

Mobilität

Veränderte Kundenbedürfnisse

Die automobilen Bedürfnisse der Kunden haben sich in den letzten Jahren deutlich gewandelt. Bei der Fahrzeuganschaffung steht nicht mehr der Kaufpreis des Fahrzeugs (UPE) im Mittelpunkt, sondern vielmehr die Gesamtkosten der Mobilität. Die Autobanken haben diesen Trend frühzeitig erkannt und als erste Bankengruppe ihr Produktportfolio systematisch um autonome Dienstleistungen erweitert.

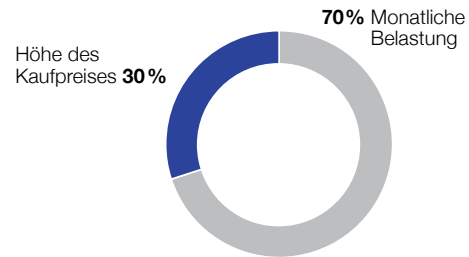
Gesamtkosten der Mobilität im Fokus

Mehr als jeder zweite Kunde entscheidet sich heute über die Finanzierung oder den Leasingvertrag hinaus für weitere Service- und Versicherungsleistungen rund um das eigene Fahrzeug. Je nach Kundenwunsch können mittlerweile weit mehr als ein Dutzend zusätzliche Dienstleistungen ergänzt werden. Die entsprechenden Angebote der Herstellerbanken machen Mobilität für den Kunden zu einer transparenten sowie kalkulierbaren Größe und schützen vor finanziellen Risiken. Zu den gefragtesten Mobilitätsdienstleistungen zählen „Inspektion / Kundendienst“, „Mobilitäts- und Pannenservice“ sowie „Garantieverlängerung“ für das Fahrzeug.

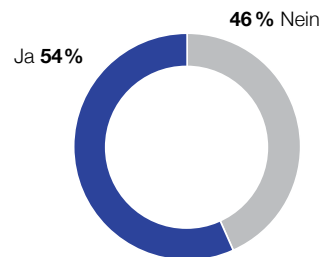
Unkompliziertes One Stop Shopping

Neben dem Kostenaspekt ist für die Kunden der Autobanken auch der „Convenience-Faktor“ von hoher Bedeutung. Bei der Anschaffung eines neuen Fahrzeugs sind sie daran interessiert, alle wesentlichen Leistungen aus einer Hand vom Händler ihres Vertrauens zu erlangen – unkompliziert und sicher. Hierzu gehören neben dem Fahrzeug selbst auch die passende Finanzdienstleistung, laufende Werkstattbetreuung und oftmals die Verwertung des Vorfahrzeugs. Um auch am Ende der Vertragslaufzeit auf der sicheren Seite zu sein, schätzen die Kunden außerdem eine Rückkaufzusicherung des Händlers für ihr neues Fahrzeug. Dies ermöglicht sorgenfreie Mobilität über die gesamte Leasing- bzw. Finanzierungsdauer.

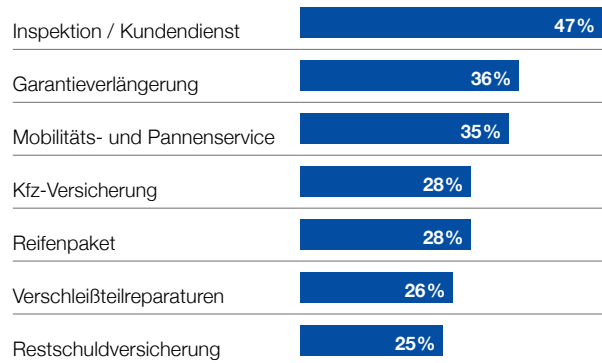
Worauf achten Sie hinsichtlich der Kosten beim Fahrzeugkauf eher?



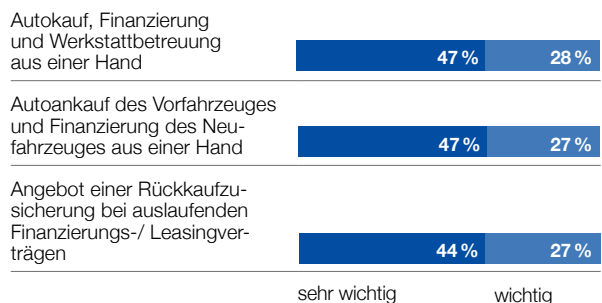
Beinhaltet Ihr Finanzierungs- bzw. Leasingvertrag weitere Leistungen?



Welche Zusatzleistungen haben Sie abgeschlossen?



Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Kriterien rund um den Kauf und die Finanzierung eines Neufahrzeugs?



Potenziale

Barzahler

Der Markt für automobiler Finanzdienstleistungen bietet auch zukünftig weitere Wachstumschancen. Rund 25 Prozent der Autokäufer haben ihr aktuelles Fahrzeug bar bezahlt. 61 Prozent dieser Barzahler zeigen jedoch grundsätzliches Interesse, ihr nächstes Fahrzeug am Point of Sale zu finanzieren oder zu leasen. Mit entsprechenden Angeboten der Autobanken und kompetenter Beratung durch den Markenhandel arbeiten beide Partner daran, dieses Potenzial zu erschließen.

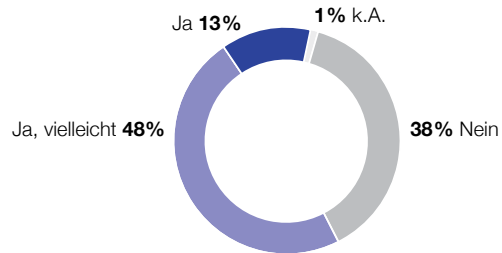
Digitale Vertriebskanäle

Für die Kunden der Autobanken ist der Präsenzhandel unverändert der zentrale Kontaktpunkt, um sich über Finanzdienstleistungen bei der Fahrzeuganschaffung zu informieren. Das Internet wird jedoch als Informationsquelle für die Leasing- und Finanzierungsrecherche immer wichtiger. Die Webseiten der Fahrzeughersteller und des Automobilhandels sind zwar auch hier noch erste Anlaufstelle, konkurrieren jedoch mit anderen Informationsangeboten wie Vergleichsportalen, Online-Autobörsen und Suchmaschinen.

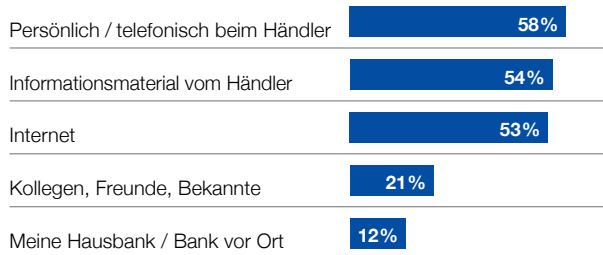
Insgesamt gewinnen digitale Kanäle im Automobilvertrieb rasant an Bedeutung und können den Herstellerbanken nicht zuletzt die Erschließung neuer Produkt- und Kundengruppen ermöglichen. Bei der Fahrzeuganschaffung erwarten Kunden heute das komplette Angebotsportfolio sowie entsprechende Finanzdienstleistungslösungen online. Fast die Hälfte der befragten Kunden (48 Prozent) kann sich bereits vorstellen, ein zukünftiges Neufahrzeug direkt online zu bestellen sowie auch die passende Finanzdienstleistung direkt online abzuschließen.

Die Banken der Automobilwirtschaft sind herausgefordert, mit den sich schnell verändernden Kundenbedürfnissen Schritt zu halten und entsprechende Wachstumspotenziale zu nutzen. Ein wesentlicher Erfolgsschlüssel hierfür liegt in der bestmöglichen Verzahnung von Offline- und Onlineangeboten. Die herstellerverbundenen Autobanken verstehen sich als moderne Mobilitätsdienstleister und werden diese Entwicklung weiter vorantreiben – im engen Schulterschluss mit Herstellern und Automobilhandel.

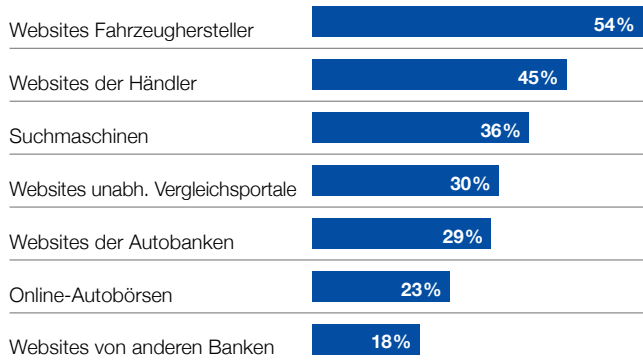
Könnten Sie sich vorstellen, Ihr nächstes Fahrzeug zu finanzieren / leasen?



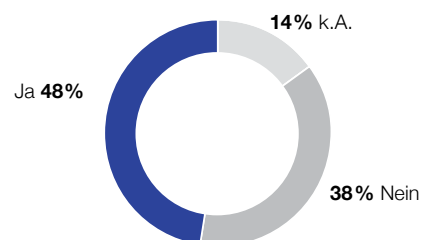
Welche Informationsquellen haben Sie genutzt, um sich im Vorfeld Ihres Autokaufs speziell über das Thema Finanzierung / Leasing zu informieren?



Wo haben Sie sich online zum Thema Finanzierung / Leasing informiert?



Könnten Sie sich vorstellen, ein Neufahrzeug bei einem passenden Finanzierungsangebot direkt im Internet (Online-Abschluss) zu finanzieren?





Automobilbanken 2019

Absatzförderung • Kundenloyalität • Sorgenfreie Mobilität • Potenziale



Die Banken der Automobilwirtschaft

Marktführer für automobiler Finanzdienstleistungen

Der Markt für automobiler Finanzdienstleistungen ist zu einem volkswirtschaftlich bedeutenden Wachstumsmarkt gereift. Aktuell werden rund 75 Prozent aller privaten und gewerblichen Pkw-Neuzulassungen in Deutschland über Leasing- und Finanzierungsmodelle auf die Straße gebracht. Dies entspricht einem jährlichen Kreditvolumen von rund 60 Milliarden Euro.

Die herstellerverbundenen Banken und Leasinggesellschaften sind Marktführer für automobiler Finanzdienstleistungen in Deutschland. Rund jedes zweite Neufahrzeug hierzulande steht in den Büchern der „Banken der Automobilwirtschaft (BDA)“.

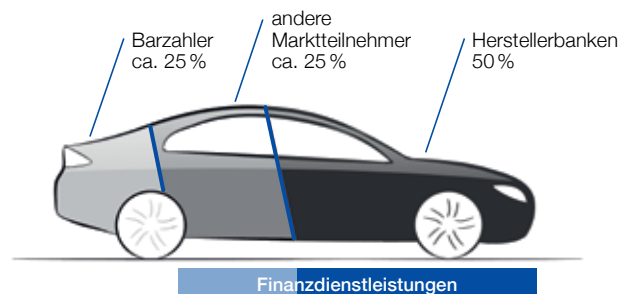
Mobilität im Fokus

Die herstellerverbundenen Finanzdienstleister stellen die Mobilität ihrer Kunden in den Mittelpunkt ihrer Produkte und Angebote. Das originäre Geschäftsmodell der Autobanken zielt darauf ab, Fahrzeugkäufern die individuell auf ihre Bedürfnisse zugeschnittene Finanzierung ihrer Mobilität zu ermöglichen. So unterstützen die Autobanken den Fahrzeugabsatz ihrer Herstellerkonzerne und tragen zur langfristigen Marken- und Händlertreue der Kunden bei.

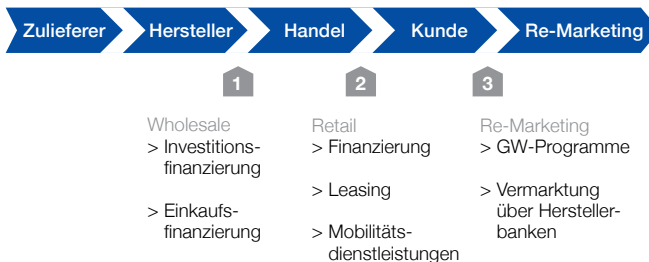
Die Finanztöchter der Automobilindustrie operieren hierzu an den zentralen Schnittstellen der automobiler Wertschöpfungskette und leisten mit ihren Finanzdienstleistungen rund um Mobilität einen entscheidenden Beitrag zur Profitabilität von Hersteller und Handel.

Die vorliegende repräsentative Studie, durchgeführt von der puls Marktforschung GmbH, beleuchtet den Einfluss der herstellerverbundenen Finanzdienstleistungen auf die Kaufentscheidung der Kunden und liefert Erklärungsansätze für ihre hohe Bedeutung für Hersteller, Handel und Verbraucher. Hierfür wurden rund 1.300 Autokäufer befragt, die innerhalb der letzten zwölf Monate ein Fahrzeug im Autohaus finanziert bzw. geleast haben und in alle Entscheidungen rund um den Autokauf einbezogen waren.

Der Markt für automobiler Finanzdienstleistungen



Herstellerbanken an den Schnittstellen der automobiler Wertschöpfungskette



Absatzförderung

Positiver Einfluss auf Fahrzeugwahl

Das Finanzdienstleistungsangebot hat entscheidenden Einfluss auf die Fahrzeugwahl der Verbraucher. Kunden der herstellerverbundenen Banken und Leasinggesellschaften kaufen ihr Fahrzeug nicht nur früher als vorgesehen, sie statten es auch besser aus und können häufig ein größeres Modell fahren als ursprünglich gedacht. Darüber hinaus ermöglichen es herstellerverbundene Finanzdienstleistungen, dass sich nahezu vier von zehn Gebrauchtwageninteressenten doch für die Anschaffung eines Neuwagens entscheiden.

Der durchschnittliche Kaufpreis für Neufahrzeuge in Deutschland liegt laut Studie bei 31.765 Euro. Mit Finanzdienstleistungsangeboten wird der Fahrzeugpreis in eine zwei- oder dreistellige Monatsrate transformiert. Diese präzise auf das individuelle Haushaltsbudget zugeschnittene Rate ist für die Kunden der Autobanken bestens planbar und ermöglicht die Entscheidung für höherwertige und besser ausgestattete Fahrzeuge.

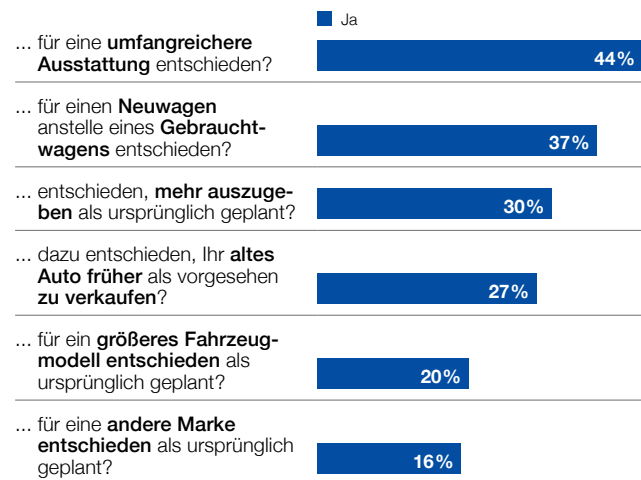
Schnellerer Fahrzeugumschlag

Durch Finanzdienstleistungen erhöht sich der Fahrzeugumschlag für Hersteller und Handel signifikant. Kunden der Herstellerbanken nutzen ihr Fahrzeug durchschnittlich 5,2 Jahre, Leasingkunden sogar nur 4,3 Jahre. Bei Barzahlern hingegen ist die Fahrzeughaltedauer mit 6,9 Jahren deutlich länger. Dank budgetgerechter Monatsraten fahren Autobankkunden somit stets Fahrzeuge auf einem sicherheitstechnisch und ökologisch aktuellen Stand.

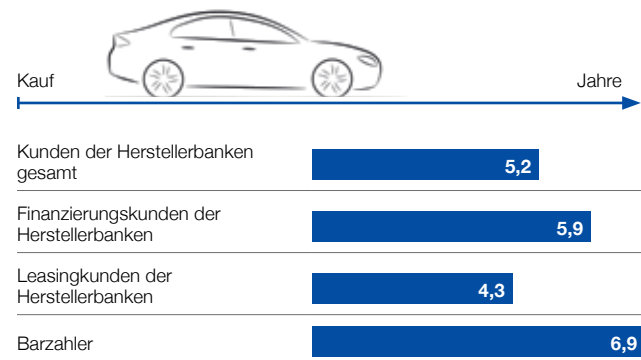
Einfluss auf Markenwahl

Der hohe Stellenwert automobiler Finanzdienstleistungen wird bereits im Informationsverhalten der Kunden deutlich. Fast die Hälfte (47 Prozent) der Leasing- und Finanzierungskunden beschäftigt sich bereits vor der Auswahl der Fahrzeugmarke mit der Frage nach dem richtigen Finanzierungspartner. Damit sind attraktive Finanzdienstleistungsangebote bereits in einer frühen Phase des Kaufprozesses von höchster Bedeutung und können sogar ausschlaggebend für die Markenpräferenz der Verbraucher sein.

Haben Sie sich aufgrund des Finanzierungsangebotes ...



Wie lange sind Sie Ihr vorheriges Fahrzeug gefahren?



Wann haben Sie sich für Ihren Leasing-/Finanzierungspartner entschieden?



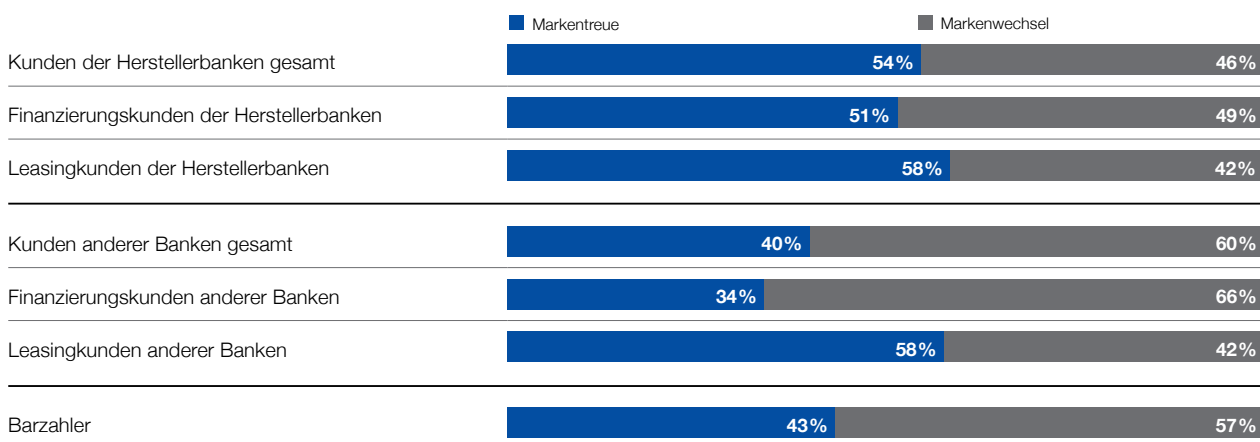
Loyalität

Treue Kunden als Erfolgsfaktor

Kundentreue ist heute ein zentraler Erfolgsfaktor für die Akteure der Automobilwirtschaft. Die Loyalität der Kunden zur Fahrzeugmarke bzw. zum Handelsbetrieb ist für Hersteller und Handel gleichermaßen von höchster Bedeutung. Die Produktangebote der Herstellerbanken generieren eine Kundenloyalität, die durch den Barverkauf eines Fahrzeugs nicht zu erzielen ist. Kunden der herstellerverbundenen Finanzdienstleister bleiben dabei ihrer Fahrzeugmarke, ihrem Automobilhändler sowie ihrer Autobank deutlich häufiger treu als Barzahler.

Auch im direkten Vergleich mit anderen im Automarkt tätigen Bankengruppen nehmen die Herstellerbanken eine Spitzenposition ein und sorgen für eine deutlich stärkere Loyalisierung der Kunden. Eine besondere Bedeutung kommt hierbei dem Leasing zu, das den größten Einfluss auf die Kundentreue hat.

Haben Sie sich bei Ihrem aktuellen Fahrzeug für die gleiche Marke entschieden?



Angenommen ich müsste jetzt mein Auto ersetzen, ich würde wahrscheinlich...

