

AUTOHAUS



WIEVIEL SIND IHNEN
SIEBEN METER BREMSWEG
WERT?

GANZJAHRESREIFEN

Seit über drei Jahren steigen die Neuwagenzulassungen in Deutschland. Trotz neuer Rekordzahlen liefert das Fahrzeuggeschäft dem Handel eine relativ schwache Rendite. Dass verstärkt mehr Fahrzeuge auf die Straßen kommen, drückt sich damit vor allem in höheren Umsätzen aber nicht im Ergebnis aus. Der Verfall bei den Dieselrestwerten wird das Fahrzeugergebnis zusätzlich belasten. Fakt, ist also, dass im Neuwagenverkauf zu wenig verdient wird. Damit bleibt das After-Sales-Bereich der Renditebringer Nummer 1. In der Werkstatt wird weiterhin das Geld verdient. Allerdings sind hier die erzielten Umsätze pro Auto aufgrund der gestiegenen Fahrzeugqualität (es geht nichts mehr kaputt) und verlängerter Intervalle seit Jahren rückläufig. Neue Geschäftsfelder lassen sich nur mühsam erschließen. Es geht also darum, dass bestehende Geschäft zu erhalten und dazu zählen definitiv Reifen und Räder. Bisher war es üblich, dass der Kunde aufgrund der Wechselintervalle zwei Mal mit seinen Rädern ins Haus gekommen ist. Diese sicheren Umsätze sind jetzt auch in Gefahr. Die Bedrohung kommt vom Ganzjahresreifen, der bewirkt, dass Räder nur noch gewechselt werden müssen, wenn Sie abgefahren oder beschädigt sind. Damit geht nicht nur ein zweimaliger natürlicher Kundenkontakt verloren, sondern auch die Chance lebensnotwendige Umsätze vor allem im Service zu generieren. Damit wird die Loyalität zum Autohaus insgesamt nachlassen. Die vorliegende Broschüre klärt deshalb über den Einsatz von Ganzjahresreifen auf, die in bestimmten Situa-



tionen sicher ihren Nutzen haben, die aber auch für den Kunden kein Allheilmittel darstellen – im Gegenteil, es kann sogar gefährlich werden. Es werden fundierte Argumente geliefert, die im Kundengespräch sehr nützlich sein können.

RALF M. MEUNZEL
CHEFREDAKTEUR AUTOHAUS

AUTOHAUS

Sehr geehrte Leserinnen und Leser,

das Segment für **Allwetterreifen** durchlebt seit einigen Jahren eine anhaltend positive Entwicklung. Auch wenn sich die **Absatzzahlen** für Winterreifen und Räder durch die gesetzlichen Vorgaben in ungeahnte Höhen schraubten, entwickelten sich die **vermeintlichen Alleskönner** inzwischen ebenfalls zu einer beachtlichen Größe am Markt. So bergen Ganzjahresreifen durchaus Relevanz für das saisonale Geschäft des automobilen Einzelhandels, um Kunden alles rund um Räder und Reifen zu bieten. In dieser Broschüre finden Sie zahlreiche Informationen zum Status der derzeitigen **Absatzsituation** und dem daraus resultierenden **Trend**. Außerdem erfahren Sie Wissenswertes zu **Zukunftsprognosen der All Season Produkte** und wie sich deren Leistungsfähigkeit in **Pro und Contra** widerspiegeln. Abgerundet haben wir dieses Nachschlagewerk mit **Argumentationshilfen** für eine professionelle Beratung gegenüber Ihren Endkunden. Informieren Sie sich gerne, um Ihren Kunden sichere und wirtschaftliche Fahrten durch die Saisonzeiten zu ermöglichen.

**EINE ANGENEHME LEKTÜRE WÜNSCHT IHNEN
IHRE RR TEAM GMBH**



Sehr geehrte Damen und Herren, liebe Kunden und Kollegen bei den Fahrzeugherstellern und in den Autohäusern,

das Thema Ganzjahresreifen hat in den letzten 2-3 Jahren, getrieben durch massive Marketingausgaben einiger Reifenhersteller, deutlich an Marktanteil gewonnen und wächst weiter. Grund für uns, die Auswirkungen auf den Markt, das Servicegeschäft in den Autohäusern und auch auf den Endkunden einmal genauer zu betrachten.

Auf den folgenden Seiten haben wir versucht, diese Auswirkungen einzuschätzen und Ihnen Argumentation und Handlungsoptionen an Hand zu geben.

Fakt ist, dass der Ganzjahresreifen gegenüber dem Sommer- und Winterreifen ein Produkt ist, dass von allem etwas aber nichts wirklich richtig kann.

Für bestimmte, eng umrissene Einsatzzwecke, mag dieses Leistungsvermögen ausreichend sein. Trotzdem muss sich jeder fragen, ob er beim Sicherheitskriterium „Bremsweg“ bereit ist, wegen minimaler Kosteneinsparung Kompromisse einzugehen.

Unbestritten ist, dass dem Endverbraucher, für den ein Reifen trotz hoher Sicherheitsrelevanz ein „low interest product“ ist, mit genügend Marketingdruck nahezu „alles“ verkauft werden kann. Es liegt an Ihnen, durch kompetente, individuelle Beratung das richtige Produkt und die richtigen

Sicherheitsreserven zu verkaufen, sich damit im Markt zu differenzieren und den Kunden langfristig an Ihren Service und Ihr Haus zu binden!

Weiterhin betrachten Sie bitte die Auswirkungen auf Ihr Servicegeschäft ganz genau und auch vor diesem Hintergrund – und nicht nur wegen der Sicherheitsreserven für Ihre wertvollen Kunden in kritischen Fahrsituationen – lohnt es sich im Verkaufsgespräch dem Kunden die optimale Lösung intensiv zu erklären und schließlich zu verkaufen.



Kleiner Tipp zum Schluss, suchen Sie sich für die Vermarktung Ihrer Sommer- und Winterreifen die richtigen Partner, die Sie bei dieser Aufgabe aktiv in allen Bereichen rund um das Reifen- und Rädergeschäft unterstützen und die auch die Bedeutung des Reifen- und Rädergeschäftes für Ihr gesamtes Servicegeschäft kennen und im Blick haben.

ARNO BACH
GESCHÄFTSFÜHRER
RR TEAM GMBH



INHALT

TRENDS UND FAKTEN ZU GANZJAHRESREIFEN:

- 9 Verhalten und Veränderung des Klimas
 - 13 Entwicklung im Produktsegment der Ganzjahresreifen
 - 19 Marketing der Hersteller
 - 20 Testergebnisse bezüglich der Produktqualität
 - 22 Pro und Contra der Allwetterreifen im Vergleich zu Sommer-/Winterreifen
-

AUSWIRKUNGEN UND ZUKUNFTSTHESEN FÜR DAS AUTOHAUS UND DEN ENDKUNDEN

ARGUMENTATIONSHILFEN UND VERKAUFSOPTIMIERUNG FÜR VERTRIEB UND SERVICE

IHR KONTAKT ZU UNS

