

+++ Pressemitteilung vom 23. April 2009 +++

## **Zunehmender Wettbewerb im Kfz-Finanzierungsmarkt**

### **Automobilhändler wollen Geschäft mit Noncaptive-Finanzierungsanbietern ausweiten**

**Köln, 23. April 2009.** Finanzierungsangebote für Neuwagen gehören für Automobilhändler wie für Kunden inzwischen zum Standard. Selbst kleine Händler oder Spezialanbieter von Motorrädern oder Wohnmobilen nutzen diese Absatzhilfe bei ca. jedem zweiten Verkauf erfolgreich. Auch bei Gebrauchtwagen bieten die kleineren, meisten freien Händler inzwischen bei drei Viertel der Automobilverkäufe eine Finanzierung an. Ihre Erfolgsquote ist mit ca. 42 Prozent kaum geringer als bei großen und meist markengebundenen Autohäusern (52 Prozent). Für 2009 wird sich dieses Wachstumspotenzial überdurchschnittlich stark für die Noncaptive-Anbieter Credit Plus Bank, BDK und Santander Bank auszahlen. Dies sind die Ergebnisse der Studie "Finanzvertrieb im Automobilhandel 2009" des Marktforschungs- und Beratungsinstituts YouGovPsychonomics, die bereits im dritten Jahr in Folge in einer repräsentativen Befragung unter mehr als 500 Finanzproduktentscheidern von Autohäusern durchgeführt wurde.

Ein Drittel der Autohäuser können sich dabei als "aktive Profis" in Sachen Finanzierungsgeschäft bezeichnen. Für Profis ist nicht nur der Provisionsertrag ein fester Bestandteil im Geschäftsplan des Autohauses, sondern praktisch alle Kunden erhalten ein entsprechendes Angebot. "Die Profi-Finanzierungsanbieter unter den Automobilhändlern schulen und verzielen ihr Verkaufspersonal in Sachen Finanzierungsangebot wesentlich professioneller als andere Händler. Ferner suchen sie kontinuierlich nach zusätzlichen Anbietern, um für alle Auto- und Kundengruppen ein optimales und preisgünstiges Angebot schnüren zu können", kommentiert Studienleiterin Dr. Michaela Brocke.

Deswegen ist die Zahl der Autohändler mit einer zusätzlichen Geschäftsbeziehung zu einer Noncaptive Finanzierungsbank in den letzten drei Jahren von 36 Prozent auf 49 Prozent gestiegen. Einige Noncaptive-Banken sind in den Autohäusern bereits zu den wichtigsten Finanzierungspartnern avanciert: Santander (bei 20 Prozent der Händler), Credit Plus (drei Prozent)

Sollten Sie die in dieser Pressemitteilung enthaltenen Informationen für Ihre Berichterstattung verwenden, bitten wir Sie um ein Belegexemplar.

und GE Money Bank (zwei Prozent). Als wichtige Zweitanbieter können sich die BDK und regionale Sparkassen neben den Autobanken positionieren.

### **Lernfeld Leasing bald abgeschlossen**

Der für Kunden und Händler teilweise noch ungewohnte Finanzierungsweg Leasing wird zunehmend von Händler aufgegriffen. Inzwischen sind es nur noch 13 Prozent (im Vorjahr: 22 Prozent) der Automobilhändler, die noch keine Anbindung an eine Leasinggesellschaft haben. Neben den herstellergebundenen Leasinggesellschaften können sich folgende Noncaptive-Leasinggesellschaften als wichtigste Partner der Autohäuser präsentieren: Santander, ALD, VR-Leasing und Deutsche Leasing.

"Sicherlich ist die Leasingfinanzierung nur für Neuwagen und bestimmte Zielgruppen relevant. Dennoch können wir feststellen, dass sich Händler und Kunden häufiger an diese vermeintlich kompliziertere Finanzierungsvariante heranwagen. Wachstumspotenzial liegt nach Aussagen der Händler insbesondere bei den Noncaptive-Anbietern, wie ALD, Deutsche Leasing und VR-Leasing", so Dr. Oliver Gaedeke, Leiter Finanzdienstleistungsmarktforschung der YouGovPsychonomics AG.

### **"Bequeme Finanzierungsanbieter" gezielt aufbauen**

Etwas mehr als ein Drittel der Autohändler bieten Finanzierungen beim Autokauf nur verhalten an. Diesen eher kleineren und freien Händler fehlt es häufig an der Kompetenz, sich intensiv in Finanzierungsangebote von Banken oder Leasinggesellschaften einzuarbeiten. So erreichen sie auch deutlich weniger Umsatz mit diesem Provisionsgeschäft als manche ihrer Kollegen.

"Wie ein solches Mitnahmegeschäft zu einer sicheren Einnahmequelle aufgebaut werden kann, sollte in Zeiten der Wirtschaftskrise mit günstigen Finanzierungsangeboten auf Platz eins der Händlerstrategie stehen. Mit einer gezielten Unterstützung können sich Banken oder Leasinggesellschaften einen langfristig treuen und attraktiven Partner aufbauen", so Dr. Gaedeke.

### **Studienleitung:**

Dr. Michaela Brocke - [michaela.brocke@psychonomics.de](mailto:michaela.brocke@psychonomics.de) - T: +49 (0)221 42061-562.

+++ +++ +++

### **Über "Finanzvertrieb im Automobilhandel 2009"**

Die Studie analysiert die aktuellen Erwartungen des Automobilhandels an Finanzierungs- und Versicherungsprodukte sowie damit verbundene Dienstleistungen. Repräsentativ befragt wurden Entscheider von über 500 markengebundenen und freien Autohändlern sowie von Motorrad- und Wohnmobilhändlern.

Weitere Studieninfo (pdf):

[www.psychonomics.de/finanzvertrieb\\_automobilhandel\\_2009.pdf](http://www.psychonomics.de/finanzvertrieb_automobilhandel_2009.pdf)

### **Über YouGovPsychonomics:**

YouGovPsychonomics ist ein Marktforschungsinstitut mit Hauptsitz in Köln und Niederlassungen in Berlin, Wien und Klagenfurt. Als Teil der weltweiten YouGov-Gruppe mit derzeit 16 Niederlassungen in zwölf Ländern bietet YouGovPsychonomics hochqualifizierte Markt- und Organisationsforschung.

### **Pressekontakt:**

Simon Wolf

Tel.: +49 0221 / 42061 - 596

E-Mail: [simon.wolf@psychonomics.de](mailto:simon.wolf@psychonomics.de)

YouGovPsychonomics AG

Berrenrather Straße 154 - 156

50937 Köln

Sollten Sie die in dieser Pressemitteilung enthaltenen Informationen für Ihre Berichterstattung verwenden, bitten wir Sie um ein Belegexemplar.