

Ganzjahresreifen

Schlaglichter auf ein wachsendes Produktsegment



Der Anteil verkaufter Ganzjahresreifen am Pkw-Reifenersatzgeschäft wächst: Ergebnisse aus der aktuellen BRV-Branchenbefragung TIX im 2. Quartal 2015.

Das Thema „Ganzjahresreifen“ stand jüngst auf der Tagesordnung des BRV-Arbeitskreises Betriebswirtschaft, nachdem die Reifenhersteller ihr Angebot in diesem Segment in den letzten Monaten auffällig aus- bzw. aufbauen (siehe hierzu auch die entsprechenden Beiträge in T&F 2 und 3/2015). Wie schon berichtet, waren sich die AK-Mitglieder einig, dass die Untersuchung der betriebswirtschaftlichen Aspekte dieser Entwicklung in nächster Zeit einer ihrer Arbeitsschwerpunkte sein wird. Im Fokus werden dabei die Fragen stehen: Ist mit zunehmendem Absatz von Pkw-Ganzjahresreifen und infolgedessen mit dem Verlust von Serviceerträgen im Reifenfachhandel zu rechnen? Welche Möglichkeiten zu deren Kompensation kann die Branche gegebenenfalls nutzen?

Wie die BRV-Mitgliedsunternehmen selbst das Thema Ganzjahresreifen einschätzen, hat die BBE Automotive im Auftrag des BRV im Rahmen des jüngsten Branchenindex TIX für das 2. Quartal 2015 erhoben. Die Auswertung wurde Ende Mai vorgelegt und am 1. Juni erstmals via VIP-Newsletter veröffentlicht. Hier noch einmal die zentralen Ergebnisse der Telefonbefragung einer repräsentativen Auswahl von 100 Reifenfachhandelsunternehmen aus dem BRV-Mitgliederstamm:

- Wie die Mitglieder des BRV-Arbeitskreises Betriebswirtschaft, so ist sich auch der Reifenfachhandel insgesamt einig: Ganzjahresreifen sind ein wachsendes bis stark wachsendes Marktsegment. Diese Beobachtung macht der Handel für den Markt insgesamt sowie auch für den eigenen Betrieb.
- Zum Zeitpunkt der Umfrage entfielen in den Reifenfachhandelsbetrieben fast zehn Prozent der Reifenverkäufe im bisherigen Sommergeschäft auf den Ganzjahresreifen. Gegenüber dem Sommergeschäft des Vorjahres war hier eine Steigerung zu verzeichnen.
- Der eindeutige Marktführer beim Ganzjahresreifen ist

Goodyear. Hankook und Vredestein werden als relevante Wettbewerber eingestuft, folgen aber mit beachtlichem Abstand auf den Ganzjahresreifen-Primus. Alle übrigen Marken werden tendenziell als nachgeordnet wahrgenommen. Fraglich ist jedoch, ob dieses Marktbild dauerhaft Bestand hat. Für die nähere Zukunft erwartet der Handel nämlich (deutlich) mehr Wettbewerb in diesem Segment.

- Der Ganzjahresreifen ist vor allem in städtischen Gebieten und bei eher durchschnittlicher bis geringer Laufleistung ein Thema, so die Einschätzung der Reifenfachhandelsbetriebe. Damit bestünde für den Ganzjahresreifen noch viel Potenzial.
- Hinzu kommt die zunehmende Penetration von RDKS, die den Trend zum Ganzjahresreifen nach Einschätzung vieler Betriebe weiter verstärkt.
- Für den Reifenfachhandel bedeutet dies, dass Kundenkontakte durch die Umrüstung verloren gehen. Immerhin jeder zweite Handelsbetrieb schließt sich dieser Sorge an. Auch ein deutlicher Rückgang beim Absatz der Sommer- und Winterreifen wird teils erwartet.

Die im Rahmen der Umfrage geäußerte Erwartung, dass die Reifenhersteller in naher Zukunft zunehmend um dieses Marktsegment konkurrieren werden, hat sich in dem Vierteljahr, das seit der Frühjahrssitzung des Arbeitskreises Betriebswirtschaft vergangen ist, durch neue Angebote bestätigt. Ohne Anspruch auf Vollständigkeit – hier zwei der jüngsten Marktzugänge:

- Mit dem Kinergy 4S bringt der koreanische Premium-Importreifenhersteller **Hankook** einen brandneuen, für europäische Straßenbedingungen entwickelten Allwetter-Spezialisten auf den Markt. „Die mittlerweile 4. Hankook Ganzjahresreifen-Generation soll Autofahrern in Europa

auch im Hinblick auf Klimawandel und künftige gesetzliche Vorschriften weiterhin eine Alternative mit ausgewogener Leistung und Sicherheit über alle Jahreszeiten bieten“, teilte das Unternehmen Ende Mai mit.

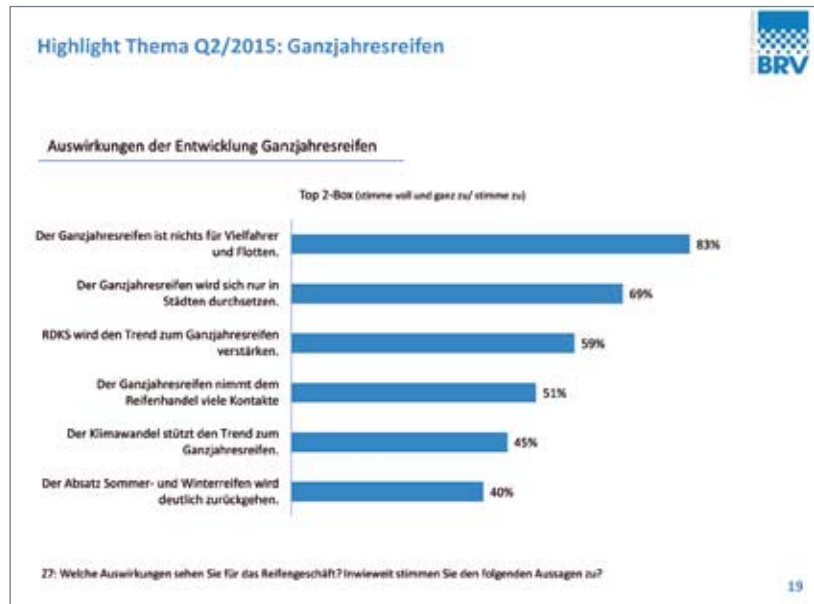
Die Markteinführung startete im 2. Quartal 2015, das Line-Up des erfolgreichen Vorgängermodells wird zunächst in insgesamt 45 Größen von 14 bis 18 Zoll der Serien 70 bis 40 und Laufflächenbreiten von 155 bis 255 in den Speedindices T, H bzw. V, teils auch als Extra-Load angeboten. Bei verschiedenen Modellen führender Fahrzeughersteller ist es bereits seit dem Marktstart in der Erstausrüstung verfügbar.

Der Namensbestandteil 4S steht für Four Seasons/vier Jahreszeiten, und die Positionierung ist klar: „Mit seinem neuem Ganzjahresreifen Kinergy 4S richtet Premium-Reifenhersteller Hankook sich auch weiterhin an qualitäts- und umweltbewusste Autofahrer, die auf den halbjährlichen Reifenwechsel, nicht aber auf ausgewogene Leistung und Sicherheit verzichten wollen oder müssen“, formuliert der Hersteller selbst in der Presseinfo zur Markteinführung des Modells. Und wei-



Abb.: Hankook

„Hochqualitative Option zum regulären Wechsel von Sommer- und Winterreifen“: So beschreibt Gangseung 'Tony' Lee, Hankooks Vize-Präsident für Marketing und Vertrieb in Europa, das neue Ganzjahresreifenmodell Kinergy 4S im Portfolio des Premium-Importreifenherstellers.



Der Ganzjahresreifen nimmt dem Reifenhandel viele Kontakte: Gut die Hälfte der Befragten stimmt dieser Aussage zu.

ter: „Der Kinergy 4S zeichnet sich durch seine besonders harmonischen Leistungseigenschaften über alle Jahreszeiten aus. Damit ist der Reifen bei zunehmend wechselhaften Witterungsbedingungen in Europa eine attraktive Alternative für die gesetzeskonforme Sicherstellung ganzjähriger Mobilität. Auch in Ländern mit saisonaler Winterreifenpflicht kann der mit M+S- und dem Schneeflocken-Symbol (ab 2018 auch in Europa für Winterreifen verbindlich) gekennzeichnete Reifen das ganze Jahr über gefahren werden.“

- Mitte Juni berichtete die Branchenzeitschrift NRZ, dass Reifengroßhändler Gewe aus Kaiserslautern im August die Markteinführung eines neuen Ganzjahresreifens der Marke **Atlas** startet. Die Produktränge des Modells Allseason Green 4S mit M+S-Kennung und Schneeflockensymbol umfasst 50 Dimensionen von 13 bis 18 Zoll im Pkw- und Lkw-Segment. „Der Atlas Allseason Green 4S bedient die hohe Endverbraachernachfrage nach preisgünstigen Reifen in einer Top-Qualität nun auch im stetigen Wachstumssegment der Ganzjahresreifen. Vermarktet wird dieser innovative Reifen ausschließlich über Gewe-Stützpunkthändler und damit nicht über die bekannten Onlineplattformen“, zitiert die Zeitschrift aus einer Information der Gewe Reifengroßhandel GmbH.

Fazit: Ob nun das wachsende Angebot, gepaart mit den entsprechenden Marketingmaßnahmen der Hersteller, die Nachfrage ankurbelt oder die Industrie mit dem Ausbau des Segmentes Ganzjahresreifen zeitnah auf eine bereits steigende Nachfrage reagiert – beides wird zu Substitutionseffekten bei reinen Pkw-Sommer- bzw. Winterreifen führen. Denn das Absatzpotenzial insgesamt im Pkw-Reifenersatzgeschäft wird durch den Ausbau des Segmentes nicht wachsen. Abgesehen davon, dass der BRV-Arbeitskreis Betriebswirtschaft das Thema wieder auf seine Agenda gesetzt hat, sollte sich der Reifenhandel deshalb auch unternehmensindividuell und standortbezogen Gedanken darüber machen, wie gegebenenfalls zu erwartende Rückgänge bei Produktabsatz und Service in den reinen Sommer- bzw. Winterreifensegmenten kompensiert werden können. Und das lieber früher als später.