

In einer digitalen Welt aus Null und Eins sollte es niemanden überraschen, wie rasch sich unser aller Leben und die Wirtschaft verändern. Gerade beim Kaufverhalten bleibt kein Stein auf dem anderen. Der Fahrzeughandel ist hier besonders betroffen. Die börsennotierte AutoBank AG baut ihr Geschäftsmodell auf den digitalen Wandel auf.

Faktoren wie Zeit, Geschwindigkeit und Effizienz gewinnen täglich an Bedeutung. Gefühlt dreht sich heute sogar der gesamte Planet schneller. Mit dem Internet hat die Menschheit ein Medium zur Hand, bei dem im besten Fall alles in Sekundenschnelle aktualisiert und abruf- oder durchführbar wird. Über dieses Medium kommunizieren wir, suchen Vorteile und nützen sie - jeden Tag und rund um die Uhr.

Dabei haben sich die Wünsche und Bedürfnisse der Kunden in Bezug darauf, mobil zu sein, besonders in der jüngsten Vergangenheit stark gewandelt. Für die „Generation Y“ scheint das Auto nicht mehr die enorme Bedeutung zu zeigen, die es in der Vergangenheit hatte. Vielen jungen Menschen im urbanen Raum geht es in erster Linie darum, ein Transportmittel rasch und günstig zur Hand zu haben, das gerade als die beste Lösung erscheint. Dies wird sicher dazu führen, dass das Angebot an mietbaren Fahrzeugen stark zunimmt, aber es werden noch immer genug Menschen - besonders im ländlichen Raum - ein eigenes Fahrzeug brauchen und über dieses verfügen wollen.

Internet-Nerds haben dazu schon eine Vielzahl von Strategien und Werkzeugen entwickelt. Als alltägliche und bewährte Beispiele aus der Automobil-Branche sind zum Beispiel



Gerhard Dangel, Vorstand der AutoBank AG

die Suche nach dem richtigen Gebrauchtwagen zum günstigsten Preis zu nennen, Informationen über Neuwagen, die ersten Eindrücke vom neuen Modell und ob es im Test allen Vergleichen standhält. Den nächsten Schritt zum Kauf stellt die Neuwagenkonfiguration im Internet mit allen Informationen über Preis und Lieferzeit dar. Als dritter Schritt folgt die Händlersuche. Selbst der Termin für eine Probefahrt ist heute schon selbstverständlich digital zu vereinbaren. Der rasant zunehmende Wettbewerb über Vergleichsplattformen wird dem Kunden dabei das Leben bezüglich Preise und Finanzierungsangebote zusätzlich erleichtern.

Allerdings wird man wohl auch künftig nicht gratis unterwegs sein. Benötigt der Kunde eine Finanzierung, unabhängig davon, ob in Form von Leasing oder Kredit, muss er sich an ein Finanzinstitut wenden. Oftmalig geschieht dies direkt über den Autohändler, aber natürlich existiert auch die Möglichkeit, sich auf dem freien Markt umzusehen. Dabei ist es derzeit oft noch notwendig, dass der Verkäufer persönlich vor Ort die

Identität des Interessenten für die Bank durchführt. Aber auch hier wird sich schon kurzfristig einiges ändern und zu Null und Eins werden...

Im Fokus der Unternehmensstrategien der Finanzierer steht daher das Identifizieren über das Internet und das Onlinestellen von Anträgen. Die Wartezeiten auf die Genehmigung werden dramatisch verkürzt, sie sollte innerhalb kürzester Zeit eintreffen. Als nächste Schritte werden dann die Verträge digital unterschrieben, Fahrgestell- und Motornummern per Handy-Kamera vom Händler erfasst und für die weiteren Schritte elektronisch weiter geleitet und verarbeitet.

Dabei entwickeln sich die Autohäuser vom Produktverkäufer zum Full-Service-Dienstleister und Mobilitäts-Manager. Die AutoBank hat hier schon frühzeitig passende Werkzeuge für markenübergreifende Finanzierungs-Lösungen entwickelt und stellt diese den KFZ-Händlern zur Verfügung.

Für Händler und Finanzdienstleister bedeuten diese Entwicklungen, eine hohe Sensibilität für Strömungen am Markt und bei den Kundenbedürfnissen zu entwickeln und dafür zeitgerecht die richtigen Angebote im Köcher zu haben. Eine besondere Herausforderung besteht dabei in der Aufrechterhaltung der Kundenbindung, die keinesfalls aus dem Fokus geraten darf. Denn die Kommunikation, wie wir sie seit jeher kennen, wird es so nicht mehr geben, weil der persönliche Kontakt wegfällt.

Mit den richtigen Produkten bietet die automotiv Mobilität der Zukunft eine Chance für jedes Autohaus. Die AutoBank hat sich strategisch an die neuen Kundenbedürfnisse angepasst und entsprechend positioniert, um den Anforderungen von morgen gerecht zu werden. Ihre Partner können davon nur profitieren.

AutoBank AG

