



Bild: © Industrieblick/Fotolia.com

Das Know-how für das Reifengeschäft erhalten die Werkstätten von ihren Konzeptgebern.

REIFENHANDELSKONZEPTE

Eine runde Sache

Konzeptionelle Unterstützung erhalten die freien Werkstätten nicht nur von ihren Teilegroßhändlern. Auch im Reifengeschäft gibt es Konzeptgeber, die ihre Werkstattspartner vom Einkauf über den Service bis zur Vermarktung der PneuS betreuen.

Eines gleich vorweg: Werkstattinhaber, die über die Mitgliedschaft in einem Reifenhändlerskonzept nachdenken, sollten auf jeden Fall Erfahrungen mitbringen. Das betrifft nicht nur die technische Seite wie die Montage. Auch in Sachen Reifenhändler sollte man fit sein, denn das ist bei (fast) allen Reifenhändlerskonzepten Grundvoraussetzung für die Mitgliedschaft.

Nicht allzu zimperlich sollten Interessenten sein, wenn es um die Höhe der Konzeptgebühren geht. Denn die sind – von Ausnahmen abgesehen – bei vielen Reifenhändlerskonzepten höher als beispielsweise bei den meisten Werkstattkonzerten des freien Reparaturmarkts. Das gilt vor allem für die zahlreichen Franchisesysteme. Aber auch in Partnerschaftskonzepten, die vor allem Reifengroßhändler anbieten, erheben die Konzeptgeber meist umsatzabhängige Gebühren oder rechnen Aufwände

für die Partner individuell nach der Nutzung der Konzeptangebote ab.

Nach Angaben des Bundesverbands Reifenhändler und Vulkaniseur-Handwerk (BRV) gibt es zurzeit 13 Kooperationen und Partnersysteme. Dabei unterscheidet der Verband in

- Konzepte der Reifenindustrie (Vergölst/Continental, First Stop/Bridgestone, Euromaster/Michelin),
- industriennahe Kooperationen (GDHS/Goodyear Dunlop, Driver/Pirelli oder MLX/Michelin) sowie in
- Konzepte des freien Reifengroßhandels und der freien Reifengroßhandelskooperationen (Com4Tires/Reifen Gundlach, Reifen1+/Pneuhage oder Point-S).

Nahezu alle Konzeptanbieter legen neben dem Reifengeschäft einen Schwerpunkt auf den Ausbau des Geschäftsfelds „Autoservice“. Denn Räder und Reifen allein, so die unausgespro-

chene Botschaft, werden in Zukunft nicht mehr ausreichen, um die erforderlichen Erträge für die notwendigen Investitionen in die Ausstattung und geschultes Personal zu sichern.

Ursache für den Wandel ist nicht allein das Internet. Auch der Reifenmarkt verändert sich, wie die BBE Unternehmensberatung in ihrer Studie „Reifenmarkt 2016“ festgestellt hat. So verzichten immer mehr Fahrzeugbesitzer auf die Montage von Sommer- und Winterreifen und kaufen stattdessen Ganzjahresreifen. Das veränderte Verbraucherverhalten bedeutet für die Reifenhändler – mittelfristig auch für die Werkstätten und Autohäuser – gravierende Veränderungen. Denn wer nur noch einen Satz Reifen über das gesamte Jahr fährt, kommt zweimal weniger pro Jahr in sein Autohaus oder seine Werkstatt. Damit gehen wichtige Kundenkontakte und Zusatzverkäufe verloren.

Viele Reifenhändlerskonzepte betreuen sehr erfolgreich Großkunden und sprechen mit ihren Services gezielt Flottenkunden an. Dazu gehören beispielsweise Konzepte wie „Mobile Fitting“, bei denen die Konzeptpartner mit vormontierten Kundenrädern zum Standort des Kunden fahren und Flottenfahrzeuge vor Ort umrüsten. Das erspart Wege- und Ausfallzeiten. Fast alle von uns befragten Konzeptgeber gaben an, dass sie ihren Partnern den Zugang zu Groß- und Flottenkunden eröffnen oder Fahrzeuge aus Flotten gezielt zu ihren Partnern steuern. Für Werkstätten des Franchisesystems Premio handelt die Zentrale dabei nicht nur Angebote und Dienstleistungen rund um Räder und Reifen aus. Die Verantwortlichen kümmern sich auch um die auf die jeweiligen Groß- und Flottenkunden zugeschnittenen Reparatur- und Serviceleistungen.

Grundsätzlich nennen alle Konzeptgeber das Thema Autoservice als einen wichtigen Baustein ihres Konzepts. Unterstützung und Professionalisierung erfahren die Partner hier vor allem durch Schulungs- und Weiterbildungsangebote für die Betriebsinhaber und Mitarbeiter. Aber auch Marketingkampagnen, die oft bundesweit und regional beworben werden, sollen die Partner in der Ansprache bestehender und neuer Kunden unterstützen.

Mehr Service rund um Reifen

Zwischen den Kfz-Werkstätten und Reifenhändlersbetrieben herrscht immer noch ein gefühltes Gefälle. „Das sind keine richtigen Werkstätten; die machen nur in Gummi“, war ein gut gepflegtes Vorurteil aus dem Kfz-Gewerbe. Doch die Zeiten ändern sich. Gut 28 Prozent aller Reifenhändlersbetriebe bieten heute laut BRV auch Fahrzeugreparaturen an. Für den Verband immer noch zu wenige.

Wie gut die Reifenspezialisten aufgestellt sind, die das gesamte Reparaturspektrum anbieten, zeigen zwei Reifenhändlersbetriebe, die es 2016 schafften, unter die Top Ten beim Deutschen Werkstattpreis zu kommen: ABS Auto Service aus Stuttgart und Auto und Reifenservice Reichle aus Ehingen. Beide Betriebe haben ihre Wurzeln im Reifengeschäft. Mit viel Engagement und konzeptioneller Unterstützung haben sie sich in den letzten Jahren zu erfolgreichen Allroundern für Reifen, Service und Reparaturen für alle Fahrzeugmarken entwickelt.

FRANK SCHLIEBEN

automechanik
FRANKFURT



Synergien, die bewirkt werden
11. – 15. 9. 2018

Ab 2018 findet die REIFEN parallel zu der Automechanik statt. Automotive Aftermarket und Flottenkunden präsentieren sich erstmals an einem gemeinsamen Messestandort Deutschland. Sie sich neue Märkte und Zielgruppen erschließen aus Industrie, Werkstatt und Handel erwarten Sie!

www.reifen-messe.de

Jetzt noch
bis 3.7.

