsfinanzierung gewinnt durch die Zinsentwicklung an Bedeutung – und da sind wir bestens aufgestellt, um den Kfz-Handel langfristig, umfassend und unkompliziert bei der Refinanzierung des Fahrzeugbestands unterstützen zu können.

Führen diese Entwicklungen auch zu Veränderungen im Kundenverhalten?

Martin Guse: Das Leasing gewinnt eindeutig an Bedeutung. Zum einen entspricht das einem Trend, der schon vor einigen Jahren eingesetzt hat. Also die Präferenz, nur für die Nutzung statt für den Besitz eines Autos zu zahlen. Da hat es eine deutliche Aufwärtsbewegung

gerade im Segment der Privatkunden gegeben. Zum anderen ist das Preisniveau im Jahr 2022 deutlich gestiegen, was – auch im Kontext der gesamtwirtschaftlichen und politischen Entwicklungen – zu einer Kaufzurückhaltung geführt hat. Leasing als Alternative zum Kauf wird sehr attraktiv, weil Kundinnen und Kunden nur mit monatlichen Raten über einen überschaubaren Zeitraum planen und nicht den gesamten Kaufpreis finanzieren müssen. Und hier bieten wir hervorragende Angebote, was uns ja auch mit dem Sonderpreis Leasing im AUTOHAUS BankenMonitor 2022 bestätigt wurde.

Große Veränderungen für die BDK hat der Umzug an den SG Campus mit sich gebracht. Wie sind da die Erfahrungen nach den ersten Monaten in der neuen Unternehmenszentrale?

Matthias Sprank: Ich freue mich über viel positives Feedback von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Unser Campus Café zum Beispiel will niemand mehr missen – ein durchaus wichtiger Baustein eines gewinnbringenden Miteinanders. Wir haben hier am SG Campus eine ganz neue Arbeitswelt mit optimalen Möglichkeiten für konzentrierte Konzeptarbeit bis hin zum Teamwork in großen Projekten. Das ist für uns ein Quantensprung. Und man darf nicht vergessen, dass der Neubau uns auch die Möglichkeit gegeben hat,

unsere IT-Infrastruktur zu modernisieren, wovon wir, unsere Handelspartner und Kundinnen und Kunden langfristig profitieren werden. Wir haben einiges in der Pipeline, das wir in diesem attraktiven Arbeitsumfeld optimal umsetzen wollen. Also: Der SG Campus ist ein echter Gewinn.

Blicken wir einmal in die Zukunft. Welche Entwicklungen hat die BDK vor allem im Blick und was kann man 2023 Neues von ihr erwarten?

Martin Guse: Mobilität mit dem eigenen Auto bleibt bei uns im Fokus. Wie Menschen Autos nutzen, verändert sich aber – Stichwort Mobilitätsdienstleistungen. Da wollen wir aus unserem Kerngeschäft heraus künftig eine stärkere Rolle spielen. Vor allem aber konzentrieren wir uns darauf, Menschen den Zugang zu individueller Mobilität mit dem Auto so einfach wie möglich zu machen. Dafür braucht es digitale Lösungen, die entlang der Customer Journey ihre Wirkung entfalten und auch reibungslose Übergänge zwischen unterschiedlichen Kanälen ermöglichen. Ob Kaufinteressenten sich im Autohaus oder zuhause mit ihrem neuen Wunschfahrzeug und der passenden Finanzdienstleistung beschäftigen – wir wollen ihnen gemeinsam mit unseren Handelspartnern immer ein einheitliches und hervorragendes Kundenerlebnis bieten. Und da ist 2023 mit uns zu rechnen.



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.



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.

E-Mobilität ist kein Selbstläufer



Jürgen Karpinski

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

Das vergangene Autojahr 2022 war beeinflusst von einem angespannten Konsumklima. Hier spielten die Auswirkungen des Krieges in der Ukraine eine Rolle, vor allem in Gestalt hoher Energiekosten. Hinzu kamen Probleme in der Teile- und Fahrzeugproduktion durch gestörte Lieferketten.

Bezogen auf die Stückzahlen von 2,65 Millionen neuen Pkw war es wieder ein schwaches Autojahr auf dem Niveau von 2021. Trotzdem ist der Umsatz im Kraftfahrzeuggewerbe über alle drei Geschäftsbereiche (Neuwagen, Gebrauchtwagen, Service) um 3 Prozent auf 185,2 Milliarden Euro gewachsen. Durch die eingeschränkte Verfügbarkeit von Fahrzeugen sind deren Preise deutlich gestiegen. In den Werkstätten war die Auslastung hoch, und insbesondere die Reparaturkosten haben angezogen. Das hat sich positiv auf die Erträge ausgewirkt.

Wenn wir auf das laufende Jahr schauen, ist eine Trendwende nicht in Sicht. Das Zulassungsplus in den ersten vier Monaten basiert auf dem Abbau der Lieferrückstände. Der Privatmarkt stagniert, bei den Auftragseingängen sieht es hier alles andere als rosig aus. Viele Interessenten zögern eine Kaufentscheidung hinaus, weil neue finanzielle Belastungen drohen. Außerdem fehlen im Handel bezahlbare Kleinwagen mit batterieelektrischem Antrieb, was den Einstieg mancher Kaufinteressenten in diese Antriebsart erschwert.

Der Weg hin zur E-Mobilität ist vorgezeichnet, die Politik gibt den Rahmen, die Automobilhersteller beschreiten diesen Weg. Der Erfolg der Elektromobilität ist jedoch kein Selbstläufer. Die Kunden

haben viele Fragen: Preis, Reichweite, Ladegeschwindigkeit, Batterielebensdauer, Restwerte. Das Kfz-Gewerbe beantwortet diese Fragen bestmöglich. Es sind die Händler, die den Kunden davon überzeugen müssen: Das nächste Fahrzeug sollte ein Elektrofahrzeug sein. Ohne das Engagement des Handels wird der von der Politik gewollte schnelle Hochlauf der Elektromobilität nicht funktionieren.

Ergänzend dazu ist es ein wichtiges Signal, dass auf Initiative unseres Bundesverkehrsministers Dr. Volker Wissing auch nach dem Jahr 2035 noch Verbrennerfahrzeuge in der EU neu zugelassen werden können, wenn sie ausschließlich mit E-Fuels betankt werden. Das ist eine gute Perspektive für die Industrie, in die Herstellung dieses transportablen Grünstroms zu investieren. Davon profitiert die Umwelt, wenn demnächst auch der Fahrzeugbestand mit klimaneutralen E-Fuels betrieben wird. Und das entspricht genau unserer Forderung.

Auf dem neuesten (klima)technischen Stand ist auch das neue Gebäude der BDK auf dem SG Campus an der Fuhlsbüttler Straße in Hamburg. Aus bisher vier Standorten sind jetzt alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter unter ein Dach gezogen. Das erleichtert die Zusammenarbeit auch in Zeiten digitaler Kommunikation. Und es zeigt, dass sich die BDK weiter sehr erfolgreich entwickelt. Davon profitieren nicht zuletzt unsere Kfz-Betriebe.

Jürgen Karpinski

Neue Perspektiven für mehr Mobilität



Guido Zoeller

Group Country Head Societe Generale Deutschland & Österreich

Auch für den Automarkt war 2022 ein herausforderndes Jahr. Zu Jahresbeginn hatte die Branche noch mit Lieferengpässen und niedrigeren Absatzzahlen durch die Corona-Pandemie zu kämpfen, als sie mit den ökonomischen Folgen des andauernden Krieges in der Ukraine konfrontiert wurde. Zusätzlicher Gegenwind kam von den Notenbanken: Die hohe Dynamik bei der Zinsentwicklung sorgte für eine noch stärkere Zurückhaltung der Autokäufer.

Unter diesen schwierigen Rahmenbedingungen hat sich die BDK im vergangenen Jahr gut behauptet und die Weichen gestellt, um ihre Position im Markt zukünftig erhalten und weiter ausbauen zu können. Ein Meilenstein 2022 war der Bezug der neuen Unternehmenszentrale SG Campus im Hamburger Stadtteil Barmbek. Das hochmoderne, nachhaltige und digital vernetzte Gebäude bietet eine hervorragende Infrastruktur, die auch weitere Gesellschaften der Societe Generale Gruppe, wie die Hanseatic Bank und SG Insurance, nutzen. Mit dem SG Campus eröffnen sich sowohl Synergieeffekte als auch neue Perspektiven für die BDK und ihre Schwesterunternehmen. Nicht zuletzt die räumliche Nähe in diesem innovativ gestalteten Umfeld verbessert die Möglichkeiten zur Zusammenarbeit und zur Entwicklung neuer Lösungen für Kunden und Handelspartner.

Bei der BDK dreht sich alles um das Thema Mobilität. Die Autobank bildet damit ein wichtiges Asset für die Societe Generale, denn entsprechende Finanzdienstleistungen werden zukünftig eine noch größere Rolle in der Gruppe spielen. Ein bedeutender Schritt für die Societe Generale Gruppe, sich als glo-

bale Marktführerin im Bereich Mobilität zu positionieren, ist zudem die 2022 angekündigte und inzwischen abgeschlossene Übernahme von Leaseplan durch die BDK-Schwestergesellschaft ALD Automotive.

Dabei verknüpft die Societe Generale mit ihren Geschäftsfeldern drei Kernbereiche der Mobilitätsfinanzierung: Verbraucherdarlehen mittels Finanzierungsleasing und Forderungsabtretung, Versicherungen und Wholesale-Finanzierungen sowie Gebrauchtwagen-Plattformen. Damit kann sie allen Kundengruppen Lösungen für ihre jeweiligen Bedürfnisse anbieten: von Unternehmen und Herstellern über Autohändler bis hin zu Privatkunden. Die BDK mit ihrem Finanzdienstleistungsangebot für die gesamte Autobranche und mit ihrer Gebrauchtwagen-Plattform JuhuAuto bildet in diesem Netz von Dienstleistungen eine bereits hervorragend etablierte Säule innerhalb der Societe Generale Gruppe.

Dass die BDK von ihren Kunden hochgeschätzt wird, zeigt auch der Sonderpreis Leasing im letztjährigen BankenMonitor der Fachzeitschrift AUTOHAUS. Leasing gewinnt – gerade in Krisenzeiten – stark an Bedeutung. Kunden mit vielen unterschiedlichen Marken im Fuhrpark oder hohem Bedarf an individuellen Serviceleistungen finden bei herstellerunabhängigen Anbietern wie der BDK die passende Beratung. Diese Auszeichnung steht für die Zufriedenheit unserer Kunden aus dem Automobilhandel – eine Ehre und Verpflichtung gleichermaßen.

Guido Zoeller

Automarkt 2022: Ein Jahr wie kein anderes

Der deutsche Automarkt hat historisch betrachtet viele gute und einige schwierige Zeiten erlebt. 2022 war in dieser Hinsicht ein ungewöhnliches Jahr, in dem zwar der Absatz stagnierte, Umsatz und Rendite aber deutlich stiegen. Gleichzeitig nehmen große Veränderungsprozesse weiter Fahrt auf.

Die Zahlen

Wirtschaftlich betrachtet war 2022 für die Betriebe des Kfz-Gewerbes ein gutes Jahr: Der Gesamtumsatz der Branche stieg im Vergleich zum Vorjahr um 3 Prozent auf 185,2 Milliarden Euro, die Rendite machte sogar einen satten Sprung von 1,6 Prozent 2021 auf nunmehr 3,1 Prozent.

Wie komplex die Veränderungen im Markt sind, zeigt sich dagegen bei einem genaueren Blick auf die Zahlen. Das Volumen der Neuzulassungen beispielsweise lag mit ca. 2,6 Millionen Einheiten zwar leicht über dem Vorjahresniveau, aber weiterhin um fast eine Million Einheiten unter dem des Vor-Corona-Jahres

2019. Die Zahl der Besitzumschreibungen war im Vergleich zu 2021 stark rückläufig und verzeichnete ein Minus von 15,8 Prozent auf am Ende ca. 5,6 Millionen Einheiten. Der starke Preisanstieg bei Neu- und Gebrauchtwagen war die Hauptursache dafür, dass Gesamtumsatz und Rendite trotz stagnierender bzw. rückläufiger Verkaufszahlen zugelegt haben. Ein weiterer Faktor war das starke Service-Geschäft, das im Vorjahresvergleich einen Zuwachs von 10,8 Prozent verzeichnen konnte. Dieser letzte Punkt ist ein Indikator dafür, dass Pkw-Halterinnen und -Halter ihre Fahrzeuge länger fahren als in der jüngeren Vergangenheit.



Hochlauf der Elektromobilität

Die hohe staatliche Förderung von Elektrofahrzeugen hat in den vergangenen Jahren zu einem stetigen Wachstum alternativer Antriebsarten bei den Neuzulassungen beigetragen. 2022 wurden so 827.321 hybridangetriebene Pkw (+9,6 Prozent) sowie 470.559 Elektro-Pkw (+32,2 Prozent) neu zugelassen. Der Anteil vollelektrischer Fahrzeuge am Gesamtbestand hat sich damit zwar zwischen 2021 und 2022 von 1,3 auf 2,1 Prozent erhöht, bleibt aber noch auf einem relativ betrachtet niedrigen Niveau. Pkw mit hybrider Antriebstechnik machten Ende 2022 4,8 Prozent des gesamten Fahrzeugbestands aus (2021: 3,4 Prozent).

Zur Dynamik beim Hochlauf der Elektromobilität trägt unter anderem bei, dass die Hersteller ein immer breiteres Spektrum an Modellen auf den Markt bringen. Auch der Markteintritt neuer, vor allem chinesischer Marken spielt dabei eine große Rolle. Die Akzeptanz dieser Antriebsart erreicht jedenfalls inzwischen ein signifikantes Niveau: Laut DAT-Report können sich 44 Prozent aller Pkw-Halterinnen und -Halter einen Umstieg auf ein reines E-Auto vorstellen. Es bestehen allerdings weiterhin Unsicherheiten, beispielsweise in Bezug auf die Höhe von Förderprämien, den Reifegrad der Technologie oder die Verfügbarkeit von Lademöglichkeiten.

Fahrzeug und Finanzdienstleistung

Die Anschaffung eines Autos zählt für die meisten Menschen zu den größten Investitionen. Entsprechend hoch ist dabei die Bedeutung von Finanzdienstleistungen. 2022 wurden 54 Prozent aller Neuwagen teil- oder voll finanziert. Der Leasinganteil betrug 22 Prozent. Für Gebrauchtwagen lagen die entsprechenden Quoten bei 49 bzw. 1 Prozent (Quelle: DAT-Report 2023).

Eine im Verhältnis zur medialen Aufmerksamkeit geringe Relevanz hat aktuell noch das Thema Auto-Abo. Dem Duisburger CAR-Institut zufolge wurden 2022 63.000 Auto-Abonnements abgeschlossen, bei denen Nutzer nach einer im Vergleich zum klassischen Leasing kurzen Vertragsbindung flexibel aussteigen oder das Fahrzeug wechseln können. Gerade im Bereich der Elektromobilität kann diese Form der Finanzdienstleistung allerdings künftig – wie auch das Leasing – deutlich an Bedeutung gewinnen.

Von Signifikanz für den Markt ist die 2022 an den internationalen Finanzmärkten eingeleitete Zinswende. So hat die Europäische Zentralbank (EZB) den Leitzins im vergangenen Jahr in drei Schritten um insgesamt 2 Prozentpunkte angehoben. Auch im Bereich der automobilen Finanzdienstleistungen geht damit die lang anhaltende Phase von Niedrigzinsen zu Ende. Aufgrund der auch zum Jahreswechsel 2022/23 weiterhin hohen Inflationsrate im Euro-Raum ist eine weitere Aufwärtsbewegung wahrscheinlich.

Die Rolle des Handels

Ist der Kunde erst einmal im Autohaus, fühlt er sich dort in der Regel bestens beraten. So sagen laut aktuellem DAT-Report ganze 88 Prozent der Käuferinnen und Käufer von Gebrauchtwagen im Markenhandel, dass der Händler sie mit „Herz und Leidenschaft“ beraten und auch alternative Möglichkeiten aufgezeigt hätte.

Die Aufgabe, ihn mit dem eigenen Angebot zum richtigen Zeitpunkt zu erreichen, wird dagegen zunehmend komplexer. Ständen Autohäuser früher vor allem untereinander im Wettbewerb um den

Kundenkontakt, haben sie es inzwischen auch mit weiteren, alten und neuen, Marktteilnehmern zu tun. Online-Fahrzeughörsen haben sich als Leadquelle zwischen Kunde und Autohaus geschoben, aber auch die Hersteller haben das klare Bestreben, eigene Kundenbeziehungen aufzubauen. Mit der Einführung sogenannter Agenturmodelle verändert sich die Rolle von Autohäusern, die dann primär für Beratung und Auslieferung verantwortlich sind. Das muss nicht alle Geschäftstätigkeiten eines Kfz-Betriebs betreffen, wirkt sich aber doch nachhaltig auf die jeweiligen Ge-

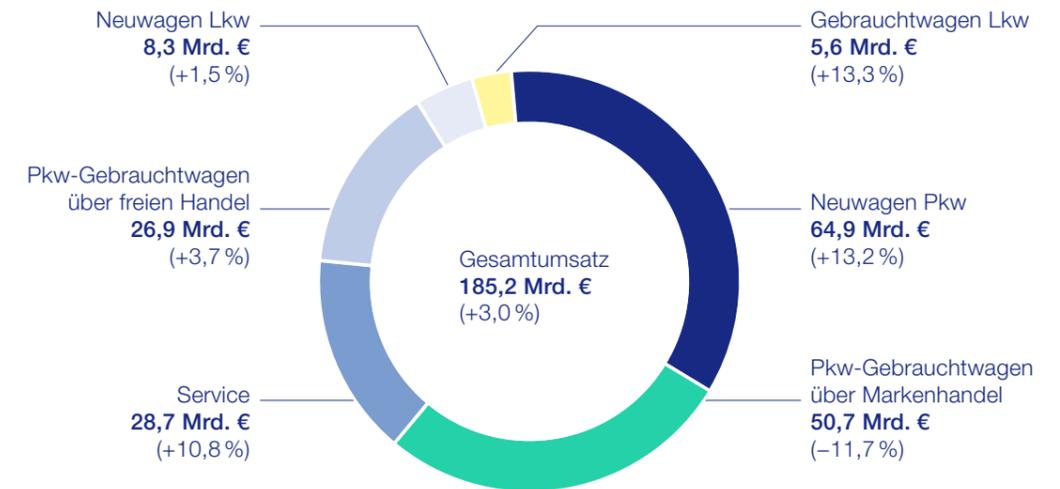
schäftsmodelle aus. Betriebe werden künftig unterschiedliche Wege gehen, sich entweder noch enger an Hersteller binden oder versuchen, die eigene Unabhängigkeit zu stärken.

In Kombination mit der fortschreitenden Konsolidierung und der daraus resultierenden Entstehung immer größerer Autohausgruppen befindet sich der Kfz-Handel damit mitten in einem tiefgreifenden Transformationsprozess, der immer weiter Fahrt aufnimmt.

Fahrzeugzulassungen	2018	2019	2020	2021	2022
Pkw-Neuzulassungen	3.435.800	3.607.300	2.917.700	2.622.100	2.651.400
Pkw-Besitzumschreibungen	7.192.400	7.195.400	7.021.200	6.703.200	5.641.500

Fahrzeugpreise	2018	2019	2020	2021	2022
Neuwagen	31.130 €	33.580 €	36.340 €	37.790 €	42.790 €
Gebrauchtwagen	11.780 €	12.470 €	14.730 €	15.740 €	18.800 €

Umsatz Kfz-Gewerbe 2022



Jeden Tag eine gute Tat

Autos verkaufen können Autohäuser natürlich gut. Aber wie erreichen sie Kunden auch online optimal? Unsere Digitalisierungsspezialisten wissen Rat und teilen diesen gerne.

Häufig steckt der Teufel im Detail. Eine zu große Bilddatei als Bremsklotz für die Ladebeschwindigkeit oder fehlende Schlüsselbegriffe in Website-Texten reichen aus, und schon rutscht die Internetpräsenz des betreffenden Autohauses im Google-Ranking nach unten. Die Folge: Die Wahrscheinlichkeit, dass potenzielle Kundinnen und Kunden bei ihrer Online-Suche auf genau diesen Betrieb stoßen, sinkt rapide. Oder, um es positiv zu formulieren: Es gibt im Handel noch viel Potenzial für Verbesserungen.

„Die Analyse der Website-Performance inklusive der Suchmaschinenoptimierung ist eines der Topthemen unserer Digital-Inspektion 360.“



Christian Lorenz,
Leiter Digitalisierungsspezialisten

„Die Analyse der Website-Performance inklusive der Suchmaschinenoptimierung ist eines der Topthemen unserer Digital-Inspektion 360“, erklärt Christian Lorenz, der unser Team von Digitalisierungsspezialisten führt. „Natürlich achten wir auch auf eine optimale Einbindung von Finanzdienstleistungen in der jeweiligen Internetpräsenz und können dabei immer die passende Lösung bieten.“

Die Kollegen haben eine klare Mission: die Sichtbarkeit von Autohäusern mit ihren Fahrzeugangeboten im Internet zu stärken. Wer hier positiv auffällt, hat die besten Chancen, Kundinnen und Kunden für sich zu gewinnen. Ganze 370 Digital-Inspektionen – also quasi eine pro Tag – haben die Digitalisierungsspezialisten im Jahr 2022 durchgeführt und dabei die Online-Aktivitäten der betreffenden Betriebe genau unter die Lupe genommen.

„Wir bringen einen umfangreichen digitalen Werkzeugkasten mit und entscheiden dann gemeinsam mit dem Händler, welchen Themen wir uns im Detail widmen wollen“, beschreibt Christian Lorenz den typischen Einstieg in die Beratung. Ist die Autohaus-Website für Suchmaschinen gut auffindbar und relevant? Nutzt der Betrieb das Potenzial digitaler Branchenbucheinträge wie Google Unternehmensprofile? Und werden Kundenbewertungen so gemanagt, dass sie auf das positive Image des Händlers einzahlen? Es gibt eigentlich immer etwas zu optimieren.

Entsprechend positiv fällt das Feedback unserer Handelspartner aus. „Nach dem Erstgespräch wünschen sich über 80 Prozent der Betriebe eine regelmäßige Unterstützung durch unser Team“, freut sich Christian Lorenz. „Der Trend geht auch ganz klar von der Optimierung einzelner Themenfelder zur Entwicklung



Digital-Inspektion 360

-  Website-Check und SEO
-  Fahrzeuginserte und -börsen
-  Brancheneinträge und Bewertungen
-  Messenger-Marketing inkl. Live-Chat
-  Online-Marketing-Kampagnen: Ziele und Analyse

„Wir bringen einen umfangreichen digitalen Werkzeugkasten mit und entscheiden dann gemeinsam mit dem Händler, welchen Themen wir uns im Detail widmen wollen.“

ganzheitlicher Digitalstrategien. Wir arbeiten also nicht nur an kurzfristigen Verbesserungen, sondern an der nachhaltigen Weiterentwicklung von Autohäusern im digitalen Raum.“

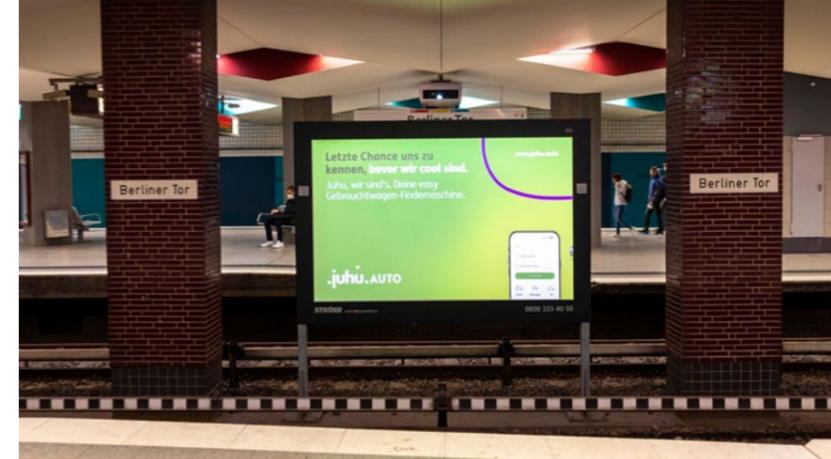
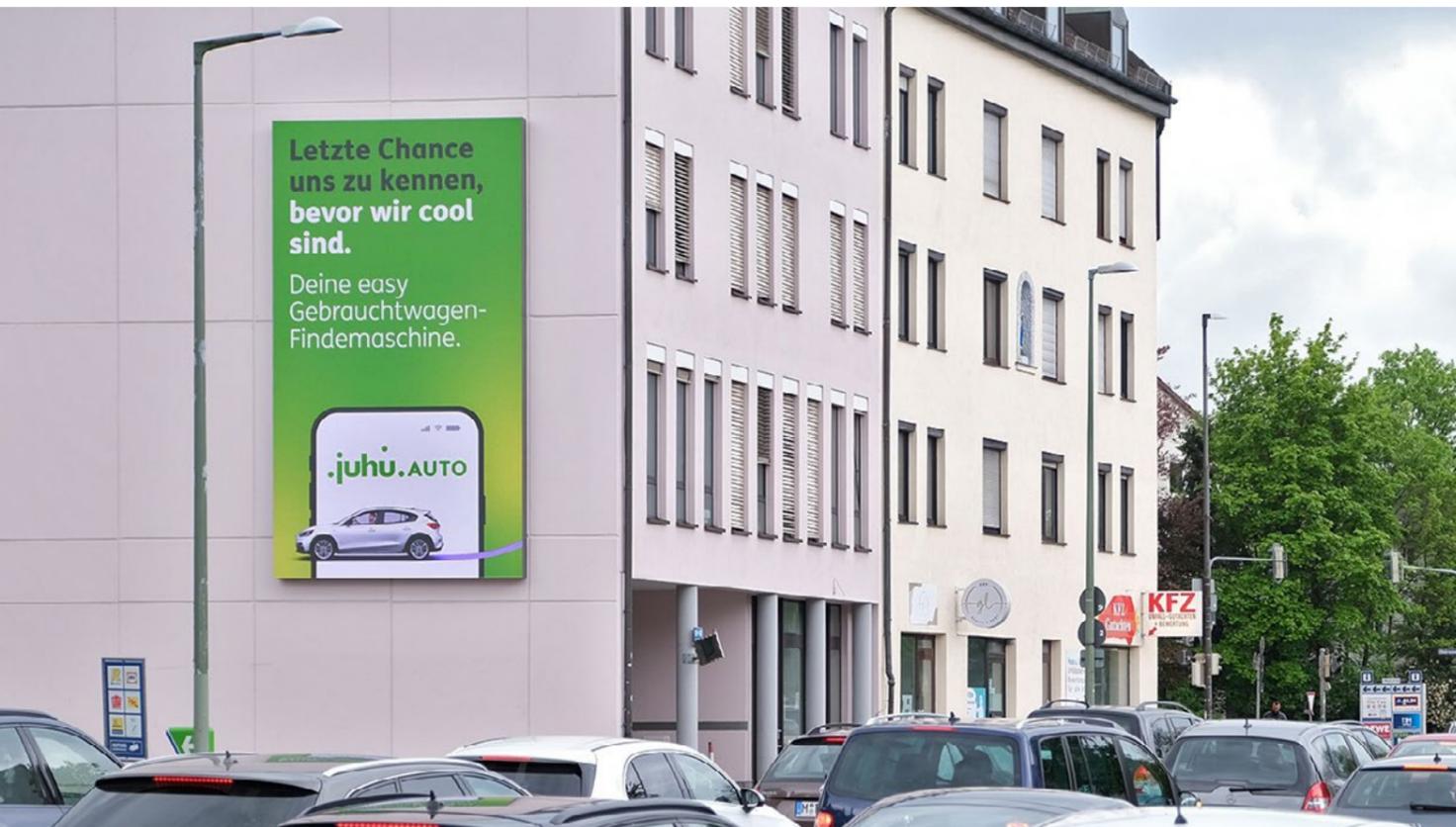
So sind unsere sieben Digitalisierungsspezialisten gut beschäftigt und viel auf

Achse. Die Teilnahme an Events wie den Business Automotive Days der Vogel Communication Group zählt selbstverständlich ebenfalls zu den vielen spannenden Aufgaben, und sogar in der Jury des Automotive Business Awards sind zwei unserer Kollegen dabei. Wer gut beraten will, muss eben auch immer wissen, was im Markt läuft und welche Themen bewegen. Mit Auftritten als Speaker werben Christian Lorenz und seine Kollegen darüber hinaus intensiv für die Möglichkeiten der Digitalisierung und motivieren Autohäuser, selbst den nächsten Schritt zu gehen.

Die Zukunft und neue Entwicklungen haben sie dabei immer im Blick. „Aktuell widmen sich vor allem die Kollegen Patrick Möltgen und Stephan Jackowski intensiv dem Thema Google Vehicle Ads – also Fahrzeuginserten, die sich künftig über die Suchmaschine auspielen lassen“, erklärt Christian Lorenz. „Unse-

re Handelspartner bereiten wir heute schon so vor, dass sie zur Einführung des Services gleich loslegen und potenzielle Käuferinnen und Käufer auch über diesen Kanal optimal erreichen können.“

Im Arbeitsleben unserer Digitalisierungsspezialisten gleicht also kaum ein Tag dem anderen. Aber das ist ja auch das Spannende an dieser Tätigkeit. Und das Schöne: Gerade weil die Entwicklung so dynamisch ist, bieten sich jeden Tag viele Möglichkeiten, für unsere Handelspartner positive Veränderungen zu bewirken.



„Kennst du das, wenn dir die ganze Aufmerksamkeit zu viel wird? Wir auch nicht“. Oder: „Letzte Chance uns zu kennen, bevor wir cool sind“ – an U-Bahn-Stationen, auf großen Out-of-Home-Plakaten im Straßenbild und natürlich in unterschiedlichen Online-Formaten vom Banner bis zum Audio-Spot animierte unsere neue Marketing-Kampagne mit selbstironischen Headlines zu einem Besuch auf JuhuAuto. Dass unser Bekanntheitsgrad als junge Plattform noch ausbaufähig ist, ist für uns eben vor allem Ansporn, das zu ändern. „Kennen Sie JuhuAuto?“ lautete daher auch die zentrale Frage

in den beiden Kampagnen-Spots, die vor allem auf YouTube zu sehen waren, immer versehen mit der Auflösung „Juhu, wir sind's. Deine easy Gebrauchtwagen-Findemaschine“. Wer uns kennenlernt, erfährt halt auch sofort, wie einfach die Autosuche mit JuhuAuto ist.

„Ein attraktives Produkt zu bieten ist eine Sache – dafür Aufmerksamkeit zu wecken eine ganz andere Herausforderung. Und da liegt es in unserer DNA, ungewöhnliche Wege zu gehen“, sagt Mechthild Broens, die als Marketingleiterin der BDK unsere JuhuAuto-Kam-

pagnen verantwortet. „Alle großen Marken haben klein angefangen, also gehen wir selbstbewusst mit der Tatsache um, dass wir noch am Anfang unserer Reise stehen“, so Broens weiter.

Die Maßnahmen haben jedenfalls gewirkt und die Zahl der Nutzerinnen und Nutzer von JuhuAuto ist seit dem Start der „Juhu, wir sind's“-Kampagne im Mai 2022 deutlich gestiegen. Für das nächste Mal müssen wir uns also etwas Neues einfallen lassen. Aber das ist ja kein Problem, sondern einfach nur eine schöne Aufgabe.

Juhu, wir sind's!

Unter den Online-Fahrzeugsbörsen ist unsere Gebrauchtwagen-Findemaschine bislang so etwas wie ein Geheimtipp. Wenn es nach uns geht, muss das aber nicht so bleiben. Also haben wir 2022 ordentlich(es) Marketing gemacht, gewürzt mit einer kräftigen Prise Humor.



Eines sollte JuhuAuto von Anfang an nicht sein: eine Online-Börse wie jede andere. Und wer unsere Gebrauchtwagen-Findemaschine kennt, weiß das auch zu schätzen: Nutzerinnen und Nutzer von JuhuAuto empfinden unsere Plattform jedenfalls als besonders inspirierend und humorvoll*. Bei uns beginnt der Spaß ja auch schon beim ersten Kennenlernen, also in der Werbung.

*Repräsentative Online-Befragung der (r)evolution GmbH im Auftrag der ALD Lease Finanz GmbH unter 1.103 Führerscheinbesitzerinnen und -besitzern in Deutschland. August 2022.

Kids kicken mit JuhuAuto



Sport ist ... eine super Sache! Und die Freude daran zu vermitteln uns ein besonderes Anliegen. Unser Highlight 2022 waren die Ride 'n' Roll-Street-Soccer-Turniere mit dem FC St. Pauli. Vier Hamburger Stadtteile, vier Vorrundenturniere und ein großes Finale im legendären Millerntorstadion. 8 Teams mit Kindern und Jugendlichen zwischen 8 bis 13

Jahren traten gegeneinander an, hatten tolle Tage und freuten sich über Gewinne wie Trikot-Sets oder die Teilnahme an Fußballcamps. Immer mit dabei: unser

Ride 'n' Roll-Van, mit dem wir von JuhuAuto seit 2021 den Rabauken-Kids-Club des FC St. Pauli mobil machen.



Wer Führung bestellt, wird hier bestens bedient

Führung ist eine komplexe Aufgabe – das gilt bei den dynamischen Veränderungsprozessen im Automarkt heute mehr denn je. Damit Verantwortliche in Autohäusern ihre Führungsqualitäten konsequent weiterentwickeln können, bieten wir ihnen ein attraktives Seminarangebot. Mit einem starken Partner und hervorragendem Feedback aus den Betrieben. Über Herausforderungen und Lösungen berichten Maria Scharrenberg und Martin Seydell von der Führungsakademie Sylt im Interview.

Die meisten Menschen nehmen das Kfz-Gewerbe sicher als eher traditionelle Branche wahr. Wie ist das in der Realität, wenn wir uns die Führungskultur in den Unternehmen anschauen? Ist noch ein klassisches, stark hierarchisches Führungsverständnis die Regel oder ist da in den vergangenen Jahren etwas in Bewegung gekommen?

Wir stellen eine große Bandbreite fest – dabei hat fast jedes Unternehmen seine individuelle DNA. Ein Autohaus mit Start-up-Mentalität erleben wir genauso wie traditionsreiche Unternehmen, bei denen man manchmal das Gefühl hat, sogar noch die Führungsmentalität des Großvaters spüren zu können.

Vor welchen besonderen Herausforderungen stehen Kfz-Betriebe heute in Bezug auf ihre Führungskultur?

Es gibt ein buntes Potpourri an Herausforderungen: Generationswechsel, Fluktuation, Fachkräftemangel, explodierende Krankenstände, veränderte Bedürfnisse an Work-Life-Balance der Mitarbeiter – irgendwie alles Begriffe, die man gar nicht mehr hören mag. Sie sind allerdings eine Realität, die den Führungskräften viel abverlangt.

Wie kann also eine Führungskraft von dem Seminarangebot, das Sie

gemeinsam mit der BDK bieten, profitieren?

Das Seminarkonzept beinhaltet die ganzheitliche Betrachtung beider Seiten, die bei der Mitarbeiterführung eine maßgebliche Rolle spielen: die Persönlichkeit der Führungskraft sowie die Individualität des jeweiligen Mitarbeiters. Für uns ist es in jedem Seminar wichtig, den Transfer für den einzelnen Teilnehmer greifbar zu machen: jeder erhält ganz konkrete Handlungsempfehlungen für seinen persönlichen Führungsalltag.

Was machen Sie anders als andere Anbieter? Warum lohnt es sich, an einem Seminar der Führungsakademie Sylt teilzunehmen?

Wie eben schon angesprochen, möchten wir in all unseren Seminaren so dicht wie möglich an die Bedürfnisse der Teilnehmer kommen. Daher sind bei dem Konzept der Führungsakademie Sylt u. a. zwei Elemente sehr wichtig: eine Gruppengröße von max. 12 Teilnehmern und wir arbeiten immer im Team-Teaching mit zwei voll ausgebildeten und zertifizierten Trainern.

Weiterentwicklung erfordert immer einen Willen zur Veränderung. Stellen Sie große Unterschiede zwischen jungen und älteren Führungskräften fest, die an Ihren Seminaren teilnehmen?

Persönliche Weiterentwicklung ist nicht vom Alter abhängig, sondern von der eigenen Motivation. Gleichwohl stellen wir fest, dass es jüngeren Menschen manches Mal schneller gelingt, neue Gedanken anzunehmen, da sie nicht so viele alte Routinen aufgeben müssen. Ältere Teilnehmer dagegen verknüpfen stärker ihre bisherigen Erfahrungen mit den Lehrinhalten. Dies ermöglicht ihnen ein tieferes Verständnis für die Bedeutung des Gelernten.

Die Corona-Pandemie hat der Entwicklung digitaler und hybrider Seminarformate einen deutlichen Schub gegeben. Wie betrachten Sie diese Entwicklung? Stellt sich die Führungsakademie mit ihrem Angebot ebenfalls breiter auf?



Digitale Formate haben sich in der Tat mit großer Dynamik in dem Trainingsalltag etabliert. Aus diesem Grund haben wir die Führungsakademie Sylt Anfang 2022 als „Digitales Frühstück“ angeboten und werden dieses Format Ende 2023 neu auflegen. Damit wird dem Bedürfnis vieler Teilnehmer Rechnung getragen, im Winter weniger zu reisen. Aus den aktuellen Buchungen ist aber auch ersichtlich, dass die Teilnehmer einen starken Wunsch nach Präsenzveranstaltungen haben.

Sie arbeiten seit vielen Jahren mit der BDK eng zusammen. Was zeichnet unsere Kooperation aus Ihrer Sicht aus?

In der Kooperation zwischen der BDK und der Führungsakademie Sylt wird eine hohe Übereinstimmung der beiden Wertekonzepte sichtbar. Die BDK zeichnet sich doch u. a. durch ihr hohes Interesse an einer langfristigen, vertrauensvollen Kundenbindung aus. Hierbei wird darauf geachtet, dass beide Seiten von der Geschäftsbeziehung profitieren. Auch in der Führungskräfte-Schulung haben diese Werte eine hohe Bedeutung. Daher ist es für uns eine große Freude, auch weiterhin für die BDK und ihre Kunden tätig sein zu dürfen.



Pflichttermin: Der Digitale Donnerstag

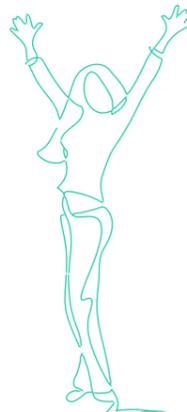
Das schaffen viele Netflix-Serien nicht: 2022 ist der Digitale Donnerstag, ein Webcast-Format des Kfz-Gewerbes Baden-Württemberg, bereits in die achte Staffel gegangen. Als Partner begleiten wir die Veranstaltungsreihe zur Digitalisierung im Autohandel mit der Expertise unserer Digitalisierungsspezialisten. Eine echte Einschalt-Empfehlung für alle auf der Suche nach neuen Impulsen und praktischen Tipps für die Weiterentwicklung der Kundenkommunikation in Verkauf und Service. Termine und Themen unter www.kfz-bw.de/digido

5 gute Gründe, für die BDK zu arbeiten

Was macht die BDK zu einer tollen Arbeitgeberin? Wir haben eine Kollegin gefragt, die es wissen muss: Lena Thamsen, Recruiterin in unserem Personalbereich und damit häufig erste Ansprechpartnerin für Bewerberinnen und Bewerber. Wie Lena für uns wirbt, beschreibt sie hier.

1 Immer eine spannende Aufgabe

„Banken und Autohandel haben als Branchen vielleicht ein eher traditionelles Image – aber es ist unheimlich viel Dynamik und Weiterentwicklung in unserem Markt. Deshalb gibt es für Menschen mit unterschiedlichsten Fähigkeiten bei uns immer abwechslungsreiche Aufgaben. Ob man Auto-Enthusiast ist, Zahlenmensch, Kreativkopf oder IT-Profi – bei uns ist man auf jeden Fall am richtigen Platz.“



3 Bank mit Benefits

„Bei uns zu arbeiten bringt viele Vorteile mit sich. Die Anschaffung eines neuen Autos steht an? Dann bieten wir besonders attraktive Mitarbeiterkonditionen. Bei Mode, Elektronikprodukten oder Urlaubsreisen profitieren wir von schönen Rabattaktionen, die man über eine spezielle App nutzen kann. Und ein Deutschlandticket oder ein Business Bike gibt es auf Wunsch auch besonders günstig.“

2 Willkommen auf dem Campus!

„In unserer neuen Unternehmenszentrale bieten wir vieles, was den Arbeitstag schöner macht: ergonomische Arbeitsplätze, moderne IT-Ausstattung, Co-Working-Spaces, Grünflächen im Innenhof und natürlich unser Campus Café. Wer Ruhe braucht, nutzt einen Thinktank, und für die Zusammenarbeit in großen Teams haben wir beispielsweise die Projektgarage. Für jede Tätigkeit gibt es hier den optimalen Platz – und natürlich überall nette Kolleginnen und Kollegen.“

4 Gut für die Gesundheit

„Wer sich fit fühlt, hat mehr Spaß bei der Arbeit. Deshalb liegt uns die Gesundheit unserer Kolleginnen und Kollegen am Herzen. Vegetarische und vegane Optionen im Campus Café? Check. Entspannungsmassagen im Büro? Check. Mental Health Coaching? Check. Wir tun viel dafür, dass es uns allen gut geht. Gerne auch durch gemeinsame Aktivitäten, wie beim Mopo-Staffellauf.“

Charta der Vielfalt

Vielfalt hat viele Facetten, und wir empfinden sie als Gewinn. Unseren Anspruch, Diversität in all ihren Dimensionen zu fördern haben wir 2022 durch die Unterzeichnung der Charta der Vielfalt unterstrichen. Der hinter dieser Initiative stehende Verein setzt sich dafür ein, die Anerkennung, Wertschätzung und Einbeziehung von Vielfalt in der Arbeitswelt voranzubringen. Dieses Ziel unterstützen wir durch inhaltliche Angebote und Aktionen, beispielsweise zum jährlichen Diversity Day.

5 Fleißig arbeiten, feste feiern

„Vom Team-Event bis zur großen Firmenparty – bei uns kommt auch das gemeinsame Feiern nicht zu kurz. Jede Abteilung organisiert eigene soziale Events, die nicht nur Spaß machen, sondern auch den Zusammenhalt fördern. Und einmal im Jahr geht bei uns auf unserer Jahresauftakt-Party richtig die Post ab.“

Interesse an einer Tätigkeit bei der BDK? Dann besuchen Sie unsere Karriereseite auf www.bdk-bank.de/unternehmen/karriere



Perspektiven schaffen

Als Unternehmen mit gesellschaftlicher Verantwortung unterstützen wir Organisationen und Ehrenamtliche voller Überzeugung bei ihrem sozialen Engagement. Unser Fokus dabei: die gesellschaftliche Teilhabe junger Menschen durch sportliche Aktivitäten und Bildung zu fördern.

Kids in die Clubs

Soziale Teilhabe darf nicht am Geldbeutel scheitern. Damit auch Kinder und Jugendliche aus einkommensschwachen Familien Teamgeist erleben und sportliche Erfolge feiern können, gibt es das Programm Kids in die Clubs der Hamburger Sportjugend. Es fördert die Mitgliedschaft in Sportvereinen und leistet so einen wichtigen Beitrag zu einer gesunden Entwicklung Heranwachsender. Ein Anliegen, das wir gerne unterstützen. www.hamburger-sportjugend.de



Primaklima

Auch kleine Schritte tragen dazu bei, große Wirkung zu erzielen. Unsere Weihnachtskarten verschicken wir daher seit 2022 digital – und lassen im Gegenzug über den Verein Primaklima Bäume pflanzen. Primaklima engagiert sich bereits seit 1991 für den Klimaschutz, trägt das Spendensiegel des Deutschen Instituts für soziale Fragen (DZI) und zeichnet sich durch eine effektive Mittelverwendung und ein hohes Maß an Transparenz aus. www.primaklima.org



Rock Your Life!

Damit sich Potenziale entfalten können, braucht es manchmal einen Anstoß und regelmäßige Begleitung. Mit studentischen Mentorinnen und Mentoren unterstützt die Organisation Rock Your Life! Jugendliche aus benachteiligten Verhältnissen dabei, ihren Weg in ein erfolgreiches Arbeitsleben zu finden. Und macht 15 Jahre nach der Gründung noch so viel mehr, z. B. durch die Zusammenarbeit mit Schulen, Unternehmen und Organisationen. Mehr als gute Gründe für uns, Rock Your Life! im Rahmen unserer Weihnachtsspenden 2022 zu bedenken. www.rockyourlife.de



Move for Youth 2022

Auch im Rahmen der Aktion Move for Youth 2022 unserer Konzernmutter Societe Generale haben wir uns sozial engagiert. Teams bilden, Schritte sammeln, Spenden generieren – so unkompliziert funktioniert Move for Youth. 60 unserer Kolleginnen und Kollegen haben sich beteiligt und dazu beigetragen, dass eine Strecke von über zwei Millionen Kilometern in Spendengelder umgewandelt wurde. Die deutschen Unternehmensschwestern der Societe Generale haben sich entschieden, ihren Anteil an der Gesamtsumme der Organisation Rock Your Life! zukommen zu lassen.



Azubi-Spendenaktion 2022

Spenden kann so lecker sein. Am Anfang der Azubi-Spendenaktion stand ein fantastisches Kuchenbuffet, am Ende ein stattlicher Spendenbetrag für die Organisation „Young Bafana“ in Südafrika. Mit einem umfassenden Fußball- und Bildungsangebot widmet sie sich der ganzheitlichen Entwicklung von Kindern und Jugendlichen des afrikanischen Landes, die aus armen Verhältnissen stammen. Das alles findet unter dem Motto „Changing Lives“ statt – und wir freuen uns, wenn unsere Auszubildenden mit ihrer Aktion dazu einen Beitrag geleistet haben.

www.youngbafana.com

Leseleo e.V.

Die aktuelle IGLU-Studie (Internationale Grundschul-Lese-Untersuchung) hat gezeigt: Zu viele Schülerinnen und Schüler haben in der vierten Klasse signifikante Schwierigkeiten mit dem Lesen. Hilfe bietet der Hamburger Verein Leseleo. Ehrenamtliche Lesepaten begleiten Kinder jeweils ein Jahr lang, um mit ihnen das Lesen, Vorlesen und Sprechen zu üben und so ihre positive Entwicklung zu fördern. Ein wichtiges Engagement, für das wir uns gerne einsetzen.

www.leseleo.de



Autohaus BankenMonitor

Kriterien Sonderpreis Leasing

- / Provisionssystem Privatkunden
- / Provisionssystem Gewerbekunden
- / Konditionen Privatkunden
- / Konditionen Gewerbekunden
- / Schnelligkeit Kreditentscheidung Privatkunden
- / Schnelligkeit Kreditentscheidung Gewerbekunden
- / Produktangebot Privatkunden
- / Produktangebot Gewerbekunden



And the Award goes to: BDK!



Leasing lohnt sich – und liegt im Trend. Gut für Autohäuser und ihre Kundinnen und Kunden, wenn sie sich dabei auf einen ausgezeichneten Finanzdienstleister verlassen können. Wie wir es sind. 2022 haben wir uns sehr über den Sonderpreis Leasing im BankenMonitor des Fachmagazins AUTOHAUS gefreut.

Die BDK im Überblick

Die BDK in Zahlen (Stand 31.12.2022)



Bestandsvolumen:
5,4 Mrd. Euro



Handelspartner:
3.128



Mitarbeiter:
769

Die Produkte der BDK

Absatzfinanzierung

- / Klassische Finanzierung
- / Schlussratenfinanzierung
- / 3-Wege-Finanzierung
- / Finanzierung^{Plus}
- / Restschuldversicherung
- / Restschuldversicherung^{Plus}
- / GAP-Versicherung
- / GAP^{Plus}-Versicherung
- / BDK ReKoSchutz
- / **Neu 2022:** BDK Move On
- / Zubehör- und Reparaturfinanzierung

Absatzleasing

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

Händlerfinanzierung

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

Digitale Services

- DIGEO Kundenkalkulator
- 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 im Jahr 2022 122,8 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

(Stand 31.12.2022)

Geschäftsführung

Martin Guse

Sprecher der Geschäftsführung

Matthias Sprank

Geschäftsführer

Vertrieb

Für jeden Bedarf die passende Betreuung durch:

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



Aufsichtsrat

Michel Billon

Geschäftsführer Hanseatic Bank GmbH & Co. KG (Aufsichtsratsvorsitzender)

Michael Kraft

Geschäftsführer Neils & Kraft GmbH & Co (stellv. Aufsichtsratsvorsitzender)

Cécile Le Bon

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

Emmanuel Chapuzot

International Supervisor SG Consumer Finance

Jürgen Karpinski

Präsident Zentralverband Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe e. V.

Dr. Kurt-Christian Scheel

Hauptgeschäftsführer Zentralverband Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe e. V.

Dr. Hermann Frohnhaus

Mitglied des Verwaltungsrats ALD Lease Finanz GmbH

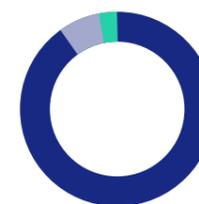
Esko Thullen

Geschäftsführender Gesellschafter Auto Thullen Gruppe

Guido Zoeller

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

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
Fuhlsbüttler Straße 437, 22309 Hamburg
Postfach 570207, 22771 Hamburg

Quellen

ZDK, Deutsche Automobil Treuhand (DAT), Kraftfahrt-Bundesamt
(Automarkt 2022 Seiten 14–15)

Umsetzung

Beckmann Verlag GmbH & Co. KG, Lehrte

Fotos

Nico Bizer (S. 4, 6–8, 10, 11), BDK (S. 9, 18–21, 24, 25), ZDK (S. 12),
Societe Generale (S. 13), Fahreni (S. 14/15), SimonSkafar (S. 14/15),
skynesher (S. 17), Sudheimer (S. 21), Führungsakademie Sylt (S. 22/23),
AUTOHAUS (S. 27)
Titelmotiv: skynesher

Redaktionsschluss: April 2023; erschienen im Juli 2023

Bank Deutsches
Kraftfahrzeuggewerbe GmbH
Fuhlsbüttler Straße 437, 22309 Hamburg
Postfach 57 02 07, 22771 Hamburg
T 040 48091-0 · F 040 4801940
info@bdk-bank.de · www.bdk-bank.de

