

Reifenhandel

Mit Optimismus ins Wintergeschäft

Ein Drittel der Fabrikatsbetriebe und ein Viertel der Freien Werkstätten wollen ihren Absatz steigern

Die Konkurrenz im Reifengeschäft ist groß. Handelsketten wie Point-S und First-Stop, Fachmärkte wie A.T.U sowie die markengebundenen und freien Kfz-Betriebe und Anbieter von Online-Marktplätzen kämpfen um jeden Pneu. Und obwohl der Preiswettbewerb weiter zunimmt und das Marktvolumen schrumpft, wollen knapp ein Drittel der Fabrikathändler und ein Viertel der Freien Werkstätten ihren Reifenabsatz im kommenden Wintergeschäft steigern. Gut die Hälfte aller Unternehmen rechnet im Vergleich zum Vorjahr mit gleichbleibenden Absatzzahlen.

Zwei Drittel der vertragsgebundenen Autohäuser kaufen ihre Reifen direkt bei ihrem Automobilhersteller beziehungsweise Importeur ein. Dagegen bevorzugt die große Mehrheit der markenunabhängigen Servicebetriebe (78 Prozent) den Reifenfachhandel als Einkaufsquelle. Beliebte sind auch Onlineanbieter, von denen immerhin 33 Prozent der Fabrikatsbetriebe und 41 Prozent der Freien Werkstätten ihre Reifen beziehen.

Die meisten Reifenketten bieten den Autofahrern auch Wartungs- und Reparaturarbeiten an und weiten dieses Geschäftsfeld zunehmend aus.

Auf die Frage, „Macht Ihnen der Reifenfachhandel mit Serviceleistungen Konkurrenz?“, antworteten 22 Prozent der Inhaber von Vertragswerkstätten mit „Ja, immer mehr“. Besonders spüren sie den Wett-

bewerb bei einfachen mechanischen Arbeiten (95 Prozent), gefolgt vom Bremsen- und Auspuffservice (91 Prozent) und von den Glasarbeiten (67 Prozent).

Norbert Rubbel

