

## Kurzgefasst.

### Trotz starker Kennzahlen konstante Cooper-Quartals- dividende

Obwohl die Cooper Tire & Rubber Co. vergleichsweise starke Kennzahlen für die drei Monate April bis Juni vorgelegt hat bzw. einen neuen Quartalsrekord beim operativen Gewinn verzeichnen konnte, bleibt in Sachen Dividendenausschüttung für die Aktionäre des US-Reifenherstellers alles wie bei der vorherigen. Das heißt: Auch die mittlerweile nun schon 178. Quartalsdividende des Unternehmens in Folge wird wieder bei 10,5 US-Cent je Anteilsschein liegen. Gezahlt wird sie demnach am 30. September an Aktionäre, die zum Stichtag 2. September als Besitzer von Wertpapieren des Konzerns registriert waren. *cm*

### Michelin beginnt die Bauarbeiten zum neuen Reifenwerk in Mexiko

Knapp sechs Wochen nach der Ankündigung, Michelin würde in Mexiko ein neues Pkw-/LLkw-Reifenwerk bauen, haben Ende August in León im zentralmexikanischen Bundesstaat Guanajuato die Bauarbeiten offiziell begonnen. Wie der Hersteller dazu mitteilt, habe CEO Jean-Dominique Senard gemeinsam mit hochrangigen Vertretern Mexikos den Grundstein für das 69. Werk des Michelin-Konzerns weltweit gelegt. Michelin wolle die Bauarbeiten bis Ende 2018 abschließen und danach die Produktion auf jährlich rund vier bis fünf Millionen Reifen hochfahren. Wie der Hersteller weiter mitteilt, sei für die Errichtung der Fabrik eine Investition in Höhe von 450 Millionen Euro notwendig; es entstehen rund 1.000 Arbeitsplätze. Michelin will in León vorwiegend HP-/UHP-Reifen für den wachsenden nordamerikanischen Markt produzieren. *ab*

## „Task Force“ für den Reifenhandel: Unternehmen fit für die Zukunft machen

Die Zeiten sind nicht gerade rosig für den bundesdeutschen Reifenhandel. Wer in diesem Umfeld Erfolg haben möchte, müsse alle Optimierungspotenziale an seinem Standort nutzen, so der Bundesverband Reifenhandel und Vulkaniseurhandwerk (BRV). Um Unternehmen fit für die Zukunft zu machen, haben der BRV und die Unternehmensberatung BBE Automotive ein Beratungsangebot mit dem Namen „Task Force“ ins Leben gerufen. Genutzt hat es unter anderem Reifen Schäfer aus Kenn bei Trier. Geschäftsführer Rolf Schäfer ist zufrieden: „Wir hätten selbst nicht gedacht, dass unser Geschäftskonzept noch so viel Optimierungsbedarf bietet.“

**R**olf Schäfer wollte die Optimierungspotenziale nutzen, nachdem er an einem vom BRV angebotenen Workshop auf der „Reifen 2016“ teilgenommen hatte. Also beauftragte er die „Task Force“ der Kölner Unternehmensberatung BBE Automotive mit einem Einsatz in seinem Unternehmen. Hier wird genau geschaut, der regionale Marktanteil berechnet und individuelle Handlungsstrategien werden entwickelt. „Dabei versprechen wir, dass jeder Betrieb, der sich diesem Audit unterzieht, mehrere sofort umsetzbare ‚Quick Wins‘ finden wird, auf die er bisher nicht gekommen ist“, stellt BBE in Aussicht, dessen „Task-Force“-Kernteam aus den Beratern Martin Berning, Gerd Heinemann und Stephan Jackowski besteht.

Reifen Schäfer wurde 1975 von Marlene und Rudolf Schäfer gegründet. Das Familienunternehmen in zweiter Generation hat heute 25 Mitarbeiter, ist HMI-Partner der Kölner Reifenhandelskooperation GDHS und BRV-Mitglied und setzt neben den Schwerpunkten Lkw-, EM- und Industriereifen auch auf die Vermarktung von Pkw-Reifen, Autoservice, Pannenservice und mehr. „Es gibt fast nichts, was wir nicht machen“, sagt Rolf Schäfer, den dabei aber stets die Frage umtreibt: „Was können wir besser machen?“

Und genau dieser Frage wurde nachgegangen. Heraus kam: Insbesondere der Angebotsbereich Autoservice könne weiter professionalisiert werden. „Das Konzept ‚Alles aus einer Hand‘ soll konsequent gelebt werden, die Kommunikation dazu ausgebaut werden“, resümiert Rolf Schäfer. Eine Fülle von Ansatzpunkten hierfür wurde formuliert und zum Teil schon in die Praxis umgesetzt. Die Öffnungszeiten wurden beispielsweise geändert und der Autoservicebereich umstrukturiert. Auch die Verbesserung des Transports der Botenschaft „Reifenhandel macht auch Autoservice“ durch Kommunikation aller Mitarbeiter, Forcieren von kleinen Fahrzeugen oder Zweitfahrzeugen, gezielte Akquisition von kleineren Flottenkunden, Verstärkung des Außendienstes Lkw/Pkw sind angeschoben.

Die Saat ginge sukzessive auf, heißt es in einer Mitteilung vom BRV. Rolf Schäfer sei ebenso überrascht wie zufrieden über die Ergebnisse. „Wir können nur jedem empfehlen, sein Unternehmen einmal von einem externen Branchenkenner unter die Lupe nehmen zu lassen. Wichtig ist, dass Fehler, die man täglich macht, auf ein Minimum begrenzt werden und man am Ende des Tages einen zufriedenen Kunden hat.“ Natürlich setze dies auch eine gewisse Kritikfähigkeit voraus, doch damit habe der Reifenhändler kein Prob-



Rolf Schäfer setzte auf die „Task Force“, um seinen Betrieb für die Zukunft fit zu machen

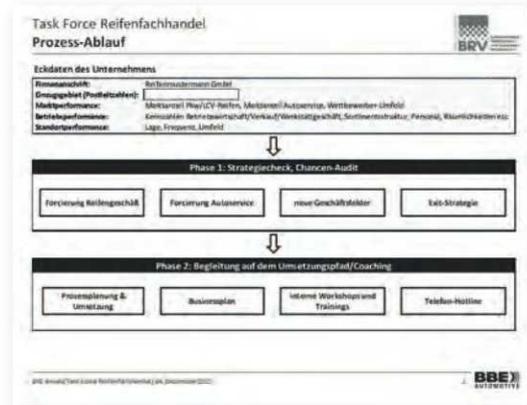


lem. „Auch in unserem Unternehmen laufen einige Dinge, die nicht gut sind. Da kann eine schonungslose Kritik helfen, denn wir wollen ja besser als der Wettbewerb sein“, so Schäfer.

Der Aufwand für einen „Task-Force“-Einsatz sei überschaubar: Die Berateranalyse setzt voraus, dass der Auftraggeber vorab bestimmte Kennzahlen und Informationen über Abläufe im Unternehmen zuliefert. „Wenn diese dem Unternehmer bekannt sind, ist das in zwei Stunden erledigt“, berichtet Rolf Schäfer. Es folge eine eintägige Analyse und Beratung durch den Coach vor Ort. Den Arbeitseinsatz für die anschließende Umsetzung der hierbei erstellten To-do-Liste beziffert der Unternehmer auf etwa drei Tage. Hinzu kommen bislang noch etwa zwei Tage für interne Gespräche und Schulungen. Die Umsetzungsphase dauere aber noch an und sei am Anfang ein ständiger Prozess, der immer wieder nachjustiert werden müsse. Rolf Schäfer: „Die Kosten, die für den Einsatz der ‚Task Force‘ zu tragen sind, amortisieren sich bei entsprechender Umsetzung in kürzester Zeit.“

Auch zufrieden zeigt sich der BRV. „BBE ist aktuell mit zahlreichen BRV-Mitgliedern über einen Einsatz der ‚Task Force‘ im Gespräch“, berichtet der Verbandsvorsitzende Peter Hülzer. „Wir sind sehr zuversichtlich, dass unmittelbar nach der M+S-Saison weitere praxisnahe Beratungen erfolgen werden und sich der Reifenfachhandel auch auf diesem Wege fit für die Zukunft machen wird.“ Kontakt und Informationen: BBE Automotive, Gerd Heinemann, gheinemann@bbe-automotive.de, Telefon +49/(0)221/93655-0.

CS



Der Aufwand für einen „Task-Force“-Einsatz ist überschaubar

The advertisement features a Bentley Continental GT driving through a snowy landscape. In the foreground, a large, detailed image of a Rotalla winter tire is shown. The background includes a snow-covered stone archway and other vehicles like a snowmobile and a motorcycle. The text "winter tyre" is in the top right, "Rotalla" is in large white letters across the middle, and "www.enjoytyre.com" is below it. The slogan "Get A Grip!" is written in a large, blue, italicized font on the right side.