



Trend: Reifenhandel

Fit für das Wintergeschäft

Markengebundene und freie Betriebe wollen Umsätze steigern

Der Wettbewerbsdruck im Reifengeschäft nimmt zu. Onlineanbieter wie Ebay wachsen überproportional. Auch Discounter wie Lidl, Baumärkte und SB-Warenhäuser dringen immer stärker in den Markt ein. Und obwohl der Reifenmarkt eher stagniert als wächst, könnte das Kfz-Gewerbe seinen Marktanteil ausbauen. „Im Reifenersatzgeschäft ist mittelfristig ein Wachstum von mindestens zehn Prozentpunkten auf 40 Prozent in den nächsten zwei Jahren realistisch“, erklärt ZDK-Vizepräsident Wilhelm Hülsdonk.

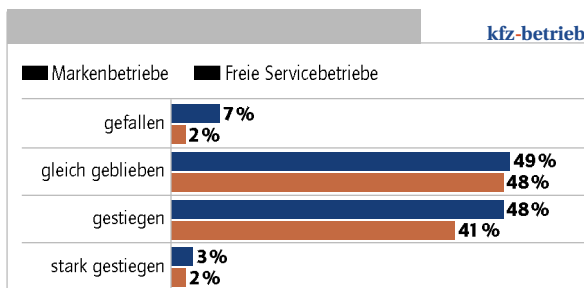
Wie sich das Reifengeschäft entwickelt und welche

Einkaufsquellen die Kfz-Betriebe bevorzugen, wollte die BBE-Unternehmensberatung wissen. Sie befragte im Auftrag der Santander Bank und der Redaktion »kfz-betrieb« 200 Inhaber von markengebundenen und freien Unternehmen.

56 Prozent der Fabrikatsbetriebe und 43 Prozent der freien Servicebetriebe verbuchten in den ersten sechs Monaten dieses Jahres im Vergleich zum Vorjahr gleich bleibende Umsätze. Gut ein Drittel aller Befragten verzeichnete sogar gestiegene Umsätze im Reifengeschäft. Aktiver im Verkauf als ihre markengebundenen Kollegen sind die

Vertragshändler der Automobilhersteller und Importeure. Dass sich das Absatzvolumen im bevorstehenden Winter erhöhen wird, prognostizieren immerhin 71 Prozent der Markenbetriebe und 63 Prozent der Freien Werkstätten.

Auf Grund der guten Einkaufspreise beziehen 72 Prozent der Vertragshändler ihre Reifen direkt vom Automobilhersteller. Haupteinkaufsquelle der markenunabhängigen Kfz-Betriebe ist der Großhandel. *Norbert Rubbel*



Bei der Entwicklung der Verkaufspreise zeigt sich ein zweigeteiltes Bild. Knapp die Hälfte registrierte steigende und rund 50 Prozent gleich bleibende Verkaufspreise. Quelle: BBE

