

Marktstart als Autobank

Von Markus Haering und Andreas Houben



Autofinanzierungen machen einen ganz wesentlichen Teil des Konsumentenkreditgeschäfts aus. Deshalb will auch die Targobank nicht länger auf dieses Geschäftsfeld verzichten. Seit Februar dieses Jahres sind deshalb Kfz-Finanzierungen online im Angebot. Und im kommenden Jahr will die Bank auch in die Händlerfinanzierung einsteigen. Red.

Für viele Marktteilnehmer ist die Lehman-Brothers-Insolvenz im Jahr 2008 der eigentliche Auftakt der Finanzkrise, die uns bisher heute in Form hoher Staatschulden einiger europäischer Länder beschäftigt. Damals war eine sehr schnelle und wichtige Maßnahme zur Unterstützung der Konjunktur, die von staatlicher Seite 2009 eingeführte „Abwrackprämie“ für die Anschaffung eines Neuwagens. Diese hat wohl für einige durch die allgemeine wirtschaftliche Lage verunsicherte Bürger wie eine Art Initialzündung gewirkt und zeigt damit die Bedeutung des Automarktes, der zugleich auch ein großer Kreditmarkt ist. Ein Markt, in den die Targobank jetzt einsteigt.

Doch zunächst eine Rückblende: 2008 war nicht nur für die Finanz- und Wirtschaftswelt allgemein, sondern gerade auch für die Targobank ein Jahr der Veränderung. Die französische Genossenschaftsbank Crédit Mutuel kaufte das deut-

sche Privatkundengeschäft von der Citigroup. Aus der Citibank wurde in der Folge des Eigentümerwechsels die Targobank. Sie verzeichnet seit 2009 zweistellige Gewinnzuwächse. Als langjähriger Marktführer im Bereich Finanzierung konnte sie im abgelaufenen Geschäftsjahr im Neukreditgeschäft um 20 Prozent zulegen und Marktanteile hinzugewinnen.

Investition in die Vertriebskanäle

Als Multikanal-Bank investiert die Targobank in alle Kanäle. Im Gegensatz zu den meisten Finanzinstituten baut sie ihr Filialnetz weiter aus. Allein 2012 werden zehn neue Filialen eröffnet und gleichzeitig in die Renovierung der bestehenden Filialen investiert. Außerdem gehören der Ausbau der mobilen Kundenberatung, ein verbesserter Internetauftritt, zusätzliche Onlineangebote wie Mobile Banking und DE-Mail, Investitionen in das hauseigene Call-Center, sowie Innovationen wie mobiles Bezahlen zur Wachstums- und Multikanalstrategie.

Zu den Autoren

Markus Haering ist Direktor Absatzfinanzierung und Autobank, **Dr. Andreas Houben** ist Direktor Konto und Finanzierung bei der TARGOBANK AG & Co. KG, Düsseldorf.

Zur Wachstumsstrategie gehört natürlich auch die Absatzfinanzierung, also die Finanzierung am Point of Sale. Hier konnte die Bank in der ersten Jahreshälfte 2012 sogar Marktanteile hinzugewinnen, insbesondere im Bereich Elektronikfachhandel. Und es ist gerade die Absatzfinanzierung, in der sich immer noch große Wachstumsmöglichkeiten bieten – vor allem durch die Erweiterung des Geschäftsfelds der Konsumentenkredite durch den Einstieg in die Autofinanzierung.

Wachstumsmarkt Autofinanzierung

Das Auto ist das wichtigste Finanzierungsgut bei Konsum und Investitionen. Das zeigen umfangreiche Untersuchungen des Bankenfachverbands: 44 Prozent des Neugeschäfts mit Konsumentenkrediten entfallen auf Autofinanzierungen. Und einer GfK-Marktuntersuchung zufolge kann sich jeder zweite Kunde, der innerhalb der nächsten 24 Monate einen Wagen anschaffen will, bereits heute vorstellen, dafür einen Kredit in Anspruch zu nehmen.

Im vergangenen Jahr wurden rund vier Millionen neue Kraftfahrzeuge und Anhänger zugelassen, das sind 9,5 Prozent mehr als im Vorjahr. Dabei haben sich sowohl die Pkw-Neuzulassungen um 8,8 Prozent auf 3,2 Millionen Stück als auch die Neuzulassungen sonstiger Kraftfahrzeuge (inklusive Anhänger) um 12,2 Prozent auf 782 000 Einheiten erhöht. Dar-

über hinaus wechselten 2011 rund 8,0 Millionen Kraftfahrzeuge und Anhänger den Besitzer. Das kommt einem Zuwachs von 5,6 Prozent gleich, der sich vor allem im Pkw-Bereich widerspiegelt. So wurden 5,9 Prozent mehr Besitzumschreibungen von Gebrauchtwagen registriert, das entspricht insgesamt 6,8 Millionen Fahrzeugen. Der Anteil der Neuwagen, die mithilfe eines Kredits oder mittels Leasing auf die Straße gebracht werden, beträgt etwa 70 Prozent. Etwa 47 Prozent dieser finanzierten Pkws werden per Kredit finanziert und rund 53 Prozent werden geleast. Dabei ist sowohl bei Neuwagen als auch bei Gebrauchtwagen der Ratenkredit die mit 72 beziehungsweise 85 Prozent die bevorzugte Finanzierungsform.

Bei der Kreditfinanzierung spielt die Finanzierung am Point of Sale mit geschätzten 30 Prozent eine entscheidende Rolle. Hinzu kommt ein Anteil von etwa 17 Prozent, der über Barkredite finanziert wurde. Das Kfz-Finanzierungsgeschäft der Kreditbanken stieg im Kreditneugeschäft um 9,9 Prozent auf 26,2 Milliarden Euro an, und die Zahl der Verträge erhöhte sich um 2,9 Prozent auf rund 1,8 Millionen Kfz. Auch ihr Kreditbestand erhöhte sich, und zwar um 1,9 Prozent auf 57,1 Milliarden Euro.

Das Neugeschäft zur Finanzierung von Kfz ist sowohl bei privaten als auch bei gewerblichen Kunden gewachsen. Die Finanzierungen zu Konsumzwecken nahmen um 7,7 Prozent zu, während diejenigen zu Investitionszwecken um 13,7 Prozent stiegen. Mehr als ein Drittel ihrer Kfz-Finanzierungen haben die Kreditbanken mit Unternehmen geschlossen. 2011 waren dies 9,9 Milliarden Euro. Die übrigen zwei Drittel sind Finanzierungen für Privatkunden im Wert von 16,3 Milliarden Euro.

Rund zwei Drittel des Finanzierungsvolumens der Kreditbanken entfallen zwar auf die Banken der Autohersteller, die sogenannten Captives. Sie haben 2011 Kredite im Wert von etwa 17,8 Milliarden Euro für die Finanzierung von Kraftfahrzeugen vergeben. Immerhin ein weiteres Drittel der

Finanzierungen, rund 8,4 Milliarden Euro, wird aber von herstellerübergreifenden Kreditinstituten, den Non-Captives, erbracht. Dabei ist das Neugeschäft der Captives um 9,2 Prozent und das der Non-Captives sogar um 11,2 Prozent gewachsen.

Wie lohnenswert der Einstieg in die Autofinanzierung sein kann, zeigt auch ein Blick auf die durchschnittlichen Kreditbeträge. In der Konsumfinanzierung beträgt der Finanzierungsanteil eines Neuwagens im Schnitt 15 600 Euro. Private Gebrauchtwagen werden mit 10 700 Euro finanziert. Im gewerblichen Bereich schlägt ein neuer Pkw mit 20 800 Euro zu Buche, während ein gebrauchtes Auto von Unternehmen mit 15 800 Euro finanziert wird. All das zeigt, dass die Bedeutung dieses Geschäftsfeldes nicht überbewertet werden kann.

Start mit Online-Autokredit

Autofinanzierungen gehörten aber bis 2012 nicht zum Angebot der Targobank. Dies galt sowohl für direkte, besicherte Autofinanzierungen für private Kunden als auch für Einkaufs- und Absatzfinanzierungen für Händler. Eine Analyse des Marktes hat zu der Entscheidung geführt, die Expertise im Konsumentencreditgeschäft auf die Autofinanzierung auszuweiten; als zentrales Element der Wachstums- und Multikanalstrategie.

Im ersten Quartal 2012 erfolgte in einer ersten Phase der Einstieg in die Vergabe von besicherten Online-Autokrediten an private Kunden über das Internet. Für 2013 ist in einer zweiten Phase als Non-Captive Bank auch die Absatz- und Einkaufsfinanzierung von Autohändlern geplant.

Die Einführung des Online-Autokredits im ersten Quartal 2012 war erfolgreich: Erstmals bietet die Bank seit Februar 2012 einen besicherten Kredit an, der nur über die Internetplattform der Bank sowie über die führenden Vergleichsportale erhältlich ist. Dies ermöglicht es, in der ersten Phase Erfahrungen mit der Vergabe dieser

besicherten Kreditform zu sammeln und die mit der Besicherung verbundenen, für das Backoffice neuen Prozesse zu optimieren, so zum Beispiel bei der Verwahrung der Kfz-Briefe. Wie im gesamten Onlinekreditgeschäft liegt auch beim Online-Autokredit der Schwerpunkt neben den Konditionen auf hohen Qualitätsstandards sowie einfachen und schnellen Prozessen.

Starttermin 2013

Derzeit laufen die Vorbereitungen für den Marktstart als Non-Captive-Autobank 2013. Dabei liegt zu Beginn der Fokus primär auf den Gebrauchtwagenmarkt. Langfristig ist es aber natürlich der Anspruch, sich zur Captive-Bank zu entwickeln. Die Umsetzung dieser zweiten Phase ist intern wie extern ein Großprojekt. Eine Kern-Projektgruppe von etwa 20 Mitarbeitern aus allen beteiligten Abteilungen kontrolliert die Umsetzung der internen Teilprojekte sowie die Betreuung und Koordination der externen Dienstleister und Vendoren. Insgesamt sind zum jetzigen Zeitpunkt rund 100 Mitarbeiter mit diesem Projekt beschäftigt.

Erste Meilensteine sind bereits passiert, die Entscheidungen über die Systemarchitektur sowie alle relevanten Produkte und Services sind gefallen. In der ersten Jahreshälfte 2013 soll die Ansprache der Händler starten. Wichtig dabei ist, sich vom Wettbewerb durch Service, Qualität und ein einfaches, leistungsstarkes Produktangebot zu unterscheiden. Denn auch Händler achten immer mehr nicht nur auf den Preis, sondern auch auf Qualität von Produkten und Dienstleistungen ihres Finanzierungspartners. Die Qualitätsdefinition der Absatzfinanzierung ist daher auf Kundenzufriedenheit auszurichten. Für die Autobank heißt das ein hochmodernes, vollautomatisiertes Finanzierungssystem anzubieten, das den Kooperationspartnern klare Strukturen und Transparenz bietet. Das Prinzip schneller Kreditentscheidungen wird ab 2013 auf die Absatz- und Einkaufsfinanzierung von Autohändlern übertragen. ■■■■■