

Neue BBE-Studie

BRV-Studie „Reifenfachhandel 2020“ wurde erweitert und aktualisiert

von Wolfgang Alfs, Geschäftsführer BBE Automotive GmbH, Köln

In der aktualisierten und deutlich erweiterten Ausgabe der Studie „Der Markt für Pkw-Ersatzreifen in Deutschland 2016“ hat BBE Automotive in enger Abstimmung mit dem BRV die aktuelle Lage des Reifenmarktes untersucht und analysiert.

Zwei Themen der Studie sollen hier exemplarisch einmal herausgestellt werden:



Stellt im Beitrag zwei Themen der aktualisierten Pkw-Reifenstudie exemplarisch heraus: Wolfgang Alfs, Geschäftsführer BBE Automotive GmbH, Köln.

Alle Abb.: BBE Automotive

1. Der Markt für Ganzjahresreifen: Entwicklung und Folgen für den Reifen(fach)handel

In den vergangenen Jahren wurde der Ganzjahresreifen eher ignoriert. Statistisch gesehen wurde er den Sommerreifen zugeschlagen und damit seine steigende Bedeutung kaum wahrgenommen. Tatsächlich aber wurden bereits 2011 über drei Millionen Ganzjahresreifen verkauft, in diesem Jahr werden es sechs Millionen sein. Der Bestandsanteil ist mittlerweile zweistellig, in den Großstädten der nördlichen Hälfte der Bundesrepublik sind Werte jenseits der 20 Prozent zu messen. Die Gründe für diese Entwicklung sind offensichtlich. Der Kunde spart Zeit und Geld, lästiges Umrüsten und Einlagern, der Stress des Umrüstgeschäfts inklusive Terminierung und Wartezeiten entfällt; ausbleibende Winter lassen den Kunden die Notwendigkeit von Winterreifen bezweifeln.

Dazu verdrängt der Ganzjahresreifen auch das ganzjährige Fahren von Sommerreifen im Winter und von Winterreifen im Sommer. Diese eher kleinen Gruppen haben sich bereits in der Vergangenheit das Umrüsten erspart.

War das Ganzjahresreifengeschäft früher eindeutig dem Reifenersatzgeschäft zugeordnet, so ändert sich auch dieses: Der Ganzjahresreifen ab Werk ist keine Ausnahme mehr. Es ist eine zunehmende Tendenz der Kunden erkennbar, das Neufahrzeug ab Werk mit Ganzjahresreifen auszurüsten zu lassen. Zu

sehen ist hier auch eine zunehmende Integration des Ganzjahresreifens in die Fahrzeug-Konfiguratoren der Hersteller. Der Anteil an Neufahrzeugen mit Ganzjahresreifen ab Werk ist mittlerweile fast zweistellig.

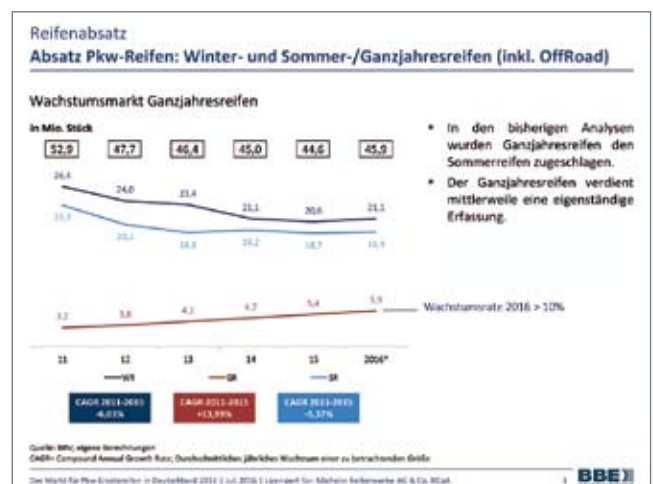
Dieses hat erst einmal für die Autohäuser Konsequenzen. Sie verlieren die Möglichkeit des Zusatzverkaufs von Winterreifen und Felgen beim Neuwagenverkauf und damit die häufig genutzte Manövriermasse bei den Preisverhandlungen, sie verlieren die Umrüstkontakte zum Kunden, sie verlieren die Reifenservice- und Cross Selling Umsatzchancen.

Das mündet erst einmal in einer geringeren Kundenbindung. Gleichzeitig machen die Autohäuser aber auch in diesen Fällen den Reifenmarkt für den Wettbewerb dicht. Ganzjahresreifenfahrer haben bei ihrer geringeren Jahresfahrleistung in den ersten drei Jahren nach Neuwagenkauf keinen Reifenbedarf.

Dieses trifft auch den Reifenfachhandel, der einen wesentlichen Teil seines Reifengeschäfts mit neuen Pkw (Winterreifen) und neuwertigen Fahrzeugen (Sommerreifen) macht, sowohl im Reifenverkauf als auch im Reifenservice. Der Rückgang des Felgengeschäfts sollte dabei auf keinen Fall vergessen werden.

Ganzjahresreifen im Reifenersatzgeschäft:

Der Abverkauf von Ganzjahresreifen unterliegt auch den bekannten saisonalen Schwankungen, diese sind aber bei weitem nicht so extrem wie bei Sommer- und Winterreifen.



Wachstum im Segment Ganzjahresreifen: Welche Konsequenzen das für den Reifenfachhandel hat, untersucht die aktualisierte BBE-Studie.

Dieses führt zu einer Entzerrung des Reifengeschäfts. Der Handel hat damit mehr Zeit für den Kunden außerhalb der Saisonspitzen, die es unbedingt zu nutzen gilt. Kompensation von Reifen-Serviceumsätzen durch Autoservice-Umsätze ist besonders hier angesagt.

2. Autohäuser bauen das Reifengeschäft weiter und systematisch aus



Auch ein Thema in der neuen Studie: Reifengeschäft im Autohaus und wie der konkurrierende Vertriebskanal Reifenfachhandel darauf reagieren kann.

Das waren noch Zeiten, als Autohäuser das Reifengeschäft gerne und freiwillig dem Reifenfachhandel überlassen haben. „Halb zog sie ihn, halb sank er hin“ (Johann Wolfgang von Goethe: Der Fischer) – nach diesem Motto verlief der dann folgende Paradigmenwechsel bei den Autohäusern. Der „sanfte“ Druck der Industrie, die bröckelnde Kundenbindung und Loyalität, der deutliche Rückgang der Werkstattjobs machten das Reifengeschäft erst interessant. Im Mittelpunkt stehen dabei eindeutig Kundenbindung und der Zusatzverkauf von Werkstattleistungen. Die Rendite/der Rohertrag des reinen Reifengeschäfts treten dabei eindeutig in den Hintergrund. Bevorzugt wird der Verkauf von Kompletträdern, die vormontiert angeliefert werden.

Autohäuser haben ihren Marktanteil in den letzten Jahren kontinuierlich ausgebaut und werden diesen Markt auch weiter aktiv bearbeiten. Mittlerweile wird bei jedem zweiten Neuwagenverkauf ein Satz Winterkompletträder direkt mitverkauft, Tendenz: weiter steigend.

Wo liegen hier die Ansatzpunkte für den Reifenfachhandel?

Er **kann** lokaler Reifenservicepartner für Autohäuser sein. Werkstattmitarbeiter in Autohäusern sind in der Regel deutlich teurer als Mitarbeiter im Reifenfachhandel, häufig zu teuer für das Reifengeschäft. Hier ergeben sich Win-Win-Situationen und der Reifenfachhandel kann Dienstleister für Autohäuser

sein wie es aktuell auch Karosserie-/Lackbetriebe, Glasspezialisten oder Aufbereiter vormachen.

Er **muss** aktives Kundenmarketing betreiben, er muss in den Kundenkontakt treten und Kunden binden. Wenn der Kunde einen Neuwagen kauft, muss dieser verinnerlicht haben, dass er für Reifen einen perfekten Partner hat, der ihm alle Probleme rund um Reifen abnimmt und löst. Wer zum Zeitpunkt des Neufahrzeugverkaufs nicht im „Relevant Set“ der Käufer für Reifen ist, hat auf Jahre erst einmal verloren.

Kernzielgruppe sind hier kleinere Fuhrparks, die lokal betreut werden müssen. Spätestens hier wird „Mobile Fitting“ wieder ein Thema, nicht nur für die Fahrzeuge des Fuhrparks, sondern auch für weitere Fahrzeuge der Mitarbeiter dieser Firmen.



Infobox

Die komplette 140-seitige Studie „Der Markt für Pkw-Ersatzreifen in Deutschland 2016“ kann als lizenziertes PDF-Dokument zum Preis von 2.500 € direkt über die BBE Automotive GmbH bezogen werden. In dem Preis sind eine Präsentation und die Durchsprache der für den Bezieher der Studie besonders relevanten Ergebnisse enthalten. Gegenüber der ersten Studie (Reifenfachhandel 2020, veröffentlicht 2013) finden folgende Aspekte besondere Beachtung:

- **Firmenwagen:** Wer fährt Firmenwagen, wie ist der Markt strukturiert?
- **Kunden:** Wie ist das Markenbewusstsein der Verbraucher, welche Bedeutung haben die einzelnen kaufentscheidenden Kriterien?
- **Wettbewerb:** Wie entwickeln sich die Vertriebskanäle?

Ende des Jahres wird eine kompakte Handlungsfassung vorliegen und dem Reifenfachhandel angeboten.



Der Markt für Pkw-Ersatzreifen in Deutschland 2016

Erweiterte und aktualisierte Ausgabe der BRV-Studie Reifenfachhandel 2020

Köln, Juli 2016

