

23. März 2017

## **Räder-Sell-In-Panel im Frühjahr 2017: 2016 war nicht schlecht, doch wie sind die Aussichten?**

Überwiegend mittelmäßig – so beurteilen die führenden deutschen Felgenhersteller die Situation ihrer Branche im vergangenen Geschäftsjahr. Das ergab die aktuelle Auswertung des Felgen/Räder-Sell-In-Panels, das die Kölner Unternehmensberatung BBE Automotive regelmäßig im Frühjahr und im Herbst erhebt. Auftraggeber hierfür ist der beim Bundesverband Reifenhandel und Vulkaniseur-Handwerk (BRV, Bonn) angesiedelte Arbeitskreis Felgenhersteller.

Hier die Umfrageergebnisse für das Gesamtjahr 2016 und die Prognose 2017 im Überblick:

Befragt nach der Branchensituation im vergangenen Jahr, vergaben die Panelteilnehmer eine Durchschnittsnote von 3,07 und damit ein „befriedigend“ im Schulnotensystem – ein im Vergleich zum Vorjahr (3,0) nur minimal verschlechtertes Ergebnis. Auch ihre Erwartungen an die nächsten drei bis vier Jahre bewegen sich im Dreierbereich. Die mittelfristige Entwicklung auf der Wert- und Stückeebene wird, ähnlich wie im Vorjahr, als stagnierend eingeschätzt, wobei die Aussichten für die Wertebene mit einem Durchschnitt von 3,21 leicht besser als im Vorjahr (3,39) und auch leicht positiver als die Entwicklung der Stückzahlen (3,36; Vorjahr: 3,29) bewertet wurden.

### **Preissegmente: Verlust der Mitte**

Nach Preissegmenten betrachtet, werden den aktuellen Panelergebnissen zufolge die besten Entwicklungschancen im Segment „Budget“-Räder gesehen (Durchschnittsnote: 2,57; Vorjahr: 2,69). Im Abstand von je etwa einer halben Note folgen das Preissegment „Premium“-Räder (3,07; Vorjahr 3,36) und – als Schlusslicht hinsichtlich der Entwicklungsaussichten – das Mittelpreis-Segment (Bewertung wie im Vorjahr mit 3,50). Nach wie vor wird Potenzial bei Rädern gesehen, mit denen Fahrzeuge individualisiert werden können. Auch für preisgünstige seriennahe Designs sehen die Panelteilnehmer recht gute Marktchancen, während sie die Absatzmöglichkeit mittelpreisiger No-name-Produkte eher negativ beurteilen.

### **Werkstoffe: Alu verdrängt Stahl**

Betrachtet man die Marktentwicklung nach den beiden werkstoffbezogenen Produktgruppen Aluminium- und Stahlräder, so zeigen sich wie üblich entgegengesetzte Trends. Der Stückabsatz im größten Marktsegment **Aluräder** (Sell-In, d.h. Radhersteller an Handel im deutschen Ersatzmarktgeschäft, ohne Verkäufe an Fahrzeughersteller und -importeure) ist im Durchschnitt der Panelteilnehmer im Vergleich zum Vorjahr um 3,1 Prozent gewachsen. Positiv wirkten hier vor allem ein gutes Wintergeschäft, aber auch eher unternehmensindividuelle Faktoren wie gute Lieferfähigkeit und optimierte Produktpalette. Auf dieser Basis fällt auch die Prognose für 2017 leicht positiv aus: Die Panelteilnehmer erwarten ein minimales Plus von 0,2 Prozent im Segment Aluräder.

In dem seit Jahren rückläufigen Segment **Stahlräder** hat sich der Absatzzrückgang 2016 weiter fortgesetzt. Mit insgesamt rund 1,69 Millionen Stück verkauften die Panelteilnehmer rund ein Pro-

Ihre Ansprechpartnerin: Martina Schipke  
(02232) 154674



zent weniger Stahlräder an den Handel als im Vorjahr und rechnen für 2017 mit einem weiteren Sell-In-Rückgang von 3,3 Prozent.

## **Dimensionen: hier verlieren die Kleinen**

Segmentiert man den Sell-In-Absatz von Alurädern nach Dimensionen, so spiegelt die Entwicklung die Neuzulassungszahlen in den einzelnen Fahrzeugsegmenten. Mit unter einem Prozent des Sell-In-Absatzes an Alurädern ist die kleinste Dimension 13 Zoll faktisch nicht mehr vorhanden und auch der Absatz an 14- und 15-Zoll-Alurädern ist im vergangenen Jahr deutlich zurückgegangen. Während das volumenmäßig größte Segment 16 Zoll anteilmäßig eher stagnierte, wuchs der Sell-In-Anteil der Aluräder in Größen von 17-20 Zoll zum Teil deutlich. Entwicklungstrends, die kaum verwundern, wenn man weiß, dass die Neuzulassungszahlen in den mit größeren Dimensionen bestückten Fahrzeugsegmenten obere Mittelklasse, SUVs, Geländewagen, Großraumvans und Utilities im vergangenen Jahr zu Lasten von Minis, Kompakt- und Mittelklassefahrzeugen besonders gewachsen sind.

## **Absatz getragen vom Wintergeschäft**

Ein Blick auf die Absatzzahlen von Alurädern im Jahresverlauf zeigt, dass sich – dem Trend der letzten Jahre folgend – das Umrüstgeschäft mehr und mehr auf die Wintersaison konzentriert. Entfielen in 2013 noch gut 35 Prozent des Absatzes auf das 1. Halbjahr, so rechnen die Panelteilnehmer für 2017 mit einem Rückgang des Frühjahrsgeschäftes auf knapp unter 30 Prozent. Mit Sorge beobachten sie deshalb den Trend zur steigenden Nachfrage nach Ganzjahresreifen und rechnen im Schnitt damit, dass dieser im Wintergeschäft 2017/2018 zu einem Rückgang des Gesamtvolumens an Rädern im Ersatzmarkt um etwa fünf Prozent führen wird.

**Abb.:** Chart aus Datei *Chart\_Sell\_In\_Panel\_Räder\_Frühjahr\_2017.jpg*

**BU:** Absatz Hersteller am Handel im Ersatzmarkt für Aluräder: Das Geschäft verschiebt sich zunehmend in die Wintersaison.

### **Quellenhinweis:**

Abb.: BBE Automotive

## **Über die Umfrage:**

Das Räder-Sell-In-Panel wird zweimal jährlich von der BBE Automotive Köln im Auftrag des Arbeitskreises Felgenhersteller erhoben, der beim Reifenfachverband BRV (Bonn) angesiedelt ist. Die Arbeitskreismitglieder – Vertreter der führenden Felgenhersteller in Deutschland – melden hierfür ihre Sell-In-Abverkaufsdaten für das vergangene Halbjahr (Absatz Hersteller an Handel, ausschließlich Pkw-Ersatzmarkt, ohne Verkäufe an Fahrzeughersteller und -importeure), schätzen unabhängig voneinander die übrige Nachfrage und prognostizieren die zukünftige Entwicklung. Die BBE ermittelt daraus ein valides Sell-In-Marktvolumen sowie eine Prognose für das laufende Jahr.