

„Der Einfluss von Online-Leasingportalen auf den Automobilhandel in Deutschland“

Über 800 Millionen Euro Umsatz hat der Marktführer von Leasingportalen mit online vermittelten bzw. abgeschlossenen Leasingverträgen im Jahr 2018 erzielt – Tendenz steigend. Der wachsende Internetvertrieb im Automobilmarkt mit Interesse an günstigen Leasingangeboten und die Nachfrage nach einer diesbezüglichen Markttransparenz haben im letzten Jahrzehnt sowohl einen zusätzlichen Vertriebsweg, als auch eine neue Konkurrenzsituation in der Automobilbranche geschaffen.

Die Betriebswirtsarbeit befasst sich inhaltlich ausgeprägt mit Leasingplattformen, deren Auswirkungen auf die beteiligten Parteien und der daraus resultierenden Zukunft des Automobilhandels. Auf Grund der inhaltlichen Eingrenzung dieser Arbeit werden den Themen Elektromobilität, Dieseldiagnostikskandal und Car Sharing nur geringe, dem Zusammenhang entsprechende Beachtung, gewährt.

Ziel der Arbeit ist es herauszufinden, welchen Einfluss Leasingportale auf den Automobilhandel haben und wie stark die Auswirkungen auf Hersteller, Verbraucher und Autohändler sind. Auch geht der Autor der Frage nach, welche Rolle Leasingplattformen in der Zukunft des Automobilhandels spielen und können Leasingportale dem stationären Automobilhandel sogar in Zukunft den Rang ablaufen?

Der Autor hat zu seinen wissenschaftlichen Erkenntnissen verschiedene repräsentative Studien verwendet um so die Forschungsfragen zu beantworten. Er kommt zu dem Entschluss, dass das Internet und somit auch Online Leasingportale in Zukunft der erste Vertriebsweg in der Automobilbranche sein werden und damit den Vertragshändler diesbezüglich ablösen. Dies ist sowohl aus den hohen Kostenersparnissen für den Hersteller abzuleiten, als auch dem Voranschreiten der Digitalisierung im Automobilhandel, was entscheidend für dessen Zukunft und somit auch die Leasingportale ist.