

Frohes und ehrliches Gelingen



Österreichs Reifenmarkt 12/09 zu 12/08

Menge 2009+/- in %

Pkw Notlauf total	36.38222,2
Pkw Sommer R/S/T	385.876-14,8
Pkw Sommer H	482.009-4,8
Pkw Sommer V	321.310-4,5
Pkw Sommer W/Y/Z	315.6586,3
Pkw HP Sommer (H, V, W/Y/Z total)	1.118.977-1,8
Pkw Sommer total	1.504.853-5,5
Pkw Spezial (Oldtimer usw.)	4.906-17,8
Pkw Winter Standard	2.403.4869,2
Pkw Winter HP	600.54315,0
Pkw Winter total	3.004.34610,3
Pkw total	4.514.1074,5
4x4 total	229.6353,8
LLkw total	437.3810,4
4x4/LLkw total	667.0161,6
Pkw und LLkw total	5.217.5054,2
Lkw total	224.477-14,9
Anhänger	52.051-5,9
Antrieb Radial	26.707-3,2
Antrieb Diagonal	11.687-1,2
Agrar total	90.445-4,5
Baumaschinen Radial	1.219-32,7
Baumaschinen Diverse	1.007-13,75
Baumaschinen total	2.226-24,9
Motorräder total	140.227-19,3
Scooter total	21.171-13,1
Total alle Produkte	5.696.0512,3

Quelle: Reifenindustrie, eigene Recherchen, ca. 80 % Abdeckung

Die Lieferanten mit ihren vielfältigen Vermarktungsinstrumenten sind unterwegs, um sich vom de facto schrumpfenden Markt Kuchen wieder ihr Stück abzuschneiden. Freie B2C-Reifenvermarktungsportale (ver)ändern ausgereifte Marktverhältnisse.

Die Themen der vergangenen Jahre werden auch heuer den immer beschwerlicheren Weg zum Erfolg des Reifenfachhandels mitbestimmen. Einzelne Problemfälle verstärken sich, andere versickern im Schlund des Tagesgeschäftes, geben sich die meisten Marktteilnehmer verbal unglaublich professionell. Indessen setzt die Reifenindustrie – Stichwort VRÖ – überall den Sparstift an und vergisst in ihrem Übereifer, dass es nach dem Heute auch noch ein Morgen gibt, um eine stabile und positive Marktentwicklung mit dem Handel gestalten zu können.

Der Blick zur Reifenmesse nach Essen (1. bis 4. Juni 2010) lohnt sich für jene, die globale Entwicklungen mit in ihre Strategien aufnehmen. Für Ausflügler in die heurige Kulturhauptstadt wird wohl den wenigsten die Zeit reichen. Sie müssen auf ihr Wettbewerbsumfeld achten.

Die durch das Internet dynamisierte Preistransparenz in allen Handelsstufen macht dem etablierten Handel das Leben schwer. Nun sollen die einzelnen B2C-Portale wie Poppom, Delticon & Co. einer betriebswirtschaftlichen Analyse unterzogen werden, weil sie ja nicht selbst die Ware verteilen,

7 % Preiserhöhungen?

Mit Rohstoffpreiserhöhungen und knapper Verfügbarkeit des Angebots erklärt Bridgestone als Erster von den großen Reifenherstellern zu erwartende Preiserhöhungen. In dieselbe Kerbe schlägt Hankook-Vertriebschef Dietmar Olbrich, der sich aufgrund steigender Erstausrüstungsnachfrage in den asiatischen Märkten in Europa im Ersatzbedarfsmarkt mit einer beengten Liefersituation konfrontiert sieht. „Von bis zu 7 % werden heuer 1,5 % Aufschlag beim Konsumenten durchschlagen“, ruft Olbrich zu rascher Bestellung auf.





Kultur- und Räderhauptstadt Essen

Ohne Bridgestone und Toyo werden zum Zeitpunkt vom Messeveranstalter zur „Reifen Essen“ 500 Aussteller genannt. Das alles bei

weiter reduzierter Ausstellungsfläche. Solcherart aufgestellt kommt man gut durch die Krisenzeit, ist man zuversichtlich.. Ex-Außenminister Joschka Fischer wird am Vorabend der Eröffnung zum Reifenvolk reden.

sondern nur als elektronische Vermittler existieren. Mit der Analyse soll dem Reifen(fach)handel aufgezeigt werden, über welche Portale Produkt- und Dienstleistungserträge generiert werden können, bei welchen Portalen betriebswirtschaftliche Risiken bestehen und der Reifenspezialist zum reinen Dienstleistungsgehilfen degeneriert.

Die als toll performend auftretende Delticon gibt wie ähnlich gelagerte Onlineportale keine Zahlen in B2C bekannt, nennt pauschale Umsatzzahlen und definiert Wachstum aus einer gesamteuropäischen Expansion. Die Wahrheit über die wahren Machtverhältnisse dürfte wohl zugunsten des Reifenfachhandels ausfallen, dennoch tragen die Portale durch die online geschaffene Preistransparenz gewichtig zur Margenerosion bei – mit Unterstützung von Teilen der Industrie.

Der mit dem deutschen BRV kooperierende VRÖ ist gut beraten, seine Position zu B2C-Portalen gebündelt und eindeutig zu bestimmen.

Grundsätzlich sollte sich jeder selbst die Frage stellen, was er konkret mit seiner Unternehmung zur Stabilisierung in diesem Markt schon 2010 beitragen kann, ohne die Verantwortung ausschließlich bei anderen zu suchen.

Ehrliches Gelingen! • (LUS)

Online-Reifenhandel wächst

Auf rund 20 Millionen Reifen und Räder schätzt Deutschlands Reifenwirtschaft inzwischen das Potenzial für den Online-Reifenhandel ein. Marktforscher erhoben, dass schon rund sieben Millionen Autofahrer in Deutschland, das für Österreich vielfach trendbestimmend ist, Reifen oder Felgen online gekauft haben. Doppelt so viele können sich vorstellen, künftig ihren Reifenkauf über das Internet zu tätigen.

In Österreich existieren derartige Erhebungen noch nicht. Diese Entwicklung belegt, welches Potenzial E-Commerce auch in einem stark händlerorientierten Markt wie Pkw-Reifen hat, das sowohl vom Reifenfachhandel als auch von den Herstellern umgesetzt werden kann.



Für ein sauberes Reifengeschäft

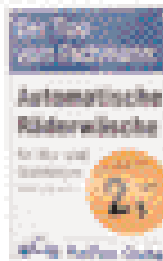


Kein Hochdruck!
Keine chemischen Zusätze!

Dreher PowerWash

Die preiswerte Radwaschstation mit Zusatznutzen

- keine Verschleiß
- überstapelbares Wechselgerbin
- geräuscharm
- geringer Wasserverbrauch
- sichere RunFlat-Montage durch warmes Wasser



- **Zusatzgeschäft**
durch eine Servicepauschale amortisiert sich jede Station schnell
- im Tagesgeschäft **Extraverkauf**
- **zufriedene Kunden**
steigert das Image und festigt die Kundenbindung

Herkuless TECHNİK FÜR MENSCHEN

Herkuless Hebeteknik GmbH - Felderbaumstr. 34 - 34123 Kassel
Tel.: 0561 / 58907-0 - Fax: 5890745 - www.herkuless.de