BDK BANK DEUTSCHES KRAFTFAHRZEUGGEWERBE

Dem perfekten Mix auf der Spur

Die sich ändernden Marktgegebenheiten stets im Blick, stärkt der Finanzdienstleister BDK die Finanzierung und Betreuung für seine Händler. Ein Gespräch mit dem neuen Vertriebsdirektor Regionenvertrieb.

KURZFASSUNG

Mit Experten für die Themen Digitalisierung und Händlerfinanzierung hat die Autobank ihren Vertrieb verstärkt und setzt damit bewusst auf Spezialisierung. Mit BDK Auto wurde im April zudem eine neue Online-Plattform für Leasingrückläufer ins Leben gerufen. Händler können so zusätzliche Erträge und Leads generieren.

Eine bezahlbare Finanzierung für die Investition in eine moderne IT, Technik, Immobilien oder Fahrzeuge inklusive einer intensivierten Betreuung bei den Themen Digitalisierung und Einkaufsfinanzierung: Das steht bei der BDK derzeit zentral im Fokus. AUTOHAUS sprach darüber mit dem neuen Vertriebsdirektor Regionenvertrieb der Bank Deutsches Kfz-Gewerbe, Christian Barthels.

AH: *Herr Barthels, seit März 2016 verantworten Sie den gesamten Regionen-Vertrieb der BDK. Welche Aufgaben fallen in Ihren Geschäftsbereich?*
C. Barthels: In erster Linie führe ich den Außendienst der BDK mit seinen über 70 Mitarbeitern. Das ist ein vielfältiges und dynamisches Aufgabenfeld, in dem wir das klare Ziel verfolgen, die Händlerbetreuung jeden Tag weiter zu optimieren. Dazu passt der zweite Schwerpunkt meiner Tätigkeit: die Weiterentwicklung des Bereichs Händlerfinanzierung.

AH: *Welche Erwartungen haben Sie an die neuen Aufgaben?*
C. Barthels: Ich bin bereits seit April 2015 als Vertriebsdirektor im Regionenvertrieb der BDK tätig. Die positiven Erfahrungen, die ich seither in den Regionen Süd und Südwest gemacht habe, will ich nun in meiner Verantwortung für den gesamten Regionenvertrieb nutzen. Die Aufgabe an sich ist für mich also nicht neu, aber der Anwendungsbereich größer geworden.

Spezielle Händlerbetreuung

AH: *Wie wollen Sie das Geschäftsfeld für die Zukunft ausrichten?*
C. Barthels: Der enge und persönliche Kontakt zu unseren Handelspartnern bleibt die große Stärke der BDK. Zusätzlich setzen wir im Regionenvertrieb auf das Thema Spezialisierung. Unseren Handelspartnern bieten wir für jedes Thema den richtigen Ansprechpartner vor Ort. Dazu haben wir unser Außendienstteam erweitert, um die Betreuung in den Bereichen Händlerfinanzierung und Digitalisierung zu optimieren. Unsere acht Spezialisten Händlerfinanzierung sind durch ihren Hintergrund im Bankenwesen bestens mit den speziellen Bedürfnissen unserer Kunden vertraut. Bei den vier Spezialisten Digitalisierung und neue Konzepte kombinieren wir technisches Know-how in Bezug auf unsere digitalen Services mit jahrelanger Erfahrung in der Beratung im Außendienst. Gerade von diesen innovativen Initiativen zur Unterstützung des Handels in der digitalen Transformation wie z. B. dem Online-Kalkulator versprechen wir uns zusätzliche qualitativ hochwertige Leads für unsere Handelspartner. Das ist dann digitale Verkaufsförderung, von der beide Seiten – der Händler und die BDK – gemeinsam profitieren.

AH: *Wie hat sich das automobile Bankengeschäft der BDK 2016 bisher entwickelt?*
C. Barthels: Der Regionenvertrieb ist der klassische Vertriebskanal der BDK und hier sind wir mit der aktuellen Entwicklung zufrieden. Vor allem wächst im Neugeschäft der durchschnittliche Umsatz pro Händler, über alle Produkte hinweg. Das ist für uns ein Zeichen, dass unsere Produkte und Services effektiv zur Verkaufsförderung im Handel beitragen.

AH: *Welches Alleinstellungsmerkmal kann die BDK vorweisen?*
C. Barthels: Die BDK trägt das Kraftfahrzeuggewerbe schon im Namen, das verpflichtet uns dem Handel gegenüber in besonderer Weise. Für uns ist die Unterstützung von Kfz-Betrieben mit Finanzdienstleistungen nicht nur ein Geschäftsmodell, sondern Auftrag. Das spüren unsere Handelspartner, z. B. auch dadurch, dass wir kein Auswertungsgeschäft betreiben. Die Kundendaten verbleiben immer beim Händler. Und wir sind so aufgestellt, dass wir kleine und große Händler mit der gleichen hohen Qualität persönlich betreuen.

Vertriebsstruktur

AH: *Wie sieht Ihre Vertriebsstruktur aus?*
C. Barthels: Im klassischen Außendienst ist die BDK mit über 70 Mitarbeitern in der Fläche vertreten. Hinzu kommt für kleinere Händler die Betreuung über unser Händler-Service-Center. Das ist ein Team von Vertriebsexperten, die von der Zentrale aus den engen Kontakt zu diesen Handelspartnern pflegen. Für die Betreuung bei den klassischen Fragen der Verkaufsförderung sehe ich uns damit bestens aufgestellt. Nun gehen wir aber einen Schritt weiter und stellen unseren Gebietsleitern mit den Spezialisten für die Bereiche Händlerfinanzierung und Digitalisierung ausgewiesene Experten an die Seite. Sie gehen direkt in die Autohäuser, ermitteln dort mit unseren Kunden den jeweiligen Bedarf und beraten zielgerichtet zu den entsprechenden Angeboten der BDK. Eine passgenaue Händlerfinanzierung beispielsweise schont die Liquidität und hilft, unternehmerische Freiheit unabhängig von der Hausbank zu bewahren. Im digitalen Wandel dagegen geht es darum, den Kunden auf seiner digitalen Customer Journey zu erreichen. Die Herausforderungen sind komplex und wir gewährleisten mit unserer Vertriebsstruktur einen kurzen Weg zu effektiven Lösungen.

Foto: BDK

AH: *Wie hat sich die Nachfrage bei der GW-Finanzierung 2016 entwickelt?*
C. Barthels: Obwohl die Zahl der Besitzumschreibungen in den ersten Monaten des Jahres im Vergleich zu 2015 eher konstant geblieben ist, konnten wir hier bislang das Volumen im zweistelligen Prozentbereich steigern. Unsere Händlerpartner sind also in der Kundenansprache erfolgreich – und die Finanzdienstleistungen und Services der BDK leisten dazu einen wesentlichen Beitrag.

AH: *Wie unterstützen Sie den Handel speziell bei der Einkaufsfinanzierung und der Investition in moderne IT/EDV?*
C. Barthels: Vom unkomplizierten Einstieg mit der Einkaufsfinanzierung^{Start} bis hin zu *bdkinvest* für die Investition beispielsweise in eine moderne IT deckt die BDK ein breites Spektrum an Anforderungen in der Händlerfinanzierung ab.

AH: *Greifen Sie hierbei bereits auf digitale Lösungen zurück?*
C. Barthels: Der schnellste Weg zur Kreditvergabe führt bei der BDK über unsere Plattform EKF-Online. Die Einbuchung neuer Fahrzeuge ist dabei für den Händler ganz unkompliziert und der Prozess dementsprechend schnell abgewickelt.

AH: *Welche Herausforderungen tun sich für die BDK beim Thema EDV/Schnittstellen/Verkäuferarbeitsplatz auf?*
C. Barthels: Der Verkäufer verliert natürlich wertvolle Zeit, wenn er Kunden- und Fahrzeugdaten im Kalkulationssystem seiner Autobank und zusätzlich im eigenen CRM erfassen muss. Das ist ein Problem, welches die gesamte Branche und nicht nur uns betrifft. Wir haben in dieser Frage mit unseren Webservices aber konsequent an Lösungen gearbeitet.

» Wir haben unser Team um Spezialisten für Händlerfinanzierung und Digitalisierung erweitert. «

Christian Barthels, Vertriebsdirektor Regionenvertrieb BDK

Online-Plattform BDK Auto

AH: *Wie adaptiert die BDK Finanzierungsprodukte und Verkaufsplattformen an die sich ändernden Kundenanforderungen?*
C. Barthels: Mit unseren Lösungen orientieren wir uns eng an den Bedürfnissen des Handels. Für den Servicebereich verfügen wir z. B. über hervorragende Konzepte, wenn es um Werkstattersatzfahrzeuge geht. Das hört sich zunächst vielleicht nicht so spannend an wie das Thema Car-Sharing – bietet aber für den einzelnen Betrieb sicher das größere Potenzial, Erträge zu steigern. Und mit *BDK Auto* haben wir gerade eine händlernahe Vermarktungs-Website gestartet.

Vertriebsdirektor Christian Barthels

AH: *Welchen Mehrwert bietet die neue Online-Plattform für Leasingrückläufer?*
C. Barthels: In erster Linie ist *BDK Auto* eine Möglichkeit, für die beteiligten Händler qualitativ hochwertige Leads zu generieren. Durch Aufbereitung, Service und Vermarktung können sie darüber hinaus ihre Erträge steigern und gleichzeitig ihren Fahrzeugbestand kostengünstig erweitern.

AH: *Welches Ziel haben Sie sich dabei bis Ende 2016 gesetzt?*
C. Barthels: Dieses Jahr wollen wir *BDK Auto* im aktuellen Umfang betreiben – also mit einem Fahrzeugpool von durchschnittlich ca. 500 Fahrzeugen und mit ca. 50 Standorten bei 20 beteiligten Händlern. Für 2017 streben wir dann eine Ausweitung des Angebots an.

AH: *Wie bewerten Sie die Qualität der Händlerschulungen bzgl. Digitalisierung und BDK-Produkte?*
C. Barthels: Mit unserem Außendienstteam können wir viele Themen direkt vor Ort im Autohaus schulen. Kleine Gruppen wirken sich natürlich positiv auf die Qualität aus. Darüber hinaus bieten wir auch regionale Schulungen, zu denen das Feedback sehr positiv ist. Und mit den neuen Spezialisten für die Themen Digitalisierung und Händlerfinanzierung optimieren wir unser Angebot. Damit kann sich der Handel von den Produkten bis zur persönlichen Betreuung bei der BDK bestens aufgehoben fühlen.

AH: *Welches Ziel haben Sie sich bis Ende 2016 jeweils für die Optimierung der Händlerbetreuung und die Weiterentwicklung der Händlerfinanzierung gesetzt?*
C. Barthels: Nachdem sich die Strukturen nun noch individueller an den Bedürfnissen der Händler orientieren, gilt es, diese auch mit Leben zu füllen. Unser Ziel ist es, bis Ende 2016 unsere bestehenden Kooperationen zu vertiefen und natürlich neue Kunden hinzuzugewinnen. In der Händlerfinanzierung wollen wir ganz konkret um einen zweistelligen Prozentsatz wachsen.

AH: *Herr Barthels, herzlichen Dank für das Gespräch!* *Interview: Daniela Kohnen* ■