

DAIMLERCHRYSLER

Autobanken auf der Überholspur Erobern Autobanken das Terrain der Universalbanken?

Dr. Roland Folz, 12. Januar 2004, Universität Ulm

DaimlerChrysler Bank

Inhalt

1. Konträre Meinungen zur Zukunft der Autobanken
2. Profil DaimlerChrysler Bank
3. Strategien und Ziele der DaimlerChrysler Bank
4. Chancen und Herausforderungen der DaimlerChrysler Bank
5. Die Bedeutung der Autobanken in der Bankenbranche

Inhalt

1. Konträre Meinungen zur Zukunft der Autobanken
2. Profil DaimlerChrysler Bank
3. Strategien und Ziele der DaimlerChrysler Bank
4. Chancen und Herausforderungen der DaimlerChrysler Bank
5. Die Bedeutung der Autobanken in der Bankenbranche

Autobanken in Deutschland

Zwei Typen von Autobanken:

- n** Herstellerverbundene Autobanken:
BMW Financial Services, DaimlerChrysler Bank, Fiat Bank, Ford Bank, GMAC Bank, Honda Bank, MKG Bank, PSA Finance, RCI Banque, Toyota Financial Services, Volkswagen Financial Services, Volvo Bank
- n** Herstellerunabhängige Autofinanzierer:
ALD, CC Bank, GEFA, VR Leasing, Bank Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe (BDK), Postbank, Hypovereinsbank, Commerzbank, Dresdner Bank, LBBW (Südleasing)

Presseartikel: Autobanken geben Gas

FINANCIAL TIMES 21.11.2003

Autobauer polieren Profit mit Bankgeschäft

Bei General Motors, VW, DaimlerChrysler und Co. wächst die Abhängigkeit von Finanzdienstleistungen

Handelsblatt 16.05.2002

Von der Kreditkarte bis zur Versicherung: VW und Co. machen den traditionellen Banken Konkurrenz

Autobanken schalten den Turbo ein

WELT am SONNTAG 02.11.2003

Autobanken und Co. rollen den Markt für Finanzdienstleistungen auf

Angriff auf die Geldhäuser

Capital 11.12.2003

Starke Leistung

Autobanken drängen mit attraktiven Zinsen und breiter Angebotspalette auf den Markt. Jetzt kontern die etablierten Geldhäuser – zum Wohle der Anleger.

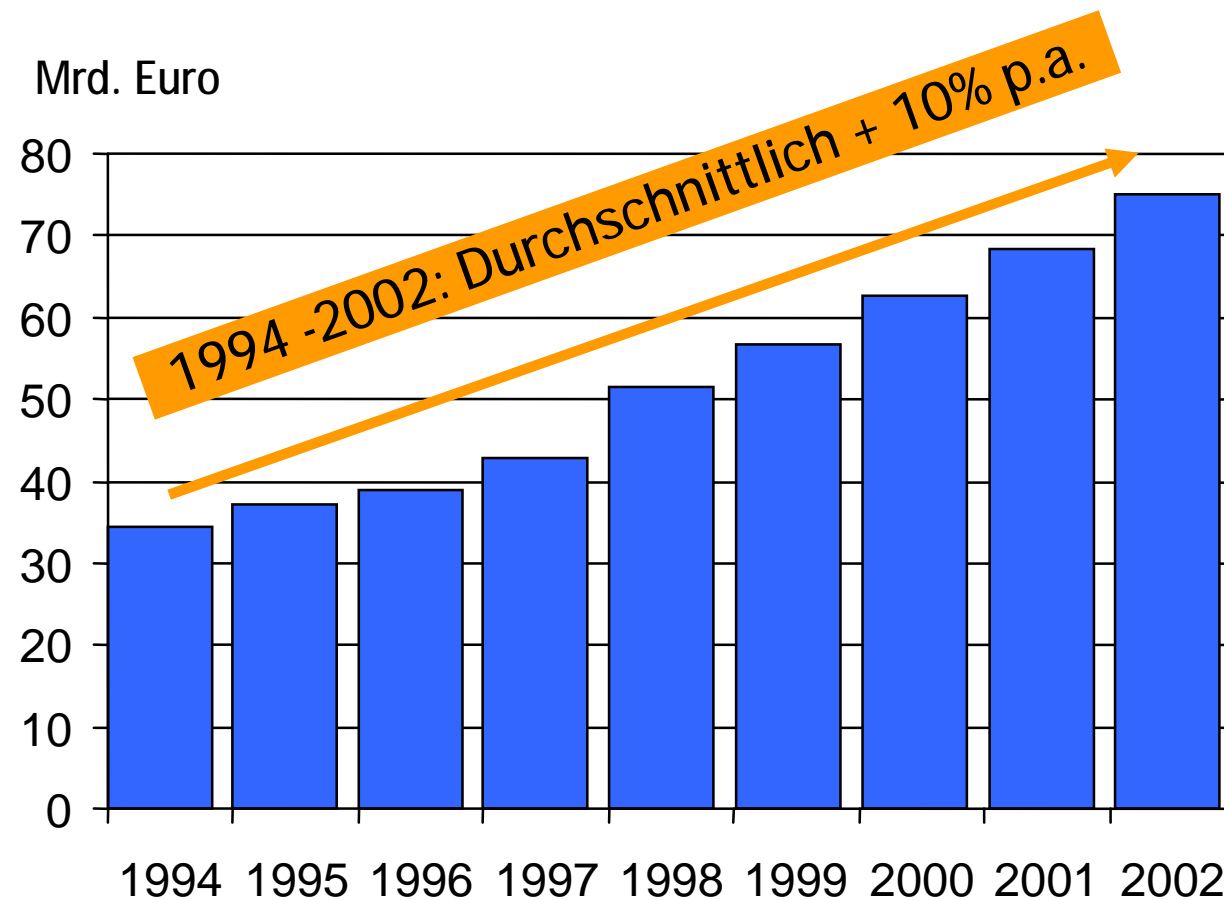
Handelsblatt 19.12.2003

Autobanken melden Rekordzahlen

BMW-Bank und VW Financial Services verbuchen hohe Zuwächse

Steiles Wachstum

Bilanzsummen der herstellerverbundenen Autobanken



Quelle: Arbeitskreis Autobanken

Presseartikel: Gegenoffensive rollt

FINANCIAL TIMES 04.11.2003

Genossen und Sparkassen greifen Autobanken an

Neue Wettbewerber im Milliardenmarkt - ADAC steht vor dem Einstieg in die Finanzierung von Gebrauchtwagen

Handelsblatt 02.12.2003

Handelsblatt 27.10.2003

Norisbank steigt für die Genossen in die Autofinanzierung ein

Starker Gewinnanstieg - Ausbau des eigenen Filialnetzes vorerst gestoppt

DER SPIEGEL 01.12.2003

Die Stunde der Patrioten

Eine grundlegende Neuordnung des deutschen Kreditgewerbes ist überfällig. Doch obwohl die Zeit drängt, kommt das Projekt nicht voran. Ausländische Konkurrenten erkunden bereits den Markt - allen voran die amerikanische Citigroup. Sie könnte sogar die Deutsche Bank schlucken.

Auslandsbanken zieht es nach Deutschland

Angelsächsische Institute stocken Personal auf - Auch Fortis stärkt Präsenz und strebt Kooperation mit IKB an

Frankfurter Rundschau 02.12.2003

Fusionsfieber bei öffentlichen Kreditinstituten

Landesbanken und Sparkassen bestätigen Verhandlungen / Scharfer Wettbewerb bereitet der S-Gruppe Sorgen

Inhalt

1. Konträre Meinungen zur Zukunft der Autobanken
2. Profil DaimlerChrysler Bank
3. Strategien und Ziele der DaimlerChrysler Bank
4. Chancen und Herausforderungen der DaimlerChrysler Bank
5. Die Bedeutung der Autobanken in der Bankenbranche

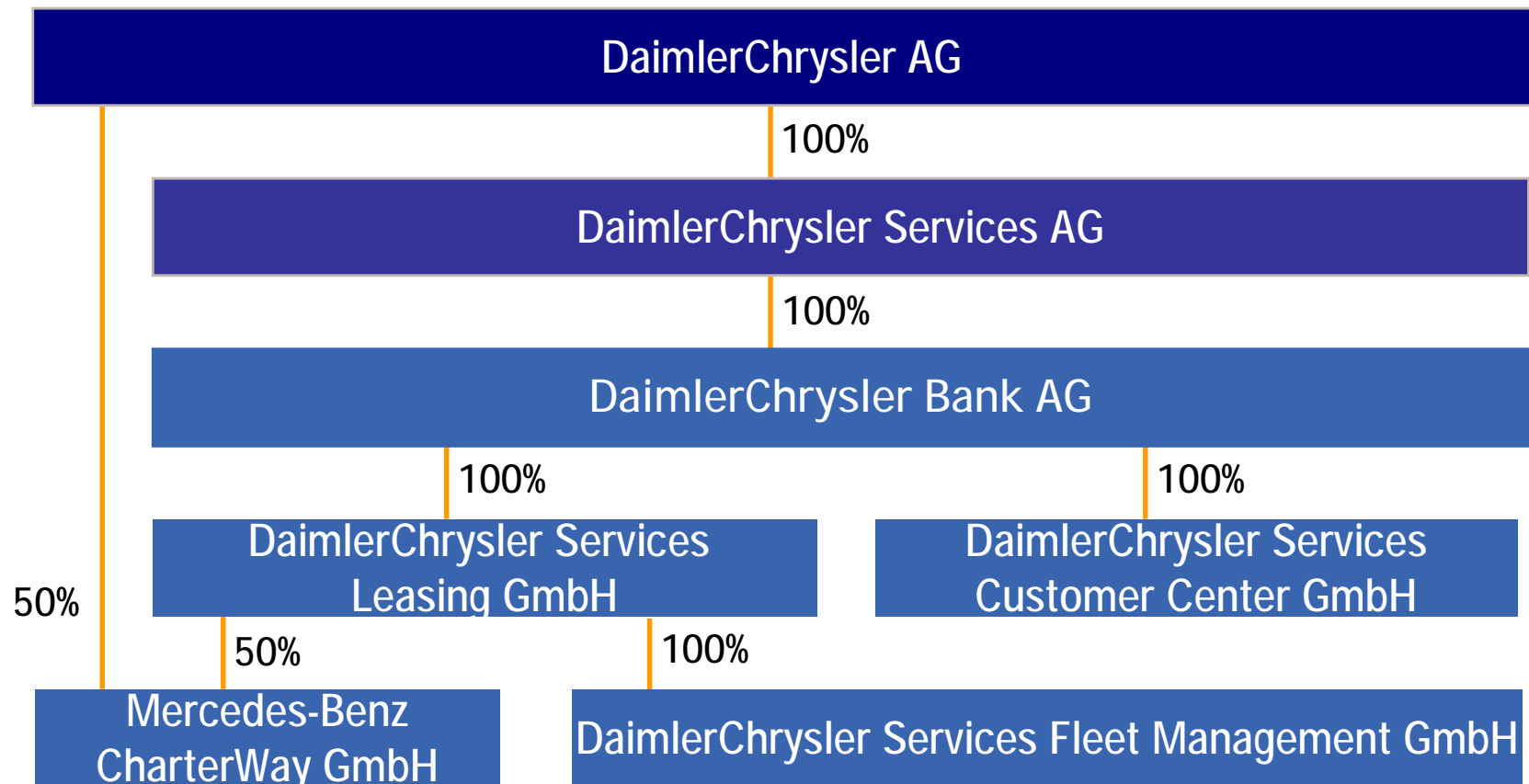
DaimlerChrysler Bank – „Die Bank, die bewegt.“

Die DaimlerChrysler Bank gehört zu DaimlerChrysler Services, dem weltweit drittgrößten herstellerverbundenen Finanzdienstleister mit Tochtergesellschaften in 39 Ländern.

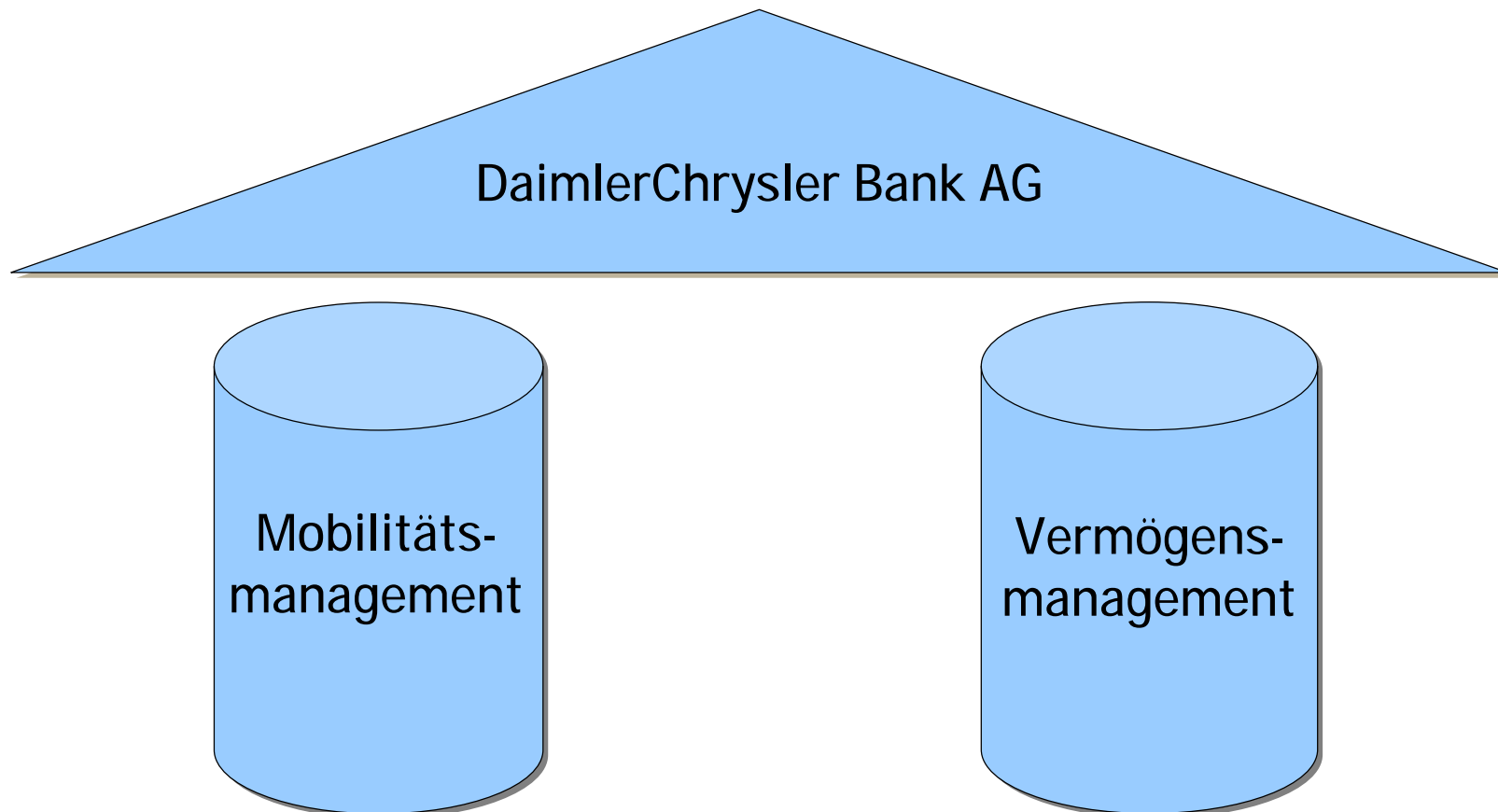
In Deutschland bringt die DaimlerChrysler Bank jedes zweite DaimlerChrysler Nutzfahrzeug und jeden dritten Pkw ins Rollen.



Einbindung in den Konzern



Das operative Geschäft gliedert sich in zwei Geschäftsbereiche



Mobilitätsmanagement

Die Finanzierungslösungen der DaimlerChrysler Bank im Überblick:

- n Standardfinanzierung
- n Plus 3 Finanzierung
- n Schlussratenfinanzierung
- n Saisonratenfinanzierung
- n Leasing
- n Service-Leasing
- n Service-Vertrag
- n Flottenmanagement



Fünf Gründe für den Start ins Direktbankgeschäft

Die DaimlerChrysler Bank startete im Juli 2002 ins Einlagengeschäft um ...

- n ... dem wachsenden Anteil von Privatkunden (1997: 10%; 2002: 35%) Leistungen zu bieten, die nachgefragt werden.
- n ... über Cross-Selling mehr Loyalität und Kundenbindung gegenüber den Fahrzeugmarken und der Marke DaimlerChrysler zu erzielen.
- n ... Neukunden zu gewinnen, die bislang keine DaimlerChrysler Kunden sind (Fremdfabrikatsfahrer).
- n ... die Wertschöpfungskette rund um das Fahrzeug zu ergänzen: Schaffung zusätzlicher Erträge und Förderung des Fahrzeugabsatzes durch neue innovative Produkte und Services.
- n ... mit dem Passivgeschäft eine günstige Refinanzierungsquelle für das Aktivgeschäft (Leasing und Finanzierung) zu erschließen.

Vermögensmanagement: Einlagengeschäft und Provisionsprodukte

DaimlerChrysler Bank Vermögensmanagement	Kurzfristig	Mittelfristig	Langfristig
Tagesgeld	Täglich verfügbar		
Festzinsanlage		2-4 Jahre	5-6 Jahre
Sparplan mit Autobonus	1 Jahr	2-4 Jahre	5-6 Jahre
DaimlerChrysler Bank INVESCO Stabil	15 Monate		66 Monate

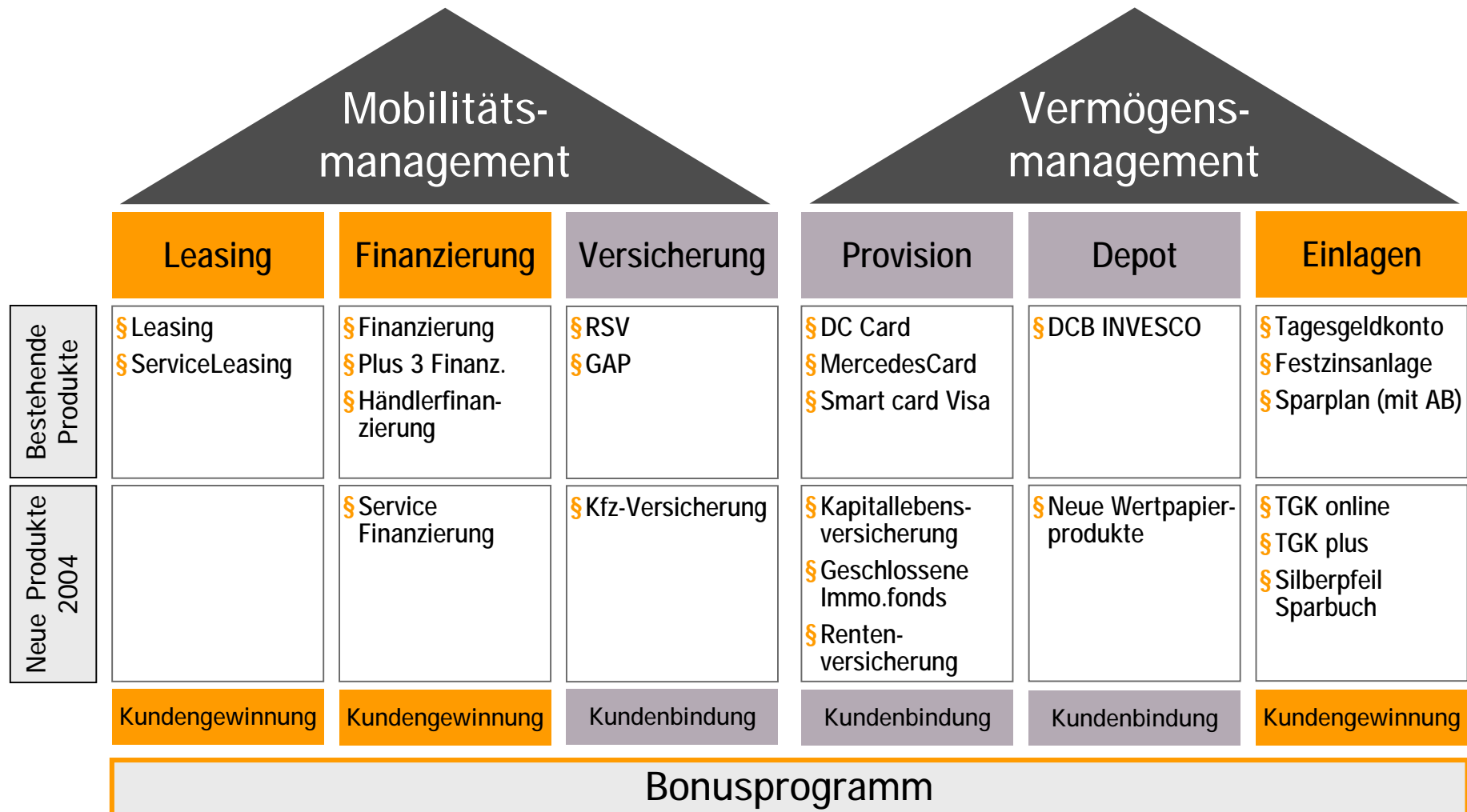
Vermögensmanagement: Kreditkarten

Die DaimlerChrysler Bank ist Emittent von drei Kreditkarten:

- n DaimlerChrysler Card ist jedermann zugänglich, unabhängig vom Fahrzeug.
- n MercedesCard ist die exklusive Kreditkarte für alle Mercedes-Fahrer
- n smart Card ist die exklusive Kreditkarte für alle smart-Fahrer
- n Bonuspunkte (RoadMiles) auf alle Kartenumsätze



Ausrichtung des Produktportfolios an den Bedürfnissen der DaimlerChrysler/DC Bank Kunden



Wichtige Kennzahlen

	DC Bank 2002	DCS 2002
Umsatz (Mrd. €)	3,4	15,7
Bilanzsumme (Mrd. €)	12,2	
Mitarbeiter	1.460	10.521
9/2003		
Anzahl Kunden	809.400	488.600
Leasing & Finanzierung		
Vertragsbestand (Einheiten)	642.500	613.500
Vertragsbestand (Mrd. €)	12,7	12,2
		109,3
Einlagen		
Bestand Konten	141.456	43.429
Volumen Einlagen (Mrd. €)	3,2	768
Fonds (Zeichnungsvolumen Mio. €)	81,7	- 1)
Karten (Stück)	236.400	12.970

Inhalt

1. Konträre Meinungen zur Zukunft der Autobanken
2. Profil DaimlerChrysler Bank
3. Strategien und Ziele der DaimlerChrysler Bank
4. Chancen und Herausforderungen der DaimlerChrysler Bank
5. Die Bedeutung der Autobanken in der Bankenbranche

Strategische Ziele der DaimlerChrysler Bank

Übergeordnetes Ziel ist die Unterstützung des Fahrzeugabsatzes von DaimlerChrysler.

Daraus abgeleitet ergeben sich drei strategische Ziele:

1) Kundenbindung stärken

2) Neukunden gewinnen

3) Profitabilität weiter erhöhen

Kundenbindung

Ziel: Die Loyalität der Kunden vergrößern

- n Zahl der Bankprodukte pro Kunden erhöhen (Cross-Selling)
- n Entwicklung und Vertrieb von innovativen Bankprodukt- und Dienstleistungspaketen, die einen Kunden dauerhaft mit dem Unternehmen verbinden und die Kundenzufriedenheit steigern.
- n Kunden mit Kurzfristprodukten (Tagesgeld u.a.) sollen auch für Langfristprodukte (Leasing/Finanzierung, Investmentfonds) gewonnen werden



Kundengewinnung

Ziel: Erweiterung der Kundenbasis für die Bank und den Fahrzeughersteller

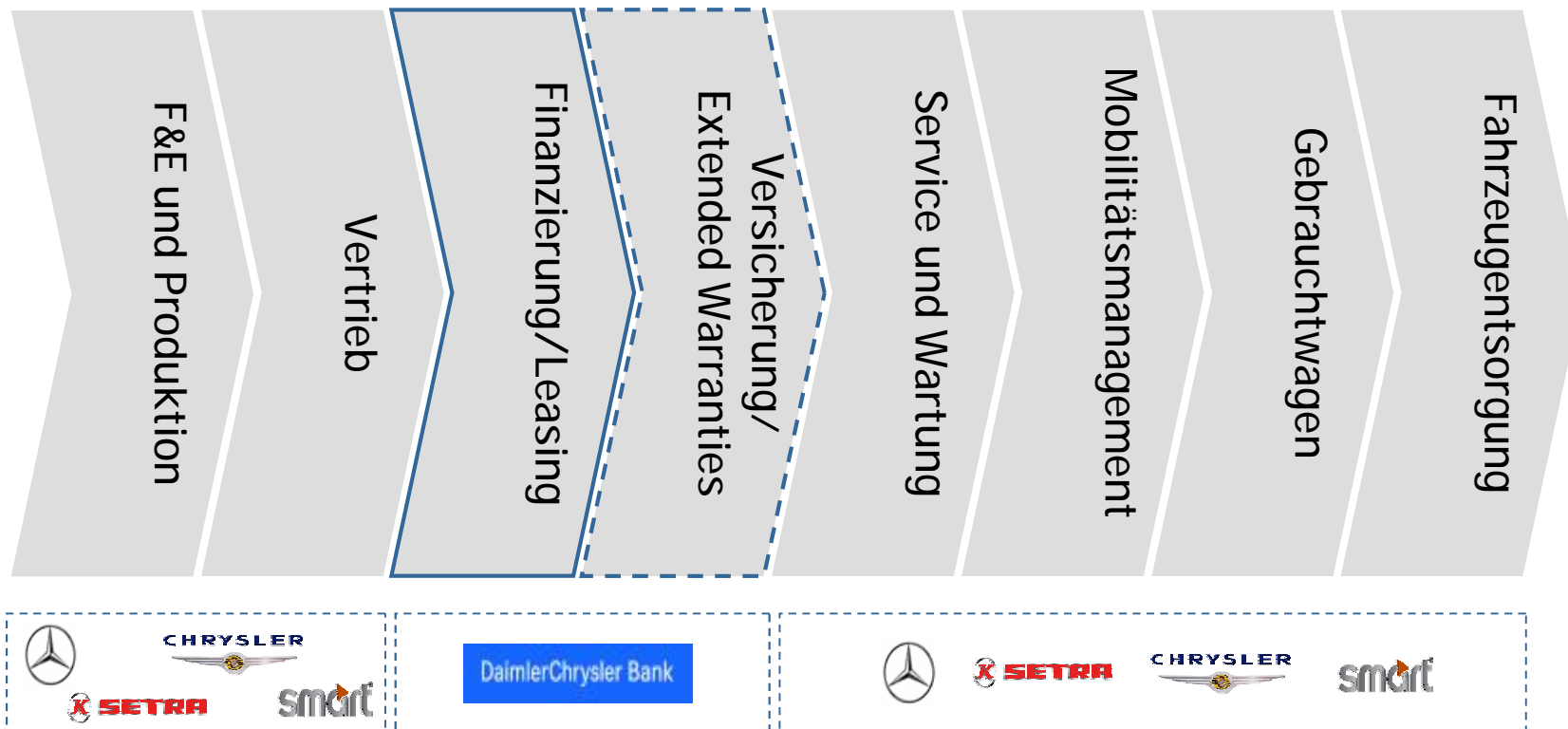
- n Erschließung neuer Kundengruppen für den Fahrzeughersteller und die Bank, die bisher keine Verbindung zum Unternehmen haben
- n Individualisierte Unterbreitung attraktiver Angebote für Konzernfahrzeuge („Cross-Over“)
- n Direktbankkunden, die konzernfremde Fahrzeuge fahren, aber auch DaimlerChrysler-Kunden mit Zweitwagenpotenzial für den Konzern gewinnen



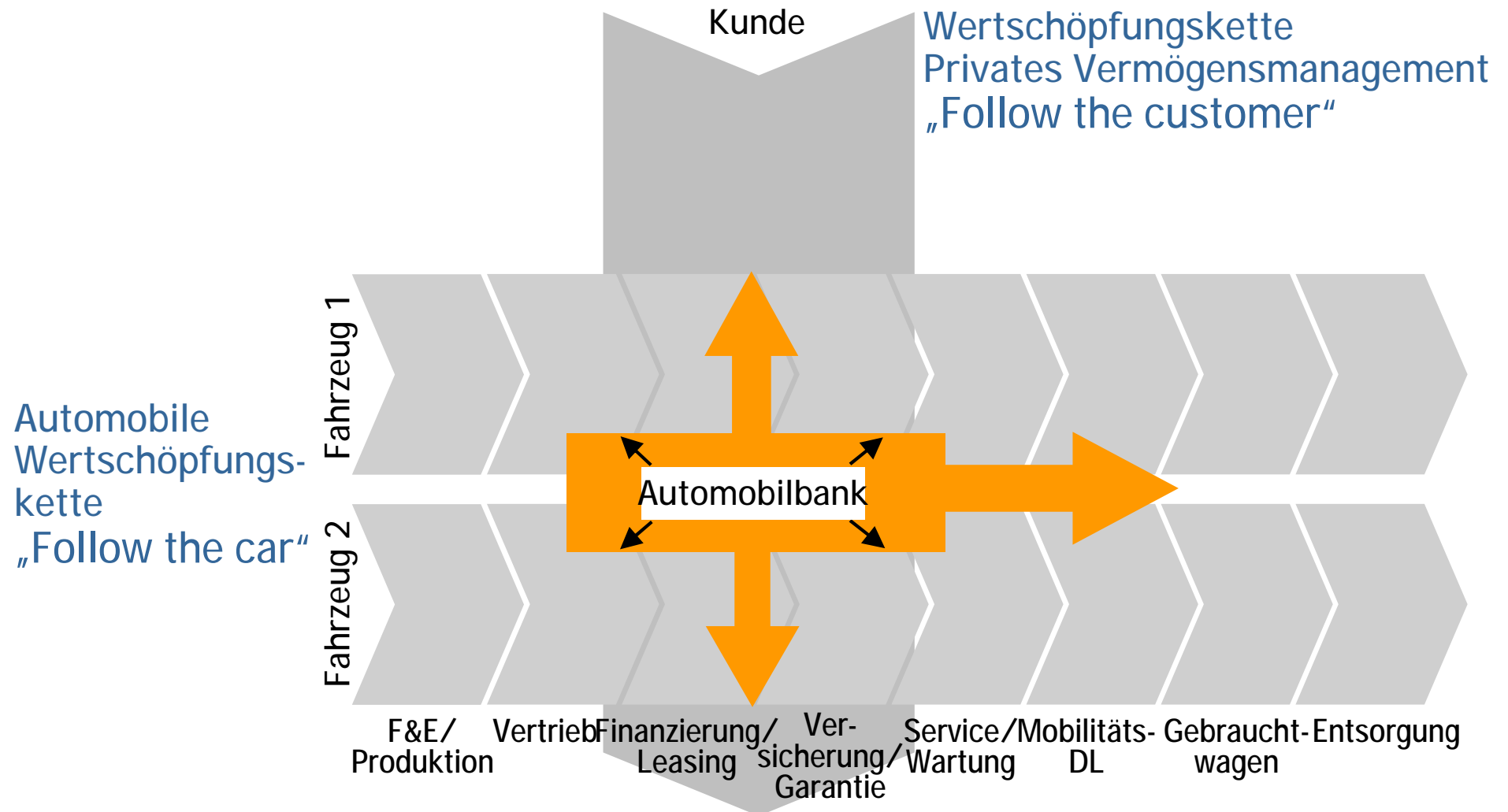
Traditionell: Enge Vernetzung mit dem Fahrzeug

Klassische Positionierung der Autobanken in der Wertschöpfungskette

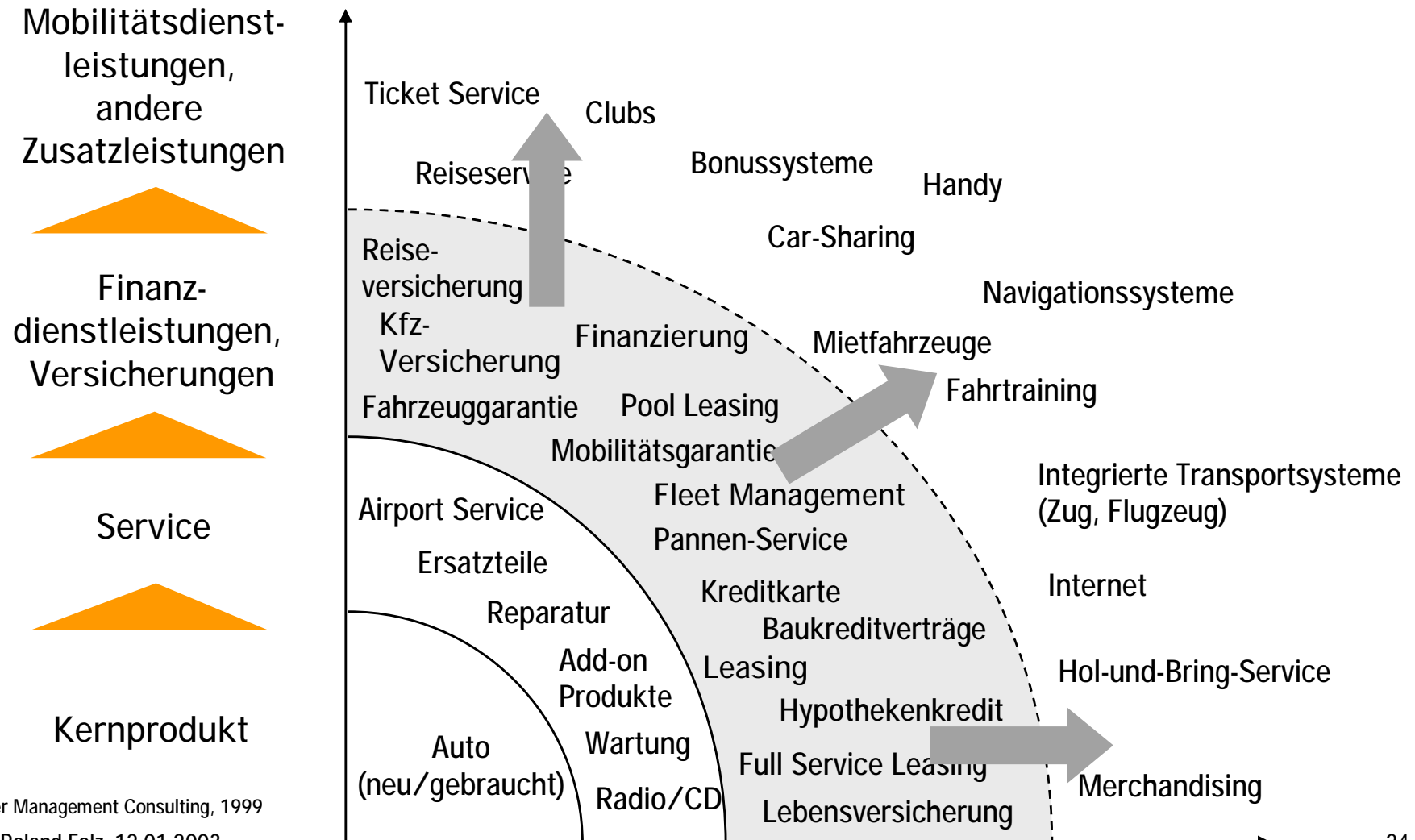
Automobile Wertschöpfungskette



Die erweiterte Rolle einer Automobilbank



Vielfältige Zusatzleistungen rund um das Auto bieten Expansionsmöglichkeiten für Autobanken



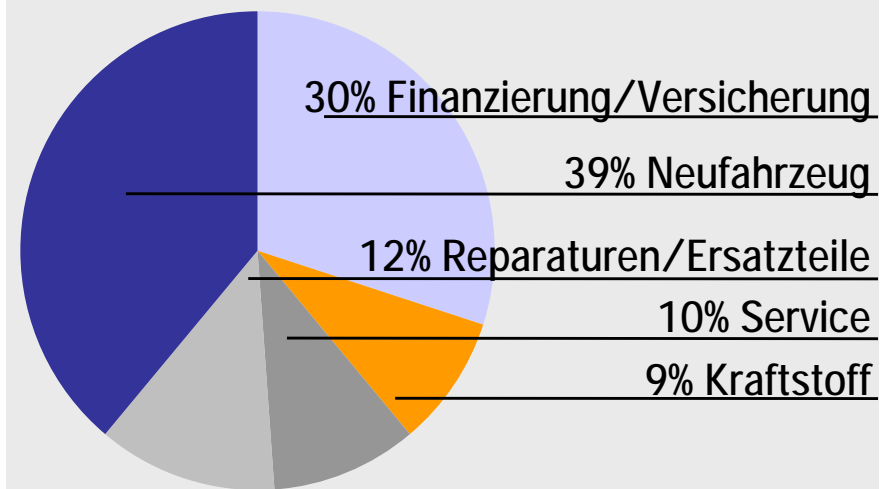
Quelle: Mercer Management Consulting, 1999

Dr. Roland Folz, 12.01.2003

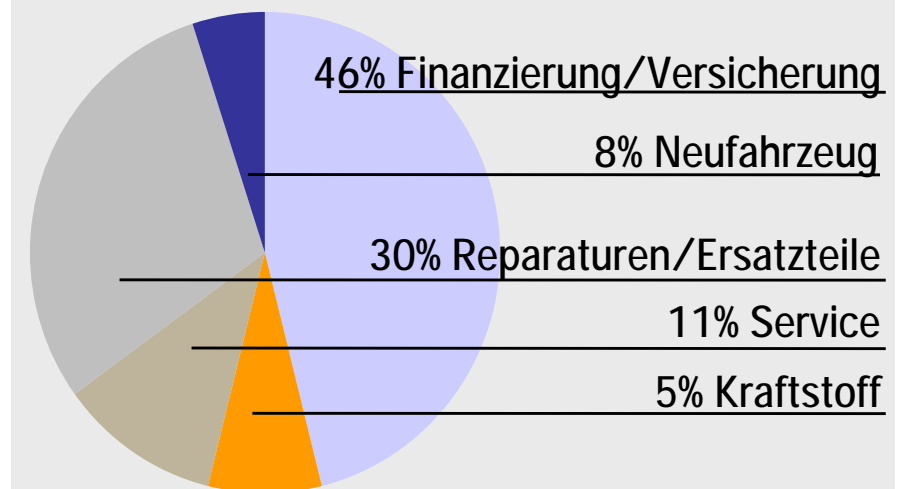
Wertschöpfung durch Finanzdienstleistungen

Anteile im Lebenszyklus eines Automobils

Umsätze



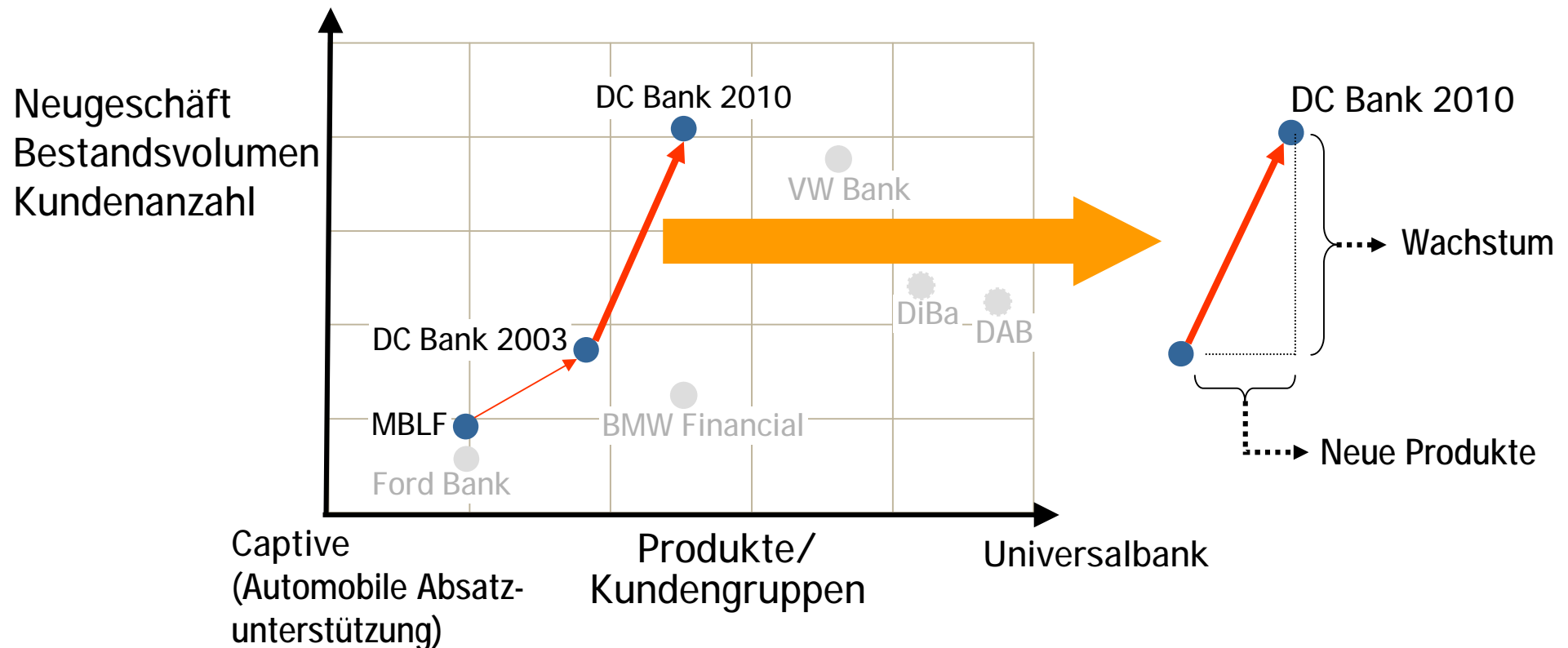
Gewinne



Quelle: Studie von Booz Allen Hamilton

Strategische Stoßrichtung der DaimlerChrysler Bank

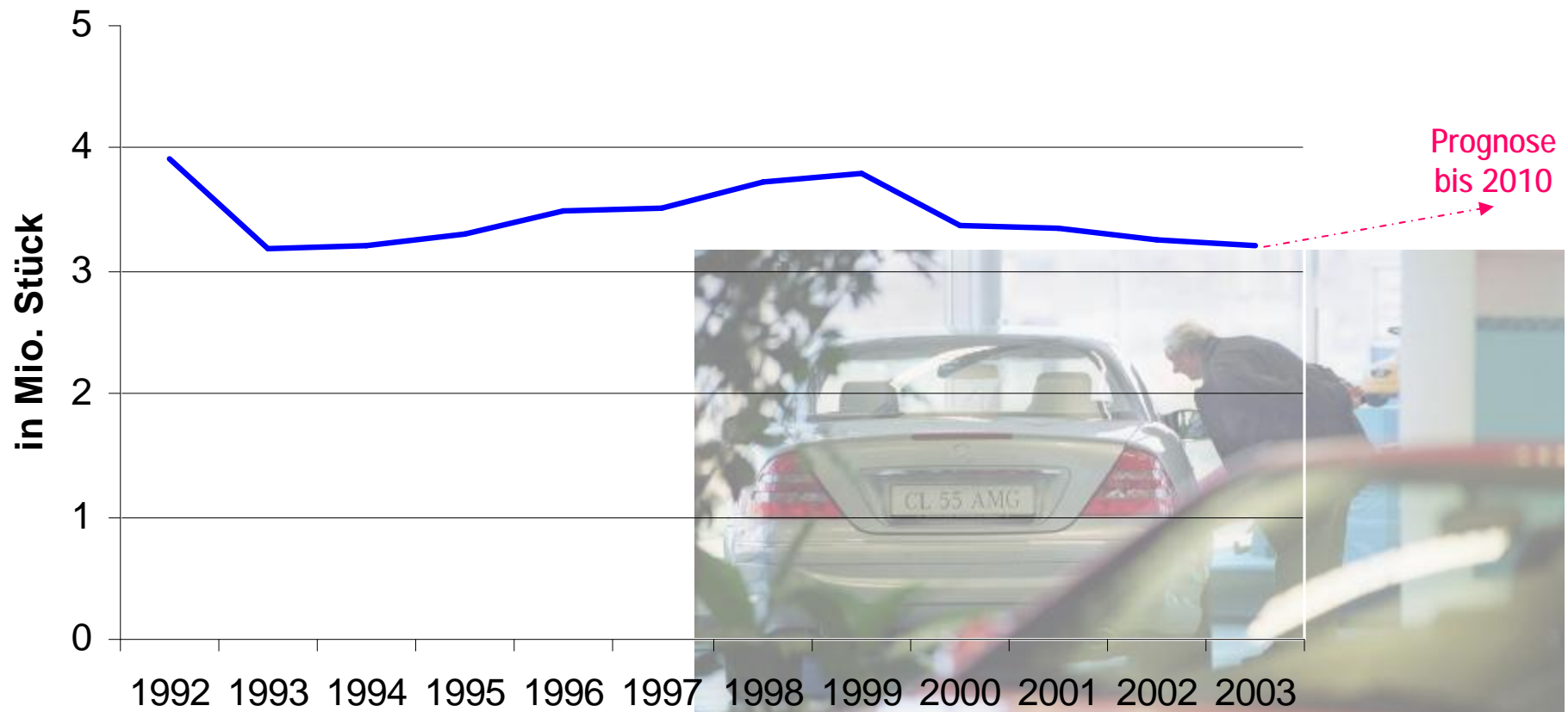
Automobilnahes Wachstum



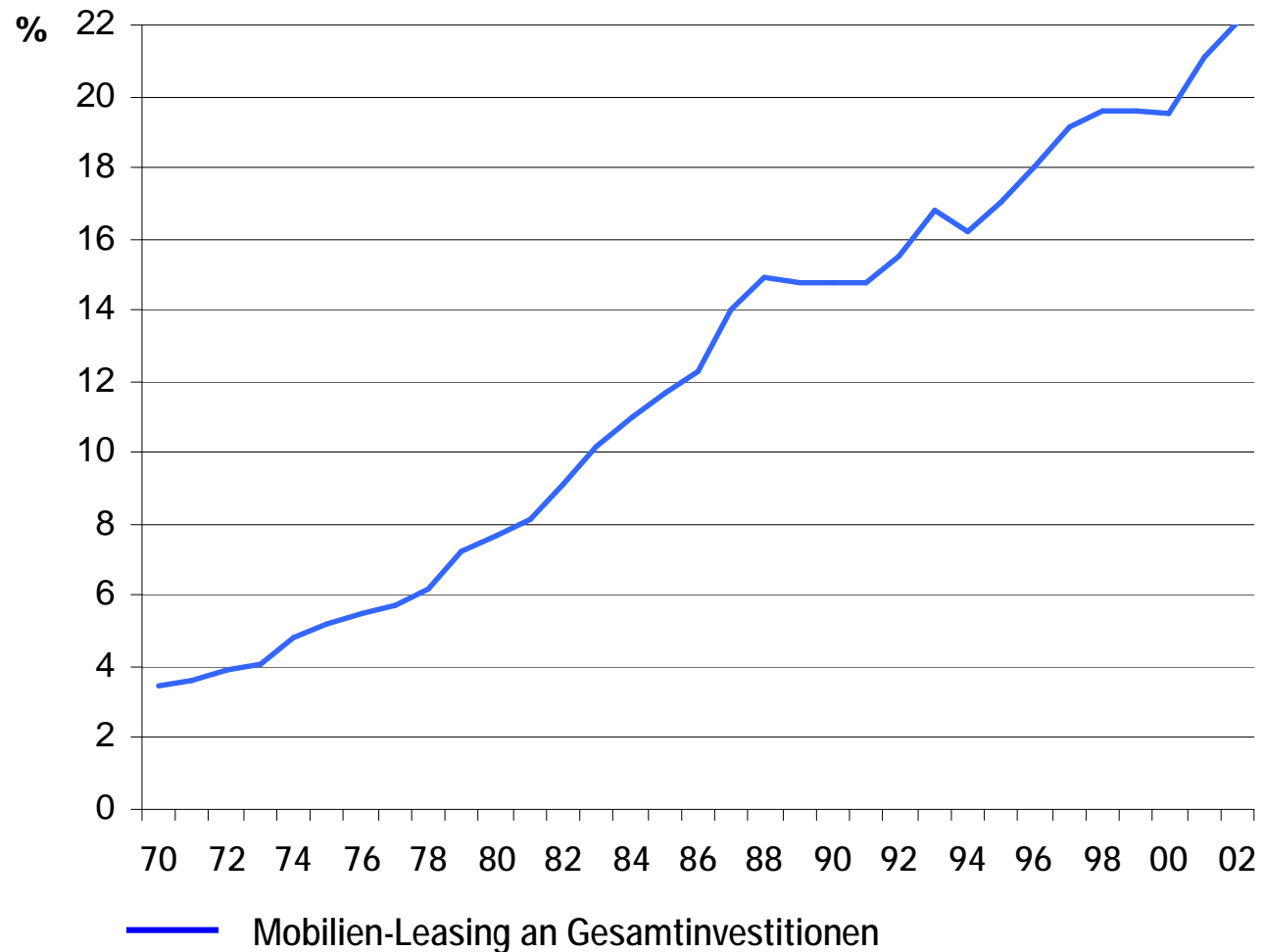
Inhalt

1. Konträre Meinungen zur Zukunft der Autobanken
2. Profil DaimlerChrysler Bank
3. Strategien und Ziele der DaimlerChrysler Bank
4. Chancen und Herausforderungen der DaimlerChrysler Bank
5. Die Bedeutung der Autobanken in der Bankenbranche

Neuzulassungen Pkw – stabiler Markt



Wachstumsmarkt Leasing

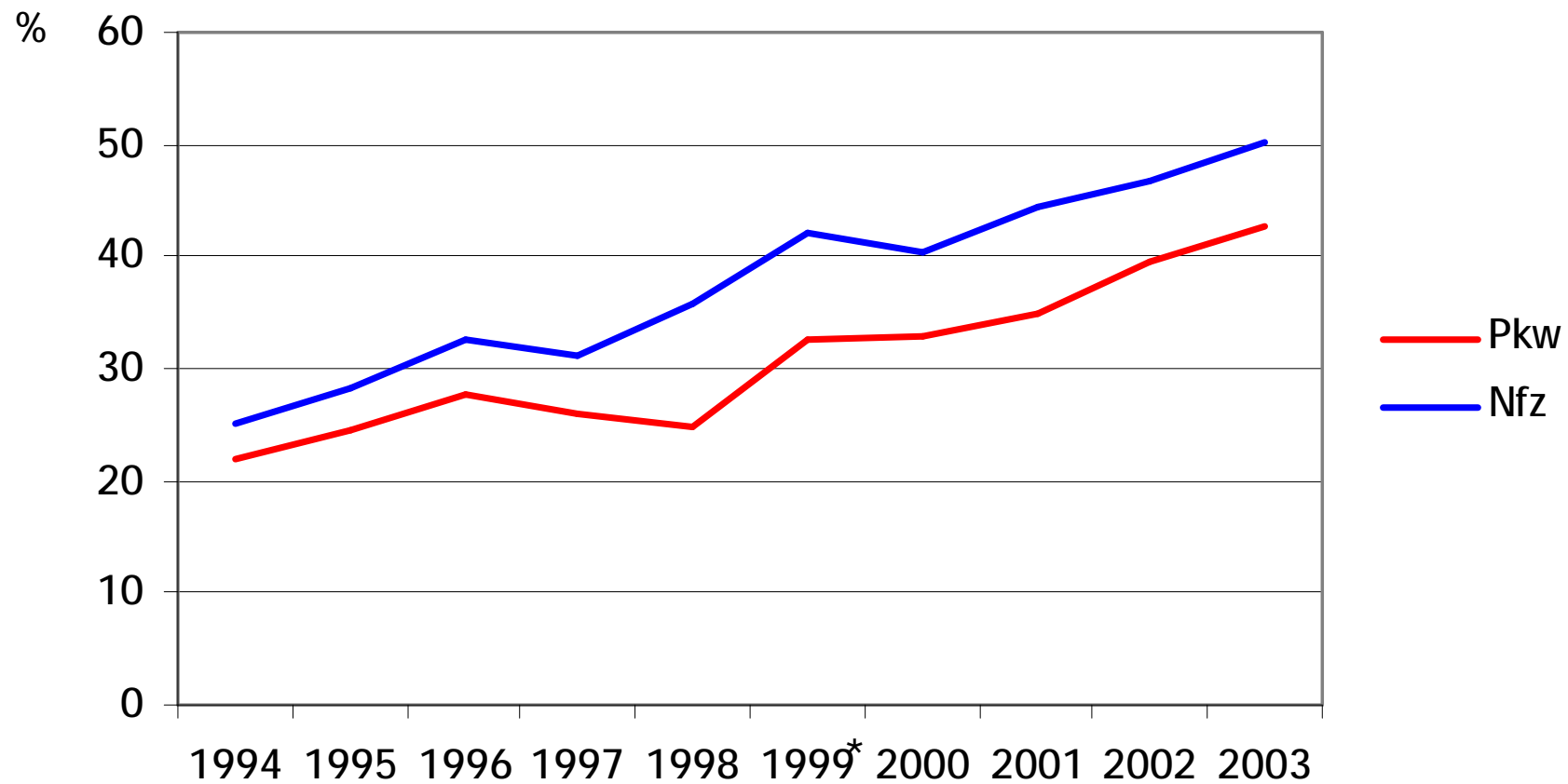


Der Anteil des
Leasing in
Deutschland
steigt stetig!

Trend: „Wie viel Auto kann ich mir im Monat leisten?“

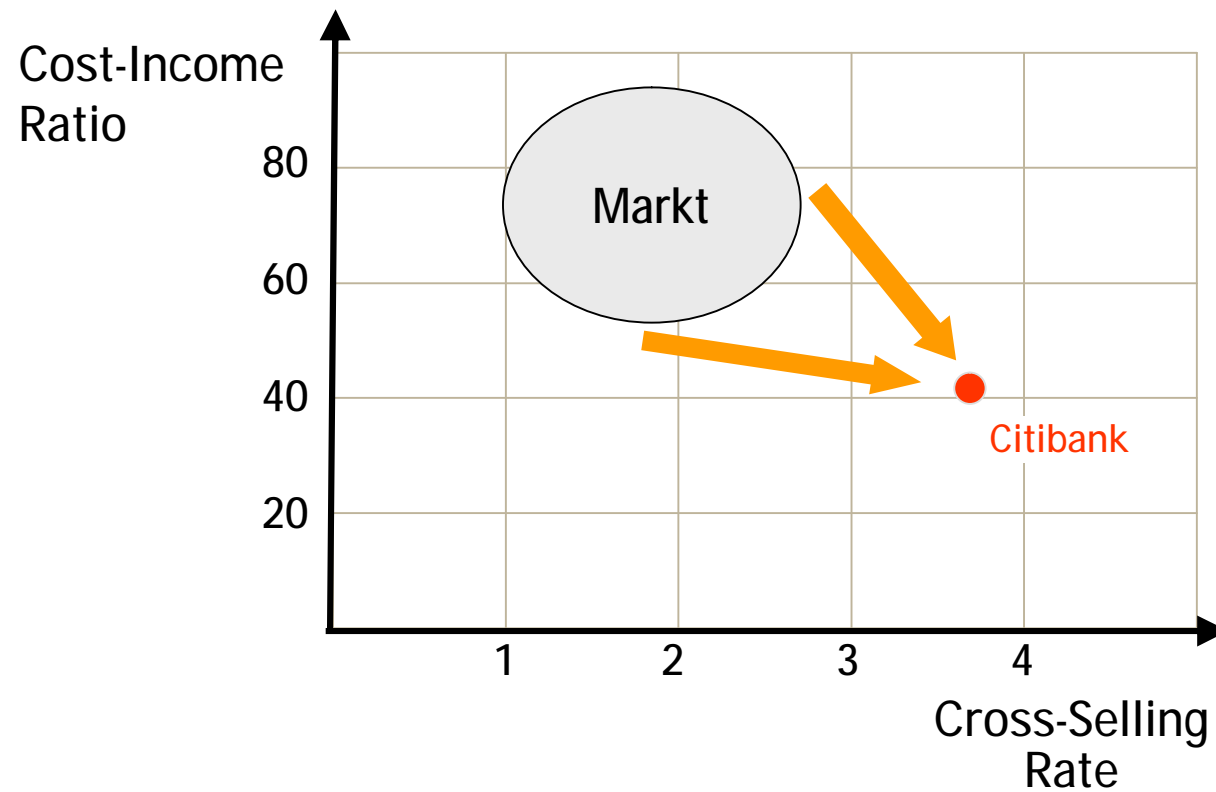


Penetrationsraten der DaimlerChrysler Bank



*1999: Integration der Chrysler-Finanzdienstleistungen

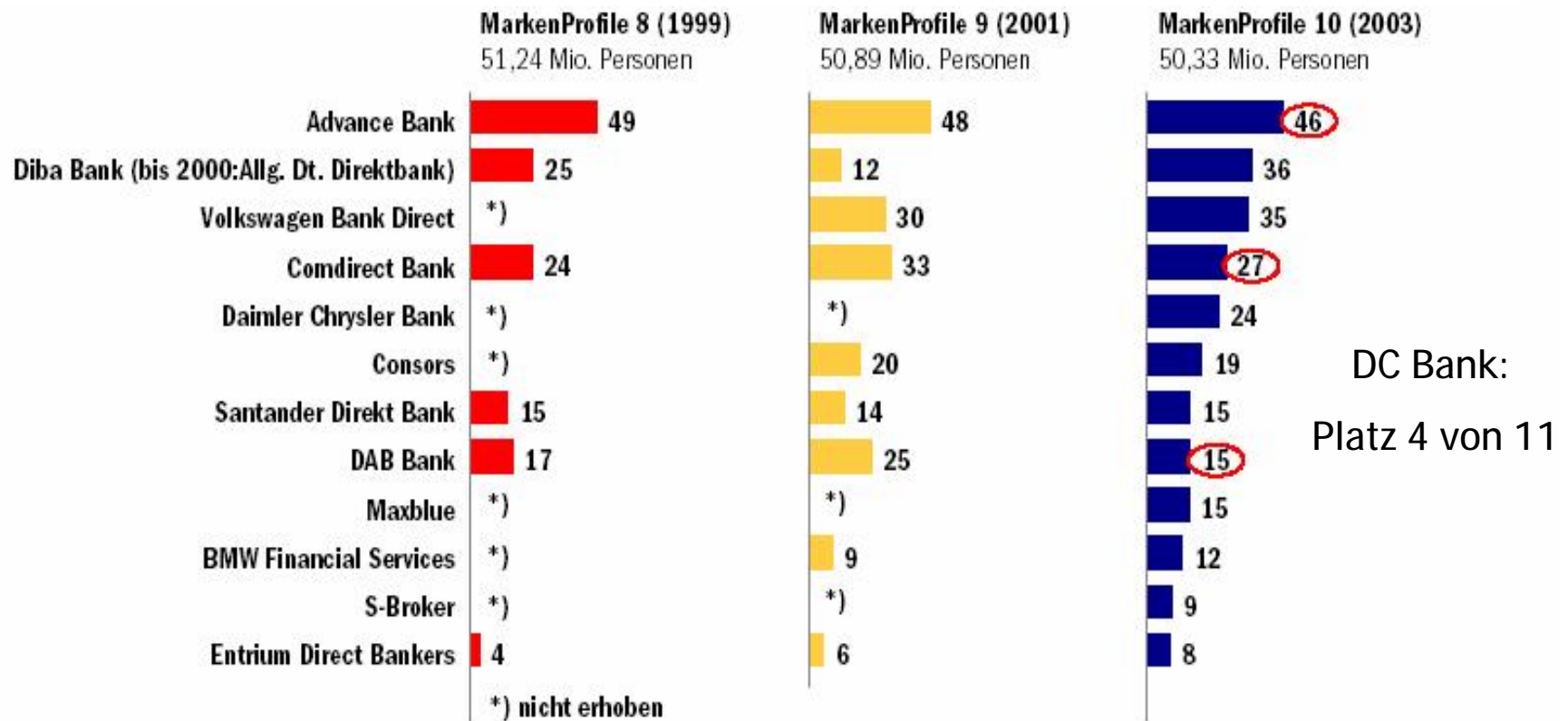
Potenziale im Retailbanking



Citibank gilt als die effizienteste Bank:

Hohe Cross-Selling Rate bei niedrigem Cost-Income Ratio

DaimlerChrysler Bank holt im Markenprofil auf



Basis: Gesamtbevölkerung 14-64 Jahre

Herausforderungen

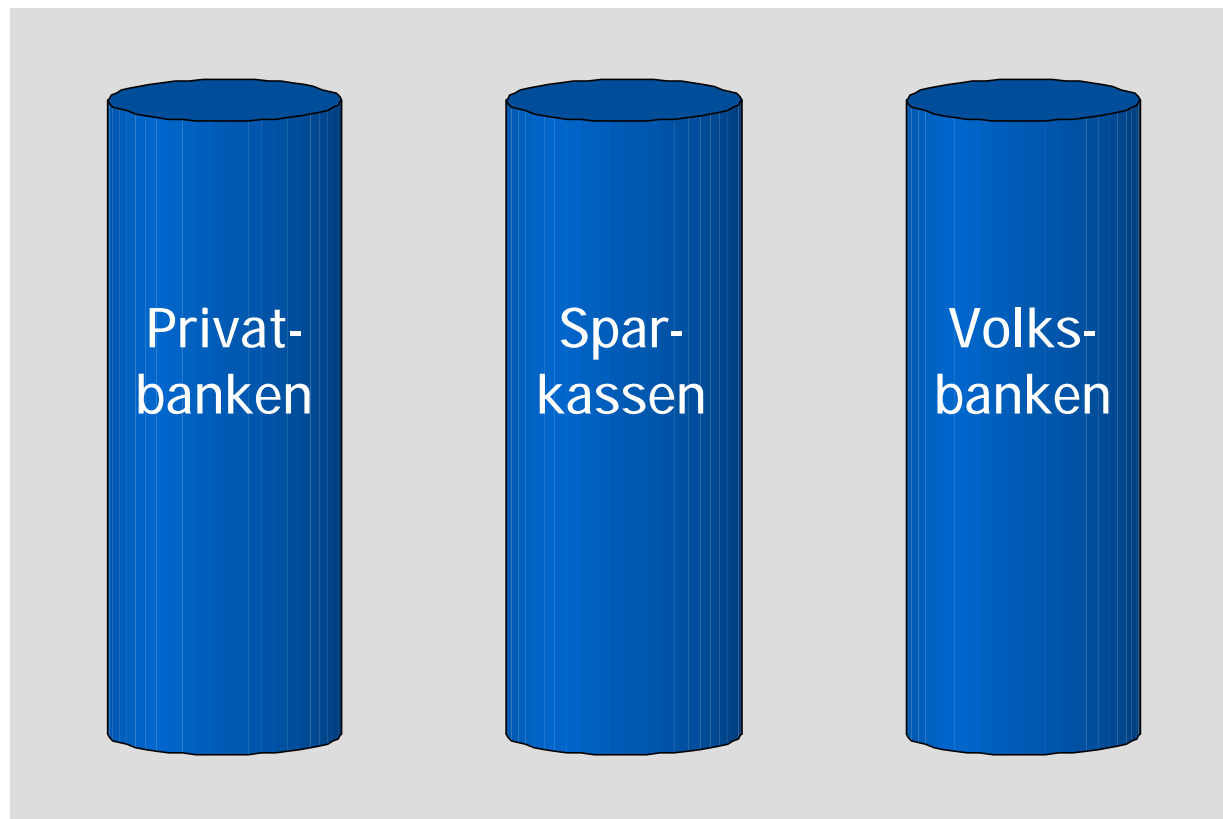
- n Stärke der Marke
- n Organisationsentwicklung und Know-how im Aufbau
- n Verdrängungswettbewerb und Preiskämpfe zeichnen sich bei Finanzdienstleistungen ab
- n Privatbanken, Sparkassen und Volksbanken drängen in den Wachstumsmarkt Leasing und Finanzierung
- n Großbanken kaufen Spezialbanken

Spezialbanken sind begehrte Bräute

Ausgewählte Übernahmen und Marktkonsolidierung:

- 2001 Deutsche Bank verkauft die Autobanken GEFA und ALD an Société Général. ALD erwirbt Mehrheit an BDK (Bank Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe)
- 2002 Banco Santander übernimmt 2002 die Autobank AKB. In der CC Bank gehen AKB und Santander Direkt Bank auf
- 2003 ALD erwirbt die Mehrheit an der Bank Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe
DZ-Bank erwirbt nach einem Bietergefecht die Norisbank
Diba erwirbt die Direktbank Entrium

Noch steht jede Bankengruppe für sich



- n Kommunen wollen Sparkassen verkaufen
- n Privatbanken zeigen Interesse

Inhalt

1. Konträre Meinungen zur Zukunft der Autobanken
2. Profil DaimlerChrysler Bank
3. Strategien und Ziele der DaimlerChrysler Bank
4. Chancen und Herausforderungen der DaimlerChrysler Bank
5. Die Bedeutung der Autobanken in der Bankenbranche

Ranking der Autobanken

Nach Bilanzsumme 2002 in Mrd. Euro

1. VW Bank	15,1
2. DaimlerChrysler Bank	12,2
3. BMW Bank	9,5
4. Ford Bank	7,5
5. RCI Bank (Renault/Nissan)	6,3
6. GMAC (Opel)	6,1

Die größten Banken in Deutschland (Stand 2002)

Rang	Institut	Bilanzsumme (in Mrd. Euro)	Mitarbeiter
1	Deutsche Bank	758,4	77.441
2	Bayerische Hypo- und Vereinsbank	691,2	65.926
3	Commerzbank	422,1	36.566
4	Dresdner Bank	413,4	47.016
5	Bayerische Landesbank Girozentrale	341,3	9.605

• • •

48	DiBa	20,9	914
----	------	------	-----

• • •

58	Volkswagen Bank	15,1	3.175
60	DaimlerChrysler Bank	12,2	1.456

Ausblick

Autobanken sind in der Fahrzeugfinanzierung starke Spieler

- n Enge Verzahnung mit dem Autohersteller ist ein Wettbewerbsvorteil: „Product bundles“
- n Aktionen zwischen Hersteller, Handel und Finanzierung lassen sich besser abstimmen.
- n Autobanken haben ein profundes Wissen über Restwerte von Fahrzeugen. Dadurch Vorteile bei der Ratenkalkulation und der späteren Fahrzeugverwertung.
- n Gebrauchtwagen gehen in die Vertriebskanäle des Herstellers.
- n Im Direktbankgeschäft sind die Autobanken das Salz in der Suppe. Mit ihren schlanken Strukturen und attraktiven Zinsen beleben sie den Wettbewerb – zum Vorteil der Bankkunden.

Vielen Dank fürs
Zuhören!

