



Vertrieb der Autokredite – wo bleibt die Kommunikation?

Die Marktforschungsberatungsgesellschaft reserach tools hat in ihrer aktuellen Studie "Marketing-Mix-Analyse Autokredit 2018" unterschiedliche Distributionswege für Autokredite untersucht. 10 Banken wurden hier unter die Lupe genommen. Das Fazit: Die Kommunikation fällt rudimentär aus.

[ADAC](#) [Barclaycard](#) [BMW Bank](#) [CreditPlus](#) [ING-DiBa](#)
[Postbank](#) [PSA Bank](#) [Santander](#) [Sparkassen](#) [Targobank](#)

Die Mehrzahl der hier untersuchten Unternehmen präsentiert sich im Autokreditvertrieb kundenorientiert. Viele Informationen zum Autokredit können einfach auf den Websites gefunden werden - zumeist ist auch ein Online-Kreditrechner für den schnellen Überblick über die zu erwartenden Konditionen verfügbar.

Vielfalt bei Vertriebswegen

Auch in Sachen Vertriebswege setzen die Institute auf Vielfalt. Zur Verfügung stehen Internet, Telefon, Bankfilialen sowie im Fall der Autobanken die Niederlassungen der Hersteller. Obwohl Vergleichsportale bei der Suche nach einem Kreditgeber eine bedeutende Rolle spielen, verzichtet hier der Großteil der Anbieter tatsächlich auf eine breite Präsenz. Im Gegenzug sind die Hotline-Betriebszeiten und damit die telefonischen Erreichbarkeiten der Kreditgeber mit durchschnittlich 106 Stunden pro Woche vergleichsweise hoch.

4 Anbieter unterhalten hier sogar eine 24/7-Hotline. Die Antwortqualität bei Telefonanfragen fast durchgehend gut. Bei E-Mail-Anfragen hingegen besteht großes

Verbesserungspotenzial. Das Servicecenter der ING-DiBa setzt hier Maßstäbe hinsichtlich Freundlichkeit, Geschwindigkeit und Qualität.

Social Media und Radio nicht relevant

In Social Media scheint das Thema Autokredit nicht zu interessieren. Ganze 4 Postings findet man in den Accounts der 10 Anbieter innerhalb von 12 Monaten. Sparsam zeigt sich auch die mediale Kommunikation mit rund 600.000 Euro, verbunden mit einer tatsächlich starken Nutzung von Printmedien.

Auf Radiowerbung verzichten alle untersuchten Banken vollständig und damit leider auch auf die Möglichkeit, Autofahrer hierüber zu erreichen. Obwohl die Anbieter selbst äußerst selten per Pressemitteilung kommunizieren, bestätigen insgesamt 380 autokreditrelevante Pressemeldungen in deutschen Tageszeitungen, Zeitschriften und Fachzeitschriften das Interesse am Thema.

Bild: © igorp17 / fotolia.com

Versicherungs- und Finanznachrichten

expertenReport



<https://www.experten.de/id/4945887/vertrieb-der-autokredite-wo-bleibt-die-kommunikation/>