

Euphorie wäre zu viel gesagt

Keine schlechten Aussichten gibt es aus der Warte der heimischen Spitzenvertreter der Reifenindustrie in der bevorstehenden Sommersaison. Zu Jubel besteht allerdings kein Anlass.



Roland Welzbacher



Thomas Körpert



Mitchell Peeters



Andy Davis



Christian Mielacher

Roland Welzbacher, Geschäftsführer von **Semperit** sagte zum Geschäftsverlauf: „Im Gegensatz zu den negativen Erwartungen war er besser als im Vorjahr. Die Saison wurde vorgezogen, das Geschäft konzentriert sich auf einen kürzeren Zeitraum. Teilweise gab es Lieferprobleme, da sich alle Werke auf Marktrückgang eingestellt hatten. Wir danken daher den Kollegen aus der Produktion, die mit Engagement die Situation vergleichsweise gut bewältigt haben und unseren Kunden für ihre Flexibilität.“ Was die Zukunft betrifft, gehe Semperit/Continental größtenteils von „Business as usual“ aus. Die weiter angespannte Wirtschaftslage erfordere von allen Beteiligten verstärkte Anstrengungen. Welzbacher wörtlich: „Es wird sicher hart, aber wir rechnen mit einem guten Jahr.“ Zur Strategie seines Hauses sagte er: „Wir fühlen uns der kontinuierlichen Verbesserung verpflichtet, sowohl bei Produkten als auch bei Service. Trotz steigenden Kostendrucks wird das persönliche Service weiter ausgebaut.“ An die Branche richtete er die Empfehlung, nicht Aktionismus, sondern Nachhaltigkeit als Ziel anzustreben.

Thomas Körpert, Geschäftsführer von **Vredestein Apollo** in Österreich, sagte, „das Jahr 2009 war gut“. Auf ein mattes Sommerreifengeschäft sei ein „völlig irres Winterreifengeschäft“ gefolgt. Die Verfügbarkeit der Produkte, das Ergebnis des ÖAMTC-Tests sowie Service und Dienstleistung haben Vredestein ein überproportional gutes Ergebnis beschert. Im bevorstehenden Frühjahr- und Sommergeschäft rechnet Körpert mit dem Niveau des Vorjahres. An der Preisfront werden die Überkapazität in der Erstausrüstung und die Entspannung auf den Rohstoffmärkten zu spüren sein. Die Strategie von Vredestein ist darauf angelegt, mit dem in puncto Rollwiderstand und Abrollgeräusche optimierten Designer-Reifen Cento (Geschwindigkeitsindices W und Y) im Premiumbereich zu punkten. Darüber

hinaus steht Körpert ein umfassendes Sortiment zur Verfügung, das 98 Prozent aller Pkw- und Leicht-Lkw-Anwendungen abdeckt. Dem Fachhandel und den Autohäusern rät Vredestein, auf die Erträge zu achten. In der Krise habe sich gezeigt, dass die Kunden weniger auf Billigangebote und mehr auf ein angemessenes Preis-Leistungs-Verhältnis achten.

Grün auch im Budgetsegment

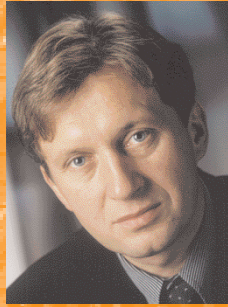
Mitchell Peeters, Geschäftsführer von **Goodyear Dunlop Tires Austria**, spricht von einem unerwartet guten Wintergeschäft. Mit der Steigerung des Markts um 10 Prozent habe sein Haus mithalten können. Ohne Engpässe in der Verfügbarkeit nach der Veröffentlichung des ÖAMTC-Tests wäre sogar mehr möglich gewesen. Nach dem ebenfalls zufriedenstellenden Gesamtjahr glaubt Mitchell an ein relativ starkes Sommergeschäft, weil mit einem hohen Ersatzbedarf bei vor drei, vier Jahren zugelassenen Pkws zu rechnen sei. Zur Festigung der eigenen Position setzt Mitchell auf ein marktgerechtes Sortiment und hohe Verfügbarkeit. Zudem werden vom Markt besonders gut angenommene Produkte wie der Goodyear Efficient Grip in wesentlich mehr Dimensionen als im Vorjahr verfügbar sein. Neben dem perfekten Produktlineup mit den Marken Goodyear und Dunlop punktet das Haus mit Fulda. Im Budgetsegment wird neuerdings die ergrünte Marke Sava besonders forciert. An den Handel richtet der GDТА-Chef den Appell, Sommerreifen rechtzeitig einzulagern, denn es gelte das Prinzip, wer zuerst kommt, mahlt zuerst.

Andy Davis, Geschäftsführer von **Bridgestone Austria**, registriert einen positiven Verlauf des Wintergeschäfts für die Branche und Bridgestone. Insgesamt habe die Lieferfähigkeit sich als Problem der gesamten Branche erwiesen. In dem Rahmen habe Bridgestone anerkanntermaßen

verhältnismäßig gut abgeschnitten. Was das Sommergeschäft angeht, zeigt sich Davis optimistisch. Es seien keine Anzeichen zu erkennen, weshalb der Absatz stocken sollte. Allerdings habe die Branche noch einigen Erklärungsbedarf, um den Kunden die Vorzüge von Sommerreifen in vollem Umfang klar zu machen. Die eigene Marktposition trachtet Bridgestone im Frühjahr mit zwei neuen Produkten zu festigen: einerseits einem Top-Image-Reifen mit extremen Niederquerschnitt für Spitzensportfahrzeuge und andererseits dem in nahezu allen Dimensionen verfügbaren Turanza ER300 Ecopia mit geringem Rollwiderstand und ökologischer Optimierung. Als Botschaft an den Markt versteht Davis die Aussage, dass es sich auszahlt, mit Bridgestone wegen folgender Stärken zu kooperieren: Logistik und Lieferfähigkeit; Konzept für Wachstum und Preisgestaltung; langfristige Partnerschaften für ein flächendeckend solides Geschäft in Österreich.

Verfügbarkeit als springender Punkt

Christian Mielacher, Geschäftsführer von **Pirelli** in Österreich, sagte: „Für den Handel sollte das abgelaufene Wintergeschäft sehr zufriedenstellend gewesen sein. Die Lager haben sich geleert und aufgrund der starken Nachfrage war es möglich, die kalkulierten Margen zu halten bzw. zu steigern. Für die Industrie war es ein Auf und Ab. Die Lieferfähigkeit hat über den Erfolg entschieden und nicht unbedingt die Markenpolitik des einzelnen Händlers.“ Laut Mielacher wird die Verfügbarkeit in der Frühjahr-/Sommer-Saison ebenfalls der Schlüssel zum Erfolg. Dies gelte für alle Beteiligten. Was die eigenen Anstrengungen angeht, sagte der Geschäftsführer: „Pirelli setzt auf die Grüne Linie. Mit der neuen Cinturato Linie 4, 6 und 7 hat Pirelli das richtige Produkt für den heutigen Bedarf.“ Pirelli werde großes Augenmerk auf die Verfügbarkeit legen, denn sie sollte über Erfolg oder Misserfolg entscheiden. Der Branche empfiehlt Mielacher, die Kommunikation zwischen Handel und Industrie zu verbessern, um die Bedürfnisse des Marktes und der Endverbraucher schneller zu erkennen. **Michelin**-Verkaufsleiter **Günther Wiener** sagte zum abgelaufenen Wintergeschäft: „Wir haben den Sellin-Markt unterschätzt und sind positiv überrascht. Das Sellout dürfte nach Aussagen unserer Kunden bei plus 5 Prozent liegen. Somit ist ein höheres Lager beim Handel zu befürchten. Der starke Winter im Jänner dürfte jedoch für gute Abverkäufe gesorgt haben.“ Was das Sommergeschäft angeht, setzt Wiener auf neue Produkte der Marken Michelin und Kleber. Ein steigender Ersatzbedarf in W, Y und Z sowie



Günther Wiener



Sonja Eckhart

4X4 werde mögliche Minderungen kompensieren. In dem Zusammenhang verweist er auf den neuen Michelin Pilot Sport 3, der im spanischen Almeria vorgestellt wurde (siehe Seite 24). Der Branche empfiehlt Michelin, sich im zweiten Krisenjahr darauf einzustellen, dass die Konsumenten sich verstärkt auf Premiumprodukte konzentrieren. Michelin sei mit rollwiderstandsarmen Reifen die richtige Entscheidung. Und ein stabiles Pricing Sorge für eine ruhige Vermarktung und dringend notwendige Margen für den Handel.

Laut **Kumho**-Marketing-Manager **Sonja Eckhart** war das abgelaufene Wintergeschäft aus der Sicht ihres Hauses zufriedenstellend. „Wir konnten eine leichte Steigerung gegenüber dem Vorjahr verzeichnen.“ Für 2010 sei die Einschätzung schwierig. Sie geht davon aus, dass der bereits im Winter gezeigte leichte Aufwärtstrend möglicherweise auch im Frühjahr anhält. Punkten will Eckhart mit der Reaktion von Kumho auf die Herausforderungen, ökologische Reifen zu entwickeln. Diesen Anforderungen entspricht Kumho in der Sommersaison mit dem neuen KH19 ecowing, der eine deutliche Absenkung des Kraftstoffverbrauchs und gleichzeitig ebenso hohe Laufleistung wie hervorragende Bremsleistungen auf nasser Straße garantiert. ● (LHO)




REIFEN-AUTOSHOP

Der Top-Großhändler im Raum Wien

40.000 Reifen – PKW, SUV, 4x4, C-LKW – in fast allen Original-Reifenmarken und -größen

10.000 Alcar-Alu + Stahlräder – Stadtlager

Lieferung Montag bis Freitag:

- Wien 2 x täglich
- Raum Baden, St. Pölten, Krems, Weinviertel 1 x täglich
- Samstagsabholung – Botendienst

laufend Nettopreise

37 Jahre führend in Ost-Österreich!

Klosterneuburg, Inkastraße 20
Tel.: 02243/322 20
Mo bis Fr 8 – 18 Uhr, Sa 9 – 13 Uhr



Standauskunft und Bestellung täglich 24 h
unter www.fleischmann-reifen.at