

+++ Pressemitteilung vom 06. Juli 2010 +++

Finanzielle Förderung durch Staat und Banken

41 Prozent der Autohändler kennen finanzielle Förderungsmöglichkeiten nicht, obwohl knapp zwei Drittel diese bereitwillig nutzen würden

Köln, 06. Juli 2010. Die deutschen Automobilhändler und Autohäuser sind sich trotz der weiterhin unsicheren wirtschaftlichen Lage nicht in vollem Umfang über die bestehenden finanziellen Fördermöglichkeiten bewusst – ganz im Gegenteil. Während nur etwa jeder dritte Automobilhändler aktuell angibt, die Förderungsmöglichkeiten durch Staat und Banken „gut“ zu kennen, äußern 41 Prozent ihre Unkenntnis. Dabei scheint Unterstützung dringend geboten. Denn etwa ein Fünftel aller Händler gibt an, derzeit Probleme mit der Liquidität zu haben. Aus den Reihen der Betroffenen klagt etwa jeder Zweite darüber, dass sich die Einkaufsfinanzierungsangebote der Autobanken reduziert oder verschlechtert haben. Ähnlich viele kritisieren, dass staatliche Förderungsmöglichkeiten nicht zur Verfügung stehen. Doch auch die Versorgung mit Krediten durch die Hausbank wird angemahnt, ein deutliches Signal.

Dies zeigen die Ergebnisse des aktuellen Highlight-Themas „Liquiditätsproblematik und Fördermöglichkeiten“ der im Juli erscheinenden Studie "Finanzvertrieb im Automobilhandel 2010" des Marktforschungsinstituts YouGovPsychonomics. Diese wurde bereits im vierten Jahr in Folge in einer repräsentativen Befragung unter mehr als 500 Finanzproduktentscheidern von Autohäusern durchgeführt.

Unter denjenigen, die sich als eher oder gut informiert bezeichnen, bilden die Einkaufsfinanzierung für Neu- und Gebrauchtwagen sowie die Finanzierung von Lagerwagen und die Bereitstellung von Vorführwagenkrediten die bekanntesten Fördermöglichkeiten. Diese kennen 51 Prozent aller Informierten. Deutlich weniger kennen das Mittelstandsförderprogramm der KfW, lediglich 39 Prozent.

Noch deutlicher fällt das Informationsmissverhältnis bei der Betriebsmittelfinanzierung und der Investitionsfinanzierung durch Banken aus. Hier ist selbst unter den eher bis gut Informierten weniger als jeder Fünfte ausreichend über die Fördermöglichkeiten im Bilde.

„Die Unkenntnis der Händler über konkrete Fördermöglichkeiten ist erschreckend. Einmal mehr wird belegt, dass Fördermaßnahmen auch gut kommuniziert werden müssen, sowohl in der Zielgruppe als auch bei den Mittlern, in diesem Fall die Haus- und Autobanken“, so Dr. Oliver Gaedeke, Leiter Finanzdienstleistungsmarktforschung der YouGovPsychonomics AG.

60 Prozent der Händler Förderungsangeboten gegenüber aufgeschlossen

Denn knapp zwei Drittel aller Automobilhändler und Autohäuser sind offen für passende Fördermöglichkeiten. Lediglich 15 Prozent der Befragten schließen eine Inanspruchnahme derzeit kategorisch aus. Als größte Hemmnisse stellen sich dabei die strengen Kriterien der Vergabe von Fördermöglichkeiten dar. Doch auch der zum Teil komplizierte und zeitaufwendige Formweg schreckt viele ab.

„Hier könnten gerade die jeweiligen Hausbanken oder Autobanken durch gezielte Information, Beratung und attraktive Finanzierungsangebote punkten und die viel beschworene Nachhaltigkeit für eine langfristige Partnerschaft zum Kunden einlösen“, so Dr. Gaedeke.

Denn aktuell verlassen sich 47 Prozent aller Händler bei der Zwischenfinanzierung allein auf ihre Hausbank. Etwa ein Drittel zieht die jeweilige Autobank vor. Dieses Verhältnis bewegt sich allerdings zugunsten der Hausbanken. Der Blick in die Zukunft zeigt, dass sich gerade diese über steigendes Potential freuen können. Denn perspektivisch wollen sich 61 Prozent aller Händler bei Fragen zur Zwischenfinanzierung zunächst an ihre Hausbank wenden. Lediglich jeder Zehnte zieht hierfür die Leistungen einer Autobank in Erwägung.

Weitere Informationen zur Studie finden sie unter:

<http://www.psychonomics.de/trade/productview/251/2/?rateform=1>

Kontakt zur Studienleitung:

YouGovPsychonomics AG

Jennifer Crynen

Tel.: +49 0221 / 42061 - 455

E-Mail: jennifer.crynen@psychonomics.de

+++ +++ +++

YouGovPsychonomics - Experten der Finanzmarktforschung seit 1991

Die YouGovPsychonomics AG ist ein international tätiges Marktforschungsinstitut und seit 1991 ausgewiesener Spezialist für die Erforschung der Finanzdienstleistungs- und Versicherungsmärkte. Zahlreiche Unternehmen vertrauen seit vielen Jahren auf unsere Leistungen und unsere Erfahrung. Wir beschäftigen über 100 hochqualifizierte Forscher und Berater und gehören zu den Top 10 der umsatzstärksten Institute Deutschlands.

YouGovPsychonomics liefert die relevanten Informationen rund um Marken, Produkte, Zielgruppen und Servicequalität und damit hochwertiges Entscheidungswissen für die Strategieentwicklung und die Optimierung von Marketing und Vertrieb. Individuelle Ad-Hoc-Studien werden ergänzt durch zahlreiche, zum Teil langjährige Monitorings im Privat- und Gewerbekundenmarkt, Image- und Werbetrackings, Vertriebspartnerbefragungen und kontinuierliche Studien zu Produktinnovationen.

Wir verzahnen unsere fundierten wirtschaftspsychologischen Analysen zudem mit onlinebasiertem Realtime Research für tägliche Informationen „in Echtzeit“.

Weitere Informationen finden Sie unter:

www.psychonomics.de/finanzdienstleistungen.

Pressekontakt:

YouGovPsychonomics AG
Simon Wolf
Berrenrather Straße 154-156
D-50937 Köln

Tel.: +49 0221 / 42061 - 596

E-Mail: simon.wolf@psychonomics.de