

neue

# Reifenzeitung

NRZ

Fachzeitschrift für den Reifenfachbetrieb sowie die Reifen- und Runderneuerungsindustrie

INDIVIDUALIST SUCHT  
SEINESGLEICHEN!  
BORBET LX!

**NEU!**

BESUCHEN SIE UNSEREN  
**B2B-SHOP**  
+ KONFIGURATOR  
[SHOP.BORBET.DE](http://SHOP.BORBET.DE)

**BORBET**  
LEICHTMETALLRÄDER

| S. 26 | Kooperationen/Handelsketten

| S. 48 | Räderreport, Teil 1

| S. 68 | Sommerumbereifung

| S. 86 | Bridgestones „LM005“

# IHR AUTO WIRD DRAUF ABFAHREN, ... ALCAR RADNEUHEITEN 2019

DEZENT TZ dark



DOTZ MISANO dark



AEZ PANAMA high gloss




**ALCAR**  
SENSOR  
by **SCHRADER**  
PERFORMANCE SERVICES



**OE-QUALITÄT  
PROFITABEL  
SOFORT EINSATZBEREIT**

**PLUG AND DRIVE**



**ALCAR**  
SENSOR  
by **SCHRADER**  
PERFORMANCE SERVICES



**OE-QUALITÄT  
PROFITABEL  
EINER FÜR ALLE**

**UNIVERSALSENSOR**

**OE-QUALITÄT VON ALCAR - MADE BY SCHRADER**

# Lieber Leser

## Aussterbende Spezies Reifenhandel



Worte sind ein mächtiges Werkzeug. Einzelne, aber mehr noch zu Sätzen geformt, können mit ihrer Hilfe Informationen übermittelt werden. Diese müssen jedoch nicht zwingend wahr sein, wie wir im Zeitalter von Fake News wissen. Ob es jemand willentlich darauf anlegt oder manches ohne jegliche Absicht einfach nur missverständlich formuliert bzw. aus dem Zusammenhang gerissen wird: Einer Einordnung des zum Ausdruck Gebrachten bedarf es eigentlich immer.

Oberflächlich betrachtet könnte man etwa die Aussage, ATU habe bei der jüngsten Serie von Werkstatttests der Zeitschrift *AutoBild* (siehe Seite 22) als „beste freie Kette“ abgeschnitten, als Lob auffassen. Doch viel mehr wert als ein Joldiplom wäre das Ganze nicht. Zumal das Blatt nach der Überprüfung von jeweils acht vertragsgebundenen Betrieben/Autohäusern dreier Fahrzeugmarken sowie ebenso vieler Filialen der Werkstattketten ATU, Euromaster und Pit-Stop zusammenfassend von der „höchsten Fehlerquote aller Zeiten“ bei ihnen spricht. Da nutzt es dann nicht viel, wenn man sich quasi als Einäugiger unter Blinden präsentieren und die anderen beiden noch schlechteren Freien hinter sich lassen kann.

Ist dieser Fall, bei dem es eher keine zwei Meinungen geben dürfte, noch recht einfach gelagert, muss das natürlich nicht immer so sein. Man kann beispielsweise trefflich darüber streiten, ob Euromaster eher als Reifenhandelskette mit zusätzlichem Autoserviceangebot zu sehen ist oder als freie Werkstattkette mit besonderer Stärke im Reifengeschäft. Wobei: Müssten sich eine analoge Frage prinzipiell nicht immer mehr Reifenfachhandelsbetriebe stellen, zumal sie sich mittlerweile ja immer öfter zusätzlich im Autoservice engagieren? Und wohin führt der Versuch einer Beantwortung?

„Wie trennscharf ist denn der Übergang von der freien Werkstatt zum Reifenfachhandel definiert? Ist Reifenhändler nur der, der keinen Autoservice anbietet? Oder ist die Werkstatt, die einen bestimmten Reifenumsatz macht bereits zum Reifenfachhandel zu zählen? Die Trennung von Reifenfachbetrieb und freier Werkstatt ist nicht mehr zeitgemäß, da es kaum noch Reifenhändler gibt, die keinen qualifizierten Autoservice anbieten. Und die, die noch da sind, werden es nicht mehr lange sein“, hat unlängst ein Leser der NEUE REIFENZEITUNG zu bedenken gegeben.

Dies vor dem Hintergrund unserer Berichterstattung zu Umfrageergebnissen der DAT (Deutsche Automobiltreuhand) im Zusammenhang mit dem saisonalen Radwechsel (siehe ab Seite 68), bei denen branchenüblich zwischen an eine Fahrzeugmarke gebundenen Kfz-Betrieben (Autohäusern), freien Werkstätten und unter anderem eben dem Reifenhandel unterschieden wurde. Dabei seien – wie es in auch in der aktuellen Studie der BBE Automotive GmbH zum deutschen Reifen(ersatz)geschäft heißt – „heute neben den Reifenhändlern nahezu alle Fahrzeughändler und der Großteil der freien Werkstätten in dem Markt aktiv“.

Schließlich hätten Letztere erkannt, dass man mit Reifen nicht nur Geld zu verdienen könne, sondern dass sie heute zum Standardrepertoire einer Werkstatt gehörten. „Die Grenzen zwischen Pkw-Reifenhandel und freier Werkstatt werden zunehmend aufgeweicht, der Verbraucher wird Unterschiede in nur wenigen Jahren kaum mehr wahrnehmen“, meint Wolfgang Alfs, Projektleiter und Geschäftsführer der BBE-Muttergesellschaft ABH Market Research GmbH. Umgekehrt wird die „zu beobachtende Gegenreaktion der Reifenhändler auf die Reifenaktivitäten der Werkstätten in Form eines aktiven Autoserviceangebotes“ von BBE als ebenfalls zielführend angesehen.

Doch was sagt uns das alles? Die Spezies Reifenfachhandel scheint demnach also in einem laut BBE seit 2012 auf dem Niveau von etwa 50 Millionen Pkw- und Transporterreifen mehr oder weniger stagnierenden Ersatzmarkt (siehe Seite 20) vor dem Aussterben zu stehen. Wenngleich es in diesem Fall wohl die bessere Wortwahl ist, von einer Weiterentwicklung hin zu einer mehr oder weniger auf Reifen spezialisierten freien Werkstatt zu sprechen. Man wird aber abwarten müssen, ob der in den zurückliegenden Jahren sich abzeichnende Trend in diese Richtung tatsächlich weiter anhalten wird. Ob das dann gut oder schlecht wäre, steht dabei auf einem ganz anderen Blatt. Das kann erst die Zukunft zeigen.

  
 Christian Marx



26

**Kooperationen/Handelsketten**  
 Es sind gerade die Wochen zu Beginn eines neuen Jahres, in der die großen Organisationen des Reifenmarktes zusammenkommen und über ihre Weiterentwicklung diskutieren. Im Mittelpunkt steht dabei stets die Frage: Wie können wir noch wettbewerbsfähiger für unsere Partner werden? Das Angebot an Reifenhandelsverbänden ist dabei entsprechend vielfältig, sodass sich ein genauer Blick für Eintritts- oder Wechselwillige immer lohnt.

**Räderreport Teil 1**  
 Räder, Räder und nochmals Räder. Sie sind aber nicht die Hauptakteure des jährlichen Räderreports der NEUE REIFENZEITUNG. Es sind die Menschen in dieser Branche. Wir haben einige von ihnen besucht und berichtet, was sie umtreibt. Da geht es beispielsweise um einen Handelsvertreter, der im Rathaus residiert, einen Heilbronner, der seinen Betrieb aus dem elterlichen Keller heraus gründete, oder einen Schwarzwälder, der niemals an den Erfolg glaubt, sondern dafür gearbeitet hat.



48



**Sommerumbereifung**  
 Die Deutsche AutomobilTREUHAND hat einige Daten speziell zum Reifen- und Rädergeschäft aus ihrem alljährlich publizierten Report herausgepickt und veröffentlicht. Einiges davon dürfte erfreulich klingen in den Ohren von Reifenhändlern, anderes weniger.

68

# INHALT 3/2019

*Hinweis: Diese Ausgabe beinhaltet unsere Extrabeilage „Retreading Special“. Wir bitten um Beachtung.*

**LIEBER LESER**

Aussterbende Spezies Reifenhandel ..... 1

**AKTUELL** ..... 4

**MARKT + MARKTING**

Der Blick zurück ..... 10  
 Rendite im Kfz-Gewerbe sinkt ..... 12  
 Keine „Reifen“ zur Automechanika 2020 ..... 16  
 WdK gegen Reifenlabelüberarbeitung ..... 18  
 Gute Stimmung im Reifenfachhandel? ..... 20  
 Euromaster patzt bei Werkstatttest ..... 22

**KOOPERATIONEN/HANDELSKETTEN**

First-Stop-Tagung in Madrid ..... 26  
 Driver-Jahresauftakt ..... 32  
 480 Teilnehmer bei Reifen1+-Tagung ..... 36  
 GDHS-Partner ziehen positive Bilanz ..... 42

**RÄDERREPORT, TEIL 1**

Reifenprofi/Levella wächst weiter ..... 48  
 Die „guten alten Zeiten von morgen“ ..... 51  
 Donghyun Jin will BBS neu ausrichten ..... 52  
 Aluräder sind bei Haug in besten Händen ..... 56  
 Maxion: Stahlräder weiter gefragt ..... 66

**SOMMERUMBEREIFUNG**

Gutes und schlechtes für den Handel ..... 68  
 Reifentests: *AutoBild* gefragter der ADAC ..... 70  
 Kleinwagenreifen im Vergleich ..... 72  
 Nur gute Reifen im *Gute-Fahrt*-Test ..... 74  
*AutoBild*-Test mit Überraschung ..... 76  
 Bevorratungsreport Sommer 2019 ..... 81  
 Zwei neue Platin-Sommerreifen ..... 82

**PRODUKTE**

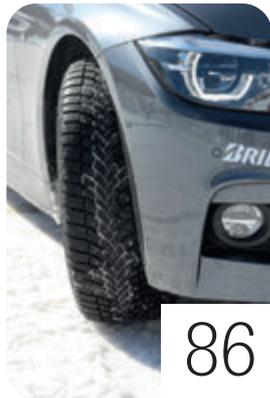
Bridgestone stellt „Blizzak LM005“ vor ..... 86  
 Contis „FlexStud“-Spiketechnologie ..... 94  
 Pirelli präsentiert neuen Spikereifen ..... 96

**MENSCHEN + FIRMEN**

Reifen Meisen: neues Kapitel aufgeschlagen ..... 100  
 Lutz Kluge ist „Held der Straße 2018“ ..... 103  
 GDHS-Meistertreffen ..... 104

**RUBRIKEN**

Anzeigenmarkt ..... 107  
 WWW – Web-Weg-Weiser ..... 110  
 Inserentenverzeichnis ..... 111  
 Vorschau ..... 112  
 Impressum ..... 112



**Bridgestones neuer „Blizzak LM005“**

Mit dem „Blizzak LM005“ präsentiert Bridgestone einen neuen Winterreifen. Seine Produktbezeichnung wurde dabei sicher wohl nicht rein zufällig so gewählt, komplettiert er damit nun doch gewissermaßen die Fünfer-Reihe des Anbieters bestehend aus dem Pkw-Sommerreifen „Turanza T005“ und dem Pkw-Ganzjahresreifen „Weather Control A005“.

86

**Retreading Special**

Lange Zeit kannte der Runderneuerungsmarkt in Deutschland und in Europa nur eine Entwicklungsrichtung: nach unten. Gerade die in den vergangenen Jahren dramatisch zunehmenden Importe von neuen Lkw-Reifen aus Fernost haben den Runderneuerern – und auch den hiesigen Neureifenherstellern – das Leben schwer gemacht. Seit dem vergangenen Jahr gibt es nun aber die EU-Zölle gegen chinesische Importe, und der Markt scheint sich wieder zu drehen.



Beilage

**Reifen Meisen schlägt neues Kapitel auf**

Dass der hiesige Reifengroßhandel unter einem immensen Konsolidierungsdruck steht, ist nur schwer zu übersehen. In den Sog dieser mitunter zerstörerischen Kraft war auch das Traditionsunternehmen Reifen Meisen geraten. Nach zwei Insolvenzen verabschiedete sich der Solinger Familienbetrieb aus dem klassischen Pkw-Reifengroßhandel und geht nun mit einer Neugründung an den Start: unter dem Namen Reifen und Räder Store GmbH sowie mit Fokus auf das Endverbrauchergeschäft und auf neue Kompetenzen.



100



Reifen, Räder, Auto-Service.

**Unabhängig bleiben. Sicherheit gewinnen.**

- Optimale Einkaufskonditionen
- Starke Eigenmarken
- Betriebswirtschaftliche Unterstützung
- Marketingunterstützung
- Professioneller Autoservice

**ICH BIN GESELLSCHAFTER BEI POINT S, WEIL ...**

... „unsere unternehmerische Freiheit uns wichtig ist. Mit point S behalten wir unsere Entscheidungskompetenz und haben einen starken Partner an unserer Seite.“ (Andreas und Katja Altmann)

**point S Deutschland GmbH**

Röhrstraße 7  
64372 Ober-Ramstadt

Telefon 06154 639-0  
Fax 06154 639-166

E-Mail: info@point-s.de  
[www.point-s.de](http://www.point-s.de)

## Kurzgefasst.

**Prämienaktion** beim Kauf ausgewählter Bridgestone-Landwirtschaftsreifen

„Punktefrühling 2019“ nennt Bridgestone seine Prämienaktion rund um ausgewählte seiner Landwirtschaftsreifen. Käufer von mindestens zwei Produkten der Typen „VX-Tractor“, „VT-Tractor“ oder „VT-Combine“ belohnt der Hersteller im



Zeitraum vom 1. Februar bis zum 30. April je nach Reifendimension mit einer Barprämie von bis zu 1.000 Euro pro Maschine. Die Aktion gilt – solange der Vorrat reicht – in Deutschland, Österreich und der Schweiz und ist unabhängig vom Händler gültig. Das Angebot kann demnach allerdings nicht zusammen mit anderen Sonderaktionen von Bridgestone in Anspruch genommen werden. *cm*

Will **ChemChina** seine Pirelli-Beteiligung verringern?

Unbestätigten Medienberichten zufolge überlege der Pirelli-Mutterkonzern ChemChina offenbar, einen Teil seiner Beteiligung am italienischen Reifenhersteller zu veräußern. Dies könnte klassisch über die Börse oder in Zusammenarbeit mit einem Investor geschehen, heißt es dazu etwa beim Nachrichtendienst Bloomberg, der sich dabei auf „der Angelegenheit nahestehende Personen“ beruft. Etwaige strategische Erwägungen stünden aber noch ganz am Anfang, heißt es dazu weiter. Pirelli-CEO Marco Tronchetti Provera bezeichnete entsprechende Berichte als „Gerüchte“ und „reine Spekulation in meinen Augen“ und „unter finanziellen Gesichtspunkten nicht vorstellbar“. ChemChina wolle den Berichten zufolge seinen Schuldenstand verringern, nachdem das Unternehmen 2017 den Schweizer Agrarkonzern Syngenta für 39 Milliarden Euro gekauft hatte. *ab*

## „Das Beste an 2018 ist, dass ...

... es vorbei ist.“ Das soll Nikolai Setzer, Mitglied im Konzernvorstand und dort verantwortlich für die Reifensparte und den Einkauf, beim Neujahrsdinner der Schweizer Dependence von Continental gesagt haben. Laut eines entsprechenden Berichtes im Branchenmagazin *Auto & Wirtschaft* dies aber nicht etwa mit Blick auf die Geschäftsentwicklung des Unternehmens im Land der Eidgenossen. Zumal Setzer diesbezüglich „ein gutes Jahr“ dort für Conti bilanzierte, aber ein „schwieriges“ weltweit gesehen. Politische Handelskriege, gesellschaftliche Veränderungen und der technische Wandel seien fundamental, wobei Setzer demnach erwartet, dass diese Faktoren auch in diesem Jahr „für Wirbel sorgen“ werden. Gleichwohl soll sich Contis Reifenchef zuversichtlich gezeigt haben, dass man das als schwierig erwartete Jahr 2019 meistern werde dank starker Mitarbeiter, einer engen Zusammenarbeit, Flexibilität sowie aufgrund des technischen Vorsprungs des Unternehmens. *cm*



**Nikolai Setzer**, Mitglied im Konzernvorstand und dort verantwortlich für die Reifensparte, bilanziert „ein gutes Jahr“ 2018 für Continental in der Schweiz

## Fusionskontrollverfahren in Sachen EFTD und RS Exclusiv/TyreXpert läuft

Seit dem 26. Februar läuft beim Bundeskartellamt ein sogenanntes Fusionskontrollverfahren mit Blick auf den Anteils-/Kontrollerwerb an/über die RS Exclusiv Reifengroßhandel GmbH und die TyreXpert Reifen + Autoservice GmbH (beide ansässig in Hohenwestedt) durch die Reutlinger European Fintyre Distribution Germany Holding GmbH (EFTD). Das Prüfverfahren beim Bundeskartellamt beginnt nach Eingang der vollständigen Anmeldeunterlagen, wobei die Behörde zunächst einen Monat Zeit hat, um den Zusammenschluss zu prüfen. Erweist sich das Fusionsvorhaben in dieser sogenannten „ersten Phase“ als unproblematisch, gebe die Beschlussabteilung den Zusammenschluss vor Ablauf der Monatsfrist formlos frei, heißt es. Wird dagegen eine weitergehende Prüfung für erforderlich gehalten, folgt ein förmliches Hauptprüfverfahren bzw. die sogenannte „zweite Phase“. Dementsprechend wird dann die Frist für die Prüfung des



Vorhabens verlängert. Das Bundeskartellamt muss eigenen Angaben zufolge bei Durchführung eines Hauptprüfverfahrens aber innerhalb von vier Monaten ab Eingang der vollständigen Anmeldung entscheiden. *cm*

Das Bundeskartellamt hat seinen Sitz in Bonn (Bildquelle: Bundeskartellamt)

# MACHEN SIE SICH FIT!



**Werden Sie einer der Toyo-Frühjahrs-Champions:  
Unter allen teilnehmenden Händlern verlosen wir 10  
Amazon Gutscheine im Wert von 250€!**

**Je mehr Endverbraucher Sie von unseren Produkten  
überzeugen, desto höher steigt Ihre Gewinnchance!**

Registrieren Sie sich jetzt als Händler unter  
[marketing@toyo-tire.de](mailto:marketing@toyo-tire.de) und erhalten Sie mehr Infos!

**TOYO TIRES**

## Kurzgefasst.

**Zweitmarkenname** aus belgischer Goodyear-Dunlop-Firmierung gestrichen



Die bis dato unter Goodyear Dunlop Tires Operations S.A. (Belgian Branch) firmierende belgische Niederlassung des US-Reifenherstellers trägt seit dem 1. Januar dieses Jahres einen anderen Namen. Bei dem ist nun nämlich die zweite Marke (Dunlop) in der Bezeichnung weggefallen. Das Unternehmen heißt damit nun Goodyear Operations (Belgian Branch) und residiert unter der Adresse Greenhouse – Berkenlaan 8B, B-1831 Diegem, Belgien. Die Veränderung könnte – wie bereits analoge nicht zuletzt in den USA – wohl vor dem Hintergrund des schon vor einigen Jahren aufgekündigten internationalen Joint Ventures zwischen Goodyear und Sumitomo Rubber Industries zu sehen sein. Zumal letzteres Unternehmen in weiten Teilen der Welt die Rechte am (Reifen-)Markennamen Dunlop hält, in Europa aber entsprechende Produkte nach wie vor zum Goodyear-Portfolio zählen. *christian.marx@reifenpresse.de*

Bald keine **Autodata-Wandtafel** mehr zu Radanzugsdrehmomenten/Reifendrücken

Wie der Bundesverband Reifenhandel und Vulkaniseurhandwerk e.V. (BRV) seine Mitglieder wissen lässt, wird Autodata alsbald keine Wandtafeln mehr herausgeben, denen sich die Radanzugsdrehmomente und Luftdrücke von Pkw- und Lkw-Reifen entnehmen lassen. Das Unternehmen will laut BRV-Geschäftsführer Hans-Jürgen Drechsler das Projekt einstellen. Einstweilen ist ab sofort jedoch noch eine aktualisierte, aber eben letzte Ausgabe der Wandtafel verfügbar. Geordert werden kann sie zum Preis von 74 Euro zuzüglich Mehrwertsteuer bei der Pneu Service eG per E-Mail an *d.schlebusch@bundesverband-reifenhandel.de* unter Angabe der Bestellnummer 27. 2019. *cm*

## Erneut wenige Änderungen bei den „Topmarken“ der Autozeitung

### „Topmarken 2019“ der Autozeitung-Leser

<u>Reifen</u>		<u>Schmierstoffe</u>		<u>Sportfahrwerke</u>	
Rang	Marke	Rang	Marke	Rang	Marke
1	Continental	1	Liqui Moly	1	Bilstein
2	Michelin	2	Castrol	2	H&R
3	Goodyear	3	Aral	3	Koni
4	Dunlop	4	Shell	4	Sachs
5	Bridgestone	5	Mobil	5	Eibach
<u>Tuner</u>		<u>Werkstattketten</u>		<u>Zulieferer</u>	
Rang	Marke	Rang	Marke	Rang	Marke
1	Abt Sportsline	1	ATU	1	Bosch
2	Brabus	2	Bosch	2	Continental
3	AC Schnitzer	3	Vergölst	3	ZF
4	Hamann	4	Euromaster	4	Hella
5	Irmscher	5	Point S	5	Schaeffler

Quelle: *Autozeitung*

**NRZ** 3/2019

**Z**war hat es hinsichtlich der Kategorien, in denen die *Autozeitung*-Leser im Rahmen der sogenannten Auto Trophy des Blattes ihre „Topmarken“ küren konnten, ein paar Veränderungen gegeben. Doch sieht man einmal davon ab, dass beispielsweise in Sachen Felgen diesmal gar keine Marken zur Wahl standen, dafür aber die Kategorie Zulieferer eingeführt wurde, ist hinsichtlich des letztendlichen Votums von diesmal knapp 18.000 Teilnehmenden an der Abstimmung nicht allzu viel Anderes herausgekommen als in früheren Jahren bzw. speziell 2017 und 2018. So ist der Zieleinlauf bei den Reifen(-marken) mit Conti auf Rang eins gefolgt von Michelin und Goodyear auf den Plätzen zwei und drei sowie dahinter dann Dunlop und Bridgestone exakt derselbe wie vor Jahresfrist. Bei den Schmierstoffen haben lediglich Shell als jetzt Vierter und Mobil als aktuell Fünfter gegenüber 2018 die Plätze getauscht, während bei den ersten Drei alles geblieben ist, wie's auch zuvor schon war.

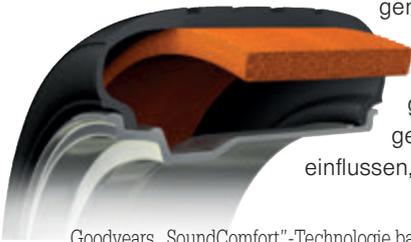
Leicht mehr in Bewegung geraten ist bei den Sportfahrwerken, wengleich wiederum Bilstein ganz vorne liegt, aber Eibach vom zweiten auf den fünften Platz gerutscht ist und dafür nun H&R sowie Koni die Plätze zwei und drei für sich reklamieren können vor Sachs als unverändertem Vierten. Das Podium bei den Tunern ist mit Abt, Brabus und AC Schnitzer identisch mit den ersten Dreien des Vorjahres, während Hamann als jetzt Vierter einen Platz gut machen konnte und nunmehr Irmscher statt MTM das Quintett in dieser Disziplin komplettiert. In Bezug auf die Werkstattketten ist mit in dieser Reihenfolge ATU vor Bosch, Vergölst, Euromaster und Point S alles beim Alten geblieben. In der neuen Zuliefererkategorie hat Bosch das Rennen gemacht und damit Continental, ZF Friedrichshafen, Hella und Schaeffler auf die Plätze verweisen können.

*christian.marx@reifenpresse.de*

## Auszeichnung für Goodyears „SoundComfort“-Technologie

Im Rahmen einer Verbraucherstudie hat das Marktforschungsunternehmen Nielsen 5.000 Teilnehmer hinsichtlich ihrer Ansichten zu Produktinnovationen befragt. Anlässlich dessen sollen Belgier und Niederländer Goodyears „SoundComfort“-Technologie zum „Produkt des Jahres 2019“ gekürt haben. Hinter der Technik, die bei anderen Reifenherstellern/-marken „B-Silent“ (Bridgestone), „ContiSilent“ (Continental), „Noise Shield“ (Dunlop), „Sound Absorber“ (Hankook) oder „Noise Cancelling System“ (Pirelli) heißt, steht ein offenporiger Polyurethanschaum, der angebracht an der Innenfläche des Reifens Luftschwingungen in seinem Inneren dämpfen und damit verbundene Geräuschemissionen verringern soll. Goodyear spricht in diesem Zusammenhang von einer Pegelreduzierung um bis zu vier Dezibel sowie einem entsprechenden Mehr an Komfort für die Fahrzeuginsassen. Das verwendete Material sei bei alldem leicht

genug, um den Verbrauch des Fahrzeuges nicht zu erhöhen oder die sonstigen Eigenschaften des Reifens in irgendeiner Weise negativ zu beeinflussen, heißt es. *cm*



Goodyears „SoundComfort“-Technologie basiert wie die anderer Reifenhersteller/-marken auf offenporigen Polyurethanschaum an der Innenfläche des Reifens, der Luftschwingungen dämpft bzw. mit ihnen verbundene Geräuschemissionen verringern soll



**DER REIFEN- UND RÄDERSPEZIALIST  
FÜR EUROPA**

Triff uns auf der Bauma in München  
Stand FM.708/4

**bauma**

[www.webshop-grasdorf.de](http://www.webshop-grasdorf.de)

Tel. +49 5062 902-1000

## Deutscher Fahrzeugmarkt: von Stabilität zu Wachstum

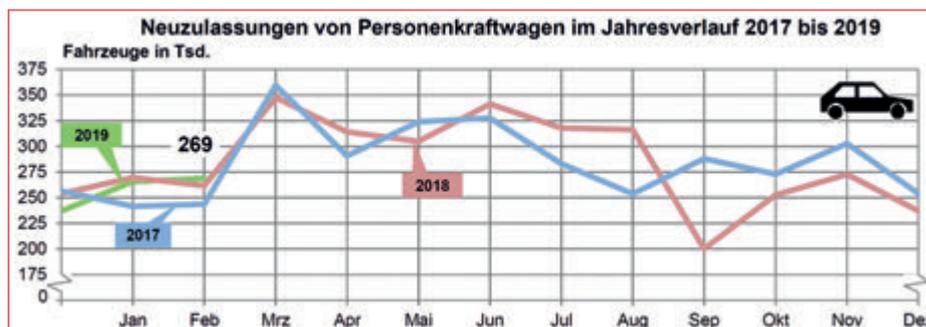
Nachdem vor allem die Pkw-Neuzulassungszahlen im ersten Monat des neuen Jahres hinter denen des Januar 2018 zurückgeblieben waren und als volumenmäßig bei Weitem größtes Teilsegment damit dem Gesamtmarkt „nur“ einen mehr oder weniger stabilen Jahresstart ermöglichten, ist mit dem Februar das Wachstum zurückgekehrt. Denn nach einem 0,5-prozentigen Plus bei den Kfz-Neuzulassungen per Ende Januar steht nach nunmehr zwei Monaten bereits eines von 3,1 Prozent auf in Summe rund

619.500 Einheiten unterm Strich. Die Zulassungszahlen an Kfz-Anhängern legten ebenfalls um 3,1 Prozent zu auf kumuliert 41.600 Einheiten. Das Wachstum bei den Kfz insgesamt liegt freilich vor allem daran, dass im Februar laut den Zahlen des Kraftfahrtbundesamtes (KBA) 268.900 Autos neu auf bundesdeutsche Straßen gekommen sind und damit 2,7 Prozent mehr als im selben Monat des Vorjahres.

Insofern können mit Blick auf die beiden ersten Monate 2019 zusammengekommen

534.700 Neuwagen bzw. ein 0,6-prozentiger Zuwachs gegenüber dem Vergleichszeitraum 2018 bilanziert werden. „Bei den Nutzfahrzeugneuzulassungen zeigten sich durchgängig positive Vorzeichen, die bei den Zugmaschinen (plus 34,2 Prozent), darunter Sattelzugmaschinen (plus 26,1 Prozent), den Lastkraftwagen (plus 13,8 Prozent) und den sonstigen Kraftfahrzeugen (plus 19,0 Prozent) zweistellig ausfielen. Die Kraftradzulassungen stiegen vor dem nahenden Saisonauftakt um 64,2 Prozent“, so das KBA

mit Blick allein auf den Februar. Bezogen auf die ersten beiden Monate des aktuellen Jahres spricht die Behörde von rund 50.500 Lkw (plus 13,6 Prozent), 13.500 Zugmaschinen (plus 39,0 Prozent), 7.600 Sattelzugmaschinen (plus 36,0 Prozent), 1.000 Bussen (plus 8,7 Prozent) sowie 17.300 Krafträdern (plus 42,8 Prozent), die bis dato neu zugelassen wurden hierzulande. *cm*



## Kurzgefasst.

Keine Mindestbestellmenge mehr für **Schraders RDKS-Servicekits**

Bei Schrader ist mit Blick auf die sogenannten Servicekits für die vom Unternehmen angebotenen Reifendruckkontrollsysteme (RDKS) eine Veränderung hinsichtlich der Verpackungseinheit umgesetzt worden. Demnach gibt es ab sofort keine Mindestbestellmenge mehr für sie. Das heißt: Die RDKS-Servicekits können nunmehr als Einzelpackung anstelle von Zehnerpacks bei dem Anbieter bestellt werden. Damit wolle man den Bedürfnissen der Kunden besser Rechnung tragen, heißt es zur Begründung für diesen Schritt. Bei alledem bleiben die Artikelnummern für die Einzelverpackung die gleichen wie zuvor, nur dass sie ohne den Zusatz „-10“ am Ende daher kommen. So wird beispielsweise aus der Artikelnummer 5033-10 für ein Gummiventil als Einzelverpackung die Artikelnummer 5033. cm

## Ganz in Weiß ... – und das bis hin zu den Reifen



Als Luxuskompakt-SUV für die Stadt beschreibt die zu Toyota gehörende Fahrzeugmarke Lexus ihr UX genanntes neues Modell. Der Wagen hatte unlängst einen Auftritt im Umfeld der New York Fashion Week. Bei

einer After-Show-Party des Modelabels John Elliott war er in einer schneeweißen Ausführung zu sehen, und das komplett bis hin zur Bereifung. Die von daher weißen Reifen sollen dabei an die Silhouette von Elliot-Sneaker angelehnt bzw. von dem Schuhmodell „X Nike Air Force 1“ des Modelabels inspiriert sein. Mehr als reine Showoptik sind die Reifen aber freilich nicht bei dem Wagen, der noch weitere (Werbe-)Auftritte bei anderen Veranstaltungen haben soll. cm

## Michelin ernennt neue Direktoren in zwei deutschen Reifenwerken



Michelin sortiert die Zuständigkeiten in zwei seiner deutschen Reifenfabriken neu; mit dabei: **Fabrice Marchetti, Bernd Lanus, Cyrille Beau** und **Jürgen John** (von links)

**B**eim Reifenhersteller Michelin kommt es am 8. April 2019 an zwei der fünf deutschen Produktionsstandorte zu einem Führungswechsel: Fabrice Marchetti übernimmt die Verantwortung als Direktor des Leicht-Lkw-Reifenwerks in Karlsruhe. Fabrice Marchetti war zuletzt als Stellvertretender Industriedirektor für die Lkw-Reifenwerke in Europa in der Firmenzentrale in Clermont-Ferrand eingesetzt. Er folgt damit auf Bernd Lanus, der nach vier Jahren in Karlsruhe das Lkw-Reifen- und Runderneuerungswerk in Homburg (Saar) als Direktor leiten wird. Cyrille Beau, seit 2015 Direktor in Homburg, tritt ab 15. April 2019 in Karlsruhe die Stelle des Chief Administrative Officers Europe North an und berichtet in dieser Funktion direkt an Anish K. Taneja, den Präsidenten der Region Europe North des Herstellers. Sein Vorgänger Jürgen John übernimmt andere Aufgaben in der Region Europe North. John war 2018 zum Chief Administrative Officer der Region ernannt worden, nachdem er eine vergleichbare Position bereits seit 2015 für Deutschland, Österreich und die Schweiz innehatte. ab

## RR Team gewinnt Isuzu-Importeur als Kunden

Die Isuzu Sales Deutschland GmbH kooperiert nach Informationen von *Autohaus Online* seit vergangenem Herbst mit der RR Team GmbH. Letzteres Unternehmen, das sich selbst als Servicepartner rund um die „Optimierung des Reifen- und Rädergeschäftes“ seiner Kunden beschreibt, übernimmt demnach an seinem Standort in Laubach die Konfektionierung/Lagerhaltung von Winterkomplettädern für den in Flörsheim ansässigen Fahrzeugimporteur. Genauer gesagt soll es sich dabei um die entsprechenden Räder für den über das 2006 von der Mitsubishi Corporation und deren Muttergesellschaft Isuzu gegründeten Joint Venture im deutschen und österreichischen Markt vertriebenen Pick-up D-Max der Marke Isuzu handeln. Mittels der Zusammenarbeit mit RR Team wolle der Fahrzeugimporteur seinen Vertragspartnern einen – wie *Autohaus Online* schreibt – „zusätzlichen wichtigen Servicebaustein zur ganzjährigen Mobilität bieten“, wobei für dieses Jahr zudem noch weitere Dienstleistungen wie etwa die Umsetzung eines Bestellwebshops in Planung seien. cm

Wie man hört, hat die RR Team GmbH an ihrem Standort Laubach die Konfektionierung/Lagerhaltung für die Winterkomplettäder des vom Importeur Isuzu Sales Deutschland hierzulande und im österreichischen Markt vertriebenen Isuzu-Pick-up D-Max übernommen





**ventus S1evo<sup>3</sup>**

**Der Reifen, der Leistung und Nachhaltigkeit verbindet**  
Leistung, Fahrsicherheit, Fahrkomfort und Nachhaltigkeit ist die Philosophie unseres neuen S1evo<sup>3</sup> Premiumreifens.



Champion  
Partner



Sei eins mit Deinen Reifen.  
Und die Straße wird eins mit Dir.

**EINS MIT HANKOOK**



Hankook Reifen Deutschland GmbH  
Siemensstraße 14  
63263 Neu-Isenburg, Deutschland  
Tel.: +49 6102 4318-000



NRZ 3/2014

## Der Blick zurück

### Insolvente Ihle-Gruppe

Die Günzburger Ihle-Gruppe ist insolvent. Für alle vier Gesellschaften – Reifen Ihle Service (Point-S-Betriebe), Reifen Ihle (Großhandel), R-I-G Technische Produkte (Runderneuerung) und R-I-G-Karkassen – wurde die Eröffnung eines Insolvenzverfahrens beim Amtsgericht eingereicht.

### Unglaubliche Reifentests

Zu den vielen Dingen rund um den ADAC, die nach der manipulierten Mitgliederwahl zum Lieblingsauto der Deutschen hinterfragt werden, gehören auch seine Reifentests. Eine Umfrage der NEUE REIFENZEITUNG unter ihren Lesern ergab, dass immerhin 65 Prozent der Teilnehmer die Reifentests des Klubs nicht mehr für glaubhaft halten.

### Brüchige Stahlräder

Anfang des Jahres hatte das Kraftfahrtbundesamt wegen nicht ausreichender Festigkeit bzw. Bruchgefahr eine öffentliche Warnung vor bestimmten Stahlrädern von dem Anbieter Reifen Go! ausgesprochen.

### Geplatzter Deal

Der geplatzte Apollo-Deal hat in der Cooper-Bilanz Spuren hinterlassen. Für das dritte Quartal des Vorjahres sank der Umsatz um 263 Millionen US-Dollar (24 Prozent) gegenüber dem Vergleichszeitraum. Dies habe Cooper-Chairmann, CEO und President Roy Armes auch erwartet. Er geht sogar davon aus, dass sich die Negativeffekte in abgeschwächter Form noch weiter auswirken könnten.

... wussten Sie es noch?

## Guter Anmeldestand: Über die Hälfte der „Tire-Cologne“-Fläche vergeben

Laut der Koelnmesse GmbH sind für die nach der „The-Tire-Cologne“-Premiere im vergangenen Jahr vom 9. bis zum 12. Juni 2020 dann zweite Ausgabe der Messe schon „deutlich über 50 Prozent“ der dafür vorgesehenen Ausstellungsfläche belegt. Dies wertet der Veranstalter, der das Ganze gemeinsam mit dem Bundesverband Reifenhandel und Vulkaniseurhandwerk e.V. (BRV) als ideellem Träger organisiert, als eine Demonstration der Stärke der Fachmesse für die internationale Reifen- und Räderbranche. Zumal es ja noch rund 16 Monate hin sind, bis sie das nächste Mal wieder ihre Pforten in Köln öffnet.

„Der sehr gute Anmeldestand zum jetzigen Zeitpunkt unterstreicht eindrucksvoll, dass sich die ‚The Tire Cologne‘ mit nur einer Veranstaltung als wichtigste internationale Branchenfachmesse etabliert hat“, sagt Ingo Riedeberger, verantwortlicher Direktor bei der Koelnmesse. Zahlreiche namhafte nationale und internationale Branchenplayer hätten bereits fest zugesagt, wobei die Kölner erwarten, dass letztlich erneut rund 600 Unternehmen und Marken aus über 45 Ländern vor Ort vertreten sein werden, um auf einer Gesamtfläche Fläche von rund 80.000 Quadratmetern ihre Produkte und Dienstleistungen zu präsentieren. Demnach haben aktuell schon über 130 Unternehmen ihre Teilnahme an der 2020er-Ausgabe der Messe bestätigt.

Beispielhaft genannt werden in diesem Zusammenhang Namen wie Aeolus Tyres, BKT, Bridgestone, Cooper Tire, Falken Tire, Goodyear Dunlop, Michelin, Nokian Tyres, Pirelli und Yokohama vonseiten der Reifenindustrie oder Räderanbieter wie Alcar, BBS, Borbet und Superior Industries. Aus dem Reifen- und Felgengroßhandel sollen die Goodyear Dunlop Handelssysteme (GDHS), Gundlach, Heuver, Interpneu und Reifen Krieg ihr Kommen bereits zugesagt haben ebenso wie im Werkstattsegment unter anderem Haweka, Rema Tip Top und Schrader oder aus dem Bereich Runderneuerung/Recycling Unternehmen wie Kraiburg, Eldan Recycling und Vival. cm



„Zahlreiche namhafte nationale und internationale Branchenplayer haben bereits fest zugesagt“, freut sich **Ingo Riedeberger** als verantwortlicher Direktor bei der Koelnmesse GmbH mit Blick auf die 2020 wieder in Köln stattfindende „The Tire Cologne“



Bei der Premiere der „The Tire Cologne“ im Mai 2018 waren mehr als 533 ausstellende Unternehmen sowie weitere 70 Marken aus 40 Ländern dabei und lockten laut der Koelnmesse GmbH als deren Ausrichter über 16.000 Fachbesucher aus 113 Ländern an

## Stabile Michelin-Zahlen – Expandierendes Specialty-Business-Geschäft

Michelin blickt auf stabile Geschäftszahlen zurück. Wie der französische Reifenhersteller schreibt, stieg der Umsatz um 0,3 Prozent auf jetzt über 22 Milliarden Euro, während das Betriebsergebnis um 1,2 Prozent stieg. Daraus ergibt sich auch ein Wachstum der Umsatzrendite von 12,5 auf jetzt 12,6 Prozent. Besonders deutlich zeigte sich die positive Entwicklung dabei in der Sparte Specialty Business & Related Distribution, wozu etwa das Geschäft mit OTR- und auch mit Motorradreifen zählt. Hier machten Umsatz und Ertrag einen Satz von 19,1 Prozent bzw. 19,4 Prozent, woraus sich eine Umsatzrendite in Höhe von 20,6 Prozent errechnet. Dabei rechnet Michelin während der letzten sieben Monate des Geschäftsjahres allerdings den aus Großbritannien stammenden Anbieter von Förderbändern und technischen Gummiartikeln Fenner Plc mit ein (Jahresumsatz vor der Übernahme durch Michelin im vergangenen Juni: 745 Millionen Euro).

### Michelin-Kennzahlen 2018

	2017	2018	Entwicklung ±
<b>Umsatz</b>	<b>21.960</b>	<b>22.028</b>	<b>+ 0,3 %</b>
▪ Automotive & Related Distribution	11.953	11.340	- 5,1 %
▪ Road Transportation & Related Distribution	5.946	5.852	- 1,6 %
▪ Specialty Business & Related Distribution	4.061	4.836	+ 19,1 %
<b>Betriebsergebnis</b>	<b>2.742</b>	<b>2.775</b>	<b>+ 1,2 %</b>
▪ Automotive & Related Distribution	1.465	1.314	- 10,3 %
▪ Road Transportation & Related Distribution	483	513	+ 6,2 %
▪ Specialty Business & Related Distribution	794	948	+ 19,4 %
<b>Umsatzrendite</b>	<b>+ 12,5 %</b>	<b>+ 12,6 %</b>	<b>+ 0,1 %-P.</b>
▪ Automotive & Related Distribution	+ 12,3 %	+ 11,6 %	- 0,7 %-P.
▪ Road Transportation & Related Distribution	+ 8,1 %	+ 8,8 %	+ 0,7 %-P.
▪ Specialty Business & Related Distribution	+ 19,6 %	+ 20,6 %	+ 1,0 %-P.
<b>Überschuss</b>	<b>1.693</b>	<b>1.660</b>	<b>- 1,9 %</b>

Quelle: Michelin, Angaben in Millionen Euro

NRZ 3/2019



„ Unser Serviceversprechen an Sie:

- Bester Service & Hilfestellung bei Fragen rund um das Thema RDKS
- Kostenlose Servicehotline & kostenlose Schulungen vor Ort “



**CUB** Genuine Parts  
**Der Universalsensor**  
RDKS genial einfach.

# Rendite im Kfz-Gewerbe soll deutlich gesunken sein

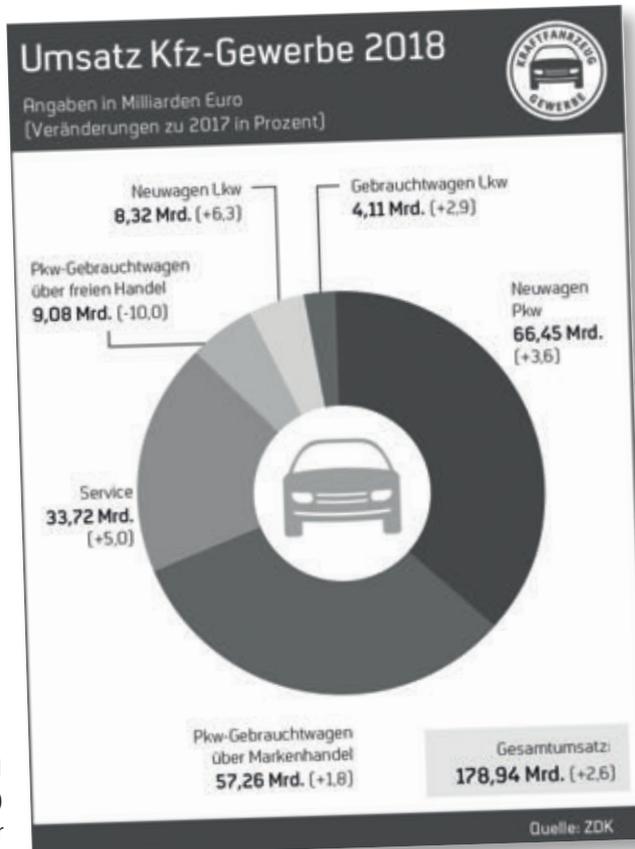
Bezogen auf die Umsatzentwicklung im Kfz-Gewerbe fällt die Bilanz des Zentralverbandes Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe e.V. (ZDK) mit Blick auf das vergangene Jahr zwar positiv aus angesichts eines Zuwachses in der Branche um 2,6 Prozent auf rund 179 Milliarden Euro. Doch wie es weiter heißt, sei die Umsatzrendite im Vergleich zu 2017 „deutlich gesunken“ auf ein bis 1,3 Prozent im vorläufigen Durchschnitt.

„Die nicht enden wollende Dieseldiskussion und WLTP-Zulassungsprobleme haben dem Automobilhandel arg zugesetzt“, so ZDK-Präsident Jürgen Karpinski erklärend dazu. Druck auf die Erträge habe es durch die Umweltprämien gegeben, von denen ein Teil vom Handel zu tragen ist. Zu alledem hinzugezählt werden noch Risiken rund um die Weitervermarktung von Euro-5-Dieseln, die dem Handel nur mit Abschlägen von bis zu 30 Prozent und teilweise noch höher möglich sei. Des Weiteren hätten die hoch subventionierten Neuwagen in Konkurrenz zum ertragsstärkeren Gebrauchtwagengeschäft gestanden, heißt es weiter. Wenig Sorge bereitet der Branche demgegenüber das Servicegeschäft, das 2018 weiter gewachsen sein soll. Der ZDK berichtet diesbezüglich jedenfalls ein um fünf Prozent auf gut 33,7 Milliarden Euro gestiegenes Umsatzvolumen. „Im Durchschnitt waren die Werkstätten im vergangenen Jahr mit 86 Prozent ausgelastet. Das entspricht dem Wert des Jahres 2017. Gründe für die gestiegenen Umsätze sind zum einen die deutlich erhöhten Unfallreparaturkosten sowie zum anderen das verbesserte Wartungsverhalten der Fahrzeughalter. So wurden 2018 pro Fahrzeug 0,9 Wartungsarbeiten durchgeführt“, sagt der ZDK.

Die Anzahl der erfassten Kfz-Betriebe mit einer Umsatzhöhe von 100.000 Euro oder mehr ist im vergangenen Jahr demnach um 720 bzw. 1,9 Prozent auf 36.750 gesunken. Sie setzen sich dem Verband zufolge zusammen aus 15.200 fabrikatsgebundenen (minus 6,6 Prozent) und 21.550 freien (plus 1,7 Prozent) Betrieben. Der Rückgang ihrer



Haben anlässlich der ZDK-Jahrespressekonferenz 2019 ein erstes Fazit mit Blick auf das abgelaufene Jahr gezogen (von links): **Verbandsvicepräsident Wilhelm Hülsdonk**, **Präsident Jürgen Karpinski** und **Vize Thomas Peckruhn**



Gesamtzahl wird unter anderem auf Unternehmensinsolvenzen sowie eine fortlaufende Verschlinkung der Händlernetze zurückgeführt. Entsprechend veränderte sich die Anzahl der Beschäftigten im Kfz-Gewerbe um 1,9 Prozent nach unten auf 441.000, darunter momentan 93.350 Auszubildende in technischen und kaufmännischen Berufen. Allein 2018 sollen Autohäuser und Werkstätten gut 23.400 neue Ausbildungsverträge zum Kfz-Mechatroniker (plus 5,4 Prozent) abgeschlossen haben und über 5.400 neue Azubis im Beruf Automobilkaufmann/-frau (plus 2,9 Prozent) eingestellt haben. „Damit verzeichnen beide Berufsbilder bereits im fünften Jahr in Folge steigende Ausbildungszahlen“, freut man sich beim ZDK mit Blick auf das Thema Nachwuchssicherung.

cm

# KAUFE & GEWINNE

EINEN SATZ NEXEN REIFEN IM AKTIONSZEITRAUM KAUFEN  
UND EINEN VON VIELEN ATTRAKTIVEN PREISEN GEWINNEN



**1** NAGELNEUEN  
SKODA

AUTOSCHMITT.COM

**50** PURPLE ACADEMY  
DRIVING EXPERIENCE



**100** MANCHESTER  
CITY TRIKOTS



## **NEXEN** NEXEN TIRE

So nehmen Ihre Kunden teil:

1.

4x 

4er Set Aktionsreifen Nexen N'Fera SU1, N'Fera RU1, N'Blue HD Plus oder N'blue 4 Season im Aktionszeitraum kaufen.

2.



Auf der Aktionswebseite registrieren und Aktionscode eingeben.

3.



Mit etwas Glück tolle Preise gewinnen und freuen!

Weitere Informationen finden Sie auf [www.nexen-tire-gewinnspiel.de](http://www.nexen-tire-gewinnspiel.de)

# Trelleborg erlebt Rekordjahr – Reifensparte überdurchschnittlich stark

Trelleborg legt mit dem aktuellen Jahresbericht für 2018 Rekordzahlen vor. Wie das schwedische Unternehmen schreibt, wuchsen die Umsätze um 7,7 Prozent auf jetzt 3,2 Milliarden Euro, während die Erträge sogar noch stärker anzogen, sodass sich auch eine verbesserte EBIT-Marge – liegt jetzt konzernweit bei 13,8 Prozent – ergibt. Aber auch das Geschäft der Reifensparte Trelleborg Wheel Systems (TWS) zog 2018 deutlich an. Während der Umsatz um 9,1 Prozent auf jetzt 924 Millionen Euro anstieg, machte das EBIT einen Satz von 23,5 Prozent auf jetzt 120 Millionen Euro. Daraus ergibt sich demnach eine ebenfalls deutlich bessere Rendite; die EBIT-Marge der Reifensparte lag demnach am Ende des Jahres bei 13,0 Prozent. Wie das Unternehmen berichtet, hätten sich die Absätze von Landwirtschafts-, EM- und Industriereifen 2018 allesamt gut entwickelt, wobei das Schlussquartal etwas schwächer gewesen sei. Allerdings profitierte das schwedische Un-

ternehmen stark von den Wechselkursen zur Schwedischen Krone; das organische Wachstum der Reifensparte lag im vergangenen Geschäftsjahr beispielsweise nur bei zwei Prozent. Auf die Erträge wiederum hätten sich Synergien positiv ausgewirkt, die durch jüngste Akquisitionen erzielt werden konnten. *ab*

	Euro <sup>1)</sup> 2018	Schwed. Kronen <sup>2)</sup> 2017	2018	Entwicklung ±
<b>Unternehmensgruppe:</b>				
Umsatz	3.243,4	31.581	34.005	+ 7,7 %
Betriebsergebnis (EBIT)	447,7	4.091	4.694	+ 14,7 %
EBIT-Marge in %		+ 13,0 %	+ 13,8 %	+ 0,8 %-P.
Überschuss	304,3	2.874	3.190	+ 11,0 %
<b>Trelleborg Wheel Systems:</b>				
Umsatz	924,0	8.878	9.688	+ 9,1 %
Betriebsergebnis (EBIT)	119,7	1.016	1.255	+ 23,5 %
EBIT-Marge in %		+ 11,4 %	+ 13,0 %	+ 2,6 %-P.

<sup>1)</sup> in Millionen Euro <sup>2)</sup> in Millionen Schwed. Kronen

Quelle: Trelleborg **NRZ** 3/2019

# Kumho Tire kommt auch 2018 nicht aus den roten Zahlen – Neuer CEO ernannt

**K**umho Tire kommt nicht aus den roten Zahlen heraus. Wie es dazu in einer Börsenmitteilung heißt, habe der südkoreanische Reifenhersteller, der seit vergangenem Sommer durch Qingdao Doublestar aus China kontrolliert wird, zwar seinen operativen Verlust verringern können, gleichzeitig erhöhte sich aber der Jahresfehlbetrag noch weiter, und das bei rückläufigen Umsätzen. Unterdessen gibt es aber immerhin in Bezug auf das Spitzenpersonal in der Zentrale in Südkorea eine Entscheidung.

Im Geschäftsjahr 2017 konnte Kumho Tire einen Umsatz von knapp 2,9 Billionen Won erzielen. Davon blieben im vergangenen Jahr nur noch gut 2,5 Billionen Won (zwei Milliarden Euro), was einem weiteren

Rückgang von noch einmal deutlich über elf Prozent entspricht. Im Vergleich dazu: Im „Spitzenjahr“ 2012 kam Kumho Tire noch auf einen Umsatz von über 4,1 Billionen Won; es sind demnach heute weltweit noch gut zwei Drittel des Umsatzes von damals übrig.

Während die Umsätze 2018 fielen, entwickelte sich der operative Gewinn bzw. Verlust indes positiv, lag am Ende des Jahres allerdings immer noch deutlich im roten Bereich. Der Börsenmitteilung entsprechend verringerte sich der operative Verlust von 157,0 Milliarden Won auf jetzt 89,9 Milliarden Won (71 Millionen Euro), sodass die Umsatzrendite bei minus 3,5 Prozent lag. 2018 ist demnach das zweite Jahr infolge mit einem operativen Verlust.

Unterdessen erhöhte sich der Jahresfehlbetrag noch einmal deutlich, und zwar, wie Kumho Tire schreibt, von 125,0 Milliarden auf jetzt 205,5 Milliarden Won (162 Millionen Euro). 2018 ist demnach das vierte Jahr in Folge mit einem Jahresfehlbetrag.

Zeitgleich mit der Veröffentlichung der Jahreskennzahlen ernannt Kumho Tire seinen Interims-CEO nun zum regulären CEO. Wie es dazu in südkoreanischen Medien heißt, habe das Board der Ernennung von Vice President Jeon Dae-Jin (60) zum neuen CEO zugestimmt. *ab*

Mehr zu diesen Zahlen erfahren  
 Sie online in unserem  
 Geschäftsberichtearchiv.

**www.GOEGGEL.com**



**REIFEN GÖGDEL**  
Großhandel Service Logistik



**Reifen-Online-Shop**

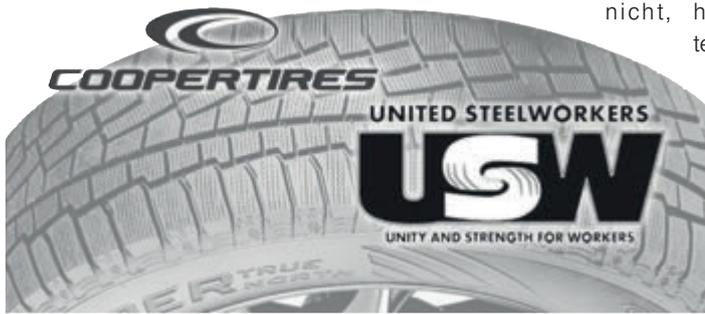
Burladinger Strasse 14-26 · 72501 Gammertingen · Tel.: (07574) 93130

## Gewerkschaft und Cooper handeln neuen Tarifvertrag für Werk Texarkana aus

Laut der Cooper Tire & Rubber Company hat man mit der Gewerkschaft United Steelworkers (USW) eine Einigung mit Blick auf einen neuen Tarifvertrag für das Werk des Reifenherstellers in der an der Grenze zwischen den US-Bundesstaaten Arkansas und Texas liegenden Stadt Texarkana erzielt. Weitere Details dazu nennt das Unternehmen vorerst nicht,

weil das Verhandlungsergebnis erst noch den von der USW vertretenen Arbeitnehmern vorgelegt werden soll. Deren Entscheidung für oder gegen die Annahme des neuen Tarifvertrages wird allerdings kurzfristig erwartet. Medienberichten von der anderen Seite des Atlantiks zufolge sind vor Ort rund 1.440 der insgesamt etwa 1.700 Beschäftigten dort gewerkschaftlich organisiert. Wie es weiter heißt, lief das bisherige Tarifabkommen, das als Folge des Scheiterns der Übernahme Coopers durch Apollo Tyres zuletzt 2016 für drei Jahre fortgeschrieben worden sei, Ende Januar aus. Die USW vertrete zwar auch die Arbeitnehmer der Cooper-Werke in Clarksdale (Mississippi) und Findley (Ohio), doch der ausgehandelte Deal gelte gleichwohl nicht auch für diese Standorte. Die Tarifverträge für diese beiden Werke sollen nach ihrer zuletzt ebenfalls um drei Jahre verlängerten Gültigkeit Mitte Februar ausgelaufen sein bzw. Ende Februar kommenden Jahres auslaufen.

cm



## Yokohama Rubber legt Rekordzahlen vor und profitiert von Alliance Tire

Yokohama Rubber konnte im vergangenen Geschäftsjahr seinen Umsatz und seinen operativen Gewinn jeweils leicht steigern und damit neue Rekordzahlen vorlegen. Wie der japanische Reifenhersteller mitteilt, trug insbesondere die 2016 übernommenen Alliance Tire Group (ATG) zum profitablen Wachstum bei. Gerade bei Landwirtschaftsreifen konnte Yokohama Rubber demnach deutliche Verbesserungen seiner Geschäfte berichten, insbesondere in der Erstausrüstung. Für das neue Jahr geht das Unternehmen nun erneut von einer leichten Umsatzsteigerung in Höhe von 1,5 Prozent aus, wohingegen der operative Gewinn mit drei Prozent leicht rückläufig sein soll.

ab

### Yokohama-Rubber-Kennzahlen 2018

	Euro <sup>1)</sup> 2018	Japan Yen <sup>2)</sup>		Entwicklung ±
		2017	2018	
<b>Umsatz</b>	5.192,2	646.272	650.239	+ 0,6 %
▪ Tires	3.631,6	459.949	454.801	- 1,1 %
▪ Multiple Business	940,5	114.099	117.782	+ 3,2 %
▪ Alliance Tire Group	548,5	63.433	68.689	+ 8,3 %
<b>Operativer Gewinn</b>	473,2	58.265	59.257	+ 1,7 %
▪ Tires	337,7	41.889	42.292	+ 1,0 %
▪ Multiple Business	59,1	7.757	7.404	- 4,6 %
▪ Alliance Tire Group	67,6	7.568	8.460	+ 11,8 %
<b>Umsatzrendite</b>		+ 9,0 %	+ 9,1 %	+ 0,1 %-P.
▪ Tires		+ 9,1 %	+ 9,3 %	+ 0,2 %-P.
▪ Multiple Business		+ 6,8 %	+ 6,3 %	- 0,5 %-P.
▪ Alliance Tire Group		+ 11,9 %	+ 12,3 %	+ 0,4 %-P.
<b>Überschuss</b>	284,5	39.975	35.623	- 10,9 %

<sup>1)</sup> in Millionen Euro <sup>2)</sup> in Millionen Japanische Yen

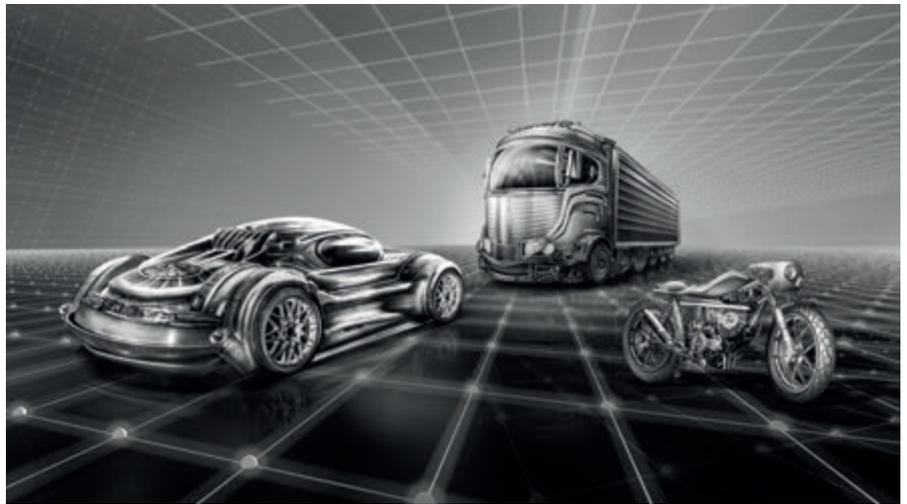
Quelle: Yokohama Rubber

NRZ 3/2019

## Keine „Reifen“ zur **Automechanika 2020**, dafür nun „Reifen & Räder“

Die Automechanika in Frankfurt am Main hat nicht nur einen neuen Markenauftritt mittels eines Motivs, bei dem drei Fahrzeugtypen unter dem Slogan „Excellence in every detail“ als Komposition aus von Ausstellern zur Verfügung gestellten Autoteilen und Zubehör dargestellt werden. Sie will zugleich ihr Profil schärfen und bei der nächsten Ausgabe vom 8. bis zum 12. September 2020 mit einer stärkeren Differenzierung ihres Portfolios an den Start gehen. Die internationale Messe für den Automotive-Aftermarket soll dann neue Strukturen hinsichtlich der von ihr abgedeckten Themen bieten. Wie es weiter heißt, werde sich dies auch auf dem Gelände entsprechend widerspiegeln inklusive einer „optimierten Hallenstruktur“.

**S**o soll etwa der Neubau der Halle 5 genutzt werden, um „wichtige Synergien auf dem Gelände zu schaffen und themenverwandte Angebote zusammenzuführen“. Künftig werden demnach Produkte und Lösungen rund um „Zubehör & Individualisierung“ in der Halle 12 gebündelt, womit das Thema in die Umgebung der Werkstatthallen 8 und 9 zieht, die zukünftig unter dem Namen „Diagnose & Reparatur“ präsentieren werden. Darüber hinaus erhält der Ausstellungsschwerpunkt in der Halle 11 zur nächsten Automechanika erstmals seine eigene Bezeichnung mit „Karosserie & Lack“, an gewohnter Stelle und mit einem umfassenden Rahmenprogramm im angrenzenden Portalhaus. Die Festhalle bleibt die Bühne für die Mobilität von morgen, ab jetzt mit den Schwerpunktthemen „Mobilitätsdienste & Autonomes Fahren“ sowie „Alternative Antriebssysteme & Kraftstoffe“. Auch das Classic-Cars-Business, das sich auf der Automechanika 2018



Die Automechanika bekommt auch einen neuen Markenauftritt mittels eines Motivs, bei dem drei Fahrzeugtypen als Komposition aus von Ausstellern zur Verfügung gestellten Autoteilen und Zubehör dargestellt werden: Damit will man „die Produktvielfalt der Messe hervorheben, die längst nicht mehr nur für den Fahrzeugtyp Pkw steht“

eines großen Zuspruches erfreut haben soll, wird laut der Messe Frankfurt weiter ausgebaut.

Doch was passiert vor dem Hintergrund all dessen eigentlich mit der „Reifen“, die vergangenes Jahr erstmals unter dem Automechanika-Dach in Halle 12 auf dem Messegelände untergebracht war? Auf den Synergien, die sich dadurch bei der letzten Veranstaltung für Werkstatt und Reifenhandel ergeben hätten, wolle man aufbauen, sagen die Frankfurter. Insofern werde die Automechanika für 2020 ihr Profil um die neue Produktgruppe „Reifen & Räder“ erweitern, heißt es. Sie bleibt – angrenzend an den Bereich „Fahrzeugwäsche & Pflege“ – in der Halle 12. Einher geht damit aber offensichtlich ein Verschwinden der eigenständigen Messebezeichnung „Reifen“. Diese hatten die Frankfurter im Zuge einer Kooperation mit der Messe Essen, die lange Jahre und bis einschließlich noch 2016 Hei-

mat der Veranstaltung dieses Namens war, vergangenes Jahr aber noch genutzt.

„Unsere Marktforschungsergebnisse zur Automechanika Frankfurt haben ergeben, dass sich 15 Prozent der Fachbesucher für das Thema Reifen interessierten, also rund 20.000 Personen. Das Angebot der rund 140 internationalen Aussteller sorgte für eine Zufriedenheit auf Besucherseite von 86 Prozent. Grund für uns, das Thema Reifen weiter auszubauen, denn die Synergien zwischen Reifenservices und -handel und dem Aftermarket liegen auf der Hand. Kommunikativ führen wir das Messeduo ab jetzt zusammen, und zwar unter dem Dach einer neuen Produktgruppe mit der Bezeichnung „Reifen & Räder“, erklärt Mußhoff auf Nachfrage der NEUE REIFENZEITUNG dazu.

*christian.marx@reifenpresse.de*



Kommunikativ führe man das Messeduo aus Automechanika und bisheriger „Reifen“ ab jetzt zusammen unter dem Dach ersterer Veranstaltung bzw. deren neuer Produktgruppe „Reifen & Räder“, sagt **Olaf Mußhoff** als für die Automechanika verantwortlicher Direktor bei der Messe Frankfurt

## Superia-Vertrag: Deldo und Zhongce Rubber vertiefen Zusammenarbeit

Deldo Autobanden erweitert und vervollständigt sein Sortiment an Eigenmarken. Wie der belgische Reifengroßhändler und Experte für chinesische Reifen in Europa mitteilt, habe man für die Produktion der Eigenmarke Superia nun einen Vertrag mit der Zhongce Rubber Group geschlossen. Der größte chinesische Reifenhersteller – im europäischen Markt etwa bekannt durch seine Marke Westlake – werde für Deldo Autobanden eine „vollständige Linie an HP-, UHP-, SUV- und LT-Profilen“ produzieren. Zunächst werde der Großhändler ein umfassendes Sommer-Line-up an Profilen mit insgesamt über 100 Größen auf den Markt bringen, die bereits ab März verfügbar sein werden. Bei den Produkten habe man „Wert auf erstklassige Qualität zu günstigen Preisen“ gelegt, heißt es dazu aus Antwerpen, dem Sitz des belgischen Großhändlers.

Zhongce Rubber sei „der Michelin der chinesischen Reifenindustrie“, unterstrich dazu Philip Delcroix. „Und wir sind ohne Zweifel der Experte für chinesische Reifen in Europa“, so der Deldo-CEO weiter. Es mache daher „Sinn, Partner zu werden. Wir sind sehr stolz darauf, dass sie uns ausgewählt haben, um ihre Präsenz hier zu vergrößern. Und das insbesondere, weil es nun unter einem Deldo-Label geschieht.“ Delcroix betonte außerdem die hohe Bedeutung der Produktentwicklung gemeinsam mit dem Hersteller in China: „Der Kunde, der noch seine Zweifel an chinesischen Reifen hat, wird ohne Weiteres seine Meinung ändern müssen. Superia ist immer noch eine preiswerte Marke, setzt aber einen neuen Qualitätsstandard.“

Commercial Director Tom Van Dyck ergänzte dazu: „Die erste Reaktion aus dem Markt ist vielversprechend. Und sobald wir das Winter- und das Ganzjahresreifen-

sortiment komplett haben – beides wird zur Saison 2019/2020 verfügbar sein –, werden unsere Superia-Händler ein unschlagbares Angebot erhalten. Deldo war schon immer ein Vorreiter bei Budget- und chinesischen Reifen. Der neue Superia unterstreicht noch einmal diesen Status: Service und Qualität zu besten Konditionen. Wir haben noch keine Erstausrüstungsambitionen, aber mit diesem Produkt sollten wir sie vielleicht haben“, so Tom Van Dyck abschließend. ab



Deldo-CEO **Philip Delcroix**, Zhongce-Rubber-Group-Chairman **Shen Jin-Rong** und Deldo-Präsident **Jos Delcroix** (von links) vertiefen ihre Zusammenarbeit über die Produktion der Deldo-Eigenmarke Superia

### Innovation und Qualität seit über 75 Jahren.



Mit innovativen Werkzeugen für die Gummi- & Reifenindustrie haben wir Maßstäbe gesetzt. Das ist und bleibt für uns eine Motivation, unseren Vorsprung auch in Zukunft weiter auszubauen.

 **autopromotec**  
*Homo faber fortunae suae*

**Bologna, Italy - 22-26 May 2019**

**Besuchen Sie uns in Halle 22, Stand A58**

[www.bj-rocket.com](http://www.bj-rocket.com)

# WdK gegen Überarbeitung des EU-Reifenlabels – Transparentere Überwachung

Beim Kauf von Fahrzeugreifen soll das EU-Reifenlabel seit seiner Einführung 2012 eine wichtige Entscheidungshilfe bieten. Mit ihm sollen sich Verbraucher auf einen Blick über die wesentlichen Produkteigenschaften Rollwiderstand, Nasshaftung und Abrollgeräusch informieren können. In der Praxis sei das Bewusstsein auf Konsumentenseite für das EU-Reifenlabel und seine Aussagen „bislang jedoch nur schwach ausgeprägt“, befindet dazu der Wirtschaftsverband der deutschen Kautschukindustrie (WdK) in einer Pressemitteilung. Wie dementsprechend eine Studie der Lizeo Group ergeben habe, fehle „vielen Käufern zugleich das Verständnis dafür, dass sich Reifen nicht nur hinsichtlich ihres Preises, sondern auch in Bezug auf ihre Leistungseigenschaften unterscheiden“, so der WdK weiter, der deshalb dafür eintritt, „das EU-Reifenlabel noch bekannter zu machen und das Verbrauchervertrauen durch einen Ausbau der Marktüberwachung zu stärken. Eine Überarbeitung des EU-Reifenlabels, wie die EU-Kommission dies derzeit anstrengt, lehnt der WdK jedoch strikt ab“, heißt es dazu weiter. Bereits Ende Oktober, als die Details zu den EU-Initiativen für ein „wirksameres Reifenkennzeichnungssystem“ bekannt wurden, hatte sich der europäischen Reifen- und

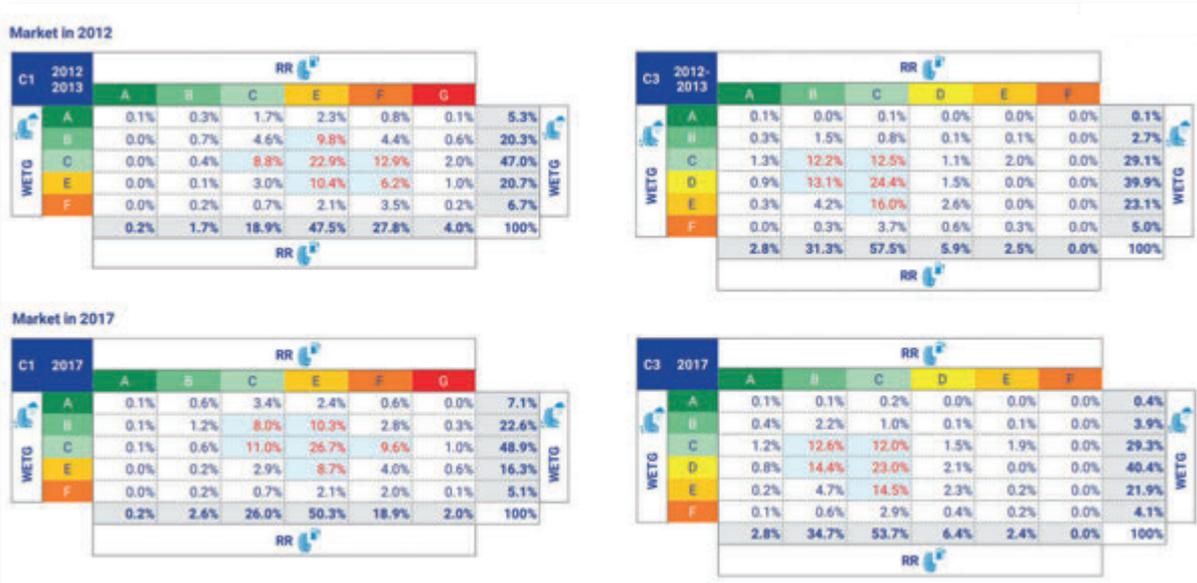
Gummiartikelherstellerverband ETRMA kritisch zur Überarbeitung des EU-Reifenlabels geäußert. Der WdK habe gleichzeitig eine „gute Nachricht für alle Verbraucher“.

Das EU-Reifenlabel ähnelt optisch dem EU-Energielabel bei Haushaltsgeräten und gibt Aufschluss über Kraftstoffeffizienz, Nasshaftung und externes Rollgeräusch des jeweiligen Reifens. „Mit dieser objektiven Aussagekraft hilft es den Verbrauchern und dem Markt“, sagt Stephan Rau, Technischer Geschäftsführer des WdK. Daher sei es wichtig, dass die Angaben der Hersteller korrekt seien. „Das bedeutet, dass der Marktüberwachung beim EU-Reifenlabel eine hohe Bedeutung zukommt. Deshalb haben sich der WdK und das zuständige Landesamt für Mess- und Eichwesen Rheinland-Pfalz das Ziel gesetzt, die Marktüberwachung im Bereich des Reifenlabels transparenter zu machen und kooperieren hierzu seit 2016.“

2018 haben der WdK und die Marktüberwachungsbehörden Reifen für Kleintransporter mit Blick auf Kraftstoffeffizienz und Nasshaftung unter die Lupe genommen. Dabei konnte generell festgestellt werden, dass die große Mehrheit der Produkte den aufgedruckten Labelklassen gerecht wird. „Das ist eine gute Nachricht für alle Verbraucher“, urteilt Stephan Rau und weist

noch auf einen weiteren Umstand hin: „Das Reifenlabel ist mittlerweile Anknüpfungspunkt für staatliche Förderungen wie Demimis beim Güterkraftverkehr oder für die Bestimmung der Abgasemissionen bei der Typgenehmigung geworden. Deshalb sind auch Flottenmanager darauf angewiesen, dass die Angaben auf dem Reifenlabel korrekt sind.“

Die von der Reifenindustrie in Auftrag gegebene und von der Lizeo Group durchgeführte Untersuchung hat ergeben, dass gegenwärtig nur 0,1 Prozent aller Reifen den höchsten Labelwert „AA“ (Kraftstoffeffizienz und Nasshaftung) tragen. „Dennoch plant die EU-Kommission eine Änderung des Reifenlabels, bei der die derzeitigen Klassen noch weiter nach oben verschoben würden“, so der deutsche Verband weiter. „Dies lehnt der WdK ab, da dann die oberste Klasse („A“) für längere Zeit leer wäre und dies die Verbraucher verunsichern würde.“ Stattdessen komme es aus seiner Sicht darauf an, das EU-Reifenlabel im Konsumentenbereich noch bekannter zu machen und die Marktüberwachung – auch durch Sanktionen und Strafen bei falschem Label – zu stärken. Die Studie der Lizeo Group kann auf der Internetseite der ETRMA abgerufen werden ab



Die Entwicklung von Pkw-Reifen (links) und von Lkw-Reifen in den Jahren 2012/2013 bis 2016 spielte sich vorwiegend im mittleren Bereich des Leistungsspektrums statt

## Goodyear-Renditen 2018 rückläufig – EMEA stabiler

Goodyear konnte im zurückliegenden Geschäftsjahr zwar genauso viele Reifen verkaufen wie im Vorjahr und damit eine 0,6-prozentige Umsatzsteigerungen erzielen. Dennoch gerieten die Erträge dabei weltweit unter Druck, wobei die Region EMEA (Europa, Mittlerer Osten, Afrika), zu der auch Deutschland gehört, sich dabei vergleichsweise stabil zeigte. Im jetzt vorgelegten Bericht sieht Goodyear-Chairman, -CEO und -President Richard J. Kramer die Ursachen für die rückläufige Profitabilität vorwiegend in höheren Rohstoffkosten, etwa für Synthekautschuk sowie Reifenruß, wie auch in negativen Wechselkursentwicklungen. Der hiesige EMEA-Markt zeigte sich indes stabil im Vergleich dazu. Während der EMEA-Umsatz um 3,3 Prozent auf jetzt 5,1 Milliarden US-Dollar (4,5 Milliarden Euro) anstieg, gab das Betriebsergebnis um 1,1 Prozent leicht nach. Dementsprechend gab auch die Umsatzrendite leicht nach und lag am Ende des Geschäftsjahres bei 7,1 Prozent; der Konzern insgesamt lag nur noch bei 8,2 Prozent. Der Jahresüberschuss hingegen verdoppelte sich 2018 konzernweit auf 693 Millionen Dollar (612 Millionen Euro). Dem lagen allerdings zwei einmalige Faktoren in den Jahren 2017 (Kosten in Höhe von 292 Millionen Dollar) und 2018 (Einnahmen von 207 Millionen Dollar) zugrunde, wie Good-

### Goodyear-Kennzahlen 2018

	Euro <sup>1)</sup>		US-Dollar <sup>2)</sup>		Entwicklung ±
	2018	2017	2018	2017	
<b>Umsatz</b>	<b>13.663</b>	<b>15.377</b>	<b>15.475</b>		<b>+ 0,6 %</b>
▪ Americas	7.211	8.212	8.168		- 0,5 %
▪ Europa, Middle East and Africa	4.494	4.928	5.090		+ 3,3 %
▪ Asia Pacific	1.957	2.238	2.217		- 0,9 %
<b>Absatz (Millionen Stück)</b>	<b>141</b>	<b>159,2</b>	<b>159,2</b>		<b>+/- 0,0 %</b>
▪ Americas	63	70,9	70,9		+/- 0,0 %
▪ Europa, Middle East and Africa	51	57,1	57,8		+ 1,2 %
▪ Asia Pacific	27	31,2	30,5		- 2,2 %
<b>Betriebsergebnis</b>	<b>1.125</b>	<b>1.556</b>	<b>1.274</b>		<b>- 18,1 %</b>
▪ Americas	577	847	654		- 22,8 %
▪ Europa, Middle East and Africa	320	367	363		- 1,1 %
▪ Asia Pacific	227	342	257		- 24,9 %
<b>Umsatzrendite</b>		<b>+ 10,1 %</b>	<b>+ 8,2 %</b>		<b>- 1,9 %-P.</b>
▪ Americas		+ 10,3 %	+ 8,0 %		- 2,3 %-P.
▪ Europa, Middle East and Africa		+ 7,4 %	+ 7,1 %		- 0,3 %-P.
▪ Asia Pacific		+ 15,3 %	+ 11,6 %		- 3,7 %-P.
<b>Überschuss</b>	<b>612</b>	<b>346</b>	<b>693</b>		<b>+ 100,3 %</b>

Quelle: Goodyear

<sup>1)</sup> in Millionen Euro <sup>2)</sup> in Millionen US-Dollar bzw. Stück

NRZ 3/2019

year in seinem Bericht weiter schreibt. Bereinigt ergab sich demnach für Goodyear ein deutlicher Rückgang beim Jahresüberschuss. ab

Mehr zu diesen Zahlen erfahren  
Sie online in unserem  
Geschäftsberichtsarchiv.

## YOKOHAMA verschenkt schöne Shopping-Glücksmomente



YOKOHAMA –  
Technologiepartner von



www.yokohama.de

Endverbraucher erhalten bis zu 30 Euro Cash Back vom 01. April bis 30. Mai 2019 beim Kauf eines Satzes YOKOHAMA Sommer- oder Allseason-Reifen! Diese Aktion gilt nur im teilnehmenden Handel. Sie möchten die Aktion nutzen, dann melden Sie sich bei uns: [info@yokohama.de](mailto:info@yokohama.de).



Mit YOKOHAMA Reifen sind Sie bestens für den Sommer gerüstet.

Mehr Infos unter: [www.yokohama.de](http://www.yokohama.de)



ADVAN Sport V105    ADVAN FLEVA V701    GEOLANDAR A/T G015    BluEarth-4S AW21



# Unvergleichbar gute Stimmung im Reifenfachhandel

Der Bundesverband Reifenhandel und Vulkaniseurhandwerk e.V. (BRV) hat sein neuestes Branchenbarometer vorgelegt, das als „Einschätzung der aktuellen und künftigen Lage des Reifenfachhandels und der Unternehmen“ in diesem Geschäftszweig gedacht ist. Basierend auf einer stichprobenartigen Befragung von 100 Betrieben in Deutschland wird ein Indexwert errechnet, wobei ein Punktwert über 100 für eine gute, einer von genau 100 für eine befriedigende und einer unter 100 für eine schlechte Stimmung steht. Für das erste Quartal 2019 werden diesbezüglich 104 Zähler ausgewiesen.

„Die derzeitige Lage des Reifenfachhandels wird von 55 Prozent als gut bzw. sehr gut bewertet. Die aktuelle Lage des eigenen Betriebes wird etwas positiver bewertet, insgesamt 68 Prozent sehen diese als gut bzw. sehr gut an“, so BRV-Geschäftsführer Yorick M. Lowin. Dennoch scheint die Stimmung gegenüber den 121 Punkten im zweiten Quartal 2017, wo der BRV zuletzt Ergebnisse seines Branchenbarometers veröffentlichte, deutlich schlechter geworden zu sein. Das könnte jedoch daran liegen, dass die Branchenvertretung ihr bis dahin mit dem Zusatz

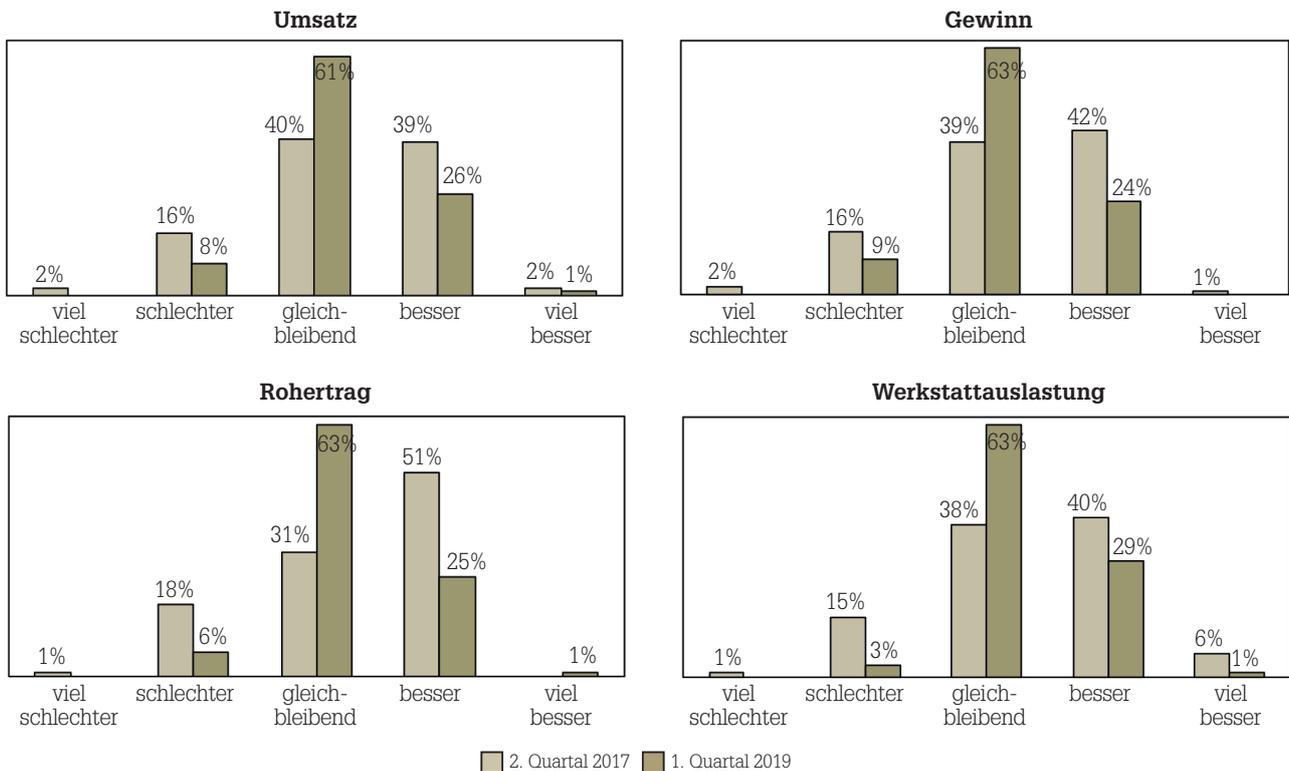
TIX (Tire Index) versehenes Stimmungsbarometer eigenen Worten zufolge weiterentwickelt hat zu einem – wie Lowin erklärt – „Frühindikator für die konjunkturelle Entwicklung unserer Branche“. Insofern sind die aktuellen Daten wohl nicht vergleichbar mit den früheren. Aber was genau hat sich geändert? Und ist die Stimmung im Vergleich zur vorangegangenen Erhebung nun besser oder schlechter?

Letztere Frage lässt sich ganz so eindeutig nicht beantworten. Zumal der BRV mit seinem Partner BBE Automotive GmbH

den für die Befragung repräsentativ und „quotiert nach Reifenfachhandelsgruppen“ ausgewählten 100 Betrieben nur zum Teil dieselben Fragen stellte wie zuletzt eben für die Branchenbarometer bis 2017. Damals wie heute werden sie so unter anderem um eine Beurteilung der derzeitigen Lage des Reifenfachhandels ganz allgemein sowie mit Blick aufs jeweils eigene Unternehmen gebeten. Identisch ist zudem die Frage nach dem eigenen Umsatz im vorangegangenen Quartal im Vergleich zu denselben drei Monaten ein Jahr zuvor. Auch die Abfragen

## Erwartete Entwicklung im eigenen Reifenfachhandelsbetrieb

Im aktuellen Quartal verglichen mit demselben Quartal des Vorjahres



Quelle: BRV/BBE

NRZ 3/2019

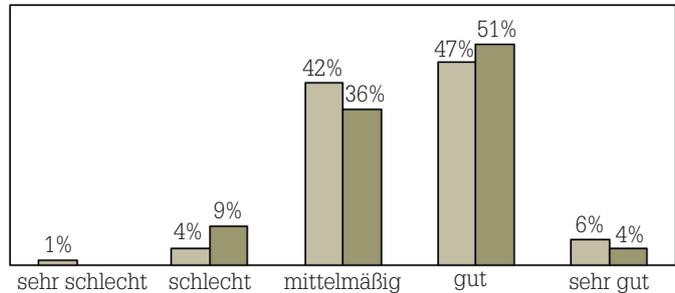
zur erwarteten zukünftigen Umsatz-, Rohertrags-, Gewinn- und Werkstattauslastungsentwicklung basierend auf einer Einschätzung jeweils für das laufende Quartal verglichen mit dem vor Jahresfrist finden sich hier wie dort. Das 2019er-Branchenbarometer wird nun allerdings ergänzt durch Fragen zur aktuellen und zukünftigen Absatzentwicklung der Reifenstückzahl. Soll heißen. Es wird gefragt nach dem Trend im vorangegangenen Quartal verglichen mit denselben drei Monaten ein Jahr zurück sowie im aktuellen Quartal bezogen auf den entsprechenden Zeitraum vor einem Jahr. Ebenso wird nun die aktuelle Situation bei der Entwicklung des Rohertrags, des Gewinns sowie der Werkstattauslastung ermittelt. Insofern verwundert nicht, dass das alte und das neue Branchenbarometer nicht direkt miteinander verglichen werden können. Daher lässt sich die Stimmung im Reifenfachhandel mit Fug und Recht daher wohl als unvergleichbar gut beschreiben.

Doch wie gut ist dieses Gut nun wirklich? Um diesbezüglich eine Einschätzung im Vergleich zur letzten Erhebung 2017 noch nach alter Methodik vorzunehmen, kann man sich lediglich an denjenigen Antworten zu Fragen entlanghangeln, die aktuell genauso gestellt wurden wie damals. Das sieht auf den ersten Blick tatsächlich gut aus im wahrsten Sinne des Wortes, sofern die Einschätzung der Lage im Reifenfachhandel ganz allgemein herangezogen wird. Beurteilen sie aktuell vier Prozent als sehr gut und 51 Prozent mit gut – mithin in Summe also die eingangs bereits erwähnten 55 Prozent – und 36 Prozent als mittelmäßig und neun Prozent als schlecht, so war die Lage im zweiten Quartal 2017 leicht schlechter mit sechs Prozent (sehr gut), 47 Prozent (gut), 42 Prozent (mittelmäßig), vier Prozent (schlecht) sowie ein Prozent (sehr schlecht). Nicht allzu viel verändert hat sich demgegenüber bei der Beurteilung des eigenen Betriebes, dessen Lage stand heute elf Prozent als sehr gut bewerten, 57 Prozent als gut, 29 Prozent als mittelmäßig und drei Prozent als schlecht. Vor knapp zwei Jahren beurteilen 14 Prozent die Unternehmenssituation als sehr gut, 53 Prozent als gut, 31 Prozent als mittelmäßig sowie jeweils ein Prozent als schlecht bzw. sehr schlecht.

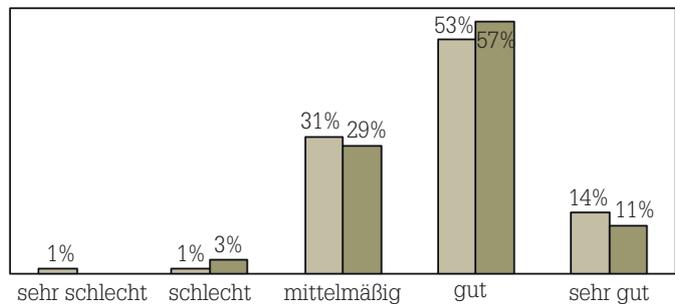
### Stimmung im Reifenhandel

Wie die Lage im Handel/Betrieb beurteilt wird

#### in der Branche allgemein



#### im eigenen Betrieb



■ 2. Quartal 2017 ■ 1. Quartal 2019

Quelle: BRV/BBE

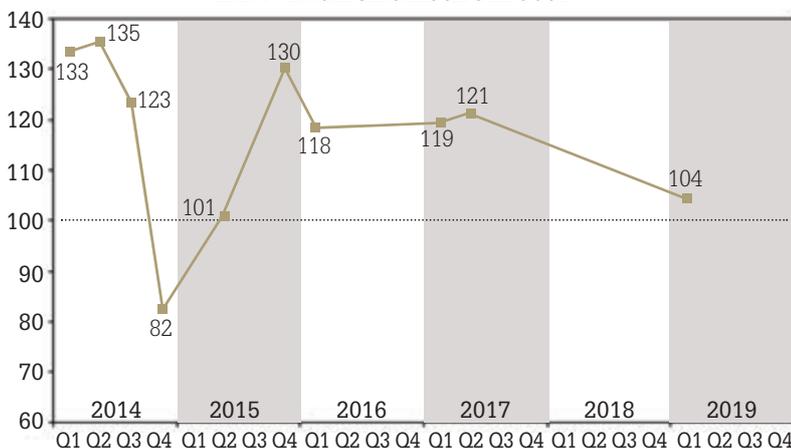
NRZ 3/2019

Bei näherem Blick auf die für die eigenen Betriebe erwartete zukünftige Entwicklung, trübt sich die vermeintlich gute Stimmung allerdings schon ein wenig ein. Unabhängig davon, ob nun Umsatz, Rohertrag, Gewinn oder Werkstattauslastung: Der Anteil derjenigen, die von einer gleichbleibenden Situation diesbezüglich ausgehen ist mit jeweils über 60 Prozent deutlich größer als noch 2017. Damals waren die Optimisten, die eine bessere Entwicklung erwarteten, viel stärker unter den Befragten vertreten. Basierend darauf müsste man eigentlich zu dem Schluss kommen, dass die Stimmung insgesamt vielleicht doch nicht ganz so gut ist wie gedacht.

Zumal auch unsere eigene Onlineumfrage auf den Webseiten der NEUE REIFENZEITUNG zu den Erwartungen an 2019 im Vergleich zu 2018 ein eher indifferentes Bild ergeben hat. Demnach gingen bei der Frage des Monats Januar unter [www.reifenpresse.de](http://www.reifenpresse.de) zwar 27 Prozent der Umfrageteilnehmer davon aus, das laufende Jahre werde besser als das vorherige, und weitere 23 meinten, es werde genauso gut wie 2018. Doch andersherum glauben 35 Prozent, dass es 2019 schlechter laufen werde als im Vorjahr, und die restlichen 15 Prozent, dass das aktuelle Jahr sich genauso schlecht präsentieren werde wie 2018.

*christian.marx@reifenpresse.de*

### BRV-Branchenbarometer\*



\*ab 2019 geänderte Methodik zur Bestimmung des Indexwertes

Quelle: BRV/BBE

NRZ 3/2019

## Im *AutoBild*-Werkstatttest erfüllt Euromaster „nicht mal niedrigste Standards“

Wenn deutsche Pkw-Fahrer Wartungs-/Reparaturarbeiten an ihrem Fahrzeug durchführen lassen wollen, dann haben sie sich – zumindest bis dato – eher weniger dafür entschieden, Reifenservicebetriebe für entsprechenden Arbeiten an ihrem Wagen anzusteuern. Gleichwohl hat *AutoBild* jüngst die Probe aufs Exempel gemacht und im Rahmen eines Werkstatttests insgesamt acht Filialen der zu Michelin gehörenden Reifen- und Au-

toservicekette Euromaster auf den Zahn gefühlt, wie sie sich bei der Inspektion nach Herstellerangaben an einem Skoda Fabia anstellen. Um es kurz zu machen: Das Ergebnis fällt vernichtend aus und dürfte nicht dazu geeignet sein, mehr Verbraucher vom Autoservice im Reifenhandel bzw. in einem Reifenservicebetrieb zu überzeugen.



*AutoBild* attestiert den acht getesteten Euromaster-Betrieben „eine kümmerliche Erfolgsquote von nur 39,4 Prozent“ im Zusammenhang mit der bei ihnen jeweils in Auftrag gegebenen Inspektion nach Herstellervorgaben bei einem mit sechs Mängel präparierten Skoda Fabia

„Euromaster erfüllt nicht mal niedrigste Standards“, so das Fazit der Tester. Gute Arbeit wurde demnach bei keinem der acht geprüften Betriebe in den sieben Städten Darmstadt-Griesheim, Dieburg, Neuss, Hildesheim, Lüneburg, Berlin und Neu-Ulm geleistet und auch nirgendwo eine Inspektion nach Herstellervorgabe. „Alle schrauben frei nach Schnauze. Da ist noch viel Schulung nötig, und bis dahin gilt: Kannste abhaken“, urteilt *AutoBild*-Testredakteur Hendrik Dieckmann. Um zu diesem Schluss zu gelangen wurde ein Fabia wie bei solchen Tests üblich mit Fehlern präpariert zu einer Inspektion nach Herstellervorgabe bei acht ausgewählten Euromaster-Betrieben angemeldet. Idealerweise sollten dabei alle sechs Mängel – zu niedriger Kühlwasserstand, eingerissenes Wischerblatt hinten, durchgebrannte Hupensicherung, ausgeklipstes ABS-Sensorkabel, angelaufener/entfernter Verbandskas-

ten sowie eine (wegen Kindersicherung) hinten von innen nicht zu öffnende Tür – entdeckt und behoben werden.

Das gelang keiner der Werkstätten, und „ausreichend“ als Bestnote bei der Arbeitsleistung erreichte gar nur ein Betrieb. In Darmstadt wurden immerhin vier der präparierten Mängel behoben, davon allerdings zwei, ohne den Kunden darüber zu informieren, das etwaig dahinter stehende Problem (ungeklärter Kühlwasserverlust, durchgebrannte Sicherung) doch besser im Auge zu behalten. Darüber hinaus vergab *AutoBild* viermal die Note „mangelhaft“ für die Arbeitsleistung sowie dreimal die diesbezügliche Einstufung als „ungenügend“. Zwar waren unter den sieben so bewerteten Filialen auch solche, die mehr Fehler eindeckten als die Kollegen in Darmstadt. Doch teils wegen zu kurzer Probefahrt und teils wegen „Auslassung weiterer Wartungspunkte“ nahm *AutoBild* eine entsprechende Abwertung

vor. Da die Arbeitsleistung zu 70 Prozent ins Gesamtergebnis eingeht, war da eigentlich schon nicht mehr viel über den Service zu retten, auf den die restlichen 30 Prozent entfielen. Dies umso mehr, als dass hierbei ebenfalls keine der Euromaster-Werkstätten so richtig zu glänzen wusste.

„Noch befriedigend“ hat diesbezüglich der Betrieb in Dieburg abgeschnitten. Hinzu gesellen sich noch viermal „ausreichend“, zweimal „mangelhaft“ und einmal „ungenügend“. Gründe dafür werden viele genannt beginnend allein schon mit Problemen bei der Kontaktaufnahme/Terminvereinbarung, die aber nicht alle so krass waren wie der Umstand, der einen der beiden Berliner Betriebe auf den letzten Platz in dieser Teildisziplin katapultiert hat. Denn dieser hat sich *AutoBild* zufolge in Betrug geübt. Die Mitarbeiter sollen den Testkunden mehrfach belogen haben, heißt es. Unter anderem hätten sie vorgespiegelt *haben*, die Bremsflüssigkeit getestet und für noch in Ordnung befunden zu haben, obwohl man sie nur deswegen nicht hatte wechseln können, weil bei den Arbeiten dazu die Entlüfterschraube abgerissen sei. Abgesehen von diesem Einzelfall lässt *AutoBild* aber auch insgesamt kein allzu gutes Haar an den getesteten Betrieben, die – so schreibt das Blatt – „oft schon beim richtigen Aufpumpen der Reifen“ scheiterten.

Denn drei der acht Probanden hätten sie mit zu hohem Druck beaufschlagt. „Die anderen Läden trugen entweder nichts in die Wartungsanweisung ein oder gaben diese erst gar nicht mit“, schreibt *AutoBild* dazu. Positiv aufgefallen sind die Betriebe demnach letztlich lediglich dadurch, dass sie kaum versuchten, überflüssige Reparaturen zu verkaufen. Zahlen mussten die Testkunden für das alles übrigens ganz unterschied-

liche Summen – für eigentlich ein und dieselbe Aufgabe: Das Preisspektrum erstreckt sich von den in Lüneburg zu zahlenden 230 Euro (Summe aus Lohn und Material) bis hin zu den fast 490 Euro bei dem „wegen Betrugs“ auch insgesamt „ungenügend“ benoteten Betrieb in der Reuchlinstraße der Bundeshauptstadt. Für ebenso „ungenügend“ hält *AutoBild* das von der Euromaster-Filiale in Neu-Ulm Gebotene, während vier Betriebe die Gesamtnote „mangelhaft“ (Berlin/Allee der Kosmonauten, Lüneburg, Hildesheim, Neuss) einfahren und zwei immerhin für „noch ausreichend“ (Dieburg)

bzw. „ausreichend“ (Darmstadt-Griesheim) befunden wurden.

Wie die Zeitschrift *Kfz-Betrieb* vor diesem Hintergrund berichtet, soll man sich bei Euromaster – unabhängig von diesem kleinen Silberstreif am Horizont – „schockiert“ gezeigt haben angesichts der Ergebnisse des *AutoBild*-Werkstatttests. Auch sind nach Informationen des Blattes demnach schon erste Maßnahmen in die Wege geleitet worden in dieser Sache. „Wir haben bereits mit der Aufarbeitung begonnen und prüfen alle Punkte im Detail. Sicher spiegelt das Vorgehen in anonymen Tests nicht vollumfänglich

die Realität wider, aber die beschriebenen Erlebnisse in unseren Servicecentern entsprechen nicht im Geringsten unseren Qualitätsstandards. Wir haben umgehend reagiert und die Schulungsinvestitionen sofort erhöht. Noch in diesem Monat werden die Mitarbeiter flächendeckend und intensiv geschult. Auch Kontrollmechanismen wie beispielsweise Mystery Shopping wurden sofort verstärkt“, hat Euromaster-Vertriebsdirektor Volker Zens diesbezüglich gegenüber dem *Kfz-Betrieb* zu Protokoll gegeben.

*christian.marx@reifenpresse.de*

## AUCH ATU NICHT SONDERLICH ÜBERZEUGEND

Wenn die eigene Tochter oder Sohn mit einem schlechten Zeugnis nach Hause kommt, dann hält sich als Elternteil die Begeisterung in der Regel in sehr engen Grenzen. Kann der Nachwuchs des Partners dann zwar einen leicht besseren Notendurchschnitt vorweisen, aber eben auch nicht überzeugen mit seinen Leistungen, ist's natürlich gleich doppelt unangenehm. So oder zumindest vergleichbar dürfte die Situation bei Michelin sein mit Blick auf die eigene Handelskette Euromaster sowie die Werkstattkette ATU, an welcher der Reifenhersteller aus Frankreich zu einem Fünftel beteiligt ist. Wurde Ersterer unlängst nämlich eine „kümmerliche Erfolgsquote von nur 39,4 Prozent“ beim *AutoBild*-Werkstatttest von acht ihrer Betriebe attestiert, hat auch ATU seine Sache nicht sehr viel besser gemacht. Immerhin haben eine in der Gesamtwertung für „befriedigend“ und zwei für „gut“ befundene Filialen das ATU-Ergebnis aber doch wenigstens etwas positiver ausfallen lassen. Die durchschnittliche Erfolgsquote für die Werkstattkette wird jedenfalls mit „nur 58,3 Prozent“ angegeben.

Sie basiert wie im Euromaster-Fall auf dem Ergebnis einer bei acht Filialen in Auftrag gegebenen Inspektion nach Herstellervorgaben. Dazu wurde jeweils ein VW Golf der Baujahre 2009 bis 2012 bei den Betrieben vorgeführt, der zuvor mit sechs Mängeln präpariert worden war. Im Zuge der Inspektion hätte den Getesteten auffallen sollen, dass der Kühlwasserstand zu niedrig, eine Düse der Scheibenwaschanlage verstellt oder ausgehakt, das Wischerblatt hinten eingerissen, ein Schlauch im Motorraum ausgeklippt, die Sicherung des Heizgebläses durchgebrannt und ein Lämpchen der Kofferraumbeleuchtung defekt war. Geschafft hat das nur die zum Test angesteuerte ATU-Filiale in Schwerin, die sich insofern über die Note „sehr gut“ in Sachen ihrer Arbeitsleistung freuen kann, die zu 70 Prozent in die Gesamtnote eingeht. Da es bei den Schwerinern aber „nur“ zu einer als „befriedigend“ bewerteten Leistung im Service gereicht hat, wird daraus in Summe dann das Endurteil „gut“ mit der Note 1,6.

Ein paar Zehntel dahinter folgt der ATU-Betrieb in Berlin-Wilmersdorf, weil die Mitarbeiter zwar viele, aber eben nicht alle

Mängel entdeckten bzw. beseitigten und im Service knapp am „gut“ vorbeischrämten. „Befriedigend“ schnitt aus Gesamtsicht die Filiale in Bad Dürkheim ab gefolgt von denen in Hennigsdorf und Kiel-Suchsdorf, die als „ausreichend“ eingestuft wurden. Als „noch ausreichend“ wird der Betrieb in Berlin-Steglitz bezeichnet, der zwar in Bezug auf seine Arbeitsleistung für „mangelhaft“ gehalten wird, aber offenbar mit als „noch befriedigend“ bezeichneten Serviceleistungen einiges retten konnte. Dafür hat bei den bei den Letzten des aktuellen *AutoBild*-Werkstatttests – den ATU-Niederlassungen in Nürnberg-Mögeldorf und Erlangen – nicht mehr gereicht. „Mangelhaft“ und sogar „ungenügend“ bei der Arbeitsleistung, ist in ersterem Fall auch der Service „mangelhaft“ gewesen und hat im anderen selbst eine Einstufung als „befriedigend“ dort nichts mehr herausreißen können.

Bei mehr oder weniger allen Betrieben soll vor allem schon die Terminvereinbarung nicht gerade reibungslos geklappt haben. Auch ein Werkstattersatzwagen sei den Testkunden in nur einem einzigen Fall (Erlangen) angeboten worden. Doch abgesehen von solchen und weiteren Patzern aufseiten des Services, ist bei einer 70-Prozent-Gewichtung natürlich vor allem die Arbeitsleistung das entscheidende Kriterium. Und da hat sich ein gutes Drittel wohl nicht gerade mit Ruhm bekleckert, wurde beispielsweise doch die defekte 40-A-Standardsicherung durch eine maximal 30 A vertragende ersetzt, ohne den Kunden entsprechend zu informieren. Oder wurde fälschlicherweise vorgetragen, die entsprechende Gebläsesicherung gäbe es „nur bei VW“, und der Defekt könne daher nicht behoben werden. Dafür aber sollen sich die getesteten Betriebe teils recht eifrig gezeigt haben, Zusatzleistungen wie eine Klimaanlage-wartung – obwohl bei der Inspektion nicht vorgesehen bzw. bei den Testwagen nicht nötig – zu verkaufen. „Und bei den Reifen war es mehrfach so, dass die Serviceberater normale Gebrauchsspuren dramatisierten und neue Gummis anboten“, schreibt *AutoBild* darüber hinaus.

*christian.marx@reifenpresse.de*

## Kurzgefasst.

**Ab sofort Onlinepreis-monitor** für BRV-Mitglieder kostenlos nutzbar

Der Bundesverband Reifenhandel und Vulkaniseurhandwerk e.V. (BRV) geht mit der Zeit bzw. trägt dem Trend zu einer immer weiter voranschreitende Digitalisierung Rechnung. Denn hatte man auch früher schon einen kostenpflichtigen Preismonitor als Excel-Tabelle angeboten, können Verbandsmitglieder ab sofort nun online auf eine entsprechende Übersicht zugreifen – und das kostenlos. „Der BRV-Monitor beinhaltet neben einem Standardkonfigurator zur Ermittlung der zulässigen Bereifung die Möglichkeit der Recherche nach aktuellen B2C-Preisen in ausgewählten anonymisierten B2C-Plattformen“, so BRV-Geschäftsführer Yorick M. Lowin. *cm*

Die Suchergebnisse im neuen, online verfügbaren BRV-Preismonitor können Verbandsaussagen zufolge direkt nach Excel exportiert werden

## Trelleborg erhöht die Preise um drei bis fünf Prozent

Inflationsgetrieben sowie aufgrund steigender Energie- und Lohnkosten wird Trelleborg Wheel Systems die Preise für seine gesamte Produktpalette um drei bis fünf Prozent erhöhen. Die Preiserhöhung wird laut Unternehmensangaben im ersten Quartal umgesetzt und weltweit auf alle Marken des Produktportfolios von Trelleborg Wheel Systems angewendet. *cs*



## Global Rubber Industries investiert weiter in neue OTR-Reifenfabrik

Vor einem Jahr hat Global Rubber Industries (GRI) seine neue OTR-Reifenfabrik in Sri Lanka eingeweiht. Wie der Hersteller dazu mitteilt, habe man seither bereits über 100 Produktspezifikationen in die Produktion übernommen – ein „beeindruckender Meilenstein“, betont der Hersteller. Rund 70 dieser Produkte seien Landwirtschaftsreifen, die verbleibenden pneumatische EM- und Staplerreifen. „GRI ist jetzt sehr gut in der Lage, die Bedürfnisse der weltweiten Landwirtschaft mit einer breiten Palette an hochwertigen Radial- und Diagonalreifen zu erfüllen“, so GRI-Geschäftsführer Prabhash Subasinghe dazu.

Seit der Eröffnung der neuen Fabrik Ende Januar 2018 habe GRI außerdem stark in die weitergehende Automatisierung der Anlage investiert. Das habe mehr Präzision in der Produktion, eine größere Gleichmäßigkeit der Produktqualitäten, kürzere Produktionszyklen, höhere Effizienzen, geringere Abfälle sowie ein Mehr an Sicherheit für die Mitarbeiter zur Folge, so der Hersteller weiter. In dem Zusammenhang



Die neue GRI-Reifenfabrik ist seit einem Jahr in Betrieb und kann bereits über 100 Produktspezifikationen fertigen

seien zwischenzeitlich auch einige Zertifizierungen für die neue GRI-OTR-Reifenfabrik zusammengekommen. Wie es dazu heißt, habe GRI etwa die Zertifikate nach ISO 9001:2015 und ISO 14001:2015 sowie nach ISO 50001 erlangen können.

Für die nähere Zukunft plant Global Rubber Industries die Einrichtung einer neuen Mischerei am Produktionsstandort in Sri Lanka, wodurch die Kapazität deutlich erweitert werde. *ab*

## Jährliche Fahrleistung in Deutschland liegt bei knapp 11.700 Kilometern

Die Preisvergleichsplattform Check24 hat auf Basis der Angaben ihrer Nutzer rund um die Tarifsuche bei Kfz-Versicherungen die durchschnittliche jährliche Fahrleistung deutscher Autofahrer ermittelt. Sie soll im bundesweiten Mittel bei nicht ganz 11.700 Kilometern liegen, wobei der Wert in Stadtstaaten im Schnitt 1.600 Kilometer geringer sei als in Flächenländern. „Autofahrer haben in der Stadt kürzere Wege als auf dem Land und können auch auf einen gut ausgebauten öffentlichen Nahverkehr ausweichen“, erklärt Dr. Tobias Stuber, Geschäftsführer Kfz-Versicherung bei Check24. Demnach legen Autofahrer aus Mecklenburg-Vorpommern durchschnittlich gut 12.900 Kilometer zurück, womit das Bundesland das diesbezügliche Ranking anführt. Das sind zugleich rund 3.300 Kilometer bzw. 34 Prozent mehr als in Berlin, wo mit leicht mehr als 9.600 Kilometern im Mittel am wenigsten gefahren wird. *cm*

Ø Pkw-Fahrleistung 2018



# AM PULS DER TECHNOLOGIE



AZENIS | FK510



High Technology und Performance. Die Rennsporterfahrung von FALKEN wird erfolgreich angewandt auf dem neuen AZENIS FK510: Herausragender Fahrkomfort, erstklassige Performance auf trockenen und nassen Straßen sowie extrem hohe Aquaplaning-Resistenz garantieren maximalen Fahrspaß und Sicherheit.

**FALKEN**  
REIFEN

# Tagung in Madrid: Pneu-hage will Vertriebskanal First Stop weiter ausbauen

**„Sie sehen, es lohnt sich, First-Stop-Partner zu sein.“**

Es zählt zu den wohl spannendsten Projekten des gegenwärtigen Reifenmarktes: Der Übergang der operativen Verantwortung für die deutsche First-Stop-Organisation von Bridgestone auf die Pneu-hage-Unternehmensgruppe. Seit Juni 2017 arbeiten die neuerdings Zuständigen mit Sitz in Karlsruhe (Pneu-hage/Interpneu) und Friedberg (First Stop) dabei mit Hochdruck gleich mehrere To-do-Listen ab: Neues Personal muss eingestellt, eine neue Internetseite programmiert und ergänzt, ein Vertriebskonzept für Nfz-Reifen etabliert und die First-Stop-Zentrale umgesiedelt werden; außerdem vertriebsorientiertes Wachstum, etwa im Flottengeschäft. Gleichzeitig müssen sich beide Seiten – also Systemgeber und First-Stop-Partner – weiter kennenlernen und aufeinander einstellen, und zwar im laufenden Betrieb. Jüngst bot die First-Stop-Partnertagung in Madrid, an der weit über 300 Partner und Branchenvertreter teilnahmen, eine gute Gelegenheit, nach dem Status quo der Neuausrichtung zu fragen. Die neuen Partner haben dabei offenkundig bereits einiges erreicht. Gleichzeitig bleibt ihnen aber auch noch einiges zu tun, um die „Herausforderungen der Zukunft zusammen zu meistern“, wie das Tagungsmotto beschwor.

**Peter Schütterle**, Inhaber der Pneu-hage-Unternehmensgruppe, konnte Anfang Februar in Madrid weit über 300 Partner und Branchenvertreter zur diesjährigen First-Stop-Tagung begrüßen

**D**ass die 149 Partner (betreiben 164 Standorte) und auch die Filialleiter der 47 First-Stop-eigenen Regiebetriebe zur diesjährigen Tagung in nahezu voller Mannschaftsstärke erschienen sind, mag dem Veranstaltungsort geschuldet sein: Madrid. Nach Frankfurt, Berlin, Dresden, Neuss und zuletzt München lockte die spanische Hauptstadt nicht nur mit der Aussicht

auf ein paar vorfrühlingshafte Tage unter mediterraner Sonne und einem reizvollen Rahmenprogramm inklusive Stadtrundfahrt und Stadionbesichtigung bei Real Madrid. Mehr noch. Die Pneu-hage Partners Group (PPG), die als Teil der Pneu-hage-Unternehmensgruppe seit dem 1. Juni 2017 für die operative Führung von First Stop Deutschland (und auch von Ehrhardt Reifen + Autoservice) verantwortlich ist, hatte die Partnertagung mit der Einführung von zwei neuen Platin-Sommerreifen inhaltlich angereichert. Sommerreifen im deutschen Februar vorzustellen, schien den Tagungsplanern natürlich als viel zu heikel. Außerdem hatte Interpneu vor 18 Jahren auch den allerersten Platin-Sommerreifen in Spanien vorgestellt. Also nun Madrid.

Räder und Reifen der Marke Platin werden vom Großhändler Interpneu – quasi eine Schwestergesellschaft zur PPG – seit über 30 Jahren erfolgreich im europäischen Markt vertrieben. Seitdem nicht mehr Bridgestone Deutschland mit Sitz in Bad Homburg die Geschicke der deutschen First-Stop-Organisation führt, sondern eben Pneu-hage (mit Bridgestone Deutschland als 25-Prozent-Partner im PPG-Joint-Venture), hat auch Interpneu als einer der Kernlieferanten für First Stop an Bedeutung gewonnen und will dort freilich weiter wachsen.

Über den Partnereinkauf, die First-Stop-eigene Einkaufsplattform, bieten dem Vernehmen nach über 40 Lieferanten Reifen an. Dass Interpneu es unter den entsprechend gelisteten Großhändlern „nur“ aufs Treppchen schafft, und zwar hinter Reifen





**Rolf Hosefelder**, First-Stop-Geschäftsführer, bilanzierte einen positiven Geschäftsverlauf 2018, kündigte aber gleichzeitig etliche Weiterentwicklungen des Partnersystems First Stop an



**Peter Deubzer**, Vorsitzender des First-Stop-Beirates, sieht viele weitere Entwicklungen unter dem Dach des Partnersystems als notwendig an, beschrieb aber gleichzeitig auch einiges, was bereits erreicht wurde

Gundlach und Reifen Krieg als dort ebenfalls gelistete Grossisten, kann den Verantwortlichen bei PneuHage/Interpneu natürlich nicht gefallen – man sieht demnach noch Wachstumspotenzial, das es zu heben gilt. Und das scheint auch daher möglich, weil der Kanal Partnereinkauf für die Partner selbst zuletzt deutlich an Attraktivität gewonnen habe, bilanzierten Rolf Hosefelder und Niko Heib, ihrerseits First-Stop-Geschäftsführer und Leiter First-Stop-Partnersystem, positive Wachstumsraten im

vergangenen Jahr, die sich entsprechend auch in höheren Bonusausschüttungen zeigen würden. Bereits 2018 hatte First Stop für 2017 einen insgesamt um 3,6 Prozent gestiegenen Bonus an die Partner ausgeschüttet, der für einige einem fünfstelligen Betrag entspreche. Niko Heib dazu: „Sie sehen, es lohnt sich, First-Stop-Partner zu sein.“ Wachstum im Partnereinkauf ist daher nicht per se auf Verdrängung ausgerichtet. Wie auf der Tagung in Madrid erklärt wurde, kaufen die Partner derweil

zwei von drei Reifen über den Partnereinkauf ein.

Während sich Interpneu in seinem Selbstverständnis als Kernlieferant des Partnersystems versteht, trifft dasselbe freilich auch auf Bridgestone zu. Der japanische Reifenhersteller als bisheriger Systemgeber gilt den First-Stop-Partnern als wichtigster Industrielieferant, und zwar über den Partnereinkauf wie auch direkt.

Dass die PneuHage-Unternehmensgruppe nun natürlich versucht, sich auch den



Tagungen sind der geeignete Ort, um langjährige Partner für ihre Treue auszuzeichnen; in diesem Jahr zeichnete **Peter Schütterle** (Zweiter von links) etliche Partner für ihre 20-jährige Partnerschaft mit First Stop aus

## REIFEN HABEN EINE SEELE – REIFENHÄNDLER ABER AUCH?

Die deutsche Sprache umfasst immerhin 23 Millionen Wörter, zumindest wenn man der Duden-Redaktion und dem von ihr geführten Duden-Korpus per Stand 2017 glaubt. Ein Wort, das dem Schreiber dieser Zeilen in all den Jahren im Dienste der NEUE REIFENZEITUNG allerdings noch nie in der Reifenwelt begegnet ist, ist das der Seele – bis nun.

Die Reifentechnikinteressierten unter uns werden jetzt natürlich sagen: Aber jeder Reifen hat doch eine Seele, eine Innenseele. Das ist – für die entsprechend weniger Interessierten unter uns – der Innerliner eines Reifens, also die luftundurchlässige Schicht im Innern des Reifens. Aber von dieser Seele ist hier nicht die Rede. Die Rede ist von der Seele der Menschen, „die den Unterschied machen“.

Dieses Zitatfragment stammt von Peter Schütterle, Inhaber der Pneuhage-Unternehmensgruppe, die Anfang Februar weit über 300 Partner und Branchenvertreter in Madrid anlässlich der diesjährigen First-Stop-Partnertagung zu Gast hatte; bekanntlich obliegt die operative Führung der vormals industriegeführten Verbundgruppe seit 2017 der Pneuhage Partners Group und damit Peter Schütterle.

Als Gastgeber in Madrid gab er nicht nur einen Abriss über das gemeinsam bereits Erreichte und über die Herausforde-



**Peter Schütterle**, erfolgreicher Reifenhändler mit Seele

rungen der Zukunft, die man zusammen erst noch meistern müsse. Der Unternehmer formulierte in seiner Rede vor den versammelten Partnern, Gästen und eben vor der NEUE REIFENZEITUNG auch sein Credo, nach dem er in seiner langen Laufbahn immer gearbeitet habe und auch weiterhin zu arbeiten gedenke: „Es sind nach wie vor Sie, die Menschen, die den Unterschied machen.“

Dass Peter Schütterle keinen natürlichen Hang zum Digitalen empfindet, wo man „auf Nullen und Einsen“ reduziert ist, weiß jeder, der einmal ein längeres Gespräch mit dem Vollblutunternehmer – Jahrgang 1952 – führen durfte, auch wenn er natürlich um die Bedeutung von Computern, Smartphones und Onlineshops im Geschäftsalltag weiß. Aber all diese Dinge hätten eben „auch keine Seele“, befand

Schütterle in Madrid und machten daher nicht den Unterschied aus. Weiter: „Aber für mich ist es ebenso wichtig, zum Beispiel in Form dieser Veranstaltung, den persönlichen Kontakt zu pflegen.“

Nun, Reifenhändler mit Seele sind selten geworden im Markt; gut aber, dass es sie immer noch gibt!

*arno.borchers@reifenpresse.de*

Vertriebskanal First Stop noch umfassender als bisher zu erschließen und dort *der* Lieferant zu werden, ist eine Selbstverständlichkeit. Inwiefern aber das nun modernisierte und erweiterte Platin-Segment (den Text zur Produkteinführung finden Sie an anderer Stelle in dieser Ausgabe), das den Partnern in Madrid in Zusammenarbeit mit Continental als Hersteller auch der neuen Platin-Sommerreifen aufwendig präsentiert wurde, mit dem Sortiment an Bridgestones Zweit- und Drittmarken wie etwa Firestone und auch Dayton zusammenpasst bzw. eben gerade nicht, müssen die First-Stop-Partner und damit der Markt zukünftig entscheiden. Für Pneuhage-Inhaber Peter Schütterle ist klar: Egal wie hoch die Bedeutung der Marke Platin für die Unternehmensgruppe ist, sie „soll bei First Stop nicht Firestone ablösen“.

Einen Vertriebskanal auf- und auszubauen, bedeutet für den neuen Systemgeber aus Karlsruhe bzw. Friedberg, wo seit

vergangenem Jahr die deutsche First-Stop-Zentrale angesiedelt ist, aber deutlich mehr, als lediglich an dem Sortimentsangebot zu feilen. Neben dem organischen ist auch organisatorisches Wachstum das Ziel. Waren beim Übergang der Systemverantwortung am 1. Juni 2017 noch 140 First-Stop-Partner mit 155 Standorten im Register der Pneuhage Partners Group aufgeführt, so waren es anlässlich der Partnerkonferenz in Madrid bereits 149 Partner mit 164 Standorten. Das Wachstum in den vergangenen gut anderthalb Jahren lag demnach bei neun Partnern und neun Standorten. Allein im vergangenen Jahr hatte Niko Heib als Verantwortlicher für das First-Stop-Partnersystem Verträge mit zehn neuen Partner unterzeichnet. Da im selben Zeitraum auch vier Händler die Organisation verlassen hatten, ergab sich 2018 ein Wachstum um netto sechs Partner und Standorte. Die Anzahl der First-Stop-eigenen Betriebe liegt dabei nach wie vor bei 47, sodass es deutschlandweit 211

First-Stop-Standorte gibt. Auch wenn das organisatorische Wachstum wichtig sei, befinden Rolf Hosefelder und Niko Heib im Interview mit der NEUE REIFENZEITUNG, sei das qualitative Wachstum der Organisation noch um ein Vielfaches wichtiger.

Man habe sich natürlich auch für das neue Jahr konkrete Wachstumsziele gesetzt, die man aber nicht in der Zeitung lesen möchte. Da es im Reifenfachhandel aber zunehmend schwieriger sei, ungebundene Unternehmer zu finden und für die Partnerschaft mit einer Verbundgruppe wie First Stop zu werben, müsse man auch über den Reifenfachhandel im engeren Sinne hinausblicken, wenn es um nominelles organisatorisches Wachstum gehe.

Neue und vor allem auch die bestehenden Partner müssen dabei engmaschig betreut werden. Nicht nur, weil die Anspruchshaltung der Partner nach dem Übergang von Bridgestone auf Pneuhage natürlich eine andere ist. Sondern auch, weil es dem



erklärten Selbstverständnis der PneuHage-Unternehmensgruppe und ihres Inhabers Peter Schütterle entspricht, den persönlichen Kontakt untereinander intensiv zu halten. Es seien „nach wie vor Sie, die Menschen, die den Unterschied machen“, rief Schütterle den Partnern dementsprechend in seiner Rede zu.

Diesen Unterschied (sich) leisten zu können, erfordert in der Zentrale und im Außendienst zusätzliches Personal. Bereits anlässlich der letztjährigen Tagung hatte Geschäftsführer Rolf Hosefelder die Anzahl an Vakanzen im neuen First-Stop-Organigramm mit 30 beziffert, wozu allein 20 neue Außendienstmitarbeiter für das Segment Lkw-Reifen sowie zehn neue Produktspezialisten für das Segment der Landwirtschafts-, EM- und Industriereifen gehörten. Während zwischenzeitlich sogar weiterer Personalbedarf hinzugekommen ist, etwa im Marketing, sieht sich Rolf Hosefelder in Bezug auf die geplanten Neueinstellungen auf einem guten Weg. Obwohl der Arbeitsmarkt derzeit bekanntlich schwierig für Arbeitgeber ist, habe man einen Großteil der Vakanzen bereits schließen können, zumindest im Segment Lkw-Reifen. Zum neuen Jahr hat außerdem Tino Schunath als Leiter Produktgruppenmanagement Nfz (war zuvor Gebietsleiter für die First-Stop-Filialen) mehr Verantwortung übernommen. Das Produktgruppenmanagement Consumer bei First Stop wird derweil weiterhin von Axel Moll geleitet.

Es ist dabei gerade das Geschäft mit Nutzfahrzeugreifen, wo die neuen First-Stop-Verantwortlichen großes Potenzial in ihren Reihen sehen. Gehören die PneuHage-Reifendienste wie auch Ehrhardt Reifen + Autoservice traditionell zu den starken Nfz-Reifenvermarktern im Land und können sich dabei



**Christian Mühlhäuser**, Managing Director Bridgestone für die DACH-Region (Deutschland, Österreich, Schweiz), präsentierte den Hersteller als wichtigen und willigen Partner der First-Stop-Organisation

# Hier ist nicht genug Platz...

... um die vielen attraktiven Leistungsbausteine der Einkaufsgesellschaft Freier Reifenfachhändler vorzustellen. Sind Sie unabhängiger, hoforientierter Reifenfachhändler und legen Wert auf Ihre unternehmerische Freiheit? Dann lassen Sie uns z.B. über rohertragsstarke Kompletttrad-Angebote, attraktive Werbemaßnahmen, den Zugang zum PKW-Leasingmarkt und vieles mehr sprechen.



Druseltalstrasse 15  
34131 Kassel  
Tel.: 0049-(0)561-58 59 8-0  
Fax: 0049-(0)561-58 59 8-20  
email: info@efr-online.de

[www.efr-online.de](http://www.efr-online.de)

...hier bin ich richtig!





**Günter Sehring** (Interneu und Pneuhage Management; rechts) im Gespräch mit **Hauke** und **Birte Dierks** nebst Sohn **Morten** vom First-Stop-Partner Reifen Thomsen (Bredstedt, Schleswig-Holstein)

– außer auf ihre eigenen Runderneuerungen – auch auf Interneu als Partner mit einem Zentrallagerbestand im sächsischen Hainichen von rund 40.000 Nfz-Reifen sowie auf Bridgestone als starken Lkw-Reifenvermarkter im Land verlassen, so gilt diese Feststellung für das Gros der First-Stop-Partner nur sehr begrenzt. Die Stärken dort liegen traditionell eher in der Vermarktung von Consumer-Reifen und natürlich auch im Autoservice, womit die Organisation einen Benchmark im Markt setzt. Um dieses Potenzial zu heben, haben die an Lkw-Reifen interessierten bzw. dort bereits engagierten Partner im vergangenen Jahr nach der Tagung in München einen entsprechenden Arbeitskreis auf den Weg gebracht. In Madrid nun stellten Jens Thaute, First-Stop-Partner aus Bernau bei Berlin, und Christian Müller, bei First Stop Partnerbetreuer Nutzfahrzeug, die Ergebnisse eines mehr als sechsmonatigen Projektes einem breiten interessierten Publikum vor: das Konzept „First-Stop-Premiumnutzfahrzeugpartner“.

Wie Erwin Schwab, einer der Geschäftsführer der Pneuhage Partners Group und innerhalb der gesamten Unternehmensgruppe verantwortlich für den Bereich Einzelhandel und Nutzfahrzeugreifen, gegenüber der NEUE REIFENZEITUNG betonte, richte sich das neue Konzeptangebot gera-

de an diejenigen Partner, die den Einstieg ins Lkw-Reifengeschäft suchten, um zu diversifizieren, und an diejenigen, die von kleiner Basis aus weiter wachsen wollten. Üblicherweise sei die erste Frage immer die nach dem Einkauf. Die Pneuhage-Unternehmensgruppe biete folglich den interessierten Partnern über ihren Interneu-Shop eine mehr oder weniger exklusive Verfügbarkeitsunterstützung mit voller Bonusfähigkeit.

Wichtig bei der Vermarktung von Lkw-Reifen ist gut geschultes Personal. Ein entsprechendes Schulungsprogramm bietet Pneuhage selber oder in Zusammenarbeit mit Dienstleistern wie etwa Stahlgruber an. Schulungen würden dabei nicht nur die Vermarktungsqualität und technische Fachkompetenz des Händlers und seiner Mitarbeiter erhöhen, sondern eben auch als Mittel der Personalentwicklung Mitarbeiter langfristig ans Unternehmen binden. Entsprechende Maßnahmen würden dabei durch spezielle Nfz-Tagungen flankiert, die dem weiteren fachlichen Austausch dienen, so Thaute weiter.

Wichtig für das Nfz-Geschäft sei außerdem die Vernetzung, betonten demnach auch Thaute und Müller bei ihrer Präsentation. So könnten alle Konzeptpartner grundsätzlich auch im Flottennetzwerk Pneunet

gelistet sein, das 2014 durch Pneuhage, Reifen Günther und Reifen Helm gegründet wurde. Ob sie dort aktiv sein wollen, gegebenenfalls sogar im Pannenservice, sei dabei ihre freie Entscheidung.

Apropos Pannenservice: Während First Stop für seine eigenen Filialen im vergangenen Jahr immerhin 35 Fahrzeuge für den Pannenservice und die Mobilmontage von Nutzfahrzeugreifen angeschafft hat, die meisten davon als 3,5-Tonner, können auch die Partner über solche voll ausgestatteten Fahrzeuge verfügen, tun dies aber momentan nur zögerlich; lediglich ein Partner habe bisher von dem Angebot der Zentrale Gebrauch gemacht. Dabei könne sich die Investition rechnen, habe die Nachfrage nach Pannen- und anderen mobilen Dienstleistungen durchaus zugenommen, so First-Stop-Partner Jens Thaute.

Zwei weitere Bausteine, mit denen First-Stop-Partner als Teilnehmer des neuen Nutzfahrzeugkonzepts im Marktpunkten sollen, sind die Hilfe für den Kunden bei der Beantragung von De-minimis-Fördermitteln, für die man mit dritter Seite zusammenarbeitet, und eine Lkw-Reifenversicherung – First Stop zufolge ein absolutes Novum im Reifenmarkt, das aktuell nicht einmal Interneu anbietet. Außerdem könnten First-Stop-Partner natürlich die Fahrzeuge für den Pannenservice und die Mobilmontage von Nutzfahrzeugreifen zu Vorzugskonditionen kaufen bzw. leasen.

Was bei der Vermarktung von Nutzfahrzeugreifen gilt, gilt analog auch bei Pkw-Reifen: Vernetzung ist wichtig. Waren die Partner bisher über ihr First-Stop-eigenes Netzwerk mit Flottenkunden verbunden, spielt dieses unter dem Dach der Pneuhage Partners Group und der neuen First Stop keine Rolle mehr. Mittlerweile sind die First-Stop-Partner über das Fleetpartner-Netzwerk zusammen mit Vergölst (Continental) und etlichen anderen Partnern bundesweit an weit über 1.000 Standorten ins deutsche Flottengeschäft eingebunden. Wie es dazu anlässlich der Tagung in Madrid hieß, seien bereits über 50 Prozent der Partner entsprechend aktiv bei Fleetpartner eingebunden; viele weitere sollen folgen, selbst wenn die Partner die Gebühren in Höhe von fünf



Euro pro Abrechnung als zu hoch empfanden, auch wenn die Konditionen in Summe als „durchaus wettbewerbsfähig“ bezeichnet wurden. Die abgewickelten Umsätze über Leasingabrechnungen jedenfalls seien im vergangenen Jahr mit über 20 Prozent deutlich angestiegen. Das Idealziel soll es demnach sein, alle First-Stop-Partner über Fleetpartner anzubinden.

## Neue First-Stop-Internetseite

Im vergangenen Jahr hatte Bridgestone das baldige Ende der bisherigen First-Stop-Internetseite angekündigt. Während der Hersteller europaweit seit dem Jahreswechsel mit einer neuen Seite präsent ist, musste die deutsche First-Stop-Organisation – jetzt eben nicht mehr unter dem Dach von Bridgestone, sondern von PneuHage – eine eigene neue Internetseite programmieren lassen. Wie der Beiratsvorsitzende Peter Deubzer in seiner Rede vor den Tagungsteilnehmern befand: ein Schnellschuss mit zahlreichen Defiziten. Er mahnte „eine schnelle Weiterentwicklung der Internetseite“ und deren Verbesserung an. Auch First-Stop-Geschäftsführer Rolf Hosefelder musste zugeben, dass die Seite noch großen Entwicklungsbedarf habe, und kündigte in Madrid gleichzeitig die nächsten Schritte an. So soll bis zum Ende des zweiten Quartals etwa der vorhandene Shop um einen Kompletttradkonfigurator und weitere online wählbare Dienstleistungen ergänzt werden und bis zum Ende des dritten Quartals dort auch eine umfassende Partnereinbindung bestehen. Bis zum Ende des Jahres soll dann auch

die Onlineterminvereinbarung bei den Partnern im Rahmen des Kaufprozesses möglich sein. Außerdem können Händler auf [www.firststop.de](http://www.firststop.de) dann auch eigene Microsites hinterlegen. Dass die neue First-Stop-Internetseite eine große Bedeutung für die gesamte PneuHage-Unternehmensgruppe habe, bestätigte auch Peter Schütterle selbst. Sie soll, sobald sie reibungslos laufe, auch als Vorlage für die Internetseiten von Ehrhardt Reifen + Autoservice sowie die PneuHage-Reifendienste fungieren.

## Ehrungen für 20 Jahre First Stop

Tagungen sind immer auch der geeignete Ort, um langjährige Partner für ihre Treue auszuzeichnen und zu würdigen. Bereits 20 Jahre nehmen am First-Stop-Partnersystem teil: Reifen Labetzke Löningen GmbH (Löningen), Reifendienst Pinneberg GmbH (Pinneberg), Reifendienst Berner GmbH (Bad Oldesloe), Holst & Pieper GmbH (Hamburg), TE Autoteile - Reifenhandel Riethig & Fölsner GmbH (Magdeburg), RSB Reifen-Service GmbH (Bergen), Reifen- und Fahrzeugtechnik Schäcke GmbH (Elmshorn), Reifen Frina OHG (Velbert), Reifendienst & Autoservice Siptroth GmbH (Rudolstadt), Reifendienst Schröder GmbH (Schleswig), Reifendienst Loders GmbH (Lüneburg), Reifendienst & Autoservice Reggelin GmbH Brandenburg (Brandenburg an der Havel) und Reifen Aufheimer GmbH (Genderkingen). [arno.borchers@reifenpresse.de](mailto:arno.borchers@reifenpresse.de)

Auch **Jürgen Koch** (links) und **Thomas Langer** kümmerten sich im Rahmen der Industriemesse in Madrid um die First-Stop-Partner



## Driver-Jahresauftaktevent unter dem Motto „Eine Marke — ein Team ein — Ziel“

Über 240 Verantwortliche der Driver Reifen und Kfz-Technik GmbH sowie der Driver-Kooperation freier Reifenhändler und Kfz-Werkstätten trafen sich am 15. und 16. Februar in Frankfurt am Main zur gemeinsamen Jahresauftaktveranstaltung 2019. Das Motto des Events: „Eine Marke – ein Team – ein Ziel“ resultiert aus dem gemeinsamen Marktauftritt der beiden Organisationen unter dem Dach des Handelsmarkennetzwerks Driver des Reifenherstellers Pirelli.

In seinem Eingangsstatement blickte Thorsten Schäfer, Geschäftsführer der Driver Reifen und Kfz-Technik GmbH, auf das Geschäftsjahr 2018 zurück und hob das Rebranding vieler Filialen als Highlight hervor. Zudem verwies er auf zahlreiche Gesamtsiege der Handelskette bei unabhängigen Servicestudien.

Rolf Körbler, Geschäftsführer der Driver Handelssysteme GmbH, stellte für 2018 den Eintritt etlicher neuer Partner in die Driver-Kooperation heraus sowie das 360°-Retail-Konzept „Erwarten Sie mehr“. Beide Geschäftsführer waren sich einig: Aufbauend auf diesen Erfolgen komme es für die zwei Organisationen im neuen Geschäftsjahr darauf an, die Marke weiter zu stärken. Dazu gehöre das engere Verknüpfen beider Systeme, um durch Synergien noch erfolgreicher im Markt zu agieren und gemeinsam zu wachsen.

Auf diese Einstimmung folgte der Vortrag von Andreas Penkert, Geschäftsführer Vertrieb und Marketing Pirelli Deutschland. Darin skizzierte er eingangs die Marktentwicklung 2018/2019 sowie die Kernelemente der Pirelli-Retail-Strategie. „Sie basiert auf unserer herausragenden Marktstellung als Reifenherstellers für zahlreicher Fahrzeugmodelle der Premium- und Prestigesegmente führender Automobilhersteller“, erläuterte Andreas Penkert und betonte: „Von dieser klaren Ausrichtung auf Premiumangebote profitieren auch unsere Partner im Handel, denn es ermöglicht ihnen eine extrem zielgerichtete Marktbearbeitung.“

In diesem Zusammenhang unterstrich der Vertriebschef die Bedeutung des Reifen-



**Thorsten Schäfer** (von links), Geschäftsführer Driver Reifen und Kfz-Technik GmbH, **Andreas Penkert**, Geschäftsführer Vertrieb und Marketing Pirelli Deutschland GmbH, und **Rolf Körbler**, Geschäftsführer Driver Handelssysteme GmbH, begrüßten über 240 Teilnehmer beim Jahresauftakt-Event 2019 in Frankfurt/Main

fachhandels und insbesondere der Driver-Netzwerke für Pirelli: „Im deutschen Markt tragen sie dank der besonderen Qualität ihrer Betriebe maßgeblich dazu bei, die starke Position der Marke Pirelli in den Premium- und Prestigesegmenten stetig auszubauen.“ Im Gegenzug werde Pirelli die Reifenfachhändler auch künftig mit leistungsstarken Modulen unterstützen. Insbesondere um Anforderungen zu meistern, die aus aktuellen Trends wie der Digitalisierung und des Aufkommens der Elektrofahrzeuge resultieren.

Im Anschluss an die Ausführungen von Andreas Penkert versammelten sich die Mitglieder der Driver Reifen und Kfz-Technik GmbH, um Fachvorträge zu den Themen POS-Management, Vertrieb sowie Personal zu hören und von Thorsten Schäfer über die Eckdaten des Geschäftsjahres 2019 informiert zu werden. Parallel dazu informierte Rolf Körbler die Mitglieder über die Weiterentwicklung des 360°-Retail-Konzepts.

Der zweite Tag stand im Zeichen von Fachvorträgen zu den Themen Vertrieb, Flottenkunden, Chancen des Reifenfachhandels, Optimierung durch Einkauf, Lkw-Reifen, Onlinemarketing sowie Kundenfrequenz am POS. Mit einem gemeinsamen Fazit beendeten Rolf Körbler und Thorsten Schäfer die Veranstaltung. „Wir haben die Teilnehmer auf den einheitlichen Marktauftritt der beiden Systeme eingestimmt sowie auf den Driver-Grundsatz, zuallererst Partner der Endkunden zu sein und deren Anforderungen in den Mittelpunkt allen Tuns am POS zu stellen“, fasst Rolf Körbler zusammen. Und Thorsten Schäfer ergänzt: „Wir werden künftig gemeinsame Vertriebsaktivitäten forcieren, damit beide Systeme von den Stärken des jeweils anderen profitieren können.“

### HINTERGRUND

Die Driver Reifen und Kfz-Technik GmbH ist die Handelskette der Pirelli Deutschland GmbH und betreibt bundesweit 80 Niederlassungen. Bis Ende 2017 firmierte das Unternehmen noch unter dem Namen Pneumobil Reifen und Kfz-Technik GmbH. Der Driver-Kooperation gehören freie Reifenfachhändler und Kfz-Werkstätten aus dem gesamten Bundesgebiet mit aktuell 136 Betrieben an. Betreiber des Partnernetzwerks ist die Driver Handelssysteme GmbH, genauso ein Unternehmen der Pirelli Deutschland GmbH.

cs



## Restrukturierungsexperte wird neuer Euromaster-Geschäftsführer



Der 59-jährige **Matthias Mezger-Boehringer** – neuer Euromaster-Geschäftsführer für Deutschland und Österreich – wird als sehr erfahrener Unternehmenslenker und Restrukturierungsexperte beschrieben

Michelins Handelskette Euromaster hat einen neuen Geschäftsführer für Deutschland und Österreich. Nachdem Andreas Berents, der bisher diese Position innehatte, das Unternehmen verlassen hat, tritt nun Matthias Mezger-Boehringer an seine Stelle. Der 59-Jährige wird als sehr erfahrener Firmenlenker und Restrukturierungsexperte beschrieben, der in den vergangenen 25 Jahren in Unternehmen verschiedener Branchen als Geschäftsführer beziehungsweise Vorstand tätig war. Zu seinen früheren Stationen zählen unter anderem die Haus-

haltswarenanbieter WMF und Rösle, der Bauzulieferer Grömo, das Modeunternehmen Strenesse AG, der Möbelhersteller Wössner und der Explosionsschutzproduzent R. Stahl. Ferner war er viele Jahre Vorstand der REM AG, einer auf Performance Improvement und Turnaround-Management spezialisierten Unternehmensberatung. „Ich freue mich sehr, dass wir Matthias für Euromaster gewinnen konnten. Sein breites Wissen zu unterschiedlichsten Fragestellungen und vergleichbaren Unternehmensthemen ist für unsere Gruppe von unschätzbarem Wert“, sagt Thierry Miremont, CEO der Euromaster-Gruppe. *cm*

## Vier Franchisefilialen und weiterer Standort werden zu Goodyear-Betrieben

Dem HiQ-Franchisenez des Reifenherstellers angeschlossen waren vier Filialen von Weeting Tyres zwar ohnehin schon, doch jetzt hat Goodyear den britischen Reifenhändler komplett übernommen. Die Transaktion beinhaltet abgesehen davon zudem einen weiteren, bis dato nicht unter HiQ-Flagge segelnden und damit unabhängigen Betrieb des Unternehmens. Gleichwohl sollen zukünftig alle fünf Standorte in den Regionen Norfolk, Suffolk und Essex HiQ-gebrandet im Markt agieren. Die Akquisition wird als Teil von Goodyears Wachstumsstrategie beschrieben und sei dazu gedacht, das Händlernetz des Herstellers in einem sich wandelnden und wettbewerbsintensiven Umfeld weiter zu stärken. „Die Übernahme von Weeting Tyres erhöht Goodyears und HiQs Wettbewerbsvorteil, zumal sie für die Kunden noch mehr Vorteile mit sich bringt“, ist Hans Vrijzen überzeugt, der bei Goodyear Dunlop Tyres UK Ltd. als Geschäftsführer den Consumer-Bereich verantwortet. Beide Seiten hätten schon seit 2011 zusammengearbeitet, und man sei beeindruckt vom Engagement des Weeting-Tyres-Teams sowie der Qualität des von ihm in der Region betreuten Fahrzeugparkes, heißt es weiter. Zumal Letzterer eher hochwertige Modelle umfassen soll. *cm*

Eigenen Worten zufolge arbeitet Goodyear schon seit 2011 mit Weeting Tyres zusammen – jetzt hat der Reifenhersteller das Handelsunternehmen mit insgesamt fünf Filialen in den Regionen Norfolk, Suffolk und Essex (Großbritannien) übernommen



## Als Reifen1+ Partner stehen Sie und Ihr Unternehmen im Mittelpunkt

- ✔ für Reifenhändler, Kfz-Werkstätten und Autohäuser
- ✔ flexible Module und Leistungen nach Ihrem Bedarf
- ✔ innovative Onlinetools erleichtern Ihr Tagesgeschäft
- ✔ kein Franchise-Konzept, keine Lizenzgebühren
- ✔ über 630 Partner in Deutschland

Das Partnerkonzept, das Sie schneller, einfacher und effizienter an den Markt bringt.



## Kurzgefasst.

Führungswechsel beim **Point-S-Betrieb** Grothaus GmbH

Wie die Bohnenkamp AG als Gesellschafterin der Grothaus GmbH (Bissendorf-Elterbeck) mitteilt, hat es Ende vergangenen Jahres einen Wechsel in der Geschäftsführung letztgenannten Unternehmens gegeben. Insofern leitet dort nicht mehr Bohnenkamp-Vorstand Michael Rieken die Geschicke des dem Point-S-Verband angeschlossenen Reifenhandelsbetriebes, sondern zum 12. Dezember 2018 hat Peter Tepe die alleinige Geschäftsführung der Grothaus GmbH übernommen. Tepe ist demnach bereits seit dem Jahre 2016, in dem Marc Böhne (Leiter der Vertriebsabteilung bei Bohnenkamp) aus dessen Geschäftsführung ausschied, als Betriebsleiter für das Unternehmen tätig und sollte von daher vielen als Ansprechpartner für das operative Geschäft bestens bekannt sein. *cm*

Harener Reifenhändler **Nüsse** firmiert um



Der dem Premio-Konzept der Goodyear Dunlop Handelssysteme (GDHS) angeschlossene Servicebetrieb Reifen-Center Hans Nüsse aus Harlem (Ems) hat umfirmiert. Das Unternehmen agiert ab sofort als Reifen-Center Nüsse GmbH & Co. KG am Markt, wobei Johann (Hans) Nüsse und Heiko Nüsse als Geschäftsführer fungieren. Wie Letzterer mitteilt, ändere sich abge-

sehen von dem Namen der Firma ansonsten nichts. Soll heißen: Die allgemeinen Geschäftsbedingungen bzw. sämtliche Verkaufs-/Lieferbedingungen und dergleichen gelten weiter wie bisher. Auch hinsichtlich der Kontaktdaten bleibe nach der Umfirmierung alles wie gehabt, wie noch ergänzt wird. *cm*



Mitte Januar feierte Pirelli in Dubai bereits die Eröffnung der vierten P Zero World

## Pirelli eröffnet in Dubai bereits die vierte P Zero World

**D**ie Pirelli P Zero World ist nun bereits auf drei Kontinenten vertreten: Nach den Flagship-Stores in Los Angeles, wo man im Sommer 2016 begann, München und Monte-Carlo wurde in Dubai Mitte Januar die jüngste Adresse des Pirelli-Shopkonzepts eröffnet. Die P Zero World soll die Einzelhandelsstrategie von Pirelli und seine führende Position im Markt symbolisieren. Mehr als 60 Supersportwagen aus dem Besitz von Fans und lokalen Sammlern paradierten anlässlich der Eröffnung des neuen Stores in Dubai durch die Stadt. Am darauffolgenden Tag nahmen mehr als 200 Autos auf der Rennstrecke von Yas Marina in Abu Dhabi an der P Zero Experience teil.

Das Konzept der P Zero World wird oft auch als Reifenboutique bezeichnet, „also als ein Geschäft, in dem die Kunden neben den exklusiven Produkten von Pirelli auch Dienstleistungen aus der exotischen Welt der Luxus- und Sportwagen erhalten. Nur in den P-Zero-World-Niederlassungen wird Kunden die komplette Palette der Pirelli-Pkw-Reifen präsentiert“, so der Hersteller anlässlich der Neueröffnung in Dubai.

Dies alles soll die auf Premium- und Prestigeprodukte fokussierte Strategie von Pirelli betonen. In diesem Marktsegment, das kontinuierlich wächst, belege das italienische Unternehmen „eine führende Position, die sowohl von Kunden als auch von Automobilherstellern bestätigt wird“, betont der Reifenhersteller. In Zahlen ausgedrückt bedeutet dies: Pirelli beliefere eigenen Aussagen zufolge international mehr als die Hälfte der Prestigeautos mit Erstausrüstungsreifen. Und mehr als jeder zweite Supersportwagen verlasse das Werk auf Pirelli-Reifen. Zudem bestätige „ein Marktanteil von 20 Prozent im Premiumsegment die Führungsrolle von Pirelli im High-Value-Segment“. *ab*



## Nathalie Dubois betreut Premio-Partner in der West- und Teilen der Deutschschweiz

Seit 1. Februar verstärkt Nathalie Dubois das Team von Marco Fabbro – Manager Retail Switzerland – bei den Goodyear Dunlop Handelssystemen (GDHS) in der Schweiz. Als neue Premio-Gebietsmanagerin betreut sie ab Frühjahr die Partner in der Westschweiz und in einem Teil der Deutschschweiz. Nach ihrer Lehre zur Auto-mechanikerin sammelte die heute 33-Jährige bei der Adam Touring AG erste Erfahrungen in der Kundenberatung und im Verkauf. Als stellvertretende Verkaufsleiterin war sie anfänglich für den Autoservice sowie die Reifen- und Felgenmontage verantwortlich und konnte später ihr Aufgabengebiet um die Bereiche Personalführung und Kundenbetreuung erweitern. Als Qualitätscoach bei der Desa Autoglas AG oblag ihr die Qualitätsprüfung und -sicherung für die gesamte Schweiz.



Zuletzt arbeitete Dubois für die Pneu Egger AG, wo sie vier Jahre lang als Geschäftsführerin in Lyss fungierte und dabei weitere Erfahrung in der Filial- und Personalführung sammeln konnte. Dort war sie zudem für die internen Trainings in der Westschweiz verantwortlich. Anschließend übernahm sie die Gebietsverantwortung für den Aufbau und die Weiterentwicklung der Filialen in der Westschweiz. Neben der aktiven Betreuung der Bestandskunden gehörte die Akquise von Neukunden zu ihren Aufgaben. „Dubois, die neben Französisch, Deutsch als zweite Muttersprache spricht, bringt die nötige Erfahrung für diese verantwortungsvolle Position mit und freut sich auf ihre neue Aufgabe“, ist man bei den hinter dem Premio-Konzept stehenden Goodyear Dunlop Handelssystemen (GDHS) überzeugt. *cm*

Als neue Gebietsmanagerin betreut **Nathalie Dubois** ab Frühjahr die Premio-Partner in der Westschweiz und in einem Teil der Deutschschweiz



## MEHR MARKTCHANCEN ALS PARTNER VON FIRST STOP



**„In der Partnerschaft bin ich selbstständiger Unternehmer geblieben.“**

Peter Deubzer, Speichersdorf  
First Stop Partner seit 2006

### Profitieren Sie von den Vorteilen einer starken Partnerschaft:

- ✓ attraktive Einkaufskonditionen
- ✓ eine eigene Einkaufsplattform
- ✓ wirksame Abverkaufsunterstützung
- ✓ Auf- und Ausbau Ihres Autoservice-Bereichs
- ✓ individuell zugeschnittene Schulungen
- ✓ jede Menge unternehmerisches Know-How

**Und bleiben Sie Ihr eigener Chef. Werden Sie First Stop Partner!**

**Jetzt informieren:**  
Entdecken Sie die Chancen einer First Stop Partnerschaft!

Ihr Ansprechpartner:  
**Niko Heib**  
0175 9314005  
partnerwerden@firststop.de  
*Kontaktaufnahme vertraulich*  
**Infos auch unter:**  
www.firststop.de

**Vertrauen. Partnerschaft. Erfolg.**

## 480 Teilnehmer auf der Reifen1+-Partnertagung in Madrid – Rück- und Vorschau

### „Hochtechnologisches Produkt wird wie Klopapier vermarktet“



Eine Sandkünstlerin brachte die Gäste zum Staunen

Vier Tage Madrid. Das waren vier Tage Powerprogramm für die Reifen1+-Partner. Vom 15. bis 18. Februar fand in der spanischen Hauptstadt die jährliche Partnertagung statt. 480 Teilnehmer waren dabei. Sie fuhren die neuen Platin-Sommerreifen, ließen 2018 Revue passieren und bekamen einen Ausblick auf 2019. Neben den Fachinformationen stand bei dieser Tagung eines ganz oben auf der Agenda: Zeit für Gespräche. Und das auch abseits des Reifengeschäfts.

Für Wohlfühlatmosphäre ist gesorgt: Die Sonne scheint, das Hotel birgt trotz seiner Größe Komfort, die Location für die Präsentation der Reifen und der Industrieausstellung ist eine Finca außerhalb Madrids. Da kommt man ins Plaudern. Immer mitten drin: die 15 Mitarbeiter von Reifen1+. Die sind freundlich, helfen wo sie können. Und das ist Firmenkultur. Das lebt Chef Peter Schütterle vor. Auch der Inhaber der Pneuhage-Unternehmensgruppe und Interpneu Handelsgesellschaft mbH mit Sitz in Karlsruhe ist für jeden ansprechbar und spricht auch gern mit jedem. Dass sein Unternehmen erfolgreich ist, steht außer Zweifel. „2018 konnte der Umsatz um wei-

tere 40 Millionen Euro auf 580 Millionen Euro gesteigert werden, und das ist auch Ihr Verdienst“, so Schütterle gegenüber den Händlern vor Ort.

#### Hersteller versuchen sich die Absatzwege zu sichern

Dass Erfolg im Reifenhandel nicht mehr selbstverständlich ist, hätten die vergangenen Jahre gezeigt. „In der Branche wird der Trend zur Konsolidierung weiter anhalten. Die Hersteller versuchen, sich die Absatzwege zu sichern. Aber auch Finanzinvestoren nehmen seit 2017 aktiv an der Konsolidierung teil“, so Schütterle. Zudem hat der Reifenhandel eine immer wachsende Anzahl an Dimensionen und immer größere

zeit der Anbau des Reifenlagers vorangetrieben. Bis zur Winterbevorratung sollen dann 105.000 Quadratmeter Lagerflächen genutzt werden können. „Wir wollen damit gewährleisten, dass Ihre Kunden auch künftig das volle Sortiment innerhalb kürzester Zeit auch in der Saison zur Verfügung haben“, so Schütterle. Auch die Kompletttradmontage dürfe sich ab 2020 auf mehr Platz freuen. Gemeinsam mit dem Felgenlager werde sie in ein größeres Gebäude in unmittelbarer Nähe umziehen, und „dann werden wir auch hier mehr Kapazität für eine schnellere Abwicklung in der Saison haben“.

#### Paketdienste machen einen Strich durch die Rechnung

Das vergangene Wintergeschäft habe den Logistikern des Unternehmens viel abverlangt: In der Spitze würden bis zu 43.000 Reifen am Tag versandt und bis zu 25.000 Pneus würden täglich im Lager in Speyer eingelagert. „Sobald die Ware unser Lager verlassen hat, sind uns jedoch mehr oder weniger die Hände gebunden“, so Andreas Burk, Verkaufsleiter Partnersysteme bei Interpneu auf der Tagung. „Wer von Ihnen aufmerksam die Reifenpresse verfolgt, hat sicherlich auch vernommen, dass die Paketdienste schon lange nicht mehr in der Lage sind, das saisonal ankommende Volumen zu bewegen.“ Aber nicht nur die knappen Kapazitäten, sondern auch die



Reifen zu bewältigen. Um die letzten beiden Punkte abzuarbeiten, werde in Speyer zur-

**Peter Schütterle** und Lebensgefährtin **Corinne Vally**. Beide in der auffälligen Jacke, die auch alle 15 Mitarbeiter von Reifen1+ trugen. „Wir sehen ein bisschen aus, wie Mitarbeiter der Müllabfuhr in Madrid“, so Schütterle auf der Tagung.



steigenden Transporttarife erschwerten das Geschäft. Da das zugesicherte Volumen der Paketdienste schon lange nicht mehr ausreichte, setzte das Unternehmen mittlerweile zusätzlich auf Stückguttransporte. Hier seien im vergangenen Jahr zwei Spediteure abgesprungen, und dies habe den Transport in einigen Regionen in Schräglage gebracht. Burk will nicht verharmlosen: „Mit Recht konnten diejenigen, die davon betroffen waren, mit den daraus resultierenden Lieferzeiten unzufrieden sein.“ Im November 2018 sei aber der Logistkdienstleister Fiege für das Netzwerk gewonnen worden. Dies habe sich dann positiv auf die Lieferzeiten ausgewirkt. 2019 werde mit zwei weiteren erprobten Speditionen zusammengearbeitet. Neben den Verspätungen bei den Lieferungen habe es aber auch „Dinge gegeben, die wir selbst in der Hand hatten und die wir besser hätten lösen müssen“, so Burk. Er meint damit den Kompletttradservice. In der Spitze habe das Unternehmen 3.500 Räder täglich komplettiert und auf den Weg gebracht. „Wir konnten hier zwar die Lieferzeiten verbessern. Leider hat die Qualität aber auch darunter gelitten.“ Das Problem: die Akquise und Einarbeitung von Mitarbeitern im extremen Saisongeschäft. Eine interne Auswertung habe ergeben, dass rund drei Prozent der komplettierten Räder mit Mängeln versehen waren. In Zukunft werde hier die Qualitätsprüfung noch intensiviert, verspricht Burk.

### Hochtechnologisches Produkt wird wie Klopapier vermarktet

Aber es habe natürlich nicht nur Probleme in der Vergangenheit gegeben. Zwei neue Mitarbeiterinnen seien eingestellt worden. Nicole Spychaslki und Sandra Dietz verstärkten den Innendienst. Zukünftig soll auch der Außendienst um eine weitere Person gestärkt werden, „denn wir wollen eine noch stärkere Präsenz bei Ihnen vor Ort haben“, so Burk. Und damit spricht er auch Peter Schüt-

### REIFEN1+ IN ZAHLEN:

#### Partner

1. Januar 2019: 633  
 Neue Partner 2018: 74  
 Ausgeschiedene Partner 2018: 53

#### Umsatz

Gesamtumsatzsteigerung 2018: +19,2 Prozent

#### Reifen+Felgen

Umsatz Reifen: + 17,8 Prozent  
 Umsatz Felgen: + 2,3 Prozent  
  
 Pkw-Sommerreifen: +29,8 Prozent  
 Pkw-Winterreifen: + 3,1 Prozent  
 Allseason-Reifen: +41,4 Prozent  
 Offroad-/SUV-Reifen: +35,9 Prozent  
 Lkw-Reifen: +18,5 Prozent  
 Lkw-Reifen: +7,0 Prozent

#### Flottenservice

Umsatz Fleetpartner: + 49,0 Prozent



Egal, ob auf dem Galaabend auf einer Finca oder auf der Industrieausstellung – es gab genug Zeit zum Reden





Auf der Tagung gab es jede Menge Informationen zum vergangenen Jahr und 2019

## RUND-UM-SORGLOS-PAKET

Die Reifen1+-Partner werden bei Einkauf und Vertrieb unterstützt. 2019 sollen Neuerungen kommen und das Rund-um-sorglos-Paket für die Partner wachsen. Für empfehlenswert befunden sei das über den BRV initiierte Versicherungskonzept Rotaproject. Ebenfalls neu 2019 soll es eine Nullprozentfinanzierung für Reifenhandel, Kfz-Werkstatt und Autohaus gegenüber dem Endverbraucher geben. Darüber hinaus laufen weitere Projekte etwa für die Themen Autoglas und Connected Car. Andreas Burk: „Wir wollen, dass unsere Partner bei der Entwicklung der Technik und des Marktes den Anschluss halten können.“

CS

terle aus dem Herzen. Dieser sieht „mit der Unabhängigkeit auf der einen Seite und dem gemeinsamen Handeln auf der anderen Seite die besten Chancen für eine erfolgreiche Zukunft sowohl für die

Peter Schütterle auch darauf hinzuweisen, dass in der zunehmend digitalen Welt, gerade die Menschen den Unterschied machen. „Ein Onlineshop kann einen Kunden nicht anlächeln, er gibt auch nicht

Partner, als auch für das Unternehmen“. Er nennt auch die Gründe: „Als Partner profitieren Sie von einer zentralen Zusammenarbeit mit der Industrie. Sie haben zusätzlich die direkte Unterstützung und die Verfügbarkeit namhafter Marken.“ Gerade bei der Eigenmarke Platin könne sich darauf verlassen werden, „dass wir ein wachsames Auge auf die Distribution haben. Wir lassen nicht zu,

dass Platin unter Wert verkauft wird.“ Da hat er seinen Produktmanager Günter Sehring hinter sich: „Hier liegen alles Steuerungsmöglichkeiten in unserer Hand. Ehrlich, die Premiumhersteller haben bei ihren Sell-out-Preisen komplett versagt. Die vermarkten ein hochtechnologisches Produkt wie Klopapier.“ Ebenso wenig verstehe er, warum Continental und Michelin die Preise gesenkt haben. „Das Segment schrumpft, dann senkt man doch nicht die Preise ab, um Geld zu verdienen. Das habe ich in der Schule einmal anders gelernt!“ Wichtig ist



Viele der Tagungsteilnehmer besuchten das Stadion von Real Madrid. Auch die Umkleidekabinen der Stars wurden besichtigt

## ÄNDERUNGEN IN DER PRODUKTRANGE

- Ab sofort werden Allseason-Pkw-Reifen der Marke Leao vertrieben. Noch werden die Reifen in China gefertigt. Der Spatenstich für das Linglong-Werk in Serbien sollte aber im März erfolgen und Produktionsbeginn dann voraussichtlich Anfang 2020 sein.
- Maxxis sei schon länger im Sortiment gewesen. Anfangs nur das Segment Lkw-Allseason, im vergangenen Jahr sei dann auch die Anhängerreifenpalette von Maxxis dazugekommen. Da die Zusammenarbeit sehr gut gelaufen sei und entsprechende Vermarktungschancen gesehen würden, wird seit 2019 die komplette Maxxis-Produktrange geführt.
- Die Vermarktung von Kumho wurde erst einmal eingestellt. Kumho habe nach der Übernahme durch den chinesischen Investor sein Lager in Deutschland geschlossen und bis auf drei Personen alle Mitarbeiter entlassen. Unter diesen Umständen sei keine wirkliche Basis für eine Zusammenarbeit vorhanden. Das vorgelegte Containerangebot sei nicht ausreichend attraktiv gewesen. Daher wurde die Vermarktung erst einmal eingestellt.
- Aus dem Sortiment genommen wurde die China-Marke Hablead, da die Budgetmarken Tracmax und Riken jetzt auch Allseason-Reifen in ihrem Sortiment haben.
- Die Distribution für die Marke Kleber wurde 2019 von Michelin verändert. In der Vergangenheit wurde die Marke über die Michelin-Organisation an alle Michelin-Kunden verkauft. Diese konnten sie bedarfsbezogen über die Michelin-Läger in Deutschland beziehen. Ab diesem Jahr übernehmen ausgewählte Kleber-Distributionspartner (aktuell fünf inklusive Interpneu) die Vermarktung. Diese Partner erstellen einen Jahresmengeplan pro Artikel (Forecast) und beziehen die Ware in vollen Lkw-Ladungen direkt ab Werk. Die Produktion findet hauptsächlich in Rumänien statt, einige Artikel werden parallel in Polen produziert. Ziel ist, die Produktverfügbarkeit dadurch signifikant zu verbessern. Unterstützt wird diese Maßnahme noch durch ein neues Produkt im Sommerreifenbereich, das in Verbindung mit den im vergangenen Jahr eingeführten Winter- und Ganzjahresreifen für eine zeitgemäße Produktpalette sorgt.

cs

die Hand, und er montiert auch keine Reifen“, so Schütterle. Für ihn heißt das: „Mit einem Computer kann man arbeiten, aber nicht zusammenarbeiten.“ Dennoch weiß auch der Unternehmer: „Digitalisierung ist ein weiteres Mittel, um unsere Kunden zu begeistern und im Wettbewerb die Nase vorn zu haben.“ Und daher gebe es auch die Unterstützung bei den Onlinesystemen, und die würden zukünftig auch weiter verbessert werden. Zum einen werde bei Facebook im Zeitraum von März bis Mai 2019 Produktwerbung für Reifen, Räder und Kompleträder geschaltet, und es gebe wöchentlich wechselnde Gewinnspiele für Endverbraucher. Zudem wird die Reifen1+-Webseite gelauncht und den einzelnen Händlern damit auch eine erweiterte Möglichkeit zur Individualisierung ihrer Seite durch Fotos, Texte, Videos und Aktionen geboten.

*christine.schoenfeld@  
reifenpresse.de*

Auf der Veranstaltung konnten auch die neuen Sommerreifen Platin RP320 und RP420 erfahren werden





Andreas Burk

## „Kunden noch intensiver betreuen“

Andreas Burk ist Verkaufsleiter Partnersysteme bei Interpneu. Die NEUE REIFENZEITUNG sprach mit ihm auf der Reifen1+-Tagung.

le gibt es 633 Partner. Haben Sie beim Start mit diesem Erfolg gerechnet?

**Andreas Burk:** Wir sind mit rund 200 Partnern gestartet, haben uns das aber etwas leichter vorgestellt, da theoretisch 200 Pneu-hage-Vertriebspartner und 200 Händler aus dem damaligen Interpneu-Partnersystem direkt in das System hätten wechseln können. Im ersten Jahr sind dann 58 neue Partner dazugekommen. Die ehren wir dieses Jahr auch für fünfjährige Partnerschaft. Seitdem hat es sich eingependelt, dass wir zwischen 60 und 90 Partner generiert haben pro Jahr. 2018 waren es 74. Mit diesem anhaltend starken Zuwachs hätten wir jedoch so nicht gerechnet. Das bestätigt uns allerdings die Akzeptanz auf dem Markt.

**NRZ:** Sie peilen 1.000 Partner an. Kann jeder bei Reifen1+ Partner werden oder sagen Sie auch mal nein? Beziehungsweise: Kann man auch rausgeworfen werden?

**Andreas Burk:** Die 1.000 Partner sind langfristig als Wunsch oder Vision zu sehen. Es ist jedoch keine Zielvorgabe, die um jeden Preis erreicht werden muss. Es kommt uns nach wie vor auf Qualität vor Quantität an. Wir sagen auch nein, wenn die Vorgaben nicht erfüllt werden. Und man kann durchaus rausgeworfen werden, etwa wegen Nichterfüllung der Umsatzvorgaben oder massiver Zahlungsschwierigkeiten.

**NRZ:** Sie veranstalten mit Ihren neuen Partnern sogenannte Kennenlertage in der Firmenzentrale. Was versprechen Sie sich davon?

**Andreas Burk:** Bei den Kennenlertagen können die Partner uns und unsere Firmenphilosophie sowie unsere Leistungsfähigkeit besser kennenlernen. Es geht uns dabei besonders um das Verständnis von Prozes-

sen. Dieses zahlt sich gerade bei Rückfragen seitens der Partner aus, haben wir gemerkt. Durch den Besuch erkennen die Besucher die Komplexität und verstehen, dass wir etwa einen bereits für den Versand verpackten Reifen nicht einfach so „wieder rausnehmen“ können. Viele erkennen dann auch erst die Größe unseres Unternehmens.

**NRZ:** Seit Sommer 2018 gibt es Stammtische für die Partner? Was für ein Konzept steckt dahinter?

**Andreas Burk:** Sie sollen allen drei Konzeptstufen gemeinsam eine Plattform bieten, bei der Partner Alltagsprobleme in kleiner Runde vortragen und diskutieren können. Parallel soll es das Zusammengehörigkeitsgefühl steigern. Viele erkennen beim Stammtisch, dass ihre Partnerkollegen die gleichen Probleme haben, aber ggf. andere Lösungsansätze. Das ist ein weiterer Vorteil des Austausches.

**NRZ:** Seit Sommer 2018 steht den Gesellschaftern der Autohauskooperation Techno eine eigene Version des Reifen1+-Konzeptes von Interpneu zur Verfügung. Was umfasst diese Version genau, und wie viele Techno-Partner konnten Sie bereits gewinnen?

**Andreas Burk:** Sie umfasst die Premium+-Stufe ohne solche Leistungsbausteine, die über das Techno-System bereits abgedeckt sind wie z.B. Berufsbekleidung oder Kundensatzfahrzeug. Seit dem Kick-Off im Sommer 2018 haben sich bereits sieben Partner mit acht Stationen angeschlossen. Man muss jedoch beachten: Hier läuft der Beitrittsprozess wesentlich komplexer ab als bei Reifenhändlern, bedingt durch die teils komplexen internen Strukturen der Autohausketten.

**NRZ:** Auf der vergangenen Tagung im Januar 2018 haben Sie versprochen, sich im Bereich Nutzfahrzeuge besser aufzustellen.

Was hat sich hier im vergangenen Jahr getan?

**Andreas Burk:** Das Konzept steht soweit. Es wird im Mai auf der Nutzfahrzeugtagung (22. und 23. Mai 2019) präsentiert. Alle Partner, die es interessiert, sind herzlich dazu eingeladen. Alternativ informieren selbstverständlich unsere Außendienstmitarbeiter darüber.

**NRZ:** Was sind die Punkte, bei denen Reifen1+ noch besser werden muss, damit alle Partner zufrieden sind?

**Andreas Burk:** Alle Partner zufriedenzustellen in jeweils allen Punkten ist aufgrund der Individualität der einzelnen Betriebe äußerst schwierig. Ein wichtiger Punkt ist auf jeden Fall, dass viele Partner den kompletten Umfang der zur Verfügung stehenden Bausteine gar nicht nutzen bzw. nicht wirklich kennen. Mit dem personellen Ausbau unseres Innendienstes haben wir jetzt die Kapazitäten geschaffen, um die Kunden noch intensiver betreuen zu können und auch aktiv auf sie zuzugehen. Die Neuaufteilung der Gebiete im Süden und ein zusätzlicher Außendienst gehen in dieselbe Richtung.

**NRZ:** Ihre Partner können in der neuen „Mediawelt“ bestellen. Wird das genutzt?

**Andreas Burk:** Ja. Sie wird zunehmend mehr genutzt. Aber wie bei anderen Leistungen ist sie vielen noch nicht wirklich bekannt. Es sind sicher bis zu 40 Prozent der Partner, die das System bislang noch nicht genutzt haben und nach dem alten Bestellformular fragen. Diejenigen, die das System nutzen, nutzen es gerne und setzen es bewusst ein. Das meistbenutzte Tool ist die elektronische Bestellung von Visitenkarten, Anzeigen, Flyer etc. Hier haben die Partner eine fertige Vorlage, die sie individualisiert nutzen können. Anschließend erhalten sie die Drucksachen direkt zugeschickt. Auch die Buchung von Plakatflächen geht sehr einfach damit.

*christine.schoenfeld@reifenpresse.de*

NRZ

Interview



## Driver unter den mit dem „Deutschen Servicepreis 2019“ Gewürdigten

Basierend auf der Jahresauswertung von 48 von ihm durchgeführten Studien und Kundenbefragungen hat das Deutsche Institut für Servicequalität (DISQ) erneut die „servicebesten Unternehmen Deutschlands“ in 13 verschiedenen Kategorien gekürt.

Mit Blick auf das Segment Auto und Verkehr kann sich dabei neben Carglass sowie Polo Motorrad und Sportswear auch die Driver Reifen und Kfz-Technik GmbH über den „Deutschen Servicepreis 2019“ in dieser Kategorie freuen. Für die Reifenhandelskette ist es nach entsprechenden Auszeichnungen 2016 und 2017 (damals noch unter dem früheren Namen Pneumobil) sowie 2018 nunmehr bereits der vierte Erfolg in Serie. In der Kategorie Auto und Verkehr soll das DISQ insgesamt 22 Reifenhändler, Autoglaswerkstätten sowie Motorradzubehörhändler anhand von 220 Servicekontakten bewertet haben. Die Servicequalität sei durch verdeckte Besuche in unterschiedlichen Filialen eines jeden Unternehmens ermittelt worden, wobei – wie es weiter heißt – unter anderem die Beratungskompetenz und Freundlichkeit der Kundenberater, Wartezeiten, die Gestaltung der Räumlichkeiten sowie Zusatzservices analysiert wurden.

„Die kompetenten Mitarbeiter des Reifenhändlers Driver treten sehr freundlich und hilfsbereit auf und gehen in den Beratungen individuell auf das Kundenanliegen ein. Auf Beschwerden reagieren sie sehr serviceorientiert. Die Filialen sind ansprechend gestaltet und sauber“, begründet das DISQ, warum das Unternehmen mit 83,3 Punkten und dem Qualitätsurteil „sehr gut“ in seiner Kategorie auf dem ersten Platz landete. „Ich danke allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ganz herzlich. Dank ihres Engagements und ihrer Kundenorientierung gelang das Kunststück, zum vierten Mal in Folge mit dem ‚Deutschen Servicepreis‘ prämiert zu werden. Das ist ein großer Qualitätsbeweis. Zugleich bestätigt der Erfolg unseren Ansatz, die Geschäftsräume der Driver-Filialen mit einem hochwertigen Design auszustatten. Das trifft den Nerv unserer Kunden“, ist Driver-Geschäftsführer Thorsten Schäfer überzeugt. *cm*



Driver-Geschäftsführer **Thorsten Schäfer** (links) und **Rainer Kempf**, Marketingmanager bei der Pirelli-Handelskette, nahmen den „Deutschen Servicepreis 2019“ entgegen

## Oskar Koch übernimmt Personalleitung bei Vergölst



Nach vier Jahren als Personalchef bei Continental Commercial Specialty Tires in Hannover ist **Oskar Koch** wieder zu Vergölst zurückgekehrt

Zum 1. Januar hat Oskar Koch die Personalleitung bei Vergölst übernommen. Der 34-Jährige verantwortet seitdem alle HR- und trainingsrelevanten Themen des Reifen- und Autoservicedienstleisters. Nach vier Jahren als Personalchef bei Commercial Specialty Tires in Hannover kehrte Koch damit wieder zu Vergölst zurück. Bereits von 2008 bis 2014 arbeitete er in verschiedenen HR-Funktionen bei dem Autoserviceexperten. Koch studierte Betriebswirtschaft und HR-Management und wird unter anderem die Themen Digitalisierung in der Personalarbeit, Ausbildung und Recruiting verstärkt vorantreiben. Koch folgt auf Regina Brendecke, die zum Ende des Jahres 2018 das Unternehmen in den Ruhestand verlassen hat. „Besonders die Bereiche Employer Branding und Recruiting werden Fokusthemen für uns sein. Wir werden daran arbeiten, Vergölst als attraktiven Arbeitgeber weiterhin auf dem Markt zu platzieren, die Vorzüge der Arbeit bei uns authentisch herauszustellen und damit passende Kandidaten für uns zu gewinnen“, erklärt Koch und fährt fort: „Das Thema des Fachkräftemangels muss aber ganzheitlich weitergedacht werden. Unsere vielen engagierten und talentierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter müssen wir langfristig an uns binden. Dafür investieren wir weiterhin in eine starke Ausbildung von jungen Menschen und in die Entwicklung und Weiterbildung unserer Belegschaft.“ *cs*

## GDHS-Partner ziehen positive Bilanz 2018 trotz schwierigem Umfeld

Premio- und HMI-Regionaltagungen in München, Potsdam und Bonn

Für die großen Organisationen des deutschen Reifenmarktes ist die Zeit zu Beginn eines neuen Jahres traditionell diejenige, in der die Partner und die Verantwortlichen ihres Systemgebers Bilanz des abgelaufenen Jahres ziehen und die Pläne für das neue Jahr festzurren. Im Februar war es dementsprechend auch für die Goodyear Dunlop Handelssysteme (GDHS) – eine Tochter der Goodyear Dunlop Tires Germany – soweit, die Partner der Systeme Premio Reifen + Autoservice und der Handelsmarketinginitiative (HMI) bei den Regionaltagungen in München, Potsdam und schließlich Bonn willkommen zu heißen. Dort konnte das gesamte GDHS-Team zwar eine positive Bilanz für 2018 ziehen, und das trotz schwieriger Marktumstände. Dennoch sind auch 2019 die Herausforderungen für die Reifenfachhandelsbetriebe weiterhin groß: Die größten unter ihnen sind die Fachkräftegewinnung, ein erfolgreiches Personalmarketing und die Sicherung der Nachfolge der Betriebe.

Mit der Lkw-Tagung und dem Rückblick zur Absatzentwicklung 2018 startete André Vennemann, Business Manager Commercial (GDHS), erneut die diesjährigen Frühjahrstagungsrunden. „Eine deutliche Steigerung konnten wir im Premiumsegment erreichen – das ist eine super Entwicklung und ein gutes Zeichen“, betonte er. „Wir sind auch im Ser-

vice die starke Kraft im Goodyear-Netzwerk“, erklärte Vennemann außerdem und verwies dabei insbesondere auf die positive Entwicklung des Goodyear-Notfallservice „Goodyear ServiceLine 24h“. Mit rund 300 mobilen Serviceeinheiten sei das GDHS-Netzwerk „der starke Flottenpartner“ innerhalb Deutschlands, der zum 1. Februar 2019 außerdem erstmals seit sieben Jahren wieder seine Kon-

ditionspauschalen angepasst hat, so der Business Manager Commercial (GDHS) weiter. Doch bei allen positiven Neuigkeiten gelte es auch im Lkw-Segment gewissen Herausforderungen zu begegnen. Die Verschiebung der Komplexität von der Flotte zum Handel, die steigende Abhängigkeit der Industrie vom Service oder die Regelung von Unternehmensnachfolgen seien nur drei Themenkomplexe, mit denen sich die Partner befassen müssten.

„Unser Netzwerk – stark im Markt“, mit diesen einleitenden Worten begrüßte Edgar Zühlke, Leiter HMI bei den Goodyear Dunlop Handelssystemen, die Part-

Konnten wieder zahlreiche Partner auf den diesjährigen Premio- und HMI-Regionaltagungen in München, Potsdam und Bonn begrüßen: HMI-Leiter **Edgar Zühlke** und der neue Premio-Leiter **Carsten Scholz** (links)





## QUICK WILL GUTE POSITION IM ONLINEHANDEL WEITER AUSBAUEN

### Herausforderndes Marktumfeld, Dialogrunden und direkter Austausch

„Was werden wir gemeinsam verbessern, um weiterhin erfolgreich zu sein?“, war der einleitende Gedanke, mit dem Peter Wegener, Leiter Quick Reifendiscout (GDHS), die Tagungsteilnehmer der Quick-Gruppe Anfang Februar in Frankfurt am Main begrüßte. „Mit einem optimierten Pricing-Tool, einem verbesserten Customer Flow im Shop und der Weiterentwicklung des Onlineterminplaners greifen die ersten Maßnahmen 2019 für ein erfolgreiches Geschäftsjahr“, so Wegener weiter. Nach einem Rückblick auf das vergangene, insgesamt als gut bewertete Geschäftsjahr skizzierte Wegener anhand einzelner Entwicklungsschritte der vergangenen Jahre, zu denen das bereits 2015 eingeführte Direct Marketing ebenso gehört wie der 2017 in den Onlineshop integrierte Kompletttradrkonfigurator oder die 2018 eingeführte Quick-All-Season-Card, die permanente Systemoptimierung und Weiterentwicklung des GDHS-Channels. Eine hervorragende Möglichkeit und Chance, um auch weiterhin erfolgreich im Reifenhandel zu arbeiten, sieht Wegener besonders im Service.

„Die Preisaggressivität in unserem Markt wird weiter steigen“, analysierte auch Goran Zubanovic, Geschäftsführer bei den Goodyear Dunlop Handelssystemen, die augenblickliche Wettbewerbssituation der Branche. Die unmittelbare Nähe zum Markt, gutes Personal und die Überlegenheit im Service seien die entscheidenden Vorteile, die es jetzt zu nutzen gelte, um sich durch eine persönliche Note im eigenen Betrieb von der Masse abzuheben, so Zubanovic weiter.

Nach einem Überblick über den Marketingfahrplan 2019 und die für die kommenden Monate geplanten Aktionen von Benjamin Karmainski, Operations Manager Quick, gehörte das Rednerpult Marvin Wild, Manager E-Commerce & Tuning bei den Goodyear Dunlop Handelssystemen. „Der E-Commerce-Anteil im Sell-out ist in der Quick-Gruppe sehr hoch und fährt gute Umsätze und Erträge ein“, so Wild, für den die erhöhte Kundenerreichbarkeit zu jeder Zeit und an jedem Ort der ent-

scheidende Vorteil des Onlinegeschäfts ist. Daher heißt das Ziel ganz klar, die gute Position im Onlinehandel weiter auszubauen.

Neuigkeiten aus den Themenbereichen Warenwirtschaft und Pricing gab es im Vortrag von Michael Weitz, Manager Purchasing Retail (GDHS), und Marco Drouvé, Business Analyst Marketing und verantwortlich für den Bereich Pricing bei den Goodyear Dunlop Handelssystemen. Sowohl im Einkauf als auch im Pricing gebe es Veränderungen, die dabei helfen, den Partnern die einzelnen Prozesse noch transparenter und dadurch nachvollziehbarer zu machen.

Am zweiten Tagungstag folgten erstmals Dialogrunden zu Themen und Fragen, welche die Quick-Partner im Vorfeld der Veranstaltung einreichen konnten. In kleinere Gruppen aufgeteilt durchliefen die Tagungsteilnehmer im Rotationssystem insgesamt vier Runden. Die Arbeitstitel der einzelnen Dialogrunden lauteten: „Goodyear Support und Pricing“, „Goodyear, VMI und Logistik“, „Tiresoft 3 – Entwicklung und Zukunft“ und „Quick-Zukunft 2025“. Der für das Frühjahr geplante Release-Wechsel in Tiresoft 3, der Warenwirtschaft aus dem Hause GDHS, war ebenso Thema wie die Probleme Fachkräftemangel und Mitarbeitermotivation. Das Dialogkonzept kam bei den Teilnehmern sehr gut an, und viele nutzten die Gelegenheit, in kleiner Runde die sie bewegenden Themen anzusprechen und zu diskutieren. ab

„Was werden wir gemeinsam verbessern, um weiterhin erfolgreich zu sein?“ – Die Mitglieder der zur GDHS gehörenden Quick-Gruppe stimmten sich kürzlich in Frankfurt am Main im Rahmen ihrer Frühjahrstagung auf das neue Geschäftsjahr ein



ner beider Konzepte zu den Regionaltagungen im Frühjahr. Die meisten Partner blickten dem Jahr wohlwollend entgegen und haben positive Erwartungen an 2019, betonte Zühlke, der für das HMI-System seit Ende 2012 als dessen Leiter die Verantwortung trägt. Damit die Erwartungen nicht enttäuscht würden, sondern auch in die Tat umgesetzt werden könnten, liege der Fokus ganz klar auf der Neukundengewinnung und einem an die Bedürfnisse des aktuellen Arbeitsmarktes angepassten Mitarbeiter-Recruiting. Nur wer in diesem Bereich gut aufgestellt sei, werde auch in Zukunft erfolgreich arbeiten.

Das sieht auch der neue Leiter Premio so, der sich auf den Tagungen den Händlern persönlich vorstellte. „Ich bin in einer Unternehmerfamilie groß geworden, kenne den Markt und weiß, wie der Reifen rollt“, wandte sich Carsten Scholz erstmals in seiner neuen Funktion an die Tagungsteilnehmer. Scholz hatte die Verantwortung als Leiter Premio zum 1. Februar nach einer achtmonatigen Vakanz übernommen; im Mai vergangenen Jahres war Scholz' Vorgänger Claus-Christian Schramm als Sales Director Consumer Tires Reifenhandel Deutschland zu Goodyear Dunlop gewechselt. Für Scholz stehe „die direkte Kommunikation mit den Partnern“ ganz oben auf seiner Prioritätenliste, betonte er anlässlich seiner Vorstellung.

### „Neue Entwicklungen wie eine Welle“

Unter dem Arbeitstitel „Markt und Strategie“ referierte GDHS-Geschäftsführer Goran Zubanovic im Anschluss über die aktuelle Wettbewerbssituation, die vielen Veränderungen in der Gesellschaft und im Markt. „Neue Entwicklungen sind wie eine Welle, dagegen kommt man nicht an, aber auf der Welle mitsurfen bringt einen zum Ziel“, unterstrich er. „Wir ermuntern Sie offen zu sein für die Veränderungen im Markt“, so der GDHS-Geschäftsführer weiter und meinte damit unter anderem die zunehmende Onlinevermarktung von Reifen und die online stattfindende Vorkaufphase. Bei allen Veränderungen sei es aber wichtig, sich selbst treu zu bleiben und selbstbewusst die anstehenden Herausforderungen anzunehmen, redete Zubanovic den anwesenden Reifenfachhändlern ins Gewissen. Große Rohertragssprünge seien wohl auch zukünftig

beim Produkt Reifen kaum zu erwarten. Aber: „Unsere Stärken liegen in der Dienstleistung, der Nähe zum Kunden und im guten Personal, dem wertvollsten Kapital unserer Partner“, so der Geschäftsführer weiter – und genau dieses Alleinstellungsmerkmal gelte es für die GDHS-Partner zu nutzen und in betrieblichen Erfolg umzumünzen.

„Gute Qualifizierung ist das unverzichtbare Qualitätsmerkmal für unser Netzwerk“, wie Dennis Epping, Manager Retail Operations (GDHS), die Partner wissen ließ. „Denn nur durch Weiterentwicklung und hohe Qualität vor Ort sichern wir uns ein Stück vom Kuchen“, so Epping weiter. Dabei sei vor allem die richtige Balance von bewährtem Alltagsgeschäft und Innovation entscheidend. Bestehende Mittel müssten verbessert, durch neue ergänzt und zielorientiert genutzt werden. Mit der Vorstellung der unterstützenden Systembausteine der GDHS lud Epping die Partner noch einmal ein, diese intensiv zu nutzen und damit in ihren Betrieben neue Impulse zu setzen.

Mit einer erfolgreichen Neukundenakquise, einem stabilen Serviceumsatz und einem deutlichen Wachstum im Lkw-Bereich hatte Jochen Clahsen, Manager 4Fleet Group DACH (Deutschland, Österreich, Schweiz), den Teilnehmern zwar viel Positives zu berichten, doch stünden die Partner auch in dem wettbewerbsintensiven Flottenmarkt vor großen Herausforderungen. Besonders ertragsrelevant sei das Flottengeschäft auch, weil dort zwei von drei verbauten Reifen 17 Zoll und größer seien und nahezu 100 Prozent aller dort vermarkteten Reifen Premiumfabrikate seien. So gelte es auch 2019 weiterhin, dem Preis- und Ertragsdruck auf Handels- und Kundenseite standzuhalten und durch neue Dienstleistungsangebote Flotten zu begeistern, zu halten und zu gewinnen. Für Clahsen stehe beispielsweise: „Nur durch Autoservice werde ich langfristig auch den Reifenservice [mit Flotten-



GDHS-Geschäftsführer **Goran Zubanovic** will die GDHS-/HMI-Partner ermuntern „offen zu sein für die Veränderungen im Markt“ und meint damit unter anderem die zunehmende Onlinevermarktung von Reifen und die online stattfindende Vorkaufphase

kunden] absichern.“ Zusammen mit dem Flottenkunden LeasePlan – hierzulande dem größten Marktteilnehmer im Flottengeschäft – laufe bereits seit verganginem Sommer ein entsprechendes Pilotprojekt, an dem 50 GDHS-Partner beteiligt seien.

### „Go Goodyear!“ – Neupositionierung der Marke

Eine kurze Vorstellung der neuen Kampagne „Go Goodyear! Start something great today“ gab es von Claus-Christian Schramm, Sales Director Consumer Tires Reifenhandel Deutschland bei der Goodyear Dunlop Tires Germany GmbH (GDTG) und vormali-



ger Leiter Premio. Endverbraucher würden die Marke vielfach als eine aus den 1980er Jahren sehen, was es zu ändern gelte, hieß es dazu in Bonn. Danach plane Goodyear weltweit seine Marke zu repositionieren und zu revitalisieren und an einer neuen Zielgruppe auszurichten, die über Emotionalität zu erreichen sei. Parallel dazu sollen insbesondere auch neue Produkte gelauncht werden und damit in die Markenpositionierung einzahlen, etwa für das Ultra-UHP-Segment. Der Eagle F1 Asymmetric 5 und die neue Eagle-F1-SuperSport-Serie mit insgesamt drei Profilen – die „neuen Goodyear-Produktstars“ – würden zum Erreichen dieses Ziels fraglos beitragen, ist sich Schramm sicher. Mit insgesamt 477 neuen Reifen und Dimensionen über die Konzernmarken hinweg soll 2019 eine deutlich größere Marktabdeckung und damit einhergehende Marktgewinnung gelingen.

Über die Stückwerte- und Preisentwicklung von Reifen, Felgen und Werkstattzubehör informierte Helmut Pesch, Geschäftsführer FRI (Freie Reifeneinkaufsinitiative), als Einkaufsorganisation die GDHS-Partner. Diese sollten nur bevorraten, „was wirklich nötig ist“, lautete die Empfehlung, die Pesch den Tagungsteilnehmern für 2019 mit Blick auf den befürchteten weiteren Preis- und damit Wertverfall von Reifen im Markt aussprach. Allein in den Jahren zwischen 2014 und 2019 seien die Reifenpreise um rund 20 Prozent gefallen, wobei es dabei freilich Ausnahmen in die eine oder andere Richtung gab und gibt. Damit auch die FRI über ihr Portal entsprechend lieferfähig bleibe, seien kürzlich weitere Großhändler gelistet worden (Gamma Reifen und Felgen Großhandel, Reifen Göggel und Reifen Heinen), die auf die Auslieferung mit eigenem Fuhrpark setzten, erklärte Pesch. Der FRI-Geschäftsführer reagierte damit auch auf Liefer Schwierigkeiten von Großhändlern, die wiederum ausschließlich auf den Versand ihrer Reifen und Räder per Paketdienstleister setzen – bekanntlich zunehmend das Nadelöhr in der Logistikkette.

## Mitunternehmer statt Mitarbeiter

„Nur wer sich selbst führen kann, kann auch andere führen“, mit diesem treffenden Satz begann Matthias Krieger seinen Vortrag, in dem es vor allem um die „Jagd nach Talenten“ ging. Damit meinte Krieger das richtige Recruiting, um Mitarbeiter zu finden, sie weiterzuentwickeln und dauerhaft an das eigene Unternehmen zu binden. Ein Team müsse immer stärkenorientiert aufgestellt werden, denn richtig eingesetzt, könnten fünf Mitarbeiter, dasselbe leisten wie ein Team der doppelten Größe, erklärte Krieger, der zuerst als Leistungssportler Erfolge feierte und heute als erfolgreicher Bauunternehmer tätig ist. Der Aufbau einer „Mitunter-

nehmerkultur“, in der jeder Mitarbeiter seinen festen Platz, seine Aufgabe und Verantwortung habe, müsse für jeden Unternehmer heutzutage das erklärte Ziel sein, so Krieger weiter, für den 90 Prozent aller Fehler in einem Unternehmen nur deshalb gemacht würden, „weil es an der richtigen Kommunikation mangelt“. Die Kombination aus klarer Ordnung im Team, Wertschätzung jedes Einzelnen und Anerkennung von Leistung sei hierbei der Schlüssel zum Erfolg. Um für das eigene Unternehmen die Fachkräfte von morgen zu finden, müssten Netzwerke aus Mitarbeitern, Partnern und Kunden genauso herangezogen werden wie eine eigene Karrieresite auf der Internetseite. Außerdem wichtig dabei: die Vernetzung zwischen Schulen und Betrieben.

## PREMIO VERABSCHIEDET HORST KORNETKA IN DEN RUHESTAND

Es gibt nur wenige, die den Reifenhandel und insbesondere das Reifenh Handwerk in Deutschland in den vergangenen Jahrzehnten dermaßen stark geprägt haben wird Horst Kornetka. So habe er maßgeblich daran mitgewirkt, im Reifenfachhandel die Meisterpflicht durchzusetzen. Außerdem lag dem Obermeister der Innung Rhein/Ruhr stets die Ausbildung des Nachwuchses am Herzen. Horst



„Die GDHS sagt Danke!“ – GDHS-Geschäftsführer **Goran Zubanovic** (links) und Premio-Gebietsmanager **Wolfgang Pfeil** verabschiedeten anlässlich der Premio-/HMI-Regionaltagung in Bonn mit **Horst Kornetka** (Mitte) einen „Kämpfer für die Belange des Reifenfachhandels und des Vulkaniseurhandwerks“

Kornetka betreibt in Duisburg einen Reifenfachhandel, der seit 1997 der GDHS-Organisation partnerschaftlich verbunden ist, erst als HMI-Partner und seit Anfang 2005 als Premio-Partner. Da die Nachfolge des Traditionsbetriebes nun geregelt sei – ein externer Nachfolger übernimmt den Reifen-Kornetka-Meisterbetrieb im kommenden September, womit auch die Premio-Partnerschaft ende –, „müsse man sich von einem „Kämpfer für die Belange des Reifenfachhandels und des Vulkaniseurhandwerks“ verabschieden, betonte Wolfgang Pfeil, zuständiger Gebietsmanager Premio anlässlich der Regionaltagung in Bonn im Rahmen einer „besonderen Ehrung“. Man könne die Verdienste von Horst Kornetka auch für die Weiterentwicklung der GDHS-Organisation gar nicht hoch genug bewerten, befand Geschäftsführer Goran Zubanovic:

„Die GDHS sagt Danke!“

*arno.borchers@reifenpresse.de*



Konnte sich gleich doppelt über eine Ehrung freuen: **Dr. Michael Neidhart**, Geschäftsführer des Premio-Partners H. Schulte-Kellinghaus GmbH (Oberhausen; links) erhielt aus den Händen von **André Vennemann**, Business Manager Commercial (GDHS), den Truck-Force-Award; außerdem wurde er für 25-jährige Mitgliedschaft im Premio-System gewürdigt

## Premio- und HMI-Workshops

Mit gleich mehreren Workshops sowohl für die Premio- als auch für die HMI-Partner haben auch die Goodyear Dunlop Handelssysteme den Fokus ganz bewusst auf das brisante Thema des Fachkräftemangels gelegt und wie man diesem bestmöglich beikommt. So wurde zum einen an praxisorientierten Beispielen vorgestellt, wie Personalgewinnung aussehen und funktionieren könnte, etwa von Corinna Gomm (Medienwerkstatt Bodensee) für den Premio-Partner Reifen Feneberg. Zum anderen wurden im Workshop Personalmarketing den Partnern die nächsten Schritte in Sachen Mitarbeiter-Recruiting vorgestellt.

## Steigender Bekanntheitsgrad von Premio spricht für sich

Mit einem kurzen Rückblick auf 2018 startete Marketingmanager Michael Ammann seinen Vortrag. Insgesamt sei ein hohes Maß der Zufriedenheit und Akzeptanz der

verschiedenen Marketingmaßnahmen zu beobachten gewesen. Zudem habe der bedarfsgerechte Einsatz der Werbeausgaben enorm zur Steigerung der Markenbekanntheit von Premio beigetragen. Die richtige Mischung aus Online- und Offlinemaßnahmen habe an der positiven Entwicklung großen Anteil. Auf diesem „Erfolgskurs“ wolle man mit der neuen Kampagne, der Bewerbungsoffensive über Google für die Partner und dem Marketingbaukasten weitergehen.

Mit den Themenbereichen Warenwirtschaft und Pricing befassten sich Michael Weitz, Manager Purchasing Retail, und Marco Drouvé, Business Analyst Marketing und verantwortlich für den Bereich Pricing bei den Goodyear Dunlop Handelssystemen. „Das Zusammenspiel von Einkauf, Stammdaten und VMI – der automatischen Nachschubsteuerung – ist Voraussetzung für eine ideale Marktbeobachtung und damit die Grundlage für eine erfolgreiche Warenwirtschaft“, so Weitz. Alle Marktteilnehmer hätten die gleichen komplexen Marktverhältnisse: Preiserosion, Verfügbarkeit und Logistikprobleme seien die Hauptprobleme,

denen man im Markt gegenüberstehe, berichtete Weitz.

Erst seit Herbst vergangenen Jahres ist Marvin Wild Manager E-Commerce & Tuning bei den Goodyear Dunlop Handelssystemen und in dieser Funktion zum ersten Mal bei den Regionaltagungen dabei. Auf den „sehr guten Ergebnissen“, die online über Premio.de und die daran angeschlossenen händlereigenen Shops im vergangenen Jahr erzielt wurden, dürfe man sich indes nicht ausruhen, sondern müsse vielmehr die gute Position weiter ausbauen, betonte er. Daher hießen die wichtigsten Herausforderungen 2019, das Vertrauen der Onlinekunden weiter zu festigen und die fachmännische Kompetenz der Beratung vor Ort auch im Onlinehandel an den Kunden zu vermitteln.

Aktuelle Informationen über den enorm wichtigen Systembaustein Autoservice hatte Thorsten Brückner, Leiter Autoservice (GDHS), für die Partner. „Wer neue Fahrzeuge und/oder Flotten bedienen möchte, kommt an dem Einsatz der OE-Plattformen in seiner Werkstatt nicht mehr vorbei“, mahnte Brückner die Tagungsteilnehmer, denn die herstellergerechte Reparatur sei nur mit den Informationen der Fahrzeughersteller überhaupt noch möglich.

## Qualität der HMI-Partner steigern

Auch HMI-Leiter Edgar Zühlke hat sich mit seinen Systempartnern für 2019 viel vorgenommen. Acht neue Standorte möchte die Handelsmarketinginitiative in diesem Jahr dazugewinnen. Um das zu erreichen, stünden neben Optimierung und Ausbau der Leistungsbausteine vor allem die Qualifizierung im HMI-Netzwerk ganz oben auf der Jahresagenda. Denn für denjenigen, der weiterhin qualitativ hochwertig arbeiten will, sei ein WdK-Zertifikat ebenso wie Sachkundennachweise für Arbeiten an Klimaanlage, Hochvolt und Airbag kein netter Ratschlag, sondern ein „absolutes Muss“, befand Zühlke. Das GDHS-Netzwerk umfasste per 31. Dezember 2018 499 HMI- und 268 Premio-Betrieb sowie 55 Quick-Standorte, also in Summe 822 Points of Sale.

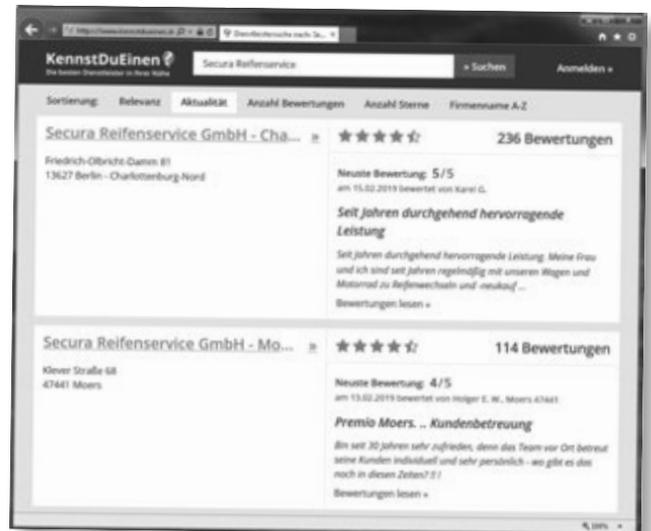
*arno.borchers@reifenpresse.de*



## Onlinebewertungen für Secura wichtiger Gradmesser für die Kundenzufriedenheit

„Die Meinung unserer Kunden ist für uns ein wichtiger Maßstab und Motivation zugleich“, sagt Hans Behle, Geschäftsführer der Secura Reifenservice GmbH. Für das Unternehmen, das Filialen an neun Standorten (Bielefeld, Berlin Mariendorf, Berlin Charlottenburg, Gießen, Hanau, Rinteln, Hünfeld, Moers, Münster) betreibt und dem Premio-Konzept der Goodyear Dunlop Handelssysteme (GDHS) angeschlossen ist, haben Onlinebewertungen von Kunden demnach einen hohen Stellenwert. Sie seien inzwischen „einer der wichtigsten Anzeiger für Kundenzufriedenheit“, so Behle. „Und weil wir nur durch ehrliche Kundenmeinungen unser Ziel erreichen können, immer besser zu werden, freuen wir uns über jede Bewertung – ob bei Google, Facebook, AutoScout24 oder ‚Kennst du Einen?‘“, wie er noch ergänzt. Zumal zwei Drittel aller Verbraucher vor einem anstehenden Kauf einen Blick auf Bewertungsportale oder Social-Media-Plattformen werfen würden, heißt es unter Verweis auf die diesbezüglichen Ergebnisse einer Studie der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK). Empfehlungsmarketing werde daher auch für den Kfz- und Reifenservice immer wichtiger. Schließlich habe auch eine repräsentative GfK-Umfrage des Kölner Lokalmarketingunternehmens Greven Medien ergeben, dass rund ein Drittel (31,9 Prozent) der dabei Befragten sagten, dass Bewertungen in Onlineportalen ihre Entscheidung für Produkte oder Dienstleistungen deutlich beeinflussen. Lediglich unabhängige Vergleichstest sowie die Meinung von Freunden und Bekannten hätten eine noch höhere Relevanz diesbezüglich.

cm



Unter anderem auf der Plattform „Kennst Du einen?“ finden sich zahlreiche (überwiegend positive) Bewertungen für die Betriebe der Secura Reifenservice GmbH

## Euromaster startet digitalen Marktplatz – Bald auch Teil des E-Shops

Euromaster will seinen Kunden jetzt „eine deutlich größere Produktvielfalt zu hochattraktiven Preisen“ bieten. Wie es dazu in einer Mitteilung der Michelin-Tochter heißt, wolle man dies durch einen „digitalen Marktplatz“ leisten,

den das Unternehmen in den vergangenen 24 Monaten entwickelt hat und der Kunden über die Euromaster-Standorte und den Verkauf dort zur Verfügung steht. „An den Marktplatz sind Lieferanten aus ganz Europa angebunden, die ihre Ware zu tagesaktuellen Preisen anbieten.“ Der Marktplatz biete darüber hinaus noch „weitere Services, die bei den Kunden sehr gut ankommen: So ermöglicht ein hochmoderner Komplettradkonfigurator die naturgetreue Simulation verschiedener Felgen-Räder-Kombinationen, die aus einer riesigen Auswahl zusammengestellt werden können.“ Euromasters Marktplatzpläne gehen indes noch weiter.

„Mit unserem digitalen Marktplatz sind wir Vorreiter in der Branche und geben die Vorteile eines hochdynamischen Marktes an unsere Kunden

weiter. Unsere neue Plattform ist eine Bietplattform, sodass wir neben einer riesigen Produktvielfalt immer günstige Preise bieten können“, so der neue Euromaster-Chef Matthias Mezger-Boehrer.

Die Produktpalette des neuen Euromaster-Marktplatzes umfasse nahezu alle Reifen und Autoteile, die am Markt verfügbar seien und bediene sämtliche Qualitäts- und Preiskategorien. „In einem nächsten Entwicklungsschritt soll auch der E-Shop unter [www.euromaster.de](http://www.euromaster.de) mit dem digitalen Marktplatz verknüpft werden, sodass sowohl Kunden vor Ort in den Euromaster-Filialen als auch Onlinekunden von dem neuen Angebot und seinen Vorteilen profitieren werden.“ Die Anbindung an den Euromaster-Webshop ist bereits für die kommenden Wochen geplant, heißt es dazu auf Nachfrage der NEUE REIFENZEITUNG.

ab



# Heilbronner baut Reifenprofi und Levella aus dem elterlichen Keller heraus auf

## 20-Stunden-Schichten sind kein Fremdwort für Mutlu Aksakal

Mutlu Aksakal steht am Tresen in seinem Showroom in Heilbronn und schluckt zwei Schmerztabletten. Danach geht der Unternehmer in sein 10.000 Quadratmeter großes Hochregallager und sortiert angelieferte gebrauchte Originalfelgen von Audi und VW. Seit zwei Tagen steht er in der Kälte und stapelt die Neueingänge. Er lacht: „Was nicht tötet, härtet ab.“ Mutlu Aksakal ist Inhaber von Reifenprofi in Heilbronn. Ein Unternehmen, das mit gebrauchten und neuen Reifen, Rädern und Kompletradsätzen handelt. Und seit Kurzem wird auch eine eigene Räderline mit dem Namen Levella produziert und weltweit vertrieben. Der 40-Jährige ist ein Mann der Tat und sich für nichts zu schade.

Begonnen hat alles 2002. Mutlu Aksakal war damals nach seiner Ausbildung zum Werkzeugmechaniker als Geselle in Schichtarbeit bei der KS Kolbenschmidt GmbH in Heilbronn. Er fuhr einen Audi 80 und brauchte zwei neue Reifen. Mit Geld war er knapp, weil er sein Gehalt größtenteils für Kost und Logis an die Eltern abgetreten und sich das Geld fürs Auto durch Nebenjobs im Lager und als Pizzufahrer am Wochenende dazuverdient hat. „Also habe ich in der Sperrmüllzeitung nach gebrauchten, aber noch guten Reifen geschaut“, so der sympathische Mann. Er wurde fündig: Ein Entsorger hatte vier Stück in 17-Zoll im Angebot. Einziger Wermutstropfen: Er musste alle vier Pneus nehmen und 160 Euro zahlen. „Ich habe dann zwei montieren lassen. Die anderen beiden habe ich verkauft und 160 Euro dafür bekommen. Meine Ausgaben hatte ich also wieder drin. Da war meine Geschäftsidee geboren, und ich habe mir acht gebrauchte Reifen besorgt“, so Mutlu Aksakal.

### Reifen lagerten im Keller und im Fahrradschuppen

Innerhalb kürzester Zeit war der Keller der Dreizimmerwohnung der fünfköpfigen Familie voll. Der Fahrradschuppen vorm Haus auch. Eingenommenes Geld sei sofort in neue Ware reinvestiert worden. Als der Vater nicht mehr an sein Werkzeug im Keller kam, musste Mutlu Aksakal eine Halle mieten. Die erste war 150 Quadratmeter groß. Hier lagerten dann nicht nur Reifen, sondern bald auch gebrauchte Aftermarket-Räder von Borbet, Ronal oder Brock. „Habe ich irgendwann mal probiert und gesehen, dass das Geschäft damit auch läuft. Nach einiger Zeit habe ich dann bei den Herstellerfirmen angerufen und nach B-Ware mit Lackfehlern gefragt“, so der Heilbronner. Zudem habe er Räder von verschiedenen Reifenhändlern abgeholt, welche die nicht mehr verkaufen wollten. „Mal

Reifenprofi-Geschäftsführer **Mutlu Aksakal** sortiert gerade eingetroffene Räder





Seit 2013 ist Reifenprofi im Gewerbegebiet in Heilbronn ansässig

ehrlich, ich bin den ganzen Tag mit meinem alten Kombi rumgefahren und habe eingesammelt, was andere nicht mehr wollten, und dann habe ich die Reifen und Räder über die Sperrmüllzeitung und später über Ebay verkauft.“ Ergebnis: Nach 1,5 Jahren brauchte er eine neue Halle als Lager.

### „Morgens hatte ich den Abdruck der Tastatur in meinem Gesicht“

2005 habe er dann einen Anruf von einem Reifenhändler aus Bietigheim bekommen. „Der hat mir 100 Mercedes-Kompletradsätze Avantgarde für die Mercedes E-Klasse in 16 Zoll angeboten. Das waren nicht die Modernsten, aber es waren alles Sätze von Werkfahrzeugen, die nur einen Winter gefahren waren. Erstmal waren für mich nur die Reifen interessant, die Räder habe ich quasi als Bonus mitgenommen“, erinnert sich Mutlu Aksakal. Nachdem er die Kompletradsätze gewaschen hatte, setzte er abends noch den ersten Satz für 549 Euro rein. Nach einer Minute war der Satz weg. Er konnte es nicht glauben und setzte den zweiten Satz für 649 Euro rein. Auch der war nach ein paar Minuten verkauft. Beim dritten Satz dauerte es ein paar Stunden. Den hatte er aber auch

aber auch: „Ich bin morgens um 7 Uhr los. Habe die Räder geholt und vom Lkw abgeladen, gewaschen und sortiert. Pro Tour 50 Sätze. Also 200 Räder á 25 Kilo. Ich hatte blutige Hände. Mein Tag in der Halle ging dann meistens bis 1 oder 2 Uhr, dann bin ich an den Computer und habe die Sätze online gekloppt. Ich habe quasi ein ganzes Jahr im Sitzen am Schreibtisch geschlafen. Morgens hatte ich die Tastatur auf meinem Gesicht abgezeichnet und der Bildschirm war voll Buchstaben“, sagt Mutlu Aksakal und lacht. Natürlich habe er auch samstags und sonntags gearbeitet.

### Originalräder für Premiumfahrzeuge lagern auf 10.000 Quadratmetern

2007 habe er dann auch mit Originalfelgen von Audi und VW angefangen. Seine Miete für eine wieder größere Halle habe 2013 gut 10.000 Euro betragen, „da habe ich mich entschlossen, mir eine eigene zu kaufen.“ Und in dieser Halle im Gewerbegebiet von Heilbronn sitzt das Unternehmen noch heute. Auf der Lagerfläche von 10.000 Quadratmetern mit Hochregalsystem lagern 15.000 Artikel. Die hat er dann auch online. Größtenteils sind dies Originalräder und Kompleträder für deutsche Premiumfahrzeuge, aber auch vereinzelte Reifen. Ein großer Kunde von ihm stamme aus China. „Die sind ganz verrückt nach deutschen Originalrädern für ihre teuren Autos.“

Um die Felgen zu individualisieren oder Schäden zu beseitigen gibt es im Unternehmen seit 2015 eine moderne CNC-Drehmaschine mit einem 3D-Messsystem kombiniert. Hier werden jährlich etwa 6.000 Felgen abgedreht. Und wenn mal Not am Mann ist, steht hier natürlich auch der Firmenchef nach Feierabend. „Ich habe das ja mal gelernt.“ Einer seiner Auftraggeber ist Bugatti. „Die kommen dann auch mal mit der Lupe und gucken, ob alles in Ordnung ist“, so Mutlu Aksakal. Sei aber natürlich klar: „Kauft einer ein Auto für 3,5 Millionen Euro, kann er auch 100 Prozent erwarten.“ Auch eine Pulverbeschichtungsanlage steht für die

Um die Felgen zu individualisieren oder Schäden zu beseitigen gibt es im Unternehmen seit 2015 eine moderne CNC-Drehmaschine mit einem 3D-Messsystem kombiniert. Hier werden jährlich etwa 6.000 Felgen abgedreht. Und wenn mal Not am Mann ist, steht hier natürlich auch der Firmenchef nach Feierabend. „Ich habe das ja mal gelernt.“ Einer seiner Auftraggeber ist Bugatti. „Die kommen dann auch mal mit der Lupe und gucken, ob alles in Ordnung ist“, so Mutlu Aksakal. Sei aber natürlich klar: „Kauft einer ein Auto für 3,5 Millionen Euro, kann er auch 100 Prozent erwarten.“ Auch eine Pulverbeschichtungsanlage steht für die



Auf Hochregalen lagern etwa 15.000 verschiedene Artikel. Sie werden unter [www.reifenprofi.de](http://www.reifenprofi.de) verkauft



**Leon Eichwalder** kümmert sich um das Marketing und um den Aufbau der Rädereigenmarke Levella



**Monty** ist neues Firmenmitglied



Individualisierung von Rädern bereit. Es stehen alle RAL-Farbtöne nach dem Farbsystem und original Herstellerfarbcodes zu Verfügung, jeweils in glänzend oder matt.

**Eigene Räder unter dem Namen Levella werden produziert**

Und der Unternehmer hat neue Pläne. Sein aktuelles Baby ist die Tochterfirma mit dem Namen Levella, die derzeit drei Räderlinien herstellt. Der Name Levella stammt von den Vornamen seiner Kinder Levin und Ella. Für ihn seien die selber entworfenen und produzierten Räder ein neues und wichtiges Standbein. Er hat sie bereits 2017 und auch 2018 auf der Essen Motor Show und 2018 auf der „The Tire Cologne“ in Köln präsentiert, und sie hätten großen Anklang gefunden. „Und das tolle daran: Wir müssen nicht darauf warten, bis uns jemand Räder anbietet, sondern können produzieren wann, wo und wie viel wir wollen.“ Momentan stammen die Schmiederohlinge aus den USA, und sie werden in Spanien gefräst.

Das Finish erfolgt dann auf Kundenwunsch in Heilbronn. Die Räder werden mittlerweile in Europa, den USA und Neuseeland gefahren. Die Zielgruppe seien Sportwagenfahrer, „denn der Markt ist noch nicht so voll wie beim Golf“. Für Mutlu Aksakal ganz wichtig: „Wir wollen unsere Felgen nur mit Teilegutachten verkaufen, auch wenn das Thema Sicherheit für viele Leute in der Tuningszene Nebensache ist.“ Wichtig sei ihm auch, dass er nicht jedes Jahr die Designs wechseln muss. „Wir wollen, dass ein Design drei Jahre läuft, ohne dass man sich an ihm satt sieht.“

Ganz neu im Programm ist das Levella-RZ-Forged-Schmiederad in 19 und 20 Zoll in zwei verschiedenen Designs und in verschiedensten Lochkreisen mit Teilegutachten für nahezu alle gängigen Fahrzeuge. Ebenfalls im Angebot sind die Levella-Flowform-Räder in 21 Zoll. Sie gibt es in einem Design mit zwei Standardfinishes. Zudem könnten die Kunden eine Wunschfarbe bestellen. Auch für dieses Rad gebe es ein Teilegutachten. Zudem könnten individuelle Schmiederäder, egal ob einteilig oder dreiteilig, hergestellt werden.

*christine.schoenfeld@reifenpresse.de*

## Holger Hering: „Heute machen wir die guten alten Zeiten von morgen“

Holger Hering ist nicht der Bürgermeister von Appen. Dennoch residiert der 60-Jährige seit September 2018 im Rathaus der Gemeinde in Schleswig-Holstein. 50 Quadratmeter sind das Reich des Aluminiumräderhändlervertreter. Die Räume teilt er sich mit seiner Frau Eleonore Brandt und mit Sohn Julian, der vor einem Jahr ins Rädergeschäft seines Vaters eingestiegen ist.

**H**olger Hering ist ein besonnener Mensch, ohne großes Brimborium. Er kennt die Räderbranche seit Jahrzehnten und liebt den Außendienst. Schon während seiner Ausbildung als Groß- und Außenhandelskaufmann 1976 in Hamburg bekam er eine eigene Tour. Auf seinen Firmenwagen, einem roten Fiat 128 Abarth, war er „stolz wie Oskar“. Schon während dieser Zeit wurde er gefragt, ob er Aluminiumräder verkaufen wolle. Wollte er. Er ging nach der Ausbildung zu Hans Diederichs/Melber nach Wedel. Hier sah er seine Eleonore das erste Mal (erst beim zweiten Aufeinandertreffen 1994 hat es dann gefunkt). Auch sie hatte eine Ausbildung im Groß- und Außenhandel absolviert. Ein halbes Jahr arbeiteten die beiden zusammen, „dann wurde die Geschäftsführung verändert, und da wollte ich nicht mitmachen“. Hering ging und wurde Schifffahrtskaufmann und dann auch noch Speditionskaufmann. 1984 ging's zu den Rädern zurück, und seitdem klebt er an ihnen. „Wilhelm Funk, damaliger Geschäftsführer der Firma Wockenfuss, später von Heyking, hatte mich damals angesprochen“.

1994 bis 1999 für Nordrad und AZEV die Werksvertretung. Aus dem Unternehmen ist dann Toprad hervorgegangen, der Importeur der italienischen Rädermarke Toora. Ihr gab Hering ein Gesicht, leider kam es in Italien 2007 zur Insolvenz. Nach einem kurzen „Gastspiel“ bei Oxigin, der AWM GmbH, war Schluss mit dem Angestelltendasein. 2009 hat er sich selbstständig gemacht, „ich hatte keine Lust mehr für andere zu arbeiten, und ich hatte die richtigen Kontakte“.

Angefangen hat er mit CMS Automotive. „Das Unternehmen kannte ich schon aus der Toprad-Zeit. Wir hatten damals keine Winterräder und haben deshalb mit CMS beziehungsweise Andreas Göbel kooperiert.“ Von 2010 bis 2015 kam dann RH Alurad zu seinem Portfolio dazu, diese Episode gehört der Vergangenheit an, und „das ist auch gut so“. Als Alternative wurden SCC und Wemar in die Produktpalette aufgenommen. 2017 kamen dann Tomason-Räder dazu. „Thomas Klein-Wiele und ich haben uns auf der Essen Motor Show getroffen, kurz gesprochen und dann war klar: Wir passen zusammen und probieren es“, so Hering. Mittlerweile gehört auch die italienische Rädermarke GMP ins Portfolio des Handelsvertreter.

Oft ist Hering drei bis vier Tage die Woche unterwegs und stellt neue Räder und Produkte im Handel vor. Meistens in Norddeutschland. Wobei Norddeutschland für ihn in der Mitte Deutschlands aufhört. „Die südlichste norddeutsche Stadt ist bei mir Salzburg“, sagt Hering und lacht. Der Kontakt zu den Kunden sei auch in Zeiten des Internets wichtig für die Geschäfte, „denn die werden auch heute noch von Mensch zu Mensch gemacht“. Und ganz nach He-



**Holger Hering, Eleonore Brandt** und Sohn **Julian Hering** (von rechts) managen die Handelsvertretung und feiern 2019 180 Jahre Handelsvertretung Holger Hering. Die Jahreszahl setzt sich folgendermaßen zusammen: 60 (Alter Holger Hering), 60 (Alter Eleonore Brandt), 30 (Alter Julian Hering), 20 (Ehejahre von Eleonore Brandt und Holger Hering) und zehn (Jubiläum Handelsvertretung) zusammen

rings Motto „Nichts ist so stetig wie die Veränderung“ vertreibt er seit 2018 auch Elektrofahrzeuge der Marke Varaneo aus dem Hause der SCC Group.

Im April 2018 ist sein 30-jähriger Sohn Julian ins Geschäft eingestiegen. Der gelernte Bürokaufmann kennt das Rädergeschäft schon seit seiner Kindheit. „Wir sind in den Ferien schon mal mit Papa durch Deutschland getourt und haben die Reifenhändler abgefahren, um Räder zu verkaufen.“ Für Holger Hering ist der Einstieg seines Sohnes der Anfang von seinem Rückzug aus dem aktiven Geschäft. „Ich würde gerne in drei bis fünf Jahren aufhören und Julian gründlich in die Materie einarbeiten.“ Sein Ziel wäre es, sein Geschäft an den Sohn weiterzugeben, „es ist aber keine Pflicht“. Und was er dann machen wolle? Zeit für sich und seinen Sport haben und viel Zeit mit seiner Frau Eleonore auf Reisen an die See oder in den Bergen verbringen. Denn Reisen sei in den vergangenen Jahren immer zu kurz gekommen. Eleonore Brandt lacht: „Höchstens ein oder zwei Wochen Urlaub waren in den letzten Jahren drin. Und oft hat Holger dann noch beim Wandern mit den Kunden telefoniert.“

*christine.schoenfeld@reifenpresse.de*

# Donghyun Jin will Räderhersteller mit Kreativität und Flexibilität neu ausrichten

## Handbremse im Aftermarket-Geschäft von BBS soll gelöst werden

Donghyun Jin ist Großstädter durch und durch. Nun sitzt der Koreaner aus der Zehn-Millionen-Einwohner-Metropole Seoul im Schwarzwald. In einem Dorf mit 3.850 Einwohnern. Jin, Senior Director Manufacturing Division Nice Holdings (seit 2015 Mehrheitsgesellschafter der BBS Group), ist als Beirat und Interims-CEO von BBS nach Schiltach gekommen, um den Räderhersteller durch die unruhigen Zeiten von Dieselgate und WLTP-Effekt zu steuern und neu aufzustellen. Das macht er nicht allein. Die neue Geschäftsführung besteht aus Erwin Eigel zuständig als CSO für den Bereich Vertrieb sowie Jürgen Klingelmeyer der als COO den Bereich Operations verantwortet. Der Bereich Finanzen wird unverändert von Jann Dittmann als CFO geleitet. Der bisherige Geschäftsführer Heinz Bartosch wurde am 2. November 2018 abberufen.

**D**onghyun Jin will eine neue Firmenkultur geprägt von Kreativität und Flexibilität bei BBS etablieren. Für die Kreativität soll Erwin Eigel stehen. Der Karlsruher ist in der Räderbranche groß geworden und baut seit 2012 bei BBS kontinuierlich den Aftermarket aus. Jürgen Klingelmeyer besetzt das Thema Flexibilität. Er ist ebenfalls seit 2012 bei dem Räderhersteller in verschiedenen Positionen tätig. Mit der Berufung von langjährigen Mitarbeitern in die Geschäftsleitung setzte die Nice Group bewusst auf die vorhandene Erfahrung und das Verteilen der Verantwortung auf mehrere Schultern. „Heinz Bartosch wurde Ende 2016 als alleiniger Geschäftsführer eingestellt, um das OEM-Business zu stärken und weiter auszubauen. Sein Charakter und seine Fähigkeiten passten zu diesem Geschäft“, so Donghyun Jin. „Die Auftragsbücher waren voll, der Räderabsatz konnte auf über 800.000 Räder gesteigert werden. Der Umsatz stieg auf über 100 Millionen Euro, die Mitarbeiterzahl von 550 auf 680. Doch dann kamen Dieselgate und der Abgasskandal. Eine solche Situation erfordert eine andere Führung. Und wir wollen



Der Interims-CEO von BBS, Donghyun Jin, lebt jetzt im beschaulichen Schiltach

durch die richtigen Personen an den richtigen Stellen dem Unternehmen eine andere Unternehmenskultur und Geschäftsstruktur geben.“ Die interne Kommunikation solle verstärkt werden, das Unternehmen flexibler werden, um auf schwankende Marktsituationen schneller reagieren zu können. Im Rahmen der Neuaufstellung würden die Zeitarbeitsverträge individuell geprüft und Leiharbeiter nach Möglichkeit abgebaut. Jürgen Klingelmeyer: „Aufgrund der Auslastung haben wir in den meisten Bereichen die Schichtmodelle von Vier- auf Dreischichtbetrieb reduziert. Wochenendschichten

werden lediglich bei den Warmprozessen und im Falle von Mehrbedarfen durchgeführt. Wir müssen die Zahl der Mitarbeiter nach Kapazität und Kundenbedarf ausrichten.“

### Im Aftermarket-Geschäft mit angezogener Handbremse gefahren

Dass BBS eine starke Marke ist, die weltweit bekannt ist, das bezeugen unzählige Trophäen im Büro von Erwin Eigel. Schon seit Jahren räumt das Unternehmen ab, was es abzuräumen gibt. „Best Brand“ in der Produktkategorie Räder bei *AutoBild*, *Auto Motor und Sport*, *Sportauto* in Deutschland, *Auto-Illustrierte* in der Schweiz, um nur ein



Das Werk von BBS in Schiltach schmiegt sich ins Tal



Die Unternehmenszentrale von BBS in Schiltach



**Jürgen Klingelmeyer** (COO), **Donghyun Jin** (Interims-CEO), **Erwin Eigel** (CSO, von links)

paar zu nennen. BBS war bereits viermal in Folge Aussteller bei der SEMA in Las Vegas und hat laut Unternehmensangaben in Asien den Räderumsatz in den vergangenen sechs Jahren verdreifacht. „Und genau hier müssen wir ansetzen und das Aftermarket-Geschäft weiter ausbauen. Die Marke BBS soll nicht mehr zweit-rangig behandelt werden“, so Donghyun Jin, und dies sei in der Vergangenheit passiert. „Bedingt durch die vielen Aufträge unserer OE-Kunden und den damit eingegangenen Verpflichtungen konnten wir den Aftermarket nicht ausbauen. Wir haben alle Kapazitäten für die OEMs genutzt. Und dadurch konnten wir die uns selbst gesetzten Wachstumsraten nicht erreichen“, so Erwin Eigel. Jürgen Klingelmeyer ergänzt: „Wir sind im Bereich des Aftermarktes mit angezogener Handbremse gefahren.“

Natürlich solle der Ausbau der Marke nicht bedeuten, dass die OEMs jetzt auf Lieferungen verzichten müssen. „Wir wissen schon, wem wir unseren Absatz zu verdanken haben.“ Porsche sei nach wie vor der größte Kunde, mit dem der Räderhersteller zusammenarbeitet. Aber auch Audi, AMG, Bentley, Lamborghini oder BMW, Jaguar/Land Rover würden beliefert. „Wir sind mittlerweile auch mit

neuen Kunden aus dem Premiumbereich im Gespräch“, so Erwin Eigel. „Für uns ist wichtig: „Wir müssen die richtige Balance finden. Einmal vom OE-Geschäft zum Aftermarket und dann auch innerhalb des OE-Marktes.“

## 650.000 Räder 2018 verkauft

95 Prozent der 2018 verkauften 650.000 Räder waren Flow-Forming-Räder, fünf Prozent Gussräder. Die Hauptgrößen waren 19, 20 und 21 Zoll. In dem Bereich der Premiumhersteller für den Aftermarket (dazu rechnet Eigel fünf Marktteilnehmer) habe BBS einen zweistelligen Marktanteil. Donghyun Jin wird noch einige Zeit im Schwarzwald verbringen und die Neuausrichtung des Unternehmens auf unbestimmte Zeit begleiten. Erwin Eigel und Jürgen Klingelmeyer sind sich einig: „Die aktive Präsenz des Gesellschafters ist für das Management vor Ort ein wichtiges Signal und eine vertrauensbildende Maßnahme für das gesamte Umfeld von BBS.“

*christine.schoenfeld@reifenpresse.de*

# PASSION FOR BETTER TECHNOLOGY

Dichtheitsprüftechnik für Räder  
sämtlicher Ausführungen und Größen

vollintegriertes Radhandling,  
alternativ mit Roboter oder manuell

Testgasrückgewinnung für  
minimalste Heliumverbräuche

kürzeste Taktzeiten bei  
besten Test-Performance

weltweiter Service



## Kurzgefasst.

**Maxion** gewinnt Tata Motors als Neukunden



Maxion Wheels hat Tata Motors als neuen Kunden für sein Pkw-Stahlrad VersaStyle gewonnen. Vereinbart sind jährlich etwa 150.000 Räder für das Modell Tiago zu liefern. Dies ist eine Erweiterung des aktuellen Lieferumfangs von drei Millionen VersaStyle-Rädern an weltweite Kunden. Das Rad besteht aus einem Stahlradgrundgerüst und einer gestylten Radkappe. Die optimierten Speichenstrukturen und die großen Lüftungsflächen schaffen zahlreiche Gestaltungs- und Personalisierungsmöglichkeiten. Das Rad soll laut Unternehmensangaben um acht Prozent leichter sein als ein Aluminiumgussrad.

cs

Neue Verkaufsunterlagen für **Wheelworld** und **Axxion** verfügbar

Pünktlich zur Frühjahrssaison gibt es wieder neue Verkaufsunterlagen von Wheelworld und Axxion, bestehend aus dem aktuellen Räderprogramm 2019 und den zugehörigen Preislisten beider Marken. Der Katalog enthält auch die neuen Rad-

designs WH33 und Axxion Competition (AX9). Viele der aufgeführten Designs verfügten über ABE, teilweise auch ECE. Die neuen Kataloge können zudem kostenfrei von der Webseite des Unternehmens heruntergeladen werden.

cs



## Ronal Group startet mit Logo und Aktionen in ihr Jubiläumsjahr

Die Ronal Group feiert in diesem Jahr ihr 50-jähriges Bestehen. Der Räderhersteller mit Hauptsitz im Schweizer Härkingen wolle seinen runden Geburtstag an allen Standorten weltweit mit verschiedenen Aktionen feiern. Im Mittelpunkt der Aktivitäten zum Jubiläum stünden die über 8.000 Mitarbeiter, „die mit Leidenschaft dabei sind und für den Erfolg des Unternehmens eine große Bedeutung haben“, heißt es dazu in einer Mitteilung. Anlässlich des 50-jährigen Jubiläums hat die Ronal Group außerdem ein spezielles Logo entworfen, wie das Unternehmen mitteilt.



**E**in kurzer Rückblick: Ronal wurde 1969 in Walldorf (Deutschland) von Karl Roland Wirth gegründet; ein Jahr später entstand im nahen Forst zwischen Heidelberg und Karlsruhe das erste Werk, das sich auf die Herstellung von gegossenen Leichtmetallrädern spezialisierte. Schon 1971 erhielt Ronal den ersten Auftrag eines Automobilherstellers. Im Laufe der Jahrzehnte konnte die Ronal Group „dank ihrer loyalen Kunden wachsen und sich mit immer mehr Produktionsstandorten in diversen Ländern auf dem Markt etablieren“, heißt es dazu weiter. Heute arbeiten für die Gruppe mehr als 8.000 Mitarbeiter in mehreren Tochtergesellschaften weltweit in der Verwaltung oder Produktion.

Darüber hinaus stellt Ronal an zwei Standorten eigene Werkzeuge her und besitzt mit dem sogenannten Ronlog ein zentrales Logistikzentrum für seine Produkte, das sich ebenfalls in Forst befindet. Erst Ende 2018 wurde mit der neu gegründeten Ronal Technologie GmbH in Forst ein Innovationszentrum geschaffen, in dem zukünftig an den Technologien, Werkstoffen und Produkten von morgen geforscht wird und Lösungen entwickelt werden sollen, „mit denen die Ronal Group die Mobilität der Zukunft mitgestalten kann – um die Technologieführerschaft des Unternehmens zu sichern“.

Daneben habe die Ronal Group mit ihrem Konzept Planblue seit Jahren auch ihre Verantwortung für nachfolgende Generationen im Blick, so der Räderhersteller weiter. Die Entwicklung nachhaltiger Produkte wie des Designs Ronal R60-blue, die Einsparung von Ressourcen, Reduzierung von CO<sub>2</sub>-Emissionen sowie Aktionen wie „Bike2Ronal“ für die Mitarbeiter seien nur einige Aspekte des Nachhaltigkeitskonzepts und würden kontinuierlich ausgebaut. Zum runden Geburtstag habe sich die Ronal Group außerdem etwas Besonderes ausgedacht und ihr Kultrad Ronal R50 Aero vergoldet – dieses wurde kürzlich erstmalig bei der Essen Motor Show präsentiert und kommt ab Frühjahr 2019 in den Handel.

ab

## Neuer Borbet-Onlineshop: Zur Einführung lockt ein Sonderrabatt

In einem neuen B2B-Shop können die Partner aus dem Fachhandel die vielfältige Räderwelt von Räderhersteller Borbet nun völlig neu erleben und ihr Tagesgeschäft online noch schneller vorantreiben. Die Bestellung erfolge einfach und unkompliziert mithilfe

des 3D-Konfigurators. Zahlreiche Filterfunktionen erleichterten laut Unternehmensangaben die Auswahl, und bei Fragen „hilft das Team schnell weiter“. Zur Endkundenberatung stehe ein integriertes und individuell anpassbares Kundenberatungsmodul zur Verfügung. Im neuen Onlineshop hätten die Händler das passende Sortiment stets im Blick, und das richtige Rad sei schnell gefunden. In 3D-Qualität könne es – inklusive aller relevanten Infos – direkt am Fahrzeug begutachtet werden. Neben der direkten Felgenauswahl erleichterten zahlreiche neue Features wie etwa eine Matchcode-Suche, eine direkte Einsicht ins Bestellarchiv sowie ein Multi-Language- und Währungs-Support den Bestellvorgang. In den ersten zwei Wochen gewährt der Räderhersteller seinen Fachhändlern einen Eröffnungsrabatt auf alle Bestellungen. cs



Der B2B-Shop erleichtert Händlern mit 3D-Konfigurator und integrierter Kundenberatung den Bestellvorgang



## Prüforganisationen dürfen bald Vollgutachten erstellen

Der Bundesrat hat am 15. Februar die Regelung zum Paragraphen 21 der Straßenverkehrszulassungsordnung (StVZO) außer Kraft gesetzt. Bisher durften nur amtlich anerkannte Sachverständige oder Prüfer (aaSoP)

des TÜV (alte Bundesländer) und in den neuen Bundesländern nur deren Kollegen der Dekra Fahrzeugabnahmen im Einzelgenehmigungsverfahren durchführen.

Die neue Regelung wird ab der Veröffentlichung im Bundesgesetzblatt, voraussichtlich Mitte/Ende März, in Kraft treten. Ab dann dürfen sowohl aaSoP von TÜV und Dekra als auch Ingenieure mit entsprechender Befugnis anderer Prüforganisationen (GTÜ, KÜS etc.) bundesweit Einzelgenehmigungen nach §21 StVZO (umgangssprachlich auch Vollgutachten genannt) sowie die für den Tuningmarkt wichtigen gutachtenbasierten Einzelgenehmigungen nach der Regelung StVZO §19.2 in Verbindung mit §21 vollziehen. Der VDAT (Verband der Automobil Tuner e.V) begrüßt die Liberalisierung des §21, „die zu einer erhöhten Kompetenzdichte in der Fläche führen wird. Die uneingeschränkte Verfügbarkeit von aaSoP war seit geraumer Zeit nicht mehr gegeben und vielfach bedurfte es nach einer Tuningmaßnahme erheblicher Reisezeiten und Überbrückung größerer Entfernungen, um die nötige Legitimation nach einer Änderung am Fahrzeug

zu erhalten“, heißt es in einer Mitteilung des Verbandes. Und weiter heißt es: „Dass die neu geschaffene Wettbewerbssituation nicht zu Lasten der Qualität geht, stellt das Kraftfahrersachverständigen-gesetz sicher. Sowohl die Vorschriften zur Verkehrssicherheit als auch die zu Abgas-/Geräuschemissionen bilden auch im Einzelgenehmigungsverfahren die Grundlage für eine Wiedererteilung der Betreiberlaubnis.“ cs



# Schwarzwälder poliert, repariert und schmiedet auch für OE-Hersteller

## Bei Tobias Haug sind Aluräder in besten Händen

Was Tobias Haug anfasst, das glänzt. Der 36-jährige Mann aus dem Schwarzwald ist Inhaber und/oder Geschäftsführer von drei Unternehmen der Aluminiumräderbranche. Dazu gehören die Wheel Wizard GmbH, die Räder industriell aufbereitet, die ROC Fertigung24 GmbH, die Schmiederäder produziert, und IPS (Intelligente Poliersysteme), die Poliermaschinen für Räder fertigt.

**A**ngefangen hat alles 2008. „Da habe ich eine Maschine zum Polieren von Rädern entwickelt“, so der gelernte Galvanotechniker und studierte Betriebswirt. Schnell bekamen große Räderhersteller davon mit und standen vor seiner der Tür. Anfänglich waren es BBS, Ronal und Uniwheels welche die Maschinen zum Entgraten und Polieren kauften. 2009 kam dann VW mit einer Anfrage auf ihn zu, ob er sich das Polieren als Dienstleister vorstellen könne. Konnte er. Eine Halle wurde gebaut und schnell wurde dann auch noch im Auftrag von CMS, Uniwheels, Borbet, Ronal oder Otto Fuchs gearbeitet. 36 Poliermaschinen sind im Dauereinsatz.

### 26 Mitarbeiter bearbeiten jährlich 70.000 Räder

Nach kurzer Zeit wurde er dann auf das Thema Felgenreparatur aufmerksam und startete 2011 in einer für 120 Euro gemieteten Garage zusätzlich mit der Reparatur von Rädern. Das Geschäft lief, zwei Jahre später baute Tobias Haug an seine Polierhalle an. 2015 wurde dann auch eine vollautomatische Lackieranlage implementiert. Mittlerweile bearbeiten 26 Mitarbeiter rund 70.000 Räder jährlich. 50 Prozent der Aufträge kommen aus dem OE-Geschäft. Heißt: Er



Das Rad vor der Bearbeitung und nach der Bearbeitung von Wheel Wizard

poliert Räder für namhafte Räderhersteller. Die Räder, die repariert werden müssen, werden ihm von mehr als 1.200 Autohäusern und 438 gelisteten Partnern aus Deutschland, Österreich und der Schweiz zugeschickt. „Wir sind europaweit der größte Felgenaufbereiter“, so Tobias Haug, der seit Mai 2018 nur noch Geschäftsführer des Unternehmens ist. Der Vater von vier Kindern hat dieses



Jeder Mitarbeiter der Wheel Wizzard GmbH darf Gedanken auf eine Zementwand im Unternehmen schreiben. Der Spruch von Tobias Haug: „Ich habe niemals an Erfolg geglaubt. Ich habe dafür gearbeitet.“

Geschäftsführer **Tobias Haug** (links) und der Betriebsleiter der Wheel Wizard GmbH **Mike Becker**



Die Räder laufen im chaotischen System durch den Betrieb. Jedes hat eine DNA

Unternehmen Ende 2017 an die Intelligent-Repair-Solutions-Gruppe mit Sitz in Rellingen verkauft. Fünf Monate war Tobias Haug aus dem Geschäft raus, im Mai vergangenen Jahres wurde er als Geschäftsführer zurückgeholt.

Besonders stolz ist Tobias Haug auf den Grad der Digitalisierung des Unternehmens. „Vom Wareneingang bis Warenausgang läuft alles digital. Das ist mir wichtig, denn so können durch menschliche Kommunikation keine Fehler entstehen“, sagt er.

## Jedes Rad bekommt eigene DNA

Schon beim Wareneingang erhält jedes Rad seine DNA. Dazu werde es mit einem QR-Code versehen. Dieser wird in das Außenbett eingestempelt. Aus diesem wird ersichtlich welche Lackfarbe, Drehbearbeitung und Finish das Rad bekommt. Als Nächstes folgt der Schritt der Sichtung. Denn nicht jedes Rad kann repariert werden. Damit gar nicht erst viele dieser Rückläufer ins Unternehmen nach Freudenstadt kommen, werden die Partner vorher geschult und es gibt einen Grenzwertkatalog. Dadurch müssten nur noch zwei bis drei Prozent der Räder abgelehnt werden. „Die Räder werden angeschliffen, chemisch vorbehandelt und erstlackiert“, so Betriebsleiter Mike Becker. Es folgt die Reparatur der Bi-Color Räder durch das Glanzdrehen. Dazu wird das Rad zunächst mit einem Messarm vermessen und gescannt.

„Wir haben hier mittlerweile Daten von 4.000 bis 5.000 unterschiedlichen Rädern gespeichert. Die gescannten Punkte des Rades werden in einen Datensatz umgewandelt, und der wird dann automatisch von der Glanzdrehmaschine abgerufen, in die das Rad anschließend kommt. Hier wird sich in zwei bis drei Zehntel-Millimeter-Schritten

an die Schäden herangetastet. Wir nehmen nur das Nötigste ab. Durch den QR-Code und den gespeicherten Daten im SAP-System können wir immer erkennen, wie viel bereits abgenommen wurde und wie viel Spielraum wir noch haben. Räder, die woanders bereits repariert wurden, nehmen wir nicht an“, so Becker. Nach dem Drehen kommt die Entgratung. Und es geht in die vollautomatische Lackieranlage. Die Produktionsabläufe laufen nach einem chaotischen System ab. Da läuft ein schwarzes 20-Zoll-Rad nach einem grauen 18-Zoll-Rad durch. „Innerhalb von sechs Sekunden wird in der Lackierung vollautomatisch die Farbe gewechselt“, so Haug. Nach etwa fünf Tagen verlässt das Rad das Haus. Für ca. 150 Euro hat der Besitzer sein Bi-Color-Rad aufbereitet. Will er es in 72 Stunden zurückhaben, dann kostet es etwas mehr.

## Schmiederadhersteller ROC aus der Insolvenz aufgekauft

2016 hat Tobias Haug den Brüdern Gergő und Zsady Zelenak die ROC Automotive GmbH aus der Insolvenz im Rahmen eines Asset Deals abgekauft. Die Brüder waren 2010 mit der Schmiederadproduktion in Bietigheim gestartet und hatten für namhafte

## MIT EINGEBAUTEM KULTSTATUS.

**NEU:** R50 AERO RG/LC  
Racing gold-hornkopiert



**50 YEARS OF GREAT PASSION.**

Zum runden Geburtstag dieses Jahr haben wir die beliebte Kultfelge RONAL R50 AERO vergoldet. Mehr Infos unter [ronal-wheels.com](http://ronal-wheels.com)



Geschäftsführer der ROC Fertigung24 GmbH ist **Lukas Betz**

Tuner Räder gefertigt. 2014 waren es bereits 600 jährlich. Immer noch als Zweimannbetrieb mit einer Fräs- und einer Drehmaschine. „Wir haben das Unternehmen ja quasi aus dem Kinderzimmer aufgebaut. Ohne großen finanziellen Background. 2016 mussten wir dann investieren, und wir gerieten in finanzielle Schwierigkeiten. Ich habe Tobias Haug angeschrieben, ob der nicht unser Unternehmen kaufen will. Wir hatten unsere Räder bei ihm lackiert und kannten uns“, so Gergö Zelenak (28). Tobias Haug zögerte nicht lang und schlug zu.

Mittlerweile laufen zehn Fräsmaschinen und vier Drehmaschinen. Der von Haug eingesetzte Geschäftsführer Lukas Betz (28) fertigt mit 22 Angestellten für europäische und amerikanische Kunden Schmiederäder im Dreischichtbetrieb an sechs Tagen. Mittlerweile hat er auch fünf eigene Designs von 19 bis 23 Zoll im Programm. Die hat der ursprüngliche Firmengründer Gergö Zelenak entworfen. Haug ist sich sicher: „Durch das Thema Elektromobilität ist das Schmiederadgeschäft im Aufwind.“ Zurzeit fertigt er etwa 1.000 Räder im Monat in einer gemieteten Halle. Im Juni 2019 geht es in ein von ihm neu gebautes 2.000 Quadratmeter großes Gebäude in Freudenstadt.

### IPS verkauft Poliersysteme an namhafte Räderhersteller

Die von ihm erfundene Poliermaschine mit der alles begann, wird aktuell über IPS (Intelligente Poliersysteme) produziert und vertrieben. Neben Räderherstellern ist etwa auch ein Hersteller für Triebwerksschaufeln für die Luftfahrt ein großer Kunde. Geboten

werden Maschinen und das dazugehörige Granulat zum Vorschleifen, Feinschleifen, Polieren und Entgraten. Der von Tobias Haug eingesetzte Geschäftsführer Rainer Wälde: „Wir verkaufen unsere Produkte an Einmannbetriebe, aber auch weltweit an Radhersteller.“ Erfolge erzielt das Unternehmen aktuell beim Verkauf der Poliermaschinen als verkettete Inseln zum Entgraten von Rädern vor dem Lackieren. Seit dem 1. Januar hat das Unternehmen mit sechs Mitar-



Das Raddesign FL20 (oben) und das FL5



**Rainer Wälde**, Geschäftsführer IPS, vor einer Poliermaschine. Diese werden weltweit an Räderhersteller vertrieben

beitern seinen Firmensitz von Freudenstadt nach Vöhringen in eine eigene 1.100 Quadratmeter große Halle direkt an der A81 verlegt.

*christine.schoenfeld@reifenpresse.de*

## Zwei neue Platin-Räderdesigns rollen in den Markt



Der Großhändler Interpneu startet mit gleich zwei neuen Platin-Räderdesigns ins Frühjahrsgeschäft: P 90 und P 91; zusätzliche Sortimentserweiterungen sind geplant

**D**ie Platin-Räderfamilie erhält zum Frühjahr Zuwachs durch neue Designs bis 20 Zoll. Mit den neuen Modellreihen P 90 und P 91 fügt Interpneu dem Sortiment seiner Eigenmarke weitere Trendräder hinzu. Doch damit nicht genug: Die insgesamt bereits über 30 Platin-Alufelgenmodelle von 14 bis 20 Zoll werden nicht nur im Design, sondern insbesondere auch im Hinblick auf aktuelle Anwendungen ständig weiterentwickelt.

Mit dem Platin P 90 soll künftig ein neues, klassisches Fünf-Speichen-Design in Silber von 15 bis 17 Zoll in acht gängigen Vier- und Fünf-Loch-Ausführungen auf vielen Fahrzeugen glänzen, heißt es dazu vonseiten des Karlsruher Reifen- und Felgengroßhändlers Interpneu. Für Pkw mit großer Serienbereifung gibt es künftig das sportlich gestaltete Platin P 91 in 19 und 20 Zoll. Der Modellstart erfolge in der Trendlackierung Black Flat. Mit den Lochkreisen

5/108 und 5/112 passen die angebotenen elf Ausführungen sowohl für Citroën, Ford oder Volvo als auch für die VW-/Audi-Gruppe, Mercedes-Benz und BMW.

Alle lackierten Platin-Wheels-Ausführungen seien winterfest und damit zum Beispiel auch für die Umrüstung auf Ganzjahresreifen geeignet. „Im Laufe des Jahres ist die Einführung weiterer Modellaktualisierungen, zusätzlicher Anwendungen und Felgenreueheiten geplant“, versprach der Großhändler im Januar in Salzburg auf der AutoZum-Messe, wo die neuen Räder erstmals gezeigt wurden.

Das jeweils aktuelle Sortiment mit den verfügbaren Größen, eine 3D-Ansicht der Felgen sowie der Räderkonfigurator mit Downloadfunktion für Gutachten sind unter [www.platin-wheels](http://www.platin-wheels) zu finden. Dort gibt es auch eine europaweite Händlersuche, auf der Autofahrer den nächsten Platin-Servicepartner lokalisieren können. ab



Technik aus dem Motorsport

— 1970 —

SEIT FAST FÜNF JAHRZEHNTE STEHT DER NAME BBS FÜR ERFOLGE IM MOTORSPORT SOWIE IN METALL GEGOSSENE LEIDENSCHAFT UND SPORTLICHKEIT. UNSERE KUNDEN SIND UNSERE GRÖSSTEN FANS UND KRITIKER UND SCHWÖREN WIE WIR AUF TECHNIK AUS DEM RENNSPORT. BEST-BRAND-AUSZEICHNUNGEN IM IN- UND AUSLAND MOTIVIEREN UNS AUCH IN ZUKUNFT IMMER ZU 100% UNSER BESTES ZU GEBEN.



CI-R NÜRBURGRING EDITION  
SCHWARZ SEIDENMATT 19" - 20"

## ProLine meldet sich erfolgreich im Markt zurück

Ein ProLine hat schwierige Zeiten hinter sich. Brand des Felgenlagers mit einem Schaden von etwa sieben Millionen Euro und die anschließende Insolvenz sind nur zwei Stichwörter. Nach der Übernahme durch Giti und mit einem engagierten Team bestehend aus Torsten Gehrman und Christian Meinecke als Geschäftsführer, Martin Schröder als Vertriebs- und Marketingdirektor sowie Markus Wittmer als Chief Operating Officer an der Spitze zeichne sich aber einer Trendwende ab. „Es geht aufwärts“, ist sich Torsten Gehrman, einer der Geschäftsführer der Pro-Line Wheels-Tec GmbH, sicher. Nachdem Giti Mitte 2016 das Unternehmen übernommen hat, sei viel passiert.

„Im Jahr 2018 konnten bereits signifikante Umsatzzuwächse erzielt werden“, so Torsten Gehrman. ProLine hat mit den Designs BX700, SX100, TX100 und ZX100 allein vier neue Radfamilien 2018 auf dem Markt etabliert. Auch 2019 solle im Zeichen des Wachstums in Deutschland und in Europa stehen. Dazu werden weitere Radfamilien auf dem

Markt eingeführt. Das Rad PXD im modernen Doppelspeichendesign wird es in den Farben Grey Glossy und Grey Polished in den Größen 7,5x18, 8,0x19 und 8,0x20 Zoll geben. Das Rad sei für gängige Fahrzeuge der Mittelklasse mit ABE konzipiert worden. Das neue PXM-Rad soll als Alternative zu Rädern aus dem OE-Sortiment verstanden werden. Es kommt in den Farben Matt Grey und Matt Grey Polished in 8,0x18, 8,0x19 und 8,5x20 Zoll mit verschiedenen Lochkreisen in den Markt. In der zweiten Jahreshälfte 2019 sollen weitere Raddesigns folgen.

Der Fokus von ProLine bleibe auf dem B2B-Geschäft. Kundenzufriedenheit sei das oberste Ziel. „Deshalb scheuen wir keine Mühen, unsere Kunden jederzeit zu unterstützen.“ ProLine habe seit 23 Jahren Erfahrung im Rädergeschäft. „Wir haben mit Kreativität, Erfahrung und Know-how Maßstäbe in Design, Service und Technik gesetzt. Und wir wollen besser werden. Deshalb wollen wir uns noch in diesem Jahr personell verstärken“, so Gehrman. Gerade die Bereiche Technik und Vertrieb, aber auch Logistik



**Torsten Gehrman** ist einer der beiden Geschäftsführer der Pro-Line Wheels-Tec GmbH

müssten gestärkt werden. Und aufgrund des Wachstums rechnet er 2020 vermutlich auch mit einem Umzug in ein neues Firmengebäude. cs

## Neue Werbematerialien zur Umbereifung von Mc Gard

Bereits seit 1994 steht die McGard Deutschland GmbH für qualitativ hochwertige Sicherheitsprodukte, die den höchsten Ansprüchen der Automobilindustrie sowohl im OEM- als auch im Aftermarkt standhalten. „Zu den Grundprinzipien des Unternehmens zählt seit jeher unter anderem die sorgfältige, gewissenhafte und sinnvolle Unterstützung des Händlernetzwerks sowie des Endverbrauchers“, heißt es in einer Mitteilung. So sei man besonders stolz auf den hauseigenen Kundenservice, welcher auf Grund der jahrelangen Erfahrung schnelle und effiziente Lösungen finde, „was gerade in der hektischen Zeit des Reifenwechsels unerlässlich ist“.

Gerade während des Saisongeschäftes sei es oft schwierig die Zeit zu finden, den Endverbraucher vor Ort im Detail über Themen



Die Felgenanhänger können im Showroom direkt an die Felgen angebracht werden

wie Räderdiebstahl zu informieren oder direkt die passende Applikation für das entsprechende Kundenfahrzeug zur Hand zu haben. Daher setze die McGard auf Marketingmaterialien, die zum einen den Kunden visuell auf das Problem Räderdiebstahl hinweisen und zum anderen den Händler unterstützen sollen, die passende Radsicherung für den Kunden schnell ausfindig zu machen. Angeboten werden in diesem Jahr sogenannte Felgenhänger (28,0 x 10,2 cm) welche direkt im Showroom an den ausgestellten Felgen angebracht werden können. Als Hilfe bei der Zuordnungsfindung bietet das Unternehmen ein Poster (118,9 x 84,1 cm) an welches eine übersichtliche Zuordnungsliste sowie die gesamte Produktpalette abbildet. cs

## Automatische Felgenbearbeitung: Dugar + Schuster setzt auf Industrie 4.0

Seit 2018 bietet der Maschinenhersteller Dugar + Schuster auch eine vollautomatische Produktionszelle zur Felgenbearbeitung an. „Die Automation integriert neben der bereits seit 2015 etablierten Hochleistungsvertikaldrehmaschine RDM 4 auch beliebige andere Maschinen und wird den Kundenwünschen entsprechend als ‚Turnkey‘-Lösung ausgeführt“, heißt es aus dem Unternehmen. Dabei werde die Automation im rheinländischen Langenfeld nicht nur geplant und installiert, sondern bis zur Auslieferung im echten Zerspanungsbetrieb getestet.

Die Besonderheiten der Dugar+-Schuster-Automation würden in der digitalen Vernetzung aller Automationsteilnehmer bestehen. Durch den von Dugar + Schuster programmierten virtuellen Kontrollraum habe der Kunde zudem die Möglichkeit, ortsunabhängig mehrere Produktionszellen von einem zentralen Punkt aus zu steuern. Die Auswertung der Maschinendaten erfolge mit der eigens entwickelten Software, die

Anbindung an ein Cloud-System biete höchstmögliche Flexibilität. Bei der Radprogrammierung setze Dugar + Schuster auf ein CAM-System, das mittels Postprozessor eine Optimierung des Drehprozesses ermögliche. Es würden 3D-Radmodelle erstellt, und mit den Werkzeugdaten des Partners Paul Horn werde eine Simulation des Drehprozesses durchgeführt, welche dann als generiertes Bearbeitungsprogramm in der Maschine genutzt werden könne.

Durch eine automatisierte Vorabprüfung des CNC-Programms könnten Programmierfehler erkannt werden. Speziell entwickelte Erkennungsalgorithmen, die während der Bearbeitung aktiviert werden, böten ein Höchstmaß an Sicherheit durch Werkzeugbruchererkennung sowie Schutz vor Kollisionen. Ein ganz wichtiges Thema bei der Entwicklung der Dugar+-Schuster-Automation sei die vorbeugende Instandhaltung. Im virtuellen Kontrollraum und an der Zellensteuerung würden sämtliche Maschinendaten wie Stückzahlen, Ausfälle, Alarmer oder Instandhaltungszeiten erfasst. Programmierte Instandhaltungsintervalle erleichtern außerdem die Ersatzteilbeschaffung und die Personalplanung. Maschinenausfälle könnten schneller identifiziert werden. „Ein Höhepunkt der vorbeugenden Instandhaltung: Die Spannfutter des Drehzentrums können mit NFC-Sensoren (Near Field Communication) ausgestattet werden. So können, zum Beispiel nach einer Reparatur, die relevanten Daten des Spannfutters wie die Auflagenhöhe automatisch an das Drehzentrum übermittelt werden“, heißt es aus dem 1974 gegründeten und inhabergeführten Unternehmen. cs



Quelle: Horn/Saueremann

Vollautomatische Produktionszellen für Räderbearbeitung von Dugar + Schuster Foto: Horn/Saueremann



Weil's einfach passt.



TPMS  
ready

NEU

**Vidorra Black**

Lack: black-polished

16" - 19" Zoll

4 5 ABE

[www.oxxo-wheels.de](http://www.oxxo-wheels.de)

Eine Handelsmarke der  
**Reifen Gundlach GmbH**



**Gundlach**  
Das Mehr entscheidet

[www.reifengundlach.de/shop](http://www.reifengundlach.de/shop)

## Kurzgefasst.

### Aufarbeitungsstopp von klassischen Fuchsfelgen

Ende 2018 wurde das Oberflächentechnikwerk von Otto Fuchs in Leonberg geschlossen. Das Werk wird durch ein neues Oberflächenzentrum in der Nähe von Meinerzhagen (Sauerland) ersetzt. Momentan werden – laut Informationen auf der Webseite des Unternehmens – alle Räderprogramme an den neuen Standort überführt. Hier soll dann auch die Aufarbeitung der klassischen Fuchsfelgen erfolgen. Das Unternehmen hat sich entschlossen, den Aufarbeitungsservice für die Zeit der Inbetriebnahme des neuen Werkes auszusetzen. Die Aufarbeitung der klassischen Fuchsfelgen werde demnach voraussichtlich zum Winter 2019/2020 wieder aufgenommen. Weitere Informationen dazu würden im Sommer auf der Webseite des Unternehmens stehen.

*christine.schoenfeld@reifenpresse.de*

### Vorhang auf für die OZs „Superturismo Evoluzione“



Auf der Essen Motor Show wurde OZs Superturismo Evoluzione bereits vorgestellt. Das Rad sei ein heißer Tipp für die „besonders sportliche Individualisierung vom flotten Kleinwagen bis zur eleganten Limousine“. Das geschmiedete Monobloc-Rad in „Gloss Black“ ist in den Dimensionen 8x18 (ET35/45/48), 8,5x19 (ET30/38/44) und 8,5x20 Zoll (ET30/45) erhältlich. Der ringförmige Aufsatz in der Radmitte aus rot eloxiertem Aluminium betone die hochwertige Anmutung und bilde nach innen einen Abschluss der Speichenanordnung. Nie Nabenkappe aus Echtkarbon Sorge zusätzlich für den unverkennbaren OZ-Auftritt des Leichtmetallrades.

cs

## Gundlach stellt Rädermarke Oxxo in den Fokus der Kommunikation

Die Rädermarke Oxxo ist eine von vier Exklusivmarken bei Gundlach. Mit dem Slogan „Weil's einfach passt“ wolle der Importeur mit Herstellerstatus eine immense Marktabdeckung dokumentieren und biete für viele Anwendungen durch ECE-Gutachten die Verwendbarkeit wie ein Originalteil ohne weitere Eintragungen oder Kosten. „Plug & Play“ nennt Gundlach diese bequeme Verbaubarkeit. Ab diesem Frühjahr setze Gundlach den Kommunikationsschwerpunkt auf die Rädermarke.

Neben den POS-Paketen für den qualifizierten Fachhandel – die fürs Frühjahr seien laut Unternehmensangaben derzeit in der Pipeline – würden B2B-Anzeigen auf die Marke hinweisen, und auch in den eigenen Internetmedien, Newslettern und weiteren Kommunikationsformen spiele Oxxo künftig die zentrale Rolle. In der Folge würden auch Verbrauchermedien mit Anzeigen belegt, was die Nachfrage beim Handel weiter steigern soll. Head of Marketing Uwe Wehler: „Oxxo ist die Rädermarke, für die wir die volle Verantwortung ohne Produzenteneinfluss haben, und die Beliebtheit im Handel zeigt, dass wir auch beim Verbraucher die Bekanntheit erhöhen sollten, um so beim Abverkauf unsere Handelskunden zu unterstützen.“



Das Oxxo Decimus in Black

cs

## MWheels ernennt Robert Koutny zum europäischen Vertriebs- und Marketingdirektor

Wie unsere britische Schwesterzeitschrift TYRES & ACCESSORIES berichtet, hat MWheels Robert Koutny zum europäischen Vertriebs- und Marketingdirektor ernannt. Koutny wird für Großbritannien wie für die deutsche MWheels GmbH mit Sitz in Köln verantwortlich sein. MWheels ist der exklusive Vertrieber von geschmiedeten Xlite- und Xbrite+-Aluminiumrädern und der Xsteel-Reihe. Zudem werden auch Produkte anderer Räderhersteller und ein umfangreiches Zubehörsortiment vertrieben. Robert Koutny verfügt über eine 25-jährige Erfahrung in der Reifenbranche. Zuvor war er für Hankook als Vertriebs- und Marketingdirektor für die Tschechische Republik und die Slowakei sowie für Giti Tire für die Geschäftsentwicklung in Osteuropa verantwortlich.



Er wird Mitglied des Seniormanagementteams von MWheels sein und direkt dem CEO von MWheels, Matt Mardle, berichten. „Das Unternehmen wächst derzeit um 25 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Um unseren ehrgeizigen Fünfjahresverkaufsplan in den Bereichen OE und Aftermarket zu realisieren, müssen wir unsere Fähigkeiten weiterentwickeln“, so Matt Mardle.

cs

**Robert Koutny** ist neuer Vertriebs- und Marketingdirektor von MWheels

## AEZ-Panama-Rad für SUVs

Multispeke oder Kreuzspeiche? Jeder Betrachter sieht etwas anderes in dem AEZ-Panama-Rad, welches auf der Essen Motor Show Ende vergangenen Jahres präsentiert wurde. Speziell für SUVs entwickelt und optimiert, spielt der Name auf die längste Straße der Welt, die Panamericana, an. Für die Entwicklungsabteilung von AEZ war es eine Herausforderung, dem klangvollen Namen gerecht zu werden, heißt es in einer Mitteilung. Mit einer Fünflochbohrung und einer hohen Traglast von bis zu 1.026 Kilogramm sowie insgesamt vierzehn Dimensionen bietet der deutsche Räderhersteller Autofans sehr viele Möglichkeiten. Das gilt auch für Vorderachs-Hinterachs-Kombinationen. Bei den Automodellen BMW X5 und X6 ist etwa ein „Staggered Wheel Fitment“ an der Vorderachse mit 10x21 Zoll und an der Hinterachse mit 11,5x21 Zoll Alufelgen möglich – dank ABE und ECE auch genehmigungsfrei. Lieferbar ist das Rad für Fahrzeuge im SUV-Premiumsegment wie den neuen Porsche Cayenne, Porsche Macan, den GLE Coupé von Mercedes und die BMW-Modelle X3 bis X6 – für alle Genannten mehrheitlich mit einer ECE-Homologation, die keine Eintragung verlangt. Im Sortiment darf der neue Audi Q7 natürlich nicht fehlen, und neben dem ebenfalls neuen VW Touareg eignet sich das AEZ

Panama auch perfekt für den Discovery, Discovery Sport und den Evoque von Range Rover. Eine große Bandbreite an Einpresstiefen von 19 bis 64 Millimetern gekoppelt mit einem konkaven SUV-Felgengedesign bilden die Basis für mannigfache Anwendungen. cs



Das AEZ Panama auf einem Audi SQ7

cms-wheels.de

**CMS**<sup>®</sup>

max. Performance 2019

OEM  
QUALITY



C25-DB



C27-SR



C23-DRB

join us on facebook:  
facebook.com/cmswheels



# VDAT lässt mögliche EU-Vertragsverletzung gegen Belgien prüfen

## Nutzung „nicht harmonisierter Teile“ wird trotz Mutual Recognition Agreement (MRA) von vielen EU-Mitgliedstaaten immer noch behindert

Der Wunsch nach freiem Warenverkehr innerhalb der Europäischen Union ist bereits 1958 im Gründungsvertrag der Europäischen Wirtschaftsgemeinschaft festgeschrieben worden. Doch trotz bestehender Binnenmarktverordnung, Mutual Recognition Agreement (Abkommen zur gegenseitigen Anerkennung von Produkten) und Geoblocking-Verordnung ist der freie Binnenmarkt für sogenannte „nicht harmonisierte Produkte“ aktuell mehr Wunsch denn Wirklichkeit. Das will der Verband der Automobilturner e.V. (VDAT) nicht länger hinnehmen und erhöht vor dem Hintergrund der anstehenden Überarbeitung der Binnenmarktverordnung den Druck auf die EU-Kommission.

Deshalb hat der VDAT Anfang Januar bei der EU-Kommission einen Antrag auf Prüfung einer Vertragsverletzung gegen Belgien eingereicht. Konkret geht es um die sogenannte „Königliche Verordnung zur Festlegung allgemeiner Vorschriften für die technischen Vorschriften, denen Fahrzeuge, ihre Anhänger, Teile und Sicherheitszubehör entsprechen müssen“. Die nach Ansicht des VDAT in Widerspruch zu geltendem EU-Recht stehende Verordnung stammt vom 15. März 1968 und ist zuletzt durch ein Königliches Dekret vom 14. April 2009 geändert worden.

Ein Stein des Anstoßes ist Art. 14 § 1, 3 der Königlichen Verordnung vom 15. März 1968, welcher das Inverkehrbringen eines Fahrzeugs der Kategorien M, N, O, T, C, R und S, das nicht in jeder Hinsicht mit dem Zustimmungszertifikat übereinstimmt, auf öffentlichen Straßen verbietet. Moniert wird zudem Art. 8 § 5 des Königlichen Erlasses vom 15. März 1968. Demnach ist jede Überholung eines Fahrzeugs, das nicht mehr dem Genehmigungszertifikat entspricht, eine Abweichung von diesem Fahrzeug. Darin heißt es weiter:

„Wird die Umwandlung jedoch von einer anderen Person als dem Hersteller oder seinem Bevollmächtigten durchgeführt, so darf der Antrag nur mit Zustimmung des Herstellers oder seines Bevollmächtigten angenommen werden.“ Eine Individualisierung von Fahrzeugen ist demnach in Belgien de facto unmöglich und stellt eine Einschränkung des freien Binnenmarktes dar.

Nicht nur in Belgien, sondern auch anderen EU-Mitgliedsstaaten wird Verbrauchern durch nationale Vorschriften die Nutzung erworbener vAutozubehör- und Tuningteile unzulässig eingeschränkt oder sogar untersagt, moniert der VDAT. Viele Autozubehör- und Tuningteile zählen zu den „nicht harmonisierten Teilen“. Das heißt, für diese Produkte gibt es keine europäisch abgestimmten Regeln. Das Mutual Recognition Agreement fordert die EU-Mitgliedstaaten jedoch dazu auf, das Inverkehrbringen solcher Teile zu regeln. Allerdings führen nationale Vorschriften unverändert dazu, dass Verbraucher aus anderen Mitgliedsstaaten zwar problemlos beispielsweise in Deutschland einkaufen können, ihr dort erworbenes Autozubehör aber nicht im öffentlichen Straßenverkehr

des betreffenden EU-Mitgliedsstaates benutzen dürfen. Selbst dann nicht, wenn das entsprechende Autozubehör- oder Tuningteil geprüft und durch das Kraftfahrtbundesamt genehmigt ist.

Für den VDAT stellt das einen Widerspruch in sich dar. Auf der einen Seite steht das Bemühen, auch für nicht harmonisierte Produkte einen funktionierenden Binnenmarkt zu schaffen. Auf der anderen Seite existieren offenbar mangelhaft ausgearbeitete Verordnungen und Richtlinien. Diese erlauben es einzelnen EU-Mitgliedsstaaten, die Ziele des freien Binnenmarktes zu konterkarieren und damit die vom Verbraucher zu Recht erwartete Zulässigkeit der Nutzung erworbener Produkte.

Das in Belgien bestehende Handelshemmnis kann nicht mit der Aufrechterhaltung der Verkehrssicherheit beziehungsweise der Einhaltung geltender Abgas- und oder Geräuschemissionen gerechtfertigt werden, argumentiert der VDAT. Insbesondere ist diese Beeinträchtigung dann nicht gerechtfertigt, wenn die betreffenden Produkte qualifizierte Gutachten eines behördlich benannten Technischen Dienstes oder eine von einer Genehmigungsbehörde ausgestellte allgemeine Betriebserlaubnis/Teiletypengenehmigung besitzen. Qualifizierte Teilegutachten, erstellt durch benannte Technische Dienste oder Genehmigungen und ausgestellt durch eine Typengenehmigungsbehörde wie das Kraftfahrtbundesamt geben schlüssige Informationen auf die angewandten technischen Vorschriften. Derart geprüfte Produkte entsprechen vollumfänglich den Vorgaben der Verkehrssicherheit und halten die Vorschriften der Abgas- und Geräuschregelungen ein. Darüber hinaus hat jeder europäische Mitgliedstaat die Verkehrssicherheit von Fahrzeugen im Rahmen einer periodisch wiederkehrenden Hauptuntersuchung festzustellen. Die technische Kompetenz dieser Prüfer ist vollumfänglich ausreichend, um Änderungen an in Verkehr befindlichen Fahrzeugen beurteilen zu können.

Das Thema Nutzung steht bei der anstehenden Überarbeitung der Binnenmarktverordnung mit auf der Agenda. Es bleibt allerdings abzuwarten, was die EU-Parlamentarier daraus machen werden, so der VDAT. Der VDAT ist gemeinsam mit der europäischen Dachorganisation ETO (European Tuning Organization) politisch aktiv. Aus Sicht des VDAT reicht es nicht aus, den Protektionismus gegenüber Staaten wie die USA oder China zu kritisieren. Die EU sollte auch vor der eigenen Tür kehren.

cs



## Spatenstich für neuen Werkzeugbau der Ronal Group erfolgt

So wird der neue Werkzeugbau in Härkingen einmal aussehen



**D**ie Ronal Group errichtet am Standort ihres Hauptsitzes in Härkingen (Schweiz) eine neue Halle für den Werkzeugbau. Der Spatenstich für dieses Projekt fand am 14. Januar statt; die Bauarbeiten selbst wurden im Februar begonnen. 1983 wurde in der Schweiz die RON AG als Entwicklungszentrum der Ronal Group gegründet, um die Konstruktion, den Werkzeugbau sowie die Herstellung von Prototypen an einem Ort zu bündeln. Die bisherige Werkshalle wurde Anfang der 1980er Jahre gebaut und 1984 von der RON AG bezogen. „Da das aktuelle Gebäude den heutigen Anforderungen nicht mehr optimal entspricht und saniert werden müsste, haben wir uns für einen Neubau entschieden“, erläutert Martin Wyss, Geschäftsführer der RON AG. „Mit der neuen Werkzeugbauhalle macht die Ronal Group einen wichtigen Schritt, um die räumliche Infrastruktur und somit die betrieblichen Prozesse zu verbessern und den aktuellen wie auch zukünftigen Raumbedarf decken zu können“, so Wyss weiter.

**Patrick Lämml**i, Vice President Sales Ronal Group, **Daniel Nützi**, Gemeinderatspräsident Härkingen, **Martin Wyss**, Geschäftsführer RON AG, **Philipp Schneider**, Gesamtprojektleiter Ronal Group, und **Marcel Hügi**, Generalplaner Dual & De Angelis, beim offiziellen Spatenstich in Härkingen (von links)

Der geplante Neubau, der auch ein Bekenntnis zum Standort Schweiz ist, sieht auf einer Nutzfläche von insgesamt 5.600 Quadratmetern eine 92x52 Meter große Halle aus Stahl vor, die sämtliche Nutzungen unter einem Dach vereint. Das neue Gebäude des Werkzeugbaus wird über eine Produktionsfläche von 4.900 Quadratmetern und einen Bürotrakt mit 700 Quadratmetern für insgesamt rund 85 Mitarbeiter verfügen. Der Freiraum zwischen dem bestehenden Verwaltungsgebäude und dem Neubau der Werkshalle wird wie eine parkähnliche Landschaft analog eines Campusgeländes gestaltet. Die Ronal Group fertigt an ihren Standorten Härkingen (Schweiz) und Cantanhede (Portugal) 100 Prozent ihrer Produktionswerkzeuge und Kokillen selbst. Die Einweihung und der Bezug des neuen Gebäudes der RON AG sind für Mitte 2020 geplant.

cs

## Pneuhage-Partner MWheels macht Matthew Mardle zum neuen CEO

**D**er britische Lkw-Räderdistributeur MWheels hat einen neuen Chief Executive Officer (CEO). Wie unsere britische Schwesterzeitschrift TYRES & ACCESSORIES berichtet, habe John Ellis, Gründer des Unternehmens, das vor über 30 Jahren als Motor Wheel Service Distribution gestartet war, den bisherigen Chief Operating Officer Matthew Mardle entsprechend befördert. Ellis selber wolle sich zukünftig als Chairman um die strategische Führung der im englischen Manchester ansässigen Gesellschaft kümmern. Der neue CEO Matthew Mardle kam im April 2016 zu MWheels und etablierte unter anderem Ende 2017 die MWheels GmbH mit Sitz in Köln, deren Geschäftsführer er auch ist. Die deutsche Gesellschaft betreibt hierzulande den Vertrieb von Felgen sowie Fahrzeugteilen und -zubehör. MWheels hatte im Mai 2017 eine strategische Partnerschaft mit der Pneuhage-Unternehmensgruppe zum Vertrieb der geschmiedeten und TÜV-zertifizierten Xlite- und Xbrite+-Aluminiumfelgen geschlossen.



**Matthew Mardle** ist neuer CEO des britischen Lkw-Räderdistributors MWheels, der auch in Deutschland eine Vertriebsgesellschaft und Partnerschaften unterhält

ab

# Maxion Wheels produziert jährlich über 58 Millionen Räder – Stahlräder nach wie vor gefragt



Seit mehr als 20 Jahren ist Maxion Wheels dabei, das Gewicht seiner Lkw-Stahlräder zu optimieren, um die Kraftstoffeffizienz zu verbessern und die CO<sub>2</sub>-Emissionen zu senken. Im Jahr 2016 wurde Gen34 (34-kg-Stahlrad) eingeführt und 2017 ein Nutzfahrzeugaluminiumrad für nordamerikanische Trailererstausrüster und den Aftermarket. Jetzt wird ein 30-kg-Stahlrad entwickelt, welches die Gewichtslücke zwischen Stahl und Aluminium schließen soll.

Über 58 Millionen Räder hat Maxion Wheels 2018 produziert. Davon 51 Millionen für Pkw und sieben Millionen für Nutzfahrzeuge. Die meisten von ihnen werden an Pkw, Lkw, Trailern, Bussen und Offroad- und Militärfahrzeugen als Originalräder verbaut. Aber auch der Aftermarket wird beliefert. Die Räder werden in 22 Anlagen in 15 verschiedenen Ländern mit 10.000 Mitarbeitern produziert. Es gibt zwei Forschungs- und Entwicklungszentren (Südafrika und Europa) und vier technische Kompetenzzentren in Deutschland, Italien und Brasilien. Die NEUE REIFENZEITUNG sprach mit Colleen Hanley, Global Director, Marketing and Communications bei Maxion.

**NRZ:** Sie bauen gerade in Indien ein Werk. Können Sie uns hierzu ein paar Informationen geben?

**Colleen Hanley:** Das Werk wird in Pune gebaut, und der Bau schreitet planmäßig voran. Auf der 25.000 Quadratmeter großen Anlage werden zunächst zwei Millionen Räder hergestellt, und es werden 1.000 neue Arbeitsplätze entstehen (500 direkte und 500 indirekte). In den kommenden Jahren soll die Kapazität auf vier Millionen Räder erhöht werden. Wir haben ausrei-

chend Land erworben, um auch diesen Schritt zu realisieren. In Pune sollen Pkw-Aluminiumräder produziert werden. Der Produktionsstart ist für das dritte Quartal 2019 geplant, die feierliche Eröffnung soll im vierten Quartal 2019 stattfinden.

**NRZ:** Ist das Stahlradgeschäft derzeit gesund?

**Colleen Hanley:** Das Geschäft mit Pkw-Stahlrädern ist nach wie vor gesund, da in den Fahrzeugklassen des Öko-, A- und B-Segments weiterhin kostengünstige Räder benötigt werden. Da die Gestaltungsmöglichkeiten bei Stahl begrenzt waren, nimmt die Anzahl der Aluminiumräder weiter zu. Als Antwort darauf hat Maxion Wheels kürzlich das Stahlrad VersaStyle neu auf den Markt gebracht. Dieses Rad vereint Styling-einsätze und ein Basisstahlrad als kostengünstige Alternative zu Aluminium. Ein weiterer Trend, der sich positiv auf die Verwendung von Stahlfelgen für Pkw auswirkt, ist



VersaStyle auf Basis eines Stahlrades wird als kostengünstige Alternative zum Aluminiumrad beschrieben

das Fahrzeug-Sharing und autonome Fahren. In beiden Fällen ist es unwahrscheinlich, dass die Verbraucher sich darum kümmern, wie das Rad aussieht, solange sie Sicherheit, Qualität und Leistung erhalten. In Bezug auf den Stahlrückgang im Nutzfahrzeugsegment gibt es eine geringfügige Verschiebung zu Aluminiumrädern, da Lkw-Hersteller und Flotten weiterhin nach Wegen suchen, um die Emissionen durch einen geringeren Kraftstoffverbrauch zu reduzieren. Heute sind Aluminiumfelgen leichter als Stahl. Dies ändert sich jedoch schnell, wie man an unserem 30-Kilogramm-Rad erkennen kann. Die Gewichtslücke zwischen den beiden wird bald irrelevant sein. Und die Entwicklung des 30-Kilogramm-Rades schreitet planmäßig voran. Wir planen, im Jahr 2019 neue Konstruktions- und Prozessoptimierungsverfahren einzuführen, wobei wir uns bewusst sind, dass unsere Arbeit zur Gewichtsreduzierung direkt zu einer Verringerung der CO<sub>2</sub>-Emissionen beitragen kann.

**NRZ:** Gibt es neue Räder für den deutschen Markt, von denen Sie mir erzählen können?

**Colleen Hanley:** Maxion Wheels arbeitet an einer Reihe von neuen Rädern, wobei der Schwerpunkt auf Lösungen liegt, die sich mit der Zukunft der Mobilität beschäftigen. So wie unsere Kunden global sind, so sind auch unsere Innovationsräder. Zwar ist es üblich, dass deutsche OEMs die führende Rolle bei der Integration neuer Technologien in ihre Premiummodelle übernehmen, aber wir arbeiten eng mit allen OEMs bei kostengünstigen innovativen Räderlösungen zusammen. Wir möchten mehr darüber berichten, wenn wir uns der Pkw IAA 2019 in Frankfurt nähern. Hier planen wir einige unserer Neuheiten vorzustellen.

christine.schoenfeld@  
 reifenpresse.de

## ATS exklusiver Radlieferant der neuen „W Series“

Die „W Series“, die neue einsitzige Rennsportmeisterschaft nur für weibliche Fahrer, hat ATS in ihre wachsende Familie von Weltklassepartnern aufgenommen. Aktuell bereiten sich die Fahrerinnen auf die nächste Auswahlphase vor, die Ende März in Almería, Spanien, stattfindet.

**D**ie Marke ATS feiert in diesem Jahr ihren 50. Geburtstag und ist seit jeher eng mit dem Motorsport verbunden. In ihrer langen Geschichte hat ATS zahlreiche Rennserien und Siegerteams ausgestattet und zwischen 1977 und 1984 sogar ein eigenes Formel-1-Team geführt. Aktuell ist ATS Serienlieferant der Rennserien DTM, Formula European Masters und ADAC For-

mel 4. „Wir freuen uns sehr, ATS in der ‚W Series‘ begrüßen zu dürfen“, sagt Dave Ryan, Direktor der neuen Formelserie für Frauen. „Die Marke hat einen hervorragenden Ruf im Hinblick auf Qualität und Technologie. Dieser Anspruch ergänzt unsere eigene Mission – das Erreichen des höchsten Leistungs- und Sicherheitsstandards für unsere Fahrerinnen – perfekt.“ Marco Trautmann, Associate Director Motorsport und Forged Wheels bei ATS, fügt hinzu: „Mit 50 Jahren Erfahrung in der Räderherstellung und im Motorsport sind wir ein starker und zuverlässiger Partner, der Höchstleistungen direkt auf die Rennstrecke bringt. Wir freuen uns auf die kommende erste Saison und sind bestrebt, die hoch talentierten Fahrerinnen der ‚W Series‘ in ihren Erfolgsgeschichten zu unterstützen.“



Jede Felge, die individuell für den Formel-3-Boliden Tatuus T-318 gefertigt und in der neuen Meisterschaft eingesetzt wird, sei Präzisionsarbeit und unterliege den höchsten Qualitätsstandards. Bei den sechs Rennen in der Debütsaison, die im Mai auf dem Hockenheimring startet, kommen an allen Fahrzeugen der insgesamt 18 Fahrerinnen ATS-Räder zum Einsatz.

cs

**ST**  
SUSPENSIONS



## IMMER DIE PASSENDE SPURVERBREITERUNG

FÜR ALLE LOCHKREISE  
FÜR ALLE MARKEN  
FÜR ALLE FAHRZEUGE

Das revolutionäre Spurverbreiterungssystem von ST bietet Abstufungen von 5 mm - 35 mm. Die richtige Lösung für alle Fahrzeugtypen und -marken.

PASST IMMER, DANK PATENTIERTEM ST ADAPTERSYSTEM



5mm 7.5mm 10mm 12.5mm 15mm 17.5mm 20mm 22.5mm 25mm 30mm 35mm

engineered by



[www.st-suspensions.de](http://www.st-suspensions.de) [stsuspensions](https://www.facebook.com/stsuspensions)

# Gute Nachrichten, schlechte Nachrichten für den Reifenhandel

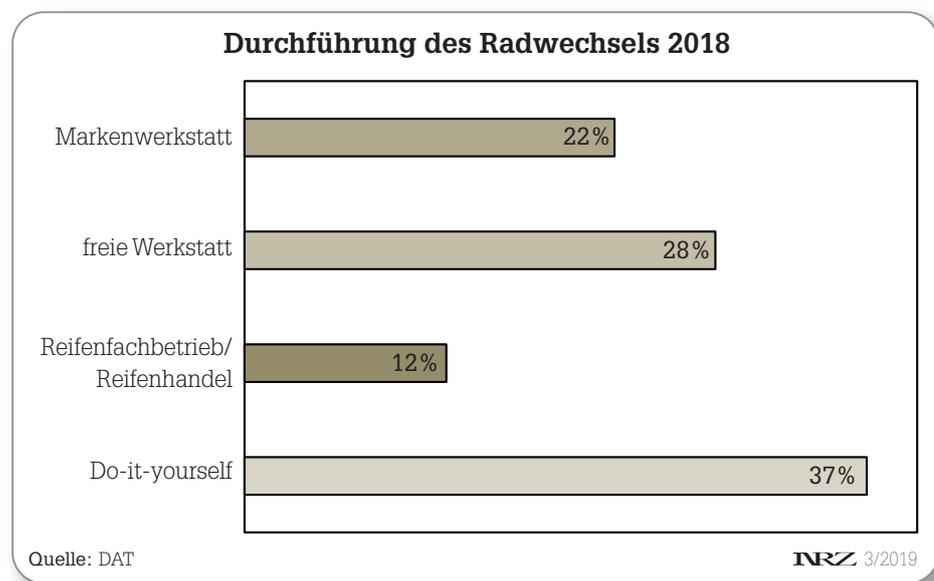
Die Deutsche Automobiltreuhand GmbH (DAT) hat einige Daten speziell zum Reifen- und Rädergeschäft aus ihrem alljährlich publizierten Report herausgepickt und veröffentlicht. Einiges davon dürfte erfreulich klingen in den Ohren von Reifenhändlern, anderes weniger.

**N**icht neu unter den zur bevorstehenden Reifenwechselsaison präsentierten Fakten zum Verbraucherverhalten ist dabei zunächst die Erkenntnis, dass Autofahrer laut dem DAT-Report 2019 „häufig ein nachlässiges Verhältnis“ zu den Rädern und Reifen ihres Fahrzeuges haben. Zwar sind demnach sieben von zehn Autos im Bestand mit Leichtmetallrädern ausgerüstet, doch in vielen Fällen würden sich die Fahrer mit Rädern und Reifen nicht auskennen, heißt es. „Alleine 55 Prozent der Autobesitzer wissen nicht, wann die Reifen erneuert werden müssen. Dabei ist ihnen weder bekannt, nach wie vielen Jahren Einsatz die Reifen erneuert werden müssen, noch bei welcher Mindestprofilstärke die Reifen gewechselt werden“, so die DAT. Dort ist man von daher wenig verwundert, dass für 57 Prozent aller Automobilisten beim Kauf neuer Reifen deren Marke auch gar keine, wenig oder mittelmäßige Bedeutung hat. Eine genauere Analyse lasse allerdings Unterschiede bei einzelnen Nutzergruppen eines Autos erkennen: So soll die Reifenmarke für die Hälfte der männlichen Reifenkäufer eine starke bis sehr starke Bedeutung haben, genauso wie für Vielfahrer, die jährlich mehr als 30.000 Ki-

lometer zurücklegen.

Weitere Erkenntnis aus dem aktuellen DAT-Report: Während der vergangenen Jahre haben Autohäuser und Werkstätten ihren Marktanteil bei der Durchführung von Reifenmontagearbeiten auf 50 Prozent ausbauen können. Gegenüber der 2018er-Ausgabe der alljährlichen Publikation von Daten rund um den Neu- und Gebrauchtwagenkauf sowie das Werkstattgeschäft haben dabei offenbar vor allem die freien Kfz-Betriebe hinzugewonnen. Demnach entschieden sich vergangenes Jahr 28 Prozent der Verbraucher für einen saisonalen Radwechsel in einer markenunabhängigen Werkstatt, während 22 Prozent dafür eine Markenwerkstatt bzw. ein vertragsgebundenes Autohaus ansteuerten. Zum Vergleich: Für das Jahr davor werden Werte von 25 Prozent (freie Werkstatt) bzw. 23 Prozent (Markenwerkstatt) genannt. Abgejagt haben die Freien ihre hinzugewonnenen Prozentpunkte dabei nicht allein den Autohäusern, sondern auch dem Reifenfachhandel, dem jetzt ein zwölfprozentiger Anteil bescheinigt wird nach 13 Prozent ein Jahr zuvor. Ebenso scheint der Radwechsel in Eigenregie an Attraktivität verloren zu haben mit einer aktuell 37-prozentigen Quote 2018 nach 39 Prozent ein Jahr früher.

Letzteres dürfte nicht zuletzt beeinflusst sein durch eine steigende Marktdurchdringung mit Rei-





Wann werden Reifen erneuert?



Quelle: DAT

NRZ 3/2019

fendruckkontrollsystemen, die beim Radwechsel zusätzlichen, vom Laien in der Regel nicht zu leistenden Aufwand wie beispielsweise das Anlernen bei direkten Systemen verbauter Sensoren erfordern. „Wie in vielen Bereichen des Service hat die Elektronik in Form von Reifendruckkontrollsystemen (RDKS), die seit 2014 bei Neuwagen verbindlich vorgeschrieben sind, das Handling je nach eingesetztem System etwas komplexer gemacht. Dazu kommt die Montage der Ultra-High-Performance-Reifen (UHP) und Runflat Tires (RFT), welche nur ausgebildete Monteure auf zertifizierten Maschinen vornehmen dürfen. Für die Serviceberater und Reifenverkäufer ist es eine Herausforderung, die Kunden zu einem Thema bestmöglich zu beraten, welches die Autofahrer zu einem Großteil nicht interessiert. Reifen sind und bleiben ein sicherheitsrelevantes Bauteil an jedem Auto, und zugleich trägt der saisonale Radwechsel zur Erhöhung der Kontaktfrequenz bei“, sagt Bernd Reich, Referent Unternehmenskommunikation bei der DAT. Aber nicht nur damit soll-

ten und können Fachbetriebe offenbar durchaus punkten. Gleiches gilt beim Angebot der Rädereinlagerung. Immerhin 58 Prozent derjenigen Autofahrer, die ihre Räder in einer Werkstatt wechseln ließen, entschieden sich der DAT-Auswertung zufolge für die Reifeneinlagerung vor Ort. Durchschnittlich berappen die Kunden demnach 69 Euro für Einlagerung und Montage pro Radsatz. Im Mittel werden Pkw-Reifen nach 48.000 Kilometern Laufleistung erneuert: Zumindest hat sich das aus den Einlassungen derjenigen 45 Prozent der Autofahrer ergeben, die überhaupt Angaben dazu machen konnten – „weiß nicht“ sollen schließlich die restlichen 55 Prozent gesagt haben. Kaum anders verhält es sich mit Blick auf Informationen zum Alter oder zur Profiltiefe der Reifen, bei denen gewechselt wird. Von den Angesprochenen konnten 49 Prozent respektive 57 Prozent Angaben dazu machen, woraus sich 4,1 Jahre bzw. 2,8 Millimeter als Durchschnittswerte ergeben. Bei den Kauforten für die Reifen soll sich in den vergangenen Jahren eine „stabile Marktaufteilung“ herauskristallisiert haben. „Auch 2018 waren mit einem Marktanteil von 35 Prozent Reifenfachhandel und -fachbetriebe führend. Markenwerkstätten, freie Werkstätten und Onlinehändler sicherten sich jeweils gut 20 Prozent Marktanteil. Weitere zehn Prozent Marktanteil hielten die Systemwerkstätten. Dabei gibt es hier längst Kombinationen, bei denen die Onlinekäufer sich ihre Räder oder Reifen im Internet aussuchen und diese dann zur Montage an eine Werkstatt vor Ort geschickt werden“, so die DAT dazu.

cm

# ABONNEMENT-BESTELLUNG



Ich bestelle die **NEUE REIFENZEITUNG** zum Preis von 136,00 Euro für 12 Monate inklusive USt und Versand.  
(Europa: 169,00 Euro inkl. Versand, weltweit: 195,00 Euro inkl. Versand)

Firma/Name

Straße

Ort

USt-Id.-Nr. (für EU-Staaten)

Telefon  E-Mail

Datum  Unterschrift

Die Bestellung kann innerhalb von 14 Tagen ohne Angabe von Gründen widerrufen werden.

Die Mindestlaufzeit des Abonnements beträgt ein Jahr. Es verlängert sich automatisch um ein weiteres Jahr, wenn es nicht 3 Monate vor Ablauf gekündigt wird.

Datum

Unterschrift

ABO-BESTELLSERVICE:



Mithilfe dieses QR-Codes gelangen Sie direkt zur Abonnement-Bestellung auf unserer Webseite und finden auch noch weitere Abo-Modelle zur Auswahl.

[www.reifenpresse.de/abo](http://www.reifenpresse.de/abo)  
 Fax: 04141 - 5336-11  
 E-Mail: [vertrieb@reifenpresse.de](mailto:vertrieb@reifenpresse.de)

# Den Rang abgefahren

## AutoBild-Reifentests in der Branche gefragter als die des ADAC



Bald läuft die Frühjahrssaison wieder auf Hochtouren. Im Zuge dessen haben auch die Ergebnisse der neuesten Reifentests der großen Automobilzeitschriften, Organisationen und Automobilclubs nicht lange auf sich warten lassen. Damit stellt sich erneut die Frage, wer ist Erster und wer ist nur unter „ferner liefen“ zu finden. Doch so wie die diversen Produkte im Wettbewerb zueinander stehen, gilt Gleiches auch für die Tests bzw. die Tester selbst. Jeder möchte hier der Relevanteste sein und damit ein Stück weit das Zünglein an der Waage bei einer etwaig anstehenden Kaufentscheidung aufseiten des Verbrauchers, wenn es um neue Reifen geht. Dabei galt lange Zeit vor allem einer als das Maß der Dinge – zumindest innerhalb der Reifenwelt selbst, wie eine entsprechende Auswertung der NEUE REIFENZEITUNG vor rund vier Jahren gezeigt hatte. Doch mittlerweile ist wohl einiges in Bewegung geraten und scheint der bisherige Branchenliebling diesbezüglich nunmehr entthront bzw. abgelöst worden zu sein.

**Z**unächst gilt festzuhalten: Sehr gefragt sind die diversen Reifentests erst einmal alle. Einerseits aufseiten derjenigen potenziellen Reifenkäufer unter den Verbrauchern, denen im Vorfeld der saisonal anstehenden Umrüstzeit – die Nachfrage nach Ganzjahresreifen legt zwar weiter zu, doch noch sind die Wechsler von Winter- auf Sommerreifen und zurück in der Überzahl – brühwarm einfällt, dass vielleicht doch mal ein neuer Satz für die warmen respektive kalten Monate des Jahres fällig ist. Je nachdem, ob wie eben jetzt das Frühjahr vor der Tür steht oder später im Jahr dann halt der Herbst. Doch andererseits erfreuen sich die Reifentestergebnisse auch innerhalb der Branche selbst – also aufseiten des Handels und der Industrie – großer Belieb-

heit. Das verwundert gleichwohl nicht, können Reifenvermarkter im Beratungsgespräch mit einem vor dem Verkaufstresen stehenden Kunden ein gutes Abschneiden von Produkt X, Y oder Z doch schließlich gegebenenfalls als Argumentationshilfe einsetzen. Und Reifenhersteller sind natürlich brennend daran interessiert, wie gerade ihr Profil sich im Vergleich zu den Modellen der Wettbewerber positioniert.

Von alldem zeugen nicht zuletzt die vergleichsweise hohen Zugriffszahlen der Onlinebeiträge, mittels denen die NEUE REIFENZEITUNG dazu entsprechend berichtet: Unter den zehn meistgelesenen Artikeln des Jahres 2018 finden sich allein vier, bei denen es um das Thema Reifentest geht. Dabei wird das Top-Ten-Gesamtranking angeführt von einem Beitrag gar „nur“ zu den Ergebnissen des Vorrundenentscheids beim letztjährigen *AutoBild*-Sommerreifenvergleich. Der Blick auf besagte Liste liefert dabei zugleich einen ersten Hinweis darauf, dass die Leser gegenüber der letzten Bestandsauf-

nahme dieser Fachzeitschrift diesbezüglich mittlerweile einen anderen Favoriten haben könnten in Bezug auf Reifentests. Denn der bisher allgemein als Platzhirsch angesehene ADAC samt seiner europäischen Partnerclubs ist dort nur einmal vertreten, während es Tests der *AutoBild*-Gruppe gleich dreimal in die Aufstellung der zehn meistgelesenen Beiträge unter [www.reifenpresse.de](http://www.reifenpresse.de) geschafft haben.

Höchste Zeit also, sich ein wenig genauer mit dieser Angelegenheit zu befassen. Deswegen haben wir die gleiche Auswertung vorgenommen wie schon vor rund vier Jahren und einen Blick darauf geworfen, wie oft die entsprechenden Beiträge zu den einzelnen Reifentests auf den Webseiten dieser Fachzeitschrift innerhalb von 60 Tagen nach Erstveröffentlichung abgerufen wurden. Setzt man diesen Wert dann jeweils in Bezug zur Summe aller innerhalb des entsprechenden Zeitraumes gelesenen Beiträge zu den Ergebnissen von ADAC, *AutoBild*, *Auto Motor* und *Sport*, *Autozeitung*, der Gesellschaft für Technische Überwachung (GTÜ), *Sportauto* sowie noch einiger weiterer Automobilmagazine, ergibt sich ein gegenüber

## Die zehn meistgelesenen Beiträge auf den NRZ-Webseiten 2018

1. *AutoBild*-Sommerreifentest 2018 wirft seinen Schatten voraus
2. Kunden fühlen sich von Loma Wheels betrogen – TÜV warnt vor gefälschten Gutachten
3. Bombe platzt: European Fintyre Distribution übernimmt Reifen Krieg
4. ADAC-Sommerreifentest zeigt Licht und Schatten von 30 getesteten Reifen
5. Hankook übernimmt Reifen Müller
6. *AutoBild*-Winterreifentest 2018: Pole Position nicht in Sieg umgemünzt
7. NRZ-Ranking „Die größten Unternehmen der Reifenbranche“ – Änderungen kündigen sich an
8. Zwei weitere Reifenhändler von der Insolvenz betroffen
9. Großteil der Michelin-Zentrale zieht von Karlsruhe nach Frankfurt um
10. „Katastrophales“ im *AutoBild-Allrad*-Sommerreifentest – Conti/Hankook die Sieger

Quelle: eigene Analyse

NRZ 3/2019

2015 doch deutlich verändertes Bild: Den Titel als der Branche Liebling bei Reifentests muss der ADAC an die *AutoBild*-Gruppe abgeben. Das ist jedoch nicht etwa darin begründet, dass Letztere die Ergebnisse gleich dreier Titel (*AutoBild*, *AutoBild Allrad*, *AutoBild Sportscars*) in die Waagschale werfen kann.

Schließlich sind allein die Sommerreifenvorrundenergebnisse von *AutoBild*, welche in die (rein auf Endresultate beschränkte) Analyse gar nicht eingegangen sind, deutlich öfter gelesen worden als die eigenen und die diesbezüglich nur leicht höher liegenden ADAC-Endergebnisse, während

die *AutoBild*-Winterreifenendresultate sogar doppelt so oft abgerufen wurden wie die des Automobilklubs. Von daher scheint Letzterer vor allem bei Winterreifen seine bisher doch recht ausgeprägte Vormachtstellung in der Branche eingebüßt zu haben. Ob das möglicherweise damit zusammenhängt, dass beim ADAC durch dessen vergleichsweise langen Vorlauf bzw. eine frühzeitige Festlegung der Prüflinge seit einiger Zeit neuere Profile bei den Produktvergleichen entsprechend oft noch nicht mit dabei sind? Was wird dann erst, wenn der Klub ernst macht mit den Plänen, sein *Motorwelt* betiteltes Magazin nur noch vierteljährlich zu

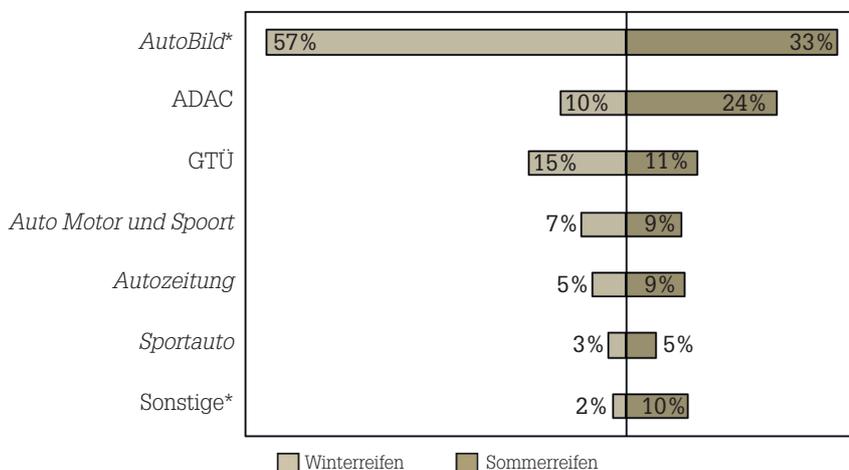
veröffentlichen und in gedruckter Form nicht mehr automatisch an seine Mitglieder zu versenden? Aber das ist derzeit noch Zukunftsmusik.

Für das Hier und Jetzt gilt allerdings, dass zumindest bei den Lesern der NEUE REIFENZEITUNG aktuell die *AutoBild*-Gruppe mit ihren Testern Henning Klipp und Dierk Möller das Maß der Dinge zu sein scheint gefolgt dann eben von den Reifentests des ADAC und der GTÜ auf den Plätzen zwei und drei. Wobei: Fasste man die Beitragsaufrufe von *Auto Motor und Sport* (AMS) sowie von *Sportauto* zusammen, da beides ja Blätter der Motorpresse Stuttgart sind, würden sie gemeinsam Platz drei für sich reklamieren können vor der GTÜ als dann Nummer vier. Bei einer Einzelbetrachtung der Titel nehmen sich ansonsten AMS und die *Autozeitung* nicht allzu viel bzw. spielen beide mehr oder weniger in derselben Liga. Andere Zeitschriften wie etwa das Fahrzeugen aus dem Volkswagen-Konzern nahestehende Blatt *Gute Fahrt* oder das eher auf den Transporterbereich spezialisierte Magazin *Promobil* (ebenfalls Motorpresse Stuttgart) fristen in Sachen Beliebtheit ihrer Reifentests eher so etwas wie ein Nischendasein bei unseren Lesern. Was jedoch auch daran liegen könnte, dass ersterer Titel 2018 gar keine Winterreifen und der andere gar keine Sommerreifen geprüft hat.

*christian.marx@reifenpresse.de*

### Branchenrelevanz Reifentests 2018

Anteil der Seitenaufrufe entsprechender Beiträge unter [www.reifenpresse.de](http://www.reifenpresse.de) bezogen auf alle Texte zu den Reifentestergebnissen der jeweiligen Saison



\* inklusive *AutoBild Allrad* sowie *AutoBild Sportscars* \*\* *Gute Fahrt*, *Promobil*

Quelle: eigene Analyse

NRZ 3/2019

## Auftakt der Testsaison 2019: Reifen für Kleinwagen/Transporter im Vergleich



Für ihren aktuellen Sommerreifentest haben der ADAC, der Österreichische Automobil-, Motorrad- und Touringclub (ÖAMTC), der Touringclub Schweiz (TCS) und ihre Partner einerseits 16 Profile der Kleinwagendimension 185/65 R15 H/V einer Prüfung unterzogen – unter den Modellen für den Sommereinsatz ist mit Michelins „CrossClimate+“ dabei auch ein Ganzjahresreifen. Andererseits wurden erstmals außerdem noch Reifen der Größe 215/65 R16C getestet, die im gewerblichen Bereich bei Transportern, aber auch bei Familienfahrzeugen wie Beispiel Vans, Campingmobilen oder Kleinbussen eingesetzt werden.

**M**it Blick auf die Pkw-Reifen spricht Friedrich Eppel vom ÖAMTC von einem insgesamt zufriedenstellenden Ergebnis. Schlechter als „empfehlenswert“ schneidet dort schließlich keines der geprüften Modelle ab, wobei sich Bridgestones „Turanza T005“ den Testsieg holen kann gefolgt von Vredesteins „Sportrac 5“ und beide als Einzige unter den 16 Probanden mit der Bewertung „sehr empfehlenswert“. Anders sieht's dagegen bei den Transporterreifen aus: Von den dort ebenfalls 16 angetretenen Modellen müssen sich neun und damit mehr als die Hälfte mit einer Einstufung als „nicht empfehlenswert“ zufrieden geben. Am anderen Ende des Testfeldes kann sich Apollos „Altrust“ den Testsieg sichern mit der Benotung als „empfehlenswert“. Letztes erreichen noch vier weitere Reifen wie Goodyears „EfficientGrip Cargo“, Pirellis „Carrier“, Nokians „cLine“ sowie Contis „VanContact 200“.

Dem Bridgestone-Reifen werden in der Kleinwagendimension die besten Nassgriff-

eigenschaften attestiert. „Und auch auf trockener Fahrbahn ist der Turanza T005 – gemeinsam mit dem Firestone ‚Roadhawk‘ – der Stärkste“, so Eppel. Der „Sportrac 5“ habe hingegen mit sehr guten Werten beim

Verschleiß punkten können genauso wie im Übrigen noch Falkens „Ziex ZE310 Ecorun“. Übertroffen werden sie in dieser Disziplin allerdings von Michelins „CrossClimate+“. Überhaupt sei der Verschleiß – wie bei den pa-



### Automobilklubs testen Sommerreifen

Marke und Modell	Trocken	Nass	Geräusch/Komfort	Spritverbrauch	Verschleiß	Gesamt***
	Gewichtung 20%	40%	10%	10%	20%	
185/65 R15 H/V						
Bridgestone „Turanza T005“	1,5	1,9	2,9	2,3	2,0	2,0
Vredestein „Sportrac 5“	2,3	2,2	2,5	2,1	1,5	2,1
Michelin „CrossClimate+“ **	2,6*	2,4	2,6	2,4	0,5	2,6
Goodyear „EfficientGrip Performance“	1,9	2,7*	2,9	1,7	2,0	2,7
Firestone „Roadhawk“	1,5	2,8*	2,9	2,5	2,5	2,8
Kumho „Ecowing ES01“	2,8*	2,8*	2,8	2,0	2,0	2,8
Maxxis „Mecotra 3“	1,9	2,8*	2,4	1,4	2,5	2,8
Toyo „Proxes CF2“	2,2	2,8*	2,3	2,0	2,0	2,8
Continental „PremiumContact 5“	2,2	2,4	2,5	2,3	3,0*	3,0
Falken „Ziex ZE310 Ecorun“	1,8	3,0*	2,8	2,2	1,5	3,0
Semperit „Comfort-Life 2“	2,9	3,0*	2,8	2,3	2,5	3,0
Giti „SynergyE1“	2,8	3,2*	2,1	1,6	2,5	3,2
Petlas „Imperium PT515“	3,0	3,3*	2,7	2,3	2,5	3,3
Hankook „Kynergy Eco2“	2,4	3,4*	2,4	1,7	2,5	3,4
Pirelli „Cinturato P1 Verde“	2,3	3,4*	2,5	2,0	2,0	3,4
Linglong „Green-Max HP010“	3,0	2,8	2,5	2,1	3,5*	3,5
215/65 R16C						
Apollo „Altrust“	2,1	2,8*	2,9	2,4	2,5	2,8
Goodyear „EfficientGrip Cargo“	2,3	3,1*	3,0	2,0	0,5	3,1
Pirelli „Carrier“	2,8	3,1*	3,1	2,1	1,0	3,1
Nokian „cLine“	3,0	3,3*	2,9	2,1	2,5	3,3
Continental „VanContact 200“	3,4*	2,8	3,1	1,8	1,5	3,4
Maxxis „Vansmart MCV3+“	2,2	3,7*	3,0	2,3	0,5	3,7
Kumho „PorTran KC63“	3,2	3,8*	2,7	2,0	2,0	3,8
Falken „Linam Van01“	2,8	4,6*	3,2	2,0	0,5	4,6
Uniroyal „RainMax 3“	3,4	4,6*	3,1	1,9	1,5	4,6
Michelin „Agilis+“	2,9	4,9*	3,3	2,2	0,5	4,9
Fulda „Conveo Tour 2“	2,4	5,0*	3,3	1,9	0,5	5,0
Nexen „Rodian CT8“	2,3	5,0*	2,7	1,7	2,5	5,0
Sava „Trenta 2“	2,3	5,0*	3,1	2,1	0,5	5,0
Semperit „Van-Life 2“	3,0	5,1*	2,9	2,2	1,0	5,1
Hankook „Vantra LT“	2,3	5,5*	2,9	2,0	2,5	5,5
Kleber „Transpro“	3,6	5,5*	2,9	2,3	1,5	5,5

\* führt zur Abwertung \*\* Ganzjahresreifen

\*\*\* Farbe: **hervorragend** **sehr empfehlenswert** **empfehlenswert**  
**bedingt empfehlenswert** **nicht empfehlenswert**

Quelle: ÖAMTC

NRZ 3/2019

Ermittelt wurden die jeweiligen Werte laut dem ÖAMTC in einem Konvoiversuch auf der Straße, bei dem alle Modelle 15.000 Kilometer abgespult haben und dann die Laufleistung bis zum Erreichen der Mindestprofiltiefe von 1,6 Millimeter hochgerechnet wurde. Mit exakt vorgegebenen Bedingungen bei einem solchen Konvoiversuch will man sicherstellen, dass alle Reifenmodelle gleich stark belastet werden. Ungeachtet der Unterschiede bei der Laufleistungen sind den Testern zufolge allerdings die Nassgriffeigenschaften der häufigste Grund, wenn es zur Abwertung eines Modells von „sehr empfehlenswert“ auf „empfehlenswert“ gekommen ist. Auf Nässe überzeugt haben sollen nur vier der 16 geprüften Reifen, womit neben den Modellen von Bridgestone und Vredestein noch Michelins „CrossClimate+“ und Contis „PremiumContact 5“ gemeint sind.

Bei den Transporterreifen haben Apollo „Altrust“, Goodyears „EfficientGrip Cargo“, Pirellis „Carrier“, Nokian „cLine“ und Contis „VanContact 200“ den besten Kompromiss der verschiedenen Anforderungen im Trockenen, auf Nässe, beim Komfort, Verschleiß und Kraftstoffverbrauch gefunden, sagen die Österreicher. „Wir haben es hier mit einem klassischen Zielkonflikt der Reifenentwicklung zu tun: Viele der getesteten Transporterreifen sind offensichtlich auf möglichst lange Einsatzdauer und geringen Kraftstoffverbrauch ausgelegt. Die guten bis sehr guten Werte in diesen Bereichen werden allerdings mit teils deutlichen Schwächen bei den Nassgriffeigenschaften erkauf. Lange Bremswege und instabile Seitenführung bei Nässe sind die Folge“, erklärt Friedrich Eppel. Der österreichische Automobilklub empfiehlt vor diesem Hintergrund, beim Kauf auf den Reifentyp zu achten. Jeder, der sogenannte C-Reifen montiert hat, sollte sich demnach jedenfalls ihrer als deutlich schwächer beschriebenen Nassgriffeigenschaften bewusst sein. Als Alternative sei bei einigen Vans oder Transportern die Nutzung von Pkw- oder SUV-Reifen möglich, heißt es weiter. „Zumindest bei privat genutzten Fahrzeugen kann das die bessere Option sein“, meint er.

cm

parallel getesteten Transporterreifen – ein auffälliger Aspekt beim aktuellen Sommerreifentest, so der österreichische Automobilklub. Denn in der Dimension 185/65 R15 H/V hätten sich diesbezüglich sehr unterschiedlich Ergebnisse in diesem Bereich gezeigt. Als Schlusslicht in puncto Verschleiß wird Linglongs „Green-Max HP010“ identifiziert, dem mit rund 26.000 Kilometer gerade einmal etwa die Hälfte der Laufleistung des „CrossClimate+“ (57.000 Kilometern) bescheinigt wird.

grund, beim Kauf auf den Reifentyp zu achten. Jeder, der sogenannte C-Reifen montiert hat, sollte sich demnach jedenfalls ihrer als deutlich schwächer beschriebenen Nassgriffeigenschaften bewusst sein. Als Alternative sei bei einigen Vans oder Transportern die Nutzung von Pkw- oder SUV-Reifen möglich, heißt es weiter. „Zumindest bei privat genutzten Fahrzeugen kann das die bessere Option sein“, meint er.

# Nur wenigstens gute Sommerreifen im *Gute-Fahrt*-Test

Als erfreulich bezeichnen die Tester der Fahrzeuge aus dem Volkswagen-Konzern nahe stehenden Zeitschrift *Gute Fahrt* die Ergebnisse ihres aktuellen Produktvergleiches von Pkw-Profilen für den Sommereinsatz. Zumal erstmals bei einem Reifentest des Blattes keiner der insgesamt zehn bzw. zwölf Kandidaten schlechter als „gut“ abgeschnitten hat. Abgesehen von zehn Reifen in der Dimension 225/40 R18 92Y XL wurde eines der Fabrikate zusätzlich nämlich noch in den beiden alternativen Größen 225/45 R17 und 225/35 R19 (jeweils auch mit Geschwindigkeitsindex Y) überprüft montiert an einem als Testfahrzeug ausgewählten VW Golf 1.5 TSI.

Trotzdem sind freilich nicht sämtliche Reifen spezifischen (leichten) Vor- oder Nachteile gleich, sondern haben sie hier und da ihre Alle außer einem: Denn als letztendlicher

Testsieger hat Contis „PremiumContact 6“ in immerhin neun von zehn Teildisziplinen die Bewertung „sehr gut“ einfahren können und sich lediglich in Sachen Rollwiderstand mit „gut“ bescheiden müssen. Hinter ihm kommen laut *Gute Fahrt* Goodyears „Eagle F1 Asymmetric 5“ und Dunlops „Sport Maxx RT2“ als Zweiter und Dritter ins Ziel. „Conti baut einfach richtig gute Reifen. Und der auf höchstem Niveau ausgewogene „Premium-

## Gute Fahrt testet Sommersreifen

Reifendimension: 225/40 R18 92Y XL, Testfahrzeug: VW Golf 1.5 TSI

Marke und Modell	Trockenhandling	Nasshandling	Trockenbremsen	Nassbremsen	Längsaquaplaning	Queraquaplaning	Kreisbahn nass	Rollwiderstand	Komfort	Geräusch	Urteil
Gewichtung	10%	15%	15%	25%	5%	5%	5%	10%	5%	5%	
Continenta „PremiumContact 6“	++	++	++	++	++	++	++	+	++	++	sehr gut
Goodyear „Eagle F1 Asymmetric 5“	++	+	++	++	++	++	++	+	+	+	sehr gut -
Dunlop „Sport Maxx RT2“	++	++	++	+	++	++	++	+	+	+	
Nokian „Powerproof“	+	++	++	++	+	o	++	+	o	+	
Hankook „Ventus S1 Evo2“	++	++	+	++	+	+	+	o	++	++	gut +
Bridgestone „Turanza T005“	++	+	+	+	+	++	+	++	++	++	
Pirelli „P Zero“	++	+	++	++	+	o	++	-	+	++	
Apollo „Aspire XP“	+	+	+	+	+	o	++	+	++	++	gut
Falken „Azenis FK510“	+	o	+	++	++	+	+	o	o	+	
Vredestein „Ultrac Vorti“	+	++	++	+	+	o	++	-	-	+	
vergleichend mitgetestet: Pirelli „P Zero“ in 225/45 R17 Y und 225/35 R19 Y											
Pirelli „P Zero“ (17-Zöller)	+	++	++	++	+	+	++	o	++	++	sehr gut -
Pirelli „P Zero“ (19-Zöller)	++	o	++	+	o	+	o	+	-	+	gut

‘++ sehr gut + gut o befriedigend - ausreichend -- mangelhaft  
Farbe: Bewertung besser/schlechter als der Durchschnitt in dieser Disziplin

Quelle: *Gute Fahrt*

NRZ 3/2019



Contact 6' ist nicht zu schlagen, fährt souverän auf Platz eins", so die Tester. Doch auch das Goodyear-Modell habe die in ihn gesetzten Erwartungen erfüllt, auf nassen Fahrbahnen jedoch eine leichte Neigung zum Untersteuern im Grenzbereich an den Tag gelegt. Als harmonisch mit leicht untersteuernden Handlingeigenschaften wird der Dunlop-Reifen charakterisiert, der insgesamt ebenso wenig irgendeine gravierend ausgeprägte Schwäche gezeigt hat.

Beide aus dem Goodyear-Dunlop-Konzern stammenden Vertreter bekommen insofern „sehr gut –“ als Endnote verliehen genauso wie Nokians „Powerproof“ und Hankooks „Ventus S1 Evo2“. Für die Reifen des Führungquintetts spricht *Gute Fahrt* zudem eine Empfehlung aus, wengleich es für das zuletzt genannte Modell des südkoreanischen Reifenherstellers gerade eben bzw. „noch knapp“ dafür gereicht haben soll. Alles in allem werden dem „Powerproof“ Topleistungen attestiert, aber auch eine „sportive Grundhärte“ in Sachen Komfort. „Gut +“ steht für Bridgestones „Turanza T005“ und Pirellis „P Zero“ als Gesamtwertung im Testprotokoll. Dabei heimst Letzterer in 17 Zoll allerdings auch eine Empfehlung des Blattes ein, vor allem deshalb, weil er „beim Komfort klarer Sieger“ war. In 19 Zoll habe der „P Zero“ zwar in Bezug auf das Thema Handling mit Topstabilität und kleinen Lenkwinkeln glänzen können. Doch gegenüber den 18-Zöllern mit noch mehr Abstrichen beim Komfort sowie vergleichsweise schwachen Leistungen beim Längs-

aquaplaning und einer früh abreißenen Haftung auf nasser Kreisbahn reicht es beim ihm nur für die Endnote „gut“.

Diese wird zudem an Apollos „Aspire XP“, Falkens „Azenis FK510“ und Vredesteins „Ultrac Vorti“ in der eigentlichen Testgröße 18 Zoll vergeben. Ersterer habe sich „beachtlich gut“ geschlagen ebenso wie die beiden anderen. Beim Falken-Reifen ist die Nasshaftung wohl etwas schwächer ausgefallen, und dem Vredestein-Modell haben augenscheinlich vor allem leichte Schwächen in den Disziplinen Queraquaplaning, Komfort und Rollwiderstand ein besseres Abschneiden verhagelt. „Sieht man einmal vom etwas straffen Komfort ab, macht man mit den Topreifen unseres Reifentests von Conti, Dunlop, Goodyear, Hankook und Nokian nichts falsch. Sie bieten Fahrspaß, Sicherheit und eine tolle Optik ohne Reue“, fasst *Gute Fahrt* die Ergebnisse des Produktvergleiches hinsichtlich der 18-Zoll-Dimension zusammen. „Wer aber den bestmöglichen Komfort sucht, sollte lieber einen 17-Zöller nehmen. Diese Größe ist der ideale Kompaktallrounder, selbst beim Handling kommen keine Klagen. Wer dagegen zum teuren 19-Zöller greift, opfert zugunsten von Optik und knackig sportlichem Trockenhandling viel Komfort, dazu sind die Riesenräder auch recht wasserscheu“, so die Tester mit Blick auf ihren zugleich durchgeführten Dimensionsvergleich am Beispiel von Pirellis „P Zero“. christian.marx@reifenpresse.de



# MAXXIS®

## REIFEN

**PREMITRA<sup>5</sup>**  
HP5

- ✓ Neuer High-Performance Sommerreifen mit Vollsilica-Laufflächenmischung für geringen Rollwiderstand und beste Nasshaftung
- ✓ Premium Silencer-Gummimischung verringert Abrollgeräusche und steigert spürbar den Fahrkomfort im Auto
- ✓ Zentrales 3-Rippen-Profil design ermöglicht optimalen Grip auch bei hohen Geschwindigkeiten



Natürlich ist der PREMITRA 5 mit kostenfreier Reifengarantie erhältlich. Einfach im Garantie-Club anmelden und losrollen!

## AutoBild-Sommerreifentest 2019: Wenig Laufleistung bremst Underdog aus

Für eine – wie *AutoBild* selbst schreibt – „größere Überraschung“ hatte bei der Vorausscheidung zum aktuellen Sommerreifentest des Magazins (siehe Kastentext auf Seite 78) neben Apollos „Aspire XP“ und dem „Premitra 5“ von Maxxis insbesondere das Kenda-Profil „Emera A1 KR 41“ gesorgt. Denn als Underdog hat der Reifen des taiwanesischen Herstellers mit dem siebten Rang in der Vorrunde, bei der allein über möglichst kurze Trocken- und Nassbremswege ermittelt wird, welche 20 von ursprünglich über 50 Kandidaten sich letztlich im Finale in noch weiteren der üblichen Testdisziplinen beweisen dürfen, eine erste Duftmarke zu setzen gewusst. Dennoch hat es in der Endrunde nur für den vorletzten Platz gereicht. Nicht etwa aber wegen größerer Defizite bei der Fahrsicherheit, sondern wegen einer so „weit unter dem Durchschnitt“ liegenden Kilometerleistung, dass „selbst der niedrige Kaufpreis nichts mehr retten“ konnte, wie dem Blatt zu entnehmen ist. An der Spitze des Wettbewerbersfeldes in der Dimension 225/45 R17 finden sich hinter dem Testsieger Michelin „Pilot Sport 4“ Goodyears „Eagle F1 Asymmetric 5“ auf Platz zwei sowie Falkens „Azenis FK510“ und Hankooks „Ventus S1 Evo<sup>3</sup>“ als gemeinsame Dritte.

**M**it Blick auf das Abschneiden des „Emera A1 KR 41“ – auch wenn er in der Gesamtwertung lediglich Kumhos „Ecsta PS71“ als Schlusslicht hinter sich hat lassen können – spricht *AutoBild* gleichwohl von einem ersten Achtungserfolg für Kenda. Zumal der Reifen bei den weiterführenden Tests der Hauptrunde „überraschendes Potenzial“ gezeigt und in der Nässewertung „mit einer souveränen Leistung“ sogar die Produkte solcher „Branchengrößen wie Continental und Dunlop“ überholt habe. Gleichwohl wird dem Kenda-Reifen abgesehen von seiner Laufleistungsschwäche, die im Übrigen auch dem Kumho-Modell bescheinigt wird, noch ein „leicht untersteuerndes Trockenhandling“ attestiert, während der „Ecsta PS71“ zusätzlich noch durch einen vergleichsweise hohen Rollwiderstand aufgefallen sein soll. Für die beiden Letzten werden Laufleistungen bis zum Erreichen der Mindestprofiltiefe von knapp 28.100 Kilometern (Kenda) respektive rund 26.500 Kilometern (Kumho) genannt. Demgegenüber sind die Reifen von Conti, Michelin und Goodyear als Beste in dieser Teildisziplin auf Werte von je nach Reifenmarke jeweils mehr oder weniger deutlich oberhalb von 50.000 Kilometern gekommen.

Die Laufleistungskrone holt sich mit gut 54.200 Kilometern zwar der „Eagle F1 Asymmetric 5“, doch insgesamt muss der Goodyear-Reifen seinem Konkurrenten „Pilot Sport 4“ aus dem Hause Michelin den Vortritt und damit den Testsieg überlassen. Dafür aber darf sich der Zweite – ebenso wie der „Pre-

miumContact 6“ auf dem fünften Rang – den Titel als „Eco-Meister“ ans Revers heften dank einer glatten Einserbenotung im Kostenkapitel. Ohne Fehl und Tadel ist der Gesamterste bei alledem nicht, werden im Zusammenhang mit dem Michelin-Reifen seitens *AutoBild* doch dessen hohes Preisniveau genauso wie ein lediglich durchschnittlicher Rollwiderstand negativ hervorgehoben. Malus beim „Eagle F1 Asymmetric 5“ ist ebenso sein Preis sowie ein „nur“ durchschnittlicher Komfort. „Ausgewogene Fahreigenschaften auf nasser und trockener Piste, sportlich-dynamisches Trockenhandling, gute Verzögerung auf nasser Piste, günstiger Preis“ sind die Dinge, die als Stärken für das Falken-Modell im Testprotokoll vermerkt sind. Hankooks „Ventus S1 Evo<sup>3</sup>“ wusste demnach durch Ausgewogenheit, präzises Einlenkverhalten mit guter Rückmeldung auf trockener Piste, beste Verzögerung bei Nässe sowie ein „moderates Preisniveau“ zu gefallen. Die Schwächen der beiden Dritten sollen im Bereich Laufleistung (Falken) und Komfort (Hankook) liegen.

Selbst wenn der Kenda-Reifen im Nassen am „PremiumContact 6“ wohl vorbeiziehen konnte, werden dem Conti-Modell nichtsdestoweniger ein ausgewogenes sicheres Fahrverhalten auf nasser Piste in Kombination mit kurzen Nass- und Trockenbremswegen sowie „kraftstoffsparender Rollwiderstand, hohe Kilometerleistung, gute Wirtschaftlichkeit“ bescheinigt. Auf der anderen Seite stehen bei ihm jedoch „mäßige Sicherheitsreserven bei Aquaplaning“. Dahinter fährt Fuldas „SportControl 2“ ebenso noch das von dem Magazin vergebene Prädikat „vorbildlich“ ein, wie die Wettbewer-

berprodukte von Conti, Hankook, Falken, Goodyear und Michelin. Beim Sechsten hat wohl einzig seine „durchschnittliche Kilo-

meterleistung“ ein besseres Abschneiden verhindert, denn ansonsten sind nur Stärken für ihn im Testprotokoll vermerkt. Es folgen

danach noch sieben für „gut“ befundene Sommerreifen, wobei die Gruppe angeführt wird von Nokians „Wetproof“ auf Rang sieben gefolgt von Pirellis „P Zero“ und Savas „Intensa UHP 2“ auf den Plätzen acht und neun sowie drei gemeinsamen Zehnten – Apollos „Aspire XP“, Bridgestones „Turanza T005“, Vredesteins „Ultrac Vorti“ – und schließlich noch Dunlops „Sport Maxx RT2“ auf Position 13.

Dass diese Sieben nicht weiter vorne gelandet sind, hat dabei je nach Modell ganz individuelle Ursachen. Laut *AutoBild* sind es dabei vor allem „eingeschränkte Sicherheitsreserven bei Aquaplaning“ (Nokian), eine mäßige Laufleistung bzw. eingeschränkte Wirtschaftlichkeit (Pirelli), ein „leicht eingeschränktes Gripniveau auf nasser Piste“ (Sava), ein untersteuerndes Trockenhandling (Apollo, Bridgestone), Abstriche in Sachen Komfort/Abrollgeräusch (Bridgestone), ein „deutlich erhöhter Rollwiderstand“ (Vredestein) oder ein „untersteuerndes Nasshandling“ (Dunlop). Würden ihre Vorzüge nicht überwiegen, wären sie nicht als „gut“ eingestuft worden, sondern eher als „befriedigend“ wie die sieben hinter ihnen folgenden Modelle. Pferdefuß von Yokohamas „Advan Fleva V701“ auf Rang 14 ist demnach „mäßiger Grip und Lenkpräzision bei Nässe“ zusammen mit einer unterdurchschnittlichen Laufleistung. Ähnlich ist's bei Toyos „Proxes Sport“ dahinter, nur fehlt es ihm an Grip eher im Trockenen und kommt noch ein erhöhter Rollwiderstand hinzu. „Nur befriedigende Nässequalitäten, unpräzise untersteuerndes Nass- und Trockenhandling, geringe Aquaplaningeigenschaften“ zählt *AutoBild* als Schwächen von Klebers „Dynaxer UHP“ (Rang 16) auf.

Wenige Stärken wie ein günstiger Preis gepaart mit gutem Rollwiderstand beim „Premitra 5“ sowie kurze Trockenbremswege beim „Roadhawk“ stehen bei den Maxxis- bzw. Firestone-Modellen auf den Rängen 17 und 18 deutlich mehr Schwächen gegenüber. Als da wären: „leicht untersteuerndes Fahrverhalten auf nasser und trockener Strecke, verzögertes Lenkansprechen, mäßige Laufleistung“ im

### AutoBild testet Sommerreifen

Dimension: 225/45 R17 91/94 W/Y, Testfahrzeug: Einser-BMW

Platz	Marke und Modell	Benotung*			Testurteil
		nass	trocken	Kosten	
1	Michelin „Pilot Sport 4“	1	1	1-	vorbildlich
2	Goodyear „Eagle F1 Asymmetric 5“	1-	2+	1	
3	Falken „Azenis FK510“	1-	2+	2	
	Hankook „Ventus S1 Evo3“	2+	1-	2	
5	Continental „PremiumContact 6“	2	2	1	
6	Fulda „SportControl 2“	2	2+	2	
7	Nokian „Wetproof“ **	2+	2+	2	gut
8	Pirelli „P Zero“	1-	2+	3+	
9	Sava „Intensa UHP 2“	2-	2+	1-	
10	Apoll „Aspire XP“ **	2	2	2+	
	Bridgestone „Turanza T005“	2+	2-	2+	
13	Vredestein „Ultrac Vorti“	2	2+	2-	
	Dunlop „Sport Maxx RT2“	2-	2+	2	
14	Yokohama „Advan Fleva V701“	2-	2+	2-	befriedigend
15	Toyo „Proxes Sport“	2+	2-	3	
16	Kleber „Dynaxer UHP“	3+	2	2	
17	Maxxis „Premitra 5“	2-	2-	2	
18	Firestone „Roadhawk“	3+	2-	2	
19	Kenda „Emera A1 KR 41“	2+	2	3	
20	Kumho „Ecsta PS 71“	2	2-	3-	

\* gemäß Schulnotenprinzip von 1 = sehr gut bis 6 = ungenügend

Farbe: Punkte liegen über/unter dem Durchschnitt in dieser Disziplin

\*\* im Gesamturteil abgewertet wegen Schwächen in den sicherheitsrelevanten

Teildisziplinen Aquaplaning (Nokian) und Trockenhandling (Apollo)

Quelle: *AutoBild*

NRZ 3/2019

## WIEDER SCHAFFT'S EIN „BILLIGREIFEN“ INS FINALE DES AUTOBILD-SOMMERREIFENTESTS

Vor Jahresfrist ist schon einmal einem sogenannten „Billigreifen“ der Sprung ins Finale eines *AutoBild*-Sommerreifentests gelungen. Was damals dem Modell „Ecosis“ der Marke Infinity gelang, das sich in der 2018er-Endrunde letztlich dann sogar im Mittelfeld platzieren konnte, macht ihm in diesem Jahr das Kenda-Profil „Emera A1 KR 41“ nach. Denn für seinen diesjährigen Sommerreifentest hat sich das Blatt wieder mehr als 50 Reifen – konkret sind es 53 – in der Größe 225/45 R17 91/94 W/Y vorgenommen und montiert an einem Einser-BMW zunächst deren Bremswege im Trockenen sowie auf Nässe bestimmt. Die 20 mit den in Summe kürzesten Bremswegen haben sich für die 2019er-Endrunde qualifiziert, bei der später dann noch Dinge wie unter anderem die Aquaplaningsicherheit, das Handling nass/trocken, der Komfort oder die Kosten über die letztendliche Platzierung entscheiden. In der Vorrunde sind demnach gut 30 Reifen ausgeschieden, während über den Kenda-Reifen hinaus unter den Finalisten wie gewohnt viele der etablierten Marken mit ihren Produkten vertreten sind.

Auf der Strecke geblieben sind dabei eine Reihe von – wie *AutoBild* schreibt – „Billigmarken wie Star Performer, Milestone, Tyfoon und Mazzini“. Auf trockener Piste sollen deren Modelle einen rund fünf Meter längeren Bremsweg (aus 100 km/h) benötigt haben als die Besten im Bremstest. Auf nasser Strecke (aus 80 km/h) habe das Plus bei den Reifen der Marken Milestone und Star Performer dann sogar bei rund zehn Metern gelegen, heißt es weiter. „Überraschend schlecht schneiden auch die Sommerreifen von Viking und Laufenn beim Bremsen ab, die bei den addierten Bremswegen abgeschlagen auf den Plätzen 44 (Laufenn) und 46 (Viking) landen. Von Marken, die zu großen Herstellern wie Continental (Viking) und Hankook (Laufenn) gehören, hätten wir mehr erwartet“, so die *AutoBild*-Reifenfester. Zu den 33, die durchs Raster gefallen sind, gehören die Modelle Uniroyal „RainSport 3“, Goodride „Sport SA-37“,

### Finalisten des *AutoBild*-Sommerreifentests 2019

In der Vorrunde gemessene Bremswege,  
 Größe: 225/45 R17 91/94 W/Y, Fahrzeug: Einser-BMW

Marke und Modell	Bremsweg in Metern*		
	Nässe	Schnee	Summe
Goodyear „Eagle F1 Asymmetric 5“	28,8	34,7	63,5
Michelin „Pilot Sport 4“	29,6	34,2	63,8
Hankook „Ventus S1 Evo3“	28,7	35,2	63,9
Pirelli „P Zero“	28,9	35,1	64,0
Nokian „Wetproof“	29,7	35,2	64,9
Falken „Azenis FK510“	29,0	36,0	65,0
Kenda „Emera A1 KR 41“	30,3	34,9	65,2
Continental „PremiumContact 6“	29,9	35,8	65,7
Vredestein „Ultrac Vorti“	30,8	35,3	66,1
Bridgestone „Turanza T005“	30,9	35,6	66,5
Dunlop „Sport Maxx RT2“	31,4	35,4	66,8
Fulda „SportControl 2“	32,0	35,1	67,1
Firestone „Roadhawk“	32,0	35,2	67,2
Apollo „Aspire XP“	31,0	36,3	67,3
Kleber „Dynaxer UHP“	32,1	35,9	68,0
Yokohama „Advan Fleva V701“	32,9	35,2	68,1
Sava „Intensa UHP 2“	32,8	35,7	68,5
Kumho „Ecsta PS 71“	31,6	37,1	68,7
Toyo „Proxes Sport“	31,7	37,1	68,8
Maxxis „Premitra 5“	33,2	36,3	69,5

\* Ausgangsgeschwindigkeiten: 80 km/h (nass) bzw. 100 km/h (trocken)

Quelle: *AutoBild*

**INRZ** 3/2019

General Tire „Altimax Sport“, Federal „Evoluzion ST-1“, Avon „ZV7“, GT Radial „SportActive“, Linglong „Green-Max“, Mabor „Sport-Jet 3“, Cooper „Zeon CS8“, Semperit „Speed-Life 2“, BFGoodrich „g-Grip“, Gislaved „Ultra Speed“, CST „Medallion MD-A1“, Tomason „Sportrace“, Dayton „Touring 2“, Matador „MP47 Hectorra“, Barum „Bravuris 3 HM“, Kormoran „UHP“, Nankang „Sportnex AS-2+“, Tigar „UHP“, Imperial „Ecosport2“, Paxaro „Summer Performance“, Firemax „FM601“, Laufenn „S Fit EQ“, Zeetex „HP2000 vfm“, Viking „ProTech HP“, Neolin „Neosport“, Sailun „Atrezzo ZSR“, Cratos „CatchPassion“, Mazzini „Eco607“, Tyfoon „Successor 5“, Milestone „Green Sport“ sowie Star Performer „UHP 1“. [christian.marx@reifenpresse.de](mailto:christian.marx@reifenpresse.de)

ersten Fall sowie „untersteuerndes Handling, eingeschränkte Lenkpräzision und Rückmeldung, eingeschränkte Aquaplaningsicherheit und Komfort“ im zweiten. Wie bereits erwähnt, haben den als überzeugend eingestuften Nässe- und Aquaplaningqualitäten sowie seinen als kurz bezeichneten Trockenbremswegen beim „Eme-

ra A1 KR 41“ Schwächen bei Trockenhandling und der Kilometeraufleistung gegenüber gestanden. So wie entsprechende Defizite des „Ecsta PS71“ diesem eine bessere Testbilanz verhaselt haben. Denn ansonsten wusste der Kumho-Reifen – selbst wenn er als Letzter der 20 Finalrundenteilnehmer ins Ziel kommt, damit aber immer noch vor

33 schon in der Vorrunde ausgeschiedenen Modellen – mit „gute[n] Nässe- und Aquaplaningeigenschaften“ zu glänzen ebenso wie über sein „ordentliches Trockenhandlingverhalten“.

[christian.marx@reifenpresse.de](mailto:christian.marx@reifenpresse.de)

# Sechsmal „vorbildlich“ im aktuellen *AutoBild*-Allrad-Sommerreifentest

Was ihre Leistungen betrifft, scheinen heutige Pkw-Reifen immer dichter beieinanderzuliegen. Zumindest ist bei den bisher in diesem Frühjahr erschienenen Sommerreifentests der Automobilklubs oder solcher Zeitschriften wie der *Autozeitung*, *Gute Fahrt* oder *AutoBild* – sieht man mal von der Vorausscheidungsrunde letzteren Magazins ab – kein Profil besonders negativ aufgefallen. Bei *AutoBild* haben sogar sechs der 20 Finalisten eine Bewertung als „vorbildlich“ erreicht. Ungleich besser fällt im Verhältnis gesehen da noch das Ergebnis des Schwesterblattes *AutoBild Allrad* aus. Denn hier kommen bei nur halb so viel angetretenen Kandidaten in der Dimension 225/55 R17 97/101 W/Y für kompakte SUVs (Sport Utility Vehicles) ebenfalls sechs zu höchsten Ehren. Dafür aber haben die Tester zwei Reifen nur als „bedingt empfehlenswert“ bzw. „nicht empfehlenswert“ eingestuft.

„Erwischt“ hat es als Letzten des Vergleiches den „Medallion MD-A1“ der Marke CST, deren Reifen wie die namens Maxxis vom taiwanesischen Hersteller Cheng Shin produziert werden, sowie als Vorletzten Coopers „Zeon CS8“. Dass Ersterer als – so das Blatt – „Billigreifen aus Fernost“ ganz ohne Empfehlung bleibt, liegt demnach an dessen für „erheblich“ gehaltene Schwächen bei Nässe, wobei ein untersteuerndes Nass- und Trockenhandling des Reifens sowie dessen „gefährlich verlängerte Nassbremswege“ die Sache nicht besser gemacht haben. Stärken werden für das CST-Modell jedenfalls keine aufgeführt, während der Cooper-Reifen offenbar zumindest mit guten Geländeeigenschaften punkten konnte. „Eingeschränkte Seitenführung und verzögertes Lenkansprechen bei Nässe, deutlich verlängerte Nassbremswege“ werden ihm demgegenüber als Malus angekreidet, sodass letztlich nicht mehr als eben eine Wertung als „bedingt empfehlenswert“ für ihn herauspringt.

„Gut“ haben Nexens „N'Fera RU1 SUV“ auf Platz acht und Toyos „Proxes Sport“ abgeschnitten, wobei sich letzteres Modell den sechsten Rang zwar mit Bridgestones „Turanza T005“ teilt, aber nicht wie dieser das Prädikat „vorbildlich“ verliehen bekommt. Schuld daran sind „verlängerte Bremswege auf nasser Piste“ bei dem Toyo-Reifen, dem außerdem noch eine lediglich mäßige Lenkpräzision im Nassen angekreidet wird. Das Nexen-Modell soll Schwächen ebenfalls beim Nassbremsen sowie darüber hinaus in Bezug auf seinen Rollwiderstand gezeigt haben. Gleichwohl haben beide ihre Stärken. „Gute Fahrqualitäten auf nasser und trockener Piste, hohe Zugkraft auf Sand/Kies“ (Nexen) respektive „präzises Handling auf Schotter und trockener Piste,

hohe Aquaplaningsicherheit“ (Toyo) lassen sich diesbezüglich dem Testprotokoll entnehmen. Selbstedend nimmt Positives bei den Geprüften dann immer mehr zu, je weiter man sich in der Ergebnisliste nach oben vorarbeitet.

Nichtsdestoweniger findet sich bei so manchem der für „vorbildlich“ gehaltenen ersten Sechs dennoch der eine oder andere Tadel. Bei Bridgestones „Turanza T005“ ist's etwa dessen „mäßige Traktion auf Gras“ bei ansonsten durchweg ausgewogenen Eigenschaften. Als Pferdefuß des Fünften – dem „Premitra 5“ der ebenfalls aus dem Hause Cheng Shin stammenden Marke Maxxis – wird einzig dessen „mäßige Zugkraft auf nassem Gras und sandigem Untergrund“ erwähnt. Vor diesem Reifen kommen gleich drei Modelle gemeinsam auf den zweiten Platz: Contis „PremiumContact 6“, Hankooks „Ventus Prime3“ und Nokians „Powerproof“. Bei ihnen sind demnach allenfalls leichte Abstriche zu machen etwa bei Dingen wie dem Geräusch (Nokian) oder der Zugkraft im Geländeeinsatz bei Matsch bzw. auf steinigem Boden (Conti). Auf allen Untergründen zu überzeugen wusste der Testsieger: Goodyears „Eagle F1 Asymmetric 5“ werden bei alledem ein „sportlich-dynamisches Handling, präzises Einlenkverhalten, kürzeste Nass- und Trockenbremswege“ bescheinigt.

christian.marx@reifenpresse.de

## AutoBild Allrad testet Sommerreifen

Dimension: 225/55 R17 97/101 W/Y, Testfahrzeug: BMW X1  
(Pick-up im Gelände)

Platz	Marke und Modell	Benotung*			Testurteil
		Gelände	nass	trocken	
1	Goodyear „Eagle F1 Asymmetric 5“	2+	1-	2+	vorbildlich
	Continental „PremiumContact 6“	2	2+	2+	
2	Hankook „Ventus Prime3“	2+	2	2+	
	Nokian „Powerproof“	2+	2+	2	
5	Maxxis „Premitra 5“	2	2+	2	
6	Bridgestone „Turanza T005“	2	2	2	gut
	Toyo „Proxes Sport“	2+	2-	2	
8	Nexen „N'Fera RU1 SUV“	2+	2-	2-	bedingt empfehlenswert
9	Cooper „Zeon CS8“	2+	3+	2-	
10	CST „Medallion MD-A1“	2	3-	2-	nicht empfehlenswert

\* gemäß Schulnotenprinzip von 1 = sehr gut bis 6 = ungenügend,

Farbe: Punkte liegen über/unter dem Durchschnitt dieser Disziplin

Quelle: AutoBild Allrad

NRZ 3/2019

# Überraschendes im *Autozeitung*-Sommerreifentest

**M**itunter liefern Reifentests überraschende Ergebnisse. Der diesjährige der *Autozeitung*, bei dem es um Sommerprofile der Dimension 235/45 R18 ging, dürfte durchaus in diese Kategorie zählen. Zum einen deshalb, weil es Maxxis mit seinem „Premitra HP5“ gelungen ist, bis aufs Podium bzw. bis auf den dritten Platz hinter Contis „PremiumContact 6“ und Michelins „Primacy 4“ vorzufahren. Zum anderen, weil sich Bridgestones „Turanza T005“, der kurz zuvor bei einem entsprechenden Produktvergleich der europäischen Automobilklubs den Sieg für sich reklamieren konnte, bei der *Autozeitung* mit einem fünften Platz bescheiden muss. Natürlich ist ein Platz „nur“ im Mittelfeld von insgesamt zehn geprüften Reifen nichts Dramatisches. Doch schwerer dürfte wiegen, dass das Blatt dem Bridgestone-Reifen das Prädikat „sehr empfehlenswert“ verweigert hat, obwohl es sich Pirellis „Cinturato P7“ auf Platz vier vor ihm genauso wie Yokohamas „BluEarth-A AE-50“ hinter ihm ans Revers heften können wie auch die ersten Drei. „Die langen Nassbremswege verhindern eine Empfehlung“, begründen die Tester ihre Entscheidung.

Im Nässekapitel fällt der „Turanza T005“ insgesamt zwar nicht mit einem besonders schlechten Punktestand auf, sondern kann im Gegenteil sogar mehr Zähler vorweisen als der Durchschnitt aller Probanden. Doch beim Blick auf die gemessenen Bremswege aus 100 km/h runter auf Null bei nasser Fahrbahn zeigt sich, dass der Bridgestone-Reifen hier mit 66,6 Metern das nach den 77,8 Metern von Nankangs „NK Comfort AS-1“ zweitschlechteste Ergebnis in dieser Nässe-Disziplin eingefahren hat. Zum Vergleich: Als Bester in dieser Kategorie wird dabei Michelins mitgeprüfter Ganzjahresreifen „CrossClimate+“ mit 54,6 Metern geführt, während Contis „PremiumContact 6“ als Bester unter den reinrassigen Sommerreifen auf 57,7 Meter gekommen ist. Je nachdem, welches dieser beiden Modelle man nun als Bezugspunkt heranzieht, fällt der Bremsweg des „T005“ demnach also zwischen knapp neun und zwölf Metern länger aus. Apropos Nassbremsen: Auch Apollos „Aspire XP“ hat sich mit 65,8 Metern in dieser Disziplin nicht gerade mit Ruhm bekleckert, landet in Gesamtwertung allerdings gleich drei Plätze hinter dem Bridgestone-Modell.

Dahinter folgen auf Rang neun Kumhos „Ecsta HS51“ und auf Platz zehn Nankangs „NK Comfort AS-1“ als Schlusslichter des aktuellen Produktvergleiches der *Autozeitung*. Die Leistungen beider liegen sowohl im Trockenen als auch im Nassen recht deutlich hinter dem Rest des Wettbewerbersfeldes zurück. Im Falle des Nankang-Modells und bei nasser Fahrbahn ist der Abstand sogar erheblich, erreicht der Reifen in dieser Disziplin doch schließlich weniger als die Hälfte der Punkte, welche die Kandidaten auf den Plätzen eins bis acht bei Nässe haben sammeln können bzw. immerhin noch einmal 25 Zähler weniger als der Vorletzte aus dem Hause Kumho. Schuld daran sind nicht allein die Leistungen beim Bremsen auf nasser Piste: „Tückische Reaktionen im Grenzbereich“ und „wenig Stabilität bei flotter Fahrt“ sind im nassen Element als weitere Kritikpunkte im Testprotokoll für den „NK Comfort AS-1“ vermerkt. Zusammen mit ebenfalls eher schwachen Trockenleis-

tungen im Vergleich mit den anderen reicht es letztlich daher nur für die rote Laterne.

„Zu wenig Nassgrip führt zu enttäuschend langen Bremswegen“, so die Tester zum „Ecsta HS51“, dem aber zugleich ein „hoher Aquaplaningschutz“ bescheinigt wird. „Stoppt genauso schwach wie der mitgetestete Allseason“, so die *Autozeitung* darüber hinaus mit Blick auf die Trockeneigenschaften des Kumho-Modells. Dessen Fahrsicherheit sei aber „okay“, wenn auch sein der Rollwiderstand hoch. Insgesamt ordentliche Leistungen werden zwar dem vor ihm ins Ziel gekommenen Apollo „Aspire XP“ bescheinigt. Doch feuchte Straßen würden diesen „ans Limit“ bringen, heißt es weiter. Wacker habe sich in dem Vergleich darüber hinaus Michelins Ganzjahresreifen geschlagen, gleichwohl müsse er jedoch guten Sommerprofilen den Vortritt lassen. Solchen wie dem „BluEarth-A AE-50“ auf dem sechsten Rang vor ihm. Der Yokohama-Reifen ist demnach nämlich „bis zum Ende der Testreihe frei von Schwachpunkten“ geblieben, womit er sich das Prädikat „sehr empfehlenswert“ verdiente. Das ist – wie bereits erwähnt – dem „Turanza 005“ zwar verwehrt geblieben, der Fünfte des Produktvergleiches wird ungeachtet dessen nichtsdestoweniger trotzdem als „echt guter Allrounder“ charakterisiert.

Seine Sache noch besser gemacht hat der „Cinturato P7“ von Pirelli. Dabei konnte er offensichtlich Glanzpunkte setzen mit einem „sportiven Fahrgefühl“ sowie einem kurzen Nassbremsweg. Das „Niveau von Premiumpneus“ wird dem „Premitra HP5“ aus dem Hause Maxxis bescheinigt, der den dritten Platz erobern konnte mit gerade einmal fünf Zählern weniger auf seinem Konto als der Zweitplatzierte Michelin „Primacy 4“ – bei maximal zu ergatternden 300 Gesamtpunkten und dabei je 150 im Trockenen wie bei Nässe. Angekreidet werden dem Dritten lediglich „leichte Komforteinbußen“. Als gut im Regen und sehr gut bei Trockenheit wird das Michelin-Modell charakterisiert, das sich im Test außerdem noch als „der beste Spritsparer“ erwiesen hat. Doch mit 25 Punkten mehr als er holt sich Contis „PremiumContact 6“ mit einigem Abstand den Testsieg. Schlüssel dazu sind der *Autozeitung* zufolge „maximale Sicherheit, hoher Komfort, souveräne Fahrdynamik“.

*christian.marx@reifenpresse.de*

## Autozeitung testet Sommerreifen

Größe: 235/45 R18 94/98 W/Y, Testwagen: Skoda Superb 2.0 TDI

Marke und Modell	Punkte*		
	nass	trocken	Summe
Continental „PremiumContact 6“	142	135	277
Michelin „Primacy 4“	118	134	252
Maxxis „Premitra HP5“	126	121	247
Pirelli „Cinturato P7“	119	123	242
Bridgestone „Turanza T005“	112	127	239
Yokohama „BluEarth-A AE-50“	114	121	235
Michelin „CrossClimate+“ **	105	114	219
Apollo „Aspire XP“	101	115	216
Kumho „Ecsta HS51“	73	108	181
Nankang „NK Comfort AS-1“	48	101	149

\* Maximalpunktzahlen: je 150 (nass, trocken) – in Summe also 300

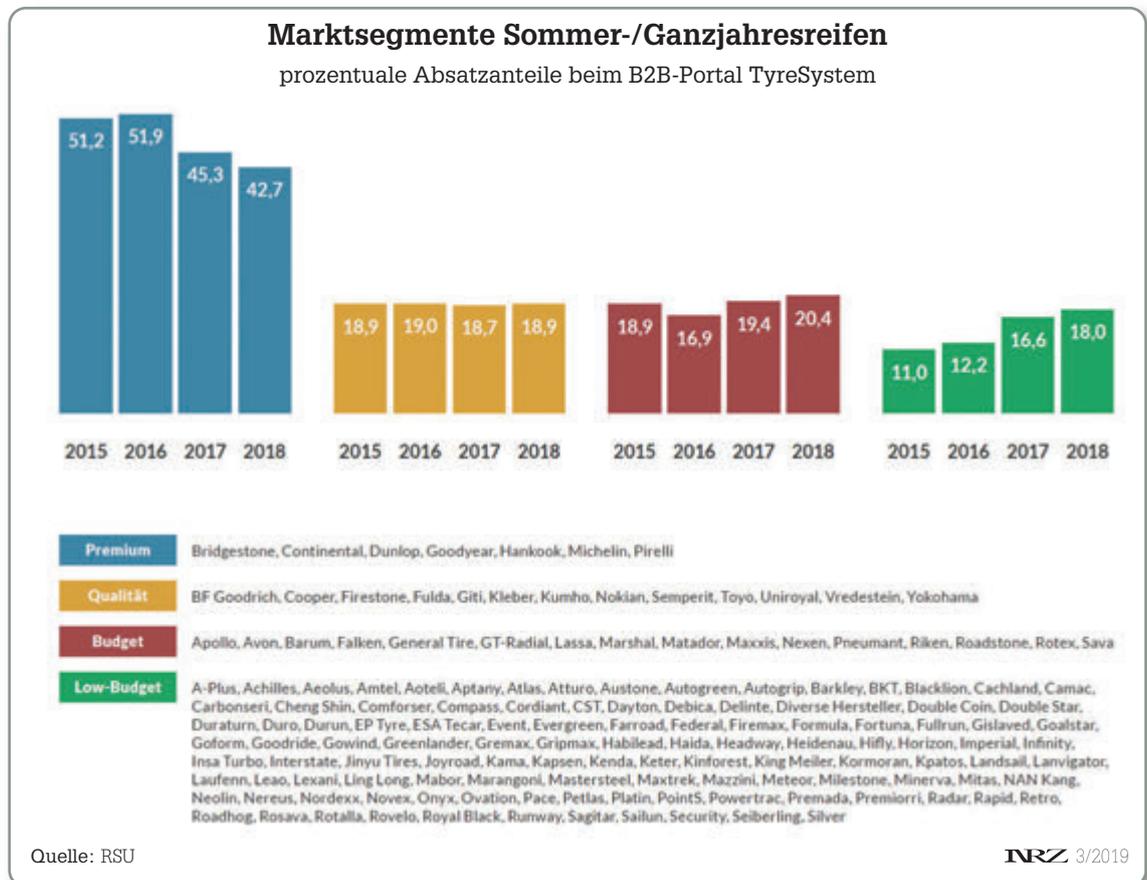
Farbe: Punkte liegen über/unter dem Durchschnitt in dieser Disziplin

\*\* Ganzjahresreifen

Quelle: *Autozeitung*

**INRZ** 3/2019

# Bevorratungsreport Sommer 2019 auf TyreSystem-Plattform abrufbar



**D**ie RSU GmbH hat auf ihrer Onlinegroßhandelsplattform TyreSystem einen neuen Bevorratungsreport zum kostenlosen Herunterladen bereitgestellt: unter der Adresse [www.tyresystem.de/neuigkeiten/2019/bevorratungsreport-sommerreifen-2019](http://www.tyresystem.de/neuigkeiten/2019/bevorratungsreport-sommerreifen-2019) und wie erstmals vor zwei Jahren praktiziert für jedermann. Er soll die Leser unter anderem darüber informieren, welche Reifengrößen in der Sommersaison gefragt sind oder wie sich der Bedarf in Bezug auf die Reifenqualität und Ganzjahresreifen entwickelt hat. Das Ganze basiert dabei wie gewohnt auf einer entsprechenden Auswertung der hauseigenen RSU-Verkaufszahlen. „Um professionell in die Saison zu starten, ist es wichtig die Tendenzen auf dem Markt zu kennen. Unser Report ist somit auch für Betriebe interessant, welche nicht mehr klassisch bevorraten“, meint Manuel Horn, Leiter der Abteilung Produktmanagement im Unternehmen. Kernstück des PDF-Dokumentes ist demnach ein Ranking der 30 meistverkauften Pkw-Reifengrößen, das ergänzt wird um die zehn jeweils gefragtesten Dimensionen in Sachen der Bereifung von Transportern oder Offroadern. Zusätzlich enthalten sind Grafiken dazu, wie sich der Anteil an verkauften Ganzjahresreifen innerhalb der letzten vier Jahre entwickelt hat und ob Premium-, Qualität-, Budget- oder Low-Budget-Reifen gefragt waren. Wie zuvor schon mit Blick auf

Winter-/Ganzjahresreifen für den Zeitraum 2014 bis 2017 beobachtet, hat RSU bezüglich gerade Letzterem ebenfalls eine steigende Nachfrage von Sommer-/Ganzjahresreifen aus den unteren beiden Segmenten registriert. cm



Unter [www.tyresystem.de/neuigkeiten/2019/bevorratungsreport-sommerreifen-2019](http://www.tyresystem.de/neuigkeiten/2019/bevorratungsreport-sommerreifen-2019) steht der fürs Frühjahrsgeschäft gedachte aktuelle TyreSystem-Bevorratungsreport für jedermann zum kostenlosen Herunterladen bereit

# Platin-Sommerreifen RP 320 Summer und RP 420 Summer eingeführt

## Eigenmarkensortiment jetzt rund 200 Dimensionen groß

Bereits seit über 30 Jahren gilt die Marke Platin als feste Größe im Räder- und später auch im Reifenmarkt. Nachdem der Großhändler Interpneu vor zwei Jahren unter seiner Eigenmarke einen neuen Pkw-Ganzjahresreifen (RP 100 Allseason) auf den Markt gebracht hat gefolgt im vergangenen Jahr durch einen neuen Ganzjahresreifen für das Transportersegment (RP 700 Van Allseason), folgt jetzt die Modernisierung und vor allem auch die Erweiterung des Angebots an Pkw-Sommerreifen. Während Besucher der AutoZum in Salzburg im Januar bereits einen ersten Blick auf die beiden neuen Platin-Profile RP 320 Summer und RP 420 Summer werfen konnten, stellte Interpneu beide Reifen im Rahmen der First-Stop-Partnerkonferenz vor und führte diese damit rechtzeitig zur neuen Saison auch offiziell ein. Beide Reifen zusammen sind in immerhin 73 Dimensionen zwischen 13 bis 19 Zoll verfügbar – ein deutlich breiteres Line-up als das der jetzt auslaufenden Vorgänger. Hersteller der Platin-Reifen ist weiterhin Continental.

**D**ie komplette Überarbeitung des Sommerreifenangebots von Platin fand dabei unter dem Motto „Perfektion bis ins Detail“ statt, wie es dazu anlässlich der Produktvorstellung und -einführung im Rahmen der First-Stop-Partnertagung in Madrid Anfang Februar hieß, an der weit über 300 Partner und Branchenvertreter teilnahmen. Die neuen Platin-Sommerreifen gehen dabei als Eigenmarke des Karlsruher Großhändlers Interpneu mit dem Anspruch an

den Start, „modernste Reifentechnologie im Quality-Segment für eine möglichst breite Fahrzeugpalette zu bieten“, so das Unternehmen aus der PneuHage-Gruppe dazu in Spanien.

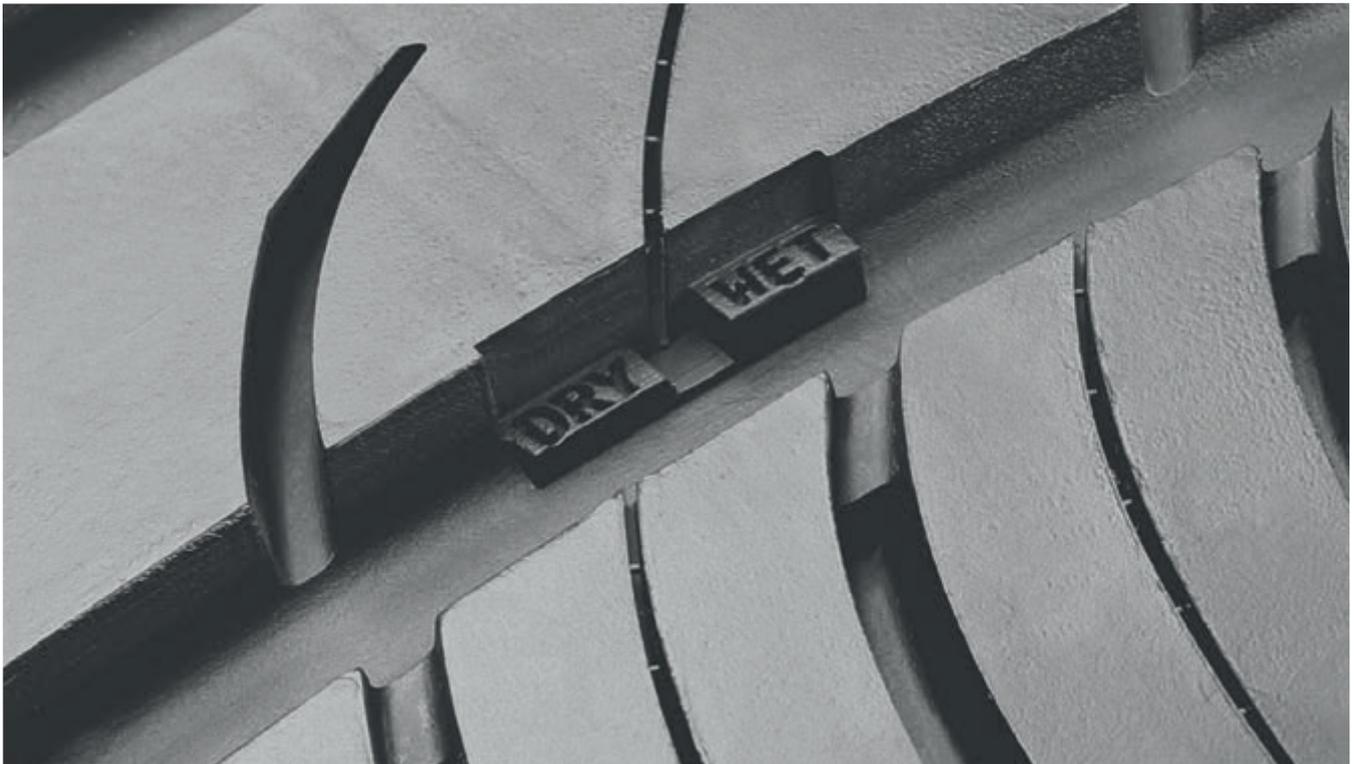
Unter den 73 zunächst verfügbaren Ausführungen befinden sich gleich 25 neue Dimensionen, die das aktuelle Sortiment deutlich erweitern gegenüber den jetzt auslaufenden Vorgängern. Mit dem größeren Sortiment will Interpneu eine Marktabdeckung von immerhin über 80 Prozent erreichen. Mit der Modernisierung und Erweiterung durch die beiden neuen laufrichtungsge-

bundenen Sommerreifen wachse das Platin-Reifensortiment jetzt auf rund 200 Dimensionen für Pkw, Vans und Transporter für den saisonalen bzw. ganzjährigen Einsatz. Auch die neuen Reifen seien dabei pünktlich zum Saisonstart ab dem Consumer-Reifenzentallager von Interpneu in Speyer verfügbar.

Die Entwicklung der beiden neuen Profile und Reifenmischungen für den Sommer sei dabei mit dem Ziel erfolgt, „Rollwiderstand und Performance zu optimieren sowie die Sicherheit auf trockenen und nassen Straßen weiter zu erhöhen. Dies spiegelt sich

Mit den neuen Platin-Pkw-Sommerreifen RP 420 Summer (links) und RP 320 Summer modernisiert und erweitert der Großhändler Interpneu das Angebot seiner Eigenmarke noch einmal deutlich, das damit nun rund 200 Dimensionen umfasst





Sollen den Autofahrern die Profiltiefenmessung erleichtern: sogenannte Wet- und Dry-Indikatoren im Rillengrund

auch in verbesserten EU-Reifenlabelwerten wieder.“

Unter den insgesamt 54 Dimensionen ab 15 Zoll bietet Interpneu mit dem Platin RP 420 Summer erstmals vier Ausführungen in 19 Zoll an und geht damit den Trend zu immer größer werdenden Bereifungen mit. Auch für das stark wachsende SUV-Segment sind neue Bereifungsoptionen verfügbar. Im UHP-Segment gibt es alleine 30 Dimensionen mit Speedindex Y und damit einer Zulassung bis 300 km/h.

Umlaufende Entwässerungsrillen sowie hydrodynamisch geformte Querrillen im Schulterbereich sollen hohe Sicherheitsreserven bei Aquaplaning bieten. Für starke Bremsleistung und bessere Performance auf nassen Straßen sollen außerdem bogenförmige Lamellen in der Innen- und Außenschulter sorgen. Durch neu entwickelte Reifenmischungen mit hohem Silicaanteil und verbesserter Polymertechnologie habe Hersteller Continental außerdem den Rollwiderstand reduzieren und ein besseres Nassbremsverhalten des Reifens erzielen können. So erreiche der überwiegende Anteil an Ausführungen des neuen Platin RP 420 die Labelwerte „C“ für den Rollwiderstand und „B“ beim Nassbremsen.

Der neue RP 320 Summer löst gleich zwei Vorgängermodelle ab und vereint künf-



Anlässlich der First-Stop-Partnertagung Anfang Februar in Madrid bat die PneuHage-Unternehmensgruppe, die seit 2017 für die operative Führung der vormals industriegeführten Verbundgruppe verantwortlich ist, zu Testfahrten der beiden neuen Platin-Sommerreifen RP 420 Summer und RP 320 Summer

tig in 19 Dimensionen zwischen 13 und 15 Zoll das Platin-Angebot für Kleinwagen und Mittelklasse-Pkw. „Die asymmetrisch angeordneten Profilblöcke sorgen für verbesserten Grip. Eine breite Mittenbandstruktur erhöht die Bremsleistung. Breite Mittelrillen und eine schmale Rille neben der Außenschulter verbessern gemeinsam mit der neuen Reifenmischung die Aquaplaningperformance und die Haftung bei Nässe“, betonte der Großhändler weiter anlässlich der Einführung.

Erstmals seien mit der aktuellen Produkteinführung bei Platin sogenannte Wet- und Dry-Indikatoren ins Profil eingearbeitet worden. Sie sollen den Fahrern die Profiltiefenmessung erleichtern. Ebenfalls neu im Profil: das Platin-Logo im Mittenband der Lauffläche. Das soll nicht nur optisch für eine größere Markenwahrnehmung sorgen, sondern könne auch das Auffinden der Reifen im Lager erleichtern.

*arno.borchers@reifenpresse.de*

## BestDrive materialisiert sich auch als Reifenmarke

Unter dem Namen BestDrive betreibt Continental in verschiedenen Ländern der Welt – sei es in den USA, China, Malaysia oder auch Frankreich und Italien – Handelsunternehmen rund um das Reifen-, Auto- und Nutzfahrzeugservicegeschäft. Jetzt bekommen die Betriebe von der Konzernmutter außerdem noch eine eigene Reifenmarke zur exklusiven Vermarktung an die Hand. Diese hört passenderweise auf den Namen BestDrive und soll sich ab diesem Sommer nicht zuletzt auch im deutschen und österreichischen Markt materialisieren und dort dann etwa über Vergölst bzw. Profi Reifen an die Endkunden gebracht werden.

Zum Start wird es zunächst je eine Sommerreifenvariante für Pkw und Vans geben für Felgendurchmesser von 13 bis hin zu 19 Zoll sowie mit Geschwindigkeitsindizes zwischen T (bis 190 km/h) und Y (bis 300 km/h). Alles in allem spricht Conti von rund 80 Artikelnummern. Bei den Produkten soll – wie bei Conti üblich – der Schwerpunkt auf kurzen Bremswegen bzw. dem Sicherheitsaspekt liegen. Wie es vonseiten des Konzerns auf Nachfrage der NEUE REIFENZEITUNG darüber hinaus heißt, sei zugleich genauso noch Wert auf Dinge wie ein niedriger Rollwiderstand, gute Nasshaftung und hohe Laufleistung gelegt worden.



Unter der Bezeichnung BestDrive betreibt Continental nicht nur Handelsunternehmen in verschiedenen Ländern der Welt, jetzt rollen zudem Reifen dieses Namens in den Markt und sollen ab Sommer hierzulande dann etwa bei Vergölst oder in Österreich bei Profi Reifen erhältlich sein



Mit der Einführung der Reifenmarke BestDrive trägt Conti dem Wunsch seiner Handelsbetriebe Rechnung, die mittels der exklusiv über sie vermarkteten Produkte ganz augenscheinlich versuchen wollen, sich einem direkten Vergleich mit anderen Reifenanbietern zu entziehen, die mit ihnen im Wettbewerb stehen

Der Wunsch nach einer solchen exklusiv von ihnen zu vermarktenden Reifenmarke sei demnach vonseiten der Handelstöchter selbst an Conti herangetragen worden. Und dem wolle man mit BestDrive nun halt Rechnung tragen. Hinsichtlich des ohnehin schon recht umfangreichen Straußes an Reifenmarken innerhalb des Konzerns beginnend bei Conti am obersten Ende und je nach geografischer Region gefolgt unter anderem von Uniroyal, Semperit, General Tire, Viking, Mabor, Barum oder Matador soll sich der Neuzugang dabei preislich etwas unterhalb der beiden zuletzt Genannten einsortieren.

*christian.marx@reifenpresse.de*

## „Discoverer All Season“: Auch Cooper führt Ganzjahresreifen ein

Mit dem „Discoverer All Season“ genannten Modell bringt nun auch Cooper Tires einen Pkw-Allwetterreifen auf den europäischen Markt. Er soll im ganzjährigen Einsatz mit jederzeit verlässlicher Traktion überzeugen und in einem breiten Spektrum an Dimensionen angeboten werden. Mit der 3PMSF-Kennzeichnung – das Kürzel steht für Three-Peak Mountain Snowflake – erfüllt er die Anforderungen, die seitens des Gesetzgebers für einen Einsatz bei winterlichen Fahrbahnbedingungen vorgeschrieben sind. Dafür setzt Cooper beim „Discoverer All Season“ auf neueste Silica-Laufflächenmischungstechnologie sowie ein Profildesign mit 3D-Lamellen, das außer für ein Mehr an Grip nicht zuletzt auch für eine schnelle Ab-

leitung von Wasser aus der Bodenaufstandsfläche sorgen soll. Anbietersagen zufolge weist sein neuer Ganzjahresreifen daher durchgängig eine „B“-Einstufung hinsichtlich des Kriteriums Nasshaftung beim EU-Reifenlabel auf.

Zu mehr Aquaplaningsicherheit sowie gleichzeitig noch besseres Lenkansprechen trage zudem die Blockreihe in der Mitte der Lauffläche bei, heißt es weiter. Eine optimierte Verteilung der Profilblöcke soll darüber hinaus für eine geringe Geräuschentwicklung sorgen. Demnach stand des Weiteren noch das Thema Laufleistung bei der Entwicklung des Reifens im Fokus. „Der Cooper ‚Discoverer All Season‘ stellt eine wichtige Erweiterung unseres Produktangebotes dar, zumal Ganzjahresreifen immer

Coopers neuer Ganzjahresreifen „Discoverer All Season“ soll in einem breiten Spektrum an Dimensionen auf den Markt kommen



populärer und relevanter für europäische Autofahrer werden. Das ist eine spannende Entwicklung für uns in Bezug auf die Erweiterung unseres ohnehin schon breiten Portfolios und mit Blick darauf, beim Autofahren für Vertrauen zu sorgen mit Reifen, die für eine lange Lebensdauer ausgelegt sind“, sagt Coopers für Europa verantwortlicher Marketing- und Vertriebsdirektor Michiel Kramer.

*cm*

## Maxxis: Neuer All-Season-Reifen für Anhänger Vansmart A/S-AL2

**J**ahrelanges Know-how aus der Trailermaxx-Reifenserie und der Entwicklung von Ganzjahresreifen seien in das All-Season-Profil Vansmart A/S-AL2 von Maxxis für Anhänger eingeflossen. Speziell aufgelegt für den gewerblichen Gebrauch, eigne sich das neue Profil 195/55 R10C für Chassis aus dem Abschleppgewerbe und Anhänger in der kommunalen Anwendung, heißt es aus dem Hause des Reifenherstellers. Der Spezialreifen bestehe wie alle seine Ganzjahresreifen aus der jüngsten Generation der All-Season-Gummimischungen, welche die Eigenschaften von Sommer- und Winterreifen vereinen. Bewährte Komponenten und die Silica-Laufflächenmischung sorgten für „herorragende Nassbremseigenschaften und Traktion bei Nässe“. Besonders beim Fahren und Rangieren auf unbefestigtem Untergrund würden sich die mittels UHDS-Nanopartikeltechnologie selbstreinigenden Eigenschaften des Profils bewähren. Aufgrund seiner größeren Profiltiefe im Vergleich zu Sommerreifen zeichne sich der Pneu durch eine höhere Laufleistung als sehr wirtschaftliche Bereifung aus.

Das Profildesign leite sich von den gleichnamigen Vansmart-Lkw-Profilen ab, während das Multi-Angle-Sipe-Design die Ganzjahrestauglichkeit gewährleiste. Sowohl das Drei-Rillen-Profil-Design als auch die offenen Querrillen über die gesamte Profiltiefe leiteten das Wasser optimal ab, wodurch das Aquaplaningrisiko gesenkt werde. Die verstärkte Steifigkeit der Schulterblöcke verringere den Profilabrieb. Ein neu komponierter Wulstkern und Apex bewirkten

einen optimalen Sitz auf der Felge, was zu einer erhöhten Sicherheit des Reifens beitrage. „Mit dem Vansmart A/S-AL2 bieten wir ein innovatives All-Season-Profil in Premiumqualität für Anhänger, das sich im Gebrauch als besonders robust und ökonomisch erweist“, sagt Dirk Rohmann, Geschäftsführer der Maxxis International GmbH. „Aufgrund der Ganzjahrestauglichkeit steigt das Vertrauen in die Bereifung bei winterlichen Bedingungen.“ Gerade im gewerblichen Gebrauch sei das von Vorteil, da die Anhänger regelmäßig im Einsatz sind und für diese keine Winterreifenpflicht besteht.

CS



## Yokohama unterstützt Werkstätten beim Wuchten mit Doppelmarkierung

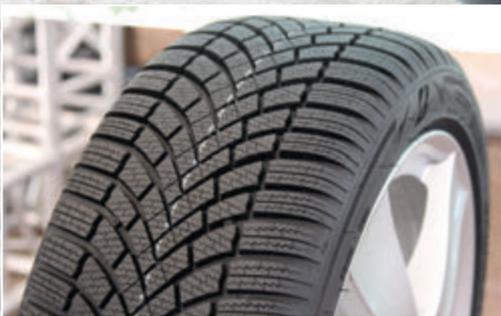
**A**uch wenn ein Komplettrad optisch rund ist, kann es zu einer ungleichmäßigen Massenverteilung kommen. Damit dennoch ein optimaler Rundlauf gewährleistet ist, werden diese Toleranzen nach der Montage durch Wuchtgewichte ausgeglichen. Der Reifenhersteller Yokohama geht nach eigenen Angaben bei der Messung und Kennzeichnung seiner Pneos besonders präzise vor. „Alle Produkte werden einer dynamischen Messung unterzogen, wobei die Pneos auf eine Messfelge aufgezogen und in Rotation versetzt werden. Hierdurch lässt sich die leichteste Stelle des Reifens ermitteln, sie wird mit einem gelben Punkt gekennzeichnet. Bei der Montage muss diese Markierung nur noch mit der schwersten Stelle der Felge – üblicherweise am Ventil – in Übereinstimmung gebracht werden, um eine ideale Massenverteilung zu erreichen“, heißt es aus dem Unternehmen. Zusätzlich würden alle Reifen einer Messung der Kraftschwankungen unterzogen. Mit Hilfe einer Messrolle werde dabei die Federrate der Seitenwand gemessen und mit einem roten Punkt markiert (Peak). Bei Leichtmetallrädern mit einer korrespondierenden Kennzeichnung des minimalen Höhengschlages (weißer Punkt an der Felge) könne der Monteur somit auch über diese Angabe noch Feintuning in Sachen Rundlauf betreiben.

CS



# Fünfer-Reihe bekommt Zuwachs

## „Blizzak LM005“ verbreitert und verschlankt Bridgestones Winterreifenportfolio



Laut Bridgestone ist sein neuer „Blizzak LM005“ der erste Winterreifen, der über das gesamte Spektrum angebotener Dimensionen in Bezug auf seine Nasshaftung eine „A“-Einstufung beim EU-Reifenlabel vorweisen kann

In Bridgestones Winterreifenportfolio ist es derzeit noch das Profil „Blizzak LM001 Evo“, mit dem der Reifenhersteller auf das Pkw-Segment abzielt. Unlängst präsentierte er jedoch dessen Nachfolger namens „Blizzak LM005“. Seine Produktbezeichnung wurde dabei sicher wohl nicht rein zufällig so gewählt, komplettiert er damit nun doch gewissermaßen die Fünfer-Reihe des Anbieters. Die besteht bis dato aus dem Ende 2017 vorgestellten Pkw-Sommerreifen „Turanza T005“ und dem im darauffolgenden Jahr bei der „The Tire Cologne“ erstmals gezeigten Pkw-Ganzjahresreifen „Weather Control A005“.



Offizielle Vorstellung des Winterreifens „Blizzak LM005“ (von rechts): **Christian Mühlhäuser** und **Julia Krönlein** – Geschäftsführer respektive Marketingleiterin für die Central Region bei Bridgestone – präsentieren gemeinsam mit Produktmanager **Robert Sauer mann** das neue Profil

**D**er „LM005“ für die kälteren Monate des Jahres soll sich durch ein geändertes Profildesign von seinem Vorgänger unterscheiden. Hinsichtlich seiner „inneren Werte“ baut Bridgestone demnach auf seine „NanoPro-Tech“-Laufflächenmischungstechnologie. Nicht zuletzt dank dessen hat sich der neue Reifen dem Vernehmen nach in einem vom Hersteller beim TÜV Süd in Auftrag gegebenen Vergleichstest gut gegen Wettbewerbsprodukte wie Contis „WinterContact TS860“, Goodyears „UltraGrip 9“, Michelins „Alpin 6“ und Pirellis „Cinturato Winter“ behaupten können. Wie es weiter heißt, habe er montiert in der Größe 195/65 R15 an einem VW Golf 1.6 VII in den Disziplinen Bremsen und Traktion auf Schnee sowie beim Bremsen auf Eis jeweils immer zu den beiden Besten gezählt. Doch auch bei Nässe soll der „Blizzak LM005“ glänzen können. Jedenfalls ist er laut Bridgestone der erste Winterreifen, der über das gesamte Spektrum angebotener Dimensionen in Bezug auf seine Nasshaftung eine „A“-Einstufung beim EU-Reifenlabel vorweisen kann.

Mit dem Hersteller aussagen zufolge in Europa entwickelten und produzierten Reifen baut der Anbieter sein Portfolio an Pkw-Reifen für die kalten Monate des Jahres einerseits aus, verschlankt es andererseits dabei aber auch. So erklärte es jedenfalls die im Unternehmen für dessen sogenannte Central Region (Deutschland, Österreich, Schweiz) verantwortliche Marketingleiterin Julia Krönlein anlässlich der offiziellen Vorstellung des neuen Reifens. Denn dieser wird nicht nur seine beiden direkten Vorgänger „Blizzak LM001“ beziehungsweise „Blizzak LM001 Evo“ ablö-

sen, sondern zugleich noch an die bisher von den Modellen „Blizzak LM80“ bzw. „Blizzak LM80 Evo“ sowie „DriveGuard Winter“ ausgefüllte Stelle treten. Wie Krönlein ergänzt, soll mit dem „LM005“ zukünftig der komplette Markt an Wintertouringreifen für Pkw und Sport Utility Vehicles (SUVs) abgedeckt werden. Insofern reicht die Dimensionpalette des Neuen denn auch bis hin zu Größen in 21 und 22 Zoll. Zumal es nicht zuletzt eben SUVs sind, die den Trend zu immer größeren Reifengrößen jenseits der Marke von 17 Zoll antreiben, wie Christian Mühlhäuser als für Bridgestones Central Region verantwortlicher Geschäftsführer erläuterte.

Der Reifen sei bei alledem so konzipiert, um „Autofahrern das Fahren im Winter angenehmer zu machen“. Dazu hat der Reifenhersteller zunächst eine Kundenbefragung mit 20.000 Teilnehmern aus ganz Europa durchgeführt, um so in Erfahrung zu bringen, worauf es den Verbrauchern ankommt. Herausgekommen sein soll dabei, dass von einem Winterreifen insbesondere hervorragende

	14"	15"	16"	17"	18"	19"	20"	21"	22"
<b>2018</b>									
PKW	Blizzak LM001 EVO & LM001								
SUV	Blizzak LM80 EVO & LM80								
DRIVEGUARD	DriveGuard Winter								
<b>2019-2020</b>									
PKW	Blizzak LM005 (PKW, SUV)								
SUV	* Blizzak LM005 mit DriveGuard Technologie								
DRIVEGUARD									

Mit dem „Blizzak LM005“ will Bridgestone zukünftig den kompletten Markt an Wintertouringreifen für Pkw und Sport Utility Vehicles (SUVs) abdecken

## NAH AM OPTIMALLEN PROFIL? DOPPELTES (REIFEN-)LOTTCHEN „LM005“/„TS860“

Kontrolle über das Fahrzeug bei Nässe sowie starke Leistungen auf Schnee und Eis gewünscht werden. Um diesen Anforderungen gerecht zu werden, wurde beim „Blizzak LM005“ das Zusammenspiel zwischen der Laufstreifenmischung und dem neuen Reifenprofil weiter optimiert und so letztlich die Haftung zwischen Fahrzeug und Fahrbahn verbessert. Der hohe Silicaanteil der „NanoPro-Tech“-Mischung halte den Reifen selbst „bei sehr kalten Temperaturen weich, was maximale Traktion gewährleistet“, wie der Anbieter verspricht. Damit der Reifen eine „gleichbleibende Performance unter allen Winterbedingungen“ bietet, wurde zugleich noch auf eine verbesserte Verteilung des Füllstoffes Silica innerhalb der Mischung geachtet.

Des Weiteren ist eine höhere Anzahl an seitlichen Profilrillen im Schulterbereich für einen zusätzlichen Beitrag zu mehr Grip auf Schnee und Eis bzw. auch beim Bremsverhalten zuständig. „Letzteres wird durch einen optimierten Kontaktdruck der Schulterblöcke weiter verbessert. Ein vergrößerter Abstand der Profilblöcke in der Mitte des Reifenprofils sorgt zudem für eine verbesserte Wasserableitung und Haftung auf Schnee. Hinzu kommen Zick-Zack-Rillen, die zur Optimierung der Haftung zwischen dem Schnee in den Rillen sowie dem Schnee auf der Straße dienen“, so der Reifenhersteller. Die Kombination aus einem 2D- und einem 3D-Lamellendesign im Schulterbereich und seitlichen Profilrillen ermögliche dem „Blizzak LM005“ ebenfalls einen besseren Grip bei eisigen Straßenverhältnissen, heißt es weiter. Um bei breiteren Reifendimensionen die Wasserableitung zu verbessern, weisen diese zudem längliche Rillen auf.

Apropos Reifengrößen: Zum Marktstart in diesem Jahr wird der „Blizzak LM005“ in 116 Dimensionen angefangen bei 14 bis hin zu 21 Zoll erhältlich sein, wobei für 2020 dann 40 zusätzliche Dimensionen und die Erweiterung des Line-ups bis hin zu 22 Zoll angekündigt sind. „Mit der Markteinführung des neuen Reifens umfasst das Bridgestone-Winterportfolio sowohl Pkw als auch SUVs und deckt bis 2020 insgesamt 92 Prozent der Nachfrage ab. Die Be-

„Sieht aus wie der Conti“, so der Kommentar eines Lesers auf den Facebook-Seiten der NEUE REIFENZEITUNG bezogen auf das Profildesign von Bridgestones neuem Winterreifen „Blizzak LM005“ im Vergleich wohl mit dem „WinterContact TS860“ aus dem Hause des deutschen Reifenherstellers. Jeder an Reifendingen nicht so interessierte Laie und damit wahrscheinlich die überwiegende Mehrheit der deutschen Autofahrer/Verbraucher dürfte tatsächlich so ihre Schwierigkeiten haben, die beiden Modelle auseinanderzuhalten: Rund und schwarz sind ohnehin beide, und das Profil weist durchaus einige Ähnlichkeiten auf. Nun hat es Bridgestone trotz aller auch in der Reifenbranche üblicher Wettbewerbsbeobachtung ganz sicher nicht darauf angelegt, den Reifen eines anderen Herstellers plump zu kopieren. Vielmehr scheinen solche sich mehrenden Fälle frappierender Ähnlichkeiten bei der Profildesignung vor allem bei Winter- und Ganzjahresreifen darauf hinzudeuten, dass sich die Entwickler – zumindest nach derzeitigem Stand – heute schon ziemlich nahe am Optimum dessen bewegen, was bezüglich Grip/Traktion bei winterlichen Fahrbedingungen über die Profildesignung herauszuholen ist.

Nicht ohne Grund wird über beinahe alle Hersteller hinweg inzwischen beispielsweise überwiegend auf ein laufrichtungsgebundenes Profil in V-Form gesetzt. Denn dies gilt als Mittel der Wahl, wenn es um Haftung/Traktion auf winterlichen Straßen geht. Wenn so aber letztlich immer weniger und kleinere Profildetails übrig bleiben, um vielleicht noch ein paar letzte Prozentpunkte mehr an Winterleistung aus einem Reifen herauszukitzeln, dann ist eine zunehmende Ähnlichkeit der Produkte verschiedener Anbieter kaum verwunderlich. Jedoch kommt es bei Reifen ja immer auch auf ihre inneren Werte an. Soll heißen: auf Dinge wie den Unterbau, vor allem aber auf deren Laufflächenmischung. Selbst wenn also ihre äußerliche Erscheinung nicht unähnlich sein sollte, so werden letztendlich doch erst die Winterreifentests zur Herbstsaison Aufschluss über die Leistungsfähigkeit des „Blizzak LM005“ im Vergleich zum bei bisherigen Produktvergleichen recht erfolgreichen „WinterContact TS860“ – und zu weiteren Modellen anderer Hersteller – geben.

*christian.marx@reifenpresse.de*



Jeder an Reifendingen nicht so interessierte Laie und damit wahrscheinlich die überwiegende Mehrheit der deutschen Autofahrer/Verbraucher dürfte Schwierigkeiten haben, diese beiden Modelle auseinanderzuhalten: Bridgestones neuer „Blizzak LM005“ (links) und Contis „WinterContact TS860“

darfsdeckung nach Reifen mit größerem Felgendurchmesser – 17 Zoll und größer – beträgt 90 Prozent“, sagt Krönlein. Im Endausbau des „LM005“-Lieferprogramms 2020 werden sich bei alldem insgesamt 24 gängige Größen mit Notlaufeigenschaften finden, wobei Bridgestone die dahinter stehende Technologie verstärkter Seitenwände „DriveGuard“ nennt. Von den alles in allem zwei Dutzend geplanten Größen mit „DriveGuard“-Technologie werden nach Krönleins Worten 13 aber schon in diesem Jahr zur Verfügung stehen.

*christian.marx@reifenpresse.de*

# Nokian ergänzt seine Hakkapeliitta-Winterreifenfamilie zum Herbst

## Der LT3 ist in Deutschland ohne Spikes erhältlich

Nokian ergänzt seine Hakkapeliitta-Winterreifenfamilie um den LT3. Der Pneu sei laut Reifenhersteller der erste Winterreifen mit Edelstahlspikes. Schlüsselmärkte für den Reifen sind nordeuropäische Länder, Nordamerika, Mitteleuropa und Russland. Er wird mit und ohne Spikes produziert, in Deutschland allerdings nur in der Variante ohne Spikes verkauft. Diese Version des Nokian Hakkapeliitta LT3 wurde entwickelt und getestet, um auch in den Regionen maximale Wintersicherheit zu bieten, in denen die Verwendung von Spikes nicht erlaubt ist. Der Reifen wird in 16 verschiedenen Größen von 16 bis 20 Zoll zu haben sein. Der Geschwindigkeitsindex liegt bei Q (160 km/h), Verbrauchern wird der neue Pneu ab Herbst 2019 zur Verfügung stehen.



**D**as Fahren auf schneebedeckten und vereisten Straßen kann besonders mit Reifen, die nicht für diese Aufgabe ausgelegt sind, schwierig sein. Der Nokian Hakkapeliitta LT3 sei für schwere Allradfahrzeuge, Pick-ups und Lkw konzipiert und somit der perfekte Begleiter beim Schneeräumen von Straßen oder beim Ziehen von Anhängern in den kalten Wintermonaten. Der Reifen verfüge über eine erhöhte Profiltiefe von 13,5 Millimetern und Modelle mit einem Tragfähigkeitsindex (LI) über 121 sogar über eine Profiltiefe von 14,5 Millimetern. Der Pneu verfüge über eine stabile LT-Struktur, die hohe Radlasten präzise und sicher bewältige. Die stabile Struktur werde genutzt, um die notwendige Widerstandsfähigkeit für unterschiedliche Straßenverhältnisse zu optimieren. „Diese Widerstandsfähigkeit wird außerdem durch eine extrem reiß- und schnittfeste Profilmischung ergänzt. Die speziell für starke Beanspruchung entwickelte Arctic-Grip-Mischung bietet eine ausgezeichnete Laufleistung, Schnittfestigkeit und Beständigkeit“, heißt es bei dem Reifenhersteller.

Im Vergleich zum Vorgängermodell Nokian Hakkapeliitta LT2 sei der Neuzugang hinsichtlich Eis- und Schneehandling sowie Grip deutlich verbessert. Der Nokian Hakkapeliitta LT3 biete auch bei Nässe und Schneematsch eine verbesserte Bodenhaftung. Die Aramidseitenwandtechnologie biete Schutz gegen Stöße und Schnitte. „Das Winterwetter bietet viele Herausforderungen für Fahrer, von schnee- und eisbedeckten Straßen bis hin zu großen Rissen und Schlaglöchern, die den Asphalt schwächen und beschädigen. Die zusätzliche Widerstandsfähigkeit und Sicherheit durch Aramidseitenwände ermöglichen dem Fahrer eine sorgenfreie Fahrt. Gefährliche und kostspielige Reifenschäden können

vermieden werden“, sagt Tommi Ajoviita, Entwicklungsleiter bei Nokian Tyres.

Für zusätzliche Sicherheit enthalte die Lauffläche eine von Nokian Tyres patentierte WSI-Profiltiefenanzeige (Winter Safety Indicator). In Kombination mit einem Schneeflockensymbol zeige sie die verbleibende Profiltiefe in Prozent an. Das Schneeflockensymbol bleibe bis zu einer Resttiefe von vier Millimetern sichtbar. Sobald die Schneeflocke nicht mehr zu sehen ist, empfiehlt Nokian Tyres, neue Winterreifen zu kaufen, um ausreichende Sicherheit zu gewährleisten. Auch die Positions- und Luftdruckanzeige im Infobereich an der Seitenwand erhöhe die Sicherheit. Der Infobereich ermögliche es, beim Reifenwechsel den korrekten Luftdruck und die Position des Reifens zu erfassen. Komfort und Sicherheit würden durch ein zusätzliches Infefeld weiter verbessert, in dem das Anzugsdrehmoment der Schrauben eingetragen werden kann.

### Edelstahlspikes für die nordischen Märkte

Auch wenn für Deutschland nicht zulässig, das wichtigste Merkmal des Reifens sei die optimierte Spiketechnologie. Das Arctic-Stud-Konzept bestehe aus einem völlig neuem Spikemodell. Die Edelstahlspikes seien korrosionsbeständig. Der sogenannte Ankerspike bestehe aus einer neuen Bodenflanschform und einem sternförmigen Hartmetallstift. „Die neuen Spikes sind 12,7 Millimeter lang und damit zwei Millimeter länger als die des Vorgängermodells. Es wird daher wesentlich länger dauern, bis sich die Spikes abnutzen“, erklärt Tommi Ajoviita.

cs



## Buchneuerscheinung zur Werkstattzukunft



**A**ls *Autohaus-/Auto-Service-Praxis-*Buch hat die Springer Fachmedien München GmbH eine Neuerscheinung herausgebracht, die sich an Führungskräfte in Kfz-Betrieben wie Autohäuser oder Werkstätten richtet. „Die Werkstattzukunft“ betitelt, will man mit dem Ratgeber aufzeigen, „welche Weichen gestellt werden sollten, um künftigen Kunden- und Marktanforderungen gerecht zu werden“. Dazu vermittele das knapp 280 Seiten umfassende Werk der Autoren Erwin Wagner und Herbert Gruber die nötigen Grundlagen für ein erfolgreiches Werkstattmanagement, heißt es weiter. Das Fachbuch veranschauliche, wie Effizienz gesteigert und Verschwendung gleichzeitig reduziert werden könne, und soll Anregungen enthalten, mit denen Monteure eine halbe Stunde Zeit pro Tag einsparen können. „So könne man – auf 230 Arbeitstage umgerechnet – pro Jahr ungefähr 10.000 Euro einsparen“, wie auf Basis dessen vorgerechnet wird. Abgesehen davon wird demnach noch auf die Zukunft der Werkstattauslastung und den Fachkräftemangel in der Branche eingegangen samt Tipps, wie Letzterem entgegen gewirkt werden kann dank neuer Wege bei der Personalsuche oder über neue Arbeitszeitmodelle und Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen. Thematisiert werden in dem Buch außerdem Dinge wie unter anderem die richtige Anwendung von Steuerungskennzahlen im Aftersales, die optimale Werkstatteinrichtung sowie die Optimierung von Serviceprozessen. cm

## Deutsche Autofahrer bevorzugen Reifen „führender Hersteller“



Ein kaum überraschendes Ergebnis des Rezulteo-Trendreports fürs Schlussquartal 2018 ist, dass deutsche Autofahrer sich im betreffenden Zeitraum vor allem für Winterreifen interessierten

Rezulteo hat die Ergebnisse seines Trendbarometers für das vierte Quartal 2018 veröffentlicht. Basierend auf entsprechenden Anfragen deutscher Nutzer bei der Reifenvergleichsplattform hat sich dabei unter anderem ergeben, dass in den letzten drei Monaten des vergangenen Jahres erwartungsgemäß vor allem Winterreifen bei den Verbrauchern im Fokus des Interesses standen: Beinahe die Hälfte der Suchanfragen soll auf sie entfallen sein, während sich jeweils rund ein Viertel für Ganzjahres- bzw. Sommerreifen interessierte. Die höchste Winterreifennachfrage innerhalb des betreffenden Zeitraumes wurde demnach Ende Oktober registriert, wo deren Anteil bei den Kundenanfragen fast 54 Prozent erreicht habe. Gleichwohl ist von einem insgesamt sinkenden Interesse an Winterreifen die Rede, zumal diese Reifengattung im vierten Quartal 2017 durchschnittlich noch einen Anteil von leicht über 60 Prozent für sich habe reklamieren können bei der Kundenrecherche auf der deutschen Rezulteo-Plattform.

„Der Anteil an Winterreifen war 2017 stetig höher“, so die Lizeo Group aus Lyon (Frankreich), die hinter dem Onlineangebot steht und eigenen Angaben zufolge entsprechende Reifenpreisvergleichsportale in insgesamt 20 Ländern betreibt. Bei alledem habe im Schlussquartal 2018 die Mehrheit der deutschen Rezulteo-Websitenutzer (64,1 Prozent) Produkte von „führenden Reifenherstellern“ gewählt, wobei in diesem Zusammenhang Namen wie Goodyear, Continental, Hankook, Pirelli, Dunlop und Michelin genannt werden. Immerhin 20,6 Prozent sollen beim Reifenvergleich Modelle von Marken aus dem mittleren Reifensegment ins Auge gefasst haben. „Am häufigsten wurde auf Rezulteo der Dunlop ‚Winter-Sport-5‘-Winterreifen ausgewählt gefolgt vom Ganzjahresreifen Goodyear ‚Vector 4Seasons Gen-2‘ und dem Winterreifen Continental ‚WinterContact TS 860‘“, sagen die Franzosen, die im April ihren nächsten Trendreport für den Zeitraum Januar bis März 2019 veröffentlichen wollen. cm

## Erste Fahrzeughersteller setzen auf mit QR-Codes markierte OE-Reifen

Schon seit einiger Zeit bietet die 4Jet Technologies GmbH (Alsdorf) eine Lösung im Markt an, mittels der Reifen individuell und dauerhaft durch den Einsatz sogenannter maschinenlesbarer Quick-Response- bzw. QR-Codes gekennzeichnet werden können. „Kern der Lösung ist ein Laserprozess, der die Reifenkennzeichnung mit individuellen QR-Codes ermöglicht, die dauerhaft und vor Abrieb geschützt in die Seitenwände graviert werden. Der hohe Kontrast der Gravur macht es möglich, den Code mit optischen Leseverfahren prozesssicher auszulesen“, so das Unternehmen. Dafür hat 4Jet spezielle Lesesysteme für den Einsatz in der Rad-/Reifenlogistik entwickelt genauso wie mit „Scannect“ einen Softwarebaustein für die Integration in mobile Apps. Laut dem Anbieter sind die von ihm entwickelten QR-Codes nunmehr auch in der Serienfertigung für die Pkw-Erstausrüstung angekommen.

„Erste Volumenmodelle der BMW Group werden seit Ende 2018 serienmäßig mit der neuen Technologie ausgestattet. Gleichzeitig führen zwei namhafte Hersteller von Nutzfahrzeugreifen 2019 QR-Codes in der Massenproduktion und Runderneuerung von Lkw-Reifen ein“, so die Alsdorfer. Wie schon in den vergangenen Jahren und zuletzt 2017 haben sie Anfang März bei der diesjährigen „Tire Technology Expo“ in Hannover über die wei-

teren Entwicklungen in diesem Bereich informiert. Heute sollen demnach schon rund 20 Reifenfabriken auf drei Kontinenten in der Lage sein, entsprechende QR-Codes auf den von ihnen produzierten Produkten einzusetzen. „Mehrere Automobil- und Reifenhersteller prüfen aktuell Folgeprojekte“, so der Anbieter, zu dessen Portfolio abgesehen von dem QR-Code-Ansatz auch RFID-Tags (RFID steht für Radio-Frequency Identification) zur Identifizierung/Nachverfolgung von Reifen gehören. *cm*

Kern der 4Jet-Lösung ist ein Laserprozess, der die Reifenkennzeichnung mit individuellen in die Seitenwände eingravierten QR-Codes ermöglicht, die sich mittels optischer Verfahren dann wieder maschinell auslesen lassen



## TEC Speedwheels GT EVO Das Design Highlight 2019



Sofort verfügbar in 18"-20" für alle gängigen Fahrzeugmodelle - in Schwarzglanz und Titan hornpoliert prägen die Konturen der dreiteiligen Leichtmetallfelge die moderne GT Evo im Retro-Motorsportlook.

Weitere Infos unter [www.tec-speedwheels.de/special](http://www.tec-speedwheels.de/special)  
 Hans-Geiger-Str.15 | D-67661 Kaiserslautern



## Autofahrer wünschen sich auf Wetterverhältnisse reagierende Reifen

Intelligente Technologien werden ein immer wichtigerer Bestandteil von Fahrzeugen. Künstliche Intelligenz kann auf kurzfristige Veränderungen am Fahrzeug oder in dessen Umgebung schneller reagieren als der Mensch und wird deshalb langfristig auch in Reifen seinen Einsatz finden. Laut einer von Nokian Tyres in Auftrag gegebenen Studie, bei der 4.100 Autofahrer befragt wurden, wünschten sich 34 Prozent der europäischen Autofahrer, dass die Reifen an ihren Fahrzeugen durch den Einsatz von Sensorik in Zukunft selbstständig auf veränderte Wetterbedingungen reagieren können. Ein intelligenter Reifen könnte sowohl sich selbst als auch seine Umgebung permanent überwachen und so auf Veränderungen reagieren, bevor sie dem Fahrer auffallen. „Sensoren im Reifen könnten zukünftig Profiltiefe und Verschleiß messen und den Fahrer warnen, sobald neue Reifen benötigt werden. Ebenfalls ist denkbar, dass das System differenzierte Vorschläge macht und den Fahrer beispielsweise auffordert, die vorderen und hinteren Reifen zu tauschen, um so den Verschleiß zu minimieren“, sagt Teemu Soini, der bei Nokian Tyres für neue Technologien verantwortlich ist.

### Intelligente Lösungen in Sicht

In der ersten Stufe intelligenter Reifentechnologie messen Sensoren verschiedene Variablen und leiten die Informationen an den Fahrer weiter entweder direkt über die Konnektivitätssysteme des Fahrzeugs oder über das Smartphone des Fahrers. Ein echter intelligenter Reifen ist jedoch einer, der selbstständig auf die Informationen des Sensors reagieren kann – ohne, dass ein Eingreifen des Fahrers nötig wird. „Solche Reifen könnten sich dann automatisch an Wetter- und Straßenverhältnisse anpassen, indem sie beispielsweise selbstständig ihr Profil ändern. Bei Nässe könnten die Rillen, die für die Wasserspeicherung verantwortlich sind, ihr Volumen vergrößern

und so das Aquaplaningrisiko verringern.“ Zwar würden Reifen in der EU schon heute in diese Richtung tendieren. Denn seit 2014 sind Sensoren zur Kontrolle des Reifendrucks (RDKS-Sensoren) bei Neufahrzeugen Pflicht. Aber Reifen, die selbstständig eingreifen, seien heute noch nicht verfügbar. „Das Angebot an intelligenten Anwendungen der nächsten Generation für Pkw-Reifen ist derzeit noch sehr überschaubar, man kann allerdings davon ausgehen, dass sich das in den nächsten fünf Jahren ändern wird. Fahrerassistenzlösungen werden dann auch vermehrt in Premiumreifen integriert sein. Reifen, die automatisch auf Situationen reagieren können, sind aktuell allerdings noch Zukunftsmusik“, ergänzt Soini. Doch diese Zukunft könne Realität werden, wenn es der Industrie gelinge, eine Reihe von Aufgaben zu lösen: zum Beispiel, wie man die Sensoren unter der ständig ausgesetzten Belastung langlebig und sicher genug mache und wie man intelligente Technologien zu einem natürlichen Bestandteil des Produktionsprozesses mache.

### Sicherheitsaspekt hat in der Entwicklung Priorität

Neben einer intelligenten Reaktionsfähigkeit ist die wichtigste Anforderung der Verbraucher an einen Reifen die Sicherheit. Laut der Befragung vom Marktforschungsunternehmen YouGov, die von Nokian beauftragt wurde, wünscht sich fast jeder zweite Fahrer sicherere Reifen, als sie es heute bereits sind. „Die Fortschritte in der Materialtechnologie ermöglichen es bereits heute, Reifen zu bauen, die gerade unter schwierigen Bedingungen noch besser funktionieren. In der Praxis können wir die Haftung unter extrem anspruchsvollen Bedingungen verbessern, ohne die Lebensdauer zu beeinträchtigen. Bei Nokian Tyres steht die Sicherheit bei der Entwicklung neuer Reifen immer an erster Stelle, und so wird es auch zukünftig sein“, sagt Teemu Soini. cs



Jetzt kostenlos anmelden  
& Treuebonis sammeln



- 100 % kostenfrei
- Reifen, Felgen, Autozubehör/-teile
- Komplettträger inkl. RDKS, Treuekonto, uvm.

powered by amodo

## DIE WÜNSCHE DER EUROPÄISCHEN FAHRER AN DIE ZUKUNFT

### In Zukunft möchte ich, dass meine Reifen ...

#### ... sicherer sind

- alle Länder: 44 Prozent
- Deutschland: 34 Prozent
- Italien: 51 Prozent
- Frankreich: 30 Prozent
- Tschechische Republik: 50 Prozent
- Polen: 56 Prozent

#### ... zur Anpassung an unterschiedliche Bedingungen Sensoren nutzen

- alle Länder: 34 Prozent
- Deutschland: 30 Prozent
- Italien: 40 Prozent
- Frankreich: 35 Prozent
- Tschechische Republik: 28 Prozent
- Polen: 35 Prozent

#### ... nicht mehr zum Saisonwechsel gewechselt werden müssen

- alle Länder: 33 Prozent
- Deutschland: 35 Prozent
- Italien: 30 Prozent
- Frankreich: 40 Prozent
- Tschechische Republik: 28 Prozent
- Polen: 34 Prozent

#### ... langsamer verschleifen, als sie es derzeit tun

- alle Länder: 25 Prozent
- Deutschland: 27 Prozent
- Italien: 19 Prozent
- Frankreich: 21 Prozent
- Tschechische Republik: 33 Prozent
- Polen: 25 Prozent

#### ... leicht rollen, Kraftstoff sparen und so die Reichweite meines E-Fahrzeugs erhöhen

- alle Länder: 23 Prozent
- Deutschland: 28 Prozent
- Italien: 23 Prozent
- Frankreich: 19 Prozent
- Tschechische Republik: 24 Prozent
- Polen: 21 Prozent

#### ... pannensicher sind und sich selbst reparieren

- alle Länder: 22 Prozent
- Deutschland: 19 Prozent
- Italien: 20 Prozent
- Frankreich: 17 Prozent
- Tschechische Republik: 25 Prozent
- Polen: 31 Prozent

Quelle: Nokian Tyres

NRZ 3/2019

## Nach Audit seines US-Werkes beliefert Giti Tire von dort nun den VW-Konzern

Laut Giti Tire ist das Audit seines noch recht jungen US-amerikanischen Werkes durch Volkswagen jetzt abgeschlossen. Insofern wird man den Fahrzeughersteller jetzt von dort aus mit Erstausrüstungsreifen für dessen Passat beliefern, nachdem Entsprechendes schon vor fast zwei Jahren angekündigt worden war. Demnach handelt es sich dabei um das Giti-Profil „ComfortA1“ in den beiden Dimensionen 235/45 R18 95H und 235/40 R19 92H. Ihre Produktion für VW soll noch im ersten Quartal aufgenommen werden. „Das erfolgreiche Audit durch Volkswagen ist das Ergebnis einer soliden Mannschaftsleistung über einen Zeitraum von sechs Monaten sowie ein großer Schritt vorwärts für das Werk in Chester County auf seinem Weg, Reifen ‚Made in America‘ für einen der weltweit führenden Automobilhersteller zu fertigen. Eines unsere Ziele bei der Ankündigung der Fabrik in Chester County war es, ein wertgeschätzter Erstausrüstungslieferant in Nordamerika zu werden. Und dies ist nun ein enormer Schritt in diese Richtung“, meint David Dobradenka, Director of OE Sales North America bei Giti Tire USA. cm



Das erfolgreiche Audit des Giti-Werkes in Chester County (USA) durch Volkswagen wird beschrieben als solide Mannschaftsleistung und „Schritt auf dem Weg, ein wertgeschätzter Erstausrüstungslieferant in Nordamerika zu werden“

## „FlexStud“-Technologie für neuen Conti-Spikereifen

Ein ersten Ausblick auf seine neueste Spiketechnologie hatte Continental schon im vergangenen Frühjahr gegeben, jetzt kommt sie – inzwischen auf den Namen „FlexStud“ getauft – beim neuen „IceContact 3“ des Herstellers zum Serieneinsatz. Ihr wird ein Plus von sieben Prozent in Bezug auf den Eisgrip attestiert, aber auch ein Mehr an Komfort, ein höherer Schutz vor Spikeverlust sowie ein um 20 Prozent reduzierter Fahrabrieb. Insofern wird das Ganze als „deutlicher Fortschritt bei der Fahrsicherheit und der Leistungsfähigkeit bespikter Winterreifen“ beschrieben.



Die neuen Spikes werden exklusiv für das vor allem für die nordischen Märkte gedachte neue Winterreifenmodell „IceContact 3“ in den Größen ab 17 Zoll Durchmesser produziert

Die neuen Spikes werden exklusiv für das neue Winterreifenmodell „IceContact 3“ in den Größen ab 17 Zoll Durchmesser produziert. Reifen dieser Größen finden sich Conti zufolge üblicherweise an größeren, schwereren Fahrzeugen, die einen erhöhten Bedarf an zusätzlichem Grip im nordischen Winter haben. „Herkömmliche Spikes konnten nie vollständig in die vereiste Fahrbahnoberfläche eindringen, da sie durch ihren harten Aluminiumkörper gehemmt wurden. Unsere gummiummantelten ‚ContiFlexStuds‘ ermöglichen ein tieferes Eindringen der Hartmetallpins ins Eis“, erklärt Marco Gellings, Leiter der Winterreifenentwicklung bei Continental. Da die Spikes während der Produktion in den Reifen einvulkanisiert würden, sei ihr Verlust außerdem nahezu ausgeschlossen.

„Damit können so bestückte Winterreifen deutlich länger sicher gefahren werden als bisher. Die flexibleren Spikes bieten zudem ein angenehmeres Reifen-Fahrbahngeräusch als herkömmliche aluminiumummantelte Spikes“, verspricht der Anbieter. Hinzu komme, dass sich die neuen „FlexStuds“ besser der rauen Fahrbahn anpassen und auf diese Weise für einen geringeren Straßenabrieb sorgen als herkömmliche Spikes. Mit ihrer Gummierung verbindet Con-



„Unsere gummiummantelten ‚ContiFlexStuds‘ ermöglichen ein tieferes Eindringen der Hartmetallpins ins Eis“, erklärt **Marco Gellings**, Leiter der Winterreifenentwicklung bei Continental

ti darüber hinaus einen reduzierten Verschleiß seiner neuen Spikes bzw. eine gesteigerte Haltbarkeit, zumal Gummi ein „wesentlich abriebfesteres Material beim Kontakt mit der Straße als Aluminium ist“. Wie es weiter heißt, profitiert davon ebenso der Fahrkomfort, weil der aus Gummi bestehende Spikekörper flexibel auf den Asphalt auftreffe und das Abrollgeräusch „deutlich harmonischer und leiser“ mache. *cm*

## Reifenmarke der Wahl ist für Tyre24-Kunden Hankook

Bei Tyre24 war Hankook im vergangenen Jahr die meistgefragte Pkw-Reifenmarke, wie die Saitow AG als Betreiber der B2B-Plattform nach einer entsprechenden Analyse der darüber getätigten Verkäufe mitteilt. Dabei liege der koreanische Reifenhersteller nicht nur insgesamt vorne, sondern auch in den drei Kategorien Sommer-, Ganzjahres- und Winterreifen jeweils auf Rang eins, heißt es weiter. *cm*

### Topseller 2018 der B2B-Plattform Tyre24

im Hinblick auf Pkw-Reifen

Sommerreifen		Winterreifen	
Platz	Marke und Modell	Platz	Marke und Modell
1	Hankook „Ventus Prime3“	1	Hankook „Winter I*Cept RS2“
2	Nexen „N’Blue HD Plus“	2	Continental „WinterContact TS 860“
3	Hankook „Ventus V12 Evo2“	3	Nexen „Winguard Snow’G WH2“
4	Continental „PremiumContact 5“	4	Dunlop „Winter Sport 5“
5	Continental „SportContact 5“	5	Kleber „Krisalp HP3“

Ganzjahresreifen	
Platz	Marke und Modell
1	Hankook „Kinergy 4S“
2	Goodyear „Vector 4Seasons“ Gen-2
3	Nexen „N’Blue 4Season“
4	Vredestein „Quatrac 5“
5	Michelin „CrossClimate+“

Quelle: Saitow AG

NRZ 3/2019

## Für die automatisierte Reifenformenreinigung: Cold Jets „ASP-T“

Als auf die Trockeneisproduktion bzw. Trockeneisstrahlmaschinen spezialisierter Anbieter hat die Firma Cold Jet in Zusammenarbeit mit führenden Produzenten in der Reifenindustrie eigenen Worten zufolge eine neue Anlage zur automatisierten Reinigung von Reifenvulkanisationsformen entwickelt. Die Weltneuheit hat das Unternehmen mit Hauptsitz in Loveland (Ohio/USA) sowie Niederlassungen in Europa und Asien im Rahmen der Messe Tire Technology Expo in Hannover vorgestellt. Die „ASP-T“ genannte Maschine – die Bezeichnung steht für Automated Surface Preparation Tire – soll sich innerhalb und außerhalb der Presse verwenden lassen und auf dem Einsatz von Trockeneispartikeln in Größen von 0,3 bis drei Millimeter basieren.

Sie könne „ganz einfach in bestehende Prozesse integriert“ werden, wobei sich ver-

glichen zu herkömmlichen Methoden damit – wie es weiter heißt – bis zu 70 Prozent der Reinigungszeit einsparen ließen. „Die hierbei eingesetzten Partikel werden je nach Anforderung, ob Winter- oder Sommerreifenform, mit oder ohne Entlüftungsventil über das gestartete Reinigungsprogramm eingestellt. Dieses ist mittels Cold Jets patentierter Mikropartikeltechnologie von 0,3 bis drei Millimeter Größe variabel einsetzbar. Je nach Anwendung kann die Komplexität der Seitenschale und des Laufprofils in Kombination mit den Heizzyklen eine weitere Rolle spielen“, so das Unternehmen.

„Das automatisierte Reinigen aller gängigen Formen innerhalb der Vulkanisationspresse mit optional ausgefahrenen Segmenten zur Vermeidung von Austrieb und Nacharbeiten in der Fertigung oder das Reinigen der Seitenschalen in einem separaten



Vorgang sind markante Punkte, welche zu erheblichen Kosteneinsparungen, Produktivitätssteigerungen und Wettbewerbsvorteilen führen“, verspricht Cold Jet. Durch eine Kombination mit anderen seiner Produkte, die als Systemlösungen aufeinander abgestimmt sind wie etwa eben das Modell „ASP-T“ und die Maschine „PR 350H“ für eine Trockeneisproduktion vor Ort, seien die Anwender „in der Lage, einen einheitlichen kontrollierbaren Prozess über verschiedene Standorte einzuführen“.

cm

SPORT 3

COMFORT 2



SOMMERREIFEN VON  
**Cordiant**

## Als deren Sponsor nutzt Pirelli die Ski-WM zur Präsentation eines neuen Spikereifens



Entwickelt hat Pirelli seinen neuen Spikereifen „Ice Zero 2“ eigenen Worten zufolge für typische nordische Fahrbedingungen bzw. die „Ansprüche von Premium- und Prestigeautomobilen im nordischen und russischen Markt“

Zum zweiten Mal nach der Premiere 2017 im schweizerischen St. Moritz hat Pirelli in diesem Jahr erneut die Skiweltmeisterschaft gesponsert. Den sportlichen Wettkampf im schwedischen Åre hat das Unternehmen zugleich für das Debüt seines neuesten Spikereifens genutzt. Entwickelt für typische nordische Fahrbedingungen bzw. die „Ansprüche von Premium- und Prestigeautomobilen im nordischen und russischen Markt“, waren die bei der Veranstaltung eingesetzten Fahrzeuge vom Typ Audi E-Tron demnach mit dem „Ice Zero 2“ genannten neuen Pirelli-Profil ausgerüstet. Aber auch der „Ice Zero FR“ der italienischen Reifenmarke war an den Autos montiert, für die unter anderem Bridgestone und Goodyear Erstausrüstungsreifen ans Band liefern. Die offizielle Markteinführung des Newcomers unter den beiden Spikereifen soll auf den vereisten Straßen des Pirelli-Testgeländes in Flurheden im schwedischen Lappland stattfinden. Er wird dabei als robust und haftstark auf glatten Fahrbahnen beschrieben. Gleichzeitig sei es den Entwicklern bei dem „Ice Zero 2“ jedoch gelungen, die für einen Spikereifen oft typischen Fahrgeräusche zu reduzieren, wie es weiter heißt. *cm*

## Expeditionsfahrzeuge fahren mit Reifen von Semperit

Die Snowmads aus Österreich sind eine Gruppe professioneller Freerider, die zwei Expeditionsfahrzeuge (einen Allrad-Lkw und einen Allrad-Van) aufgebaut haben, um die extremsten Bergregionen nach dem Motto immer dem Neuschnee nach zu erreichen. Das sichere Beherrschen des Tiefschneefahrens und Kenntnisse der Lawinenkunde sind Grundvoraussetzungen für das Freeriden. Seit nunmehr drei Jahren sind die Snowmads aktiv. Über die abenteuerlichen Erlebnisse produzieren die Snowmads Filme wie „Journey towards Eastern Suns“ und „Ya Mas-Snowmads in Greece“ die in Kinos, bei TV-Sendern und Filmfestivaltouren in Europa und Amerika gezeigt wurden.

Semperit geht mit den Snowmads eine zweijährige Partnerschaft ein und rüstet beide Fahrzeuge für die Extremtouren mit Reifen aus. Für 2019 sind mehrere Webisoden in den österreichischen Alpen geplant, welche in den Sozialen Medien gezeigt werden. Priscilla Steurer von der Semperit GmbH: „Durch die Partnerschaft mit den Snowmads haben wir eine weitere Möglichkeit, die junge

Zielgruppe der Alpinsportler zu erreichen. Wir freuen uns, das Projekt mit unseren Reifen zu unterstützen und sicherzustellen, dass den Snowmads keine Grenzen gesetzt sind.“ *cs*



Snowmads **Fabian Lentsch** und sein Allrad-Van

# Continental bringt neues RDKS-Tool „TPMS Go“ auf den Markt

Continental bringt ein neues universelles Servicetool für Reifendruckkontrollsysteme (RDKS) auf den Markt. Mit dem Gerät VDO „TPMS Go“ könnten Werkstätten nicht nur alle gängigen Universalsensoren für Pkw programmieren, sondern auch nahezu alle auf dem Markt existierenden RDKS-Sensoren auslesen. Es vereine die wichtigsten Funktionen des bereits im Markt etablierten Gerätes VDO „TPMS Pro“ mit einem handlichen Design und sei damit entweder als Ergänzung zu einem Diagnosegerät geeignet oder als günstiges Erstgerät. „Unser Ziel ist es, Werkstätten in allen Lagen umfassend zu unterstützen. Daher freuen wir uns, jetzt mit dem ‚TPMS Go‘ mehr Optionen für den Reifenservice zu bieten, egal ob sich die Werkstatt das Thema RDKS neu erschließen oder in diesem Bereich expandieren will“, sagt Peter Wagner, Leiter des Geschäftssegmentes Independent Aftermarket bei Continental.

## Umfangreiche Datenbank, einfache Benutzeroberfläche

Mit dem „TPMS Go“ könnten beispielsweise die RDKS-Sensor-ID, der Batteriestatus, die Reifenlufttemperatur oder der Reifendruck angezeigt werden. „Für Werkstätten, die ihr Serviceangebot um RDKS erweitern wollen, eine perfekte Wahl“, betont Filip Kevilj, Produktmanager TPMS-Tools bei Continental. Auch Werkstätten, die bereits ein RDKS-Diagnosetool wie das „TPMS Pro“ nutzen, profitierten von der Anschaffung des „TPMS Go“. „Während das ‚TPMS Pro‘ über einige zusätzliche Optionen verfügt wie etwa die Möglichkeit, Sensoren über die OBD-II-Schnittstelle anzulernen, ist das ‚TPMS Go‘ besonders handlich und eignet sich gut als Zweitgerät etwa für einen Vorabcheck bei der Fahrzeugannahme oder wenn das größere RDKS-Tool anderweitig im Einsatz ist“, heißt es aus dem Unternehmen.

In das VDO „TPMS Go“ sei eine umfangreiche Datenbank integriert, die eine Vielzahl an Informationen über die RDKS-Sensoren bereitstelle wie beispielsweise Ersatzteilnummern oder Drehmomente. Die Datenbank decke alle OE-Sensoren weltweit und auch die gängigsten Universalsensoren ab. Mit seiner kompakten und robusten Bauweise sowie seiner einfachen, ergonomischen und leicht verständlichen Benutzeroberfläche erleichtere das „TPMS Go“ Technikern die Arbeit. Diese könnten flexibel und schnell reagieren und beispielsweise schon auf dem Parkplatz die Reifendrucksensoren überprüfen, also einen unkomplizierten Schnellcheck vornehmen.

## Updatelizenz für zwei Jahre für alle gängigen Sensormarken

Ein weiterer entscheidender Vorteil des Gerätes liege in der Bereitstellung von Updates und Lizenzen. „Heute zeichnet sich ein Produkt dadurch aus, wie gut die Abdeckung in Bezug auf die Fahrzeug- und Sensordatenbank ist und wie häufig diese Datenbank aktualisiert wird“, betont Filip Kevilj. „Das ‚TPMS Go‘ erhält monatliche Datenbankaktualisierungen und verfügt somit immer über die neuesten



Handlich, robust und kostengünstig: Das VDO „TPMS Go“ ist das perfekte Einsteiger- oder Zweitgerät für die Arbeit an Reifendruckkontrollsystemen

Protokolle und Informationen zu den Fahrzeugmodellen und Sensoren.“ Über die PC-Software „WebTPM“ könnten Nutzer die Updates durchführen. Anders als bei vergleichbaren Tools im Markt üblich, biete das „TPMS“ Go eine Zweijahreslizenz für Updates zu allen gängigen programmierbaren Sensormarken, heißt es in einer Mitteilung.

cs

 **Schrader**  
TPMS Solutions

## RDKS in OE-Qualität ENTWICKELT FÜR MOTORRÄDER

- Echtzeit Reifendruck- und Temperaturüberwachung
- Verbessertes Fahrerlebnis, verbessertes Handling und Bremsfähigkeit
- Erhöhte Sicherheit und Lebensdauer des Reifens



[www.SchraderSensors.com](http://www.SchraderSensors.com)

## Trelleborg stattet die TM1000er-Baureihe mit Progressive Traction aus

Auf der diesjährigen SIMA in Paris stellte Trelleborg Wheel Systems sein neuestes Serviceangebot und innovative Reifenkonzepte vor, um die Leistung im Feld und auf der Straße zu verbessern, die Bodenverdichtung zu reduzieren und das Leben des Traktorfahrers zu erleichtern.

Zum einen wurde der neue VF 800/70 R38 TM1000 Progressive Traction gezeigt. Der Radialreifen sei mit der mehrfach ausgezeichneten Progressive-Traction-Technologie ausgestattet. Lorenzo Ciferri, Leiter Marketing für Trelleborgs Landwirtschafts- und Forstreifen: „Abhängig von der Reifengröße und der Traktorenkategorie zeigt Progressive Traction im Vergleich zur Standardtechnologie eine Steigerung der Traktionsfähigkeiten um bis zu zehn Prozent, einen um drei Prozent niedrigeren Kraftstoffverbrauch und eine um bis zu fünf Prozent verlängerte Lebensdauer.“ Er fügt hinzu: „Die Rückmeldungen der Kunden und die Nachfrage nach dem neuen Reifendesign übertreffen noch immer die anfänglichen Erwartungen und ermutigen uns, die Technologie im gesamten Trelleborg-Sortiment einzusetzen. Der neue TM1000 Progressive Traction wird in den kommenden Monaten Schritt für Schritt in die derzeitige TM1000-High-Power-Baureihe eingeführt.“

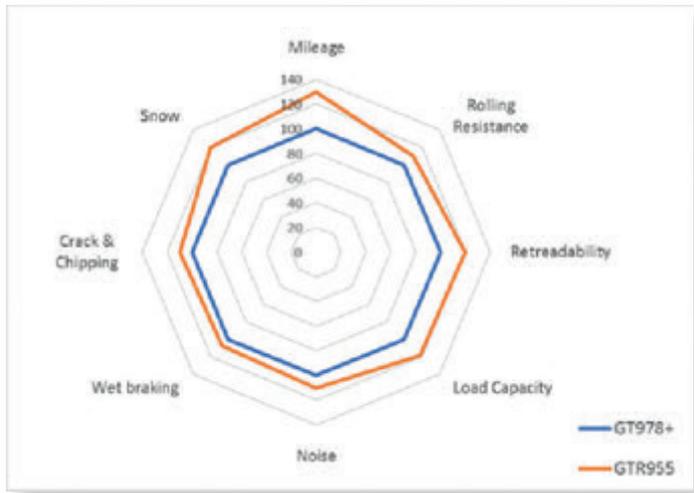
Eine höhere Kraftübertragung auf den Boden bedeutet auch eine höhere Reifenbelastung. „Selbst mit der zusätzlichen Kraftübertragung hält die neue Reifenkarkasse den Belastungen problemlos stand und gleicht sie aus. Wir haben uns für die Umstellung der Baureihe auf VF-Technologie entschieden. Diese ermöglicht im Vergleich zu einem Standardreifen eine höhere Tragfähigkeit von bis zu 40 Prozent, oder einen geringeren Druck im Feldeinsatz von bis zu 40 Prozent was die Bodenverdichtung reduziert“, ergänzt Ciferri.



CS

## Giti Tire präsentiert neuen Trailerreifen

Vergleich der Leistung des Giti „GTR955 Combi Road“ mit dem Vorgängerprodukt, dem „GT978+“, basierend auf realen Tests



**M**it dem „GTR955 Combi Road“ hat der Reifenhersteller Giti Tire jetzt den ersten Trailerreifen im Portfolio, welcher sowohl im Nah- als auch im Fernverkehr eingesetzt werden kann. Die neueste Generation des Reifens, der von Gitis europäischem Forschungs- und Entwicklungszentrum in Hannover auf Herz und Nieren geprüft wurde, zeichne sich gegenüber dem Vorgängerreifen vor allem durch eine 30 Prozent höhere Laufleistung aus. Hergestellt wird das neue Profil in der Produktionsstätte in Jakarta/Indonesien. „Anhängerreifen machen 35 Prozent des europäischen Lkw-Reifenmarktes aus. Es ist unerlässlich, dass wir ein Produkt haben, das mit den Besten der Branche vergleichbar ist“, so Lennart Lindstrom, Technischer Direktor für Giti Tire Europe. „Deshalb werden wir mit diesem Anhängerreifen aktiv auf die Erstausrüster und den Nachrüstmarkt zugehen.“ Das neue Produkt bestehe durch ein verbessertes Reifenprofil, eine innovative Gürtelkonstruktion sowie eine neu entwickelte Profilmischung und habe seine vierjährige Testphase unter anderem im Flottenverkehr mit Bravour gemeistert, heißt es aus dem Unternehmen. Darüber hinaus seien der Rollwiderstand um rund zehn Prozent reduziert und die Nassbremswerte verbessert worden, was jeweils zu einer „B“-Kennzeichnung beim Reifenlabel geführt habe. Diese Design- und Fertigungsentwicklungen führten ferner zu einer wichtigen Erhöhung der Runderneuerungseigenschaften. Giti bietet den neuen Reifen in den Größen 385/65 R22.5 164K und 385/55 R22.5 160K an. Beide tragen das Alpin-Symbol (3PMSF).

CS



Der neue Reifen im Einsatz



Der Giti „GTR955 CombiRoad“

# Selbstbestimmung: TyreSystem-Kunden können Lieferzeitpunkt wählen

**A**uf der von der RSU GmbH betriebenen TyreSystem genannten B2B-Plattform für Reifen, Felgen und Reifendruckkontrollsysteme (RDKS) stehen seit Kurzem erweiterte Lieferoptionen zur Verfügung. Neu eingeführt wurde Unternehmensangaben zufolge die Lieferoption „voraussichtlich“, während gleichzeitig die bestehende Option „garantiert“ für noch mehr Artikel verfügbar sein soll als bisher. Dadurch könne der Kunde jetzt genau die Liefervariante wählen, welche am besten zu seinem jeweiligen Auftrag passt, heißt es dazu.

„Muss die Ware zu einem bestimmten Zeitpunkt im Haus sein oder ist ein günstiger Preis wichtiger als der Lieferzeitpunkt? Bei uns entscheiden die Nutzer selbst“, erklärt TyreSystem-Vertriebsleiter Sven Döbler. Je nach Artikel, Lieferadresse, Bestellzeitpunkt und -menge werden demnach unterschiedliche Lieferoptionen angezeigt. Benötigt der Kunde die Ware beispielsweise dringend am nächsten Werktag, wird die garantierte Lieferoption als richtige Wahl empfohlen. Mittels Expresspaket oder über Auslieferungstouren der regionalen Großhändler werde die Bestellung dann garantiert zum genannten Datum und bis zur angegebenen Uhrzeit (nächster Werktag bis 9 Uhr/12

Uhr/18 Uhr) geliefert, wird dabei versprochen. Die garantierte Lieferoption für den nächsten Werktag sehe in der Regel bis 13 Uhr zur Verfügung.

„Viele Kunden brauchen keinen Expressversand, müssen für ihre Terminplanung aber dennoch einen zuverlässigen Lieferzeitpunkt wissen. Für diesen Fall haben wir die voraussichtliche Lieferoption entwickelt“, erläutert Döbler. Hier werden die Wahrscheinlichkeiten der Zustellung tagesgenau dargestellt. So soll Kfz-Betriebe selbst abschätzen können, ob diese Liefervariante für sie infrage kommt. Für möglichst präzise Vorhersagen analysiert TyreSystem dabei eigenen Worten zufolge ständig die aktuellen Lieferzeiten. *cm*

## Garantierte und voraussichtliche Lieferoptionen bei tyresystem.de



LIEFEROPTIONEN - für 4 Stück		BESTAND		EK
<input type="radio"/> bis Mi, 30.01. - 9 Uhr	Garantiert	Die voraussichtliche Lieferzeit bei dieser Lieferoption wurde wie folgt berechnet:		111,65 €
<input type="radio"/> bis Mi, 30.01. - 12 Uhr	Garantiert	bis Mi, 30.01.	4%	100,65 €
<input type="radio"/> bis Mi, 30.01. - 18 Uhr	Garantiert	bis Do, 31.01.	65%	93,35 €
<input type="radio"/> bis Do, 31.01.	Voraussicht	bis Fr, 01.02.	95%	90,82 €
<input type="radio"/> bis Do, 31.01.	Voraussicht	bis Mo, 04.02.	97%	90,82 €
<input checked="" type="radio"/> bis Fr, 01.02.	Voraussichtlich	bis Di, 05.02.	99%	90,10 €
				7

Wird als Lieferoption „voraussichtlich“ in Erwägung gezogen, können Kfz-Betriebe dank einer ständigen Analyse der Wahrscheinlichkeiten der Zustellung selbst abschätzen, ob diese Variante für sie infrage kommt

PASST IMMER ...



- ÜBER 500 VERSCHIEDENE RADTYPEN
- HOHE VERFÜGBARKEIT
- SCHNELLE LIEFERUNG

www.alcar.de

# Reifen Meisen schlägt neues Kapitel seiner Unternehmensgeschichte auf

## Neue Geschäftsfelder und Abkehr vom klassischen Großhandel

Dass der hiesige Reifengroßhandel unter einem immensen Konsolidierungsdruck steht, und zwar bereits seit etlichen Jahren, ist nur schwer zu übersehen. Der Wandel wird zur alles bestimmenden Kraft des Marktsegments. In den Sog dieser mitunter zerstörerischen Kraft war auch das Traditionsunternehmen Reifen Meisen geraten. Nach zwei Insolvenzen 2008 und 2015 verabschiedete sich der Solinger Familienbetrieb aus dem klassischen Pkw-Reifengroßhandel. Diesen Schritt dokumentierten die vier Meisen-Geschwister nicht zuletzt auch mit einer Neugründung. Unter dem Namen Reifen und Räder Store GmbH setzen sie jetzt den Fokus wieder ganz klar auf das Endverbrauchergeschäft – und auf neue Kompetenzen im Geschäft mit Nutzfahrzeugen und Staplern. Reifen Meisen schlägt ein neues Kapitel seiner Unternehmensgeschichte auf.

**A**uch wenn das Unternehmen seit 2015 offiziell als Reifen und Räder Store GmbH firmiert, hat sich die Signalisation der Standorte seither nicht geändert. Auch am Telefon meldet man sich wie gewohnt mit Reifen Meisen. Und auch die Abbinder von E-Mails verhehlen nicht die mittlerweile über 90-jährige Geschichte des Solinger Traditionsbetriebes, der im Markt eben einfach als Reifen Meisen bekannt ist, erklärt Stefan Meisen (56) im Gespräch mit der NEUE REIFENZEITUNG. Man habe halt eine „emotionale Bindung“. Das jüngste der vier Meisen-Geschwister ist seit der Neugründung 2015 alleiniger Gesellschafter und Geschäftsführer der Reifen und Räder

Store GmbH, wobei die drei Geschwister Andrea Haensel, Susanne Becker und Michael Meisen sowie die beiden Söhne von Letzterem – die Zwillinge Sebastian und Benjamin sind 32 Jahre alt – mit im Unternehmen arbeiten. Man habe mit der Umfirmierung hauptsächlich die Neuausrichtung des Unternehmens im Markt dokumentieren wollen. Es habe dazu weder wirtschaftliche noch juristische Zwänge gegeben, sagt Stefan Meisen. Während die neue Firmierung also die Abwendung vom bisher betriebenen Reifengroßhandel offiziell unterstreichen soll, bleibt das Unternehmen im Endverbrauchergeschäft schlichtweg als Reifen Meisen bekannt.

Dass die zurückliegenden gut zehn Jahre durchaus turbulent für das Solinger Unternehmen waren, ist in der Reifenbranche

weithin bekannt. Trotz zweier Insolvenzen 2008 und 2015 lief der Betrieb immer weiter – die Meisens behielten ihr Unternehmen, das aber mit dem Unternehmen von damals kaum mehr zu vergleichen ist. In den Spitzenzeiten setzte Reifen Meisen immerhin gut 40 Millionen Euro um, beschäftigte 72 Mitarbeiter und betrieb ein 3.500 Quadratmeter großes Lager mit Platz für mehr als 100.000 Reifen. Den 2002 bezogenen, zuvor selbst errichteten Großhandelsstandort im Dycker Feld in Solingen hatte man 2015 an eine Spedition verkauft und von dieser eine Parzelle mit 600 Quadratmetern zurückgemietet. Aber auch dieses Mietverhältnis endete im vergangenen Juli, und man räumte den Standort komplett.

Am Ende der turbulenten Jahre ab 2008 steht heute ein Unternehmen, das rund 20

Der Reifen-Meisen-Stammsitz an der Solinger Auto-  
meile wird jetzt innerlich und äußerlich komplett mo-  
dernisiert und erhält dabei eine neue Signalisation;  
der Standort gehört seit vergangenem Sommer zu Pi-  
rellis Driver-Netzwerk





**Stefan Meisen** schlägt mit dem Solinger Familienunternehmen Reifen Meisen – jetzt als Reifen und Räder Store GmbH firmierend – ein neues Kapitel in der über 90-jährigen Unternehmensgeschichte auf; wichtig dabei: der Handel mit Industriereifen

Mitarbeiter beschäftigt – ein Drittel davon aus der Familie Meisen – und einen Jahresumsatz von gut zwei Millionen Euro erwirtschaftet. Dennoch ist man im Familienunternehmen heute durchaus zufrieden mit dem Ergebnis des Wandels der vergangenen Jahre, selbst wenn so manche der Veränderungen vielen der Betroffenen aus der Belegschaft einiges abverlangt haben. Den Wandel habe man eben auch durch die Umfirmierung 2015 in seiner Innenwirkung dokumentieren wollen, so Stefan Meisen weiter. Das Ganze unter dem Motto: Wir wandeln uns, und es geht trotzdem weiter!

Und dass es weitergeht mit Reifen Meisen bzw. der Nachfolgegesellschaft Reifen und Räder Store, kann man unumwunden festhalten. Die Entwicklungen gerade der vergangenen drei Jahre zeigen: Reifen Meisen ist handlungsfähig, die Verantwortlichen vor Ort sind entschlossen und das Unternehmen baut strategische neue Ge-

schäftsfelder auf und aus. Zu diesen neuen Geschäftsfeldern gehören heute vor allem zwei: das Nutzfahrzeuggeschäft und der Handel mit Industriereifen.

Um das Geschäft mit Nutzfahrzeugen und mit Nutzfahrzeugreifen auf- und auszubauen, hat Stefan Meisen im vergangenen Sommer eine Immobilie gemietet, die nur gut 100 Meter vom Stammsitz des Unternehmens in der Schlagbaumer Straße liegt, der Automeile von Solingen und gleichzeitig eine Bundesstraße. Dort werden nicht nur die knapp 1.300 Pkw-Rädersätze eingelagert und auch die dazugehörigen Flottenfahrzeuge umbereift, die bisher eigentlich den Stammsitz des Reifenhandels schräg gegenüber hätten anfahren müssen. Auch werde am neuen Standort die (Pkw-)Reifenmontage des Unternehmens zusammengefasst. Vor allem aber findet dort ein umfassender Nutzfahrzeugservice statt, wozu vorwiegend Verschleißreparaturen an Lkw

und der Reifendienst gehören. Auch auf Transporter spezialisiere man sich mit dem neuen Standort, dessen Einrichtung für den laufenden Geschäftsbetrieb immerhin rund 100.000 Euro verschlungen habe.

Dabei komme die Entscheidung, in das strategische Geschäftsfeld Nutzfahrzeuge hineinzugehen, nicht aus dem Nichts heraus, so Stefan Meisen. Bereits zu Zeiten, als man noch den Großhandel im Dycker Feld betrieb, habe man schrittweise auch Nfz-Kompetenzen aufgebaut, eine Entwicklung, die jetzt fokussiert und mit dem neuen Standort auch stationär gefestigt wird. Das Wettbewerbsumfeld habe sich dazu in der Region um Solingen zuletzt positiv entwickelt, was das Wachstum erleichtern solle, so Stefan Meisen.

Die Zusammenfassung auch einiger Pkw-Dienstleistungen am neuen Nutzfahrzeugstandort von Reifen Meisen in Solingen habe den Vorteil, dass der Stammsitz schräg gegenüber sowie die zweite bestehende Reifen-Meisen-Filiale im 40 Kilometer entfernten Grevenbroich weiter in Bezug auf die Saisonalität des Reifengeschäftes entlastet werden. Bereits bisher habe man aufgrund der starken Hinwendung zum Autoservice relativ gleichbleibende Auslastungen im Jahresverlauf in den beiden Pkw-Filialen. Ein Umsatzanteil mit Autoservice von 60 Prozent und mehr ist für einen Reifenhandel beeindruckend hoch und sichert eine gewisse Ertragsstärke.

Dieser überdurchschnittlich hohe Autoserviceanteil rührt nicht zuletzt auch daher, dass der Stammsitz von Reifen Meisen lange Jahre als Offroadcenter in der Region um Solingen im Bergischen Land bekannt war. Das Geschäft mit den Offroadern war vor der Jahrtausendwende ein techniklastiges und margenträchtiges Spezialistengeschäft, bevor die SUV-isierung den Markt komplett überrollt hat. Neben 4x4-Reifen legte das Offroadcenter von Reifen Meisen immer schon einen klaren Fokus auf das Kfz-Servicegeschäft. Aus dieser Zeit stammten nicht nur sehr viel Fachkompetenz und sehr viele Stammkunden. Auch sei man personell in der Werkstatt des Reifen-Meisen-Stammsitzes, des ehemaligen Offroadcenters, immer schon gut besetzt gewesen. Heute beschäftigt das Unternehmen allein zwei Kfz-Meister, zwei Kfz-Mechaniker, einen Vulkaniseur und bildet außerdem einen Kfz-Mechatroniker aus. Von dieser perso-

nellen Besetzung will Stefan Meisen auch beim Auf- und Ausbau des neuen Nfz-Standortes profitieren.

Während Reifen Meisen also jüngst viel in die Einrichtung des Nutzfahrzeugstandortes in der Schlagbaumer Straße 93 in Solingen investiert hat, steht aktuell der Stammsitz in der Schlagbaumer Straße 76-78 mit einer Rundumneugestaltung an. Ein wichtiger äußerer Anlass, umfassend in die Modernisierung des Betriebes zu investieren: Reifen Meisen ist mit seinem Stammsitz seit Mai 2018 Driver-Partner. Das Solinger Traditionsunternehmen pflegt enge Beziehungen zum Driver-Konzeptgeber Pirelli schon seit Jahren und engagiert sich bereits seit Langem intensiv als Partner des Flottendienstleisters Driver Fleet Solution. Im Flottengeschäft sieht Stefan Meisen ebenfalls einen Wachstumsmarkt, um den man sich bemühen und für dessen Kunden man zu Investitionen bereit sein sollte. In einem

ersten Schritt will das Unternehmen nun den Standort am Stammsitz optisch neugestalten, wozu Baumaßnahmen im Verkaufsraum und auch eine entsprechende Driver-Signalisation am Dach des Betriebes gehören werden. In einem zweiten Schritt dann wird die Werkstatt modernisiert. Beides zusammen werde in Summe ebenfalls wohl bis zu 100.000 Euro kosten.

Ob bei der Gelegenheit auch die beiden anderen Standorte – der neue Nfz-Standort schräg gegenüber und der in Grevenbroich – eine offizielle Driver-Signalisation erhalten werden, sei noch nicht beschlossen, so Stefan Meisen. Mit dem Standort in Grevenbroich jedenfalls sei man über das Pirelli-Partnernetzwerk Key Point ebenfalls am Flottengeschäft des Herstellers beteiligt.

## Handel mit Industriereifen

Ein weiteres Standbein, auf dem das zukünftige Wachstum des Unternehmens Reifen Meisen ruhen soll, ist das Geschäft mit Industriereifen. Bereits zu Großhandelszeiten im Dycker Feld hatte man begonnen, mit Staplerreifen zu handeln und konnte dazu einige exklusive Vertriebspartnerschaften aufbauen, etwa zur Nexen Corporation, ein Schwesterunternehmen des Pkw-Reifenherstellers Nexen Tire. Seit einiger Zeit betreibt



Wichtiger Baustein in der Neuausrichtung von Reifen Meisen ist das Geschäft mit Nutzfahrzeugen und Nutzfahrzeugreifen, wozu das Unternehmen seit dem vergangenen Sommer einen neuen speziell ausgerichteten Standort in Solingen nahe des Stammsitzes aufbaut

Reifen Meisen vom neuen Nfz-Standort aus eine mobile Presse zur Montage von Vollgummiereifen für Gabelstapler. Diese Presse sei über Wochen hinaus ausgebucht, was die wachsenden Bedürfnisse unter den Kunden nach einem Vor-Ort-Service illustriert. Diesen ließen sich die Kunden durchaus etwas kosten, weiß Stefan Meisen, und setzt demnach gezielt auf die Ausweitung dieses Endverbrauchergeschäftes bei Industriereifen. Reifen Meisen kann sogar auf eine mehr oder weniger exklusive Partnerschaft mit dem südkoreanischen Staplerhersteller Clark verweisen. Dessen Europazentrale sitzt in Duisburg. Reifen Meisen betreut die deutschen Clark-Händler und montiert meist deren Reifen, üblicherweise von der Nexen Corporation.

Die aus Südkorea stammende Reifenmarke wird von Reifen Meisen darüber hinaus ebenfalls im klassischen Großhandel genutzt, den man seit einigen Jahren gezielt aufbaut. Heute noch gingen 80 Prozent der Industriereifen – neben den Reifen der Nexen Corporation vertreibt Reifen Meisen noch schwerpunktmäßig Reifen der Marken Sun-TWS (Indien) und Italmatic (Italien) – vorwiegend in den regionalen Reifengroßhandel, sie werden also an Kunden in einem 100 Kilometer messenden Radius vermarktet; die verbleibenden 20 Prozent werden

deutschlandweit ausgeliefert. Dass für ein solches Geschäft auch ein Großhandelslager vonnöten ist, versteht sich. Nachdem Reifen Meisen 2002 das damals brandneue Lager im Dycker Feld bezogen hatte, vermietete man den Lagerstandort in der Cronenberger Straße nicht weit vom Stammsitz in der Schlagbaumer Straße entfernt. Diesen hatte man seit den späten 1970er Jahren genutzt. Mit dem Ende der Großhandelsära zog Reifen Meisen mit seinem Lager wieder zurück an den angestammten Standort, wo darüber hinaus heute auch der Vertrieb und die Verwaltung untergebracht sind. Ein Filialgeschäft gibt es dort nicht. Auch wenn sich das Lager über vier Etagen verteilt, sei dies „für das, was wir machen, passend“, findet Stefan Meisen.

Wenn die Pläne aufgehen, könnte sich dies allerdings schon bald überholen, sieht der Unternehmer doch „großes Potenzial“ bei Industriereifen, und er will das Geschäft „langfristig ausbauen“ – ein neues Kapitel der wechselvollen Unternehmensgeschichte von Reifen Meisen.

*arno.borchers@reifenpresse.de*



# Lutz Kluge rettet Mann und wird „Held der Straße 2018“

## Auszeichnung im Bundesverkehrsministerium

Im September 2018 wurde Lutz Kluge zum „Held der Straße des Monats“. Er rettete einem verunfallten Mann das Leben, indem er die klemmende Tür des brennenden Fahrzeugs öffnete und dem verletzten Fahrer so das Entkommen aus dem Inferno ermöglichte. Mitte Februar wurde der mutige Berliner nun von Goodyear und dem Automobilclub von Deutschland (AvD) auch zum „Held der Straße des Jahres 2018“ gewählt und im Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur (BMVI) in der Hauptstadt ausgezeichnet.



Lutz Kluge darf sich jetzt „Held der Straße 2018“ nennen

Am 17. August 2018 war Lutz Kluge als Beifahrer auf der Bundesautobahn 13 in Richtung Dresden unterwegs. Zuerst fiel der Fahrer die auffällige Fahrweise eines anderen Autos auf. Kurz darauf touchierte dieser Wagen die Mittelleitplanke, geriet ins Schleudern und durchbrach eine Wildschutzwand am rechten Fahrbahnrand. Erst im angrenzenden Waldstück kam das Auto zum Stehen. Lutz Kluge stieg sofort aus und eilte zu dem Wrack. „Unter dem Fahrzeug entwickelte sich bereits Rauch, und der Wagen stand auf sehr trockenem Boden“, schildert der 54-Jährige seine ersten Eindrücke von der Unfallstelle. „Ich bin davon ausgegangen, dass das Auto jeden Moment in Flammen aufgehen könnte. Deshalb zögerte ich nicht und versuchte, den Mann in Sicherheit zu bringen“, berichtet er weiter. Zuerst erreichte der Ersthelfer die Beifahrerseite und stellte fest, dass die Tür klemmte. Sofort rannte er um das Fahrzeug, um die Fahrertür zu öffnen. „Inzwischen waren offene Flammen zu sehen, und die Zeit wurde knapp“, hat der Berliner die Situation in Erinnerung.

Nachdem sich auch die Fahrertür von außen nicht öffnen ließ und der Mann nicht ansprechbar war, griff Kluge in der Eile zu einem herumliegenden Blechteil und schlug die Scheibe ein, um die Türe von innen öffnen zu können. Trotz der starken Rauchentwicklung versuchte der Ersthelfer weiter, das Unfallopfer zu befreien. „Aufgeben kam nicht infrage, das hätte ich mir wohl mein Leben lang nicht verziehen“, betont Kluge.

Doch auch bei seinem zweiten Versuch konnte er den Fahrer aufgrund des Qualms und der Flammen nicht befreien. Inzwischen brannte es rund um das verunfallte Fahrzeug. Als er gerade einen dritten Versuch starten wollte, erreichten andere Ersthelfer mit Feuerlöschern das Inferno. Sie schufen eine Schneise, durch die sich der Fahrer, der wieder das Bewusstsein erlangt hatte, im letzten Moment aus eigener Kraft befreien konnte.

Währenddessen fuhren zahlreiche Autos durch die Unfallstelle, anstatt genug Platz für nachrückende Rettungskräfte zu lassen. Hier wurde Kluge ebenfalls aktiv und hielt den Abschnitt auf der Straße frei. „Zum Glück waren die Rettungskräfte schnell vor Ort, und die Feuerwehr begann zügig mit den Löscharbeiten. Die Wiese und sogar ein paar umliegende Bäume standen bereits in Flammen“, erinnert sich Kluge. „Ein solcher Einsatz für seine Mitmenschen muss honoriert werden“, betont Jürgen Titz, Vorsitzender der Geschäftsführung der Goodyear Dunlop Tires Germany GmbH. „Lutz Kluge hat mutig und selbstlos eingegriffen. Seine Courage soll andere dazu motivieren, selbst aktiv zu helfen und anderen im Notfall beizustehen.“

Goodyear und der AvD engagieren sich seit über zehn Jahren mit der Aktion „Held der Straße“ für mehr Verkehrssicherheit. Gemeinsam mit dem Magazin *Trucker* werden Monat für Monat selbstlose Heldinnen und Helden gesucht, die durch ihr beispielhaftes Handeln Leben gerettet oder Unfall-

folgen gemildert haben. Der aktuelle Jahresheld Lutz Kluge wurde von der Jury aus den insgesamt elf Monatshelden 2018 ausgewählt.

„Es sind häufig die ersten Minuten nach einem Unfall, die entscheiden. Bis zum Eintreffen der Rettungskräfte macht das Eingreifen der Ersthelfer oft den Unterschied zwischen Leben und Tod“, unterstreicht Jürgen Titz, „mit der Verkehrssicherheitsaktion ‚Held der Straße‘ geben wir diesen Heldinnen und Helden ein Gesicht und versuchen, Menschen zum Helfen zu ermutigen.“ AvD-Generalsekretär Lutz Leif Linden hebt hervor: „Dem AvD ist es ein Anliegen, gemeinsam mit Goodyear und den anderen Partnern durch die Auszeichnung Verkehrsteilnehmer zu sensibilisieren, in einer Notsituation aktiv zu handeln und verantwortungsvolles Verhalten im Straßenverkehr zu beweisen. Jeder kann helfen.“

Neben der Auszeichnung als „Held der Straße des Jahres 2018“ erhält Lutz Kluge einen Pokal sowie einen Tankgutschein im Wert von 5.000 Euro. Goodyear und der AvD suchen Monat für Monat mutige und selbstlose Heldinnen und Helden. Unterstützt wird die Aktion unter der Schirmherrschaft des Bundesverkehrsministers Andreas Scheuer von der Zeitschrift *Trucker*. Menschen, die sich mutig und selbstlos in Not- und Gefahrensituationen im Straßenverkehr für andere eingesetzt haben, sind Kandidaten für den „Held der Straße“.

cs

# GDHS-Meistertreffen legt Schwerpunkt auf Qualifizierung

## 170 Kfz-Meister von Premio- und HMI-Betrieben treffen sich in Frankfurt

„Qualifizierung ist Zukunft/Zukunft braucht Qualifikation.“ So lautete das Motto des diesjährigen Meistertreffens, zu dem Thorsten Brückner, Leiter Autoservice der Goodyear Dunlop Handelssysteme (GDHS), vom 11. bis zum 13. Januar rund 170 Kfz-Meister aus Betrieben von Premio Reifen + Autoservice und der Handelsmarketinginitiative (HMI) nach Frankfurt am Main geladen hatte.

„Wenn wir uns das jetzt nicht ganz groß auf die Fahne schreiben, wird das Reparieren von Autos künftig immer schwieriger werden“, appellierte Brückner an die versammelten Kfz-Meister. Das Meistertreffen sei für sie „die ideale Plattform, sich über die aktuellen, die Branche betreffenden Themen zu informieren und sich mit Kollegen aus anderen Betrieben auszutauschen“, bilanzierte die GDHS die Zusammenkunft. Gleichzeitig präsentierten die wichtigsten Lieferanten für Werkstattequipment und Zubehör den anwesenden Meistern während der zwei Tage die neuesten Trends und technischen Highlights. Die von der FRI (Freien Reifeneinkaufsinitiative), der Einkaufsorganisation der GDHS-Partner, organisierte Hausmesse ermöglichte es allen Teilnehmern, effektive Kontakte in kürzester Zeit zu knüpfen.

Dennis Epping, Manager Retail Operations (GDHS), begrüßte die Gäste und freute sich über die hohe Teilnehmerzahl, die einmal mehr zeige, wie wichtig der Baustein Autoservice für die Unternehmer vor

Ort mittlerweile als zweites Standbein sei. „Der Anspruch an das Auto verändert sich, und das hat Auswirkungen auf unsere Branche. Wir müssen uns informieren und verstehen, mit welchen technischen Entwicklungen wir uns für die Aufrechterhaltung unseres Services intensiv beschäftigen müssen. Nur so können wir uns ein Stück vom Kuchen abschneiden und den Autoserviceanteil in unseren Betrieben weiter steigern“, so Epping.

Über die Ergebnisse des neu ins Leben gerufenen Autoservicearbeitskreises, der sich an mehreren Terminen im Jahr versammelt, aktuelle Themen bespricht und so die Interessen der Partner noch stärker in den Fokus stellt, referierte Thorsten Brückner. Der Anteil, bei dem nicht der Schraubenschlüssel, sondern die neueste und richtige Software zum Erfolg führt, werde im Bereich Autoservice immer stärker wachsen und künftig bei 30 Prozent und mehr liegen. „Da müssen wir uns ganz genau überlegen, welche Maschinen mit welcher Technik wir brauchen und wo unsere Prioritäten liegen“, stellte Brückner fest. Den Wissensstand in ihren Betrieben immer wieder auf den Prüfstand zu stellen, riet Brückner den Meistern, denn schließlich bedeute Weiterbildung steigende Fachkompetenz und diene damit der Kundenbindung.

Ein breit gefächertes Spektrum an Informationen boten die Gastvorträge und Workshops für die Meister. Die Vorstellung der neuen Sommerreifen aus dem Hause Goodyear – der UHP-Reifen Eagle F1 Asymmetric 5 und die neue Eagle-F1-SuperSport-Serie – präsentierte Michael Fett, Produktmanager Dunlop bei Goodyear Dunlop Tires Germany (GDTG). Mit den neuen Produktstars setze Goodyear „wieder mehr auf Sportlichkeit bei seinen neu entwickelten Reifen und profitiert dabei von seiner großen Erfahrung und Erfolgsgeschichte im Rennsport“, heißt es dazu vonseiten des Herstellers.

Über das nach wie vor aktuelle Thema der OE-Plattformen informierte Ralph Freiberger (Coler GmbH & Co. KG). Freiberger betonte nicht nur die Notwendigkeit, sich mit dieser Thematik auseinanderzu-



**Thorsten Brückner**, Leiter Autoservice der Goodyear Dunlop Handelssysteme (GDHS), appellierte an die GDHS-Meister beim jüngsten Treffen in Frankfurt, mehr in Bezug auf die Qualifizierung der Mitarbeiter zu tun: „Wenn wir uns das jetzt nicht ganz groß auf die Fahne schreiben, wird das Reparieren von Autos künftig immer schwieriger werden“



## NEUE GDHS-SERVICEBERATER AUSGEZEICHNET

Während des diesjährigen Meistertreffens der Goodyear Dunlop Handelssysteme (GDHS), das vom 11. bis 13. Januar in Frankfurt am Main stattfand, durften sich diese neuen GDHS-Serviceberater über ihre Auszeichnung freuen: Volkan Özel (Stropfel Reifendienst GmbH aus Deizisau), Sascha Junkermann (W. Johann GmbH aus Langenfeld) und Sebastian Lüdicke von der Südring Autoservice Lange GmbH in Ludwigsfelde. Gemeinsam mit ihnen haben Patrick Kasperek (RUA GmbH aus Berlin), Marius Ardes (Reifenhaus Wesselmann GmbH in Aschberg) und Andreas Markmann (Autotechnik + Reifen Bolz GmbH aus Koblenz) die Serviceberaterakademie mit Bravour bestanden, konnten die Ehrung aber nicht persönlich auf dem Meistertreffen entgegennehmen.

Vor fünf Jahren haben die GDHS ihr Weiterbildungsangebot um die Akademie GDHS-Serviceberater erweitert und seitdem ständig an Aufbau und Inhalt der Schulung, die über das Trainingscenter der GDHS gebucht werden kann, gefeilt. Mit diesem Weiterbildungskonzept, das sich an Kfz-Mechaniker/-Mechatroniker und Kfz-Meister genauso richtet wie an Vulkaneurmeister und Werkstattleiter der Partnerbetriebe von Premio Reifen + Autoservice sowie von der Handelsmarketinginitiative, sei es gelungen, die Bereiche Verkauf und Werkstatt besser miteinander zu verknüpfen. Von diesen optimierten Arbeitsprozessen profitierten Mitarbeiter und Kunden, denen ein noch umfassenderer und kompetenterer Service angeboten werden könne, gleichermaßen. „Mittelfristig ist unser Ziel, dass in jedem Partnerbetrieb mindestens ein GDHS-Serviceberater Teil des Teams wird“, wie Thorsten Brückner, Leiter Autoservice bei den GDHS, berichtet. „Denn es gibt keinen besseren Qualitätsnachweis als top ausgebildete Mitarbeiter“, so Brückner.



Auszeichnung der neuen GDHS-Serviceberater (von links): **Thorsten Brückner** (GDHS), **Sebastian Lüdicke**, **Sascha Junkermann** und **Volkan Özel** (drei der neuen GDHS-Serviceberater), **Dennis Epping** (GDHS), **Christian Lehmann** (GDHS-Trainingscenter)

Über die Fortbildung zum Serviceberater hinaus bietet das hauseigene Trainingscenter der GDHS neben einer zweiten Akademie zur Ausbildung als GDHS-Fachverkäufer ein breites Spektrum an weiteren Schulungen und Weiterbildungen an. Über die Seite des Trainingscenters können die Partner ihren ganz individuellen Fortbildungsplan zusammenstellen und sich über den Leistungsstand der Mitarbeiter erkundigen. Wie wichtig eine fundierte, intensive Schulung der Mitarbeiter auch in Sachen OE-Plattformen oder Hochvoltsachkundenachweis ist, betonte Trainingscenter-Leiter Christian Lehmann, denn nur so kann der qualitativ hohe Anspruch, den der Systemgeber an seine Partner stellt, dauerhaft gewährleistet werden. cs

setzen, sondern stellte fest, dass der Umgang mit dem digitalen Serviceheft der verschiedenen Hersteller inzwischen zur täglichen Routine gehören sollte. So müssten diejenigen Betriebe, bei denen dies noch nicht der Fall sei, jetzt handeln, um auch in Zukunft erfolgreich zu bleiben.

Die GDHS unterstützen den Appell von Freiburger bereits konkret seit vergangenem Sommer mit einer neuen Art von Schulung, die exklusiv über das GDHS-Trainingscenter in dieser Form angeboten wird. Konzentrierte Schulungsblöcke an je fünf Tagen rund um das Thema Zugang und Nutzung der OE-Plattformen verschiedener Hersteller, Pflege digitaler Checkhefte, Euro-5-Diagnose am Beispiel einiger Hersteller und Car-Connectivity (inklusive E-Call) kämen bei den Kfz-Meistern der GDHS sehr gut an. „Bei den Autoservice-Workshops und beim GDHS-Meistertreffen immer nur zu appellieren und auf den Schulungs- und Investitionsbedarf hinzuweisen, rüttelt die Betriebe noch nicht ausreichend wach. Erst in den konkreten Schulungen mit Praxisanwendung wird deutlich, wie wichtig es ist, jetzt nicht den Anschluss zu verlieren“, fasst Brückner

die Erfahrungen zusammen. Der Zugriff auf die OE-Daten und richtige Umgang mit den Herstellersystemen müsse geübt werden, und je nach Hersteller müssten weitere Diagnosegeräte für die Reparaturen angeschafft werden. Erst das Investment in Ausstattung, Ausbildung und Zeit, auch wenn es mal fünf Tage am Stück sind, bringe bei den Arbeitsprozessen im Betrieb und der Kundenzufriedenheit den gewünschten Erfolg.

Die sogenannte PassThru-Technologie, die das Bindeglied zwischen OE-Plattform und Fahrzeug bilde, sei in diesem Bereich ein weiterer Entwicklungsschritt, der in Bälde zu sehen sein werde, wie Reinhold Mogk (Stahlgruber GmbH) den Tagungsteilnehmern berichtete. Die Frage, die man sich hier stellen müsse, sei laut Mogk, nicht ob, sondern wann und mit welchem Konzept man in die neue Technik einsteige. ab

## Continental wird Partner der Offroadelektrorennserie „Extreme E“

Continental wird Sponsor der Offroadelektrorennserie „Extreme E“. Die neue Rennserie führe professionelle Rennteams mit Elektrogeländefahrzeugen und Reifentechnik des Unternehmens aus Hannover in die entlegensten Winkel der Erde. Die Veranstalter der Serie rechnen im ersten Jahr der Serie, die in genau zwei Jahren starten soll, mit zwölf Teams. Continental werde erst Gründungspartner, ab 2021 Premiumpartner. Die Prototypen sollen ab April 2019 getestet werden. Der Reifenhersteller werde alle SUV-Elektromodelle der Rennen mit Reifen

für die unterschiedlichsten Einsätze ausstatten, egal ob im Himalaja-Gebirge, an der Küste des Indischen Ozeans, in der Arktis, in der Wüste oder in den Tropen. Die Rennserie hebe an den Austragungsorten Herausforderungen hervor, mit denen jedes der Ökosysteme dort schon heute konfrontiert ist, heißt es bei Continental.

„Wir finden es wirklich spannend, Partner von ‚Extreme E‘ zu werden“, sagte Niko-



**Alejandro Agag**, CEO der „Formular E“, zusammen mit **Philipp von Hirschheydt**, Executive Vice President EMEA (Europa, Mittlerer Osten, Afrika) von Continental

lai Setzer, Mitglied des Vorstandes der Continental AG und Leiter der Reifendivision sowie des Konzerneinkaufs. „Dieses neue Format im Rennsport ermöglicht uns zu zeigen, wie unsere Hochleistungsreifen auch in extremen Bedingungen überzeugen. Fahrer in dieser abenteuerähnlichen Offroadserie werden erfahren, wie Leistung und Sicherheit Hand in Hand gehen, egal auf welchem Untergrund. Ein wichtiger Aspekt der

Rennserie ist die Sensibilisierung der Zuschauer für die Herausforderungen unserer Zeit: Klimawandel, verantwortlicher Umgang mit unserer Umwelt und der Schutz wichtiger Lebensräume. Dem Thema Nachhaltigkeit sind wir bei Continental verpflichtet, und das passt gut zu dem, was ‚Extreme E‘ erreichen möchte.“

Gründer und Vorstand der „Formula E“ Alejandro Agag ergänzt: „Ich war schon immer begeistert von der Weiterentwicklung der Elektrofahrzeugtechnologie und wie sich saubere Mobilitätslösungen auf die Bemühungen auswirken können, um den globalen Klimawandel aufzuhalten. Ich bin fest davon überzeugt, dass ‚Extreme E‘

dazu beitragen kann, die Welt schneller nachhaltiger zu machen, und um dieses Ziel zu verwirklichen, haben wir ein Dream-Team aufgestellt. Gil de Ferran ist eine Führungspersönlichkeit in der Welt des Motorsports, und mit David de Rothschild und Fisher Stevens ist es ‚Extreme E‘ gelungen, zwei Spitzenkräfte in ihren jeweiligen Bereichen zu gewinnen.“

cs

## Patentrechtsverletzung: HF TireTech Group verteidigt sich

**D**ie HF TireTech Group ist Innovator und Entwickler renommierter Technologien für die Reifenherstellung. Seit je her werde nicht nur mit Leidenschaft und Know-how, sondern auch mit großen Investitionen Forschung und Entwicklung an verschiedenen Maschinenkonzepten betrieben, heißt es aus dem Unternehmen. HF melde seine neuen Entwicklungen konsequent als Patent oder Gebrauchsmuster an, und zwar weltweit in allen relevanten Industrieländern, in denen Reifen hergestellt oder Maschinen und Anlagen für die Reifenherstellung produziert werden. Für wichtige Neuentwicklungen wie etwa im Bereich der Reifenbautrommeln seien HF entsprechende Patente bereits erteilt worden. „Aktuell zeigt sich auf dem Markt massiv die Situation, dass von HF entwickelte Technologien und die zugehörigen Verfahren und Vorrich-

tungen kopiert und diese Kopien sogar nochmals zum Patent angemeldet werden. HF ist entschlossen, mit den zur Verfügung stehenden patentrechtlichen Möglichkeiten dagegen vorzugehen. Insbesondere bei Schutzrechtsverletzungen bestehender HF-Patente wird HF in jedem Fall auf dem Rechtsweg seinen Anspruch auf Unterlassung sowie Schadensersatz durchsetzen“, teilt das Unternehmen mit. Die Patentrechtsverletzungen kämen aus dem asiatischen Raum

cs





## Stellenmarkt

### Vertriebsmitarbeiter Pkw-Reifen im Außendienst für Deutschland-Ost (m/w/d)

Die YOKOHAMA Rubber mit Sitz in Tokio/Japan wurde 1917 gegründet und ist heute mit weltweit mehr als 24.000 Mitarbeitern in über 120 Ländern tätig. Die deutsche Repräsentanz des Reifengeschäfts der YOKOHAMA-Gruppe ist die in Düsseldorf ansässige YOKOHAMA Reifen GmbH.

Mit Blick auf die angestrebte Steigerung des Marktanteils der YOKOHAMA in Deutschland sowie einen stärkeren Fokus auf das Retail-Geschäft intensivieren wir unsere Verkaufsaktivitäten in quantitativer wie auch qualitativer Hinsicht.

Für das Verkaufsgebiet Deutschland-Ost suchen wir Sie als Verstärkung für unser Außendienstteam Pkw-Reifen.

#### Ihre Aufgaben:

- aktive Marktbearbeitung und Kundenakquise im Außendienst
- qualifizierte Betreuung und Entwicklung des vorhandenen Kundenstammes
- Markt- und Wettbewerbsbeobachtung
- Preisverhandlungen, Angebotserstellung und Verkauf unserer Produkte
- Umsetzung der Vertriebsstrategien

#### Ihr Profil:

- Sie verfügen idealerweise bereits über fundierte Vertriebs Erfahrung im Bereich Pkw-Reifen und pflegen langfristige Kundenbeziehungen.
- Sie besitzen ein ausgeprägtes technisches Verständnis und beraten Ihre Kunden gern bezüglich der Zukunftsausrichtung.
- Sie sind eine aufgeschlossene und kommunikationstarke Persönlichkeit mit eigenverantwortlicher und zuverlässiger Arbeitsweise.
- Sie verfügen über gute Englischkenntnisse und beherrschen Microsoft-Officeanwendungen.
- Sie reisen gerne und sind es gewohnt, eigenständig zu arbeiten.

Neben einem dynamischen, aber auch von Teamgeist geprägten Arbeitsumfeld bieten wir Ihnen ein attraktives Paket aus leistungsgerechtem Gehalt, Bonus, Firmenwagen und Möglichkeiten zur persönlichen und fachlichen Weiterbildung.

Wenn Sie sich von diesem Profil angesprochen fühlen, senden Sie bitte Ihren Lebenslauf unter Bezugnahme auf diese Anzeige an [bewerbung@yokohama.de](mailto:bewerbung@yokohama.de). Eine vertrauliche Behandlung der Bewerbung und Ihrer persönlichen Daten gemäß DSGVO sichern wir Ihnen bereits jetzt zu.



Wir sind ein auf Entwicklung und Vertrieb von Reifendruckkontrollsystemen (RDKS) spezialisiertes Unternehmen. Die RDKS-Produkte von CUB Electronics Inc., einem der weltweit führenden Produzenten, vertreiben wir in Deutschland, Österreich, Italien und der Schweiz exklusiv. Zur Verstärkung unseres jungen, engagierten Teams suchen wir für unsere Zentrale in Vettweiß / NRW einen

### Produktmanager (m/w) für RDKS im Bereich Nutzfahrzeuge mit technischen Kenntnissen

- **Aufgaben:**
  - Ermittlungen von RDKS-Potenzialen für Nutzfahrzeuge, deren Anwendungen und Kundengruppen.
  - Kontinuierliche marktgerechte Ausweitung und Optimierung des Produktportfolios inkl. Prognose von Produktrends.
  - Erstellung und Umsetzung von Vermarktungs- und Schulungskonzepten, sowie Vertriebspräsentationen.
  - Planung und Durchführung von bundesweiten Schulungen unserer Kunden, sowie Beratung bei Kundenveranstaltungen und Messen.
  - Erster Ansprechpartner für die technische Unterstützung im Bereich RDKS für Nutzfahrzeuge.

■ **Profil:** Sie haben eine Ausbildung als Nfz-Mechatroniker oder eine vergleichbare Ausbildung im Bereich Nutzfahrzeuge abgeschlossen. Idealerweise haben Sie bereits Erfahrungen in der Nfz- bzw. Nfz-Reifenbranche sammeln können. Sie verfügen über ein sehr gutes Kommunikationsvermögen in deutscher und englischer Sprache. Sie sind belastbar und beherrschen gängige EDV Anwendungen. Ein sicheres Auftreten sowie gute Umgangsformen runden Ihr Profil ab.

■ **Unsere Leistungen:** Sie erwartet ein kollegiales Arbeitsumfeld, eine fundierte Einarbeitung sowie eine leistungsgerechte Vergütung in einem schnell wachsenden Unternehmen. Hauptsächlich werden Sie in der Zentrale in Vettweiß tätig sein. Für die erforderlichen Reisetätigkeiten steht Ihnen ein von uns gestelltes Geschäftsfahrzeug zur Verfügung.

Aussagekräftige Bewerbungsunterlagen mit Ihrer Gehaltsvorstellung senden Sie bitte ausschließlich per E-Mail an [office@TPMSshop.de](mailto:office@TPMSshop.de)



Wir sind ein auf Entwicklung und Vertrieb von Reifendruckkontrollsystemen (RDKS) spezialisiertes Unternehmen. Die RDKS-Produkte von CUB Electronics Inc., einem der weltweit führenden Produzenten, vertreiben wir in Deutschland, Österreich, Italien und der Schweiz exklusiv. Zur Verstärkung unseres jungen, engagierten Teams suchen wir für den Bereich Aftermarket-Service einen

### Junior Vertriebsmitarbeiter (m/w) für RDKS mit technischen Kenntnissen im Außendienst

■ **Aufgaben:** Sie betreuen den Reifenfachhandel, Autohäuser, die Ersatzteilbranche sowie freie Kfz-Betriebe. Unsere hochwertigen Produkte präsentieren Sie nach einer detaillierten Einarbeitung selbstständig und professionell. Gleichzeitig sind Sie Ansprechpartner für die technische Unterstützung im Bereich RDKS – vorwiegend im Gebiet NRW sowie angrenzende Teile von Niedersachsen.

■ **Profil:** Idealerweise haben Sie bereits erste Erfahrungen in der Kfz- bzw. Reifenbranche sammeln können. Der Umgang mit Kunden bereitet Ihnen Freude. Sie sind belastbar und beherrschen gängige EDV Anwendungen. Ein sicheres Auftreten sowie gute Umgangsformen runden Ihr Profil ab.

■ **Unsere Leistungen:** Sie erwartet ein kollegiales Arbeitsumfeld, eine fundierte Einarbeitung sowie eine leistungsgerechte Vergütung in einem schnell wachsenden Unternehmen. Die Reisetätigkeiten beginnen Sie vom Home Office im Raum NRW, mit dem von uns gestellten Geschäftsfahrzeug.

Aussagekräftige Bewerbungsunterlagen mit Ihrer Gehaltsvorstellung senden Sie bitte ausschließlich per E-Mail an [office@TPMSshop.de](mailto:office@TPMSshop.de)

25.3.2019

Anzeigenschluss  
für unser  
April-Heft

NRZ



Unser Klient ist ein traditionsreiches, stark wachsendes und finanziell erfolgreiches Unternehmen der Reifenindustrie und zählt in seinem Spezialsegment zu den Weltmarktführern. Seit Jahrzehnten werden die Produkte auf dem europäischen und insbesondere auf dem deutschen Markt aufgrund der hohen Qualität, Sortimentsbreite und eines optimalen Preis-/Leistungsverhältnisses mit Erfolg vermarktet. Zur weiteren Bearbeitung des Marktes vor Ort suchen wir Sie als

### Field Sales – Gebietsverkaufsleiter Off-Highway Tires m/w/d

In Ihrer Funktion sind Sie direkt dem Vertriebsleiter unterstellt und verantworten die konstante Weiterentwicklung Ihrer Region.

#### Ihre Aufgaben

- Neukundenakquisition
- Management & Kooperation mit den Distributoren und Händlern
- Beratung der Endkunden
- Umsetzung der Vertriebsstrategien vor Ort
- Einführung neuer Produkte am Markt
- Produktschulungen
- Markt- und Wettbewerbsbeobachtung
- Zusammenarbeit mit dem Produktmanagement
- Unterstützung der Händler bei der Reklamationsabwicklung

#### Ihr Profil

- Technische oder kaufmännische Aus- und Fortbildung
- Fach- und Marktkenntnisse im Reifenbereich von Vorteil
- Mehrjährige erfolgreiche Vertriebstätigkeit
- Zielorientiertes, selbstständiges Arbeiten
- Verhandlungsgeschick und Durchsetzungsvermögen
- Kommunikationsstärke
- Hohe Belastbarkeit
- Reisebereitschaft
- Englisch Kenntnisse zwingend erforderlich

#### Unser Angebot

Wenn Sie die Zukunft aktiv mitgestalten wollen in einem wachstumsstarken Unternehmen mit innovativen und qualitativ hochwertigen Produkten, dann nehmen Sie mit uns Kontakt auf.

- Diskretion ist selbstverständlich -



#### Gieselmann Consulting

Personalberatung  
Alexandra Gieselmann  
+49 162 – 434 62 78  
AG@gieselmann-consulting.de  
www.gieselmann-consulting.de

## Geschäftsverbindungen

### Hochwertige Werkstatt zur Miete mit Showroom und Büroraum

**Vielfältige Nutzung möglich, alles rund ums Auto:**  
Reifenhändler, KFZ-Werkstatt, Lager, Lackierer etc.

#### TOP Lage:

sehr frequentierte, werbewirksame Gewerbeanlage  
östlich von Lindau; direkt an der Autobahn;  
Grenzbereich Österreich/Schweiz

#### TOP Ausstattung:

1. Werkstatt / Lager / Personal-, Umkleide-, Toilettenräume
2. Showroom / Chef-, + Büroraum

Der komplette Showroom + Werkstatteinrichtung  
gegen Ablöse.

Nähere Informationen  
auf Anfrage:  
Herr Ali Kocyigit  
Telefon: 08382 9423636  
Mobil: 0178 1448911



## An- und Verkauf

Mit einer **Stellenanzeige** in  
der **NEUE REIFENZEITUNG**

sind Sie *dreifach präsent:*

- monatlich im Magazin,
- im freitäglichen Newsletter und
- online auf reifenpresse.de

### Reifenlagerhallen | Reifencontainer | Reifenregale

TOP-QUALITÄT | DIREKT AB HERSTELLER



Über 800 Referenzen für  
KFZ-Betriebe/Reifenhändler

Hervorragendes  
Preis-/Leistungs-  
verhältnis



### Werkstatthallen | Direktannahmen

INDIVIDUELLE PLANUNG | VORHANDENE TYPENSTATIK



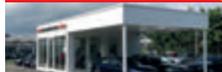
Über 300 Referenzen  
für KFZ-Betriebe

Günstige  
Systembauweise

HaCoBau

### Verkaufspavillons für Gebrauchtwagenplätze

INDIVIDUELL | MODERN | WERTBESTÄNDIG



Über 200 Referenzen  
für alle Automarken

Preiswert  
dank  
Modulbauweise



Hacobau GmbH • Tel. 051 51 - 809876 • info@hacobau.de • www.hacobau.de

„AM BESTEN KANN MAN DIE ZUKUNFT VORHERSAGEN,  
WENN MAN SIE SELBST GESTALTET.“

Alan Kay



**SCHOLZ SYSTEM**

**Schnelle Prozesse  
Professionalität  
Kundenbindung**

Bei der Räder-  
lagerung

**YeSiReB Flexi®**

Scholz Regalsysteme GmbH  
Im Birkenfeld 11 | D-65719 Hofheim  
Tel.: +49 61 92 - 29 39 00  
info@scholz-regalsysteme.de  
[www.Scholz-eOK.de](http://www.Scholz-eOK.de)

**NABU**

Werden Sie Moor-  
und Klimaschützer!  
Gärtnern Sie  
torffrei!

Weitere Infos unter  
[www.NABU.de/moorschutz](http://www.NABU.de/moorschutz)

Reifenregale Reifencontainer  
Reifenlagerhallen

Die passende Lösung finden wir für Sie.  
Preiswert. Flexibel. Sofort lieferbar.

**aczent**  
Lagertechnik

Tel. 0 55 31 - 99 13 80 10 | [www.aczent-lagertechnik.eu](http://www.aczent-lagertechnik.eu) | 37603 Holzminden

## Sie suchen nach mehr Aufmerksamkeit?

### Anzeigenberatung nach Maß

Michelle.Bednarz@reifenpresse.de  
04141-5336-22

Tanja.Fergin@reifenpresse.de  
04141-5336-24

**TEPE SYSTEMHALLEN**

Satteldachhalle Typ SD11 (Breite: 11,01m, Länge: 10,00m)

- Traufe 4,00m, Firsthöhe 5,90m
- mit Trapezblech, Farbe: AluZink
- incl. Schiebetor 4,00m x 4,20m
- feuerverzinkte Stahlkonstruktion
- incl. prüffähiger Baustatik

**Aktionspreis**  
**€ 13.990,-**

ab Werk Buldern, excl. MwSt. Schneelastzone 2, Windzone 2, a. auf Anfrage

Mehr Infos

[www.tepe-systemhallen.de](http://www.tepe-systemhallen.de) · Tel. 0 25 90 - 93 96 40

**Ultraschall  
Räderwäsche  
in Bestqualität**

NEU! Auch Felgenwäsche

Tiresonic

Tel. +49 (0) 7561 - 913 804  
[www.tiresonic.de](http://www.tiresonic.de) info@tiresonic.de

Ihr Applaus  
für seine Angst.

Wildtiere sind keine Zirkustiere.

**NRZ**

**Redaktionelle  
THEMEN IM  
APRIL**

- Räderreport, Teil 2
- Motorrad
- Elektromobilität
- Nachbericht „Genfer Automobilsalon“
- Sommerreifen (Beilage)

Sie sind **NRZ**-Abonnent?

Dann haben Sie auch freien Zutritt  
zu unserer Nachrichtenplattform  
**Reifenpresse.de**

Sie fragen sich, wie?  
Gehen Sie auf:

**[Reifenpresse.de/Zugang](http://Reifenpresse.de/Zugang)**

# SERVICE

Seien Sie präsent. Mit dem Web-Weg-Weiser der  
Neue Reifenzeitung und der Linkseite unter  
[www.reifenpresse.de](http://www.reifenpresse.de) finden Ihre Kunden Sie schneller.

## · wichtige Adressen

### · **Kontakt:**

[michelle.bednarz@reifenpresse.de](mailto:michelle.bednarz@reifenpresse.de)

[tanja.fergin@reifenpresse.de](mailto:tanja.fergin@reifenpresse.de)

### · *EDV/Software*

[www.reifensystem.eu](http://www.reifensystem.eu)

[www.speed4trade.com](http://www.speed4trade.com)

[www.ypsystems.de](http://www.ypsystems.de)

### · *Felgenanbieter*

[www.alcar.de](http://www.alcar.de)

[www.alutec.de](http://www.alutec.de)

[www.autoreifenonline.de](http://www.autoreifenonline.de)

[www.brock.de](http://www.brock.de)

[www.interpneu.de](http://www.interpneu.de)

[www.oz-racing.de](http://www.oz-racing.de)

[www.platin-wheels.com](http://www.platin-wheels.com)

[www.radcenterderkum.de](http://www.radcenterderkum.de)

[www.rial.de](http://www.rial.de)

[www.ronal-wheels.com](http://www.ronal-wheels.com)

[www.uniwheels.com](http://www.uniwheels.com)

### · *Flottendienstleister*

[www.4fleet.de](http://www.4fleet.de)

### · *Kooperationen/Franchise*

[www.com4tires.de](http://www.com4tires.de)

[www.efr-online.de](http://www.efr-online.de)

[www.mlx.de](http://www.mlx.de)

[www.gdhs.de](http://www.gdhs.de)

[www.reifen1plus.de](http://www.reifen1plus.de)

### · *Montage/Komplettträger*

[www.seib-industrie.com](http://www.seib-industrie.com)

[www.tsysys.de](http://www.tsysys.de)

### · *Reifenhandel/Großhandel*

[www.autoreifenonline.de](http://www.autoreifenonline.de)

[www.bbreifen.de](http://www.bbreifen.de)

[www.gettygo.de](http://www.gettygo.de)

[www.grupoandres.com](http://www.grupoandres.com)

[www.mtr-enterprises.com](http://www.mtr-enterprises.com)

[www.pkwteile.de](http://www.pkwteile.de)

[www.premio.de](http://www.premio.de)

[www.premio-tuning.de](http://www.premio-tuning.de)

[www.quick.de](http://www.quick.de)

[www.reifen-goeggel.de](http://www.reifen-goeggel.de)

[www.reifengundlach.de](http://www.reifengundlach.de)

[www.reifen-tanski-grosshandel.de](http://www.reifen-tanski-grosshandel.de)



<http://chn.triangle.com.cn/en/Product/index.html>  
[www.tyre100.de](http://www.tyre100.de)  
[www.tyre24.de](http://www.tyre24.de)  
[www.tyres-bernaerts.com](http://www.tyres-bernaerts.com)  
[www.tyresystem.de](http://www.tyresystem.de)  
[www.tysys.de](http://www.tysys.de)

· *Reifenhersteller*

[www.coopertire.de](http://www.coopertire.de)  
[www.grupandres.com](http://www.grupandres.com)  
[www.trelleborg.com/wheelsystems](http://www.trelleborg.com/wheelsystems)  
[www.vredestein.com](http://www.vredestein.com)  
[www.yokohama.de](http://www.yokohama.de)

· *Reifenlagerung/Logistik*

[www.eventus-reifenregale.de](http://www.eventus-reifenregale.de)  
[www.lagertechnik-west.de](http://www.lagertechnik-west.de)  
[www.schockemoehle.de](http://www.schockemoehle.de)  
[www.tepe-systemhallen.de](http://www.tepe-systemhallen.de)

· *Runderneuerung*

[www.kraiburg-retreading.com](http://www.kraiburg-retreading.com)  
[www.marangoni.de](http://www.marangoni.de)

· *Sonstige*

[www.mtdealer.com](http://www.mtdealer.com)  
[www.vdh-germany.de](http://www.vdh-germany.de)

· *Spurverbreiterungen*

[www.spurverbreiterung.de](http://www.spurverbreiterung.de)

· *Veranstaltungen*

[www.citexpo.com.cn](http://www.citexpo.com.cn)  
[www.reifen-china.com](http://www.reifen-china.com)

· *Werkstatt/Zubehör*

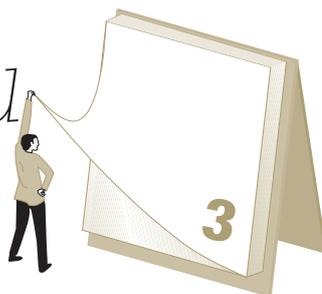
[www.schraderinternational.com](http://www.schraderinternational.com)



· *Inserentenverzeichnis*

<b>A</b>	<b>F</b>	<b>M</b>	<b>S</b>
Aczent ..... 109	Falken ..... 25	Marangoni ..... U2*	Scholz Regalsysteme ..... 109
Alcar ..... U2, 99	First Stop ..... 35	Maxxis ..... 75	Schrader ..... 97
<b>B</b>	<b>G</b>	McGard ..... 55	SDS Systemtechnik ..... 19*
B&J Rocket ..... 17, 17*	Galgo ..... 7*	<b>N</b>	ST Suspensions ..... 67
BBS ..... 59	Gewe ..... 91	Nexen ..... 13	<b>T</b>
Berwin ..... 15*	Gieselmann ..... 108	<b>O</b>	Tepe Systemhallen ..... 109
Borbet ..... U1	Reifen Göggel ..... 15	Österreifen ..... 95	Tiresonic ..... 109
Bridgestone ..... U1*	Grasdorf ..... 7	<b>P</b>	Toyo Tire ..... 5
<b>C</b>	Gundlach ..... 61	Point S ..... 3	<b>V</b>
CaMoDo ..... 93	<b>H</b>	<b>R</b>	Vellco Tyre ..... 11*
CMS ..... 63	HaCoBau ..... 108	Reifen 1+ ..... 33	<b>Y</b>
Conti ..... U3	Hankook ..... 9	Ronal ..... 57	Yokohama ..... 19, 107
<b>D</b>	W.v.D. Heyde ..... 53	RTS ..... 11, 107	
Delticom ..... U4	<b>K</b>		
<b>E</b>	Kocyigit/Boxenstop ..... 108		
EFR ..... 29	Kraiburg ..... 5*		

\* Seitenangabe bezieht sich auf die Extrabeilage „Retreading Special“



### Räderreport, Teil 2

Auch im zweiten Teil des Räderreportes stellen wir Marktteilnehmer und ihre Pläne für die Zukunft vor. Da wird investiert und gefeiert. Es gibt neue Designs und neue Mitarbeiter. Wir stellen ein Unternehmen vor, welches sich auf die Dichtheitsprüfung von Rädern spezialisiert hat und Weltmarktführer in diesem Segment ist. Aber natürlich ist nicht alles glänzend in der Aluräderbranche. So verlieren rund 300 Mitarbeiter von Accuride in Ebersbach (ehemals Südrad) ihren Job. Dies und mehr berichtet die NEUE REIFENZEITUNG in der April-Ausgabe.



### Testbeilage

Seit Jahren gibt die Testbeilage der NEUE REIFENZEITUNG einen hervorragenden Überblick über alle relevanten Reifentests und zeigt auf, wie die verschiedenen Produkte und Marken dabei abschneiden. Für die nächste Ausgabe im April planen wir dabei nun eine weitreichende Überarbeitung unseres Beilagenkonzeptes. In dessen Mittelpunkt: eine übersichtlich gestaltete Qualitätsaussage für den Endverbraucher. Hersteller, deren Reifen in der jüngsten Vergangenheit getestet wurden, können ihre „Besten Sommerreifen im Test“ dort entsprechend präsentieren.



### Motorrad(-reifen)

Ein Februar, der sich zum Teil fast schon wie ein Sommermonat gegeben hat, und Motorradfrühjahrmessen, die sich – egal, ob in Leipzig, München oder Dortmund – über einen Mangel an Besucherinteresse wahrlich nicht beklagen können: Viel besser hätte der (Vor-)Auftakt der Zweiradsaison nicht ausfallen können. Wenn die Witterung weiterhin mitspielt, dürfte das Jahr 2019 ein gutes für die Motorradbranche und die dort aktiven Reifenanbieter werden. In der April-Ausgabe werden wir daher erneut einen detaillierten Blick auf dieses Segment des Reifenmarktes werfen.

## IMPRESSUM

### VERLAG:

Profil-Verlag GmbH  
Harsefelder Str. 5, 21680 Stade  
Postfach 1408, 21654 Stade  
Telefon: 0 41 41 53 36-0  
Telefax: 0 41 41 53 36-11  
Online: www.reifenpresse.de  
E-Mail: info@reifenpresse.de  
USt-IdNr. DE116461871

### HERAUSGEBER:

Klaus Haddenbrock

### REDAKTION:

Klaus Haddenbrock (Chefredakteur)  
Telefon: 0 41 41 53 36-0  
E-Mail: klaus.haddenbrock@reifenpresse.de  
Arno Borchers, Tel.: 0 41 41 53 36-27  
E-Mail: arno.borchers@reifenpresse.de

Christian Marx, Tel.: 0 41 41 53 36-28  
E-Mail: christian.marx@reifenpresse.de

Christine Schönfeld, Tel.: 0 41 41 53 36-18  
E-Mail: christine.schoenfeld@reifenpresse.de

### WEITERE REDAKTIONSBÜROS:

Tyre Industry Publications Ltd  
Federation House  
Station Road, Stoke-on-Trent  
Staffordshire, ST4 2SA, UK  
Tel.: 00 44 1782 21 42 24  
Fax: 00 44 1782 26 02 52  
Online: www.tyrepress.com  
E-Mail: info@tyrepress.com

PneusNews.it  
Centro Direzionale Undici  
Via degli Agricoltori 11  
32100 Belluno, Italien  
Tel./Fax: 0039 0437 93 99 33 23  
Online: www.pneusnews.it  
E-Mail: lucia.tonini@pneusnews.it

### ANZEIGEN:

Michelle Bednarz, Tel.: 0 41 41 53 36-22  
E-Mail: michelle.bednarz@reifenpresse.de  
Tanja Fergin, Tel.: 0 41 41 53 36-24  
E-Mail: tanja.fergin@reifenpresse.de

### VERTRIEB:

Petra Sander-Dammann, Tel.: 0 41 41 53 36-20  
E-Mail: Vertrieb@reifenpresse.de

### LAYOUT, SATZ UND REPRO:

Gaby Hinck Tel.: 0 41 41 53 36-26  
E-Mail: gaby.hinck@reifenpresse.de  
Heike Schomaker-Eymers, Tel.: 0 41 41 53 36-23  
E-Mail: heike.schomaker-eymers@reifenpresse.de

### ERSCHEINUNGSWEISE:

monatlich in der dritten Woche

### BEZUGSBEDINGUNGEN UND PREISE:

Bezugspreis für 12 Monate Inland: 136,00 Euro inkl. USt und Versand. Preis eines Einzelheftes 13,50 Euro inkl. USt und Versand. Bezugspreis für 12 Monate Ausland: Europa 169,00 Euro inkl. Versandkosten. Weltweit 195,00 Euro inkl. Versandkosten. Mindestlaufzeit 12 Monate, Kündigung 3 Monate vor Ablauf möglich, ansonsten automatische Verlängerung um ein weiteres Jahr.

### BANKVERBINDUNG:

Kreissparkasse Stade  
Kto.-Nr. 122 986  
BLZ 241 511 16  
IBAN: DE3524151160000122986  
SWIFT-BIC: NOLADE21STK  
Dresdner Bank  
Kto.-Nr. 250 911 800  
BLZ 200 800 00  
IBAN: DE32200800000250911800  
SWIFT-BIC: DRESDEFF209

Namentlich gekennzeichnete Artikel stellen die Ansicht des Verfassers dar, nicht unbedingt die der Redaktion oder des Verlages. Nachdruck oder Vervielfältigung nur mit Genehmigung des Verlages. Einsender von Manuskripten, Briefen o.ä. erklären sich mit redaktioneller Bearbeitung einverstanden. Alle Angaben ohne Gewähr. Keine Haftung für unverlangte Einsendungen. Lithos und PR-Fotos werden den Einsendern in Rechnung gestellt. Das Nichterscheinen infolge höherer Gewalt, Streiks, Papierverknappung oder dergleichen berechtigt nicht zu Ansprüchen an den Verlag.

### DRUCK:

Strube OHG  
Stimmerswiesen 3, 34587 Felsberg

ISSN 0933-3312

Freuen Sie sich auf Ihre **April-Ausgabe**  
am **17.4.2019**

# CONTI CHILI CHALLENGE

## Feuer fangen und Etappenziele erreichen

Sie brennen für Ihr Unternehmen und unsere Reifen? **Jetzt mitmachen** und die Chance auf einen von **vielen attraktiven Gewinnen** sichern!

Nicht lange fackeln und registrieren unter:  
**[www.contichilichallenge.de](http://www.contichilichallenge.de)**



Abb. ähnlich

**Jetzt exklusive Preise gewinnen!**

Das Gewinnspiel läuft bis zum 31.05.2019.



# autoreifenonline.de

Reifen und KFZ-Zubehör für Werkstätten & Händler



## Ihr Wachstums-Plus 2019

Neukunden gewinnen und profitieren!

### Gewinnen Sie kostenlos Neukunden

- ohne eigenen Beratungsaufwand
- aus renommierten Onlineshops wie ReifenDirekt.de oder Tirendo
- mit der Chance auf Anschlussgeschäfte
- ganz ohne Werbeaufwand

### Werden Sie selbst zum Vollsortimenter

- und bedienen Sie jeden Kunden
- ohne Kapitalbindung oder eigene Lagerkapazitäten
- ohne Mindestabnahmemengen
- zu marktgerechten Preisen
- schnell und kostenfrei geliefert

**Nutzen Sie Ihre Wachstumschancen und bleiben Sie unabhängig!**

#### Kontakt Serviceteam:

E-Mail: [autoreifenonline@delti.com](mailto:autoreifenonline@delti.com)

Hotline: +49 (0) 511 8798 9210

**DELTI**COM  
Aktiengesellschaft