

Banki się motoryzują

Getin Noble chce zdystansować rywali na rynku autokredytów. Co w nim zobaczył, skoro sprzedaż samochodów w Polsce spada?

Bogdan Możdżyński



Grzegorz Tracz

z zarządu

Getin Noble:

– Jesteśmy liderem

w kredytach

na auta używane,

będziemy w kredytach

na nowe

W ydarzenie jest spektakularne, a może nawet symboliczne. Z polskiego rynku finansowania zakupów samochodowych znika GMAC, kredytowy biznes koncernu General Motors. Obsługującą klientów Opla, Chevroleta i Saaba polską filię GMAC połyka Getin Noble Bank, płacąc amerykańskiemu właścicielowi niespełna 125 mln złotych. Dla GMAC to kropla w morzu potrzeb, broniąca się przed upadkiem firma dostała już ponad 17 mld dol. pomocy od rządu USA. Ale dla banku Czarneckiego ta transakcja ma duże znaczenie, bo umacnia go na pozycji lidera wartego 6 mld zł rynku autokredytów w Polsce.

Zapowiada też spore zmiany w branży, w której o klientów banki uniwersalne rywalizują z bankami należącymi do producentów aut, mającymi wspierać ich sprze-

KWOTA DO PODZIAŁU

7
mld PLN

według Getin Noble wart będzie polski rynek autokredytów w 2010 roku.

Wciąż dzięki popytowi na auta używane

daż. Oprócz Getin Noble na rynku kredytów samochodowych pojawił się inny nowy gracz – Alior Bank, który podpisał już ponad 200 umów z dilerami różnych marek oraz autokomisami i negocjuje kolejne. Proponuje im pełną obsługę finansową, a więc m.in. kredyty stokowe na utrzymanie zapasów i inwestycyjne oraz rachunek firmowy z internetowym do niego dostępem. Nabywcom aut zaś oferu-

je oprocentowanie od 6,88 proc., kredyt na 100 proc. wartości pojazdu i okres kredytowania do 100 miesięcy. Poruszając się w tych granicach, diler może dostosować warunki kredytowania do możliwości kredytobiorcy. W 2010 r. Alior Bank chce być w ścisłej czołówce banków udzielających autokredytów, czyli mieć przynajmniej 10 procent rynku. A w kolejce stoją już inne banki uniwersalne, m.in. Euro Bank.

Typowe banki samochodowe Volkswagena, Fiata, Forda, Daimlera czy Toyoty są w defensywie. Zainstalowano je w Polsce ze względu na systematycznie rosnący popyt na samochody, od kilku jednak lat sprzedaż aut kuleje. Jak podaje instytut Samar, w 2009 roku wyniosła ona 320 tys. sztuk, czyli tyle samo co rok wcześniej, ale w rzeczywistości Polacy nabyli ich tylko 275 tys., bo resztę wywieźli klienci z Niemiec i Słowacji

korzystający z rządowych dopłat zakupowych. W 2009 r. sprzedaż Opla spadła u nas o 21 proc., a Chevroleta o 3,4 procent.

- Ze względu na zawirowania w światowej gospodarce koncentrujemy się na rynkach, które gwarantują nam znaczący wzrost biznesu - tak decyzję o sprzedaży GMAC Bank Polska uzasadnia Suzanne Gehrling, rzeczniczka prasowa GMAC Financial Services na Europę Środkowo-Wschodnią. Polska takim rynkiem najwyraźniej dla tego banku nie jest, w przeciwieństwie do Niemiec czy Francji, gdzie GMAC zachował europejskie filie. Inne banki samochodowe obecne w Polsce się nie poddają. Skoro specjalizowanie się w obsłudze poszczególnych marek samochodowych przestało im zapewniać przewagę konkurencyjną, szukają jej w promocjach kredytowych (jak Fiat Bank), możliwych dzięki wsparciu otrzymywanemu od koncernów, i poprzez wzbogacanie oferty o produkty typowe dla banków uniwersalnych (jak Toyota Bank). Nowe otwarcie na rynku autokredytów jest jednak nieuniknione.

Wiele zależy od tego, jak poradzi sobie Getin Noble. Getin pozycję na tym rynku zawdzięczał kredytowaniu zakupów aut używanych. Teraz po połączeniu z Noble energiczniej bierze się do obsługi zakupu aut nowych. Przejmując polską filię GMAC, Getin Noble Bank zyskuje portfel kredytów o wartości około 390 mln zł (2009 r.), w połowie zaciągniętych przez 8 tys. klientów indywidualnych i w połowie przez dilerów GM, których jest w Polsce ponad 70. Dawało to GMAC siódmą, ósmą pozycję wśród banków, dla których sprzedaż takich kredytów była podstawowym albo jednym z ważniejszych źródeł przychodów. Wzbogaciwszy swój portfel, Getin Noble może mieć

jedną trzecią całego polskiego rynku pożyczek samochodowych. Zwłaszcza że będzie współdziałał z 300 dilerami aut różnych marek, także tymi, którzy w pierwszym rzędzie proponują klientom bank swego importera-producenta. Santander Consumer ma ponad 800 dilerów w Polsce, bank Volkswagena - 186, Fiata - 100 (w tym 20 Chylera, Dodge'a i Jeepa), a Toyoty - 71.

- Nabycie GMAC to dla nas szansa uzyskania przewagi nad bankami koncernów samochodowych. Będąc bankiem uniwersalnym, mamy bogatszą od nich ofertę, bo dla nas nabywca auta jest klientem rynku finansowego, a nie klientem koncernu motoryzacyjnego - mówi Grzegorz Tracz z zarządu Getin Noble Banku.

To oznacza, że bank ten może mu zaproponować nie tylko kredyt na zakup samochodu, ale również dogodne sposoby jego spłaty, a także w ramach posiadanego konta: lokaty i depozyty, karty kredytowe, internetowy i telefoniczny dostęp do rachunku, obsługę finansową firmy.

- W Polsce przewaga banków uniwersalnych wynika ze skali ich działalności i znacznie większych możliwości w zakresie finansowania. Banki producenckie mają z tym wielkie problemy - mówi Michał Macierzyński, analityk portalu Bankier.pl. Pieniądze mogą pozyskać na korzystnych warunkach w banku-matce albo po wyższej z reguły cenie na rynku międzybankowym. W okresie kryzysu pierwsze - jak w przypadku GMAC - okazuje się niemożliwe, drugie najczęściej ogranicza się do krótkoterminowego kredytowania, co utrudnia finansowanie dilerkich stoków samochodowych.

- Przejęcie GMAC to dla Getin Noble ogromna szan- ➔

sa na rozwój, którą z pewnością wykorzysta. Zwłaszcza że jest to bank, który potrafi otwierać się na ryzyko kredytowe – uważa Macierzyński.

Ale ryzyko stwarza dla niego już samo przejście banku producenckiego, bo wchodząc w GMAC, Getin Noble staje się takim bankiem dla dilerów Opla i Chevroleta oraz ich klientów. Zwłaszcza ci drudzy mogą oczekiwać, że zostaną wyróżnieni promocyjnym kredytem, tak jak to często robią banki Fiata, Toyoty czy Volkswagena niejako w nagrodę za wybór aut tych marek. Jeśli takie kredyty Getin Noble zaoferuje klientom General Motors (nagradzając ich np. dyskontem), klienci banku preferujący inne marki mogą się od niego odwrócić.

– Przejmując finansowanie sieci Opla oraz Chevroleta, Getin Noble bierze na siebie odpowiedzialność za sprzedaż aut tych marek. Gdyby Toyota Bank finansował wszystko, co może jeździć, nie byłibyśmy wiarygodnym partnerem dla naszych dilerów – mówi Bogdan Grzybowski, dyrektor sprzedaży Toyota Banku.

Twierdzi, że „w miarę stabilna” pozycja tego banku (spadek wartości autokredytów w 2009 r. o 12,2 proc., do 240 mln zł, natomiast Santander o 17,8 proc., a Getinu o 11,4 proc.) to w dużej mierze rezultat dobrej współpracy z siecią dilerów, którzy mają najlepszą wiedzę o preferencjach nabywców aut.

– Taka wiedza to cenny rynkowy atut, który pozwala budować lojalność kupujących wobec marki samochodowej, i trochę potrwa, zanim Getin Noble pozna klientów Opla czy Chevroleta – uważa Grzybowski. Także zdaniem Radosława Sałka, dyrektora departamentu finansowania i obsługi klientów Volkswagen Banku, markowe ograniczenie banku producenckiego jest jego zaletą. Ma on bowiem możliwość „uszycia precyzyjnej oferty kredytowej pod klienta marki”. Tak w Volkswagen Banku Polska powstał choćby kredyt 50/50, na który najczęściej decydują się nabywcy aut Škody, z kolei leasing „105 procent” chętnie wybierają klienci Škody i Volkswagena prowadzący działalność gospodarczą.

– Dopasowane do potrzeb klientów i finansowo wspierane przez producentów aut oferty sprzyjają mocnej pozycji banków producenckich w salonach dilerkich. Takich możliwości finansowania akcji kredytowych uniwersalne banki wielomarkowe

Współpraca z autokomisami
to jedna z dróg, którą banki pozyskują klientów



Główni gracze rynku autokredytów w Polsce (mln zł)

bank	2007			2008			2009		
	nowe	używane	razem	nowe	używane	razem	nowe	używane	razem
Getin Noble	342,3	1103,9	1446,2	418	1287,6	1705,6	332,2	1179,5	1511,7
Santander	806,4	408,7	1214,9	852,7	550,7	1403,2	728,1	425,4	1153,5
Volkswagen Bank	586	32,6	618,6	548,2	43,9	592,1	b.d.	b.d.	469,8**
Fiat Bank	435	44	479	468	34	502	375	31	406
Lukas Bank	b.d.	b.d.	435,2	284,4	152,8	437,2	281,4	77	358,4
Dominet Bank*	7,1	299,9	307	0	361,8	361,8	b.d.	b.d.	319
Toyota Bank	260	25,2	285,2	253	21	274	216	24,5	240,5
Mercedes Benz Bank***	196,7	25,7	222,4	218,2	22,2	240,4	166,3	22,7	189

Źródło: bank

*od maja 2009 r. BNP Paribas Fortis; **po trzech kwartałach 2009 r. ***w 2007 roku jako DaimlerChrysler Bank

nie mają – mówi Sałek. – Żaden bank uniwersalny nie oferuje dilerom tak dużych linii kredytowych jak banki samochodowe – dodaje Ryszard Hada, dyrektor sprzedaży i marketingu z banku Fiata.

Nie ma dziś w Polsce banku producenckiego, który nie wabiłby klientów kredytowymi promocjami.

W przypadku aut nowych, którymi banki te są zainteresowane w pierwszym rzędzie, Toyota Bank ma m.in. kredyt zwany niską ratą, którego drugą połowę spłaca się gotówką albo poprzez nowy kredyt czy też przez pozostawienie auta u diler. Nową ofertą jest kredyt „Toyota Komfort”, przeznaczony głównie dla osób prowadzących działalność gospodarczą. W stałej miesięcznej racie kredytobiorca spłaca stałe odsetki, składkę ubezpieczenia (także od bezrobocia i straty finansowej) i koszty serwisowania. Na Zachodzie z tej oferty Toyota Banku korzysta co czwarty nabywca samochodu tej marki.

Fiat Bank Polska na auta z 2009 r. oferuje Kredyt 6,99 na okres do ośmiu lat, ze stałym oprocentowaniem, bez wpłaty własnej klienta, zaś PSA Finance Polska (samochody Peugeota i Citroëna) między

innymi Kredyt Lekko i Bezpiecznie do siedmiu lat, z oprocentowaniem od 8,09 proc. i bez wkładu własnego.

Jeśli chodzi o kupowanie aut używanych, transakcje, na których finansowaniu swoją pozycję zbudował Getin Bank, banki producenckie też nie chcą ustępować uniwersalnym. Choć wciąż 80 proc. obrotu takimi pojazdami odbywa się poza salonami dilerów, to np. Fiat Bank proponuje kredyt z oprocentowaniem od 3,99 proc., a Volkswagen Bank Polska chce przyciągnąć kupujących specjalnymi ofertami kredytów, jak np. Škoda Sprawdzone Auto, Volkswagen Select czy Audi Select Plus. Bank ten, podobnie jak Toyota Bank, próbuje walczyć z uniwersalnymi ich własną bronią, wprowadzając produkty typowe dla oferty banków uniwersalnych, z kontami osobistymi na czele, które można otworzyć u dilerów. Jak podaje Bogdan Grzybowski, z innych poza kredytem produktów banku Toyoty korzysta dziś 10–15 proc. nabywców aut tej marki.

Konkurencja rośnie, toteż niezależnie od tego, czy to banki uniwersalne zapędzą producenckie w kozi róg, czy też będzie odwrotnie, klienci salonów samochodowych już są wygrani. **■**