

Autobank AG: "In Deutschland wollen wir langsam starten"

Unabhängig, mittelständisch und händlerfokussiert – so skizziert die österreichische Autobank AG ihr Profil. Nach dem Börsengang 2010 nimmt der Wiener Finanzdienstleister nun auch Kurs auf den deutschen Markt. Vorstandschef Gerhard Fischer skizziert im Automobilwoche-Interview, wie das Unternehmen künftig auf dem zehnmal so großen deutschen Markt punkten will.

Herr Fischer, die Autobank ist im November 2010 an die Börse gegangen und hat knapp 1,9 Millionen Aktien ausgegeben. Wozu brauchen Sie die am Kapitalmarkt eingesammelten 4,7 Millionen Euro?

Wir haben die Aktien ausgegeben, um danach eine Kapitalerhöhung durchzuführen. Es war uns wichtig, unser Eigenkapital zu stärken.

Zur Absicherung des Wachstums?

Wir haben uns als Autobank in den vergangenen zwei Jahren erfolgreich entwickelt und unser Kreditvolumen ausgebaut. Dann kommt man mehr und mehr an die Grenzen, denn für weiteres Wachstum ist zusätzliches Eigenkapital erforderlich. 2010 wurde außerdem bekannt, dass sich die Eigenkapitalvorschriften für Banken in der Europäischen Union weiter verschärfen.



Gerhard Fischer, Vorstand Autobank AG:
"Auf Augenhöhe mit den Händlern." (Foto: LeaseTrend)

Sie sprechen Basel III an?

Ja, denn als Bank unterliegen wir der Solvabilitätsordnung, das bedeutet, wir müssen ausgelegtes Kreditvolumen mit einem bestimmten Prozentsatz an Eigenmitteln unterlegen – im Schnitt acht Prozent. Wenn man also eine Million Euro als Kredit vergibt, muss man davon acht Prozent als Eigenmittel bereithalten. Auch unter diesem Aspekt mussten wir – wie alle anderen Banken auch – Vorsorge treffen. Wir brauchen die Kapitalerhöhung, um weiter wachsen zu können – in Österreich, aber auch in Deutschland, wo wir im ersten Halbjahr 2011 den Markteintritt planen.

Die Autobank ist hierzulande bisher nur über die Tochter LeaseTrend vertreten. Wie hoch ist denn der Marktanteil in Österreich?

Unser Marktanteil in Österreich im Bereich Leasing Kfz liegt aktuell bei 1,7 Prozent und im Bereich der Kfz-Endkundenfinanzierung bei 2,4 Prozent – das entspricht etwa einer Verdoppelung in den beiden letzten Jahren. Auch da wollen wir weiter wachsen und sind ausweislich der jüngsten Zahlen auf einem guten Weg, dass sich unser Wachstum weiter stabilisiert.

Was heißt das konkret?

Wir haben 2010 etwa 13 Prozent mehr Neugeschäft gemacht als 2009, und für dieses Wachstum brauchen wir die entsprechenden Eigenkapitalressourcen. In Deutschland wollen wir langsam starten und im ersten Halbjahr sowohl das Endkundenkreditgeschäft für Kraftfahrzeuge als auch die Händlerfinanzierung für Lagerfahrzeuge anbieten. Wir nutzen hierfür die Plattform der LeaseTrend AG, die ja in Deutschland viele Händlerverbindungen hat, aber diese Klientel nur mit Leasingfinanzierungen bedienen

kann, da sie keine Bank ist. Mit der Autobank können wir diesen Fokus nun erweitern und dem Handel dann auch Kredit- oder Lagerfinanzierungen vermitteln.

Sehen Sie das Wachstum in erster Linie mit den LeaseTrend-Bestandskunden oder wollen Sie auch ganz neue Kunden gewinnen?

Den Markteintritt planen wir mit den Bestandshändlern der LeaseTrend, doch diese Klientel soll natürlich dann auch sukzessive erweitert werden. In Deutschland haben wir die ersten Vorkehrungen für den Markteintritt getroffen. So wird beispielsweise das Modul für die Endkundenfinanzierung zum 1. April aktiviert. Wir wollen unsere Expansion Schritt für Schritt gestalten und natürlich auch auf dem österreichischen Heimatmarkt weiterhin wachsen.

Wie wollen Sie die Autobank hierzulande gegenüber dem anderen Non-Captives wie Marktführer Santander oder der BDK positionieren?

Wir sehen uns als der mittelständische Partner, der auf Augenhöhe mit den Händlern ist. Wir haben auch in Österreich gesehen, dass dies ein sehr wichtiger Aspekt ist, weil der Autohandel nach wie vor eine mittelständisch geprägte Branche ist – wenn man einmal von den Top-50-Unternehmen absieht. Wir haben in den vergangenen zehn Jahren die Erfahrung gemacht, dass derjenige, der auf Augenhöhe verhandelt und nicht aus der Perspektive eines Großkonzerns, durchaus seine Daseinsberechtigung hat. Gleichzeitig verlieren wir die ganz großen Wettbewerber natürlich nicht aus dem Auge. Der Markt ist groß genug, um unseren Platz darin zu finden – auch vor dem Hintergrund, dass sich immer mehr Hausbanken und Sparkassen aus der Händlerfinanzierung zurückziehen.

Das Geschäftsmodell der Autobank ist konservativ. Erfährt dieser Ansatz vor dem Hintergrund der Finanzkrise eine Renaissance?

Ja, und darum haben wir auch den Schritt an die Börse gewagt. Wir haben ein seit 20 Jahren etabliertes eher unspektakuläres, dafür aber risikoarmes Geschäftsmodell. Wir agieren im Prinzip wie eine Sparkasse. Wir nehmen das Geld der Einlagenkunden und vergeben damit Autokredite. Das ist alles. Wir haben keine toxischen Wertpapiere, wir handeln nicht mit Wertpapieren, wir finanzieren keine Immobilien. Unser Name ist das Programm: Auto und Bank. Die Börseneinführung hat unseren Ansatz bestätigt – viele Leute suchen inzwischen wieder eine risikoarme Anlage, bei der sie auch wissen, was mit ihrem Geld gemacht wird. Natürlich gibt es im Kreditgeschäft auch Ausfälle, aber andererseits ist jedes Geschäft der Autobank mit einem Fahrzeug als Sicherheit hinterlegt.

Wie hoch ist denn die Kreditausfallrate der Autobank?

Wir kalkulieren im Schnitt zwischen 0,5 und 0,6 Prozent des Neugeschäftsvolumens als Risikoprämie für Kreditausfälle mit ein. Diese Zahl basiert auf der bisherigen Entwicklung und ist relativ stabil. In der Lagerfinanzierung zum Beispiel liegen wir sogar weit darunter, weil wir hier sehr vorsichtig sind und nicht den 100-prozentigen Händlereinkaufspreis finanzieren, sondern vielleicht nur 80 oder 90 Prozent.

Unter welchen Voraussetzungen ziehen Sie eine weitere Kapitalerhöhung in Erwägung?

Wenn sich die Expansion wie geplant entwickelt, werden wir frühestens 2012 noch einmal an den Kapitalmarkt gehen.

Planen Sie bei entsprechendem Geschäftsverlauf die Ausschüttung einer Dividende?

Ja, wir werden eine Dividende ausschütten – sicher noch nicht im Jahr 2011, weil wir dann den Gewinn noch zur Eigenkapitalstärkung nutzen werden, aber für das Geschäftsjahr 2012 würde ich das vorschlagen.

Zu Jahresbeginn hat die Autobank in Österreich eine Kooperation mit Saab gestartet. Haben Sie weitere Marken im Blick?

Dazu nur soviel: Die Autobank ist ursprünglich als Importeursbank für einen großen Kfz-Importeur gegründet worden. Das ist ein Geschäft, das wir auch verstehen. Gerade in Österreich, dessen Automarkt nur ein Zehntel des deutschen ausmacht, haben viele Importeure keine eigene Bank. Insofern werden wir immer wieder mal angesprochen. Da laufen zurzeit einige Gespräche und ich bin ganz optimistisch.