

Der Autohandel ändert sich

Der lange Weg zum Mobilitätsdienstleister

Der Autohandel entwickelt sich vom reinen Produktverkauf zur Mobilitätsdienstleistung. Dies bedeutet eine besondere Herausforderung für die finanzierenden Banken. Nur wer sich abhebt und komplette Dienstleistungspakete anzubieten imstande ist, hat unter den spezialisierten Autobanken künftig einen guten Stand, meint AutoBank-Vorstand für Vertrieb, Händlerfinanzierung und Marketing, Gerhard Dangel.

Große Automobilhersteller verfügen zumeist über eigene Bankentöchter, die sich um die Kundenfinanzierung zu kümmern haben. Diese Bankentöchter sind jedoch markenbezogen und als eine Art verlängerte Werkbank zur Unterstützung des eigenen Fahrzeugvertriebes vorgesehen. Banken- und herstellerunabhängige Fahrzeugfinanzierer sind hingegen markenübergreifend, werden von niemandem gestützt und stützen ihrerseits auch niemanden. Mit reiner Fahrzeugfinanzierung ist es daher heute nicht mehr getan. Dazu kommt noch, dass das Automobil als solches bei der jungen Generation nicht mehr dieselbe Bedeutung als Statussymbol hat wie früher. Innovative Finanzdienstleister sind daher gefordert.

Flat Rates

„Die meisten Fahrzeugfinanzierer bieten längst kombinierte Finanzierungs- und Versicherungsdienstleistungen an“, weiß **Gerhard Dangel**, Vorstand für Vertrieb, Händlerfinanzierung und Marketing der AutoBank AG, einem der großen banken- und herstellerunabhängigen Fahr-

zeugfinanzierer Österreichs. Aus diesem Grunde arbeitet das Unternehmen beispielsweise an einem auf den Fahrzeughändler individuell zugeschnittenen „Flat Rate“-Paket. Dieses beinhaltet neben den klassischen Dienstleistungen wie Finanzierung und Versicherung auch Garantieverlängerung, Wiederverkauf und einiges mehr: „Derartige Paketlösungen umfassen auch Servicearbeiten und Unfallreparaturen.“ Händler, die sich auf diese künftigen Entwicklungen einstellen wollen, können als Partnerbetriebe der AutoBank ihren Kunden das gesamte Dienstleistungspaket gegen fixe monatliche Beträge anbieten - und genießen so den Vorteil, dass die Kunden, die die Flat Rate angenommen haben, mit ihren Service- und Reparaturarbeiten an sie gebunden sind. „Die Kundenbindung stellt nicht den einzigen Vorteil für die Partnerhändler dar“, meint Dangel, „durch die fixen Raten wird wohl auch das große Rabattfeilschen eingedämmt werden.“

Um sich das entsprechende Know-how einzukaufen, wurde letzten Dezember der deutsche Spezialist HLA Fleet Ser-

vices akquiriert, ein unabhängiger Dienstleister für Fuhrparkmanagement und -services. Das Leistungsspektrum der ehemaligen Hannover Leasing-Tochter erstreckt sich von der Konsolidierung heterogener Mehrmarken-Fuhrparkstrukturen bis zu Wartungs-, Reparatur- und Reifenmanagement für Pkw und Lkw.

„HLA passt hervorragend zu unserem Geschäftsmodell“, ist Dangel überzeugt, „denn unser Haus finanziert nicht nur Endkunden, sondern die Lagerbestände von Neu- und Gebrauchtwagen des Fahrzeughandels“. Mit der Neuakquisition soll die Wertschöpfungskette der AutoBank erheblich erweitert werden. Der unternehmerischen Kreativität sind dabei nur wenige Grenzen gesetzt: „Wir wollen z.B. auch die Übernahme des Factoring des Fahrzeughandels anbieten. Mit dieser Erweiterung unseres Produktangebotes sind wir bereits für das laufende Geschäftsjahr 2014 gut aufgestellt und erwarten uns positive Effekte auf die Geschäftsentwicklung.“

Carsharing-Zukunft

Während sich der Autohan-

del inhaltlich breiter aufstellt und professionelles Fuhrparkmanagement zur betriebswirtschaftlichen Notwendigkeit wird, ändert sich langsam, aber stetig auch das Verhalten des Individualkunden. Gesättigte Pkw-Märkte und eine gedroselte Kaufkraft nach der Finanzkrise 2008 in zahlreichen europäischen Ländern führten zu Absatzzrückgängen im europäischen Fahrzeughandel, der 2013 jedoch eine erfreuliche Entwicklung zeigt und zum ersten mal seit langem wieder zugelegt hat. Veränderte Bedürfnisse insbesondere der jüngeren sogenannten „facebook“-Generation „unter 30“ führen zu neuartigen Lösungen. Bei manchen Kundengruppen steht nicht mehr das Verlangen, ein Fahrzeug zu besitzen, im Vordergrund. Es genügt das bloße Verwenden - wenn man es braucht.

Das Resultat dieser Entwicklung mündet im Carsharing, ob im klassischen Sinne oder als „FreeFloating“-Angebot der Fahrzeughersteller. Autobanken haben sich mit diesem Thema noch nicht so stark auseinandergesetzt, obgleich es eigentlich auf dem Präsentierteller liegt. Immer-



Foto: AutoBank AG

Gerhard Dangel, Vorstand für Vertrieb, Händlerfinanzierung und Marketing der AutoBank

hin könnten durch attraktive Angebote neue Kundengruppen angesprochen und Hemmschwellen gegenüber alternativen Nutzungsformen überwunden werden. Und eine Tatsache scheint klar: Die Vorfinanzierung eines Carsharing-Fuhrparks ist kapitalintensiv. So beläuft sich beispielsweise die Investition

in eine Flotte von 100 Fahrzeugen à 20.000 € auf 2 Mio€ - von den Nebenkosten einmal ganz abgesehen. „Wir sind in diesem Bereich bereits tätig und haben bereits Carsharing finanziert“, verweist Dangel auf die Chancen dieses neuen für die Autobanken zukunftsweisenden Geschäftsfelds.

Tibor Pasztory