



Reifenhandel

Branche erwartet gute Geschäfte

Ein Viertel der Fabrikathändler will den Winterreifenabsatz gegenüber dem Vorjahr steigern

Dass sich das kommende Winterreifengeschäft in ihren Betrieben ebenso gut wie im vergleichbaren Vorjahreszeitraum entwickelt, meinen 45 Prozent der vertragsgebundenen Händler der Automobilhersteller und 38 Prozent der Inhaber von Freien Werkstätten. Dies ergab die Branchenindexbefragung der Bank Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe (BDK) und der Fachzeitschrift »kfz-betrieb«.

Ein Viertel der befragten Fabrikathändler rechnet sogar mit einem steigenden Absatz-

volumen im Winterreifengeschäft. Mit attraktiven Kompletttraderangeboten und Marketingstrategien wollen sie vor allem den Fachmärkten wie A.T.U und den spezialisierten Reifenfachhändlern wie Point-S und Vergölst Paroli bieten.

Seinen Distributionsanteil habe der Reifenfachhandel im letzten Jahr zwar wieder leicht steigern können, erklärt BRV-Geschäftsführer Peter Hülzer. „Doch in den zehn Jahren zuvor musste er insgesamt 14 Prozent Marktanteil im Pkw-Reifenersatzgeschäft einbü-

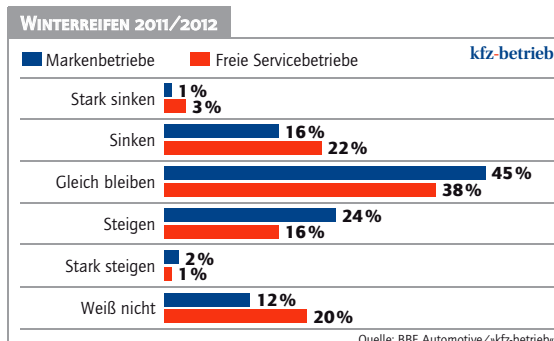
ßen“, bedauert der Verbandsprecher. Zu den Gewinnern gehörten vor allem die Autohäuser und Freien Werkstätten.

Gut 50 Prozent aller Befragten beziehen ihre Reifen vom Großhandel. Zudem bevorzugen knapp 30 Prozent der Fabrikatsbetriebe und ein Viertel der markenunabhängigen Unternehmen die Internetplattformen als Einkaufsquelle. Auf die Frage „Welcher B2B-Onlineanbieter ist Ihnen

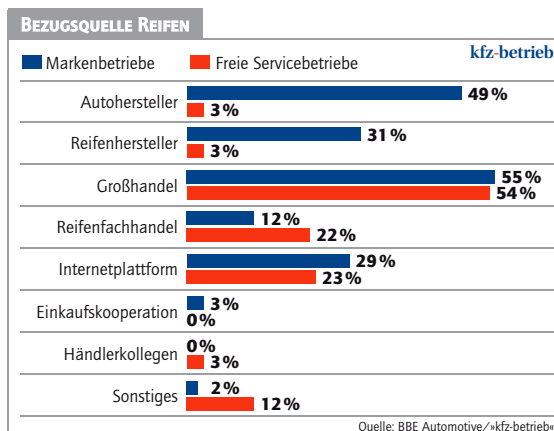
bekannt?“ nannten 48 Prozent der Vertragshändler und 35 Prozent der Inhaber von Freien Werkstätten „Tyre 24“. Diese Internetplattform haben bisher aber nur 29 beziehungsweise 24 Prozent der befragten Unternehmen genutzt.

Norbert Rubbel

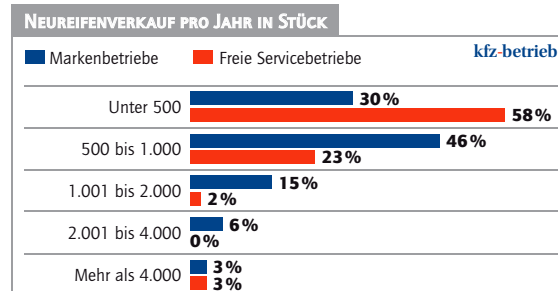
»kfz-betrieb ONLINE
Unser BIX-Archiv finden Sie unter www.kfz-betrieb.de/branchenindex.



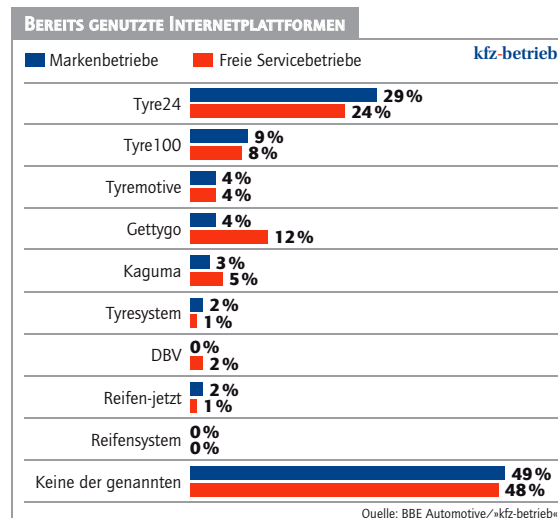
Rund 40 Prozent der Befragten erwarten, dass der Winterreifenabsatz in diesem Jahr auf dem Niveau des Vorjahres liegen wird.



Die Fabrikathändler beziehen ihre Reifen vor allem direkt vom Automobilhersteller und vom Reifengroßhandel.



Generell vermarkten die freien Servicebetriebe weniger Reifen als ihre markengebundenen Kollegen.



Rund die Hälfte der Befragten hat die genannten Onlineplattformen für den Reifeneinkauf noch nie genutzt.