



HEUTE UND MORGEN

MARKTFORSCHUNG ▶ BERATUNG



Vertrieb von Finanzprodukten im Autohaus: Erfolgstreiber für das Produkt- und Serviceangebot

Eine Gemeinschaftsstudie von HEUTE UND MORGEN und abh Market Research

Hintergrund und Zielsetzung der Studie

Die meisten Autohändler in Deutschland haben ihre Aktivitäten im umkämpften Automobilmarkt aufgrund stagnierender PKW-Neuzulassungszahlen und rückläufiger Margen im Kerngeschäft seit Jahren immer stärker in die profitablen Geschäftsfelder der Finanzierung und Versicherung hinein ausgeweitet. Aktuell bieten fast alle Autohäuser in Zusammenarbeit mit herstellerebenen oder herstellerunabhängigen Finanzdienstleistern Finanzkredite (99%) oder Leasingprodukte (94%) an. Automobile Versicherungsleistungen werden aktuell zu 87 Prozent offeriert, allen voran in den besonders umsatzstarken Häusern (94%). Neben der unmittelbaren Ertragssteigerung über Provisionen liegt der Anreiz „mobiler Komplettpakete“ aus Fahrzeug, Finanzierung, Service und Versicherung auch in der Kundenbindung und Unterstützung des Neukundengeschäfts.

Dies zeigt unsere aktuelle Studie „**Vertrieb von Finanzprodukten im Autohaus**“, in die abh Market Research als Experte der Automobilbranche und HEUTE UND MORGEN als Spezialist für Marktforschung in der Finanzdienstleistungsbranche gemeinschaftlich ihre Expertise eingebracht haben.

500 Autohändler aus Deutschland – darunter rund 400 Vertragshändler und 100 freie Händler – wurden in unserer Studie auf Entscheider-Ebene und marktrepräsentativ quotiert zu ihren geschäftlichen Aktivitäten im Vertrieb von Finanzierungs-, Leasing- und Versicherungsprodukten, zu ihren Anbieterbewertungen, zu Produktpräferenzen sowie zu Marktpotenzialen und Serviceerwartungen befragt.

Im Zentrum unserer Studie steht dabei zum einen der **Stellenwert einzelner Finanzdienstleistungsprodukte** aus Sicht des Autohauses. Zum anderen werden aktuelle **Händler-Anforderungen an das Produktangebot** sowie **Produkt- und Service-Trends** untersucht.

Die Studie liefert u.a. Antworten auf folgende Fragen:

- ▶ Welchen wirtschaftlichen Nutzen bietet das Angebot von Finanzdienstleistungen aus Sicht der Autohäuser?
- ▶ Welcher aktuelle und zukünftige Stellenwert wird den verschiedenen in den Bereichen Finanzierung, Leasing und Versicherung angebotenen Produkten zugemessen?
- ▶ Was sind zukünftige Trends im Hinblick auf den Vertrieb von Finanzdienstleistungen? Welche Implikationen können für Kundenanforderungen und neue Produktkonzepte und Serviceangebote abgeleitet werden?



Informieren Sie sich über die aktuellen Trends im Markt und die Anforderungen der Händler an die Produkte, um in Zukunft mit den richtigen Produkten und Services für die Händler zu punkten!

Mit besten Grüßen aus der Domstadt

Ihr Team von abh Market Research und HEUTE UND MORGEN

Stichprobenkriterien: Vertragshändler & freie Gebrauchtwagenhändler

▶ Stichprobe:

- ▶ Insgesamt wurden **500 Händler** telefonisch befragt
- ▶ **404 Telefoninterviews mit Vertragshändlern**
- ▶ **96 Telefoninterviews mit freien Gebrauchtwagenhändlern**



Stichprobenkriterien:

- ▶ Es wurden ausschließlich **Entscheider / Mitentscheider bezüglich Finanzdienstleistungen** (z.B. Geschäftsführer, Verkaufsleiter) befragt.
- ▶ Es erfolgte zudem eine **Quotierung der Gesamtstichprobe nach Anzahl verkaufter Einheiten sowie Regionen.**



Stichprobe Vertragshändler:

- ▶ Befragung von Vertragshändlern der folgenden Konzerne (n = 28 - 31 Interviews pro Marke):
 - ▶ Audi
 - ▶ BMW
 - ▶ Fiat
 - ▶ Ford
 - ▶ KIA
 - ▶ Mazda
 - ▶ Mercedes
 - ▶ Opel
 - ▶ Peugeot
 - ▶ Renault
 - ▶ Skoda
 - ▶ Toyota
 - ▶ VW

Stichprobe freie Gebrauchtwagenhändler:

- ▶ Befragung von freien Gebrauchtwagenhändlern (n = 96 Interviews insgesamt)
- ▶ nur Händler, die Finanzdienstleistungen anbieten



Auszug aus den Ergebnissen (I)

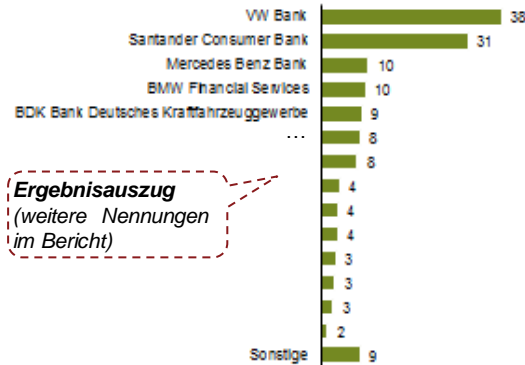
21 Vertrieb von Finanzierungen: Partnermaßnahmen und Zufriedenheit mit den Partnern

Im Bereich Finanzierungskredite sind die VW Bank und die Santander Consumer Bank klare Marktführer.



Zusammenarbeit mit Banken

Mit welchen Banken arbeiten Sie im Bereich Finanzierungskredite zusammen?



Ergebnisauszug
(weitere Nennungen im Bericht)

(Angaben in %; Mehrfachantworten möglich, sortiert nach Anzahl Nennungen, dargestellt sind nur Nennungen ab 2%, n=425)
Vertrieb von Finanzprodukten im Autohaus © HEUTE UND MORGEN GmbH und abh Market Research 47

- Detaillierte Ergebnisse zum Markt: Partner-Institute insgesamt, Haupt-Partner und Zweit-/Drittanbieter, Dauer der Zusammenarbeit mit den Partnern, ...

- ... zusätzlich werden Gesamt-Zufriedenheiten und Detail-Zufriedenheiten in einzelnen Bereichen (Produkte, Preise, Services, Flexibilität, Innovation etc.) ausgewiesen.

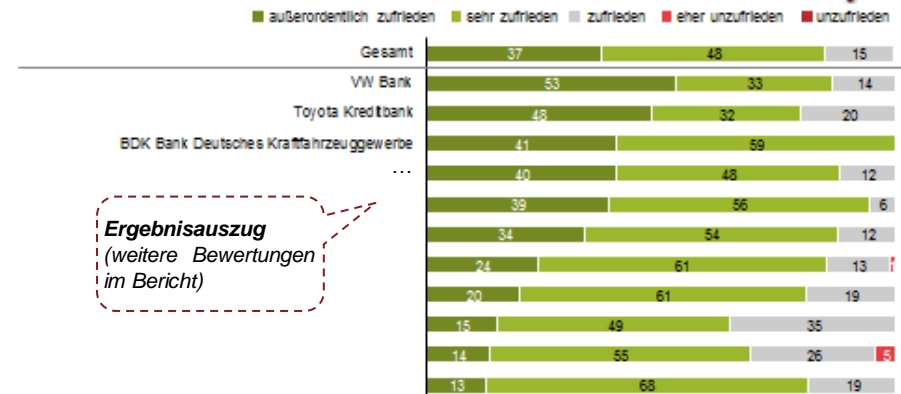
21 Vertrieb von Finanzierungen: Partnermaßnahmen und Zufriedenheit mit den Partnern

Insgesamt herrscht eine hohe Zufriedenheit mit den Hauptbanken, insbesondere mit der VW Bank und der Toyota Bank, gefolgt von der BDK als Noncaptive.



Zufriedenheit mit der Hauptbank

Wie zufrieden sind Sie mit der ... Insgesamt?



Ergebnisauszug
(weitere Bewertungen im Bericht)

(Angaben in %; sortiert nach Anteil „außerordentlich zufrieden“, n=1041; dargestellt sind alle Banken mit mindestens 10 Nennungen)
Vertrieb von Finanzprodukten im Autohaus © HEUTE UND MORGEN GmbH und abh Market Research 64

Auszug aus den Ergebnissen (II)

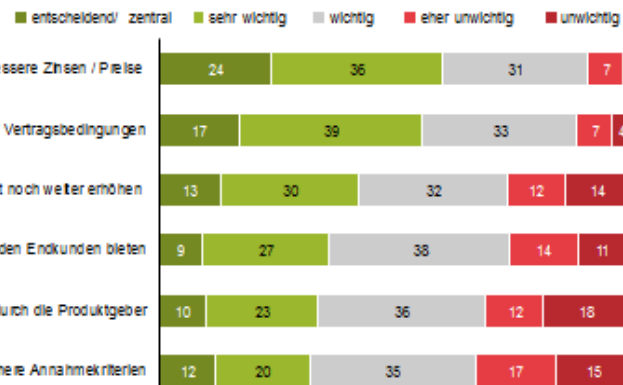
6.2 Vertrieb von Leasing: Stellenwert einzelner Produktbausteine – Status Quo & Trends

Um den Vertrieb von Leasing voranzutreiben, werden neben besseren Preisen und Konditionen flexiblere Produkte gewünscht.

HEUTE UND MORGEN
MARKTFORSCHUNG • BERATUNG
abh

Vertriebstreiber für Leasingprodukte

Wie wichtig sind aus Ihrer Sicht folgende Punkte, um den Vertrieb von Leasing bei Geschäftskunden / bei Privatkunden in Zukunft weiter voranzutreiben?



Ziel Bewertung von Produktflexibilität, Unterstützung für das Autohaus oder Endkunden-Service als „entscheidend“ oder „sehr wichtig“: Offene Nachfrage (s. folgende Charts). (Angaben in %, sortiert nach Top-3-Box, n=208-215)

Vertrieb von Finanzprodukten im Autohaus

© HEUTE UND MORGEN GmbH und abh Market Research 121

- Differenzierte Abfragen zu Vertriebstreibern in den Bereichen Kreditfinanzierungen, Leasing und Versicherungen für den Endkunden...

- sowie offene Abfrage weiterer Handlungsfelder und detaillierter Auflistung der Nennungen der Händler zur Darstellungen der Anforderungen sowie Ideen für die Konzeption innovativer und flexibler Produkte.

6.2 Vertrieb von Leasing: Stellenwert einzelner Produktbausteine – Status Quo & Trends

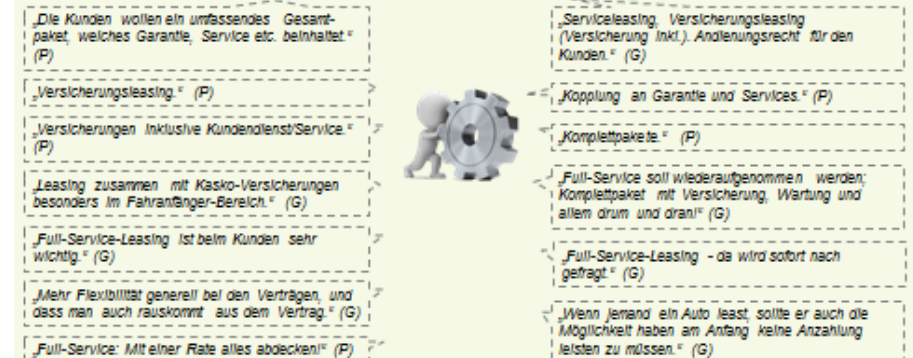
Vor allem im Geschäfts- aber auch im Privatkundenbereich fordern die Autohäuser neue bzw. erweiterte Produkte, insbesondere Full-Service- und Versicherungs-Leasing.

HEUTE UND MORGEN
MARKTFORSCHUNG • BERATUNG
abh

Weitere Vertriebstreiber für Leasingprodukte – O-Töne (II)

Was ist aus Ihrer Sicht noch wichtig, um den Vertrieb von Leasing für Geschäfts- / Privatkunden in Zukunft weiter voranzutreiben?

neue / erweiterte / flexiblere Produktkonzepte (36%)



(Offene Nennungen (Auszug), n=79, P=Befragter wurde zu Privatkunden befragt, G=Befragter wurde zu Geschäftskunden befragt.)

Vertrieb von Finanzprodukten im Autohaus

© HEUTE UND MORGEN GmbH und abh Market Research 130

Ihre Vorteile auf einen Blick

- ▶ In vorliegenden Marktstudien können bereits Händleranbindungen und aktuelle allgemeine Marktkennzahlen für den Finanzvertrieb in der Automobilbranche nachgeschlagen werden.
- ▶ Für Produktgeber enthalten diese Studien allerdings kaum Informationen zu zukünftigen Produkt- und Servicetrends.

- ▶ Der Fokus unserer Studie liegt daher darin:

- ▶ **produkt- sowie serviceseitige Markttrends** aufzudecken,
- ▶ **Unterstützungswünsche der Händler** zu erfassen sowie
- ▶ Produktgebern **Anstöße für innovative Produkt- und Servicekonzepte** zu liefern und
- ▶ klare **Handlungsempfehlungen für den weiteren Ausbau ihres Geschäfts** zu geben.



- ▶ Mit der Bestellung der Studie „**Vertrieb von Finanzprodukten im Autohaus: Erfolgstreiber für das Produkt- und Serviceangebot**“ erhalten Sie somit dezidierte Informationen zum aktuellen Markt.
- ▶ Sie erhalten Empfehlungen und innovative Ideen für Produkt- und Servicekonzepte für den Endkunden sowie Unterstützungsleistungen für das Autohaus und allgemeine Empfehlungen für den Vertrieb.

Bestell-Fax für die Studie an: 0221 995005 29

„Vertrieb von Finanzprodukten im Autohaus: Erfolgstreiber für Produkte und Services“

Bestellung



Hiermit bestellen wir verbindlich die Studie „Vertrieb von Finanzprodukten im Autohaus: Erfolgstreiber für das Produkt- und Serviceangebot“:

- Paket „Finanzierung und Leasing“: 2.900 €** zzgl. MwSt
- Paket „Versicherungen“: 2.900 €** zzgl. MwSt
- Gesamt-Paket** (alle 3 Bereiche): **3.900 €** zzgl. MwSt
(Sie erhalten einen PPT-Chart-Bericht als pdf-Dokument, der die Ergebnisse der Händlerbefragung in Bezug auf die untersuchten Bereiche Finanzierung und Leasing und/oder Versicherungen zusammenfassend darstellt. Umfang ca. 80 Seiten pro Teil-Paket bzw. ca. 175 Seiten für das Gesamt-Paket)

- Bitte kontaktieren Sie mich, da ich an folgenden Optionen interessiert bin:
 - Schaltung von individuellen Zusatzfragen
 - Aufstockung der Stichprobe um eigene Händler

Wir behalten uns vor, bei weniger als 4 Frühbuchern die Studie zu einem späteren Zeitpunkt durchzuführen.

Empfänger und
Rechnungsadresse

Name, Vorname: _____

Firma, Abteilung: _____


Telefon: _____

E-Mail: _____

Ort, Datum, Unterschrift

Kurzprofil: HEUTE UND MORGEN

Kurzprofil

- ▶ Unabhängiges Full-Service-Marktforschungsinstitut
- ▶ Sitz im Herzen von Köln
- ▶ Gründung im Dezember 2009 durch vier Führungskräfte eines renommierten Kölner Marktforschungsinstitutes
- ▶ 9 Mitarbeiter + freie Mitarbeiter
- ▶ Insgesamt über 50 Jahre Marktforschungserfahrung allein durch die Gründer
- ▶ Mitgliedschaft beim 
- ▶ Zertifizierter Datenschutz über externen, TÜV-zertifizierten Datenschutzbeauftragten
- ▶ Partner und Lehraufträge an der



Unsere Grundsätze

- HEUTE UND MORGEN steht für
- ▶ unseren Anspruch, über das Heute hinaus zu denken und unsere Kunden durch intelligente Marktforschung und strategische Beratung bestmöglich auf die Zukunft vorzubereiten
 - ▶ und unsere Kunden dabei langfristig zu begleiten.
 - ▶ Wir liefern unseren Kunden das Wissen, das sie benötigen, um die richtigen Entscheidungen für die Zukunft zu treffen.

Referenzen (Auszug)



Methoden & Forschungsbereiche

- ▶ Quantitative und qualitative Marktforschung
- ▶ Sämtliche Befragungsmethoden
 - ▶ Quantitativ: Online-, CATI-, schriftliche und persönliche Befragungen
 - ▶ Qualitativ: qualitative Interviews (telefonisch und persönlich), Gruppendiskussionen, Kreativ-Workshops
- ▶ Marktforschungslösungen für alle marktrelevanten Fragestellungen:
 - ▶ Beziehungsmanagement (Kunden-, Vertriebspartner- und Mitarbeiterbefragungen)
 - ▶ Marken- und Kommunikationsforschung
 - ▶ Markt- und Zielgruppenanalysen
 - ▶ Produkt- und Preisforschung (Produkttests, Conjoint-Analysen, Marktpotenzialanalysen)

Kurzprofil: abh Market Research

Kurzprofil

- ▶ Unabhängiges Full-Service-Marktforschungsinstitut
- ▶ Gründung: 1986
- ▶ 50 Mitarbeiter in der Unternehmensgruppe + freie Mitarbeiter
- ▶ Branchenschwerpunkt Automobil (Sales und Aftersales)
- ▶ Eigenes CATI-Studio mit 40 CATI-Stationen
- ▶ Internationales Netzwerk für Research-Projekte
- ▶ Tochtergesellschaft: BBE Automotive
- ▶ Partner & Kooperationen: TÜV Rheinland, R. L. Polk & Co. Bundesverband Reifenhandel (BRV) Gesamtverband Autoteile Handel (GVA) KFZ-Betrieb/ Vogel Business Media

Unsere Grundsätze

- ▶ Wir sind eine Top-Adresse für Research und Consulting
- ▶ Wir generieren Market Insights und entwickeln Marketing- und Vertriebslösungen
- ▶ für die Automobilindustrie (Pkw, Nutzfahrzeuge, Motorrad, Finanzierung & Leasing, Reifen, Teile & Zubehör)

Referenzen (Auszug)



Methoden & Forschungsbereiche

- ▶ Quantitative Marktforschung
 - ▶ Online-, CATI-, schriftliche und persönliche Befragungen
 - ▶ Audits/ Store Checks, Mystery Shopping, Service-/ Werkstatt-Tests
- ▶ Marktforschungslösungen für die Automobilbranche:
 - ▶ Adressdatenbank (Vertragshandel, Freier Markt) für 28 Länder inkl. China
 - ▶ Markt-, Distributions- und Wettbewerbsanalysen
 - ▶ Analysetool AutoView zur Bestimmung regionaler Marktpotenziale
 - ▶ Teilepreisforschung
 - ▶ Kommunikationsforschung (Pre- und Post-Tests)
 - ▶ Umfangreiches Studienprogramm zum Automobilmarkt (z.B. China, Polen, Russland, Nutzfahrzeuge, Reifenhandel)